

**Gestión administrativa y su impacto en la
satisfacción del cliente de la empresa nítido mkt**

**Administrative management and its impact on
customer satisfaction of the company níti-do mkt**

María Belén Barriga-Zambrano¹
Universidad Técnica de Manabí
mabe95_95@hotmail.com

Jairo Isaac Mendoza-García²
Universidad Técnica de Manabí
jairo.mendoza@utm.edu.ec

doi.org/10.33386/593dp.2022.6-2.1545

V7-N6-2 (dic) 2022, pp. 5-20 | Recibido: 23 de noviembre de 2022 - Aceptado: 18 de diciembre de 2022 (2 ronda rev.)
Edición especial

1 Estudiante de la Maestría en Administración de Empresas de la Universidad Técnica de Manabí
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8064-7346>

2 Magíster en Educación y Desarrollo Social de la Universidad Tecnológica Equinoccial (UTE). Docente de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica de Manabí
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7291-4114>

Cómo citar este artículo en norma APA:

Barriga-Zambrano, M., & Mendoza-García, J., (2022). Gestión administrativa y su impacto en la satisfacción del cliente de la empresa nítido mkt. 593 Digital Publisher CEIT, 7(6-2), 5-20 <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.6-2.1545>

Descargar para Mendeley y Zotero

RESUMEN

El estudio tuvo como objetivo analizar la gestión administrativa y su impacto en la satisfacción del cliente de la empresa Nítido Marketing & Business, ubicada en el Cantón Manta, provincia de Manabí para verificar que el cumplimiento de las funciones y de los elementos de la misma inciden en su progreso. En el desarrollo se revisaron conceptos de los diferentes autores sobre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente. En esta investigación el diseño fue no experimental transversal. La población seleccionada correspondió a 20 colaboradores y 5 clientes de la empresa. La técnica que se utilizó en la investigación fue el cuestionario en escala de Likert, en donde se adecuó el instrumento acorde a las características y necesidades de este trabajo de investigación para recolectar los datos. A través del análisis de los resultados obtenidos se determinó que la relación entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente es positiva y significativa, ya que existe correlación entre las dos variables. Así como también se evidenció que las funciones administrativas son todas realizadas de forma idónea, y a través de ello el cumplimiento de los elementos de la satisfacción al cliente, lo que les ha permitido el logro de sus objetivos y desarrollo de la empresa.

Palabras clave: Gestión; administrativa; satisfacción; cliente

ABSTRACT

The objective of the study was to analyze the administrative management and its impact on customer satisfaction of the company Nítido Marketing & Business, located in the Manta Canton, province of Manabí, to verify that the fulfillment of the functions and elements of the It affects your progress. In the development, concepts of the different authors on administrative management and customer satisfaction were reviewed. In this research, the design was non-experimental cross-sectional. The selected population corresponded to 20 employees and 5 clients of the company. The technique used in the investigation was the Likert scale questionnaire, where the instrument was adapted according to the characteristics and needs of this re-search work to collect the data. Through the analysis of the results obtained, it was determined that the relationship between administrative management and customer satisfaction is positive and significant, since there is a correlation between the two variables. As well as it was evidenced that the administrative functions are all carried out in an ideal way, and through it the fulfillment of the elements of customer satisfaction, which has allowed them to achieve their objectives and develop the company.

Key words: Management; administrative; satisfaction; customer

Introducción

El autor Junshan (2017, como se citó en Anchelia et al, 2021) La gestión administrativa, debe ser entendida como una serie de operaciones que deben ser ejecutadas con la finalidad de movilizar una serie de recursos que se tengan a disposición (bienes, servicios, personal, entre otros) a fin de plasmar los objetivos de una institución; razón por la cual dicho proceso compete una serie de requerimientos tales como planificación, asignación de procesos, delimitación de funciones y en especial la toma de decisiones y manejo de conflictos que pudiesen ocurrir en el contexto de la organización. (p.5)

Acorde a lo citado puedo definir que la Gestión administrativa es el proceso de llevar a cabo de la forma correcta las funciones de planificación, organización, dirección y control de las actividades de una empresa, lo cual permite que se maximicen los recursos humanos, materiales, tecnológicos, etc. que poseen, es por tal motivo que el logro de las metas y objetivos que tengan las mismas, se llevaran a cabo de una manera más eficaz y eficiente; por lo tanto, la comunidad laboral, es decir los colaboradores, trabajaran por un bien común que será de beneficio para cada uno de ellos y por supuesto para la satisfacción del cliente con el servicio que se le brinde.

Es una empresa líder en marketing, capacitaciones y seminarios, que tiene como finalidad crear desarrollo en base a la educación y generar ideas de crecimiento. Busca el éxito con el grupo que le rodea, porque nosotros guiamos a nuestros clientes a emprender. Un grupo creativo que, a través del marketing y la capacitación, brindamos a las empresas y a las personas la oportunidad de desarrollar mayores conocimientos que generen oportunidades para competir en el ámbito personal, comercial y profesional. Nítido Marketing & Business (Nitido MKT, 2022)

En el año 2010 tres estudiantes de la carrera de Relaciones Publicas realizaron la creación de una empresa ficticia de marketing que reflejara todo lo aprendido en las aulas,

como parte de un proyecto el cual tenían que realizar de manera grupal. Culminado el trabajo de clases los tres compañeros decidieron hacerlo realidad, ser socios y darle por nombre una palabra que representara la transparencia con la que se realizaría un trabajo bien hecho, así nació “NITIDO MKT” en una pequeña oficina en la ciudad de Manta, la cual se mantuvo gracias a uno de los integrantes, el Ing. en Marketing Edder Cuero Ortiz, quien creyó en el proyecto y decidió seguir adelante. Sus primeros clientes fueron los dueños de la empresa “CONDUSEG”, quienes son una escuela de conducción que goza en la actualidad de gran reconocimiento; este primer gran proyecto permitió que la creación de la marca y publicidad de la misma fuese un punto de partida para la empresa, ganando la confianza de los clientes a través de los valores que los representan que son: pasión, creatividad, lealtad, servicio y trabajo en equipo, lo que al día de hoy los mantiene con su oficina principal en Manta, pero con decenas de oficinas sucursales en toda la provincia y alrededor del país.

Para poder llevar a cabo la creación de esta empresa definieron la misión y visión de esta, las cuales analizan año a año y si es necesario las reestructuran para que estén actualizadas acorde a los servicios e intereses de la compañía. A continuación, ambas son citadas.

Misión: Convertirnos en el mayor referente de las capacitaciones presenciales en la región costa, y la de mayor impacto en complemento universitario de auxiliares administrativos semipresenciales a nivel nacional, con alto impacto tecnológico. Ser el mayor referente de la asesoría en Marketing de Manabí. Nítido MKT (2022)

Visión: Multiplicar las ventas de nuestros clientes de Marketing a través de estrategias creativas y de bajo presupuesto. Brindar a los asistentes de nuestros eventos, la más alta capacitación, teniendo siempre por delante la actualización de nuestros conocimientos, el uso de la tecnología y la mejor metodología de enseñanza. Generar ingresos que puedan permitir la sustentabilidad de la empresa y sus directivos. Principalmente, la estabilidad laboral

y emocional de sus colaboradores, que cada logro de la empresa les permita desarrollarse personal, profesional y económicamente. Los valores que los representan son: Pasión, Creatividad, Lealtad, Servicio y Trabajo en equipo. Nítido MKT (2022)

El crecimiento de la empresa ha permitido que avance la gestión administrativa de la misma, ya que desde su creación fueron incrementando el número de colaboradores y clientes, por ende, la función administrativa fue realizando procesos y planes estratégicos que permitieran determinar objetivos claros y precisos para la empresa. De la misma forma se han desarrollado mecanismos que beneficien al cliente, y que el nivel de satisfacción del servicio que se les brinda sea cada vez mayor, para tener de esta forma su fidelización y gozar de un reconocimiento que les permita crecer mucho más.

De acuerdo con el objetivo el presente estudio se basó en analizar la gestión administrativa y su impacto en la satisfacción del cliente de la empresa Nítido Marketing & Business, ubicada en la ciudad de Manta de la provincia de Manabí, para verificar y comprobar que el cumplimiento de las funciones y de los elementos que se realizan en la misma inciden en su progreso, y desarrollo, ya que estas son las encargadas de planificar, organizar, dirigir y controlar el rendimiento percibido, el cumplimiento de las expectativas y el nivel de satisfacción que se genera en el cliente. En consecuencia, mediante esta investigación se buscó determinar y establecer en qué medida la gestión administrativa impacta en la satisfacción del cliente de la empresa Nítido Marketing & Business.

Gestión administrativa

Según Caldas et al. (2017) toda empresa necesita en su funcionamiento diario, ya sea por exigencias legales o por propia organización interna, llevar a cabo una serie de procesos que se reflejan en la documentación administrativa. La gestión administrativa de la empresa se encarga que dicho proceso se haga de la manera más eficaz y eficiente posible. El proceso ha de estar estandarizado, ya que al realizarse muy frecuentemente, en el día a día de la

empresa, cuanto más incorporada este la gestión administrativa al proceso diario y mayor sea dicha estandarización, más se reducirán los costes en términos de tiempo y económicos. (p.242)

Para Mosquera et al. (2019) con la gestión administrativa se logra alcanzar los objetivos planteados por los accionistas o empresarios, que el personal se sienta motivado para realizar su trabajo, que los clientes estén satisfechos con la atención y servicio recibido y acaparar clientes potenciales. Es muy importante que dentro de toda empresa se realice un seguimiento permanente y existan evaluaciones continuas sobre los resultados de la gestión financiera, saber de manera oportuna cuáles han sido los impactos de haber tomado una u otra decisión y en caso de que la misma necesite de alguna intervención o corrección poder hacerlo de inmediato sin afectar al rendimiento financiero de la organización. (p.7)

El autor Mendivel et al. (2020) menciona que se deduce que el concepto de gestión administrativa se refiere a las formas, estrategias y mecanismos diseñados con el fin de hacer cumplir los objetivos de una empresa, por lo que es primordial tener claro lo que queremos lograr como resultado del trabajo en la compañía. La gestión administrativa en una organización es uno de los factores más importantes cuando se trata de montar un negocio, debido a que de ella dependerá el éxito que tenga dicha empresa.

Riffo (2019) plantea que los avances de la gestión administrativa en toda organización tienen como punto esencial, esto es, su capital humano de allí se puede planear, organizar, ejecutar y controlar, dando resultados consonos con las metas propuestas por la organización. Es decir, la dedicación del ser humano por hacer las cosas bien permitirá que estos logros se alcance el trabajo coordinado, consensuado y sobre todo lograr los objetivos institucionales. (p.155)

La gestión administrativa es una de las principales actividades dentro de toda empresa, ya que las funciones que realiza la misma, permite el logro de los objetivos y metas de manera que el desarrollo y crecimiento de la compañía sea un proceso que refleje la

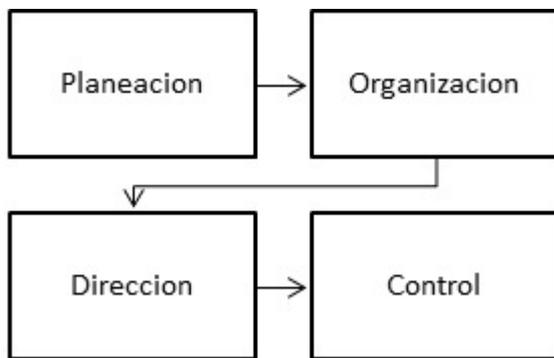
correcta administración que se está realizando. A su vez a través de dichas acciones se verán cumplidos los elementos de satisfacción del cliente, puesto que se agilizará siempre el correcto servicio que se brinde a los usuarios, y esto dará la fidelización de dichas personas.

Funciones de la gestión administrativa

Las funciones de la gestión administrativa están compuestas por cuatro elementos, los cuales son graficados a continuación:

Figura 1

Funciones de la gestión administrativa.



Según Mendoza et al. (2018) las funciones engloban los elementos de la administración. Estos mismos elementos constituyen el proceso administrativo que pueden ser encontrados en cualquier área de la empresa, es decir, que cada cual desempeña actividades de planeación, organización, dirección y control, como actividades administrativas esenciales. A continuación, se describen dichos elementos:

Planeación: Consiste en saber qué se va a hacer por anticipado, cuál va a ser la dirección que se va a tomar para alcanzar los objetivos de la manera más eficiente. ¿Qué se desea conseguir (objetivos)? ¿Qué se va a hacer para alcanzarlo? ¿Quién y cuándo lo va a hacer? ¿Cómo lo va a hacer (recursos)?

Organización: La organización es un sistema que permite una utilización equilibrada de los recursos cuyo fin es establecer una relación entre el trabajo y el personal que lo debe ejecutar. Es un proceso en donde se determina qué es lo que debe hacerse para lograr una finalidad

establecida o planeada, dividiendo y coordinando las actividades y suministrando los recursos.

Dirección: La dirección es la función que trata, a través de la influencia interpersonal de lograr que todos los involucrados en la organización contribuyan al logro de sus objetivos. Se ejerce a través de tres subfunciones: el liderazgo, la motivación y la comunicación.

Control: El control es la función que efectúa la medición de los resultados obtenidos comparándolos con los esperados (planeados) con el fin de buscar la mejora continua. (pp.227-231)

Definen los autores Gonzales et al. (2020) la gestión administrativa es un proceso que contempla cuatro funciones fundamentales: planificación, organización, dirección y control.

Planificación: es la primera función administrativa, consiste en definir las metas, trazar los objetivos, establecer los recursos y las actividades que se desarrollarán en un periodo de tiempo determinado.

Organización: consiste en armar una estructura para distribuir los recursos materiales, financieros, humanos, tecnológicos y de información, para desarrollar su trabajo, y poder alcanzar los objetivos planificados.

Dirección: Incluye la ejecución de las estrategias trazadas, orientando los esfuerzos hacia los objetivos trazados, a través del liderazgo, la motivación y la comunicación.

Control: Consiste en verificar que las tareas previstas estén alineadas con las estrategias planificadas, con el fin de corregir cualquier problema y evaluar los resultados, para un mejor proceso de toma de decisiones.

Según lo citado por los autores, puedo determinar que las funciones de la gestión administrativa son de vital importancia para el cumplimiento de las metas y objetivos propuestos en la empresa, es por esto que están divididas en cuatro, las cuales son:

Planeación: Es la función en donde se lleva a cabo la proyección de las actividades que se van a realizar y cuáles son las metas y objetivos a cumplir, a través de reuniones que permiten transmitir unos a otros el propósito que se desea alcanzar.

Organización: Se define la responsabilidad de las actividades q llevaran a cabo a través de la estructura organizacional junto con el manual de funciones, que es esencial para dejar claros los recursos que tienen disponibles.

Dirección: Es la función que permite supervisar que las actividades propuestas se realicen de forma correcta y adecuada. Así mismo incentivar y apoyar al colaborador que lo necesite para obtener los resultados deseados de forma eficaz y eficiente.

Control: Finalmente aquí se realiza la verificación y medición de que los objetivos y metas se hayan cumplido de manera satisfactoria. A su vez una retroalimentación que permita ver los errores o inconvenientes que se presentaron y las soluciones implementadas, para en un futuro tenerlas listas las mismas.

Satisfacción del cliente

Para Monroy (2019) la satisfacción del cliente siempre ha sido un tema de crucial importancia para toda empresa sea cual sea su giro comercial. Últimamente, ésta se ha analizado como un factor clave en la estrategia de mercadotecnia de las empresas, lo que al mismo tiempo se analiza bajo un enfoque hacia la obtención de beneficios económicos. El nivel de satisfacción del cliente puede ser analizado desde la perspectiva de un ciclo de estado de ánimos que concluye con una respuesta positiva o negativa hacia el consumo presente y posterior por parte de los clientes. (p.71)

El autor Moreno (2019) señala que la satisfacción es la sensación de placer o desilusión de una persona al comparar el desempeño percibido de un producto en relación con sus expectativas. Por ese motivo, se ha concluido que la satisfacción del cliente viene a ser el gusto

que experimenta luego de haber consumido el producto o servicio entregado. El punto fundamental es la importancia de los procesos en las áreas de atención al cliente. (p.106)

Los autores Chicaiza et al. (2018) mencionan que la satisfacción es un atributo de la diligencia que se puede obtener en distintos grados y que consiste en el logro de los mayores beneficios, de acuerdo con los recursos disponibles y los valores sociales imperantes; se refiere como mínimo a tres aspectos diferentes: organizativo, atención recibida y trato recibido durante el proceso de atención por parte del personal implicado. (p.4)

Según Vigo (2021) satisfacción, es la evaluación que realiza el cliente respecto de un producto o servicio, en términos de si ese producto o servicio responde a sus necesidades y expectativas. La satisfacción del cliente es influida por las características específicas del producto o servicio y las percepciones de la calidad, también actúan sobre la satisfacción las respuestas emocionales. Es el juicio acerca de los rasgos del producto o servicio en sí mismo, que proporciona un nivel placentero del consumo actuando también las emociones del cliente. (p.25)

La satisfacción del cliente es de vital prioridad en una empresa, puesto que depende de la percepción que tenga esta persona posterior a la recepción del producto o servicio que ha sido adquirido, para así comprobar que se cumplen las expectativas que se tuvieron desde un principio. De esta forma se verifica que las estrategias empleadas por la organización son las idóneas para crecimiento y desarrollo de esta.

Elementos de la satisfacción del cliente

Los elementos de la satisfacción del cliente están compuestos por tres, los cuales se los grafica a continuación:

Figura 2

Elementos de la satisfacción del cliente.



El autor Cronin (1994, como se citó en Pérez, 2017) Evalúa la satisfacción del cliente por 2 elementos:

1. El rendimiento percibido: referente al desempeño (en cuanto a la entrega de valor), por cuanto el cliente tiene en cuenta por haber obtenido después de adquirir un producto o servicio. Dicho de otra manera, es la percepción que tiene el cliente por obtener el producto o servicio que adquirió. El rendimiento que percibió tiene las características siguientes:

Se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa.

Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio.

Está basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad.

Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente.

Depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos.

2. Las expectativas: es la esperanza que tiene el cliente para conseguir algo; por lo que toda empresa tendrá mucho cuidado al establecer el correcto nivel de expectativas. Por ejemplo: cuando las expectativas son demasiadas bajas no habrá atracción suficiente de los clientes; pero si son muy altas, los clientes podrían

experimentar decepciones después de la compra. Las expectativas de todo cliente se generan como efecto de una o más de las siguientes 4 situaciones:

Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.

Experiencias de compras anteriores.

Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión

Promesas que ofrecen los competidores. (pp. 32-33)

Según el autor Del Pino (2018) Se centra en que la satisfacción del cliente depende por completo de la capacidad que tiene la empresa de generar su producto o servicio, basándose en que no todas las características de un producto o servicio producen la misma satisfacción en el cliente, sino que algunas de ellas contribuyen en mayor grado a generar una mayor fidelidad. A continuación, se detallan los elementos agrupándolos en grupos:

Básicos: Son características del producto que el cliente considera obligatorias. No aumentan la satisfacción del comprador, pero causan una insatisfacción muy grande si no se aportan.

De desempeño: Estas características del producto aumentan proporcionalmente la satisfacción del cliente. Cuantas más se añaden o más funcionalidades ofrecen, más satisfecho está el cliente.

De deleite: Son características no esperadas por el cliente y que causan una gran satisfacción. Como no son esperadas, no provocan insatisfacción si no se aportan. (p.11)

Según lo citado por los autores puedo definir que la satisfacción del cliente está compuesta por tres elementos, los cuales son:

Rendimiento Percibido: Que no es más que el desempeño observado por el cliente al momento de recibir el producto o servicio, de parte

de los colaboradores de la empresa y por supuesto de lo funcional que sea lo que ha adquirido.

Expectativas: Conocidas también como el anhelo que tiene el cliente de que el servicio o producto que esta por adquirir cumpla las características deseadas para compensar las necesidades por el cual está en busca el mismo.

Nivel de Satisfacción: Es la experiencia buena o mala que pueda indicar el cliente una vez que ya adquirió y utilizó el producto o servicio.

El impacto de la gestión administrativa en la satisfacción del cliente de la empresa Nítido Marketing & Business, cantón Manta, provincia de Manabí

Para Pinargote (2019) Uno de los procesos administrativos más medular desarrollado por las organizaciones, es el marketing; describiéndose que su impacto y eficacia es indiscutido y su apropiada gestión permite percibir y avalar un futuro relevante con grandes resultados a cualquier empresa. El marketing está en un proceso fluctuante de constante reacomodo para descubrir, reestructurar o crear mejores estrategias, que permitan a las empresas instaurar relaciones valiosas, valoradas y sostenibles con los clientes y consumidores. (pp.78-82)

La autora Angulo (2021) hace mención a lo importante que es la gestión bajo el enfoque del marketing, en estos establecimientos, ya que es un elemento esencial para su desarrollo como empresas porque les permitirá obtener muchas ventajas como es mayor eficacia y eficiencia en los procesos de productividad, competitividad, satisfacción a los consumidores, fidelización en los clientes. (p. 5). Para el autor Michael (2018, como se citó en Angulo, 2021) el marketing es la estrategia y acción que se aplica para definir e identificar lo que necesita, lo que desea tener y si le es rentable al consumidor. Es un proceso social y de gestión; convirtiéndose en el medio donde los seres humanos satisfacen sus necesidades y deseos. (p.20)

La gestión administrativa que se realiza en la empresa Nítido Marketing & Business

es manejada por la gerente general, junto a la administradora de la matriz de la ciudad de Manta, y con la supervisión del gerente propietario; llevan a cabo las funciones de planeación, organización, dirección y control acordes a los procesos que se establezcan día a día; ya que la empresa maneja distintas actividades como cursos prácticos, seminarios, asesoría de marketing y auxiliares **técnicos**, y por ende se enfocan en la ejecución de lo que es de mayor prioridad o relevancia.

Para la empresa Nítido MKT es de vital importancia el uso de herramientas de gestión como el Balanced Scorecard (Cuadro de Mando Integral), el Benchmarking, etc. que les ayudan en sus actividades diarias, así como en las proyecciones que realizan en el planteamiento de planes de marketing. Estas les facilitan llevar a cabo las funciones de la gestión administrativa, y a su vez el cumplimiento de los elementos de la satisfacción del cliente, las mismas que a continuación serán explicadas para una mejor comprensión de lo que se realiza dentro de la empresa.

La Planeación se realiza a través de la toma de decisiones en base a lo que el cliente necesita y requiere, de forma específica y detallada para cada uno; ya que de esta manera reciben un servicio exclusivo y que permitirá establecer los objetivos y metas a desarrollarse, para así coordinar las actividades que se realizarán para la satisfacción y cumplimiento de los mismos.

La organización como una de las funciones se basa en la administración de todos los recursos, es decir: materiales, tecnológicos y humanos a utilizarse en el servicio que se brindará a cada uno de los clientes, y **así poder** establecer los métodos digitales y físicos que se manejarán, para tener claro la ejecución y funcionalidad de cada uno de ellos.

La dirección es la función que realiza mayormente el gerente general o la persona de mayor conocimiento del área, en el caso de esta empresa es el gerente propietario que es quien se encarga de dirigir y de supervisar que la realización del planteamiento del marketing se esté realizando de forma correcta. Así

como inspeccionar que los cursos y talleres estén siendo realizados de la mejor manera.

Y Finalmente en el control se reúnen representantes de la empresa Nítido MKT, así como de los clientes, para poder realizar la verificación de los resultados a través de la medición del cumplimiento de los objetivos y metas propuestas; y según el nivel de satisfacción que se haya obtenido, se podrá hacer un seguimiento con un nuevo plan estratégico de asesoría de marketing que beneficie a ambas empresas.

Parte fundamental para la empresa y todas sus áreas, es el cumplimiento de los valores que los representan, pues es de esta forma en la que se mantendrán en el mercado como una empresa en la que pueden confiar los clientes y que los mismos mantengan la seguridad en el servicio que se les brindan.

La experiencia, el rendimiento, la calidad, el desempeño, el cumplimiento de las expectativas y el nivel de satisfacción que tengan los clientes, son los elementos que para esta empresa son de vital importancia mantenerles; ya que a través de estos la fidelización se tendrá con mayor firmeza y convicción.

Se puede mencionar también que la realización de formularios de satisfacción son una de las claves estratégicas que emplea Nítido, ya que a través de los indicadores que se presentan en un formato como el de la escala de Likert, pueden medir el nivel de complacencia que tengan los clientes, ya que por medio de los resultados se logra obtener información valiosa como las deficiencias que pudiera haber y así corregirlas para una mejor calidad de atención al cliente.

Método

Esta investigación fue de campo para ambos objetivos, cuya población estuvo conformada por 20 colaboradores y 5 clientes de la empresa. En esta investigación para los colaboradores y los clientes no hubo muestreo porque se tiene acceso a la población completa de ambos casos (censo). Para el caso de los colaboradores, el criterio de selección es ser

trabajadores de la empresa. Para el caso de los clientes, fueron aquellas personas que adquirieron servicios de la empresa en los últimos 3 años continuamente. Por lo tanto, el número total de las personas encuestadas fueron 25, de los cuales 18 son mujeres y 7 hombres.

El enfoque metodológico fue cualitativo descriptivo con diseño no experimental – transversal para el análisis de la gestión administrativa y su impacto en la satisfacción del cliente de la empresa Nítido Marketing & Business, de la ciudad de Manta, provincia de Manabí para verificar que el cumplimiento de las funciones y de los elementos de esta inciden en su progreso. La técnica que se utilizó en la investigación fue el cuestionario en escala de Likert, tanto para los colaboradores como para los clientes.

Las encuestas fueron realizadas a través de la adaptación en los formularios en Google workspace, proporcionado un link para que los colaboradores y clientes pudieran contestar las preguntas desde el lugar que se encontraran. En esta investigación el programa con el cual se procesaron los datos recopilados fue Excel (2007), donde se tabularon los resultados de las encuestas y se sometieron a un proceso de análisis e interpretación.

El criterio de selección de los indicadores se estableció de manera que se pudiera explorar y conocer si la gestión administrativa y sus funciones son realizadas correctamente, así como definir que los elementos de la satisfacción al cliente se cumplen de manera correcta, y finalmente poder determinar la relación que existe entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente; ya que todo esto se basa en el importancia significativa que toda empresa debe tener de la gestión administrativa y su impacto positivo en los resultados de la satisfacción del cliente.

Resultados

Las encuestas fueron realizadas a los 20 colaboradores actuales y los 5 clientes fijos de los últimos tres años de la empresa Nítido Marketing & Business de la ciudad de Manta, provincia de Manabí, a quienes se les

proporciono un cuestionario con cinco preguntas cerradas múltiple para cada uno (anexo 1 y 2); de lo cual se obtuvo como hallazgo principal que la relación entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente es positiva y significativa dentro de la empresa antes mencionada, ya que existe correlación entre las dos variables según el análisis realizado de los resultados obtenidos. A continuación, se muestran los gráficos de los resultados.

Figura 3

Resultados de pregunta 1, Anexo 1

1. ¿Considera usted que la gestión administrativa de la empresa Nítido Marketing & Business es?
20 respuestas

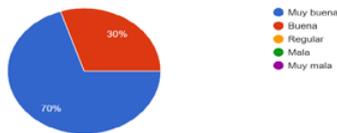


Figura 4

Resultados de pregunta 2, Anexo 1

2. Seleccione las funciones de la gestión administrativa que cumple la empresa Nítido Marketing & Business.
20 respuestas



Figura 5

Resultados de pregunta 3, Anexo 1

3. ¿Piensa usted que la gestión administrativa de la empresa Nítido Marketing & Business realiza estrategias que ayudan al desarrollo de la misma?
20 respuestas

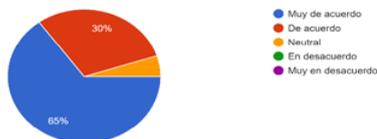


Figura 6

Resultados de pregunta 4, Anexo 1

4. ¿Qué tan importante cree usted que es la maximización de los recursos financieros, materiales, humanos y tecnológicos para la gestión...rativa de la empresa Nítido Marketing & Business?
20 respuestas

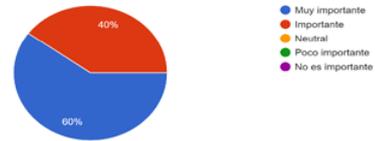


Figura 7

Resultados de pregunta 5, Anexo 1

5. ¿Con que frecuencia los responsables de la gestión administrativa de la empresa Nítido Marketing & Business gestionan capacitaciones a sus colaboradores?
20 respuestas

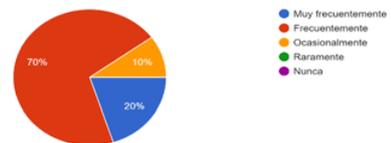


Figura 8

Resultados de pregunta 1, Anexo 2

1. ¿Cuál de las siguientes opciones, representa su conformidad con el desempeño de la empresa Nítido Marketing & Business?
5 respuestas



Figura 9

Resultados de pregunta 2, Anexo 2

2. Seleccione los elementos de la satisfacción del cliente que cree usted cumple la empresa Nítido Marketing & Business.
5 respuestas



Figura 10

Resultados de pregunta 3, Anexo 2



Figura 11

Resultados de pregunta 4, Anexo 2

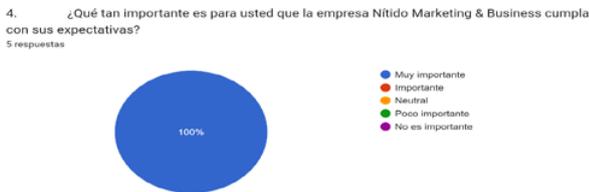


Figura 12

Resultados de pregunta 5, Anexo 2



Los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los colaboradores permitieron conocer que la gestión administrativa de la empresa Nitido Marketing & Business, cantón Manta, provincia de Manabí fue calificada en su gran porcentaje como muy buena y el otro porcentaje restante como buena, de tal manera que se pudo determinar que se realizan correctamente las actividades de dicha gestión. De igual manera la mayoría de los colaboradores respondieron que se cumplen con todas las funciones de la gestión administrativa, comprobando así que se cumple parte de los objetivos planteados en esta investigación. De la misma forma mencionaron que están muy de acuerdo y de acuerdo en que las estrategias que realiza la gestión administrativa ayudan al desarrollo de la empresa. También que

es muy importante e importante la maximización de los recursos financieros, materiales, humanos y tecnológicos para la gestión administrativa de la empresa; y finalmente dieron a conocer que los responsables de esta gestionan frecuentemente y muy frecuentemente capacitaciones para ellos.

Los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los clientes permitieron conocer que se encuentran satisfechos y muy satisfechos con el desempeño de la empresa. Así como en su totalidad respondieron que la empresa cumple con todos los elementos de la satisfacción del cliente. Posteriormente el mayor porcentaje de respuestas estableció que es están de acuerdo con que la gestión administrativa de la empresa determina la satisfacción del cliente, ambas respuestas demostraron que se cumple con otra parte del objetivo planteado en esta investigación. El total de los encuestados respondió que es muy importante que la empresa cumpla con sus expectativas, y finalmente hubo un empate entre frecuentemente y muy frecuentemente al contestar la frecuencia con que cumplen sus niveles de satisfacción respecto al servicio que se les brinda en la empresa Nitido Marketing & Business del cantón Manta, provincia Manabí.

En contexto, para el presente estudio se considera el logro del objetivo general, “analizar la gestión administrativa y su impacto en la satisfacción del cliente de la empresa Nitido Marketing & Business para verificar que el cumplimiento de las funciones y de los elementos de la misma, inciden en su progreso”, del cual se desglosan una serie de objetivos específicos, como lo es explorar las funciones de la gestión administrativa, caracterizar los elementos de la satisfacción del cliente y determinar la relación entre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente de la empresa Nitido Marketing & Business, cantón Manta, provincia de Manabí.

El autor Chumpitaz (2020) menciona que “La calidad del servicio se relaciona con la satisfacción al cliente, por ende, si se da una mejor calidad del servicio en la gestión, también se dará una mejor satisfacción al cliente” (p. 35). De esta forma se ha podido constatar que en otras investigaciones realizadas sobre

la gestión administrativa y la satisfacción al cliente, se ha concluido que la relación que tienen ambas es de gran importancia para el progreso y desarrollo de una empresa.

Para los autores Peña et al. (2022) A través de la gestión administrativa es posible obtener procesos más eficientes que redunden en la calidad y en los tiempos, lo que permite que los clientes tengan sus necesidades atendidas y superadas. La relación con ellos también puede volverse más próxima para comprender mejor sus necesidades y tener productos y servicios que puedan suplirlas. (p. 124)

La gestión administrativa según el autor Callohuanca (2019, como se citó en Chumpitaz, 2020) Esta tiene como objeto identificar de forma sistemática las oportunidades y reducir riesgos que puedan darse en un futuro incierto, los cuales son articulados con otra data jerárquica que suministra el cimiento informativo de una organización, para que esta tenga una mejor toma decisoria y pueda establecerse en el mercado competitivo, esto puede lograrse a través de un servicio de calidad al cliente, si este último está satisfecho, se evidenciara que la gestión está siendo eficiente. (p. 36)

A través del análisis realizado en este estudio se pudo establecer el significado que tienen estos resultados, el cual es claramente que la gestión administrativa y la realización adecuada de sus funciones tiene un gran impacto en el cumplimiento de los elementos de la satisfacción del cliente, por ello es primordial para toda empresa establecer las herramientas idóneas para el correcto uso de los recursos y así brindar un servicio satisfactorio.

Conclusiones

De acuerdo con el presente estudio a partir del objetivo planteado y la investigación realizada de la gestión administrativa y su impacto en la satisfacción del cliente de la empresa Nítido Marketing & Business, cantón Manta, provincia de Manabí; se pudo analizar a través de los resultados la relación de las mismas, considerando así que esta es muy buena

y significativa para el desarrollo de la empresa. Es por esto que el socializar los resultados junto al objeto de estudio de esta investigación ante la empresa es de gran relevancia, para el conocimiento de la importancia de mantener la gestión administrativa como eje principal de la obtención de la satisfacción del cliente.

La ejecución adecuada de las funciones de la gestión administrativa, ha permitido que las estrategias y los recursos sean utilizados de forma idónea para el logro de las metas propuestas, como lo ha sido cubrir las necesidades y expectativas de los consumidores, siendo así caracterizados en el cumplimiento de los elementos de la satisfacción del cliente. Razón por la cual la empresa podrá tener condiciones para generar más ingresos que le permitirán tener un mayor desarrollo y alcance al nivel de todo el país.

Con esta investigación se podrán llenar vacíos de conocimiento relacionados con la gestión administrativa y la satisfacción del cliente. La información también puede servir para apoyar teorías relacionadas con la gestión administrativa y la satisfacción del cliente y la relación entre ellas. Adicionalmente, se ofrece la posibilidad de una exploración más profunda sobre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente en empresas de marketing con el fin de sugerir recomendaciones para futuros estudios.

En esta investigación se adecuaron instrumentos acordes a las características y necesidades de este trabajo de investigación para recolectar datos sobre la gestión administrativa y la satisfacción del cliente en empresas de marketing, se pudo determinar la relación entre variables con la finalidad de estudiar lo mejor posible la población o la muestra de la investigación. Este instrumento de recolección de información puede ser utilizado por otros investigadores interesados en realizar estudios similares.

Referencias

Anchelia-Gonzales, V., Inga-Arias, M., Olivares-Rodríguez, Escalante-Flores, J. (2021). La gestión administrativa y compromiso organizacional en

- instituciones educativas. *Revista Propósitos y Representaciones*, 9 (SPE1), e899. Doi: <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2021.v9nSPE1.899>
- Angulo Angulo y Yoselly Milagritos. (2021). *La gestión administrativa bajo el enfoque de marketing en las micro y pequeñas empresas del rubro de panaderías en el distrito de Contumazá – Cajamarca 2018*. [Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de Contabilidad, Chimbote, Perú.] <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/22790>
- Caldas, M; Carrión, R y Heras, A. (2017). *Empresa e iniciativa emprendedora – Unidad 13 Gestion Administrativa*. https://play.google.com/books/reader?id=-ukpDwAAQBAJ&pg=GBS.PA242&hl=en_US
- Chicaiza, Oscar; Bastidas, Michelle; Llano, Adriana; Moreno, Paola y Hernández, Marco. (2018). Políticas de selección del personal y satisfacción del cliente en hospitales públicos del Ecuador. *Revista Cubana Invest Bioméd*. vol.37 no.1. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-03002018000100012&script=sci_arttext&tlng=en
- Chumpitaz Napan Nidia Sarita. (2020). *Gestion Administrativa y satisfaccion del cliente socio en la cooperativa de Ahorro y Credito Santa Maria Magdalena, 2020*. [Universidad Cesar Vallejo – Escuela de Posgrado – Programa Academico de Maestria en Administracionde Negocios - MBA] <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/48349>
- Del Pino Romero Jimi Andy. (2018). *Calidad del servicio y satisfaccion del cliente en los principales restaurantes del distrito de Juliaca provincia de San Román 2018*. [Universidad nacional del Altiplano - Escuela de posgrado, Maestría en ciencias sociales] <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/3278564> <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/9970>
- Gonzales, S; Viteri, D; Izquierdo, Ay Verdezoto, G. (2020). Modelo de gestión administrativa para el desarrollo empresarial del Hotel Barros en la ciudad de Quevedo. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4). http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000400032&script=sci_arttext&tlng=en
- Mendivel, Ruth; Lavado, Carmen y Sánchez, Angelica. (2020). **Gestión administrativa y gestión de talento humano por competencias en la Universidad peruana Los Andes, Filial Chanchamayo**. *Revista Scielo*. Conrado vol.16 no.72. ISSN 1990-8644 http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442020000100262
- Mendoza, W; García, T; Delgado, M y Barreiro, I. (2018). El control interno y su influencia en la gestión administrativa del sector público. *Revista Científica, Dominio de las Ciencias*. 4(4), 206 - 240. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6656251>
- Monroy, M. (2019). Factores de la satisfacción del cliente: perspectivas en restaurantes de comida rápida. *Revista de Investigaciones de la Institución Universitaria EAM*, 11(1), 70 - 87. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7399782>
- Moreno Cárdenas Edison Yuver. (2019). Calidad del servicio de internet y satisfacción del cliente. *Revista Industrial Data*. 22(2): 105-116. <https://www.redalyc.org/ournal/816/81662532008/81662532008.pdf>
- Mosquera, E; Erazo, J; Narváez, C. (2019). Estrategias Administrativas y Financieras: herramientas clave

para una gestión eficiente. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*. ISSN-e 2542-3088, Vol. 4, N.º. Extra 1 (Edición Especial), págs. 32-67. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7062646>

Nítido Marketing & Business (MKT). (2022). *Nítido Marketing & Business. - Quienes somos*. <https://nitidomkt.com/>

Peña Ponce, D. K., Sánchez Chancay, M. R., Sancan López, L. T. (2022). Gestión administrativa y su impacto en la calidad del servicio. *Revista RECIMUNDO*. 6(suppl 1), 120-131. [https://doi.org/10.26820/recimundo/6.\(suppl1\).junio.2022.120-131](https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(suppl1).junio.2022.120-131)

Pérez León, Henry Santiago. (2017). *Evaluación de la gestión de calidad y la satisfacción del cliente según modelo servqual del servicio de delivery en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Huaraz, 2016*. [Universidad Católica Los Ángeles Chimbote - Facultad de ciencias contables, financieras y administrativas, Escuela de post grado de administración]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/4899>

Pinargote-Montenegro Karen Gisela. (2019). Importancia del Marketing en las empresas. *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación en Ciencias Administrativas, Económicas y Contables)*. ISSN: 2588-090X. *Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP)*, Vol. 4. Núm. 10(4). 77-96. <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/38>

Riffo San Martín, Rocío Soledad. (2019). Gestión administrativa y de calidad en los centros escolares de los Chorrillos. *Revista Científica*. Vol. 4. 153-172. <https://www.redalyc.org/journal/5636/563662173010/563662173010.pdf>

Vigo Cancino, Jhonny Manfredy. (2021). *Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en un laboratorio de análisis clínicos de Pacasmayo*. [Universidad Nacional de Trujillo – Escuela de Posgrado, Unidad de Posgrado en Ingeniería]. Vigo Cancino, Jhonny Manfredy.pdf (9.987Mb)

Anexo 1

Formulario de la encuesta aplicada a los colaboradores

El objetivo es analizar la gestión administrativa y su impacto en la satisfacción del cliente de la empresa Nítido Marketing & Business, ubicada en la ciudad de Manta de la provincia de Manabí, para verificar y comprobar que el cumplimiento de las funciones y de los elementos que se realizan en la misma inciden en su progreso.

Encuesta

Dirigida a los colaboradores de la empresa Nítido Marketing & Business.

¿Considera usted que la gestión administrativa de la empresa Nítido Marketing & Business es?

- Muy buena ()
- Buena ()
- Regular ()
- Mala ()
- Muy mala ()

Seleccione las funciones de la gestión administrativa que cumple la empresa Nítido Marketing & Business.

- Planificación ()
- Organización ()
- Dirección ()
- Control ()
- Todas ()

Ninguna ()

¿Piensa usted que la gestión administrativa de la empresa Nítido Marketing & Business realiza estrategias que ayudan al desarrollo de esta?

Muy de acuerdo ()

De acuerdo ()

Neutral ()

En desacuerdo ()

Muy en desacuerdo ()

¿Qué tan importante cree usted que es la maximización de los recursos financieros, materiales, humanos y tecnológicos para la gestión administrativa de la empresa Nítido Marketing & Business?

Muy importante ()

Importante ()

Neutral ()

Poco importante ()

No es importante ()

¿Con que frecuencia los responsables de la gestión administrativa de la empresa Nítido Marketing & Business gestionan capacitaciones a sus colaboradores?

Muy frecuentemente ()

Frecuentemente ()

Ocasionalmente ()

Raramente ()

Nunca ()

Anexo 2

Formulario de la encuesta aplicada a los clientes

El objetivo es analizar la gestión administrativa y su impacto en la satisfacción del cliente de la empresa Nítido Marketing & Business, ubicada

en la ciudad de Manta de la provincia de Manabí, para verificar y comprobar que el cumplimiento de las funciones y de los elementos que se realizan en la misma inciden en su progreso.

Encuesta

Dirigida a los clientes de la empresa Nítido Marketing & Business.

¿Cuál de las siguientes opciones, representa su conformidad con el desempeño de la empresa Nítido Marketing & Business?

Muy satisfecho ()

Satisfecho ()

Neutral ()

Poco satisfecho ()

No satisfecho ()

Seleccione los elementos de la satisfacción del cliente que cree usted cumple la empresa Nítido Marketing & Business.

Desempeño ()

Expectativas ()

Satisfacción ()

Todas ()

Ninguna ()

¿Considera usted que la gestión administrativa de la empresa Nítido Marketing & Business determina la satisfacción del cliente?

Muy de acuerdo ()

De acuerdo ()

Neutral ()

En desacuerdo ()

Muy en desacuerdo ()

¿Qué tan importante es para usted que la empresa Nítido Marketing & Business cumpla con sus

expectativas?

Muy importante ()

Importante ()

Neutral ()

Poco importante ()

No es importante ()

¿Con que frecuencia la empresa Nítido Marketing & Business y sus colaboradores cumplen sus niveles de satisfacción respecto al servicio que brindan?

Muy frecuentemente ()

Frecuentemente ()

Ocasionalmente ()

Raramente ()

Nunca ()