

UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS



**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE
EMPRESAS**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA SATISFACCIÓN
DEL CLIENTE EN EL GRUPO IMPRESORES
KALPA DEL PERÚ SAC, LIMA, 2021**

**PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER EN CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS Y GESTIÓN DE EMPRESAS**

AUTORA:

YENY CAJALEON RODRIGUEZ

CODIGO ORCID: 0000-0001-5879-6855

ASESOR:

Mg. FUCHS ANGELES, OSCAR

CODIGO ORCID: 0000-0002-3123-6281

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO Y DESARROLLO
INSTITUCIONAL**

LIMA, PERÚ

NOVIEMBRE, 2021

Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal determinar de qué manera la gestión administrativa se relaciona con la satisfacción del cliente en el grupo Impresores Kalpa del Perú SAC, Lima, 2021.

La metodología de la investigación fue de nivel descriptivo porque solo se basó en recopilar información, a través de antecedentes internacionales, nacionales, donde se observó que la mayoría de los resultados y conclusiones de dichos antecedentes son muy similares y que la mayoría concluyó, que la gestión administrativa si tienen una relación directa con la satisfacción del cliente. Por consiguiente, son importantes los modelos de gestión administrativa, para lograr la satisfacción al cliente y mejor aún lograr la fidelización.

Por otro lado, las bases teóricas del presente trabajo de investigación se consideraron citar a otros autores e investigadores. Por ejemplo, para la variable gestión administrativa se citó a autores como Coque (2016), Álvarez (2019), Sánchez (2021), Tarazona (2019); y para la variable satisfacción del cliente se citó autores como Kotler y Armstrong (2008), Rupay (2018), Suarez y Vásquez (2020), entre otros.

Este trabajo de investigación es un valioso aporte para las empresas que están enfocadas en el rubro de la imprenta, en ese sentido, es un documento que servirá para ayudar a mejorar la gestión administrativa en beneficio de la satisfacción del cliente.

Palabras claves: Gestión administrativa, satisfacción del cliente, imprenta.

Abstract

The main objective of this research work was to determine how administrative management is related to customer satisfaction in the group Printers Kalpa del Perú SAC, Lima, 2021.

The methodology of the research was descriptive because it was only based on collecting information, through international background, It was noted that most of the findings and conclusions of this background are very similar and that most concluded that administrative management does have a direct relationship with customer satisfaction. Therefore, administrative management models are important to achieve customer satisfaction and even better to achieve loyalty.

On the other hand, the theoretical bases of this research paper were considered to cite other authors and researchers. For example, for the administrative management variable authors were cited as Coque (2016), Álvarez (2019), Sánchez (2021), and Tarazona (2019); and for the client satisfaction variable authors were cited as Kotler and Armstrong (2008), Rupay (2018), Suarez and Vasquez (2020), among others.

Este trabajo de investigación es un valioso aporte para las empresas que están enfocadas en el rubro de la imprenta, en ese sentido, es un documento que servirá para ayudar a mejorar la gestión administrativa en beneficio de la satisfacción del cliente.

Keywords: Administrative management, customer satisfaction, printing.

Tabla de Contenidos

| | |
|--|----------|
| Resumen..... | ii |
| Abstract..... | iii |
| Tabla de contenidos..... | iv |
| 1. Problema de la Investigación..... | 1 |
| 1.1 Descripción de la realidad problemática..... | 1 |
| 1.1.1 Formulación del problema general..... | 4 |
| 1.1.2 Problemas específicos..... | 4 |
| 1.2 Objetivo de la investigación..... | 4 |
| 1.2.1 Objetivo general..... | 4 |
| 1.2.2 Objetivos específicos..... | 4 |
| 1.3 Justificación e importancia de la investigación..... | 5 |
| 2. Marco Teórico..... | 6 |
| 2.1. Antecedentes..... | 6 |
| 2.1.1. Internacionales..... | 6 |
| 2.1.2 Nacionales..... | 10 |
| 2.2. Bases teóricas..... | 13 |
| 2.3. Definición de términos básicos..... | 22 |
| 3. Cronograma de actividades | |
| 4. Recursos y presupuestos | |
| 5. Referencias bibliográficas | |
| 6. Aporte académico | |
| 7. Recomendaciones | |
| 8. Anexos | |

1. Problema de la Investigación

1.1. Descripción de la Realidad Problemática

Actualmente la gestión administrativa en una empresa es fundamental porque se encarga de planificar, organizar, direccionar y controlar las tareas y así cumplir con los objetivos planteados, también ayuda a una buena interacción con los clientes, empleados y sobre todo una mejor toma de decisiones para el crecimiento de la empresa.

Sin embargo, existen empresas que no realizan la gestión administrativa dentro de su empresa y más se enfocan en la ganancia. Hoy en día una empresa que no cuente con especialistas encargados de la administración de una empresa y no utilice las herramientas correctas, puede quebrar. En tal sentido, la existencia de una empresa depende de las decisiones que tomen ellos.

Todo se engloba en una jerarquía ya que para que una empresa crezca de manera satisfactoria desde lo más alto a lo más bajo debe existir una buena gestión administrativa, y con ellos estudiar y llevar a cabo para brindarle una mejor experiencia a los clientes, ya que ellos son la base para que una empresa crezca, gracias a ellos es que toda empresa sea pequeña crecerá.

En el ámbito internacional una problemática que se presentó en Chile, Según Publimetro (26 de junio de 2021) informa que muchas empresas dedicadas al rubro de papelería e imprenta, tomaron la decisión de hacer cambios como traspasar de papel al entorno digital a causa de la pandemia mundial, la cual el motivo principal fue que las organizaciones y empresas tenían que seguir funcionando y brindando servicios a sus clientes de manera eficaz y eficiente.

Según CNN en español (17 de mayo de 2021) menciona que en el año 2020 las empresas a nivel mundial presentaron una caída generalizada de la actividad económica de casi 50%; lo cual ocasiono el casi 60% de desempleos, lo que se concluye, que las empresas de turismo no tenían planes de contingencia y planes de prevención en cumplir con sus actividades de servicio y sobretodo en cumplir con sus clientes. Y no por la pandemia del Covid-19 fue la causa de la caída económica en el sector turismo fue por la falta de coordinación internacional y sobre todo el trabajo en equipo.

Según RPP - Noticias (31 de diciembre de 2020) explica que la crisis económica originada por la pandemia de la Covid-19, perjudicó la situación de millones de trabajadores y miles de empresas peruanas en el 2020. Así mismo un 30% de las empresas familiares, tuvieron que cambiar de rubro para subsistir, La Asociación Pyme Perú afirmó que aproximadamente 500,000 pequeñas y medianas empresas no lograran abrir sus negocios; y el sector más afectado fue el turismo, ya que hasta agosto del 2020 cerraron 70 mil empresas dedicadas al turismo, y ocasionó una pérdida de 650 mil empleos. Y por consiguiente se originó una insatisfacción de miles de usuarios y clientes.

Según El Peruano (22 de octubre de 2018) menciona que las empresas deben implementar una plataforma online, para lograr la captación, fidelización y satisfacción de sus clientes y de esta manera generar rentabilidad empresarial. Asimismo, deben implementar anuncios digitales, utilizar las redes sociales, desarrollar contenidos de videos en YouTube y sobretodo tener una página web con contenidos dinámicos e información acerca de la empresa, ya que estamos en un mundo globalizado, por ello se debe sacar provecho al uso de la tecnología.

Según El Peruano (06 de junio del 2021) informa que las empresas que se dedicaron al trabajo de forma remota pueden adaptarse al teletrabajo realizando sus actividades con normalidad, pero el empleador debe capacitar al teletrabajador y brindarle todos los implementos necesarios; y fue aprobado por la Ley 30036.

La situación problemática en la empresa grupo Impresores Kalpa del Perú SAC, ubicado en Jr. Azángaro N° 671 Centro Comercial “La Providencia” Stand 105- Cercado de Lima con número RUC: 20605188525, dedicado al rubro de imprenta; presenta una serie de problemas en cuanto a la gestión administrativa y la satisfacción del cliente; existe poca organización en el área de producción lo cual retrasa el horario de entrega generando incomodidad al cliente; también existe poco control de calidad en los productos que ya entregados al cliente se reciben quejas por parte de ellos mencionando que el producto llegó repintado, mal cortado, mal plastificado, etc. También incumpliendo en los pedidos por falta de un control o stock al momento de recibir los archivos o comprometerse con el cliente en entregar una fecha exacta.

Con lo mencionado anteriormente se generará una insatisfacción a los clientes. Ya que ellos, pueden transmitir su malestar, no recomendar, como tener inseguridad de volver a dejar sus archivos (diseños o modelos como de afiches, tarjetas, trípticos, fólderes, entre otros), o hacer sus pedidos a la imprenta, como resultado a ello baja la imagen de la empresa siendo mencionados por los mismos clientes a sus amistades la insatisfacción experimentada.

1.1.1. Formulación del problema general

¿De qué manera la gestión administrativa se relaciona con la satisfacción del cliente en el grupo Impresores Kalpa del Perú SAC, Lima, 2021?

1.1.2. Problemas específicos

¿De qué manera la planeación se relaciona con la satisfacción del cliente en el grupo Impresores Kalpa del Perú S.A.C. Lima, 2021?

¿De qué manera la organización se relaciona con la satisfacción del cliente en el grupo Impresores Kalpa del Perú S.A.C., Lima, 2021?

¿De qué manera la dirección se relaciona con la satisfacción del cliente en el grupo Impresores Kalpa del Perú S.A.C., Lima, 2021?

¿De qué manera el control se relaciona con la satisfacción del cliente en el grupo Impresores Kalpa del Perú S.A.C., Lima, 2021?

1.2. Objetivo de la investigación

1.2.1. Objetivo general

Determinar de qué manera la gestión administrativa se relaciona con la satisfacción del cliente en el grupo Impresores Kalpa del Perú S.A.C., Lima, 2021.

Objetivos específicos

Determinar de qué manera la planeación se relaciona con la satisfacción del cliente en el grupo Impresores Kalpa del Perú S.A.C., Lima, 2021.

Determinar de qué manera la organización se relaciona con la satisfacción del cliente en el grupo Impresores Kalpa del Perú S.A.C., Lima, 2021.

Determinar de qué manera la dirección se relaciona con la satisfacción del cliente en el grupo Impresores Kalpa del Perú S.A.C., Lima, 2021.

Determinar de qué manera el control se relaciona con la satisfacción del cliente en el grupo Impresores Kalpa del Perú S.A.C., Lima, 2021.

1.3. Justificación e importancia de la investigación

1.3.1. Justificación práctica

Esta investigación se justifica en la práctica, porque pretende buscar soluciones para el grupo Impresores Kalpa del Perú SAC. Con respecto a los problemas hacia el cliente de no brindarle una buena atención. Se identificó los errores más constantes en la empresa, las cuales se hizo una lista de recomendaciones para que la empresa pueda emplearlo y conforme a ello mejore.

1.3.2. Justificación teórica

Esta investigación se justifica teóricamente porque los conceptos y definiciones de las variables gestión administrativa y satisfacción del cliente, ayudan a comprender que el grupo Impresores Kalpa del Perú SAC., debe mejorar en todos sus procesos para brindar una buena atención a los clientes y a su vez disminuir las quejas que se recibe a diario de los clientes insatisfechos.

1.3.3. Importancia de la investigación

Esta investigación es importante para todas las empresas que se dedican al rubro de imprenta, y consideren esta investigación aplicar los conceptos teóricos en sus negocios y de esta forma mejoren la gestión administrativa, la calidad de servicio e identifiquen errores en la producción que no fueron visibles, y brindar una satisfacción de los clientes.

2. Marco Teórico

2.1. Antecedentes de la Investigación

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Lazo y Macas (2018) realizaron una tesis de título: “Propuesta de mejoras en gestión administrativa en la empresa Modernmueble S.A, ciudad de Guayaquil”, para la Universidad de Guayaquil. La problemática de esta tesis más resaltante es, que el personal no está bien capacitado, ofreciendo un mal servicio a sus clientes. El objetivo general fue mejorar la Gestión Administrativas en la empresa Modernmueble S.A. con el fin de elaborar e implementar un manual de funciones y procedimientos para simplificar los procesos administrativos.

La metodología de investigación de la tesis fue de enfoque mixto, tipo de investigación fue exploratoria, de diseño no experimental. Las técnicas que se aplicaron fueron las entrevistas y las encuestas. La muestra fue 1530 clientes, que habitan en la zona centro sur de la ciudad de Guayaquil.

La conclusión de esta tesis fue que, con la aplicación de un manual, los empleados conocerán como está conformada la empresa Modernmueble S.A., también sus procedimientos, políticas y los niveles de jerarquía, en tal sentido comprender las funciones del personal administrativo y de esta forma comprender la gestión administrativa de dicha empresa.

El tesista recomienda que la empresa Modernmueble S.A, debe capacitar a todos colaboradores en base a sus capacidades y habilidades y se debe fomentar programas de incentivos como bonos por producción.

Sánchez (2018) realizó una tesis de título: “Customer Relationship Management (CRM) y la satisfacción al cliente en las Instituciones de Educación Superior”, para la

Universidad Técnica de Ambato - Ecuador. La problemática de esta tesis más resaltante es que no existe un sistema que identifique las necesidades del cliente. El objetivo general fue diseñar un CMR para la Universidad Técnica de Ambato para mejorar la satisfacción de sus estudiantes.

La metodología de investigación que se aplicó, fue de enfoque cualitativo, de nivel exploratorio, descriptivo y correlacional, de diseño no experimental. Se aplicó la técnica de encuesta con el instrumento del cuestionario. La muestra fue de 384 estudiantes en la IES.

La tesista llegó a la conclusión que la IES no brinda el servicio que el estudiante requiere, y eso influye en las expectativas de ellos; y sobre todo que no cuenta con la herramienta que ayude a identificar las necesidades de sus clientes.

En sus páginas web no tienen la información necesaria de la IES por falta estrategias y ser explotado a fondo para así obtener buenos resultados; más aun estando en la era tecnológica que absolutamente todo es red; si se implementa el CRM será más fácil conocer las fallas o lo que falta en la IES y brindar ofertas o promociones.

Esta investigación es importante ya que se detecta las necesidades del cliente, no omitamos que cada estudiante que se matricula en una institución es porque confía en la calidad de enseñanza; posterior a ella influye en su vida profesional, y el incorporar un CRM en la IES ayudaría a identificar con más claridad las necesidades del cliente.

Yépez (2017) realizó una tesis de título: “Gestión Administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente en la cooperativa de taxi “Divino Niño Jesús” del Cantón Baba, provincia de los Ríos”, para la Universidad Técnica de Babahoyo. La problemática de esta tesis más resaltante es la falta de conocimiento de la gestión administrativa de la cooperativa y ello afecta a los clientes. El objetivo general fue analizar la influencia en la gestión

administrativa en la satisfacción al cliente de la cooperativa de taxi “Divino niño Jesús” del Cantón Baba, de la provincia de Los Ríos.

La metodología de investigación que se aplicó un enfoque cuantitativo, de nivel deductivo e inductivo, de diseño no experimental. Donde se aplicó la técnica de encuesta con el instrumento del cuestionario. La población de estudio se enfocó en la directiva conformada a 2 empleados y 50 a clientes.

La tesista llegó a la conclusión que existe un alto nivel de desconocimiento de la gestión administrativa por parte del área de administración y empleados de la cooperativa como resultado a ello afecta a los clientes ya que no se le brinda la atención adecuada.

Esta investigación es importante ya que nos da a conocer la importancia de una buena gestión administrativa dentro de una empresa, porque ayuda a identificar las necesidades del cliente.

Sabogal y Vargas (2017) realizaron una tesis de título: “Gestión Administrativa por el fortalecimiento del programa de egresados en la Universidad Nacional de Colombia”, para la Universidad Libre de Colombia. La problemática más resaltante de esta tesis, es la falta de conocimiento y vinculación de la universidad hacia sus alumnos egresados. El objetivo general fue implementar una estrategia de Gestión Administrativa que fortalezca el programa de egresados desde el desempeño de los coordinadores de las Universidad Nacional de Colombia.

La metodología de investigación que se aplicó fue de enfoque mixto, de nivel explicativo de diseño no experimental. Se aplicó la técnica de encuesta con el instrumento del cuestionario. La población de estudio se enfocó en la directiva conformada por 5 personas, 10 empleados y 50 a clientes.

La tesista llego a la conclusión que ante la necesidad de implementar una estrategia de gestión administrativa que fortaleciera el desempeño de los coordinadores del programa de egresados, se tiene que llevar un control para el cumplimiento de ello, lo cual se pretende fortalecer el vínculo del egresado-universidad-egresado.

El tesista recomienda que la Universidad Nacional de Colombia debe verificar que lo establecido mediante un indicador se cumpla las políticas de vinculación con los egresados.

Gutiérrez (2016) realizó una tesis de título: “La gestión por procesos y su influencia en la satisfacción de los clientes en la Clínica Santa María de la ciudad de Ambato”, para la Universidad de Técnica de Ambato. La problemática de esta tesis más resaltante es que la Clínica Santa María no cuenta con una gestión de innovación, a esto se suma que presenta inadecuadas instalaciones internas generadas por una mala gestión administrativa las cuales impide que se obtenga una satisfacción del cliente. El objetivo general fue determinar de qué manera incide la gestión por procesos en la satisfacción de los clientes en la Clínica Santa María, de la ciudad de Ambato.

La metodología de investigación de la tesis fue de enfoque mixto (cuali-cuantitativa), tipo de investigación fue descriptivo, con asociación de variables e inductivo deductivo, de diseño no experimental. Las técnicas que se aplicaron fueron las entrevistas y las encuestas. La muestra fue de 60 personas de pacientes enfermos que ingresaron en un promedio de dos meses a la Clínica Santa María.

La conclusión de esta tesis fue, que es necesaria la implementación de un sistema de gestión por procesos para que la Clínica San María elimine las barreras organizativas y de esta manera fomentar el trabajo en equipo y sobre todo mejorar en la innovación de servicios, mejorar sus instalaciones y ofrecer una excelente calidad de atención a los pacientes.

El tesista recomienda que la empresa debe aplicar la gestión por procesos dentro de su modelo administrativo, lo cual le permitirá mejorar la calidad de servicio y la satisfacción del cliente.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Ramírez (2017) realizó una tesis de título: “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 la Universidad César Vallejo. El objetivo general fue determinar la influencia entre la gestión administrativa y el nivel de satisfacción del cliente externo del área de operaciones de la caja financiera CrediScotia S.A. Ferreñafe 2017.

En esta investigación la metodología de la investigación que se aplicó fue de enfoque cuantitativo, de nivel correlacional-explicativa, de diseño no experimental. Se aplicó la técnica encuesta, con el instrumento cuestionario. La población del estudio estuvo enfocó a 70 clientes.

El tesista llegó a la conclusión en que se determinó que si existe una influencia de manera significativa entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente de la financiera CrediScotia Ferreñafe 2017. También se comprobó que la financiera CrediScotia S.A. Ferreñafe ofrece una gestión administrativa algo deficiente, ya que el 40% de trabajadores respondieron que dicha agencia no demuestra empatía en el trato a los trabajadores.

Esta investigación es importante, porque los resultados ayudaron al tesista a brindar las siguientes recomendaciones a la financiera CrediScotia, S.A. Ferreñafe, como desarrollar una reestructuración de estrategias, para una mejora continua, así mismo se debe fomentar una retroalimentación con los equipos de trabajo, brindar capacitaciones y lograr fidelizar a los clientes.

Romero (2017) realizó una tesis de título: “Gestión administrativa y satisfacción del usuario externo en la Unidad de Juventudes, Recreación y Deportes de la Municipalidad Distrital de San Borja, 2017”, para la Universidad César Vallejo. El objetivo general fue determinar la relación entre la gestión administrativa y la satisfacción del usuario en la unidad de juventudes, recreación y deportes de la Municipalidad de San Borja, 2017.

En esta investigación la metodología de la investigación que se aplicó fue de enfoque cuantitativo, de nivel correlacional hipotético-deductivo, de diseño no experimental. Se aplicó la técnica encuesta, con el instrumento cuestionario. La población del estudio se enfocó en 261 usuarios.

El tesista llegó a la conclusión que la gestión administrativa no solo se debe considerar el funcionamiento interno de la organización, sino también las interacciones entre ella y su ambiente externo.

Esta investigación es importante porque nos ayuda a identificar las necesidades del cliente, donde se realizó un estudio mediante la relación de varias dimensiones las cuales son satisfacción del usuario, fiabilidad, seguridad, empatía y elementos tangibles la cuales se relacionan significativos con la gestión administrativa. Es decir, si existe una buena gestión administrativa se podrá mejorar lo mencionado anteriormente.

Correa (2017) realizó una tesis de título: “Gestión administrativa y satisfacción al cliente en la empresa de transporte de Valores, Surco, 2017-Lima”, para la Universidad Cesar Vallejo. El objetivo general fue determinar la relación entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente en la empresa de transporte de Valores, Surco, 2017.

La metodología de la investigación que se aplicó fue de enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo-correlacional, de diseño no experimental. Se aplicó la técnica encuesta, con el instrumento cuestionario. La población del estudio se enfocó en 25 colaboradores.

El tesista llegó a la conclusión que la gestión administrativa tuvo una relación positiva de 0,783 de coeficiente del Rho de Spearman con la satisfacción al cliente en la mencionada empresa.

Esta investigación es importante porque se identifica la relación directa y verificada entre las dimensiones de la gestión administrativa con la satisfacción del cliente.

De La Fuente (2018) realizó un proyecto de tesis de título: “Gestión administrativa y satisfacción de los clientes en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2018”, para la Universidad Cesar Vallejo. El objetivo general fue determinar la relación entre la gestión administrativa y la satisfacción de los clientes en la Clínica Primavera, Los Olivos, 2018.

La metodología de la investigación que se aplicó fue de enfoque cuantitativo, de nivel correlacional, de diseño no experimental. Se aplicó la técnica encuesta, con el instrumento cuestionario. La población del estudio se enfocó en 59 trabajadores.

El tesista llegó a la conclusión que existe una relación significativa entre gestión administrativa y satisfacción de los clientes de 96.5% según el estadístico de Spearman, en planeación 44.2%, organización 50.3%, dirección 53.4% y control 59.7%. Por lo tanto, se concluye que se debe mejorar la gestión administrativa para que los clientes no presenten inconvenientes y se tengan clientes fidelizados.

El tesista recomienda aplicar una nueva gestión administrativa de manera correcta, para mejorar los procesos de la clínica, adicional a ello, también se debe implementar programas de capacitaciones, convenios, entre otros beneficios para el trabajador.

Mayta (2019) realizó un proyecto de tesis de título: “Gestión administrativa y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad distrital de Olleros-Huaraz, 2018”, para la Universidad Cesar Vallejo. El objetivo general fue determinar la relación que existe entre la gestión administrativa y satisfacción de los usuarios como la gestión administrativa se

relaciona con el marketing estratégico de la Institución Educativa N^a 2071 Cesar Vallejo, distrito de Los Olivos, Lima Norte, 2017.

La metodología de la investigación que se aplicó fue de enfoque cuantitativo, de nivel correlacional, de diseño no experimental. Se aplicó la técnica encuesta, con el instrumento cuestionario. La población del estudio se enfocó en 77 usuarios.

El tesista llegó a la conclusión que la gestión administrativa se asocia de manera significativa con la satisfacción del usuario de 0.761, demostrando que la gestión que realizó la Municipalidad distrital de Olleros frente al servicio que brinda a la hora de realizar su trámite, se consideró importante, porque favorece mejorar la satisfacción del usuario y lograr las metas de la Municipalidad.

El tesista recomienda realizar talleres para una capacitación sobre atención al cliente con el personal, para así mejorar la calidad de servicio, también implementar un portal web donde la Municipalidad pueda recibir quejas o sugerencias las cuales ayudaran a mejorar a la calidad de servicio en beneficio de los clientes.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Gestión administrativa

2.2.1.1. Definición de la gestión administrativa

Según Gonzales et al. (2020) afirma que: “la gestión administrativa es un elemento fundamental dentro de la administración, asimismo han sido el soporte y sostén del desarrollo empresarial, económico, social y tecnológico de una organización en las últimas décadas. Por lo tanto, la gestión administrativa contempla cuatro funciones fundamentales: planificación, organización, dirección y control” (p.33). Esta definición quiere decir que la gestión administrativa lo manejan los ejecutivos, ya que ellos se encargan de supervisar las

operaciones de la organización, manejan los recursos de manera correcta, y se encargan de que el flujo de información sea efectivo.

Según Estupiñán (2012, como se citó en Coque, 2016) afirma que: “la gestión administrativa presenta el plan de organización y los elementos; y registros que tiene relación con los procesos de decisión en la ejecución de las actividades por parte de la gerencia con la finalidad de fomentar la eficiencia de las operaciones, cumplir con las políticas de la empresa, alcanzar el logro de las metas y los objetivos programados” (p. 36). Esta definición quiere decir que la gestión administrativa lo manejan los ejecutivos, y a su vez se encargan de supervisar las operaciones de la empresa. La gestión administrativa se ha convertido en una herramienta necesaria para las empresas, porque aporta beneficios económicos como generar ganancias para la empresa, evitar duplicidades en documentos en los departamentos, forma equipos de trabajo más productivos, clientes más satisfechos entre otros.

Según Tejeda (2014, como se citó en Álvarez, 2019) afirma que: “la gestión administrativa es coordinar todos los recursos disponibles para conseguir determinados objetivos de una empresa” (p. 9). Esta definición quiere decir que, si no existe una buena coordinación entre todas las áreas de una organización, entonces no existirá una buena gestión administrativa ya que todo va relacionado para cumplir el objetivo establecido.

2.2.1.2. Importancia de la Gestión administrativa

Según Álvarez (2019) considera que la gestión administrativa dentro de una organización tiene una tarea muy importante en el mejoramiento económico la cual debe estar relacionada a las normas morales y sociales, y obtener como resultado, la eficacia en una organización, siendo un gran reto para la gestión administrativa moderna. Por lo tanto, la gestión administrativa se enfoca en potenciar a una organización, contribuir con la supervivencia y lograr su crecimiento económico y obtener excelentes resultados.

La gestión administrativa es la base más importante al momento de iniciar o crear un negocio y se preguntaran por qué; la respuesta es sencilla, si no existe una buena gestión es como construir un edificio sin estructura o bases, ya que en algún momento se caerá, de la misma manera funcionan las empresas; pronto aparecerán nuevos competidores, nuevos retos, cambios repentinos y si la empresa no tiene una buena gestión solo será devorado por los cambios que se genera en este mundo globalizado.

2.2.1.3. Características de la Administración

Según Sánchez (2021) considera que la administración consta de siete características principales las cuales son:

- Universalidad; es el conocimiento administrativo es entendible o aplicable a cualquier campo o sector.
- Especificidad; pese a su gran aplicabilidad, la administración es considerado una ciencia social en sí misma y cuenta con herramientas propias.
- Unidad temporal; las fases de la administración son desarrolladas o ejecutadas de manera simultánea y dinámica en la realidad de las organizaciones.
- Unidad jerárquica; es el correcto funcionamiento de una administración, ya que se exige la existencia de una jerarquía o estructura organizacional.
- Flexibilidad; en la administración es ampliamente aplicable gracias a su rasgo de adaptabilidad a los pormenores de cada organización o institución.
- Interdisciplinariedad; la administración, pese a tener su propio peso como ciencia, precisa de la interrelación con otras disciplinas como la contabilidad o las relaciones laborales.

- Valor instrumental; es importante considerar los conocimientos administrativos, ya que son fácilmente aplicables y aprovechables en todo tipo de proyecto, sociedad u organizaciones.

Según Coque (2016) considera que las características de la administración se relacionan con la actividad empresarial que busca a través de personas (como directores institucionales, gerentes, productores, consultores y expertos), mejora la productividad y por ende la competitividad de las empresas o negocios.

2.2.1.4. Objetivos de la Administración

Según Muñiz (2003, como se citó en Tarazona, 2020) afirma que: “el objetivo de la gestión administrativa es brindar apoyo a la planificación y control de actividades organizacionales; asimismo también se encarga de direccionar el sistema de información contable (contable financiera y analítica), identificar y prever las necesidades de financiación de la empresa” (p.28).

Según Mendoza (2017) resalta que la gestión empresarial es el encargado de generar rentabilidad, establecer un bienestar laboral y social, y respetando los factores ambientales, en beneficio de la sociedad, asimismo debe cumplir las normas legales que establece un gobierno. A continuación, el autor describe los siguientes objetivos de la gestión administrativa:

- Debe cumplir las funciones clásicas en el proceso administrativo, como planear, organizar, dirigir y controlar.
- Innovar para mejorar el modelo de negocio empresarial, como por ejemplo innovaciones productivas o tecnológicas, para lograr la eficiencia en el mercado competitivo.

- Optimizar todos los procesos de la gestión administrativa para el logro de los objetivos.
- Impulsar el trabajo en equipo para lograr las metas trazadas de una empresa.
- Obtener excelentes resultados, pero con mínima inversión, a través de una planificación correcta.
- Presentar los mejores productos o servicios al cliente.
- Desarrollar estrategias para llevar a cabo un buen seguimiento y control de los procesos internos en una empresa.
- Informarse de las nuevas tecnologías, que surgen en la actualidad, para afrontar la oferta de productos y servicios.

2.2.1.5. Dimensiones de la gestión administrativa

- **Planeación:** Según Hurtado (2008, como se citó en López, 2019), se encarga de establecer los objetivos y metas que se desea alcanzar a futuro a través de un plan de acción, obrar lo establecido, conocer la dirección del enfoque de la empresa y saber hacia dónde va; es por ello que la planeación o planificación, es la anticipación de las metas a realizar o anticiparse ante cualquier circunstancia negativa que puede suceder dentro de la organización.
- **Organización:** Según Mendoza (2017) explica que es un proceso encargado en diseñar, ordenar y crear una estructura en una organización, con la finalidad de que todo marche en una sola dirección. La organización permite que todo se cumpla de una manera eficiente y eficaz; además se ahorra tiempo, se tiene más claro los objetivos y así se pueda alcanzar las metas de toda empresa.
- **Dirección:** Según Terry (2011, como se citó en López, 2019) afirma que: “la planificación y la organización colocan los cimientos para proceder a las funciones de la dirección, ya que se encarga de que los planes se ejecuten hacia la realización de

objetivos. Una vez, bien diseñado la planificación y organización se debe poner en marcha, asimismo el gerente y toda la organización, se debe trabajar en equipo, con comunicación, motivación, integración y con la toma de decisiones eficientes.

- **Control:** Según Terry (2011, como se citó en López, 2019) considera que el control es el proceso para asegurar las actividades junto con las actividades planificadas. Por lo tanto, el gerente debe estar seguro que los actos de los miembros de la organización, conducen hacia las metas establecidas. En ese sentido se debe medir el desempeño de los trabajadores dentro de la organización y como acto seguido detectar las correcciones necesarias y evitar errores futuros.

2.2.2 Satisfacción del cliente

2.2.2.1. Definición de satisfacción del cliente

Según Kotler y Armstrong (2008) afirman que la satisfacción del cliente es “el grado en que el desempeño percibido de un producto concuerda con las expectativas del comprador”. (p.14). Este concepto quiere decir, que la satisfacción del cliente es cumplir con las expectativas de ello o bien sobrepasar mas no decepcionar.

Cuando se habla de satisfacción del cliente no solo se enfoca en brindarle un buen producto también tiene relación con una buena atención. Existen empresas que aplican la típica frase de si se va uno viene dos; una gran falacia. Perder un cliente es más difícil que conseguir porque con los clientes corres el riesgo de no saber si regresaran a diferencia de tu cliente frecuente.

Según Thompson (2006, como se citó en Rupay, 2018) afirma que “Lograr la plena satisfacción del cliente es indispensable de toda la organización para ganarse un lugar en la mente de los clientes y, por ende, de la sociedad” (p. 22). Casi toda empresa creada, es para brindar un servicio o producto al cliente, pero no todos logran la máxima satisfacción del

cliente; es decir puede existir una buena atención, pero un mal producto o viceversa. Lo que se tiene que lograr es aplicar ambas situaciones un buen producto y buen trato, para conseguir estar en la mente del consumidor.

2.2.2.2. Niveles de satisfacción del cliente

Según Suarez y Vásquez (2020) afirma que existen 4 niveles de satisfacción del cliente las cuales son:

- ✓ Satisfacción: Se da cuando la percepción es menos que la expectativa del cliente.
- ✓ Cliente insatisfecho: Es cuando la percepción es menor que la expectativa del cliente.
- ✓ Cliente satisfecho: Se define cuando tanto la percepción como la expectativa alcanzan el mismo nivel.
- ✓ Cliente encantado: Cuando la percepción es mayor que la expectativa del cliente.

Con los niveles mencionados líneas arriba, le sirve a una empresa para mejorar en la satisfacción y brindar una buena atención al cliente.

2.2.2.3. Características de un cliente satisfecho

Según Rodríguez y Callarisa (2012, como se citó en Rupay, 2018) afirma que “Los clientes satisfechos tienen más probabilidad de recomendar el servicio y repetir el uso en el establecimiento. Es por eso que cuando aumenta la satisfacción del cliente, se incrementa la lealtad del mismo” (p.21). Esta definición quiere decir, que mientras el cliente se sienta cómodo adquiriendo un servicio o producto; ofreciéndole un trato amable con empatía, como resultado tendrá la lealtad del mismo. Y como se define en marketing, quien más que el mismo cliente para recomendar un lugar donde ir, porque la experiencia vale más que lo que se publica en un anuncio.

2.2.2.4. Características de un cliente insatisfecho

Según Suarez y Vásquez (2020) afirman que: “son aquellos usuarios que percibieron el desempeño de la compañía al ofrecer un producto, por debajo de sus expectativas, y esta situación originó que quedaran insatisfechos, y no deseen volver a comprar, ni regresar a la compañía. Asimismo, demuestran que no quieren saber nada de la marca, por la experiencia que tuvieron de no querer volver a comprar en la empresa” (p. 36). Al momento de adquirir un servicio o producto el cliente tiene las expectativas muy altas, pero a veces sucede lo inverso a eso se suma a la mala atención y como resultado es la decepción, por la pésima impresión que recibió y por ende no recomiende a sus amistades.

2.2.2.5. Como medir la satisfacción del cliente

Según los autores Múgica et al. (1996, como se citó en Bravo, 2020) afirman que los métodos para medir la satisfacción del cliente son los siguientes:

- Método de encuesta: Es una de las formas de poder saber su nivel de satisfacción del cliente y de esta manera la empresa pueda mejorar y brindar una mejor experiencia a los clientes. El inconveniente de esta medición es que a veces es molesto para los clientes rellenar preguntas o en el peor de los casos, es que no llegan a ser sinceros y por querer terminar marcan rápido las alternativas del cuestionario.
- Fidelización de clientes: La fidelización es muy importante para la empresa ya que eso significa una compra recurrente; se contabiliza las veces que realiza las compras el cliente, o bien el año que el cliente recurre a la empresa con esas dos informaciones se podría medir la satisfacción del cliente.
- Entrevista de salida: Es uno de los instrumentos que brinda conocer los motivos por el cual, el cliente dejará de ser un consumidor frecuente, las preguntas que se realiza, tienen que ser sencilla y directa para no incomodar al cliente o hacerle sentir

comprometido a dar explicaciones del caso. Por consiguiente, perder un cliente es desfavorable para una empresa, pero al realizar esta medición hará que tome en cuenta la insatisfacción del cliente y mejore para que no suceda lo mismo a otros clientes nuevos o recurrentes.

- Vinculación con la empresa: Es cuando el cliente es fiel y recurrente, y es el primero en adquirir nuevos productos, no solo de uno sino de varios. Este método se mide por la cantidad de compras o productos que adquiere un cliente, y a través de solicitudes de nuevos productos.

2.2.2.6. La satisfacción del cliente en las empresas peruanas del rubro imprenta

Según El Peruano (2021) explica que con la llegada del Covid-19 en el Perú, los negocios tuvieron que adaptarse a la nueva normalidad, ofreciendo sus productos y servicios a través de los medios digitales. Por otra parte, los clientes se restringieron en sus compras de forma presencial, ya que los medios digitales se convirtieron en la exhibición principal de las empresas; en ese sentido los canales digitales fueron la mejor forma para que el cliente adquiriera algún producto en función de sus necesidades y de esta forma conseguir que el cliente quede satisfecho.

Lograr que un cliente quede satisfecho con lo que ofrece una empresa del rubro de imprenta es un gran reto, ya que en algunas ocasiones existen riesgos de producción, como: Una inadecuada impresión, retraso en la entrega del producto, el diseño del cliente no sea el adecuado, los colores elegidos no sea lo acordado por el cliente, en el momento de solicitar el pedido. Pero conforme a ello las imprentas mejoran y buscan una solución para evitar tales riesgos mencionados anteriormente y evitar una incomodidad a sus clientes.

2.3. Definición de términos básicos

Calidad: Según Moreno (2007, como se citó en De La Fuente, 2018) define que: “es una particularidad (funcionales, ergonómicas, sensoriales, físicas)” (p 13.). En ese sentido es considerado como un instrumento de venta de cualquier servicio, producto, o marca, y así lograr cumplir con las expectativas o necesidades del cliente.

Cliente: Según Harrington (1998, como se citó en De La Fuente, 2019) menciona que un cliente “son las personas que se presentan ante una empresa para satisfacer sus necesidades de compra, por lo que se posicionan como individuos de gran valor para ella” (p. 11).

Empresa: Según la Real Academia Española (2021) menciona que es una organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestaciones con finalidad lucrativa.

Gestión: Según Salazar y Suarez (2019) afirman que: “es una actividad que se ocupa de procesos o etapas para organizar todas las acciones necesarias de una actividad empresarial y funcione correctamente” (p. 25).

Imprenta: Según la Real Academia Española (2021) considera que es un taller o lugar donde se imprime documentos, papeles entre otros materiales similares.

Insatisfacción: Según Suarez y Vásquez (2020) define insatisfacción cuando no se logra alcanzar la expectativa del cliente, ocasionando un malestar y que originando que se hable mal de dicho servicio o producto.

Lealtad del cliente: Según Dalongaro (2014) considera que la lealtad del cliente, se basa en gestionar y crear valor. Por lo tanto, los miembros de una empresa, son los encargados para lograr convertir a los clientes satisfechos en clientes leales. Asimismo, la lealtad del cliente es necesaria, para la gestión de eficiente de una empresa.

Logística: Según la Real Academia Española (2021) considera que es un conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa o de un servicio.

Percepción: Según Parasuraman et al. (1998), como se citó en Salazar y Suarez, 2019) menciona que la percepción son las “creencias de los consumidores concentrándose al servicio percibido o experimentado, lo cual lo podría diferir de la realidad” (p. 49)

Servicio: Según Harovitz (1997 como se citó en De La Fuente, 2018) afirma que: “son prestaciones extras al producto, que es esperado por el cliente, en beneficio de la reputación, imagen y el precio que supone del tal producto” (p. 12).

3. Cronograma de actividades

| Actividades | Jun. | Jul. | Agos. | Set. | Oct. | Nov. | Producto/ Resultado |
|---|------|------|-------|------|------|------|------------------------|
| | 2021 | 2021 | 2021 | 2021 | 2021 | 2021 | |
| 1. Problema de la investigación | X | | | | | | |
| 1.1 Descripción de la realidad problemática | X | | | | | | |
| 1.2 Planteamiento del problema | | X | | | | | |
| 1.2.1 Problema general 1.2.2 Problemas específicos | | | X | | | | |
| 1.3 Objetivos de la investigación | | | X | | | | |
| 1.3.1 Objetivo general 1.3.2 Objetivos específicos | | | X | | | | |
| 1.4 Justificación e importancia de la investigación | | | | | X | | |
| 2. Marco teórico | | | | X | | | |
| 2.1 Antecedentes | | | | X | | | |
| 2.1.1 Internacionales 2.1.2 Nacionales | | | | X | | | |
| 2.2 Bases teóricas | | | | | X | | |
| 2.3 Definición de términos | | | | | X | | |
| 4. Recomendaciones | | | | | X | | |
| 5. Aporte científico o socio cultural del investigador | | | | | X | | |

4. Recursos y presupuesto

| Partida presupuestal* | Código de la actividad en que se requiere | Cantidad | Costo unitario (en soles) | Costo total (en soles) |
|--|---|-----------|---------------------------|------------------------|
| Recursos humanos | - | 1 | 350.00 | 350.00 |
| Bienes y servicios | Servicio de luz. | 6 meses | 30.00 | 180.00 |
| | Servicio de internet | 6 meses | 30.00 | 180.00 |
| Útiles de escritorio | Papel Bond | 1 Paquete | 14.00 | 14.00 |
| | Lapiceros | 1Lapicero | 20.00 | 20.00 |
| | Memoria USB | 1USB | 32.00 | 32.00 |
| Mobiliario y equipos | Impresora | 1 | - | - |
| | Escritorio | 1 | - | - |
| Pasajes y viáticos | - | - | - | - |
| Materiales de consulta (libros, revistas, boletines, etc.) | 2 libros | 2 | 70.00 | 70.00 |
| Servicios a terceros | Consultoría | 1 | 600.00 | 600.00 |
| Otros | - | - | - | - |
| Total | | | | 1,446.00 |

*El costo del presupuesto fue financiado en su totalidad por el investigador.

*Los recursos son propios.

5. Referencias Bibliográficas

- Álvarez, A.A. (2019). *Gestión Administrativa y Marketing estratégico en la institución educativa N° 2071 Cesar Vallejo, distrito de los Olivos, Lima Norte 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos] Repositorio institucional. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/11470>
- Bravo, B.B. (2020). *La gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente de los restaurantes de la parroquia San Lorenzo - Manta*. [Tesis de pregrado, Universidad Estatal del Sur de Manabí] Repositorio institucional. <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/2807>
- Correa, L.L. (2017). *Gestión administrativa y satisfacción al cliente en la empresa de transporte de valores, Surco 2017 – Lima*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo] Repositorio institucional file:///C:/Users/user/Downloads/Correa_CLL.pdf
- CNN- Noticias (17 de mayo de 2021). Trabajo de equipo entre países, la clave para lograr la recuperación en el turismo. <https://cnnespanol.cnn.com/video/turismo-recuperacion-economica-pandemia-gloria-guevara-mercado-mexico/>
- De La Fuente, G.D. (2018). *Gestión administrativa y satisfacción en la Clínica Médica Primavera, Los Olivos, 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo] Repositorio institucional https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23244/DeLaFuente_SDG.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- El peruano (22 de octubre de 2018). Plataforma online para fidelizar clientes. <https://elperuano.pe/noticia/72165-plataforma-online-para-fidelizar-clientes>

El peruano (06 de junio de 2021). Empresas pueden adaptarse a nuevas reglas de teletrabajo. <https://elperuano.pe/noticia/122095-empresas-pueden-adaptarse-a-nuevas-reglas-del-teletrabajo>

El peruano (15 de marzo de 2021). Como afrontaron los consumidores y empresas los efectos de la pandemia. <https://elperuano.pe/noticia/117000-como-afrontaron-consumidores-y-empresas-los-efectos-de-la-pandemia>

Gutiérrez, D.P. (2016). *La gestión por procesos y su incidencia en la satisfacción de los clientes en la Clínica Santa María de la ciudad de Ambato*. [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato] Repositorio Institucional <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/19570/1/18%20GIS.pdf>

Lazo, K.A. y Macas, P. R. (2018). *Propuesta de mejoras en gestión administrativa en la empresa Modernmueble S.A, ciudad de Guayaquil*. [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. Repositorio institucional <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/28047>

López, C.E. (2019). *Gestión Administrativa y la calidad de servicio de tecnología de información en las instituciones del sector público del distrito de Tarapoto*". [Tesis de posgrado, Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto] Repositorio institucional <http://repositorio.unsm.edu.pe/>

Mayta, H.J. *Gestión administrativa y satisfacción de los usuarios de la Municipalidad distrital de Olleros – Huaraz, 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo] Repositorio institucional. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/38578>

Mendoza, A. (2017). Importancia de la gestión administrativa para la innovación de las medianas empresa comerciales en la ciudad de Manta. *Dominio de las ciencias*. 3(2). <https://dialnet.unirioja.es>

Ortiz, F.R. (2017). *Gestión administrativa y satisfacción del usuario externo en la Unidad De Juventudes, Recreación y Deportes de la Municipalidad Distrital de San Borja, 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo] Repositorio institucional. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/14638>

Publimetro- Noticias (26 de junio de 2021). Teletrabajo: gestor documental facilita el traspaso de la papelería a la versión digital. <https://www.publimetro.cl/cl/noticias/2021/06/26/teletrabajo-gestor-documental.html>

Ramírez, J.A. (2017). *Gestión Administrativa y su Influencia con el Nivel de Satisfacción del Cliente Externo del Área de Operaciones de la Caja Financiera CrediScotia S.A. Ferreñafe 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo] Repositorio institucional <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/33210>

RPP- Noticias (31 de diciembre de 2020). ¿Qué empresas se despidieron del mercado peruano este 2020 debido a la pandemia de COVID-19? <https://rpp.pe/economia/economia/resumen-2020-estas-fueron-las-empresas-que-cerraron-en-el-peru-este-ano-covid-19-coronavirus-en-peru-noticia-1311424?ref=rpp>

Rupay, I.A. (2018). *Satisfacción del cliente en el restaurante Social del Hotel Hilton, distrito de Miraflores, Lima, 2018*". [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo] Repositorio institucional <https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/34583/>

Sabogal, C.I. y Vargas, J. (2017). *Gestión administrativa para el fortalecimiento del programa de egresados en la Universidad Nacional de Colombia*. [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato] Repositorio Institucional. <https://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/11778>

Salazar, F.A. y Suarez, A.Y (2021). *La Gestión administrativa y su relación con la satisfacción del cliente en una cooperativa de ahorro y crédito de Lima durante el periodo 2019*. [Tesis de pregrado, Universidad De Piura] Repositorio Institucional. <https://pirhua.udep.edu.pe/handle/11042/5192?locale-attribute=en>

Sánchez, J. (08 de junio de 2021). Características de la administración. [Mensaje en un blog]. <http://economipedia.com/definiciones/caracteristicas-de-la-administracion.html>

Sánchez, M.J. (2018). *Customer Relationship Management (CRM) y la satisfacción al cliente en las Instituciones de Educación Superior*. [Trabajo investigación, Universidad Técnica de Ambato] Repositorio Institucional <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/28073/1/08%20MDG.pdf>

Suarez, Y.E y Vásquez, E.I. (2020). *Gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente se calzados “valles” SAC del distrito de Porvenir – Trujillo, 2020*. [Tesis de pregrado, Universidad Privada Antenor Orrego] Repositorio institucional. <https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/7363>

Tarazona, D.E. (2020). *Gestión Administrativa y su relación con el compromiso docente en una universidad privada de Lima Metropolitana – 2019*”. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas] Repositorio institucional https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/654641/TarazonaT_D.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Yépez, T.J. (2017). *Gestión administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente de la cooperativa de taxi “Divino Niño Jesús” del Cantón Baba, provincia de los Ríos*. [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato] Repositorio Institucional. <http://dspace.utb.edu.ec>

6. Aporte académico

El presente trabajo de investigación tiene carácter de aporte académico, porque presenta diversas investigaciones de valiosos antecedentes y definiciones con respecto a las variables estudiadas. El objetivo de esta investigación fue determinar de qué manera la gestión administrativa se relaciona con la satisfacción del cliente en el grupo Impresores Kalpa del Perú SAC., Lima, 2021.

Por otro lado, una propuesta resaltante para el grupo Impresores Kalpa del Perú SAC, es conocer las expectativas y la percepción del cliente al momento de solicitar el servicio o el pedido, ya que favorecerá mejorar los procesos productivos que ofrece la empresa en mención y así brindar una mejor atención de calidad.

La teoría de la gestión administrativa se basa en la planificación y organización, ya que es el éxito de cualquier negocio. Asimismo, la motivación laboral es importante que se fomente en los trabajadores para que cumplan con las actividades encargadas; y por último se debe llevar a cabo un control y evaluación de todos los procesos, porque es vital para obtener los resultados finales de todos los productos que ofrece el grupo Impresores Kalpa del Perú SAC, y de esta manera cumplir con las expectativas de los clientes. Ya que ganarse la confianza y fidelidad de los clientes no es una tarea fácil, pero tomando en cuenta los conceptos de las variables estudiadas, será tarea más fácil para dicha empresa.

7. Recomendaciones

1.- Se recomienda que la gerencia del grupo Impresores Kalpa del Perú SAC., debe proyectarse en el tiempo de demora del pedido y no brindar una fecha incorrecta en la entrega de los pedidos, y así evitar que el cliente quede insatisfecho y no se vaya a la competencia.

2.- Se recomienda que la gerencia del grupo Impresores Kalpa del Perú SAC., debe aplicar un control de calidad en la elaboración de todos sus productos, antes de entregar al cliente.

3.- Se recomienda que las áreas de despacho y producción del grupo Impresores Kalpa del Perú SAC. Debe existir una buena comunicación, en cuanto a fechas y cronogramas en el momento de recibir los pedidos, para cumplir con las expectativas del cliente.

4.- Se recomienda a la gerencia del grupo Impresores Kalpa del Perú SAC, debe mejorar la calidad de atención del cliente, mediante el uso de redes sociales y así reducir y evitar los reclamos.

5.- Se recomienda a la gerencia del grupo Impresores Kalpa del Perú SAC., debe contar con un área de control de calidad para identificar detectar errores y disminuir antes de que se culmine con el producto final.

6.- Se recomienda que se continúe realizando más investigaciones en referencia a las variables del presente estudio y con respecto a empresas dedicadas a este rubro de imprentas.

8. Anexos

Carta de autorización del grupo Impresores Kalpa del Perú SAC.



Fuente: Fotografía propia.

Fotos del grupo Impresores Kalpa del Perú SAC.



Fuente: Fotografía propia.

Productos que ofrece el grupo Impresores Kalpa del Perú SAC. - Tarjetas personalizadas.



Fuente: Fotografía propia.

Productos que ofrece el grupo Impresores Kalpa del Perú SAC.



Fuente: Fotografía propia.

Productos que ofrece el grupo Impresores Kalpa del Perú SAC.



Fuente: Fotografía propia.

Productos que ofrece el grupo Impresores Kalpa del Perú SAC.



Fuente: Fotografía propia.



Fuente: Fotografía propia.

