



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

Gestión por procesos y su incidencia en la satisfacción del cliente de
NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. Trujillo, 2022.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Ingeniero Industrial

AUTORES:

Carrasco Nuñez, Juichi Junior (orcid.org/0000-0002-3646-3758)

Escobedo Loyola, Junior Armando (orcid.org/0000-0001-7524-6126)

ASESOR:

Dr. Gonzalez Vasquez, Joe Alexis (orcid.org/0000-0001-7816-0977)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Empresarial y Productiva

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TRUJILLO — PERÚ

2022

Dedicatoria

Dedico esta investigación a mis hermanas y mi pareja por todo el apoyo y el gran soporte que han sido durante todo este tiempo, sobre todo a Wilson y Ana ya que siempre serán mi mayor motivación para poder seguir cumpliendo mis objetivos, gracias por hacer todo esto posibles padres, lo logramos.

Juichi Junior Carrasco Nuñez

Dedico esta investigación a mis padres María y Ritter que gracias a su esfuerzo económico y moral día a día me brindaron su apoyo incondicional para poder lograr mi meta, a mis hermanos que ahora me ven como un ejemplo a seguir y que siempre creyeron en mí.

A mis amigos, compañeros y profesores que estuvieron presentes en todo este trayendo de estudios y me vieron lograr mi meta.

Junior Armando Escobedo Loyola

Agradecimiento

A nuestros padres, a nuestros maestros por los conocimientos impartidos durante nuestra etapa universitaria, a nuestro asesor por su apoyo y los consejos brindados para desarrollar esta tesis.

Índice de Contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de Contenidos	iv
Índice de Tablas	v
Índice de gráficos y figuras.....	viii
RESUMEN	xi
ABSTRACT.....	xii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	8
III. METODOLOGÍA	19
3.1. Tipo y diseño de investigación	19
3.2. Variables y operacionalización	21
3.3. Población, muestra y muestreo	22
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	24
3.5. Procedimientos	29
3.6. Método de análisis de datos	30
3.7. Aspectos éticos.....	30
IV. RESULTADOS.....	31
4.1. Diagnóstico de la situación actual de la empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022.	31
4.2. Procesos de la empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022.....	36
4.3. Propuesta de gestión por procesos con orientación de satisfacción al cliente para la empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022.	37
4.4. Estudio de satisfacción del cliente de la empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022.	65
4.5. Incidencia de la gestión por procesos en la satisfacción del cliente de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022.....	164
V. DISCUSIÓN	166
VI. CONCLUSIONES.....	172
VII. RECOMENDACIONES	175
REFERENCIAS.....	176
ANEXOS	183

Índice de Tablas

Tabla 1	<i>Estratificación de la muestra en detalle</i>	23
Tabla 2	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	28
Tabla 3	<i>Gestión Administrativa NORT FRIGO CENTER EIRL</i>	35
Tabla 4	Macro-Procesos por Área Organizacional	36
Tabla 5	Procesos por Macro-Procesos	37
Tabla 6	Resumen de procesos estratégicos por macroproceso	38
Tabla 7	Resumen de procesos operativos por macroproceso	44
Tabla 8	Resumen de procesos operativos por macroproceso	50
Tabla 9	<i>Resumen de Matriz de priorización PARETO</i>	62
Tabla 10	<i>Resumen de Matriz de seguimiento</i>	64
Tabla 11	<i>Género</i>	65
Tabla 12	<i>Edad</i>	66
Tabla 13	<i>Cargo que ocupa el cliente corporativo</i>	67
Tabla 14	<i>Percepción del servicio acorde con lo que ofrece</i>	68
Tabla 15	<i>Percepción respecto de la atractividad de los canales digitales</i>	69
Tabla 16	<i>Percepción respecto de la eficiencia del servicio</i>	71
Tabla 17	<i>Percepción respecto de la personalización del servicio</i>	72
Tabla 18	<i>Resumen Promedios Calidad</i>	73
Tabla 19	<i>Resumen Calidad</i>	74
Tabla 20	<i>Percepción de precio justo</i>	76
Tabla 21	<i>Percepción de variación de precio</i>	77
Tabla 22	<i>Percepción de relación calidad-precio</i>	78
Tabla 23	<i>Resumen Promedios Precio</i>	79
Tabla 24	<i>Resumen Precio</i>	81
Tabla 25	<i>Percepción de seguridad en la calidad del servicio ofertado</i>	82
Tabla 26	<i>Percepción de seguridad en las transacciones económicas</i>	83
Tabla 27	<i>Percepción de seguridad en los procesos de devolución y/o reclamo</i>	84
Tabla 28	<i>Resumen Promedios Seguridad</i>	85
Tabla 29	<i>Resumen Seguridad</i>	87
Tabla 30	<i>Percepción de honestidad de los servicios</i>	88
Tabla 31	<i>Percepción de confianza (orientada hacia la entrega oportuna del servicio)</i>	89
Tabla 32	<i>Percepción de fiabilidad (orientada hacia la calidad del servicio)</i>	90
Tabla 33	<i>Resumen Promedios Reputación</i>	91
Tabla 34	<i>Resumen Reputación</i>	93
Tabla 35	<i>Percepción de contestación rápida a las consultas</i>	94
Tabla 36	<i>Percepción de soluciones rápidas a las incidencias</i>	95
Tabla 37	<i>Percepción de rapidez y agilidad de los servicios por parte de los colaboradores</i>	96
Tabla 38	<i>Resumen Promedios Tiempos de Respuesta</i>	98
Tabla 39	<i>Resumen Tiempos de Respuesta</i>	99
Tabla 40	<i>Percepción de trato amable y con educación a los colaboradores</i>	100
Tabla 41	<i>Percepción de trato amable y con educación a los clientes</i>	101
Tabla 42	<i>Percepción de disposición a la ayuda</i>	103
Tabla 43	<i>Resumen Promedios Amabilidad</i>	104
Tabla 44	<i>Resumen Amabilidad</i>	105

Tabla 45 <i>Percepción de conocimiento de las necesidades de los clientes</i>	106
Tabla 46 <i>Percepción de ofrecimiento de respuesta ante las necesidades de los clientes</i>	107
Tabla 47 <i>Percepción respecto a la comprensión de las preguntas e inquietudes de los clientes</i>	109
Tabla 48 <i>Resumen Promedios Comprensión de las Necesidades</i>	110
Tabla 49 <i>Resumen Promedios Comprensión de las Necesidades</i>	111
Tabla 50 <i>Resumen Promedios Satisfacción del cliente</i>	112
Tabla 51 <i>Resumen Satisfacción del cliente</i>	113
Tabla 52 <i>Género</i>	115
Tabla 53 <i>Edad</i>	116
Tabla 54 <i>Cargo que ocupa el cliente corporativo</i>	117
Tabla 55 <i>Percepción del servicio acorde con lo que ofrece</i>	118
Tabla 56 <i>Percepción respecto de la atractividad de los canales digitales</i>	119
Tabla 57 <i>Percepción respecto de la eficiencia del servicio</i>	121
Tabla 58 <i>Percepción respecto de la personalización del servicio</i>	122
Tabla 59 <i>Resumen Promedios Calidad</i>	123
Tabla 60 <i>Resumen Calidad</i>	124
Tabla 61 <i>Percepción de precio justo</i>	126
Tabla 62 <i>Percepción de variación de precio</i>	127
Tabla 63 <i>Percepción de relación calidad-precio</i>	128
Tabla 64 <i>Resumen Promedios Precio</i>	129
Tabla 65 <i>Resumen Precio</i>	130
Tabla 66 <i>Percepción de seguridad en la calidad del servicio ofertado</i>	132
Tabla 67 <i>Percepción de seguridad en las transacciones económicas</i>	133
Tabla 68 <i>Percepción de seguridad en los procesos de devolución y/o reclamo</i>	134
Tabla 69 <i>Resumen Promedios Seguridad</i>	135
Tabla 70 <i>Resumen Seguridad</i>	136
Tabla 71 <i>Percepción de honestidad de los servicios</i>	138
Tabla 72 <i>Percepción de confianza (orientada hacia la entrega oportuna del servicio)</i>	139
Tabla 73 <i>Percepción de fiabilidad (orientada hacia la calidad del servicio)</i>	140
Tabla 74 <i>Resumen Promedios Reputación</i>	141
Tabla 75 <i>Resumen Reputación</i>	142
Tabla 76 <i>Percepción de contestación rápida a las consultas</i>	144
Tabla 77 <i>Percepción de soluciones rápidas a las incidencias</i>	145
Tabla 78 <i>Percepción de rapidez y agilidad de los servicios por parte de los colaboradores</i>	146
Tabla 79 <i>Resumen Promedios Tiempos de Respuesta</i>	147
Tabla 80 <i>Resumen Tiempos de Respuesta</i>	148
Tabla 81 <i>Percepción de trato amable y con educación a los colaboradores</i>	150
Tabla 82 <i>Percepción de trato amable y con educación a los clientes</i>	151
Tabla 83 <i>Percepción de disposición a la ayuda</i>	152
Tabla 84 <i>Resumen Promedios Amabilidad</i>	153
Tabla 85 <i>Resumen Amabilidad</i>	154
Tabla 86 <i>Percepción de conocimiento de las necesidades de los clientes</i>	156
Tabla 87 <i>Percepción de ofrecimiento de respuesta ante las necesidades de los clientes</i>	157

Tabla 88 <i>Percepción respecto a la comprensión de las preguntas e inquietudes de los clientes</i>	158
Tabla 89 <i>Resumen Promedios Comprensión de las Necesidades</i>	159
Tabla 90 <i>Resumen Promedios Comprensión de las Necesidades</i>	160
Tabla 91 <i>Resumen Promedios Satisfacción del cliente</i>	162
Tabla 92 <i>Resumen Satisfacción del cliente</i>	163
Tabla 93 <i>Comparativo resumen pre y post prueba</i>	164
Tabla 94 <i>Comparativo en detalle por dimensión pre y post prueba</i>	165

Índice de gráficos y figuras

Figura 1 Organigrama NORT FRIGO CENTER EIRL	33
Figura 2 FODA NORT FRIGO CENTER EIRL	34
Figura 3 Diagrama de Ishikawa NORT FRIGO CENTER EIRL	34
Figura 4 MAPA DE PROCESOS	37
Figura 5 Diagrama de Snake and Leaders Dirección Gerencial.....	39
Figura 6 Diagrama de flujo Dirección Gerencial.....	39
Figura 7 Diagrama de Snake and Leaders Dirección Administrativa	40
Figura 8 Diagrama de flujo Dirección Administrativa	41
Figura 9 Diagrama de Snake and Leaders Planificación Financiera.....	42
Figura 10 Diagrama de flujo Planificación Financiera.....	42
Figura 11 Diagrama de Snake and Leaders Gestión Comercial	43
Figura 12 Diagrama de flujo Gestión Comercial.....	44
Figura 13 Diagrama de Snake and Leaders Recepción de Pedidos.....	45
Figura 14 Diagrama de flujo Recepción de Pedidos.....	45
Figura 15 Diagrama de Snake and Leaders Recepción de Equipos.....	47
Figura 16 Diagrama de flujo Recepción de Equipos.....	47
Figura 17 Diagrama de Snake and Leaders Instalación.....	48
Figura 18 Diagrama de flujo Instalación.....	48
Figura 19 Diagrama de Snake and Leaders Mantenimiento	49
Figura 20 Diagrama de flujo Mantenimiento	49
Figura 21 Diagrama de Snake and Leaders Ventas	51
Figura 22 Diagrama de flujo Ventas	51
Figura 23 Diagrama de Snake and Leaders Contabilidad y Finanzas	53
Figura 24 Diagrama de flujo Contabilidad y Finanzas	53
Figura 25 Diagrama de Snake and Leaders Compras y Abastecimiento	54
Figura 26 Diagrama de flujo Compras y Abastecimiento	54
Figura 27 Diagrama de Snake and Leaders Almacén	55
Figura 28 Diagrama de flujo Compras y Almacén.....	56
Figura 29 Diagrama de Snake and Leaders Administración de personal.....	56
Figura 30 Diagrama de flujo Compras y Administración de personal	57
Figura 31 Diagrama de Snake and Leaders Seguridad Industrial	58
Figura 32 Diagrama de flujo Seguridad Industrial.....	58
Figura 33 Matriz de priorización – NORT FRIGO CENTER EIRL	59
Figura 34 Causa Raíz 1 Falta de MANO DE OBRA PROFESIONAL ESPECIALIZADA ..	59
Figura 35 Causa Raíz 2 Falta de capacitación al personal.....	60
Figura 36 Causa Raíz 3 Falta de gestión de seguimiento.....	61
Figura 37 Causa Raíz 4 Falta de INDICADORES DE GESTIÓN.....	61
Figura 38 Causa Raíz 5 Falta de PLAN DE MANTENIMIENTO PREVENTIVO INDEPENDIENTE.....	62
Figura 39 Priorización de causas de la empresa NORTFRIGOCENTER E.I.R.L.....	63
Figura 40 Género	65
Figura 41 Edad.....	66
Figura 42 Cargo que ocupa el cliente corporativo.....	68
Figura 43 Percepción del servicio acorde con lo que ofrece.....	69
Figura 44 Percepción respecto de la atractividad de los canales digitales.....	70

Figura 45	<i>Percepción respecto de la eficiencia del servicio</i>	71
Figura 46	<i>Percepción respecto de la personalización del servicio</i>	72
Figura 47	<i>Resumen Promedios Calidad</i>	74
Figura 48	<i>Resumen Calidad</i>	75
Figura 49	<i>Percepción de precio justo</i>	76
Figura 50	<i>Percepción de variación de precio</i>	78
Figura 51	<i>Percepción de relación calidad-precio</i>	79
Figura 52	<i>Resumen Promedios Precio</i>	80
Figura 53	<i>Resumen Precio</i>	81
Figura 54	<i>Percepción de seguridad en la calidad del servicio ofertado</i>	82
Figura 55	<i>Percepción de seguridad en las transacciones económicas</i>	84
Figura 56	<i>Percepción de seguridad en los procesos de devolución y/o reclamo</i>	85
Figura 57	<i>Resumen Promedios Seguridad</i>	86
Figura 58	<i>Resumen Seguridad</i>	87
Figura 59	<i>Percepción de honestidad de los servicios</i>	88
Figura 60	<i>Percepción de confianza (orientada hacia la entrega oportuna del servicio)</i>	90
Figura 61	<i>Percepción de fiabilidad (orientada hacia la calidad del servicio)</i>	91
Figura 62	<i>Resumen Promedios Reputación</i>	92
Figura 63	<i>Resumen Reputación</i>	93
Figura 64	<i>Percepción de contestación rápida a las consultas</i>	94
Figura 65	<i>Percepción de soluciones rápidas a las incidencias</i>	96
Figura 66	<i>Percepción de rapidez y agilidad de los servicios por parte de los colaboradores</i>	97
Figura 67	<i>Resumen Promedios Tiempos de Respuesta</i>	98
Figura 68	<i>Resumen Tiempos de Respuesta</i>	99
Figura 69	<i>Percepción de trato amable y con educación a los colaboradores</i>	101
Figura 70	<i>Percepción de trato amable y con educación a los clientes</i>	102
Figura 71	<i>Percepción de disposición a la ayuda</i>	103
Figura 72	<i>Resumen Promedios Amabilidad</i>	104
Figura 73	<i>Resumen Amabilidad</i>	105
Figura 74	<i>Percepción de conocimiento de las necesidades de los clientes</i>	107
Figura 75	<i>Percepción de ofrecimiento de respuesta ante las necesidades de los clientes</i>	108
Figura 76	<i>Percepción respecto a la comprensión de las preguntas e inquietudes de los clientes</i>	109
Figura 77	<i>Resumen Promedios Comprensión de las Necesidades</i>	110
Figura 78	<i>Resumen Promedios Comprensión de las Necesidades</i>	111
Figura 79	<i>Resumen Promedios Satisfacción del cliente</i>	113
Figura 80	<i>Resumen Satisfacción del cliente</i>	114
Figura 81	<i>Género</i>	115
Figura 82	<i>Edad</i>	116
Figura 83	<i>Cargo que ocupa el cliente corporativo</i>	117
Figura 84	<i>Percepción del servicio acorde con lo que ofrece</i>	119
Figura 85	<i>Percepción respecto de la atractividad de los canales digitales</i>	120
Figura 86	<i>Percepción respecto de la eficiencia del servicio</i>	121
Figura 87	<i>Percepción respecto de la personalización del servicio</i>	123
Figura 88	<i>Resumen Promedios Calidad</i>	124

Figura 89 <i>Resumen Calidad</i>	125
Figura 90 <i>Percepción de precio justo</i>	126
Figura 91 <i>Percepción de variación de precio</i>	127
Figura 92 <i>Percepción de relación calidad-precio</i>	129
Figura 93 <i>Resumen Promedios Precio</i>	130
Figura 94 <i>Resumen Precio</i>	131
Figura 95 <i>Percepción de seguridad en la calidad del servicio ofertado</i>	132
Figura 96 <i>Percepción de seguridad en las transacciones económicas</i>	133
Figura 97 <i>Percepción de seguridad en los procesos de devolución y/o reclamo</i>	135
Figura 98 <i>Resumen Promedios Seguridad</i>	136
Figura 99 <i>Resumen Seguridad</i>	137
Figura 100 <i>Percepción de honestidad de los servicios</i>	138
Figura 101 <i>Percepción de confianza (orientada hacia la entrega oportuna del servicio)</i>	139
Figura 102 <i>Percepción de fiabilidad (orientada hacia la calidad del servicio)</i>	141
Figura 103 <i>Resumen Promedios Reputación</i>	142
Figura 104 <i>Resumen Reputación</i>	143
Figura 105 <i>Percepción de contestación rápida a las consultas</i>	144
Figura 106 <i>Percepción de soluciones rápidas a las incidencias</i>	145
Figura 107 <i>Percepción de rapidez y agilidad de los servicios por parte de los colaboradores</i>	147
Figura 108 <i>Resumen Promedios Tiempos de Respuesta</i>	148
Figura 109 <i>Resumen Tiempos de Respuesta</i>	149
Figura 110 <i>Percepción de trato amable y con educación a los colaboradores</i>	150
Figura 111 <i>Percepción de trato amable y con educación a los clientes</i>	151
Figura 112 <i>Percepción de disposición a la ayuda</i>	153
Figura 113 <i>Resumen Promedios Amabilidad</i>	154
Figura 114 <i>Resumen Amabilidad</i>	155
Figura 115 <i>Percepción de conocimiento de las necesidades de los clientes</i>	156
Figura 116 <i>Percepción de ofrecimiento de respuesta ante las necesidades de los clientes</i>	157
Figura 117 <i>Percepción respecto a la comprensión de las preguntas e inquietudes de los clientes</i>	159
Figura 118 <i>Resumen Promedios Comprensión de las Necesidades</i>	160
Figura 119 <i>Resumen Promedios Comprensión de las Necesidades</i>	161
Figura 120 <i>Resumen Promedios Satisfacción del cliente</i>	162
Figura 121 <i>Resumen Satisfacción del cliente</i>	163

RESUMEN

El presente estudio tiene como propósito establecer la relación de incidencia entre la gestión por procesos y la satisfacción de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022. La presente investigación es de tipo aplicada con diseño preexperimental Con una pre y post prueba. La muestra se observó por un total de 25 días para el contraste de los resultados. Para diseñar la gestión por procesos se evaluó las causas raíz de los problemas de gestión por procesos asociados a satisfacción al cliente, resaltando y priorizando los problemas en la deficiente gestión de seguimiento del servicio con la que se contaba. Se evidencia una variante de 0.66 puntos en la media ascendiendo a 4.21 y teniendo una significancia del 84.28% de satisfacción al cliente. Presentando una mejora de 13.27 puntos porcentuales. Se acepta la hipótesis de que la gestión por procesos incrementa la satisfacción de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022.

Palabras claves: Gestión por procesos, Satisfacción al cliente, servicios de frío.

ABSTRACT

The purpose of this study is to establish the relationship between process management and customer satisfaction of NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022. The present research is applied type with pre-experimental design with a pre and post test. The sample was observed for a total of 25 days for the contrast of the results. In order to design the management by processes, the root causes of the problems of management by processes associated with customer satisfaction were evaluated, highlighting and prioritizing the problems in the poor management of follow-up of the service that was available. A variant of 0.66 points is evidenced in the average amounting to 4.21 and having a significance of 84.28% of customer satisfaction. Showing an improvement of 13.27 percentage points. We accept the hypothesis that process management increases customer satisfaction of NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022.

Keywords: Process management, Customer satisfaction, cold services.

I. INTRODUCCIÓN

La cadena de frío es el soporte térmico de numerosos procedimientos destinados a garantizar la cadena de producción de cinco tipos de productos: alimentos frescos, alimentos procesados, flores frescas, medicamentos termolábiles y órganos humanos (tejidos). Desde el punto de vista industrial, la cadena se esfuerza por proteger los productos de las temperaturas críticas y de los riesgos físicos, químicos y microbiológicos evidentes caracterizados por tener influencia directa en la seguridad y en la calidad de los alimentos, así como en la salud de quienes consumen estos productos. (Mohammadian et al. 2020)¹. En la ingeniería industrial, la medición de la productividad y eficiencia de los procesos térmicos se estudia linealmente desde una perspectiva técnica (energía) y financiera (contabilidad), pero la investigación interdisciplinaria, en particular a nivel de la exergía, es escasa, lo que indica una laguna de conocimiento en su tratamiento. (Niño y Hugo, 2018)².

En el proceso de la cadena de frío, los procedimientos logísticos como el almacenamiento, el envío, la carga, la distribución, el envasado y la descarga implican el mantenimiento de una temperatura y una humedad relativa controladas, desde que el producto se procesa hasta que llega al cliente final. A lo largo de la cadena logística, hay múltiples eslabones: preenfriamiento, almacenamiento en frío antes del tránsito para la comercialización, transporte con refrigeración, punto de venta con cámara frigorífica, exposición y venta en equipos refrigerados. (Zúñiga y Guerrero, 2016)³.

El mercado de los servicios logísticos de transporte y entrega a temperatura controlada ha pasado rápidamente de ser un sector emergente a uno con una tendencia de desarrollo definida. El vasto mercado de los servicios de la cadena de frío incluye aplicaciones en la salud humana, la salud animal para el transporte de

¹ MOHAMMADIAN, Esmail, ALIZADEH-SANI, Mahmood y JAFARI, Seid Mahdi, 2020. Smart monitoring of gas/temperature changes within food packaging based on natural colorants. *Comprehensive reviews in food science and food safety*. en línea. 2020. Vol. 19, no. 6, pp. 2885–2931. DOI 10.1111/1541-4337.12635.

² NIÑO, Cely y HUGO, Víctor, 2018. Medición de la productividad en procesos industriales que integren cadena de frío, basada en evaluaciones de exergoeconomía y ecoeficiencia.

³ ZUÑIGA Zapata, Ana Cristina y GUERRERO, Diego Fernando, 2016. Análisis de condiciones de mercado para el desarrollo de tecnologías de cadena de frío. *Sinapsis -Revista de Investigación de la Escuela de Administración y Mercadotecnia del Quindío-EAM*. en línea. 2016. Vol. 8, no. 2, pp. 29–43. [Consultado 1 diciembre 2022]. Recuperado a partir de: <https://app.eam.edu.co/ojs/index.php/sinapis/article/view/27>

productos biológicos y la entrega y distribución de alimentos perecederos. En el Caribe y América Latina, los gastos destinados a servicios logísticos tienen una variación entre 18 y 35 puntos porcentuales del valor total (con incidencia mayor en las PYME, 45 puntos porcentuales). (Zúñiga y Guerrero, 2016)³.

Hacer una propuesta e implementación de este tipo de gestión es un esfuerzo exigente y laborioso. Las organizaciones que son categorizadas como exitosas han demostrado una estructura funcional durante siglos (Medina et al. 2019)⁴.

Si bien los procesos siempre han existido, son los responsables de transformar y agregar valor; por ello, no es igual para la "mejora de procesos", que desde la introducción de la ciencia del *management*, ha estado asociada a la mejoría de procesos y actividades, pero jamás con un requerimiento de alineación a la estrategia de la organización, como se requiere actualmente. (Khan et al. 2017)⁵.

En la actualidad, las normas y los modelos de excelencia ilustran que el uso creciente de un enfoque basado en procesos hace posible la gestión de las interrelaciones dentro de una empresa, lo que aumenta la satisfacción de las partes interesadas. Debido al procesamiento de enormes cantidades de información, al uso limitado de mecanismos que crean interrelaciones y a la incapacidad de adaptarse rápidamente a los cambios del entorno, las organizaciones no pueden gestionar eficazmente su información, la implementación de este enfoque en las empresas se ha vuelto difícil. (González et al. 2019)⁶.

⁴ MEDINA LEÓN, Alberto, NOGUEIRA RIVERA, Dianelys, HERNÁNDEZ-NARIÑO, Arialys y COMAS RODRÍGUEZ, Raúl, 2019. Procedimiento para la gestión por procesos: métodos y herramientas de apoyo. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*. en línea. 2019. Vol. 27, no. 2, pp. 328–342. DOI 10.4067/s0718-33052019000200328.

⁵ KHAN, Arif Ali, KEUNG, Jacky W., FAZAL-E-AMIN y ABDULLAH-AL-WADUD, M., 2017. SPIIMM: Toward a model for software process improvement implementation and management in global software development. *IEEE access: practical innovations, open solutions*. en línea. 2017. Vol. 5, pp. 13720–13741. DOI 10.1109/access.2017.2728603.

⁶ GONZÁLEZ, Aleida González, RODRÍGUEZ, Lisandra Leal, MARTÍNEZ CABALLERO, Daymí y MORALES FONTE, Dayli, 2019. Herramientas para la gestión por procesos. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*. en línea. 2019. Vol. 15, no. 28. DOI 10.18270/cuaderlam.v15i28.2681.

La gestión por procesos ayuda a la dirección de las empresas a identificar, diseñar, representar, mejorar, controlar, formalizar y hacer sus procesos más productivos mediante una gestión excelente. (Alvarado y Díaz, 2020)⁷

Las organizaciones tradicionales poseen estructuras funcionales en las que predomina la jerarquía de niveles y funciones, en contraste con las organizaciones de procesos, que se concentran en la consecución de resultados. Tradicionalmente, los organigramas jerárquicos se centraban en la definición y evaluación de los puestos. Sin embargo, los modelos de gestión actuales (EFQM, ISO 9000, etc.) incorporaron la gestión por procesos como una necesidad, ya que todo el funcionamiento de la empresa debe verse como una red de procesos. (Contreras et al. 2017)⁸.

Bruni (2017)⁹ afirmó que, en particular, la alta dirección tiene que demostrar su compromiso y liderazgo con la orientación al usuario garantizando que los requisitos, los legales y reglamentarios aplicables se identifiquen, se entiendan y se cumplan regularmente; se reconocen y examinan los riesgos y las oportunidades que pueden repercutir en la conformidad de los productos y servicios y el potencial para aumentar la satisfacción del cliente, y se mantiene el énfasis en aumentar la satisfacción de este mismo. Además, el estudio original es una contribución a la actualización de la industria del transporte, lo cual es una necesidad importante para la organización del estudio evidenciado en el primer acercamiento a la realidad problemática mediante la entrevista aplicada al gerente general de la misma.

Además, la norma ISO 9001 estipula que "la empresa debe hacer un seguimiento de los comentarios de los clientes sobre el grado de cumplimiento de sus requisitos y expectativas" y "debe establecer procesos para recibir, controlar y revisar esta información". (Bruni, 2017)⁹.

⁷ ALVARADO LEÓN, Evelyn Lizeth y DÍAZ ZAMORA, Juan Daniel, 2022. Propuesta de un modelo de planeamiento y control de la producción basado en la gestión por procesos aplicados a las MYPES productoras de mango en la provincia de Casma, Áncash, con la finalidad de incrementar su productividad. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

⁸ CONTRERAS CONTRERAS, Fortunato, OLAYA GUERRERO, Julio César y MATOS URIBE, Fausto Francisco, 2017. GESTION POR PROCESOS, INDICADORES Y ESTANDARES PARA UNIDADES DE INFORMACION. en línea. Avenida Ignacio Merino N° 1738, Lince / Lima-Perú: Oscar Ricardo Retamozo Ramos. [Consultado 1 diciembre 2022]. Recuperado a partir de: <http://eprints.rclis.org/31012/1/Gesti%C3%B3n%20por%20procesos%2C%20indicadores%20estandares.pdf>

⁹ BRUNI, Paride, 2017. La satisfacción del cliente. Thema-med.com. en línea. 2017. [Consultado 30 noviembre 2022]. Recuperado a partir de: <https://www.thema-med.com/wp-content/uploads/2017/10/LASATISFACCI%C3%93N-DEL-CLIENTE.pdf>

Alkhurshan y Rjoub (2020)¹⁰ determinaron la relevancia de analizar la satisfacción del cliente, un cliente satisfecho suele volver a comprar el servicio y compartir sus experiencias positivas con otros consumidores potenciales. Por estas razones, la lealtad del cliente se evalúa en función de la impresión del consumidor sobre la calidad del servicio o producto recibido. Teniendo en cuenta que la satisfacción es un predictor de la intención futura de volver a comprar un servicio o producto, es crucial identificar las características que la preceden. Si creemos que el servicio al cliente es un intento de generar, mantener e incrementar la satisfacción de este mismo, entonces es aceptable asumir que la calidad del servicio y la satisfacción del consumidor se refuerzan mutuamente. Una encuesta con escala Likert de siete puntos es un ejemplo de medición, ya que es una de las formas factibles y viables disponibles para medir la satisfacción. (Guerrero et al. 2018)¹¹.

Varias empresas destacan no sólo una elección racional, sino también un compromiso emocional con la marca. Las empresas con más éxito van más allá de garantizar la satisfacción completa. Está claro que la clave para fidelizar a los clientes es presentarles un valor excepcional. (Espinoza, 2018)¹²

La satisfacción de los clientes tiene un impacto significativo en la viabilidad actual y quizás el futuro de una empresa. Actualmente, las empresas intentan conectar con los consumidores para aumentar su satisfacción y ganar su lealtad; como resultado, la importancia del cliente se eleva de manera que contribuye a la sostenibilidad y rentabilidad de la empresa. (Córdova y Gastelumendi, 2021)¹³.

En Colombia, la implementación de tecnologías e innovación en los procesos logísticos no es una estrategia que destaque en las empresas; de acuerdo con el Departamento Nacional de Planeación DPN solo un 35,6% de las empresas

¹⁰ ALKHURSHAN, Muath, CYPRUS INTERNATIONAL UNIVERSITY, FACULTY OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, RJOUB, Husam y CYPRUS INTERNATIONAL UNIVERSITY, FACULTY OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, 2020. The scope of an integrated analysis of trust switching barriers, customer satisfaction and loyalty. *Journal of Competitiveness*. en línea. 2020. Vol. 12, no. 2, pp. 5–21. DOI 10.7441/joc.2020.02.01.

¹¹ GUERRERO BEJARANO, Maria Auxiliadora, PARRA SUÁREZ, Richard John y ARCE VERA, Mayda Flor, 2018. La Satisfacción laboral y su efecto en la satisfacción del cliente, un análisis teórico. *INNOVA Research Journal*. en línea. 2018. Vol. 3, no. 8, pp. 157–162. DOI 10.33890/innova.v3.n8.2018.879.

¹² ESPINOZA ABARCA, Raida Asunción, 2018. Calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente en el restaurante turístico don Kike de la ciudad de, Ancash- Perú, 2018. en línea. Ancash, Perú.: Universidad Privada Telesup. [Consultado 1 diciembre 2022]. Recuperado a partir de: <https://repositorio.utelesup.edu.pe/handle/UTELESUP/84>

¹³ CÓRDOVA ÁVALOS, Tobías Jancarlos y GASTELUMENDI OBREGON, Hamilton Eduardo, 2021. Gestión de calidad del servicio y satisfacción del cliente en la Empresa de Transportes 11 S.A., región Ancash. Universidad César Vallejo.

implementan tecnologías en sus procesos, a pesar de ser conscientes que las necesitan. Por ello, se hace necesario un avance tecnológico que permita a las empresas la optimización de los procesos logísticos y el de inventarios desarrollado en cadena de frío. (Meneses y Riveros, 2019)¹⁴.

La complejidad que representa la gestión de productos que precisan de temperatura controlada como medicinas, alimentos perecederos entre otros, se reflejan en los altos costos que las empresas deben incurrir para garantizar la idoneidad de estos productos; instalaciones de temperatura controlada (cuartos de congelación y refrigeración), personal operativo idóneo, equipo de seguridad industrial, equipo de manutención etc. Se cree que el éxito de la cadena de frío depende del equilibrio entre la inversión en tecnología y el beneficio potencial de la empresa. La integración de la tecnología que puede vincularse al eslabón de transporte de la cadena logística es esencial, ya que contribuiría a minimizar las consecuencias de la ineficacia. (Hamisi, 2011)¹⁵.

La calidad del servicio es crucial para el éxito de cualquier empresa. Las organizaciones se ven obligadas a hacer llegar sus productos al distribuidor final en perfecto estado y en un plazo muy breve. Esta cuestión es importante para las empresas que tratan con productos perecederos o instalaciones farmacéuticas. Los responsables de la distribución deben tener en cuenta algo más que los factores mencionados. Deben tener en cuenta que su ruta de distribución consiste en una cadena de frío en la que cualquier cambio rápido de temperatura será perjudicial para la mercancía. (Bittrich, 2018)¹⁶. Para reducir la actividad de las bacterias patógenas, asegurar la conservación de los alimentos y aumentar su vida útil, se necesitan cámaras frigoríficas. Por ello, es fundamental mantener un rendimiento y unos protocolos de refrigeración adecuados a lo largo de la cadena, además de

¹⁴ MENESES, C. R. y RIVEROS, M. J. D., 2019. Logística 4.0 En La Gestión De Inventarios de productos en cadena de frío. Cultura de innovación turística: una apuesta para el cierre de brechas sociales y tecnológicas.

¹⁵ HAMISI, Sama, 2011. Challenges and opportunities of Tanzanian SMEs in adapting supply chain management. African Journal of Business Management . en línea. 2011. Vol. 5, no. 4, pp. 1266–1276. [Consultado 1 diciembre 2022]. Recuperado a partir de: https://www.researchgate.net/publication/228621677_Challenges_and_opportunities_of_Tanzanian_SMEs_in_adapting_supply_chain_management

¹⁶ BITTRICH VARGAS, Christian Alexander, 2019. Estudio de mercado y localización para la instalación de una planta elaboradora de etiquetas para el control y seguimiento de la cadena de frío de vacunas. Universidad de Lima.

una supervisión continua y un mantenimiento correctivo y preventivo. (Ashok et al. 2017)¹⁷.

Aterrizando en la realidad de la empresa NORT FRIGO CENTER EIRL, luego de la aplicación de una entrevista semiestructurada al gerente general, el señor Cristian Trevejo Añorga, se identificaron los siguientes problemas: en relación al equipo de trabajo, no existe una capacitación constante ni cuenta con profesionales especializados; respecto del método de trabajo, operan de manera práctica, carecen de gestión de seguimiento y planes de mantenimiento preventivos establecidos para cada uno de sus clientes; con respecto a la maquinaria con la que se cuenta, el problema identificado es la falta de plan de mantenimiento preventivo; la materia prima son en sí mismo el conocimiento y el personal que labora, conformado por técnicos orientados a la praxis. Finalmente, con respecto a las mediciones, se evidencia una carencia de indicadores de gestión. Concluyendo la problemática en general podemos ver que existe una carencia de gestión de procesos que está repercutiendo de manera negativa en la satisfacción de los usuarios, generando deserción en la contratación de servicios.

Por este motivo, es necesario una propuesta de gestión de procesos para mejorar la satisfacción del cliente de NORT FRIGO CENTER EIRL. Por lo que, visualizando el contexto y desde la perspectiva profesional de la Ingeniería Industrial, se da a conocer el problema de investigación: ¿De qué manera la gestión por procesos incide en la satisfacción del cliente de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022?

El estudio es conveniente puesto que busca la satisfacción del cliente de la organización para la contratación constante de los servicios sin la generación de deserción en la adquisición del mismo.

Su relevancia social está orientada a constituirse en un referente para otras MYPE sean del mismo sector o no a invertir en gestión industrial que redunde en el beneficio de sus organizaciones.

¹⁷ ASHOK, Ashvin, BRISON, Michael y LETALLEC, Yann, 2017. Improving cold chain systems: Challenges and solutions. Vaccine. en línea. 2017. Vol. 35, no. 17, pp. 2217–2223. DOI 10.1016/j.vaccine.2016.08.045.

Su justificación práctica asienta sus bases en el desarrollo en profundidad de una propuesta en sí como insumo replicable y aplicable para otras instituciones en otras realidades y sectores.

Así mismo, se justifica metodológicamente en la utilidad como guía o directriz de futuras investigaciones donde se busque comprobar la incidencia de la gestión de procesos en la satisfacción al cliente en el rubro de servicios de frío.

El objetivo general de este estudio consiste en establecer la relación de incidencia entre la gestión por procesos y la satisfacción de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022. También, se determinan los siguientes objetivos específicos: analizar la situación actual de la empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022; identificar los procesos de la empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022. Diseñar e implementar una propuesta de gestión por procesos con orientación de satisfacción al cliente para la empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022. Evaluar indicadores de satisfacción del cliente de la empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022. Finalmente, determinar la incidencia de la gestión por procesos para mejorar la satisfacción del cliente de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022.

Se formuló la siguiente hipótesis; la gestión por procesos incrementa la satisfacción de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

Se realizó una búsqueda de investigaciones anteriores de nivel internacional, y se descubrieron los siguientes precedentes pertinentes para nuestra investigación:

En la investigación realizada por Veloz (2018)¹⁸ que buscó desarrollar un sistema de gestión por procesos a una organización de ingeniería de la Universidad Andina Simón Bolívar, en Quito, Ecuador. El objetivo es diseñar un sistema de gestión de procesos, centrado en el sector, con el fin de mejorar su rendimiento empresarial y la ejecución de los proyectos. En este estudio se realizaron encuestas y entrevistas, a partir de las cuales se determinó que se deben establecer procesos para mejorar, agilizar la coordinación y la comunicación. La ausencia de uniformidad en las operaciones realizadas es un factor que impacta en el consumo de recursos, especialmente de tiempo, y disminuye la productividad. También, el 92% de los encuestados entre el personal de la organización considera que las actividades no se realizan de manera consistente, sino que se improvisan sobre la marcha, lo que afecta el gasto de recursos como el tiempo, los insumos y la mano de obra; el 75% de los encuestados reporta dificultad para aplicar los indicadores de gestión relacionados con el desempeño de los servicios. Como conclusiones se determina que el diseño de un sistema de gestión por procesos que permita a CDM S.A. mejorar su ejecución y administración de proyectos se estructuró con la gestión empresarial y de la calidad como procesos estratégicos, de manera que controlan, supervisan y dirigen los procesos operativos conformados por el flujo de operaciones involucradas en la planeación, diseño y ejecución de proyectos. De acuerdo con el sistema de gestión de procesos, la empresa formalizará sus operaciones, lo que hará necesario el desarrollo e implementación de documentación complementaria para cada proceso. El sistema también facilitará la generación de recursos y la utilización de la mano de obra, para mejorar la calidad general de las operaciones.

¹⁸ VELOZ, Muñoz y MARCELO, Fabián, 2018. Desarrollo de un sistema de gestión por procesos para empresas de servicios de ingeniería y construcción orientadas a la industria. Caso: Empresa CDM S.A. Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

Alarcón (2017)¹⁹ evaluó la influencia de un modelo de mejora continua basado en procesos en la calidad de los servicios percibidos por los consumidores de la empresa de servicios ServiFreno en la ciudad en su investigación realizada en Ecuador y presentada en Lima para la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Se utilizaron diseños de investigación descriptivos, propositivos y explicativos no experimentales. El propósito de este estudio es investigar en qué medida la técnica de mejora continua basada en procesos impacta en la calidad de los servicios percibidos por los clientes de ServiFreno. Para evaluar la calidad de los servicios de la empresa, se utilizó un pre-test y un post-test para recoger datos. Con estos resultados, la media aritmética del pre-test para la dimensión Fiabilidad de la Calidad fue de 14,64 con una desviación estándar de 2,80. En cambio, la media aritmética del post-test para la dimensión Fiabilidad de la Calidad de los servicios de ServiFreno es de 17,21 con una desviación estándar de 2,72 para el conjunto de clientes evaluados. La diferencia observada entre el post-test y el pretest es de 2,89 con un nivel de significación de 0,00 que es inferior a 0,05. Este resultado implica que la estrategia de mejora continua basada en procesos tiene un impacto positivo en el componente de empatía de la percepción de la calidad del servicio por parte de los clientes.

Rodríguez (2017)²⁰, desarrolló una investigación para plantear una propuesta de implementar la gestión por procesos, este estudio se presentó en la Universidad Católica de Colombia, Bogotá. El desa

rollo de este proyecto está guiado por un estudio descriptivo. Con el fin de determinar el nivel de aplicación y conocimiento de la gestión por procesos dentro de la fundación, un análisis preliminar de la documentación y otros soportes magnéticos y/o físicos relacionados revelaron que la fundación no cuenta con procesos organizacionales definidos o soportados en un documento y que no se

¹⁹ ALARCÓN GAVILANES, Carlos Juan, 2017. Modelo de mejora continua basado en procesos y su impacto en la calidad de los servicios que perciben los clientes de la empresa de servicios ServiFreno de la ciudad de Quito - Ecuador. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

²⁰ RODRIGUEZ ROMERO, Alfredo Daniel, 2017. PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE LA GESTIÓN POR PROCESOS EN LAS ACTIVIDADES MISIONALES Y DE APOYO DE LA FUNDACIÓN DESAYUNITOS CREANDO HUELLA. en línea. Colombia: UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA. [Consultado 1 diciembre 2022]. Recuperado a partir de: <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/23227/1/PROPUESTA%20DE%20IMPLEMENTACI%C3%93N%20DE%20LA%20GESTI%C3%93N%20POR%20PROCESOS%20EN%20LAS%20ACTIVIDADES%20MISIONALES%20Y%20DE%20APOYO%20DE%20LA%20FUNDACI%C3%93N%20DESAYUNITOS%20CREANDO%20HUELLA..pdf>

han realizado acciones relacionadas con la gestión por procesos. En este estudio se pudo concluir que el plan elaborado para la implementación de la gestión por procesos sirve de base para la estandarización de los procesos misionales y de apoyo de la fundación y es el documento formalizado que exige la norma ISO 9001:2015. Asimismo, el sistema de seguimiento crea un control eficaz sobre las actividades misionales y de apoyo de la fundación permitiendo estimar el cumplimiento de las metas e identificar las acciones de mejora y/o correctivas a implementar.

Gutiérrez (2016)²¹, realizó una investigación para establecer relación de incidencia entre dos variables principales, gestión por procesos y satisfacción al cliente, el mencionado estudio se presentó en la Universidad Técnica de Ambato, en la provincia de Ambato, Ecuador. La misión de este proyecto es evaluar el efecto de la Gestión de Procesos en la Satisfacción del Cliente en la Clínica Santa María de Ambato. Se encuestó a los pacientes que se atienden en la Clínica Santa María, y se determinó que su percepción de la Clínica es favorable para el proyecto. Sin embargo, como proveedor de servicios de salud, se desea lograr el 100% de calidad, debido a que la satisfacción de los usuarios tendrá un impacto en la sociedad, lo cual se logrará a través de un exitoso Modelo de Gestión por Procesos. Se determinó que, los problemas de satisfacción de los clientes de la clínica son principalmente atribuibles a la falta de innovación en el servicio, la mejora de las instalaciones y la calidad de la atención. Además, la estructura jerárquica convencional hace que la implementación de un sistema de gestión por procesos sea algo complicado; sin embargo, es un requerimiento prioritario, ya que a través de los procesos es posible reducir costos y tiempos en la parte operativa y de gestión. También, desarrollar ventajas competitivas que puedan eliminar las barreras organizacionales y promuevan el trabajo en equipo. Asimismo, es un sistema de trabajo más eficiente.

Los 4 antecedentes en nivel internacional coinciden directamente en la importancia del involucramiento y gestión por procesos con liderazgo desde la gerencia y dueños de negocio, esto es consistente con lo acuñado por Danilova

²¹ GUTIÉRREZ SANTANA, Daniela Paulina, 2016. La gestión por procesos y su incidencia en la satisfacción de los clientes en la Clínica Santa María de la ciudad de Ambato. en línea. Ambato, Ecuador.: Universidad Técnica de Ambato. [Consultado 1 diciembre 2022]. Recuperado a partir de: <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/19570>

(2019)²² en un estudio de estado del arte del mismo. La contribución de cada antecedente establece lineamientos en términos de formalización y estandarización de sus procesos, garantía de calidad y mejora continua en los procesos y promoción de la gestión por procesos con horizontalidad en tanto sea posible.

En nivel nacional se analizaron los siguientes antecedentes relacionados a la presente investigación:

Philco (2020)²³ explicó en su investigación pregrado para establecer relación de incidencia entre la gestión por procesos y la mejora del servicio al cliente de una organización de soluciones modulares, en Lima. El tipo de investigación que se utilizó es aplicada y la técnica descriptiva y explicativa. El objetivo de este estudio es mejorar el servicio a los clientes en una empresa del sector de la construcción. Para la investigación se utilizaron sistemas de información y bases de datos. La conclusión de esta investigación es que la implantación de un plan de mantenimiento redujo las reclamaciones en un 39,80%, pasando de 304 en 2018 a 183 en 2019. Además, la instalación de un procedimiento de seguimiento redujo el tiempo de respuesta del servicio posventa en un 17%, pasando de 140 tickets en 2018 a 164 tickets en 2019. En conclusión, el rediseño del procedimiento de recogida de reparaciones aumentó la recuperación de estas en un 18%, pasando de 229 órdenes de servicio obtenidas en 2018 a 271 órdenes de servicio obtenidas en 2019.

En una investigación cuya esencia fue evaluar los procesos de producción para asociarlos directamente a la productividad, realizada por Alvarado y Díaz (2022)⁷. Los autores afirmaron que el tipo de investigación es cualitativa y se realizó un análisis general y específico, este último enfocado en el área de Control y Planeamiento de la producción, con una aplicación de encuestas a las Mypes productoras. Se concluye que mediante la visita a los agricultores se determinó una alta resistencia al cambio y un desconocimiento de lo que implica un control de la producción y un proceso de planificación, y que estos junto con el proceso de calidad estandarizan puntos de control de acuerdo con los factores que afectan la

²² DANILOVA, Kjersti Berg, 2018. Process owners in business process management: a systematic literature review. *Business Process Management Journal*. en línea. 2018. Vol. 25, no. 6, pp. 1377–1412. DOI 10.1108/BPMJ-05-2017-0123.

²³ PHILCO BACA, Mery Laura, 2020. Gestión por Procesos para mejorar el Servicio al Cliente en una empresa de Soluciones Modulares. Universidad Ricardo Palma.

calidad del producto. Además, intentar crear un método del que no se sabe nada no impulsará la producción, sino que fomentaría la confusión y la mala gestión dentro de la organización.

Asencios y Huaman (2018)²⁴ mencionaron en su investigación en el rubro del sanitario donde medían ambas variables contempladas en este estudio, gestión por procesos y satisfacción al cliente. Se aplicó la gestión por procesos orientada a resultados. Este proyecto tiene el objetivo de implementar la Gestión por Procesos para mejorar la atención del Cliente en el Servicio de Emergencia de la Clínica San Pablo S.A.C. Huaraz, 2018. Se utilizaron técnicas de observación y encuestas para medir los indicadores. Se observa que en este estudio se finaliza que comparando los meses de junio y marzo de 2018, el *churn* del servicio se redujo en un 50% y la satisfacción del cliente aumentó en un 36%. Por tanto, la introducción de la gestión por procesos mejoró el rendimiento de la institución y añadió valor a los resultados al optimizar sus actividades.

La siguiente investigación realizada por Agurto y Araujo (2018)²⁵ buscaba establecer relación de incidencia entre la gestión administrativa y la satisfacción de los consumidores en una empresa del rubro automotriz, este estudio pretende investigar el impacto de las mismas dentro de la organización. El diseño utilizado en la investigación es no experimental con un nivel correlacional causal. Para la evaluación se utilizaron encuestas y cuestionarios de una muestra de 100 personas. Como resultado, se pudo determinar que la Gestión Administrativa influye en la Satisfacción del Cliente de Mv Motors. El valor Eta es de 0,700 para la Gestión Administrativa y de 0,698 para Satisfacción del Cliente, lo que indica una influencia de la gestión administrativa en la satisfacción del cliente. Por lo tanto, si el nivel de gestión administrativa es regular, la satisfacción del cliente también lo será.

²⁴ ASECICIOS BORDA, Alicia Victoria y HUAMAN FLORES, Yesica Nancy, 2018. Implementación de gestión por procesos para mejorar la atención del cliente en el servicio de emergencia de la clínica San Pablo S.A.C. Huaraz", 2018. Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo.

²⁵ AGURTO LUCIANO, Jhoselin Magaly y ARAUJO VIRHUEZ, Fred Jerson, 2018. "Influencia de la gestión administrativa en la satisfacción del cliente en la empresa MV Motors, Huaraz, 2018". Universidad César Vallejo.

La investigación de Ponce (2016)²⁶ evaluó la gestión por procesos y la satisfacción del cliente de una organización del rubro textil, en Lima, donde el objetivo principal consiste en proponer la aplicación de la Gestión por Procesos para impulsar la productividad de las empresas textiles. Con el fin de validar esta tesis, se empleó la herramienta de modelado y simulación de procesos "Bizagi" para determinar la viabilidad del concepto. Se pudo concluir que la implementación de la "Gestión por Procesos" reduce el 50% de las causas atribuidas al defecto "Desafinado"; así, en el escenario óptimo, se logró la reducción del defecto al uno por ciento en el promedio anual, resultando en una mejora incremental del Margen Operativo entre S/. S/. 247,592 y S/. 303,067 pesos por año. El control de los procesos se facilita con el uso de herramientas de "Gestión de Procesos" y de mejora continua. Según los datos de la simulación, se determinó que la implementación de la gestión por procesos conlleva un ahorro de costes para la organización y posee una alta probabilidad de mejorar la productividad.

En la investigación de Cárdenas (2015)²⁷ buscó proponer en Huancayo la implementación de la gestión por procesos para mejorar la satisfacción de los clientes tipo caso de estudio. El tipo de investigación es aplicada, de nivel descriptivo. Es necesario identificar y evaluar las herramientas de gestión de procesos existentes, así como identificar y crear los procesos, y los relacionados con su aplicación que influyen en la mejora administrativa y la satisfacción de los clientes. Después de analizar los procesos de la organización, se descubrió que el proceso más importante es el de Atención de Urgencias; por ello, se elaboró un plan de mejora y, tras analizar los resultados, se determinó que aumenta la satisfacción del cliente en un 15%. Como resultado del diseño y análisis de la gestión, se determinó que se puede: Proporcionar una visión integral del Centro y de las interrelaciones de sus procesos. Seleccionar el proceso clave y a partir de éste realizar el análisis de valor añadido. Identificar los procesos relevantes para seleccionar y priorizar el proceso a mejorar. Identificar a los responsables del proceso a mejorar que serán los encargados de establecer medidas. Finalmente,

²⁶ PONCE HERRERA, Cecilia Katherine, 2016. Propuesta de implementación de gestión por procesos para incrementar los niveles de productividad en una empresa textil. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).

²⁷ CARDENAS QUISPE, Miriam Janeth, 2015. Diseño de gestión por procesos en el sector salud para mejorar la satisfacción de los clientes caso: Centro de atención primaria II Chilca Essalud. Universidad Nacional del Centro del Perú.

fijar objetivos para mejorar la eficiencia del proceso, y comprender cómo el proceso añade valor.

Los antecedentes en nivel nacional contribuyen en términos de contextualización de los procesos (priorización, responsables, planteamiento de objetivos y comprensión de los mismos) con orientación a añadir valor a la organización, lo cual contribuye de manera positiva en la satisfacción de los clientes de la organización. Además, se planteó una relación directamente proporcional entre ambas variables. Es importante también mencionar que la actualización de la gestión por procesos desde la sistematización tecnológica tiene la potencialidad de mejorar la satisfacción por procesos; esta actualización es consistente con lo propuesto por Recker y Mendling (2016)²⁸.

En nivel local se analizaron los siguientes antecedentes relacionados con la investigación:

Morales y Morales (2020)²⁹, propusieron en su investigación un modelo de gestión por procesos con orientación a mejorar la satisfacción del cliente adaptado a un caso de estudio. El procedimiento metodológico consistió en recoger datos a través de 52 cuestionarios para consumidores y dos fichas de observación. El objetivo principal era investigar el impacto del desarrollo del modelo de gestión de procesos en la satisfacción del cliente en un minimercado. Se identificó que cinco de los diez procedimientos de la empresa necesitaban ser mejorados. Además, la puntuación media de la evaluación del cliente fue de 2,94, lo que indica que el grado de satisfacción se mantiene. También, como resultado, la empresa pudo mejorar sus operaciones y satisfacer las demandas de los clientes.

La investigación realizada por Rodríguez (2018)³⁰ en la ciudad de Trujillo que evalúa la gestión de procesos para mejorar la satisfacción del cliente en una organización del rubro *retail*. Utilizando el método deductivo, se realizó un estudio preexperimental. El propósito del estudio fue utilizar la gestión de procesos para

²⁸ RECKER, Jan y MENDLING, Jan, 2016. The state of the art of business process management research as published in the BPM conference: Recommendations for progressing the field. Business & information systems engineering. en línea. 2016. Vol. 58, no. 1, pp. 55–72. DOI 10.1007/s12599-015-0411-3.

²⁹ MORALES ALVA, Erika Antonella y MORALES AREVALO, Flavia Fernanda, 2020. Modelo de gestión de procesos y su influencia en la satisfacción del cliente en un minimarket en Trujillo. Universidad Privada del Norte.

³⁰ RODRÍGUEZ SÁNCHEZ, Fernando Luis, 2018. Gestión Por Procesos Para Mejorar La Satisfacción Del Cliente En El Área De Ventas De La Empresa C.C. Rodríguez S.R.L 2018. Universidad César Vallejo.

mejorar la satisfacción del cliente en el departamento de ventas. Se determinó que el 60% de los consumidores del Centro Comercial Rodríguez están insatisfechos con el servicio, el 36% no están ni extremadamente satisfechos ni muy insatisfechos, y el 4% están completamente insatisfechos. Además, en la evaluación de los datos de los problemas se observa el siguiente problema cualitativo: deficiente gestión administrativa y operativa de la empresa, incumplimiento de los plazos de entrega de los productos (16 %), producto no conforme a lo esperado (15 %) y devoluciones de productos o producto fallido (5 %). (12 %). En general, la aplicación y el análisis de la gestión por procesos en la organización ha permitido obtener una visión integral de la organización y de las interrelaciones de sus procesos. Para resolver la problemática, primero se clasificaron sus procesos, después la empresa en estudio desarrolló su mapa de procesos, y en los procesos operativos se crea un diagrama de flujo para cada área.

Los antecedentes en nivel local contribuyen en términos de mapeo e interrelacionamiento de procesos y orientación de la gestión por procesos desde la satisfacción del cliente. Pensando desde la misma es que se propone considerar la evolución de la tecnología (*Internet of Things*) para estandarizar los procesos y satisfacer las necesidades de los clientes en favor de la mejora de los indicadores de satisfacción de los clientes. (Del Giudice, 2016)³¹

La gestión por procesos puede ser vista como el método de gestión de una organización completa basada en Procesos, los que se describen como una secuencia de actividades diseñadas para proporcionar un valor adicional sobre una entrada con el fin de producir un resultado y salida que satisfaga los requisitos del cliente. (Huamán, 2017)³²

³¹ DEL GIUDICE, Manlio, 2016. Discovering the Internet of Things (IoT) within the business process management: A literature review on technological revitalization. Business process management journal. en línea. 2016. Vol. 22, no. 2, pp. 263–270. DOI 10.1108/bpmj-12-2015-0173.

³² HUAMAN SANDOVAL, Del Pilar Lizeth, 2017. Diseño de un sistema de gestión por procesos para mejorar la productividad y competitividad.

De acuerdo con Jelonek et al. (2022)³³ y Mendivil et al. (2018)³⁴ para que una empresa sea competitiva y pueda satisfacer todas las necesidades que se le ofrecen, debe contar primero con un sistema de gestión que genere información para tomar decisiones. Del mismo modo, la instalación del sistema de gestión de procesos fomentará el uso de tecnologías para mejorar la eficiencia de los procesos internos y proporcionar información que ayude a la empresa a tomar mejores decisiones estratégicas que repercutan en su competitividad.

La disciplina de gestión de procesos de negocio investiga métodos y técnicas para organizar procesos de negocio de manera eficiente y eficaz. La idea clave consiste en mejorar los procesos comerciales mediante el rediseño de los sistemas de información para optimizarlos y apoyar a las personas que están trabajando en el proceso. Los sistemas mantienen y proporcionan información a los trabajadores, para programar, coordinar trabajos específicos y apoyar decisiones. (Mending et al. 2018)³⁵.

La gestión de procesos de negocio se ocupa del diseño, ejecución, mejora y seguimiento de los procesos de negocio. Los sistemas que soportan la ejecución de procesos han sido utilizados ampliamente por las empresas para agilizar y automatizar los procesos interorganizacionales. Sin embargo, los desafíos de diseño conjunto y falta de confianza mutua han dificultado una captación más amplia. La implementación de procesos comerciales utilizando las primitivas de bajo nivel proporcionadas por las plataformas de cadena de bloques es tediosa. Por el contrario, los sistemas de gestión de procesos establecidos proporcionan abstracciones convenientes para el rápido desarrollo de aplicaciones orientadas a

³³ JELONEK, Dorota, 2022. Comparative analysis of business strategy of Vietnamese real estate developers: The use of Hoffer matrix. en línea. 2022. Vol. 3, no. 197–204. [Consultado 1 diciembre 2022]. Recuperado a partir de: https://www.researchgate.net/publication/358022086_Comparative_analysis_of_business_strategy_of_Vietnamese_real_estate_developers_The_use_of_Hoffer_matrix

³⁴ MENDÍVIL, Blanca Carballo, GONZÁLEZ, Alejandro Arellano y VÁZQUEZ, Nidia Josefina Ríos, 2018. La gestión de procesos esbeltos como principio de mejora.: Un caso aplicado a una comercializadora. 3C Empresa Investigación y pensamiento crítico. en línea. 2018. Vol. 7, no. 3, pp. 60–81. [Consultado 30 noviembre 2022]. Recuperado a partir de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6575267>

³⁵ MENDLING, Jan, WEBER, Ingo, AALST, Wil Van Der, BROCKE, Jan Vom, CABANILLAS, Cristina, DANIEL, Florian, DEBOIS, Søren, CICCIO, Claudio Di, DUMAS, Marlon, DUSTDAR, Schahram, GAL, Avigdor, GARCÍA-BAÑUELOS, Luciano, GOVERNATORI, Guido, HULL, Richard, ROSA, Marcello La, LEOPOLD, Henrik, LEYMANN, Frank, RECKER, Jan, REICHERT, Manfred, REIJERS, Hajo A., RINDERLE-MA, Stefanie, SOLTI, Andreas, ROSEMANN, Michael, SCHULTE, Stefan, SINGH, Munindar P., SLAATS, Tijds, STAPLES, Mark, WEBER, Barbara, WEIDLICH, Matthias, WESKE, Mathias, XU, Xiwei y ZHU, Liming, 2018. Blockchains for business process management - challenges and opportunities. ACM transactions on management information systems. en línea. 2018. Vol. 9, no. 1, pp. 1–16. DOI 10.1145/3183367.

procesos, tomando como punto de partida un modelo de proceso. (López et al. 2018)³⁶.

El objetivo de la satisfacción de los clientes es conocer en qué medida la gestión de la satisfacción del consumidor permite asumir una actitud de complacencia y aceptación, a través del estudio de la calidad del servicio, con la finalidad de dar información relevante sobre las empresas que conforman el sector empresarial en el que se presta el servicio. (Villegas y Zúñiga, 2015)³⁷.

Cuando se habla de la satisfacción del cliente, lo primero que se imagina es la felicidad que siente al vivir una experiencia o conseguir algo que cumpla con sus expectativas o aspiraciones. Por lo tanto, la satisfacción está correlacionada con la calidad, ya que este es el resultado final. Se determina comparando su impresión de los beneficios que recibe con su previsión de recibirlos. (Morocho, 2019)³⁸

La satisfacción de los clientes se ha identificado como un importante factor de influencia en la fidelización de consumidores. Es como una actitud formada en base a experiencia después de que los clientes adquieran un producto o usen un servicio y paguen por ellos. (Leninkumar, 2017)³⁹.

La satisfacción de los clientes de una empresa industrial refleja la eficacia con la que la experiencia de relacionamiento directo y uso del producto cumple las expectativas del comprador. (Wakabayashi y Merzthal, 2015)⁴⁰.

La satisfacción del cliente es la medida de los productos, servicios u otros procesos de venta de la organización, incluidos los servicios al cliente; es

³⁶ LÓPEZ-PINTADO, Orlenys, GARCÍA-BAÑUELOS, Luciano, DUMAS, Marlon y WEBER, Ingo, sin fecha. Caterpillar: A blockchain-based Business Process Management System. Kodu.ut.ee. en línea. [Consultado 1 diciembre 2022]. Recuperado a partir de: <https://kodu.ut.ee/~dumas/pubs/bpm2017caterpillar-demo.pdf>

³⁷ VILLEGAS YAGUAL, Felix Enrique y ZUÑIGA SANTILLAN, Xiomara Leticia, 2015. Gestión de Satisfacción al Cliente II. Ciencia Unemi. en línea. 2015. Vol. 7, no. 11, pp. 107–121. DOI 10.29076/issn.2528-7737vol7iss11.2014pp107-121p.

³⁸ MOROCHO REVOLLEDO, Carolina Thalia, 2019. Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa Alpecorp S.A., 2018. Universidad Peruana Unión.

³⁹ LENINKUMAR, Vithya, 2017. The relationship between customer satisfaction and customer trust on customer loyalty. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences. en línea. 2017. Vol. 7, no. 4. DOI 10.6007/ijarbss/v7-i4/2821.

⁴⁰ WAKABAYASHI, Jose Luis y MERZTHAL, Jorge, 2015. Directrices para la implementación de un modelo de gestión de la relación con el cliente en el sector industrial: caso DAMERA. Estudios gerenciales. en línea. 2015. Vol. 31, no. 137, pp. 455–462. DOI 10.1016/j.estger.2015.09.001.

importante la participación de los clientes en aras de la generación de valor con innovación (Nyadzayo et al. 2022)⁴¹.

La organización debe tomarse en serio la satisfacción de los clientes porque es un elemento importante para retener a los consumidores en la empresa. (Ilias y Shamsudin, 2020)⁴².

El impacto y el efecto dentro de los procesos de la cadena de suministro y de la cadena de frío determinan los elementos críticos de éxito de la cadena de frío. La medición y la gestión de la temperatura de forma permanente son algunas de las variables más importantes. Los operadores en las áreas de almacenamiento, transporte, tecnología de la información, directrices legales, formación e información y logística. (Guillen, 2019)⁴³

La mayoría de los inventarios de la cadena de frío no cuentan con sistemas para la recopilación de datos de rutina, lo que limita la existencia de estructuras de rendición de cuentas e inhibe las actualizaciones precisas y periódicas del inventario. En respuesta, los programas recurren a la movilización de recursos para costosos inventarios a nivel de sitio, ya que brindan la confiabilidad para actualizar la base de datos de manera integral. (Ashok et al. 2017)¹⁷.

La gestión de la cadena de frío juega un papel importante en las industrias perecederas globales modernas. Aunque se han ofrecido múltiples, se puede describir como un proceso de planificación, control del flujo, implementación y almacenamiento de productos perecederos, información y servicios relacionados para mejorar el valor del cliente para asegurar costos bajos. (Centobelli et al. 2020)⁴⁴.

Existen tres tipos de dispositivos de almacenamiento en frío para lograr sistemas de distribución de cadena de frío eficientes y económicos. Debido a su

⁴¹ NYADZAYO, Munyaradzi W., LECKIE, Civilai y JOHNSON, Lester W., 2022. Customer participation, innovative aspects of services and outcomes. *Marketing intelligence & planning*. en línea. 2022. DOI 10.1108/mip-03-2022-0090.

⁴² ILIAS, Safariena y SHAMSUDIN, Mohd Farid, 2020. View of customer satisfaction and business growth. *Journal of Undergraduate Social Science and Technology*. en línea. 2020. Vol. 2, pp. 1–11. [Consultado 1 diciembre 2022]. Recuperado a partir de: <http://abrn.asia/ojs/index.php/JUSST/article/view/60/48>

⁴³ GUILLEN, Jesus, 2019. LOGÍSTICA EN LA CADENA DE FRÍO. en línea. 2019. [Consultado 1 diciembre 2022]. Recuperado a partir de: https://www.academia.edu/40198407/LOG%C3%8DSTICA_EN_LA_CADENA_DE_FRIO

⁴⁴ CENTOBELLI SHASHI, Shashi Piera, CERCHIONE, Roberto y ERTZ, Myriam, 2021. Food cold chain management: what we know and what we deserve. *Supply Chain Management: An International Journal*. en línea. 2021. Vol. 26, no. 1, pp. 102–135. DOI 10.1108/scm-12-2019-0452.

alta densidad de almacenamiento de energía, los materiales de cambio de fase se han convertido en un foco de investigación en el campo del almacenamiento de energía. Por lo tanto, los materiales de almacenamiento en frío de cambio de fase tienen un gran potencial de aplicaciones en el transporte y la distribución de la cadena de frío. (Zhao et al. 2020)⁴⁵

La cadena de frío se encarga de la conservación y entrega de productos perecederos dentro del rango de temperatura adecuado para frenar los procesos de deterioro biológico y ofrecer a los usuarios alimentos seguros y de alta calidad. (Mercier et al. 2017)⁴⁶.

Pardo y Cotte (2022)⁴⁷ mencionaron que los equipos de frío tienen un tiempo de vida aproximado de 10 años, por lo que el servicio de mantenimiento es realmente necesario. Además, explican la necesidad creciente del sector en nivel mundial puesto que alineados de manera adecuada contribuye con la responsabilidad del medio mediante el aprovechamiento alimenticio. Finalmente, también afirman que las empresas del sector deben apostar por la innovación tecnológica con eficiencia y ambientalmente amigables.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

El presente proyecto está enfocado en establecer la relación de incidencia de la gestión por procesos en la satisfacción del cliente de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022. Hará uso del tipo de investigación aplicada, puesto que recurriremos diagnosticar la realidad para después establecer procesos, plantear una propuesta de diseño de procesos asociado a la satisfacción de los clientes, determinar la viabilidad de la misma; y, evaluar la satisfacción de los clientes. Estos

⁴⁵ RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, Ciro, BREÑA ORÉ, Jorge Luis y ESENARRO VARGAS, Doris, 2021. Las variables en la metodología de la investigación científica. Editorial Científica 3Ciencias. ISBN 9788412387223.

⁴⁶ MERCIER, Samuel, VILLENEUVE, Sebastien, MONDOR, Martin y UYSAL, Ismail, 2017. Time-temperature management along the food cold chain: A review of recent developments: Food preservation along the cold chain.... Comprehensive reviews in food science and food safety. en línea. 2017. Vol. 16, no. 4, pp. 647–667. DOI 10.1111/1541-4337.12269.

⁴⁷ PARDO MARTÍNEZ, Clara Inés y COTTE POVEDA, Alexander, 2022. Characterization of cooling equipment in the food industry: Case study of the Colombian meat, dairy, and fruit and vegetable sectors. Environmental development. en línea. 2022. Vol. 41, no. 100693, pp. 100693. DOI 10.1016/j.envdev.2021.100693.

procedimientos se presentarán en resultados para luego de analizarlos y discutirlos arribar a conclusiones y hallazgos en favor de la organización (García et al. 2021)⁴⁸.

Variables

Como tal las mismas guardan relación y consistencia con el título, objetivos, problema, hipótesis, antecedentes y marco teórico; su conceptualización está asociada con las cualidades, características o propiedades del objeto de estudio (Rojas, 2021)⁴⁹ Las variables de nuestra investigación fueron:

- Variable independiente: Gestión por procesos

La gestión de procesos se puede considerar como el método de gestión de una organización completa basado en procesos, que se describen como una secuencia de actividades diseñadas para aportar valor adicional a una entrada con la finalidad de producir un resultado y también una salida que satisfaga las expectativas de los clientes. (Huamán, 2017)³¹ ocupándose del diseño, ejecución, mejora y seguimiento de los procesos de negocio proporcionando abstracciones convenientes para el desarrollo rápido de aplicaciones orientadas a procesos (López et al. 2018)³⁵. Además, la implementación del sistema de gestión de procesos promoverá la automatización de los procesos interorganizacionales y también, el uso de tecnologías para mejorar la eficiencia de las operaciones internas de una organización y para crear información que permita tomar mejores decisiones estratégicas que afecten a la competitividad de la organización.

- Variable dependiente: Satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente permite determinar en qué medida su gestión permite a los usuarios asumir una actitud de complacencia y aceptación (Villegas y Zúñiga, 2015)³⁶ producto de vivir una experiencia o adquirir algo que ha cumplido con sus expectativas o deseos (Morocho, 2019)³⁷, a través de un estudio sobre la calidad del servicio, con la finalidad de dar información pertinente sobre la imagen corporativa de las empresas que conforman el sector empresarial en el que se

⁴⁸ GARCIA, L. S., COLINA, F. J. G., VELAZQUEZ, L. C. y ESTRADA, D. A. J., 2021. Reflexiones en torno a los problemas del postgrado y la investigación científica en universidades de México.: Guia para la elaboración de tesis. Costa-Amic Editores. ISBN 9786078518661.

⁴⁹ ROJAS NIÑO, Víctor Miguel, 2017. Metodología de la investigación. Diseño, ejecución e informe. 2a Edición. en línea. Colombia.: Ediciones de la U. [Consultado 1 diciembre 2022]. Recuperado a partir de: <https://edicionesdelau.com/producto/metodologia-de-la-investigacion-diseno-ejecucion-e-informe-2a-edicion/>

presta el servicio. (Villegas y Zúñiga, 2015)³⁶ Otro aspecto importante es que es un factor determinante para la fidelización (Leninkumar, 2017)³⁸ y la retención del cliente. (Ilias y Shamsudin, 2020)⁴¹

3.2. Variables y operacionalización

Este proceso permite concretizar la medición de las variables por medio de indicadores observables y cuantificables, pasando por un proceso de concepción, operación, dimensionamiento y establecimiento de índices que contribuyan al análisis de lo evaluado. (León, 2020)⁵⁰

Por lo que el cuadro de operacionalización de las variables está ubicado en el Anexo A, se detalla variables, definición y operacional, indicadores, dimensiones y escala de medición.

3.2.1. Diseño de investigación

Este fue un experimento en su categoría pre experimental ya que existen dos momentos marcados en el proceso del mismo, un antes y un después; además de tener dos variables, una independiente y otra dependiente. En adición, existió un grado mínimo de manipulación en la variable independiente a través de la variable dependiente (Rodríguez et al. 2021)⁵¹

G 01 X 02

X=Estímulo

O1(PRE PRUEBA) → O2(PRE PRUEBA)

G: Grupo o muestra

O1: Satisfacción del cliente de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022

⁵⁰ LEÓN, R. A. H. y GONZÁLEZ, S. C., 2020. El proceso de investigación científica. Editorial Universitaria.

⁵¹ RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, Ciro, BREÑA ORÉ, Jorge Luis y ESENARRO VARGAS, Doris, 2021. Las variables en la metodología de la investigación científica. Editorial Científica 3Ciencias. ISBN 9788412387223.

O2: Satisfacción del cliente de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022 posterior a la viabilidad de la implementación de la propuesta de gestión por procesos.

X: Gestión por procesos

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población

Clientes de Nort Frigo Center E.I.R.L. (Cliente persona natural y cliente corporativo) Los clientes personas naturales son en número promedio mensual de 1354 y los corporativos 38, que hacen un total de 1392.

3.3.2. Muestra

Se aplicó la fórmula estadística para poblaciones conocidas. El detalle de la misma se muestra a continuación.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

$$N = 1392$$

$$P = 50\%$$

$$Q = 0.5$$

$$Z = 1.960$$

$$d = 5.000\%$$

$$n = \frac{1337}{4.44}$$

$$n = 301$$

Factor
 Cr. 22%
 nc = 248

3.3.3. Muestreo

El muestreo es estratificado probabilístico puesto que se aplicó la fórmula para poblaciones finitas.

Tabla 1 *Estratificación de la muestra en detalle*

Categoría	<i>F_i</i>	%
Cientes NORT FRIGO CENTER EIRL	1392	100.00%
Cliente natural	1354	97.27%
Cliente corporativo	38	2.73%
Muestra General	248	100.00%
Muestra Estrato Cliente Natural	241.229885	97.27%
Muestra Estrato Cliente Corporativo	6.77011494	2.73%
Muestra Estrato Cliente Natural (Redondeo)	241	
Muestra Estrato Cliente Corporativo (Redondeo)	7	

Elaboración propia.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para cumplir con nuestros objetivos específicos, se ejecutarán los instrumentos y técnicas:

FASE DE ESTUDIO	FUENTES DE INFORMACIÓN / INFORMANTES	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	TRATAMIENTO / PROCESO	RESULTADOS ESPERADOS	
					Principales indicadores por insumo	INSUMOS DE INVESTIGACIÓN A OBTENER
					Causas, consecuencias.	
	Investigadores	Observación	Ficha de recolección de datos Diagrama de Pareto	Extracción de información		
Analizar la situación actual de la empresa.	Investigadores	Observación	Ficha de recolección de datos Diagrama Sipoc	Extracción de información	Mapa de procesos, procesos de recursos humanos definidos, procesos de gestión de información definidos, procesos de gestión operativa definidos.	El diagnóstico de la situación actual de la empresa.

	Investigadores	Observación	Ficha de recolección de datos Matriz Foda	Extracción de información	Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.	
Identificar los procesos de la empresa .	Investigadores	Observación	Ficha de recolección de datos Gestión administrativa	Extracción de información	Número de requerimientos, Cumplimiento plan estratégico, Fecha de recepción de requerimiento - fechas de atención de pedido, Cantidad de Cotizaciones / Cantidad de Ordenes de Servicio * 100) = % Eficiencia, Números de reclamos mensuales, Existencia de perfil estratégico.	Los documentos de establecimiento de procesos.
Diseñar e implementar la propuesta de la	Investigadores	Observación	Ficha de recolección de datos Diagrama de Pareto, Diagrama	Extracción de información	Propuesta de Gestión por Procesos	Propuesta de Gestión por Procesos

empresa			SIPOC, Matriz Foda y Gestión Administrativa			
Evaluar indicadores de satisfacción del cliente de la empresa	Investigadores	Encuesta	Encuesta de satisfacción al cliente Calidad	Extracción de información	Nivel de percepción de calidad	El estudio de la satisfacción al cliente
	Investigadores	Encuesta	Encuesta de satisfacción al cliente Precio	Extracción de información	Nivel de percepción de precio justo	
	Investigadores	Encuesta	Encuesta de satisfacción al cliente Seguridad	Extracción de información	Nivel de percepción de seguridad en la calidad del servicio ofertado, Nivel de percepción de seguridad en las transacciones económicas, Nivel de percepción de seguridad en los procesos de devolución y/o reclamo	
	Investigadores	Encuesta	Encuesta de satisfacción	Extracción de	Nivel de percepción de	

		al cliente Reputación	información	honestidad en los servicios ofrecidos, Nivel de percepción de confianza en los servicios ofrecidos, Nivel de percepción de fiabilidad de los servicios ofrecidos
Investigadores	Encuesta	Encuesta de satisfacción al cliente Tiempo de respuesta	Extracción de información	Nivel de percepción de contestación rápida a las consultas, Nivel de percepción de soluciones rápidas a las incidencias
Investigadores	Encuesta	Encuesta de satisfacción al cliente Amabilidad	Extracción de información	Nivel de percepción de trato amable y con educación a los colaboradores, Nivel de percepción de trato amable y con educación a los clientes

	Investigadores	Encuesta	Encuesta de satisfacción al cliente Comprensión de las necesidades	Extracción de información	Nivel de percepción de conocimiento de los clientes, Nivel de percepción de ofrecimiento de respuesta ante las necesidades de los clientes	
Determinar la incidencia de la gestión por procesos en la satisfacción del cliente de la empresa.	Investigadores	Contratación de hipótesis	Observación y comparación de medias	Cruce de información Estadística	Establecimiento de la incidencia.	Establecimiento de la incidencia

Tabla 2 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Elaboración propia.

3.5. Procedimientos

- 3.5.1. Para analizar la situación de la empresa se hizo uso de la técnica de la observación mediante la Ficha de recolección de datos en su sección de Diagrama de Pareto, Diagrama Sipoc y Matriz foda(ANEXO C, INSTRUMENTO 1), lo cual permitió obtener datos e indicadores alrededor de Causas, consecuencias, mapa de procesos, procesos de recursos humanos definidos, procesos de gestión de información definidos, procesos de gestión operativa definidos, fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que en su conjunto es el diagnóstico de la situación actual de la empresa.
- 3.5.2. Para identificar los procesos se usó la técnica de la observación mediante la Ficha de recolección (ANEXO C, INSTRUMENTO 1) de datos en su sección de Gestión administrativa donde se obtendrá datos e indicadores alrededor de Respuesta de requerimientos, Plan estratégico, tiempo de atención a los clientes, productividad, reclamos mensuales y perfil estratégico que en su conjunto son los documentos que consolidan el establecimiento de procesos.
- 3.5.3. Para el diseño e implementación de la propuesta se utilizó la técnica de la observación mediante la Ficha de recolección (ANEXO C, INSTRUMENTO 1) de datos donde el principal resultado es la propuesta a aplicar en sí misma.
- 3.5.4. Para evaluar indicadores de satisfacción del cliente y determinar la incidencia de la propuesta de gestión por procesos para mejorar la satisfacción de los consumidores se implementó de la técnica de encuesta(ANEXO C, INSTRUMENTO 2) mediante el cuestionario de encuesta de satisfacción del cliente, que mide indicadores y datos alrededor de calidad, precio, seguridad, reputación, tiempo de respuesta, amabilidad y comprensión de las necesidades que en su conjunto el resultado principal esperado es el estudio de satisfacción al cliente.

3.5.5. Para determinar la incidencia de la gestión por procesos en la satisfacción del cliente de la empresa NORT FRIGO CENTER EIRL se trabajó la contrastación de hipótesis mediante la observación y comparación de la pre y post prueba con el porcentaje de satisfacción al cliente obtenido con el cruce de la información obtenida estableciendo así mismo la incidencia mencionada.

3.6. Método de análisis de datos

En el análisis descriptivo se aplicó las herramientas como PARETO, SIPOC y FODA para conocer de manera acertada y precisa la realidad de la organización y poder diseñar y elaborar una propuesta de gestión por procesos alineada a las necesidades de la organización.

Para el caso del análisis de inferencias de la contrastación de la hipótesis mediante la observación de las medias determinantes del porcentaje de satisfacción al cliente en la pre y post prueba permitieron delimitar y conocer la incidencia de la gestión por procesos en la satisfacción del cliente de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., mediante las PRE y POST pruebas.

3.7. Aspectos éticos

Beneficencia: como futuros profesionales de la carrera de Ingeniería Industrial, se decidió a utilizar todas las habilidades e información que se adquirió durante las carreras para la creación del proyecto de investigación.

No maleficencia: el compromiso es no causar perjuicios a la empresa de frío NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. en ningún sentido, ya que la finalidad de la investigación es poder proveer información de sustento para conocer la gestión por procesos y mejorar indicadores de satisfacción al cliente.

Autonomía: en sinergia de coordinación con la empresa de frío NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. puesto que la misma ha depositado su confianza en los investigadores y futuros profesionales.

Justicia: es de relevancia hacer mención que el recojo de información se hizo en correlación con respeto ético y legal por la información que fue proveída por NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

IV. Resultados:

4.1. Diagnóstico de la situación actual de la empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022.

4.1.1. Perfil Estratégico

Es importante mencionar que la organización tiene definido el mismo desde tres acepciones: nosotros, objetivos y valores. Han puntualizado en cada uno de ellos de la siguiente manera. A manera de sugerencia se analizó los mismos y se sugirieron ciertas modificaciones.

4.1.1.1. Nosotros

Los siguientes párrafos son los mismos que fueron alcanzados por NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. para esta sección:

NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. es una empresa que presta servicio técnico de refrigeración comercial industrial e aire acondicionado. Con presencia en el mercado Peruano, con más de 10 años en experiencia.

Brinda un servicio técnico de calidad conforme a las necesidades de nuestros clientes, comprometidos con el medio ambiente. Ofreciendo nuestro servicio con proactividad, con experiencia que conocemos el mercado.

A continuación, se presenta la modificación sugerida y aceptada por gerencia para su implementación:

Servicio técnico de refrigeración comercial industrial y aire acondicionado con más de 10 años en experiencia y presencia en el mercado peruano.

Brindamos un servicio técnico de calidad, pertinencia con las necesidades de nuestros clientes y comprometidos con el medio ambiente. Ofreciendo siempre eficiencia y conocimiento.

4.1.1.2. Objetivo

Se parte de lo alcanzado por la organización:

Ejecutar al 100% de los servicios solicitados, presentado proyectos a nuestros clientes conforme a las demandas de mercado, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes.

A continuación, se presenta la modificación sugerida y aceptada por gerencia para su implementación:

Ejecutar al 100% de los servicios solicitados presentando proyectos a nuestros clientes conforme a sus necesidades y a las demandas del mercado.

4.1.1.3. Valores

Los valores propuestos por la organización son los siguientes:

Puntualidad

Limpieza y Orden

Personal Capacitado

Multi disciplinario

Adaptación

Comunicación efectiva

Luego del análisis de los mismos se aprobaron los siguientes:

Eficiencia

Limpieza y Orden

Personal Capacitado

Multi disciplinario

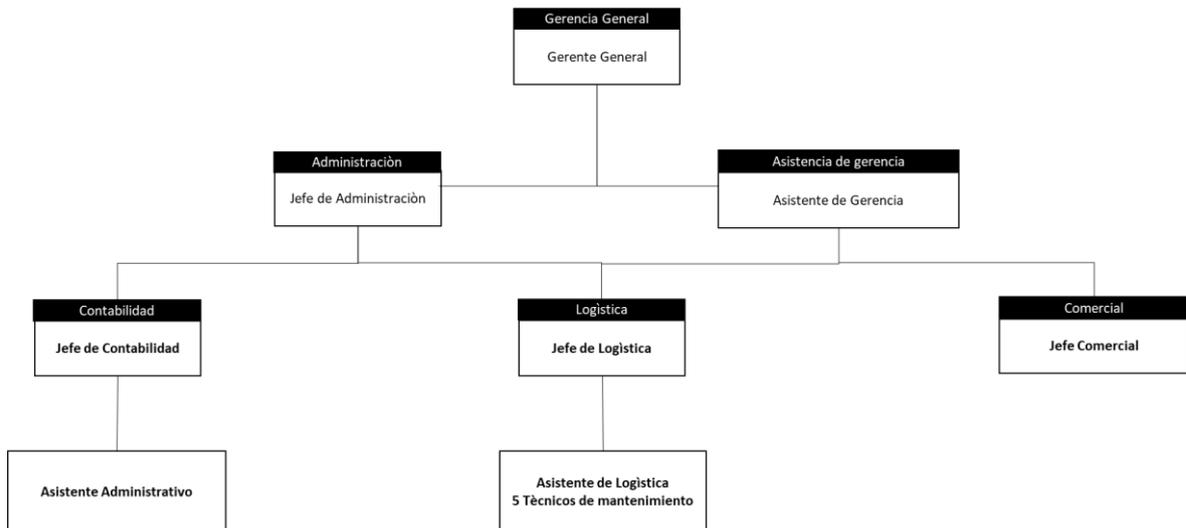
Adaptación

Comunicación efectiva

4.1.2. Organigrama

No tenían un organigrama organizado y determinado, en trabajo coordinado con gerencia y administración se determinó el siguiente:

Figura 1 Organigrama NORT FRIGO CENTER EIRL



Elaboración propia.

4.1.3. Matriz FODA

La siguiente matriz detalla los factores internos y externos de la organización, organizados en fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. El análisis permite establecer que existían muchas debilidades producto de la ineficiente gestión por procesos. Es importante mencionar que los colaboradores fueron conscientes de lo mismo.

Así mismo también se evidencian mayor número de amenazas, factores externos a la organización, que comprueban un mercado exigente que precisó de cambios organizacionales orientados a la gestión por procesos propuesta como parte de esta investigación.

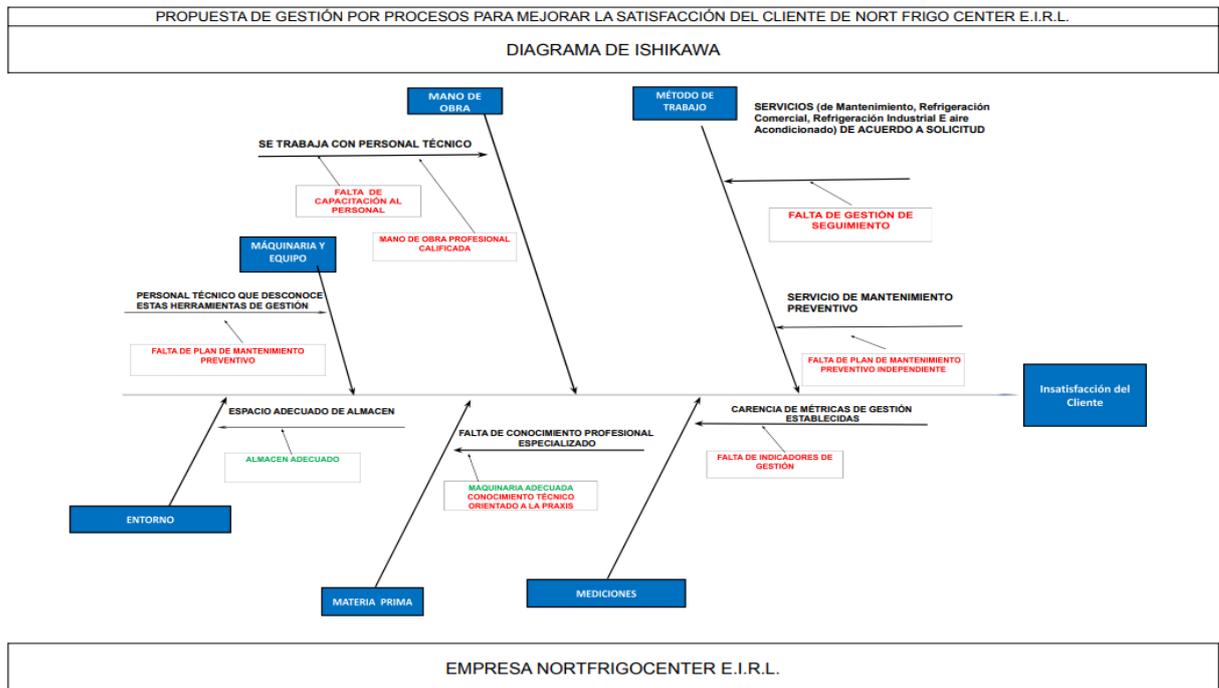
Figura 2 FODA NORT FRIGO CENTER EIRL

FACTORES INTERNOS DE LA EMPRESA		FACTORES EXTERNOS A LA EMPRESA	
FORTALEZAS (+)		OPORTUNIDADES (+)	
1	Espacios Adecuados de Almacén	1	Rubro hotelero como nuevo nicho de mercado
2	Maquinaria adecuada	2	Aprender nuevos conocimiento en temas industriales para aplicarlo a la empresa
3	Conocimiento práctico de los técnicos	AMENAZAS (-)	
DEBILIDADES (-)		1	Nuestros técnicos se van con la competencia
1	Personal técnico que desconoce sobre herramientas de gestión	2	Venden la información de clientes, en otras empresas ha pasado.
2	Carencia de métricas de gestión	3	La coyuntura política
3	Carencia de plan de mantenimiento	4	La coyuntura económica
4	Carencia de plan de gestión y seguimiento de ordenes de servicio		
5	Falta de capacitación del personal		
6	Problemas continuos en seguimiento de ordenes de mantenimiento causando disminución de clientes corporativos.		

Elaboración propia.

4.1.4. Diagrama de Ishikawa

Figura 3 Diagrama de Ishikawa NORT FRIGO CENTER EIRL



Elaboración propia.

4.1.5. Gestión administrativa

La siguiente tabla muestra los principales indicadores de gestión administrativa. El promedio de requerimientos de clientes naturales asciende a 1354 y el de clientes corporativos a 380. No se cuenta con un plan estratégico ni mucho se tienen los procesos en general establecidos. La atención de los clientes naturales en servicios de mantenimiento y reparación es inmediata, pero para el caso de clientes corporativos un promedio de 20 horas de demora en promedio hasta entregar el servicio. El número de cotizaciones a clientes naturales y corporativos es de 2324 en promedio mensual mientras que el número de órdenes de servicio es de 1390, lo cual permite establecer una productividad de 59.81%. En cuanto a reclamos por correo y palabra se registraron 17 en el último mes y 1 enviado a INDECOPI.

Tabla 3 *Gestión Administrativa NORT FRIGO CENTER EIRL*

N°	Año	2022			
	Indicador	NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.			
1	NÚMERO DE REQUERIMIENTOS	Promedio de requerimientos clientes naturales por mes		1354	
		Promedio de requerimientos clientes corporativos por mes		380	
2	CUMPLIMIENTO DEL PLAN ESTRATÉGICO	No cuentan con un plan estratégico.			
3	FECHAS DE RECEPCIÓN Y ATENCIÓN DE PEDIDOS	En cuanto a los clientes naturales la atención es inmediata.			
		En cuanto a los clientes corporativos si hay una variante que figura en correo y se detalla en el siguiente cuadro.			
		PROMEDIO		0.8333333333	
		TIEMPO EN DÍAS, HORAS Y MINUTOS	0	20	0

4	CANTIDAD DE COTIZACIONES Y CANTIDAD DE ÓRDENES DE SERVICIO	CANTIDAD DE COTIZACIONES DE CLIENTES CORPORATIVOS Y NATURALES	2324
		CANTIDAD DE ORDENES DE SERVICIO DE CLIENTES CORPORATIVOS Y NATURALES	1390
		PRODUCTIVIDAD	59.81%
5	NÚMERO DE RECLAMOS MENSUALES	Mandados a Indecopi solo 1 en lo que va del año.	
		Expresado por correo y de palabra 17 en el mes de setiembre. Por demora en la atención del pedido.	

Elaboración propia.

4.2. Procesos de la empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022.

La siguiente tabla muestra 9 macroprocesos distribuidos en las 5 áreas organizacionales. Es importante mencionar que donde hay mayor número de macroprocesos es en la parte operativa de la organización.

Tabla 4 Macro-Procesos por Área Organizacional

N.º	Área Organizacional	Macro-Proceso
1	Gerencia General	Dirección Gerencial
2	Administración	Dirección Administrativa
		Planificación Financiera
		Gestión del talento Humano
3	Contabilidad	Contabilidad y Finanzas
4	Logística-Operaciones	Gestión Logística
		Recepción
		Instalación
		Mantenimiento
5	Comercial	Gestión Comercial
		Ventas

Elaboración propia.

La siguiente tabla muestra un total de 15 procesos y detalla los mismos por cada proceso de la organización.

Tabla 5 *Procesos por Macro-Procesos*

N.º	Macro-Proceso	N.º	PROCESO
1	Dirección Gerencial	1	Direccionamiento estratégico
2	Dirección Administrativa	2	Dirección Administrativa
3	Planificación Financiera	3	Planificación Financiera
4	Gestión del talento Humano	4	Reclutamiento y Selección
		5	Administración de Personal
		6	Seguridad Industrial
5	Contabilidad y Finanzas	7	Contabilidad y Finanzas
6	Gestión Logística	8	Compras y Abastecimiento
		9	Almacén
7	Recepción	10	Recepción de pedidos
		11	Recepción de equipos
8	Instalación	12	Instalación de equipos
9	Mantenimiento	13	Mantenimiento de equipos
10	Gestión Comercial	14	Gestión Comercial
11	Ventas	15	Ventas

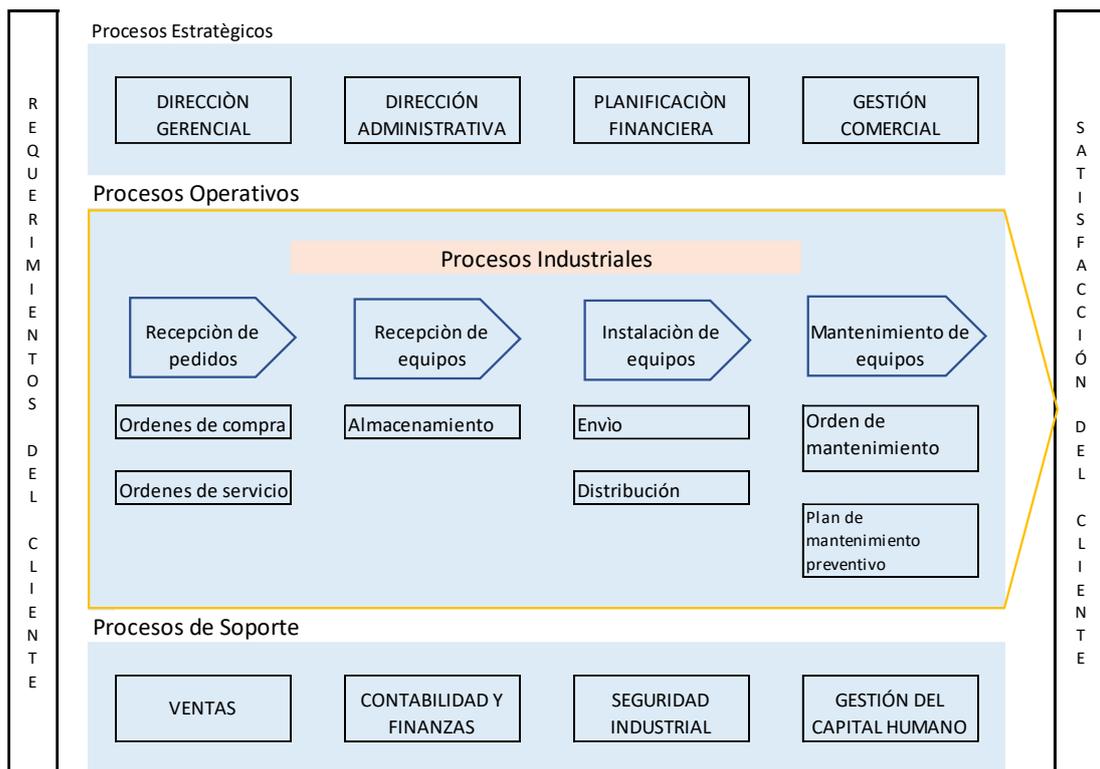
Elaboración propia.

4.3. Propuesta de gestión por procesos con orientación de satisfacción al cliente para la empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022.

4.3.1. Mapa de Procesos para la empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022.

Para la determinación del mapa de procesos de la organización fue necesario establecer cuáles eran estratégicos, operativos y de soporte. La casuística organizacional permitió organizarlos tal como podemos visualizarlos en la figura 1.

Figura 4 *MAPA DE PROCESOS*



Elaboración propia.

4.3.2. Descripción de Procesos Estratégicos para la empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022.

Tabla 6 Resumen de procesos estratégicos por macroproceso

Tipología de proceso	MACROPROCESO	NOMBRE DEL PROCESO
Procesos Estratégicos	Dirección Gerencial	Direccionamiento estratégico
	Dirección Administrativa	Dirección Administrativa

Planificación	Planificación
Financiera	Financiera
Gestión Comercial	Gestión Comercial

Elaboración propia.

4.3.2.1. Procesos de Direccionamiento Estratégico

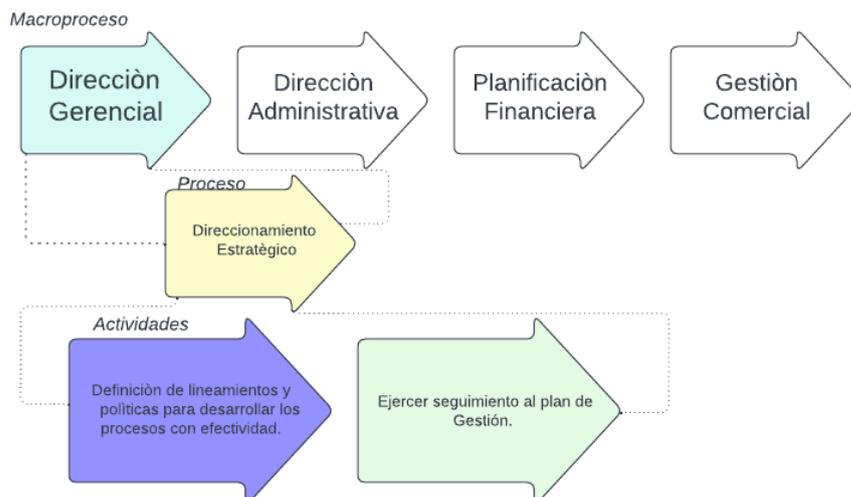
Se fundamenta en el diseño del plan estratégico de la organización, planteando de manera asertiva la misión, visión y estrategias de la misma con orientación a la competitividad, crecimiento y éxito.

Responsable: Gerente General de NORTFRIGOCENTER EIRL

Actividades:

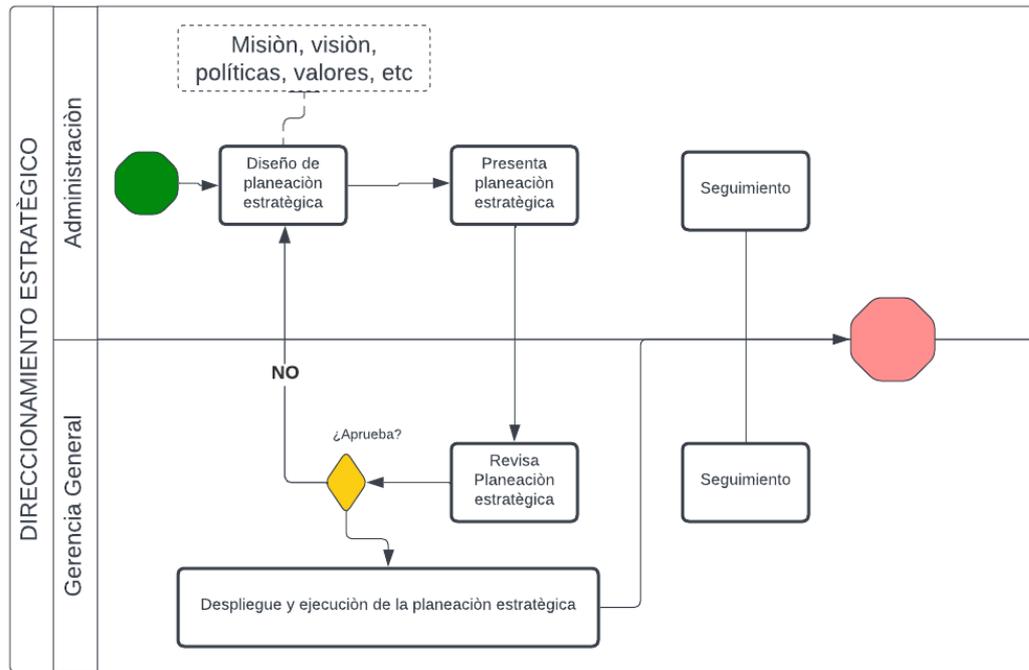
- Definición de lineamientos y políticas para desarrollar los procesos con efectividad
- Ejercer seguimiento al plan de Gestión.

Figura 5 *Diagrama de Snake and Leaders Dirección Gerencial*



Elaboración propia.

Figura 6 *Diagrama de flujo Dirección Gerencial*



Elaboración propia.

4.3.2.2. Proceso de Dirección Administrativa

Es el proceso operativo administrativo de la organización que garantice continuidad y éxito.

Responsable: Jefe de Administración

Actividades:

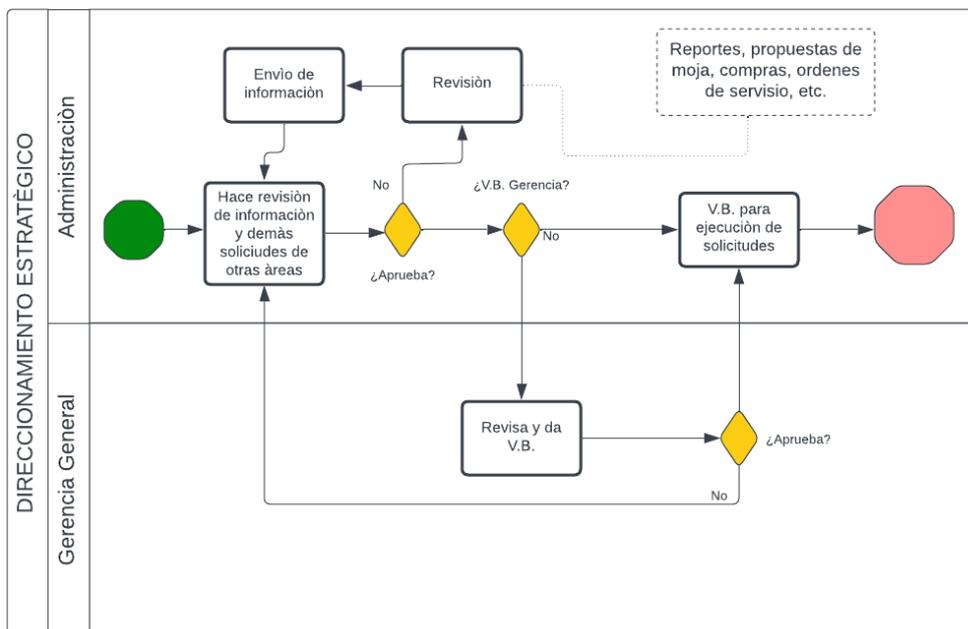
- Control y seguimiento en el cumplimiento estricto de las políticas organizacionales.
- Dirección, organización y control de la continuidad de los procesos de la empresa.

Figura 7 Diagrama de Snake and Leaders Dirección Administrativa



Elaboración propia.

Figura 8 Diagrama de flujo Dirección Administrativa



Elaboración propia.

4.3.2.3. Proceso de Planificación Financiera

A cargo del especialista en análisis financiero de la organización, el jefe de administración.

Responsable: Jefe de Administración

Actividades:

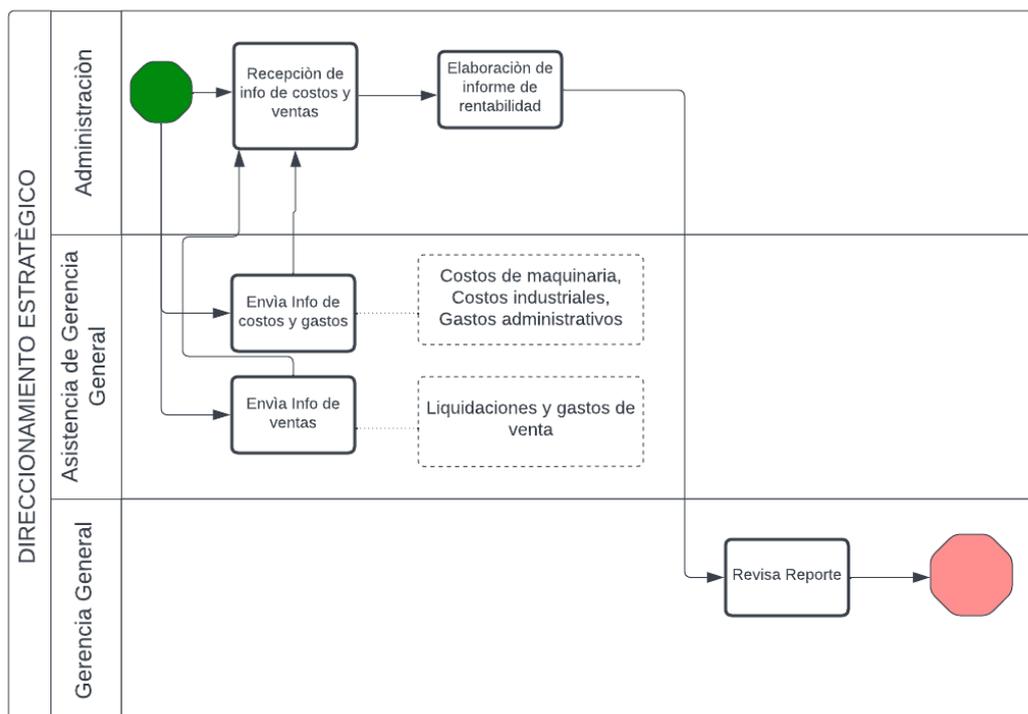
- Dar control y seguimiento de estados e indicadores financieros
- Evaluar la rentabilidad de la organización
- Dar control y seguimiento a los objetivos organizacionales de cada área operativa y de soporte

Figura 9 Diagrama de Snake and Leaders Planificación Financiera



Elaboración propia.

Figura 10 Diagrama de flujo Planificación Financiera



Elaboración propia.

4.3.2.4. Proceso de Gestión Comercial

Un especialista en ventas de intangibles está a cargo de esta área. Es importante recalcar que el primer contacto del cliente nuevo se da por medio de la misma.

Responsable: Jefe Comercial

Actividades:

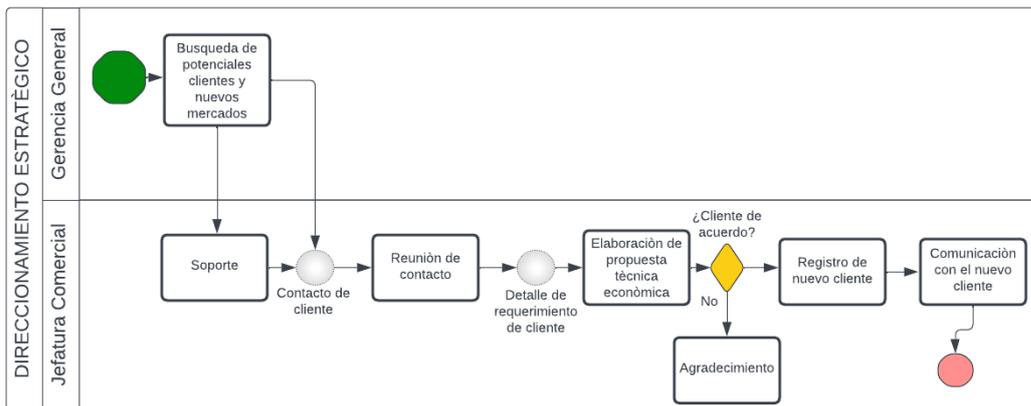
- Gestión e incremento de la cartera de clientes.
- Búsqueda de inclusión en nuevos mercados.
- Diseño de estrategias y alianzas comerciales.

Figura 11 *Diagrama de Snake and Leaders Gestión Comercial*



Elaboración propia.

Figura 12 Diagrama de flujo Gestión Comercial



Elaboración propia.

4.3.3. Procesos Operativos para la empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022.

Tabla 7 Resumen de procesos operativos por macroproceso

Tipología de proceso	MACROPROCESO	NOMBRE DEL PROCESO
Procesos Operativos	Recepción	Recepción de pedidos
		Recepción de equipos
	Instalación	Instalación de equipos

	Mantenimiento	Mantenimiento de equipos
--	---------------	--------------------------

Elaboración propia.

4.3.3.1. Proceso de Recepción de Pedidos

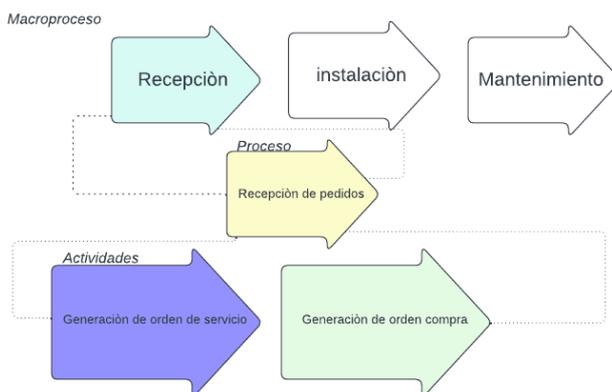
Consiste en la recepción de pedidos de servicio o producto por parte de los clientes tanto corporativos como naturales.

Responsable: Asistente de Gerencia.

Actividades:

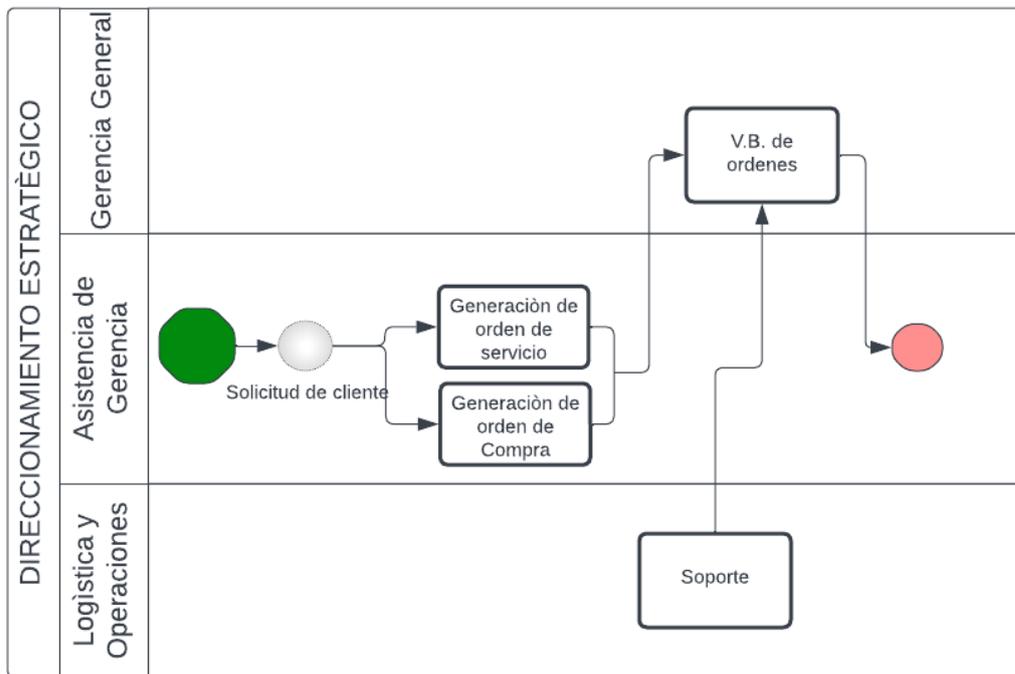
- Generación de orden de servicio.
- Generación de orden compra.

Figura 13 *Diagrama de Snake and Leaders Recepción de Pedidos*



Elaboración propia.

Figura 14 *Diagrama de flujo Recepción de Pedidos*



Elaboración propia.

4.3.3.2. Proceso de Recepción de Equipos

Consiste en la recepción de equipos para su correcto almacenamiento previo a la venta y de los equipos para mantenimiento.

Responsable: Jefatura de Logística y operaciones

Actividades:

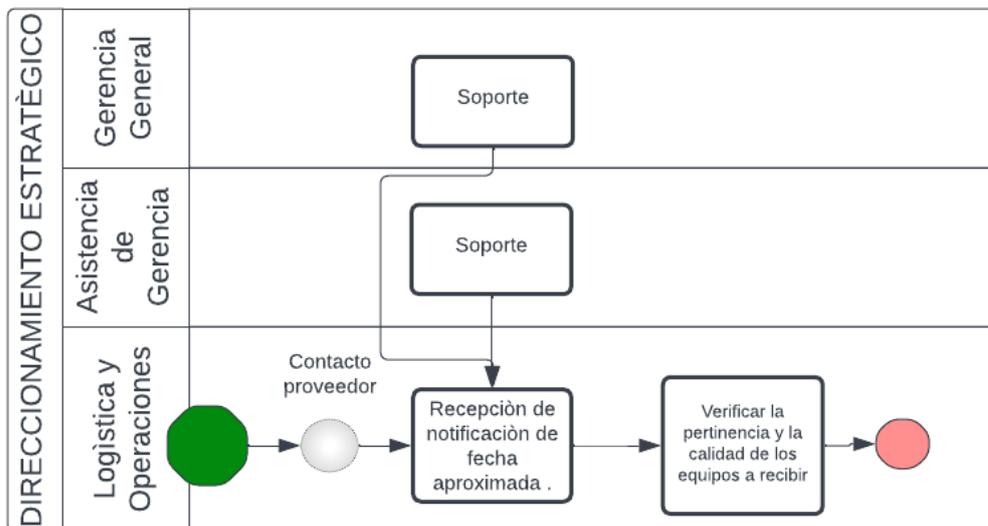
- Seguimiento y control de los equipos a recibir.
- Verificar la pertinencia y la calidad de los equipos a recibir.

Figura 15 Diagrama de Snake and Leaders Recepción de Equipos



Elaboración propia.

Figura 16 Diagrama de flujo Recepción de Equipos



Elaboración propia.

4.3.3.3. Proceso de Instalación de Equipos

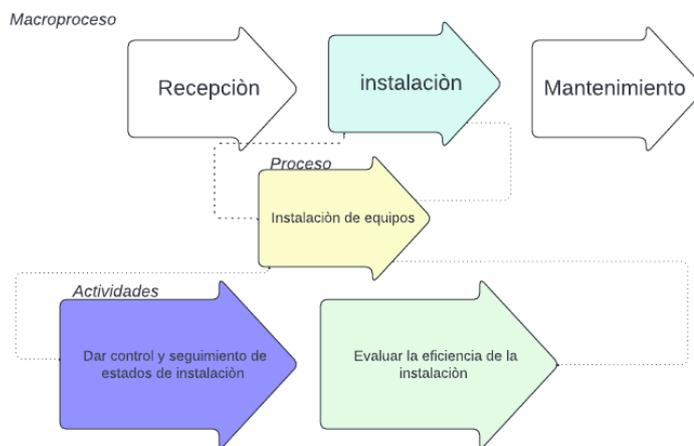
A cargo del jefe de Logística y operaciones en coordinación constante con los técnicos de instalación.

Responsable: Jefe de Logística y operaciones.

Actividades:

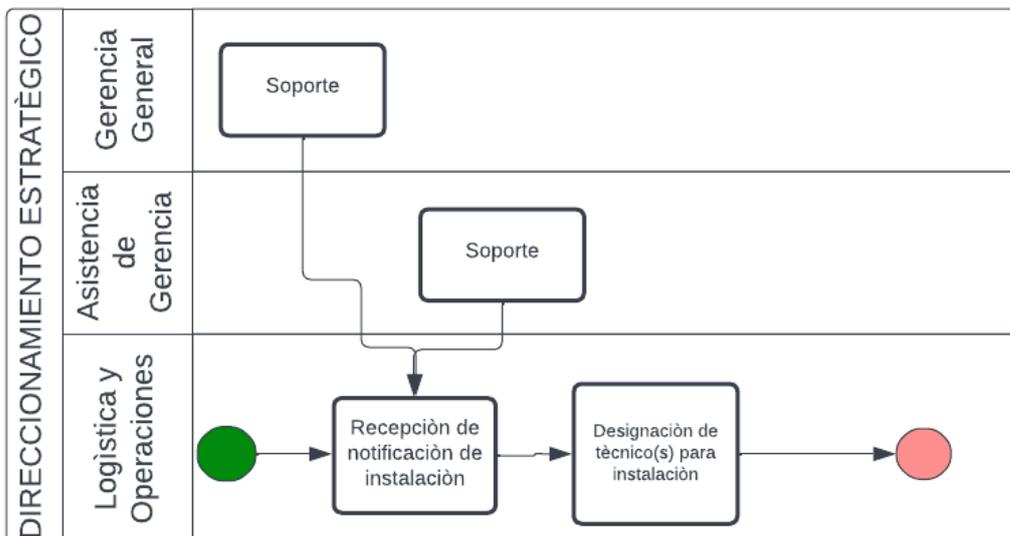
- Dar control y seguimiento de estados de instalación.
- Evaluar la eficiencia de la instalación.

Figura 17 Diagrama de Snake and Leaders Instalación



Elaboración propia.

Figura 18 Diagrama de flujo Instalación



Elaboración propia.

4.3.3.4. Proceso de Mantenimiento de Equipos

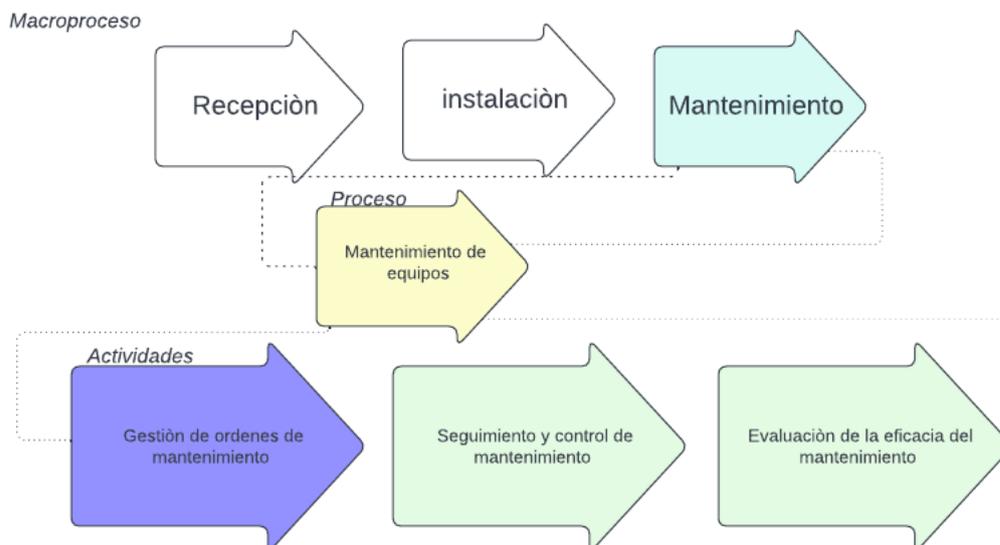
Básicamente aquí está la base para la satisfacción de los actuales clientes garantizando rapidez y calidad de los servicios.

Responsable: Jefe de Logística y Operaciones

Actividades:

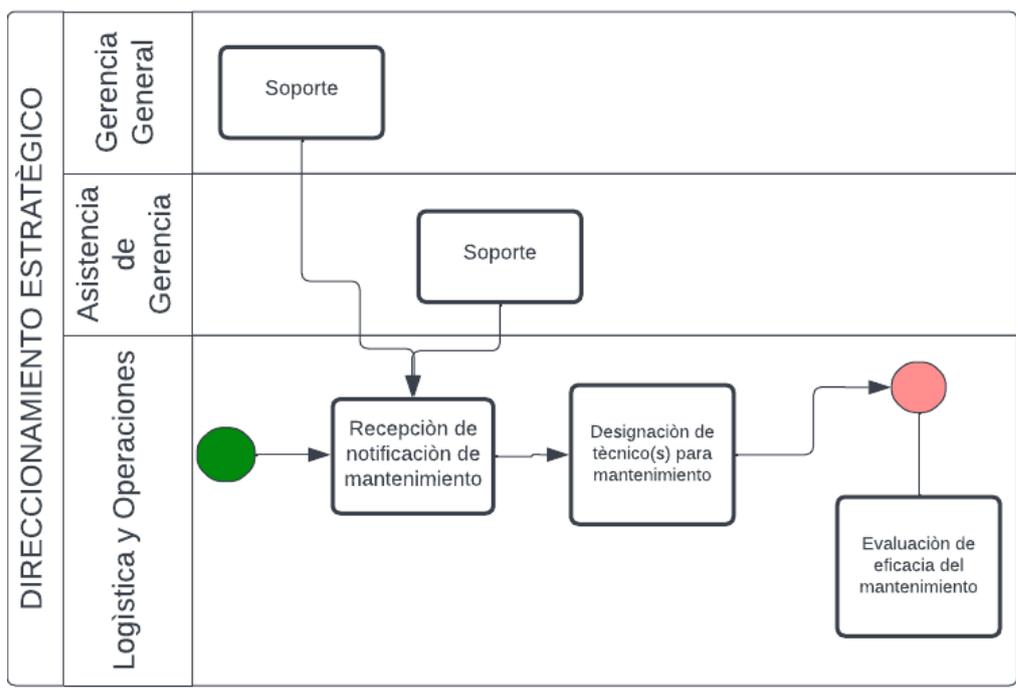
- Gestión de ordenes de mantenimiento
- Seguimiento y control de mantenimiento
- Evaluación de la eficacia del mantenimiento

Figura 19 *Diagrama de Snake and Leaders Mantenimiento*



Elaboración propia.

Figura 20 *Diagrama de flujo Mantenimiento*



Elaboración propia.

4.3.4. Procesos de soporte para la empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.,
Trujillo, 2022.

Tabla 8 Resumen de procesos operativos por macroproceso

Tipología de proceso	MACROPROCESO	NOMBRE DEL PROCESO
Procesos de Soporte	Ventas	Ventas
	Contabilidad y Finanzas	Contabilidad y Finanzas
	Gestión Logística	Compras y Abastecimiento
		Almacén
	Gestión del talento Humano	Reclutamiento y Selección
		Administración de Personal
		Seguridad Industrial

Elaboración propia.

4.3.4.1. Proceso de Ventas

La recepción de pedidos participa el área comercial validando el pedido del cliente para pasarlo a Gerencia y estar enterada de la entrega del producto o servicio para seguimiento a facturación, liquidación y cobranzas

Responsable: Jefe Comercial

Actividades:

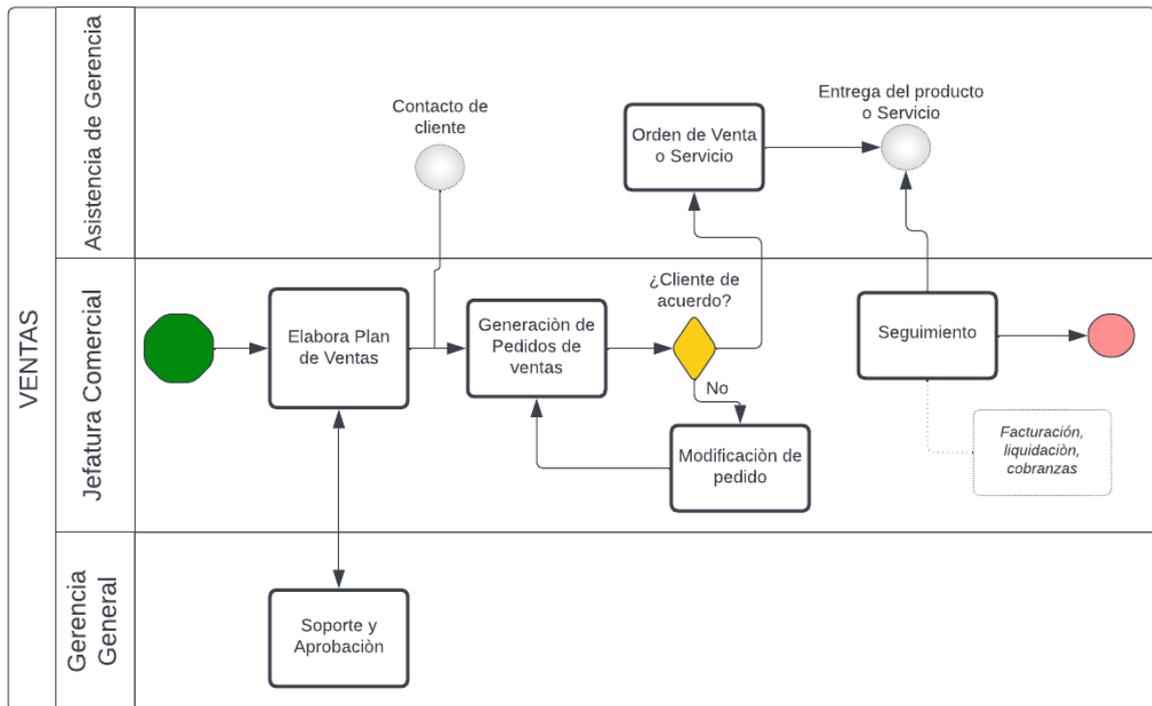
- Elaboración del plan de ventas
- Generación de pedidos de ventas
- Dar seguimiento a facturación, liquidación y cobranzas postventa

Figura 21 Diagrama de Snake and Leaders Ventas



Elaboración propia.

Figura 22 Diagrama de flujo Ventas



Elaboración propia.

4.3.4.2. Proceso de Contabilidad y Finanzas

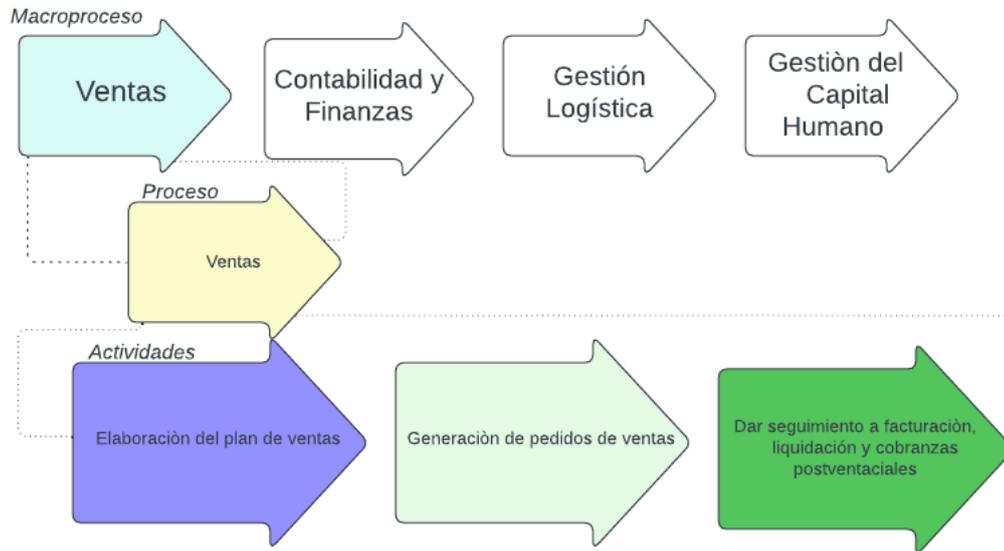
Esta área está tercerizada y es el área comercial quien gestiona totalmente la entrega de toda la facturación, ordenes de servicio y todo documento contable al estudio contratado.

Responsables: Gerente General y Jefe Comercial

Actividades:

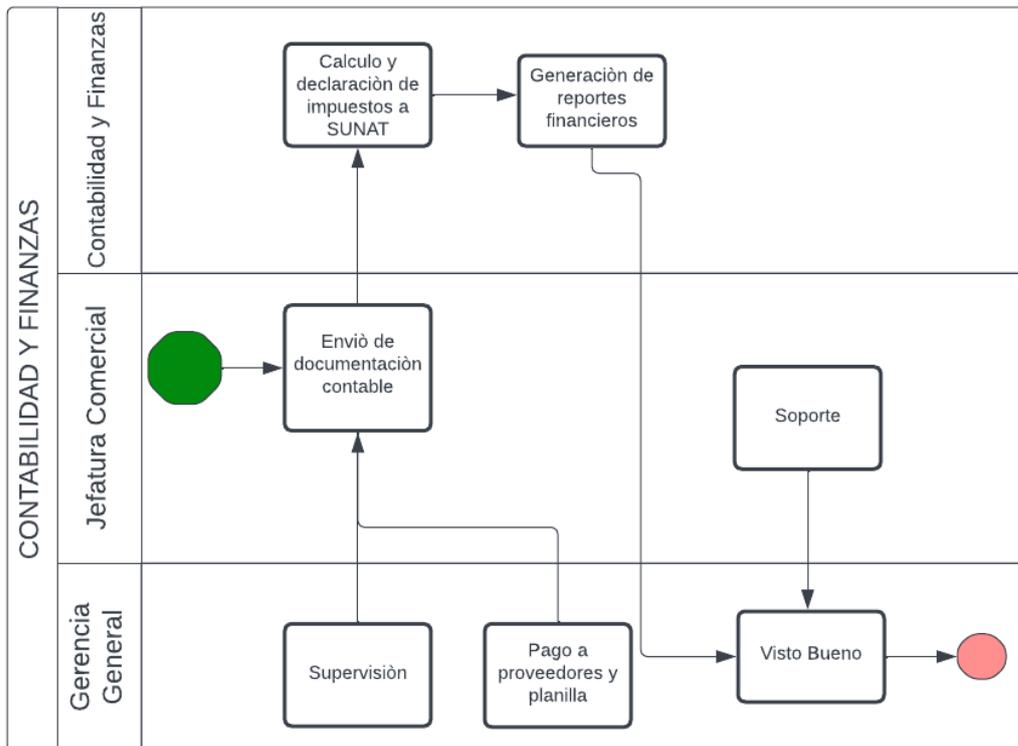
- Envío de documentación contable
- Programación de pago a proveedores y planilla
- Entrega de reportes financieros
- Ejecución de inventarios
- Cálculo y declaración de impuestos a SUNAT

Figura 23 Diagrama de Snake and Leaders Contabilidad y Finanzas



Elaboración propia.

Figura 24 Diagrama de flujo Contabilidad y Finanzas



Elaboración propia.

4.3.4.3. Proceso Compras y Abastecimiento

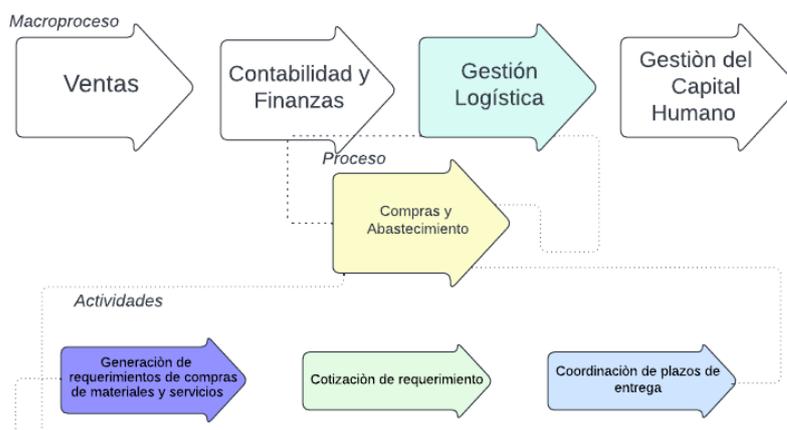
Es importante mencionar que este proceso obedece a las necesidades internas de la organización y también las externas, todo acorde con el requerimiento que se esté manejando.

Responsables: Jefe de Logística y Operaciones

Actividades:

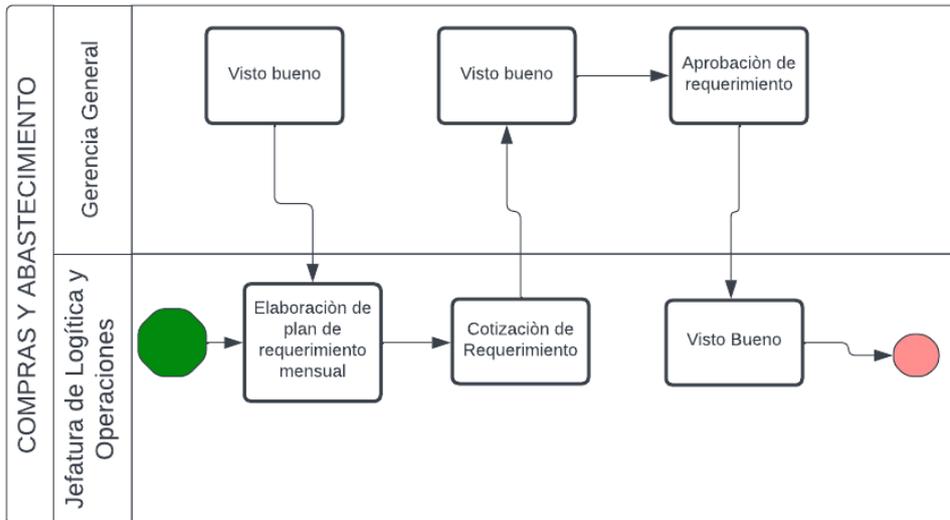
- Generación de requerimientos de compras de materiales y servicios
- Cotización del requerimiento
- Coordinación de plazos de entrega.

Figura 25 Diagrama de Snake and Leaders Compras y Abastecimiento



Elaboración propia.

Figura 26 Diagrama de flujo Compras y Abastecimiento



Elaboración propia.

4.3.4.4. Proceso de Almacén

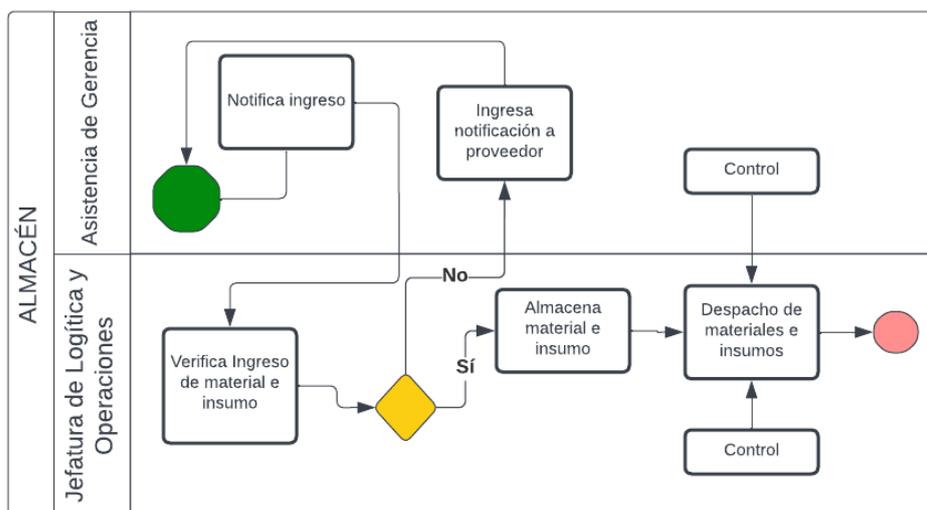
A cargo de la recepción de la verificación de la recepción, el almacenamiento, el despacho y el control de los mismos.

Responsables: Jefe de Logística y Operaciones

Actividades:

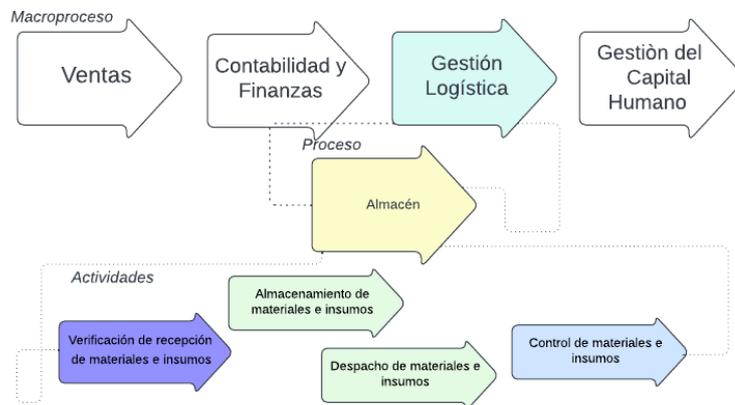
- Verificación de recepción de materiales e insumos
- Almacenamiento de materiales e insumos
- Despacho de materiales e insumos
- Control de materiales e insumos

Figura 27 Diagrama de Snake and Leaders Almacén



Elaboración propia.

Figura 28 Diagrama de flujo Compras y Almacén



Elaboración propia.

4.3.4.5. Proceso de Administración de personal

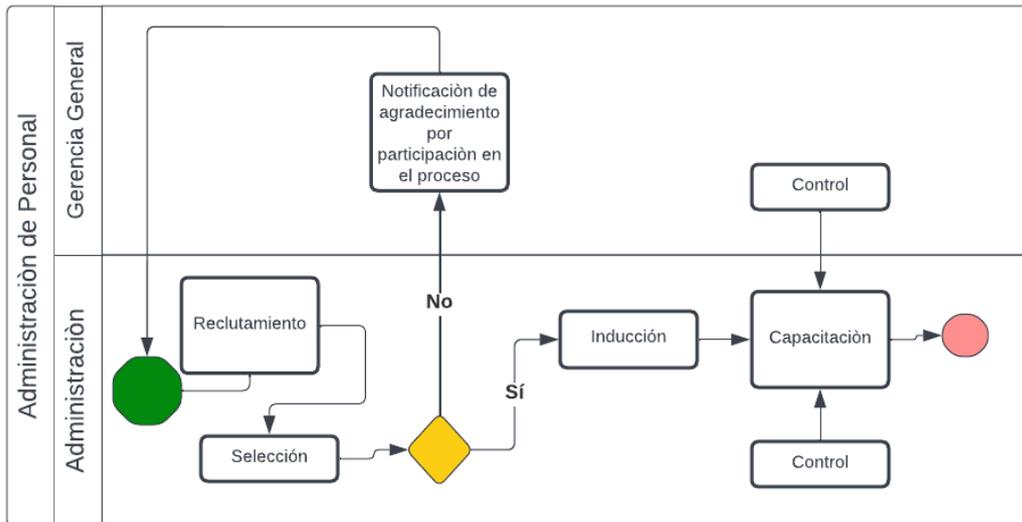
A cargo de la convocatoria de personal nuevo, incluye proceso de inducción y capacitación.

Responsables: Jefe de Administración

Actividades:

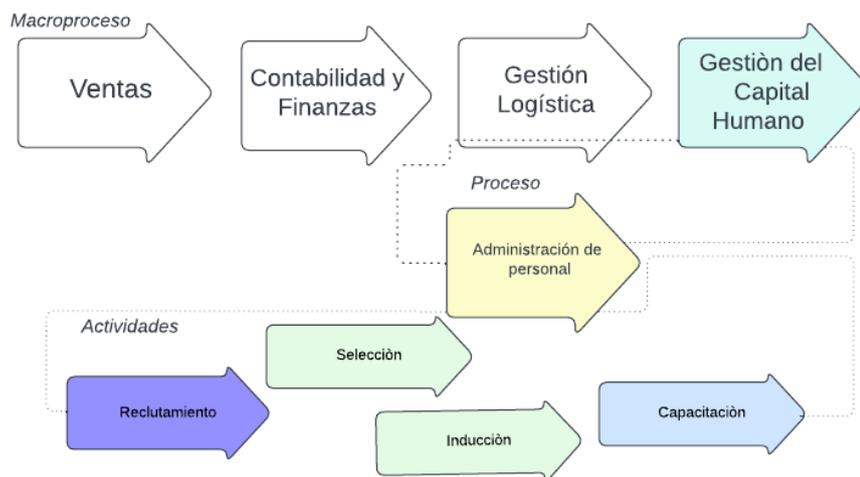
- Reclutamiento
- Selección
- Inducción
- Capacitación

Figura 29 Diagrama de Snake and Leaders Administración de personal



Elaboración propia.

Figura 30 Diagrama de flujo Compras y Administración de personal



Elaboración propia.

4.3.4.6. Proceso de Seguridad Industrial

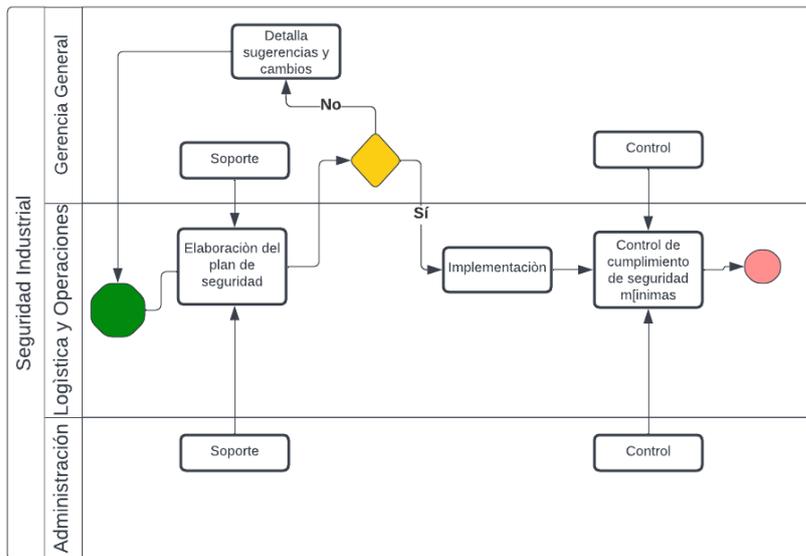
Está a cargo de la seguridad de todo el personal, pero en especial del personal técnico a cargo de las operaciones de instalación, almacén y mantenimiento de los equipos de frío.

Responsables: Jefe de Logística y Operaciones

Actividades:

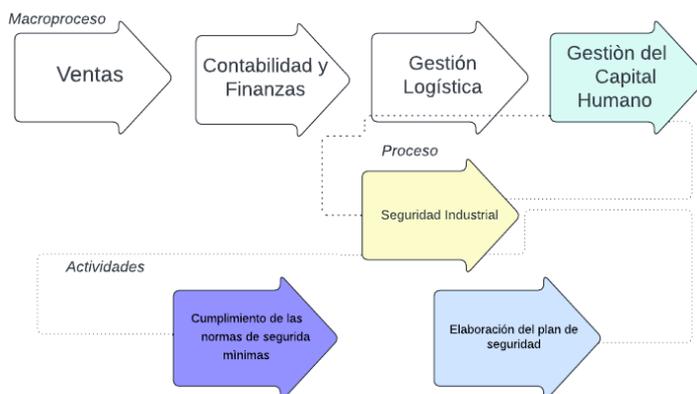
- Cumplimiento de las normas de seguridad mínimas
- Elaboración del plan de seguridad

Figura 31 Diagrama de Snake and Leaders Seguridad Industrial



Elaboración propia.

Figura 32 Diagrama de flujo Seguridad Industrial



Elaboración propia.

4.3.5. Matriz de priorización PARETO

Esta sección de la investigación permite visualizar los 5 principales problemas o causas asociadas a la satisfacción al cliente por una deficiente gestión por procesos. Es importante mencionar que el análisis y establecimiento de las mismas surge del escrutinio del diagrama de Ishikawa, la matriz FODA y los resultados de la preprueba del estudio de satisfacción al cliente.

A continuación se muestra la base de datos principal que sirvió para poder visualizar el PARETO a presentar, se encuestó a los 12 colaboradores de la organización, estableciendo 3 parámetros con codificación de alto(3), regular(2) y bajo(1) Esto permite establecer el nivel de urgencia que cada CAUSA RAIZ tiene(CR).

Figura 33 Matriz de priorización – NORT FRIGO CENTER EIRL

AREAS	CAUSAS Resultados Encuestas	MANO DE OBRA	MÉTODOS DE TRABAJO			MATERIA PRIMA	MEDICIONES
		Cr2: Falta de capacitación al personal	Cr3: Falta de Gestión de seguimiento	Cr5: Falta de Plan de mantenimiento preventivo independiente	Cr1: Falta de mano de obra profesional especializada	Cr4: Falta de indicadores de gestión	
Gerencia	1	2	3	2	3	3	
	2	3	3	2	3	2	
Administración	3	2	3	2	3	2	
Contabilidad	4	3	3	2	3	2	
	5	2	3	2	3	1	
Comercial	6	3	3	2	3	1	
Logística	7	2	3	2	1	1	
	8	3	3	2	1	1	
	9	2	3	2	1	2	
	10	1	3	2	1	1	
	11	2	3	2	1	3	
	12	1	2	2	1	1	
Calificación Total		26	35	24	24	20	

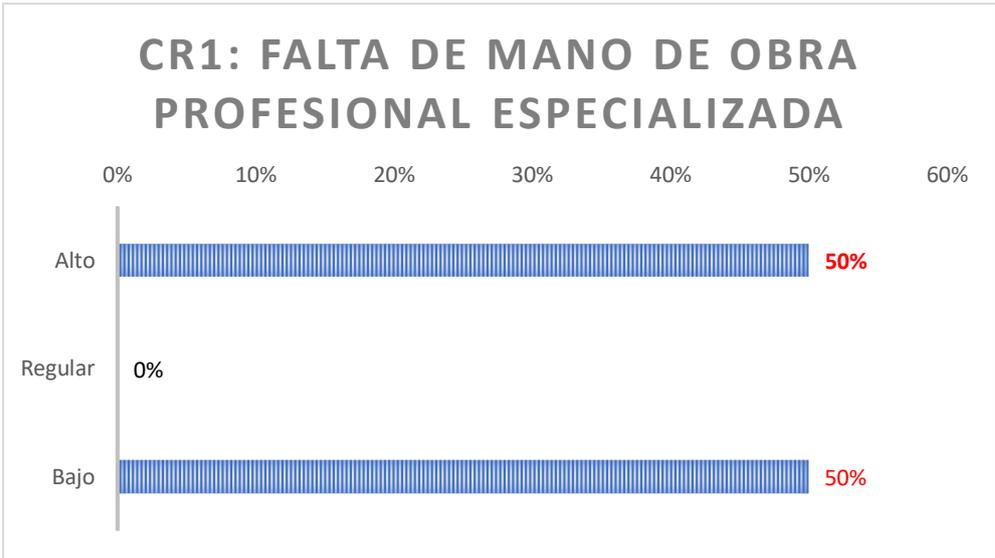
Fuente: Colaboradores de NORT FRIGO CENTER EIRL

Elaboración propia.

4.3.5.1. Detalle de Causas Raíz de Matriz de priorización PARETO

4.3.5.1.1. Causa Raíz 1 Falta de MANO DE OBRA PROFESIONAL ESPECIALIZADA

Figura 34 Causa Raíz 1 Falta de MANO DE OBRA PROFESIONAL ESPECIALIZADA



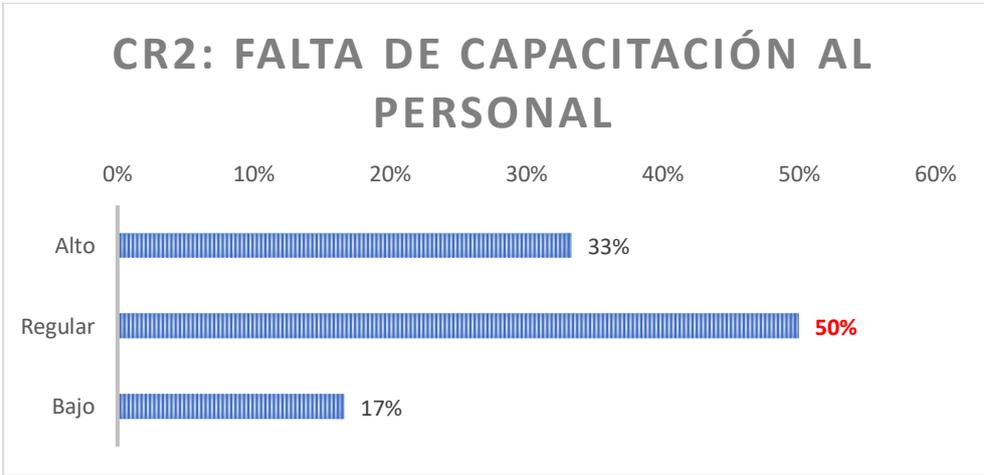
Fuente: Colaboradores de NORT FRIGO CENTER EIRL

Elaboración propia.

Esta CR1 está dividida mitad y mitad en nivel de urgencia alta y baja de implementación de actividades de gestión por procesos alrededor de la misma para repercutir en la satisfacción al cliente.

4.3.5.1.2. Causa Raíz 2 Falta de capacitación al personal

Figura 35 Causa Raíz 2 Falta de capacitación al personal



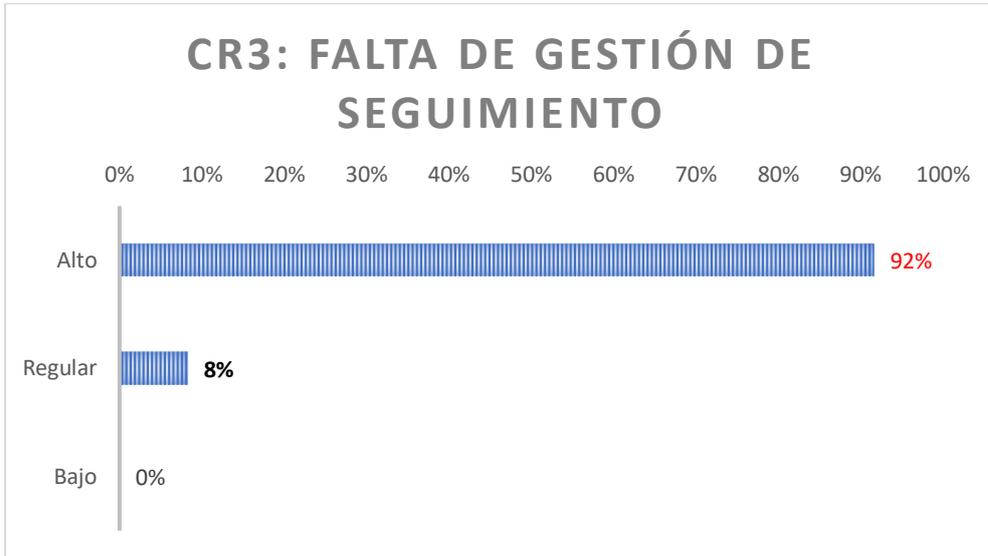
Fuente: Colaboradores de NORT FRIGO CENTER EIRL

Elaboración propia.

Esta CR2 está centrada con la mitad en regular urgencia de implementación de actividades de gestión por procesos alrededor de la misma para repercutir en la satisfacción al cliente.

4.3.5.1.3. Causa Raíz 3 Falta de gestión de seguimiento

Figura 36 Causa Raíz 3 Falta de gestión de seguimiento



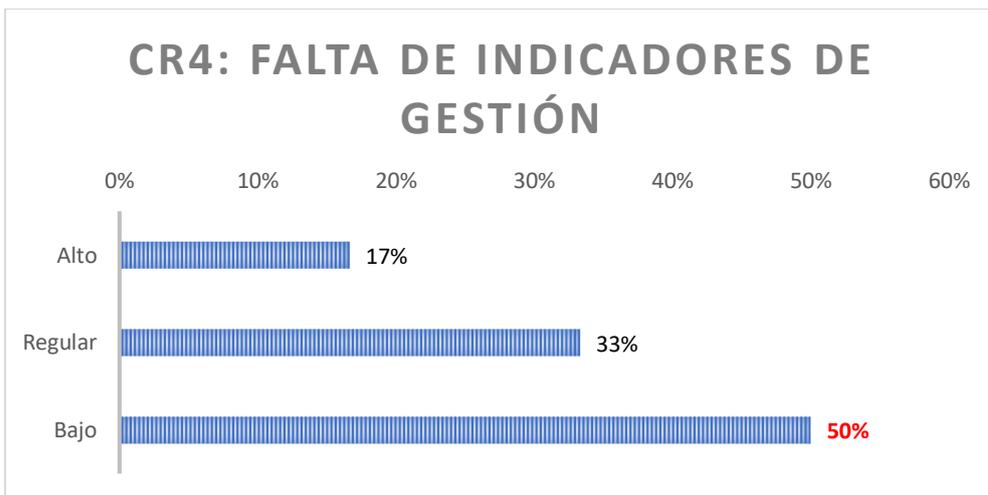
Fuente: Colaboradores de NORT FRIGO CENTER EIRL

Elaboración propia.

Esta CR3 está centrada con el 92.00% en alta urgencia de implementación de actividades de gestión por procesos alrededor de la misma para repercutir en la satisfacción al cliente.

4.3.5.1.4. Causa Raíz 4 Falta de INDICADORES DE GESTIÓN

Figura 37 Causa Raíz 4 Falta de INDICADORES DE GESTIÓN



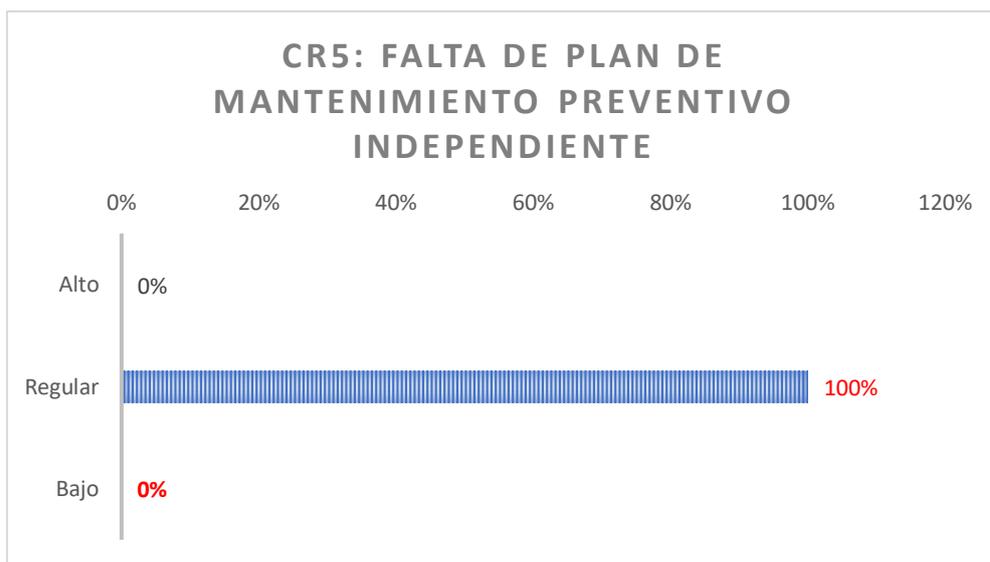
Fuente: Colaboradores de NORT FRIGO CENTER EIRL

Elaboración propia.

Esta CR4 está centrada con la mitad en baja urgencia de implementación de actividades de gestión por procesos alrededor de la misma para repercutir en la satisfacción al cliente.

4.3.5.1.5. Causa Raíz 5 Falta de PLAN DE MANTENIMIENTO PREVENTIVO INDEPENDIENTE

Figura 38 *Causa Raíz 5 Falta de PLAN DE MANTENIMIENTO PREVENTIVO INDEPENDIENTE*



Fuente: Colaboradores de NORT FRIGO CENTER EIRL

Elaboración propia.

Esta CR5 está centrada con la totalidad en regular urgencia de implementación de actividades de gestión por procesos alrededor de la misma para repercutir en la satisfacción al cliente.

4.3.5.2. Resumen de Matriz de priorización PARETO

A continuación, visualizamos las cuatro principales causa raíz que generan el 80% de los problemas asociados a la deficiente gestión por procesos que incida directamente en la satisfacción al cliente de la empresa NORT FRIGO CENTER EIRL.

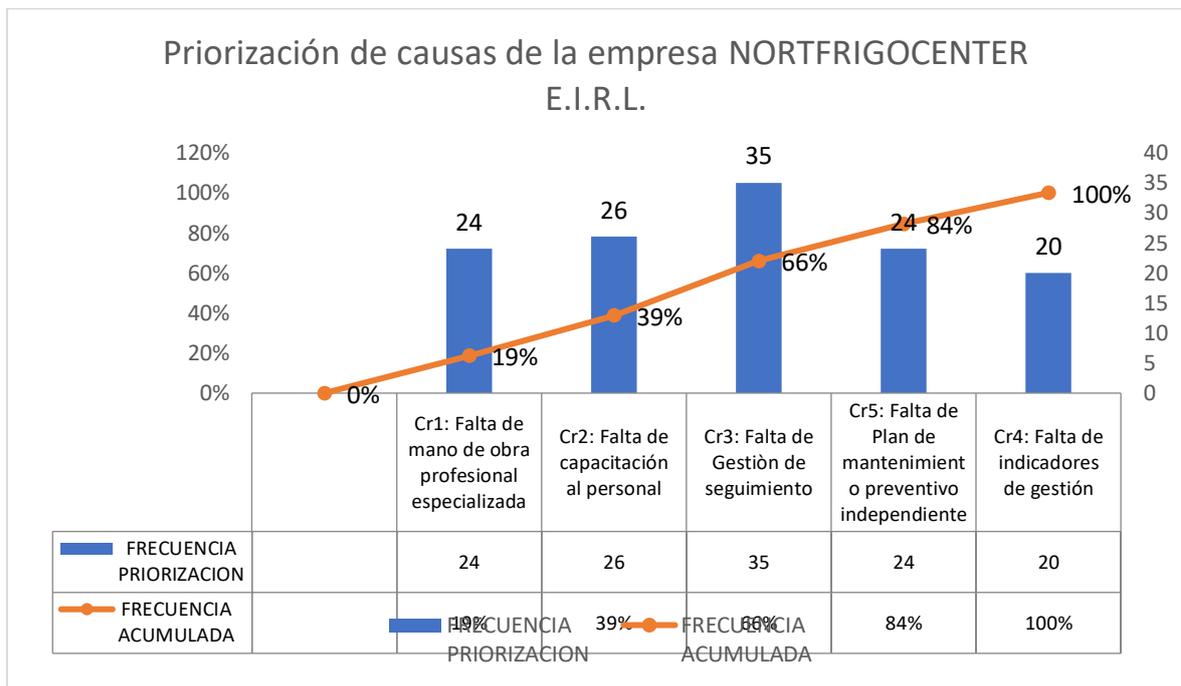
Tabla 9 *Resumen de Matriz de priorización PARETO*

CR	DESCRIPCION DE LA CAUSA RAIZ	FRECUENCIA PRIORIZACION	% ACUMULADO	FRECUENCIA ACUMULADA	80-20
CR1	Cr1: Falta de mano de obra profesional especializada	24	19%	19%	80%
CR2	Cr2: Falta de capacitación al personal	26	20%	39%	80%
CR3	Cr3: Falta de Gestión de seguimiento	35	27%	66%	80%
CR5	Cr5: Falta de Plan de mantenimiento preventivo independiente	24	19%	84%	20%
CR4	Cr4: Falta de indicadores de gestión	20	16%	100%	80%
TOTAL		129	100%	100%	

Fuente: Colaboradores de NORT FRIGO CENTER EIRL

Elaboración propia.

Figura 39 Priorización de causas de la empresa NORTFRIGOCENTER E.I.R.L.



Fuente: Colaboradores de NORT FRIGO CENTER EIRL

Elaboración propia.

Es importante mencionar que las 4 principales causas son falta capacitación al personal, falta de gestión de seguimiento, falta de mantenimiento preventivo independiente, falta de mano de obra profesional especializada. La que resalta acumulando un 66% con un impacto del 27% que lidera la alta urgencia de implementación, además de ser la seleccionada en conjunto con gerencia general de la organización para implementar medidas principales alrededor de la misma.

Es también necesario mencionar que todo lo establecido en los mapas de procesos y flujogramas en detalle permitió gestionar de manera asertiva los procesos en beneficio de la satisfacción al cliente.

4.3.6. Matriz de gestión de seguimiento de servicios

La matriz fue pensada, diseñada e implementada desde la simplicidad y el costo cero de la misma. La misma se detalla en la siguiente tabla en diseño, es un Excel simple compartido con acceso restringido a los clientes. Cada uno recibe una codificación por correo y puede visualizar en tiempo real en que parte del proceso está el servicio de mantenimiento o instalación. Se adjunta la base de datos general como anexos.

Tabla 10 Resumen de Matriz de seguimiento

<u>Diseño de Matriz de seguimiento</u>									
Código Generado	Equipos a dar mantenimiento	Equipos a ser instalados	Fecha y hora de Generación de	Técnico(s) designado(s)	Fecha y hora de recepción de pedido de	Fecha y hora de atención de	Fecha y hora de envío por WhatsApp como	Aclaraciones	adicionales
1									
2									
3									
.									
.									
.									
n									
<u>PRINCIPALES INDICADORES RECOGIDOS</u>									
97.77%		efectividad de los servicios.							
32		minutos de promedio de entrega del servicio.							
1031		servicios en 25 días.							
23		Veces que se tardaron como máximo hasta un día.							

Elaboración propia.

Es también importante mencionar que la matriz no alberga información sensible de ninguna organización cliente o cliente natural, ni nombre de empresa ni fotografías de los equipos, etc. Esto para salvaguardar la integridad de los clientes y asegurar la fiabilidad en la herramienta. Solo identificaron la etapa o estatus del proceso mediante la codificación determinada. Ahora bien, esta matriz se aplicó desde el día 3 de noviembre hasta la actualidad, la post prueba se aplicó los días 26, 27 y 28 de noviembre. Luego de exactamente 23 días de implementación. Tiempo considerable puesto que la organización recibe en promedio 50 pedidos entre mantenimiento e instalación de equipos. Los principales indicadores evidencian la funcionalidad de la herramienta puesto que la efectividad en la entrega del servicio al 97.77%, el tiempo de 20 horas en promedio se redujo a 32 minutos y en 25 días solo se tuvo como máximo 1 día de retraso en 23 oportunidades.

4.4. Estudio de satisfacción del cliente de la empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022.

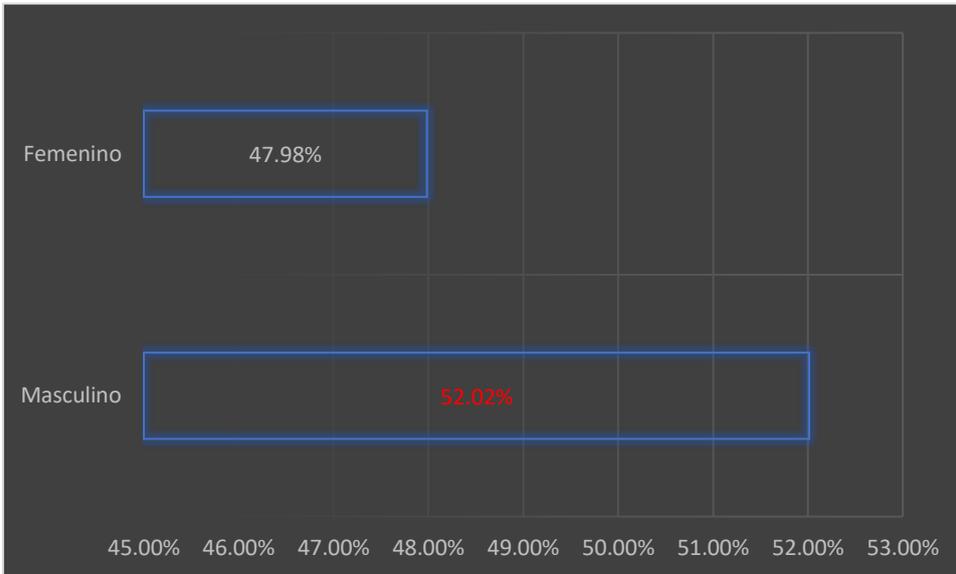
4.4.1. Estudio de satisfacción del cliente de la empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022 previo a la implementación de la propuesta de gestión por procesos.

4.4.1.1. Perfil del cliente

Tabla 11 Género

Categoría	<i>F</i>	%
Masculino	129	52.02%
Femenino	119	47.98%
Total	248	100.00%
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>		

Figura 40 Género



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

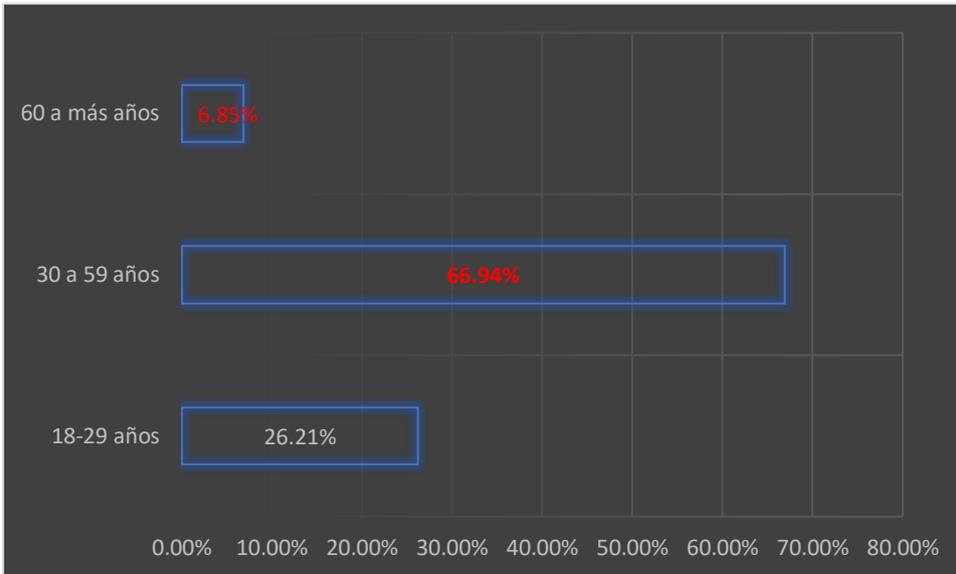
Interpretación:

EL 52.02% de los clientes de NORT FRIGO CENTER EIRL son hombres mientras que el 47.98% son mujeres. Cabe recalcar que están incluidos los representantes de los clientes corporativos de la organización.

Tabla 12 Edad

Categoría	<i>Fi</i>	%
18-29 años	65	26.21%
30 a 59 años	166	66.94%
60 a más años	17	6.85%
Total	248	100.00%
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>		

Figura 41 Edad



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

El 66.94% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. tienen de 30 a 59 años de edad, centrando en este grupo de edad la ponderación máxima mientras que en el grupo de los adultos mayores (60 a más años) se expresa la ponderación mínima (6.85%)

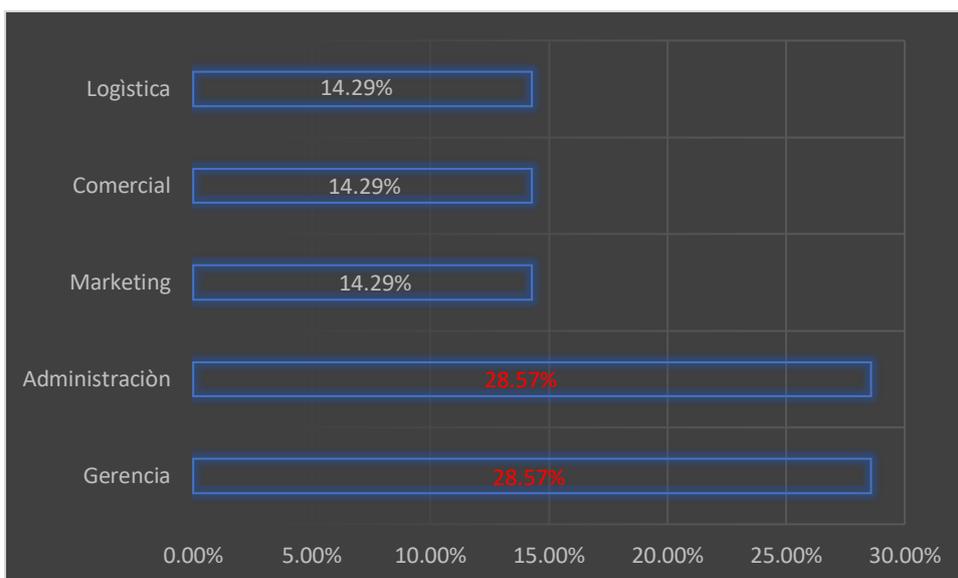
Tabla 13 Cargo que ocupa el cliente corporativo

Categoría	Fi	%
Gerencia	2	28.57%
Administración	2	28.57%
Marketing	1	14.29%
Comercial	1	14.29%
Logística	1	14.29%
Total	7	100.00%

Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Figura 42 Cargo que ocupa el cliente corporativo



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

Respecto a los clientes corporativos de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. se consideró para efectos de esta investigación en su mayoría a personal del área de administración (28.57%) y gerencia (28.57%)

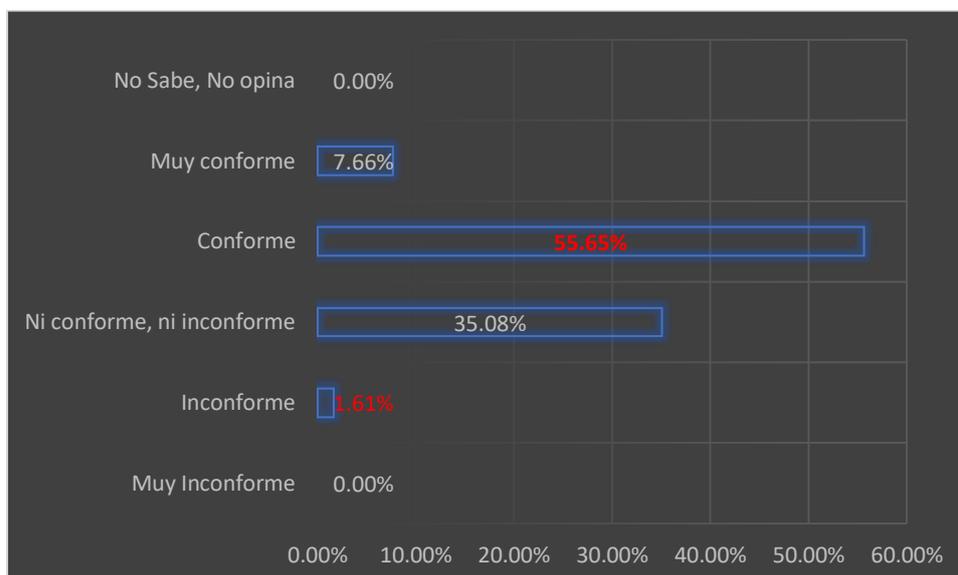
4.4.1.2. Indicadores de calidad

Tabla 14 Percepción del servicio acorde con lo que ofrece

Categoría	Valor Asignado	Fi	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	

Inconforme	2	4	1.61%	
Ni conforme, ni inconforme	3	87	35.08%	
Conforme	4	138	55.65%	
Muy conforme	5	19	7.66%	
No Sabe, No opina	0	0	0.00%	
Total		248	100.00%	3.6935
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>				

Figura 43 Percepción del servicio acorde con lo que ofrece



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

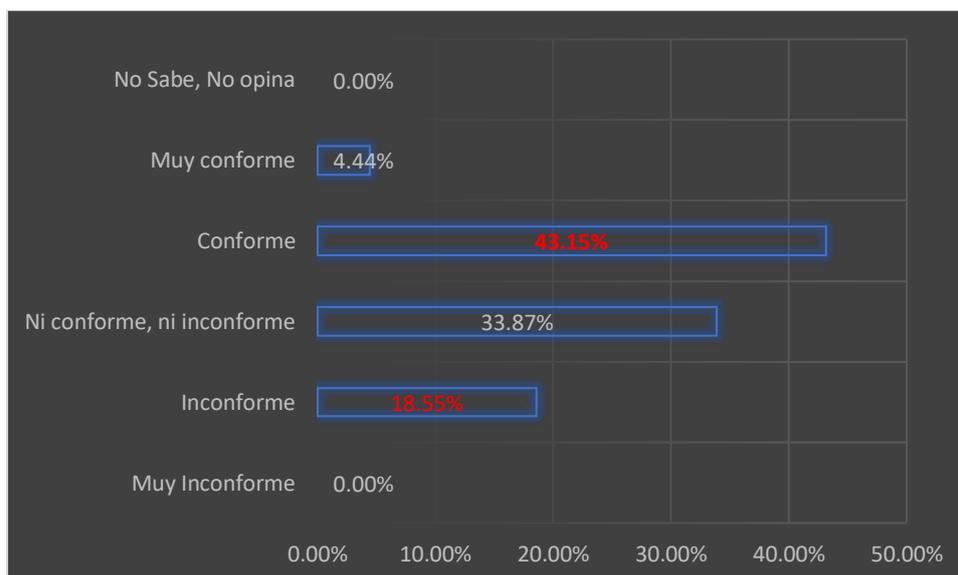
Interpretación:

El 55.65% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad al hecho de que el servicio está acorde con lo que se ofrece mientras que el 1.61% están inconforme con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 3.6935 en base máxima de 5.

Tabla 15 Percepción respecto de la atraktividad de los canales digitales

Categoría	Valor Asignado	F _i	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	46	18.55%	
Ni conforme, ni inconforme	3	84	33.87%	
Conforme	4	107	43.15%	
Muy conforme	5	11	4.44%	
No Sabe, No opina	0	0	0.00%	
Total		248	100.00%	3.3347
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>				

Figura 44 Percepción respecto de la atractividad de los canales digitales



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

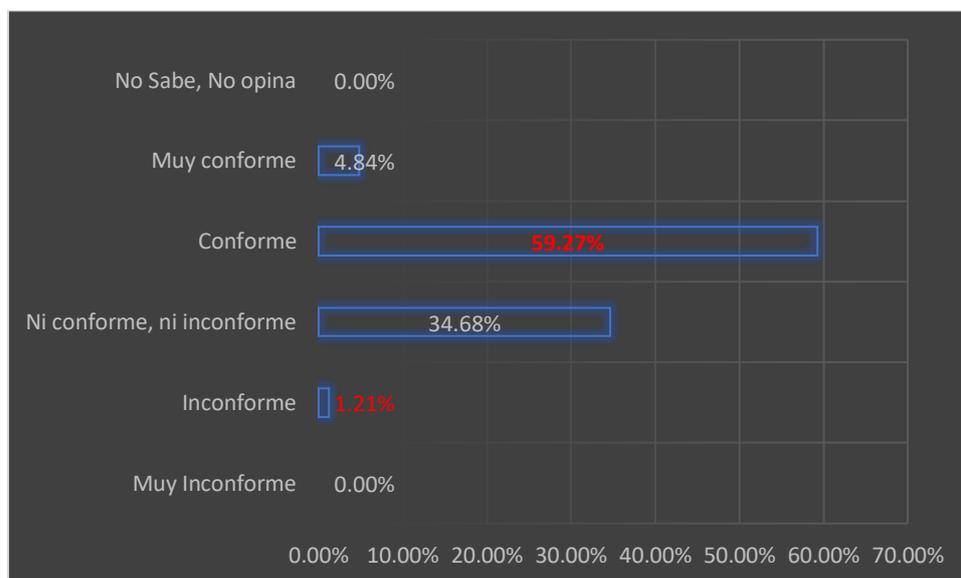
El 43.15% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad al hecho de que los canales digitales son atractivos mientras que el

18.55% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 3.3347 en base máxima de 5.

Tabla 16 *Percepción respecto de la eficiencia del servicio*

Categoría	Valor Asignado	F _i	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	3	1.21%	
Ni conforme, ni inconforme	3	86	34.68%	
Conforme	4	147	59.27%	
Muy conforme	5	12	4.84%	
No Sabe, No opina	0	0	0.00%	
Total		248	100.00%	3.6774
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>				

Figura 45 *Percepción respecto de la eficiencia del servicio*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

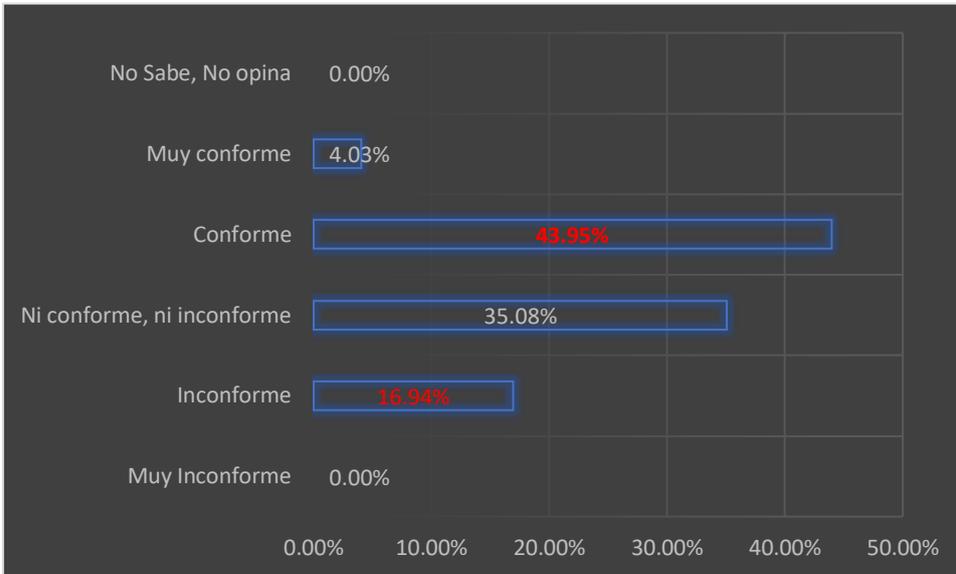
Interpretación:

El 59.27% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto de la eficiencia del servicio mientras que el 1.21% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 3.6774 en base máxima de 5.

Tabla 17 *Percepción respecto de la personalización del servicio*

Categoría	Valor Asignado	Fi	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	42	16.94%	
Ni conforme, ni inconforme	3	87	35.08%	
Conforme	4	109	43.95%	
Muy conforme	5	10	4.03%	
No Sabe, No opina	0	0	0.00%	
Total		248	100.00%	3.3508
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.				
<i>Elaboración propia.</i>				

Figura 46 *Percepción respecto de la personalización del servicio*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

El 43.95% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto de que el servicio es personalizado mientras que el 16.94% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 3.3508 en base máxima de 5.

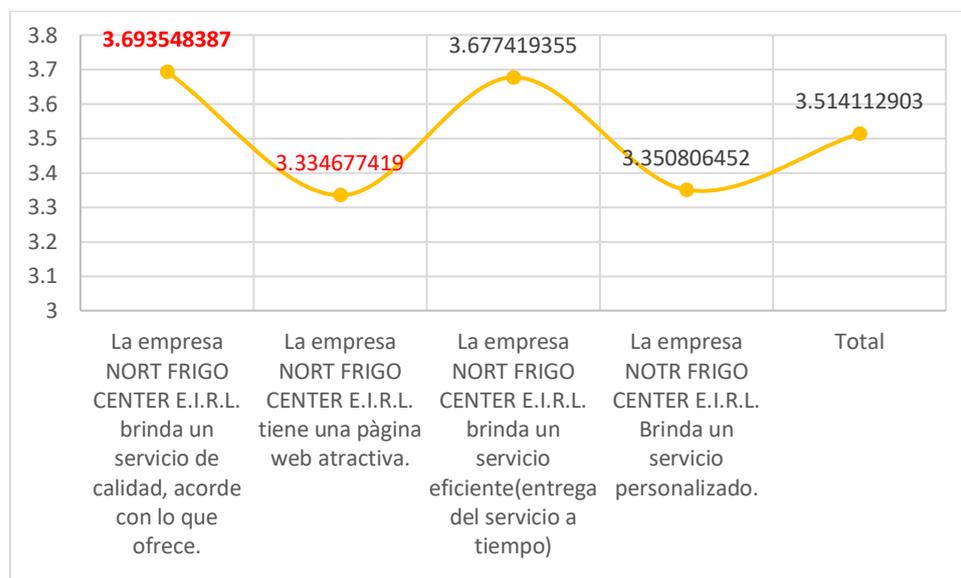
Tabla 18 *Resumen Promedios Calidad*

Categoría	Promedio
La empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. brinda un servicio de calidad, acorde con lo que ofrece.	3.6935
La empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. tiene una página web atractiva.	3.3347
La empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. brinda un servicio eficiente (entrega del servicio a tiempo)	3.6774
La empresa NOTR FRIGO CENTER E.I.R.L. Brinda un servicio personalizado.	3.3508
Total	3.51411

Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Figura 47 Resumen Promedios Calidad



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

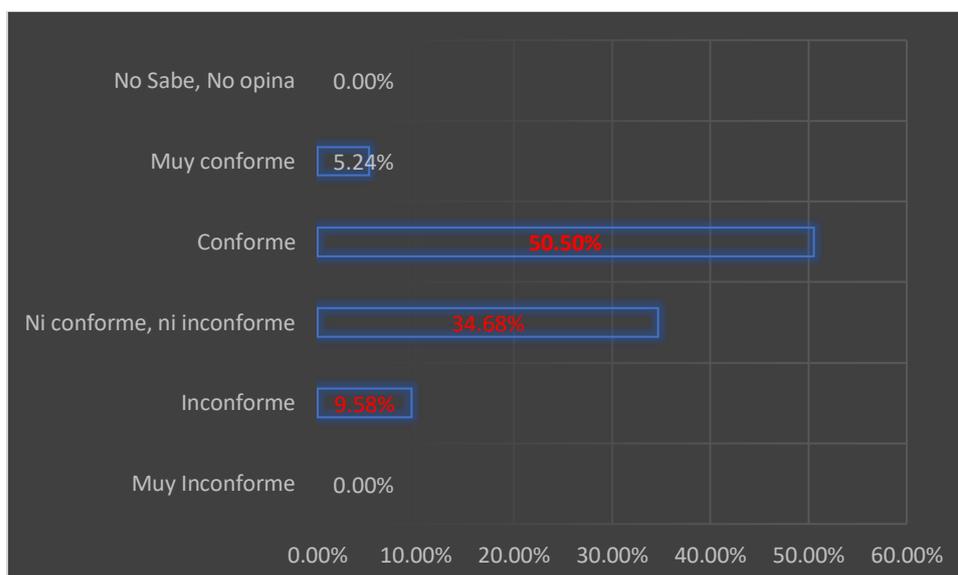
Interpretación:

En calidad el indicador de promedio más alto es el de concordancia entre el servicio ofertado y el servicio recibido (3.6935) y el indicador más bajo es la atraktividad de los medios digitales (3.3347), en este caso la página web de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Tabla 19 Resumen Calidad

Categoría	Valor Asignado	F _i	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	95	9.58%	
Ni conforme, ni inconforme	3	344	34.68%	
Conforme	4	501	50.50%	
Muy conforme	5	52	5.24%	
No Sabe, No opina	0	0	0.00%	
Total		992	100.00%	3.51411
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>				

Figura 48 Resumen Calidad



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

El 50.50% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. están conformes con la calidad, mientras que el 9.58% está inconforme con la misma; es importante mencionar que 34.68% está ni inconforme ni conforme. La valoración

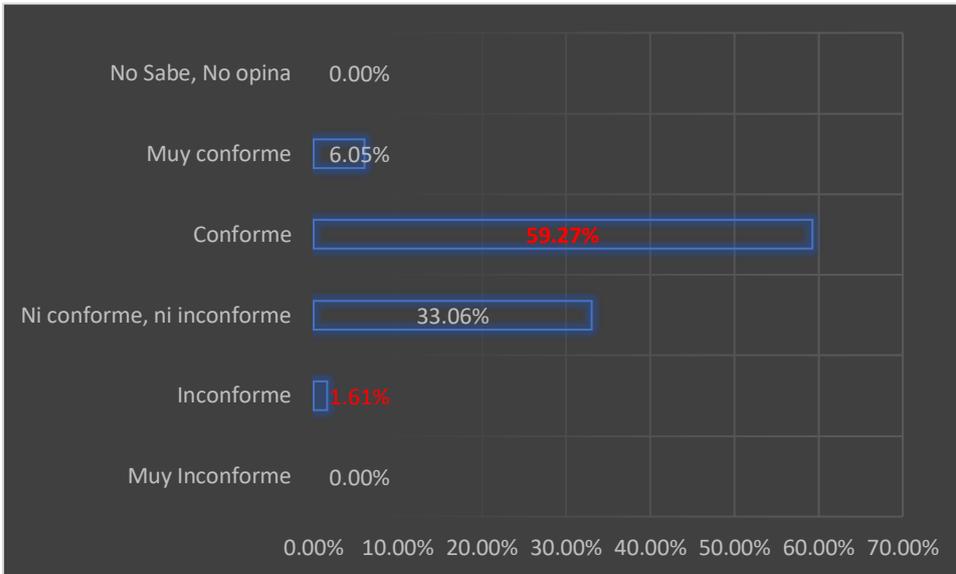
de sus respuestas permite establecer un promedio para calidad del 3.5141 en base máxima de 5.

4.4.1.3. Indicadores de precio

Tabla 20 *Percepción de precio justo*

Categoría	Valor Asignado	F _i	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	4	1.61%	
Ni conforme, ni inconforme	3	82	33.06%	
Conforme	4	147	59.27%	
Muy conforme	5	15	6.05%	
No Sabe, No opina	0	0	0.00%	
Total		248	100.00%	3.6976
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>				

Figura 49 *Percepción de precio justo*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

El 59.27% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto a su precio justo mientras que el 1.61% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 3.6976 en base máxima de 5.

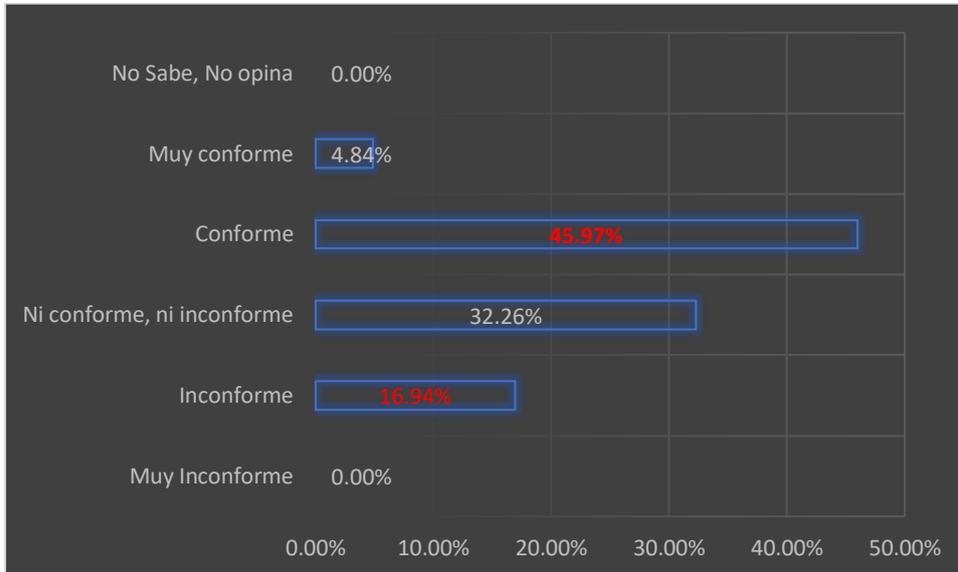
Tabla 21 *Percepción de variación de precio*

Categoría	Valor Asignado	F _i	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	42	16.94%	
Ni conforme, ni inconforme	3	80	32.26%	
Conforme	4	114	45.97%	
Muy conforme	5	12	4.84%	
No Sabe, No opina	0	0	0.00%	
Total		248	100.00%	3.3871

Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Figura 50 *Percepción de variación de precio*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

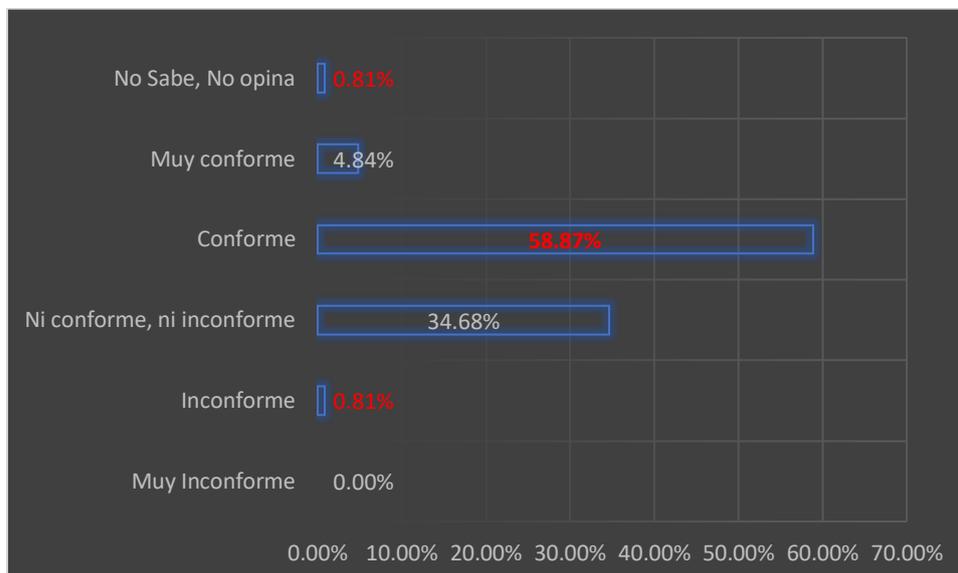
El 45.97% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto a la no variación del precio mientras que el 19.94% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 3.3871 en base máxima de 5.

Tabla 22 *Percepción de relación calidad-precio*

Categoría	Valor Asignado	F _i	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	2	0.81%	

Ni conforme, ni inconforme	3	86	34.68%	
Conforme	4	146	58.87%	
Muy conforme	5	12	4.84%	
No Sabe, No opina	0	2	0.81%	
Total		248	100.00%	3.6532
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.				
<i>Elaboración propia.</i>				

Figura 51 *Percepción de relación calidad-precio*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

El 58.87% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto a la relación calidad-precio mientras que el 1.62%, mitad y mitad, están inconformes o son indiferentes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 3.6532 en base máxima de 5.

Tabla 23 *Resumen Promedios Precio*

Categoría	Promedio
Los servicios de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. tienen un precio justo.	3.6975
Los precios de los servicios de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. no varían constantemente.	3.3871
Los servicios de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. gradan una buena relación calidad-precio.	3.6532
Total	3.58
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>	

Figura 52 Resumen Promedios Precio



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

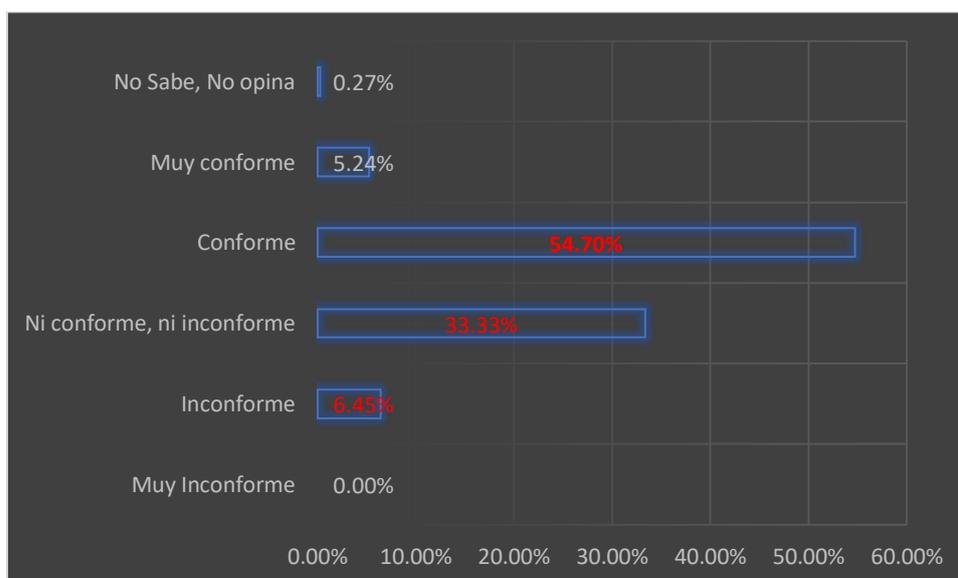
Interpretación:

En precio el indicador de promedio más alto es el de precio justo (3.6935) y el indicador más bajo es el de no variación constante del precio (3.3871)

Tabla 24 Resumen Precio

Categoría	Valor Asignado	Fi	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	48	6.45%	
Ni conforme, ni inconforme	3	248	33.33%	
Conforme	4	407	54.70%	
Muy conforme	5	39	5.24%	
No Sabe, No opina	0	2	0.27%	
Total		744	100.00%	3.5793
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>				

Figura 53 Resumen Precio



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

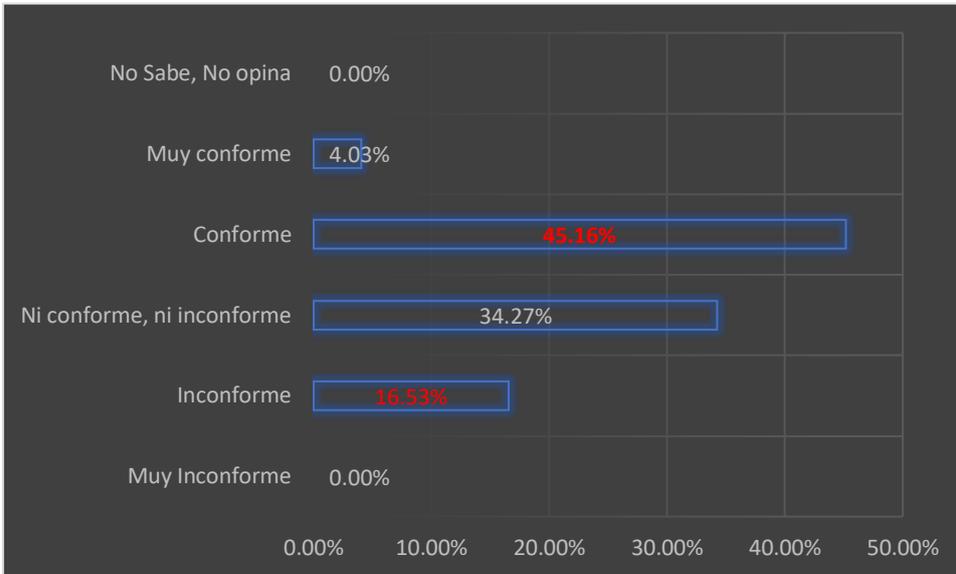
El 54.70% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. están conformes con el precio, mientras que el 6.45% está inconforme con el mismo; es importante mencionar que 33.33% está ni inconforme ni conforme. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para precio del 3.5793 en base máxima de 5.

4.4.1.4. Indicadores de seguridad

Tabla 25 *Percepción de seguridad en la calidad del servicio ofertado*

Categoría	Valor Asignado	F _i	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	41	16.53%	
Ni conforme, ni inconforme	3	85	34.27%	
Conforme	4	112	45.16%	
Muy conforme	5	10	4.03%	
No Sabe, No opina	0	0	0.00%	
Total		248	100.00%	3.3669
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.				
<i>Elaboración propia.</i>				

Figura 54 *Percepción de seguridad en la calidad del servicio ofertado*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

El 45.16% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto a la seguridad en la calidad del servicio ofertado mientras que el 16.53% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 3.3669 en base máxima de 5.

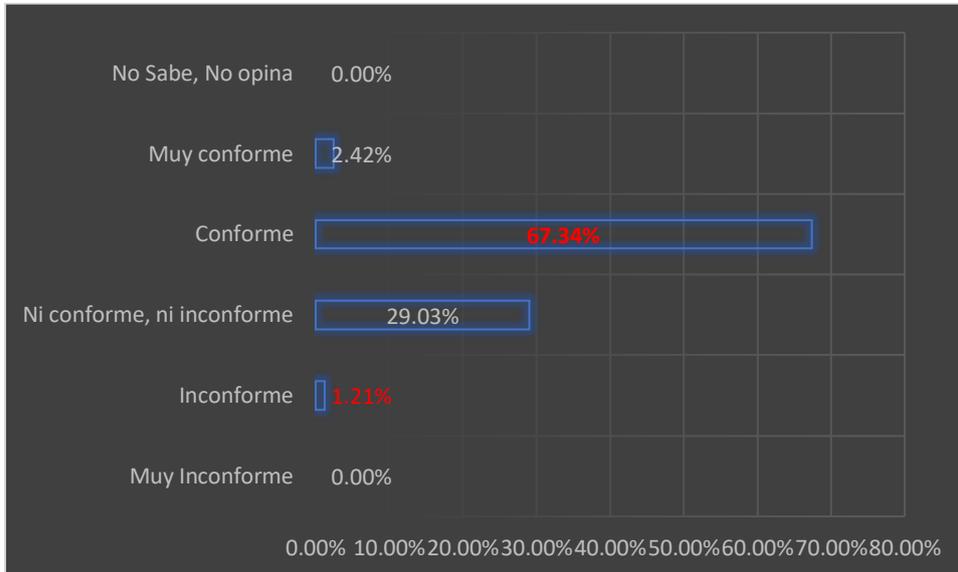
Tabla 26 *Percepción de seguridad en las transacciones económicas*

Categoría	Valor Asignado	F _i	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	3	1.21%	
Ni conforme, ni inconforme	3	72	29.03%	
Conforme	4	167	67.34%	
Muy conforme	5	6	2.42%	
No Sabe, No opina	0	0	0.00%	
Total		248	100.00%	3.7097

Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Figura 55 Percepción de seguridad en las transacciones económicas



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

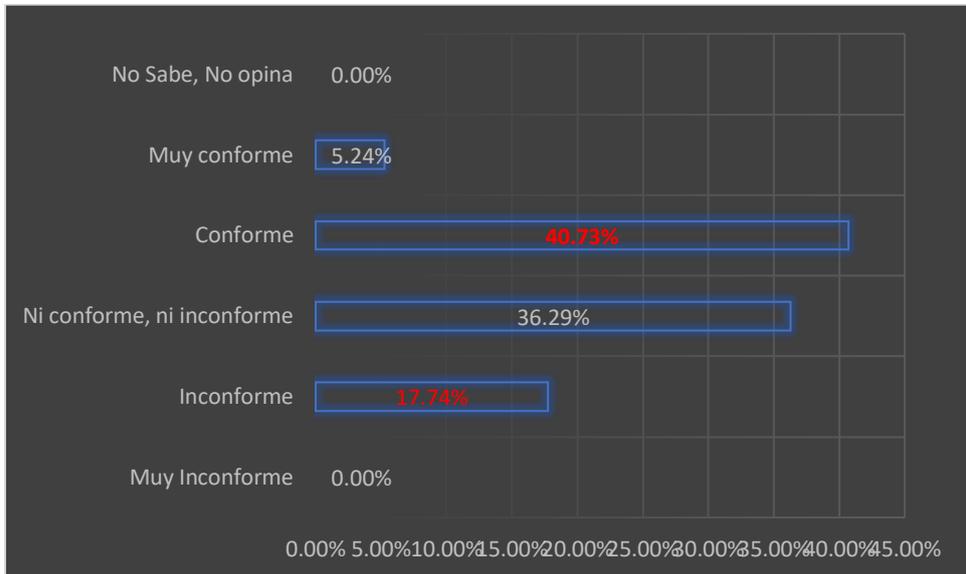
El 67.34% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto a la seguridad en las transacciones económicas mientras que el 1.21% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 3.7097 en base máxima de 5.

Tabla 27 Percepción de seguridad en los procesos de devolución y/o reclamo

Categoría	Valor Asignado	Fi	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	44	17.74%	

Ni conforme, ni inconforme	3	90	36.29%	
Conforme	4	101	40.73%	
Muy conforme	5	13	5.24%	
No Sabe, No opina	0	0	0.00%	
Total		248	100.00%	3.3347
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.				
<i>Elaboración propia.</i>				

Figura 56 Percepción de seguridad en los procesos de devolución y/o reclamo



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

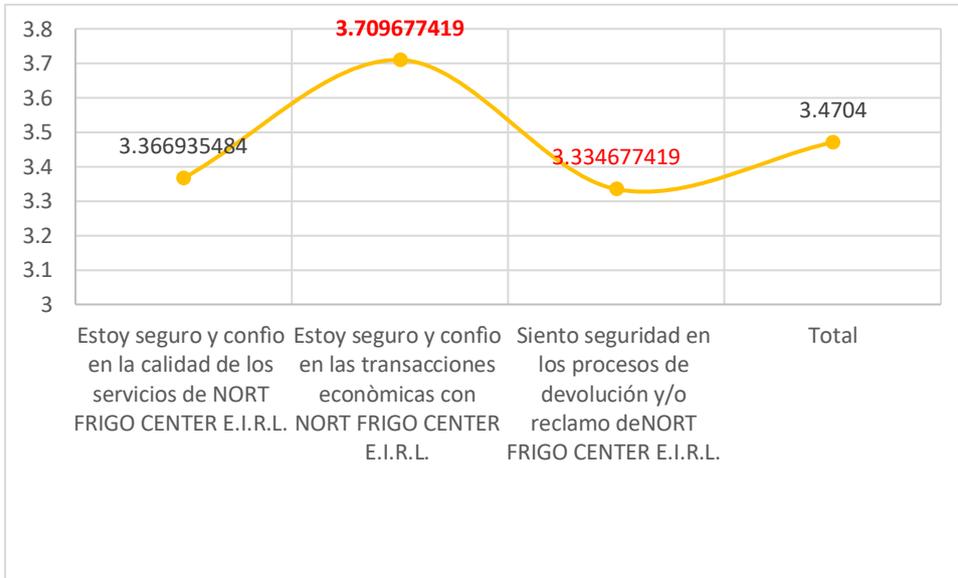
El 40.73% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto a la seguridad en los procesos de devolución y/o reclamo mientras que el 17.74% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 3.3347 en base máxima de 5.

Tabla 28 Resumen Promedios Seguridad

Categoría	Promedio
-----------	----------

Estoy seguro y confío en la calidad de los servicios de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.	3.3669
Estoy seguro y confío en las transacciones económicas con NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.	3.7097
Siento seguridad en los procesos de devolución y/o reclamo de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.	3.3347
Total	3.47
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>	

Figura 57 Resumen Promedios Seguridad



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

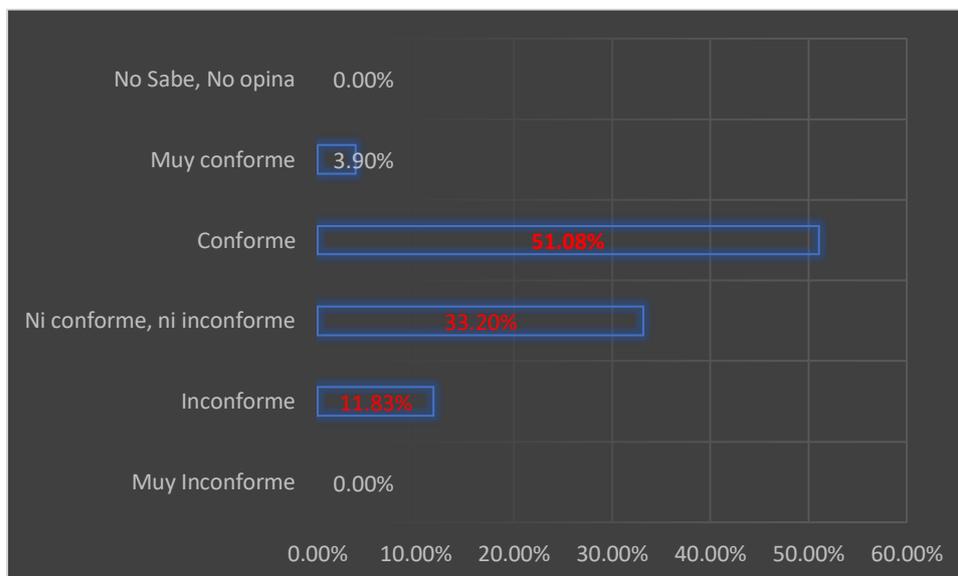
En seguridad el indicador de promedio más alto es la seguridad y confianza en las transacciones económicas (3.7097) y el indicador más bajo es el de seguridad en los procesos de devolución y reclamo(3.3347)

Tabla 29 Resumen Seguridad

Categoría	Valor Asignado	F _i	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	88	11.83%	
Ni conforme, ni inconforme	3	247	33.20%	
Conforme	4	380	51.08%	
Muy conforme	5	29	3.90%	
No Sabe, No opina	0	0	0.00%	
Total		744	100.00%	3.4704

Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.
Elaboración propia.

Figura 58 Resumen Seguridad



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

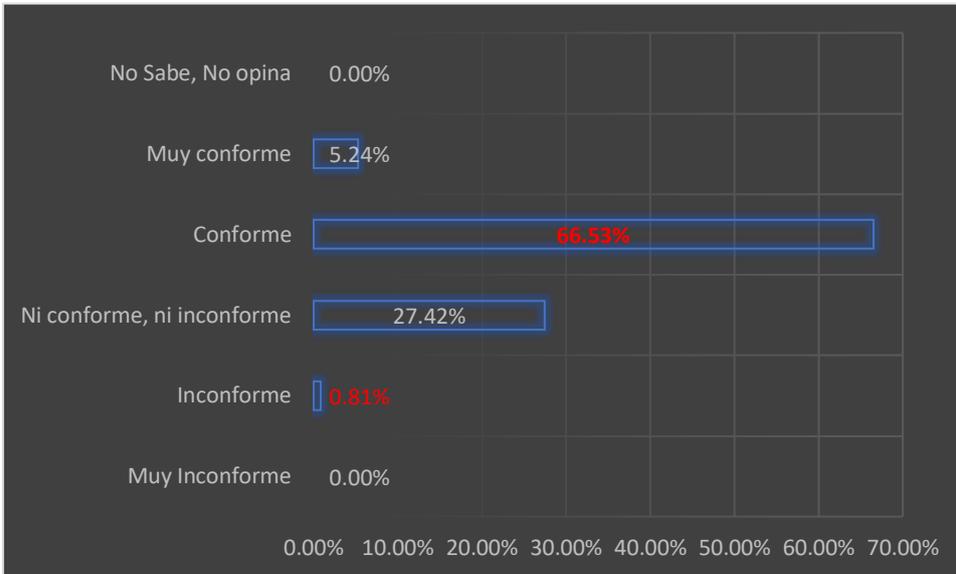
El 51.08% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. están conformes con la seguridad, mientras que el 11.83% está inconforme con el mismo; es importante mencionar que 33.20% está ni inconforme ni conforme. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para seguridad del 3.4704 en base máxima de 5.

4.4.1.5. Indicadores de reputación

Tabla 30 *Percepción de honestidad de los servicios*

Categoría	Valor Asignado	F _i	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	2	0.81%	
Ni conforme, ni inconforme	3	68	27.42%	
Conforme	4	165	66.53%	
Muy conforme	5	13	5.24%	
No Sabe, No opina	0	0	0.00%	
Total		248	100.00%	3.7621
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>				

Figura 59 *Percepción de honestidad de los servicios*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

El 66.53% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto a la honestidad en relación a los servicios ofrecidos mientras que el 0.81% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 3.7621 en base máxima de 5.

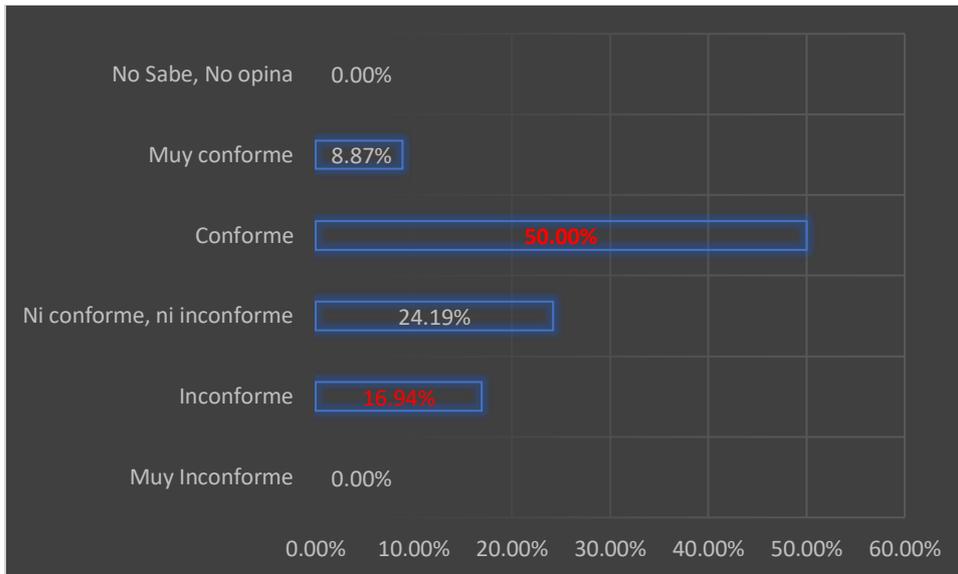
Tabla 31 *Percepción de confianza (orientada hacia la entrega oportuna del servicio)*

Categoría	Valor Asignado	F _i	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	42	16.94%	
Ni conforme, ni inconforme	3	60	24.19%	
Conforme	4	124	50.00%	
Muy conforme	5	22	8.87%	
No Sabe, No opina	0	0	0.00%	
Total		248	100.00%	3.5081

Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Figura 60 *Percepción de confianza (orientada hacia la entrega oportuna del servicio)*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

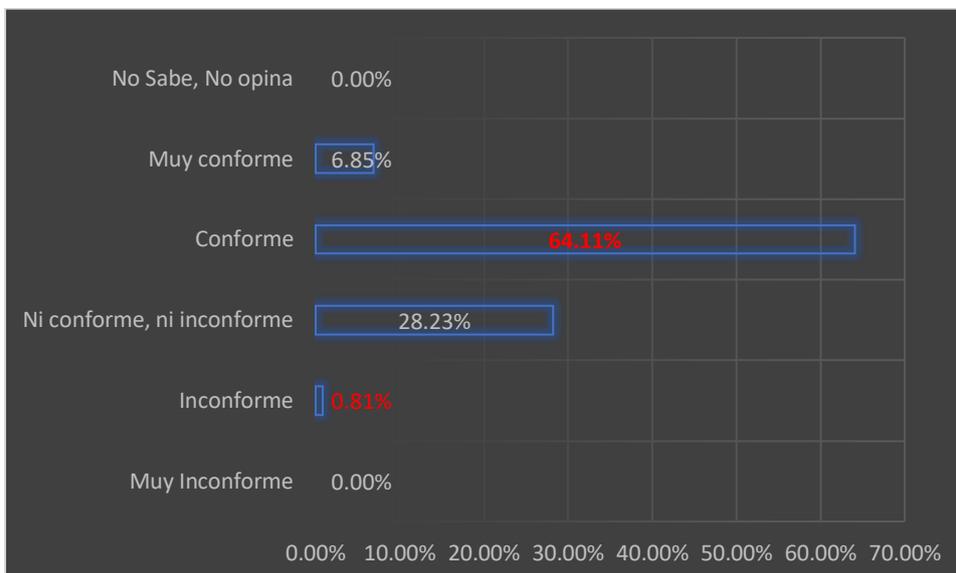
El 50.00% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto a la entrega oportuna del servicio generando confianza mientras que el 16.94% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 3.5081 en base máxima de 5.

Tabla 32 *Percepción de fiabilidad (orientada hacia la calidad del servicio)*

Categoría	Valor Asignado	Fi	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	2	0.81%	

Ni conforme, ni inconforme	3	70	28.23%	
Conforme	4	159	64.11%	
Muy conforme	5	17	6.85%	
No Sabe, No opina	0	0	0.00%	
Total		248	100.00%	3.7702
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.				
<i>Elaboración propia.</i>				

Figura 61 Percepción de fiabilidad (orientada hacia la calidad del servicio)



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

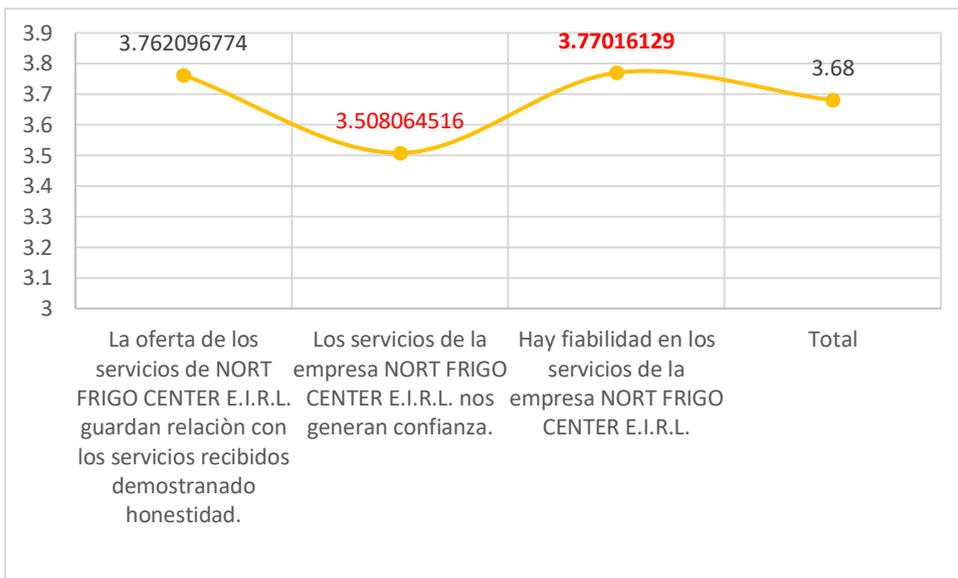
El 64.11% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto a la fiabilidad en la calidad del servicio mientras que el 0.81% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 3.7702 en base máxima de 5.

Tabla 33 Resumen Promedios Reputación

Categoría	Promedio
-----------	----------

La oferta de los servicios de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. guardan relación con los servicios recibidos demostrando honestidad.	3.7621
Los servicios de la empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. nos generan confianza.	3.5081
Hay fiabilidad en los servicios de la empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.	3.7702
Total	3.6801
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>	

Figura 62 Resumen Promedios Reputación



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

En reputación el indicador de promedio más alto es la fiabilidad en los servicios (3.7702) y el indicador más bajo es el de entrega oportuna del servicio generando confianza (3.5081)

Tabla 34 Resumen Reputación

Categoría	Valor Asignado	Fi	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	46	6.18%	
Ni conforme, ni inconforme	3	198	26.61%	
Conforme	4	448	60.22%	
Muy conforme	5	52	6.99%	
No Sabe, No opina	0	0	0.00%	
Total		744	100.00%	3.6801
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>				

Figura 63 Resumen Reputación



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

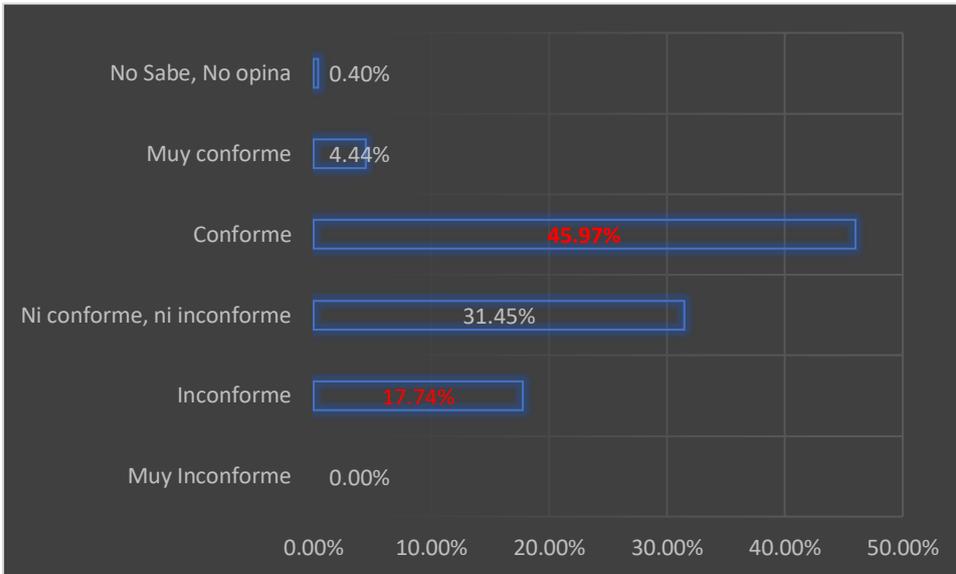
El 60.22% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. están conformes con la reputación, mientras que el 6.18% está inconforme con el mismo; es importante mencionar que 26.61% está ni inconforme ni conforme. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para reputación del 3.6801 en base máxima de 5.

4.4.1.6. Indicadores tiempo de respuesta

Tabla 35 *Percepción de contestación rápida a las consultas*

Categoría	Valor Asignado	Fi	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	44	17.74%	
Ni conforme, ni inconforme	3	78	31.45%	
Conforme	4	114	45.97%	
Muy conforme	5	11	4.44%	
No Sabe, No opina	0	1	0.40%	
Total		248	100.00%	3.3589
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>				

Figura 64 *Percepción de contestación rápida a las consultas*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

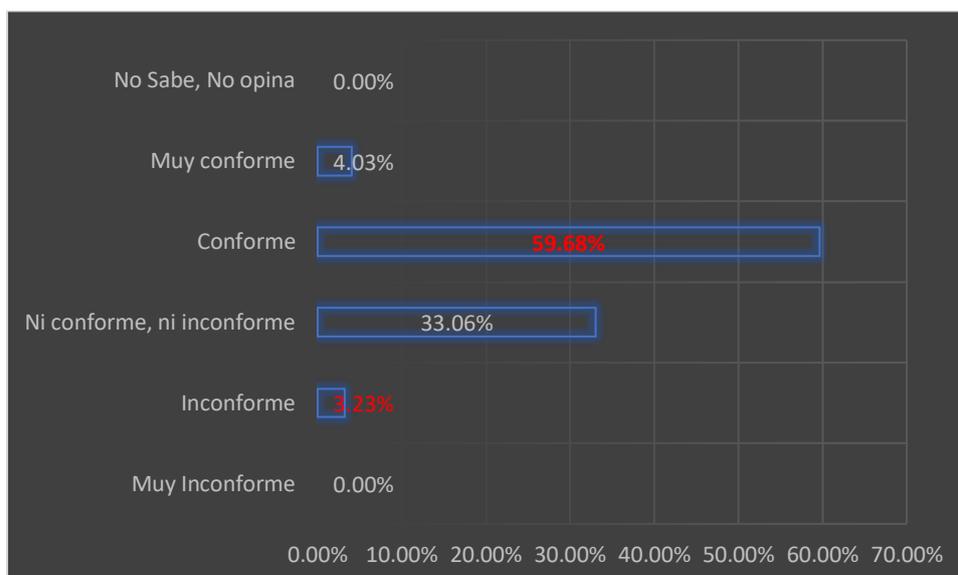
El 45.97% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto a la contestación rápida a las preguntas mientras que el 17.74% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 3.3589 en base máxima de 5.

Tabla 36 *Percepción de soluciones rápidas a las incidencias*

Categoría	Valor Asignado	F _i	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	8	3.23%	
Ni conforme, ni inconforme	3	82	33.06%	
Conforme	4	148	59.68%	
Muy conforme	5	10	4.03%	
No Sabe, No opina	0	0	0.00%	

Total		248	100.00%	3.6452
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>				

Figura 65 *Percepción de soluciones rápidas a las incidencias*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

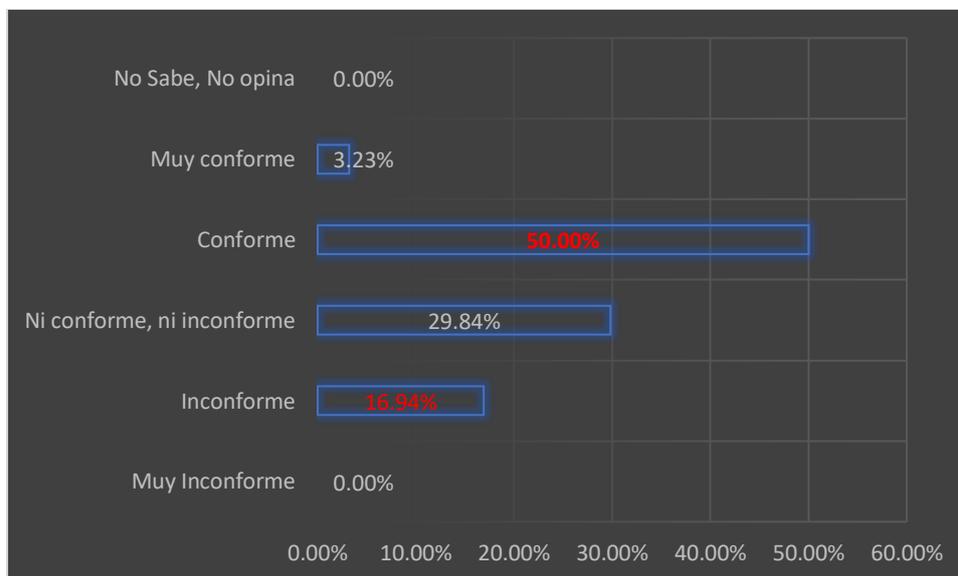
Interpretación:

El 59.68% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto a las soluciones rápidas a las incidencias mientras que el 17.74% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 3.6452 en base máxima de 5.

Tabla 37 *Percepción de rapidez y agilidad de los servicios por parte de los colaboradores*

Categoría	Valor Asignado	F _i	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	42	16.94%	
Ni conforme, ni inconforme	3	74	29.84%	
Conforme	4	124	50.00%	
Muy conforme	5	8	3.23%	
No Sabe, No opina	0	0	0.00%	
Total		248	100.00%	3.3952
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>				

Figura 66 *Percepción de rapidez y agilidad de los servicios por parte de los colaboradores*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

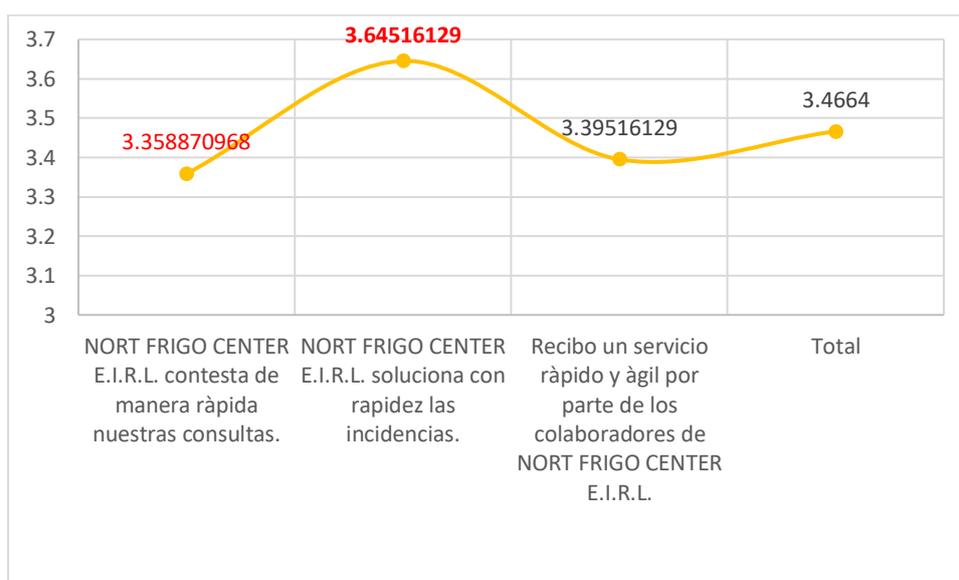
El 50.00% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto a la rapidez y agilidad de los servicios por parte de los colaboradores mientras que el 16.94% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 3.3952 en base máxima de 5.

Tabla 38 Resumen Promedios Tiempos de Respuesta

Categoría	Promedio
NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. contesta de manera rápida nuestras consultas.	3.35887
NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. soluciona con rapidez las incidencias.	3.64516
Recibo un servicio rápido y ágil por parte de los colaboradores de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.	3.39516
Total	3.4664

Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.
Elaboración propia.

Figura 67 Resumen Promedios Tiempos de Respuesta



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

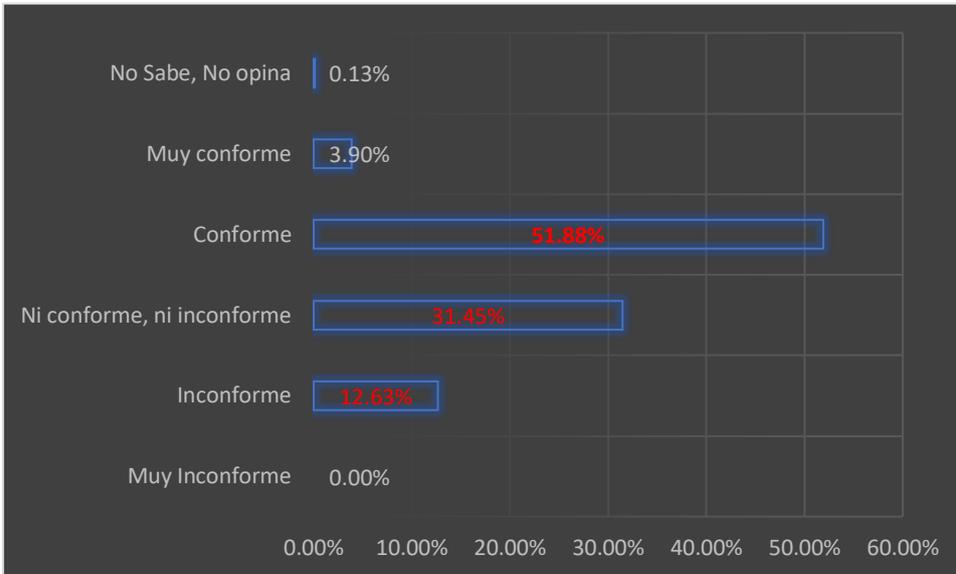
Interpretación:

En tiempo de respuesta el indicador de promedio más alto es la solución rápida de las incidencias (3.6451) y el indicador más bajo es el de contestación rápida a las consultas (3.5081)

Tabla 39 *Resumen Tiempos de Respuesta*

Categoría	Valor Asignado	Fi	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	94	12.63%	
Ni conforme, ni inconforme	3	234	31.45%	
Conforme	4	386	51.88%	
Muy conforme	5	29	3.90%	
No Sabe, No opina	0	1	0.13%	
Total		744	100.00%	3.4664
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>				

Figura 68 *Resumen Tiempos de Respuesta*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

El 51.08% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. están conformes con los tiempos de respuesta, mientras que el 12.63% está inconforme con el mismo; es importante mencionar que 33.20% está ni inconforme ni conforme. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para tiempo de respuesta del 3.4664 en base máxima de 5.

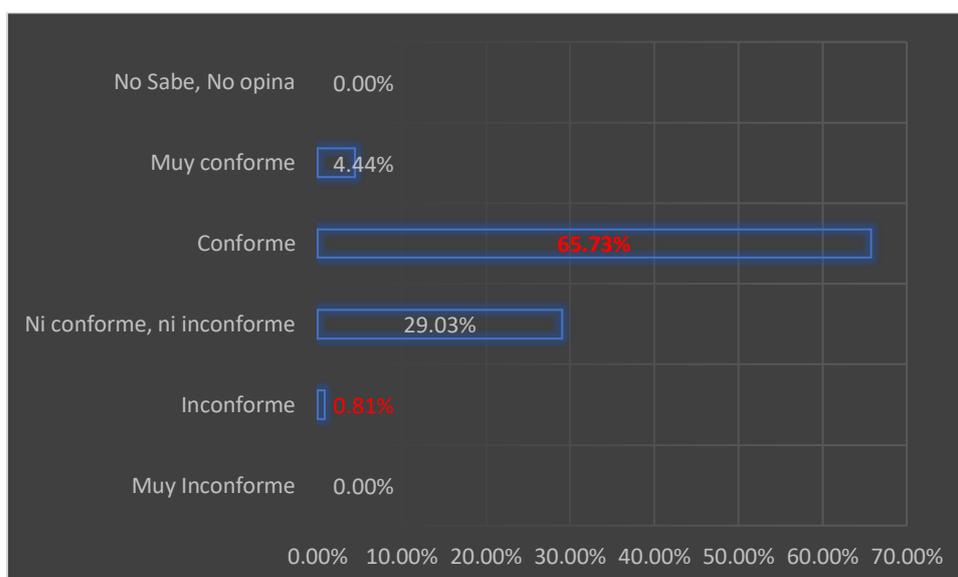
4.4.1.7. Indicadores amabilidad

Tabla 40 *Percepción de trato amable y con educación a los colaboradores*

Categoría	Valor Asignado	F _i	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	2	0.81%	
Ni conforme, ni inconforme	3	72	29.03%	
Conforme	4	163	65.73%	

Muy conforme	5	11	4.44%	
No Sabe, No opina	0	0	0.00%	
Total		248	100.00%	3.7379
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>				

Figura 69 *Percepción de trato amable y con educación a los colaboradores*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

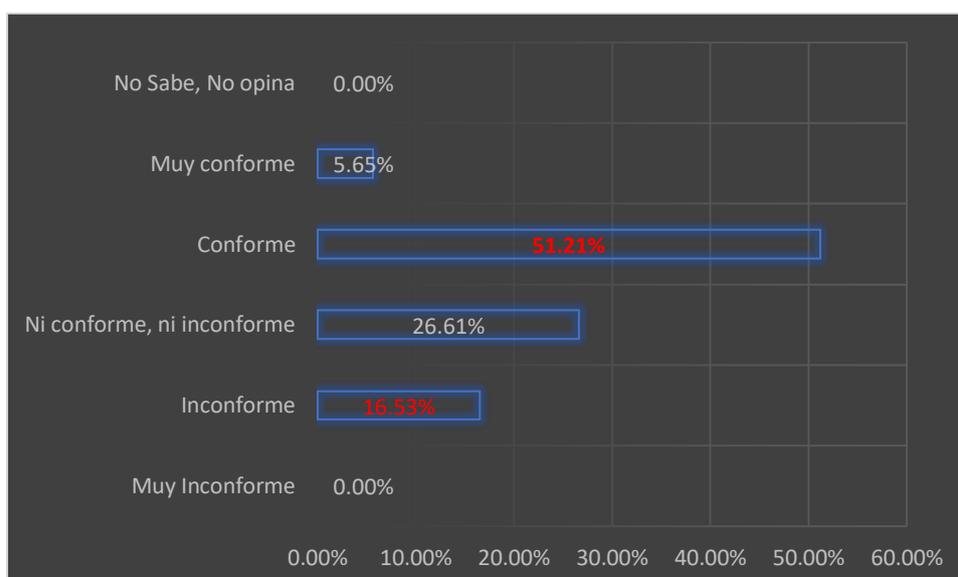
El 65.73% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto al trato amable y con educación a los colaboradores mientras que el 0.81% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 3.7379 en base máxima de 5.

Tabla 41 *Percepción de trato amable y con educación a los clientes*

Categoría	Valor Asignado	F _i	%	Promedio

Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	41	16.53%	
Ni conforme, ni inconforme	3	66	26.61%	
Conforme	4	127	51.21%	
Muy conforme	5	14	5.65%	
No Sabe, No opina	0	0	0.00%	
Total		248	100.00%	3.4597
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>				

Figura 70 Percepción de trato amable y con educación a los clientes



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

El 51.21% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto al trato amable y con educación a los clientes mientras que el 0.81% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 3.4597 en base máxima de 5.

Tabla 42 Percepción de disposición a la ayuda

Categoría	Valor Asignado	Fi	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	4	1.61%	
Ni conforme, ni inconforme	3	75	30.24%	
Conforme	4	149	60.08%	
Muy conforme	5	20	8.06%	
No Sabe, No opina	0	0	0.00%	
Total		248	100.00%	3.7459

Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.
Elaboración propia.

Figura 71 Percepción de disposición a la ayuda



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

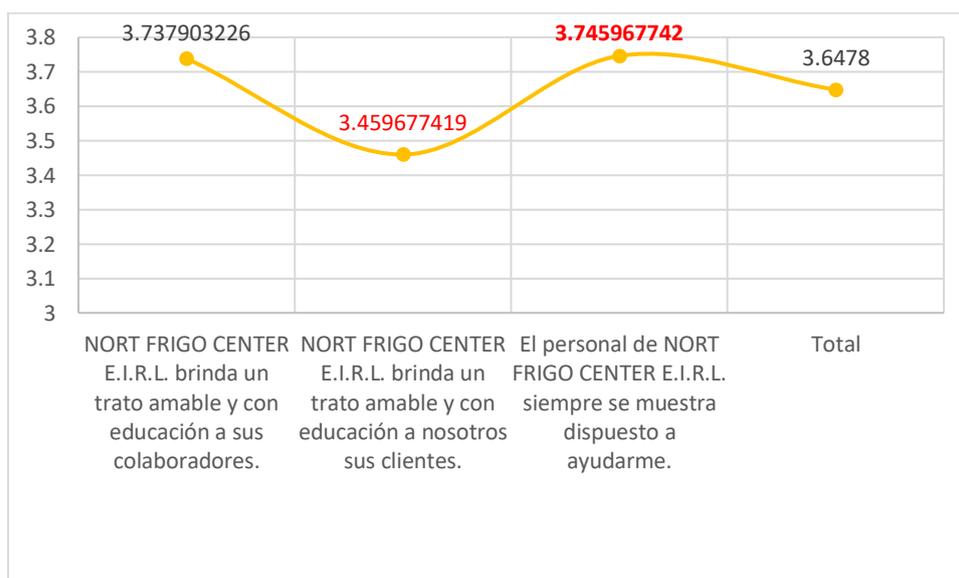
Interpretación:

El 60.08% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto a la disposición a la ayuda mientras que el 0.81% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 3.7459 en base máxima de 5.

Tabla 43 Resumen Promedios Amabilidad

Categoría	Promedio
NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. brinda un trato amable y con educación a sus colaboradores.	3.7379
NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. brinda un trato amable y con educación a nosotros sus clientes.	3.45968
El personal de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. siempre se muestra dispuesto a ayudarme.	3.74597
Total	3.65
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>	

Figura 72 Resumen Promedios Amabilidad



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

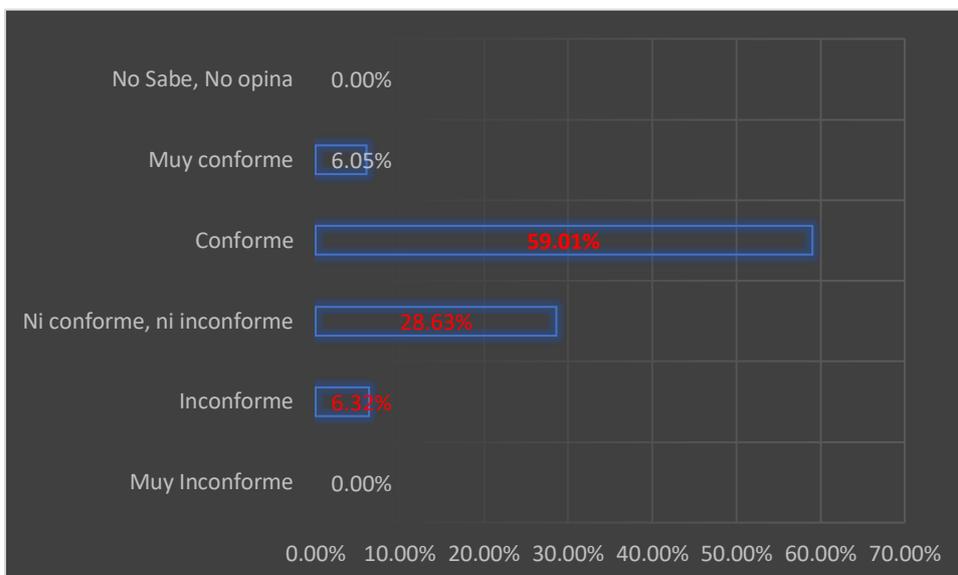
Interpretación:

En amabilidad el indicador de promedio más alto es la disposición continua a la ayuda (3.7459) y el indicador más bajo es el trato amable y con educación a los clientes (3.4596)

Tabla 44 *Resumen Amabilidad*

Categoría	Valor Asignado	F _i	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	47	6.32%	
Ni conforme, ni inconforme	3	213	28.63%	
Conforme	4	439	59.01%	
Muy conforme	5	45	6.05%	
No Sabe, No opina	0	0	0.00%	
Total		744	100.00%	3.6478
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>				

Figura 73 *Resumen Amabilidad*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

El 59.01% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. están conformes con la amabilidad, mientras que el 6.32% está inconforme con el mismo; es importante mencionar que 28.63% está ni inconforme ni conforme. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para amabilidad del 3.6478 en base máxima de 5.

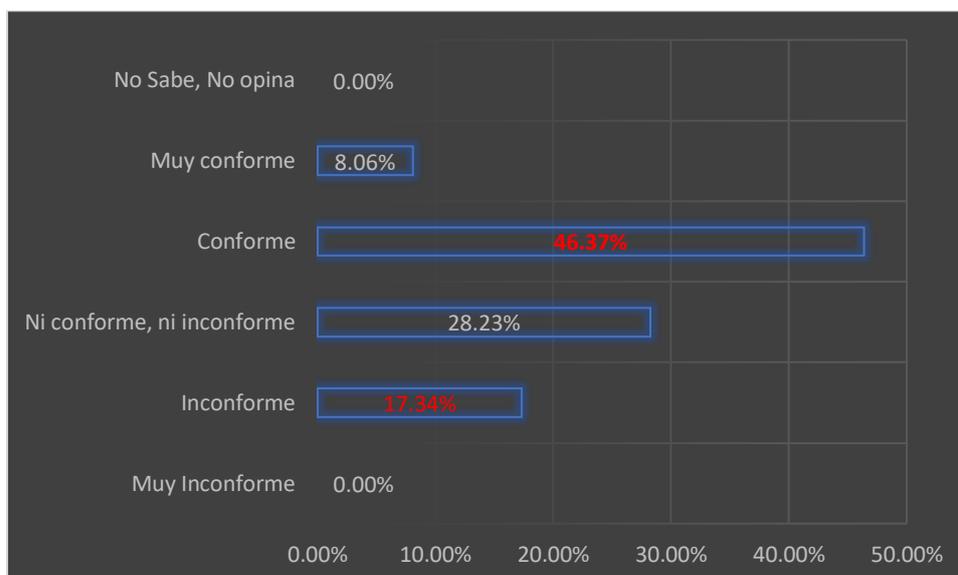
4.4.1.8. Indicadores comprensión de las necesidades

Tabla 45 *Percepción de conocimiento de las necesidades de los clientes*

Categoría	Valor Asignado	F _i	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	43	17.34%	
Ni conforme, ni inconforme	3	70	28.23%	
Conforme	4	115	46.37%	

Muy conforme	5	20	8.06%	
No Sabe, No opina	0	0	0.00%	
Total		248	100.00%	3.4516
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.				
<i>Elaboración propia.</i>				

Figura 74 *Percepción de conocimiento de las necesidades de los clientes*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

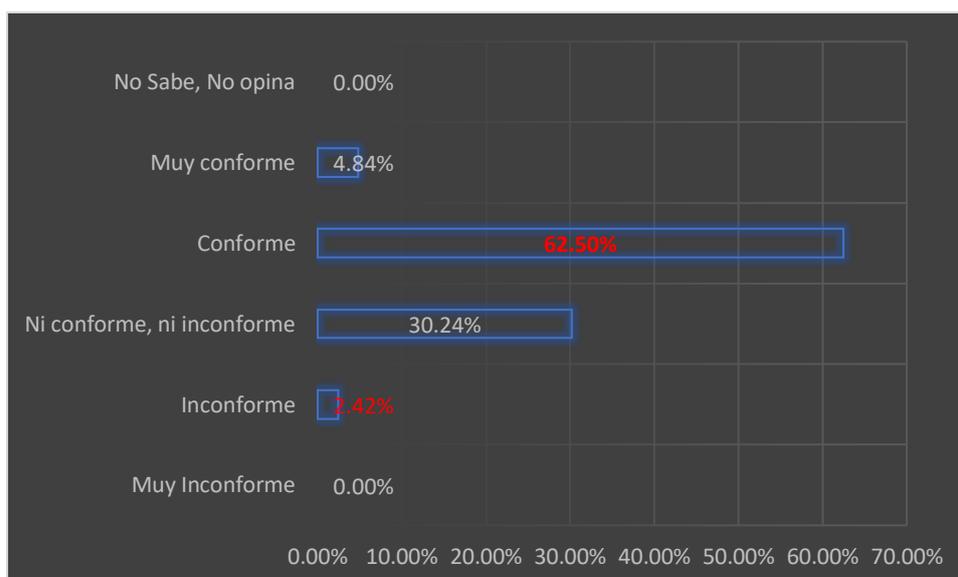
El 46.37% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto al conocimiento de las necesidades mientras que el 17.34% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 3.7459 en base máxima de 5.

Tabla 46 *Percepción de ofrecimiento de respuesta ante las necesidades de los clientes*

Categoría	Valor Asignado	F _i	%	Promedio

Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	6	2.42%	
Ni conforme, ni inconforme	3	75	30.24%	
Conforme	4	155	62.50%	
Muy conforme	5	12	4.84%	
No Sabe, No opina	0	0	0.00%	
Total		248	100.00%	3.6976
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>				

Figura 75 Percepción de ofrecimiento de respuesta ante las necesidades de los clientes



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

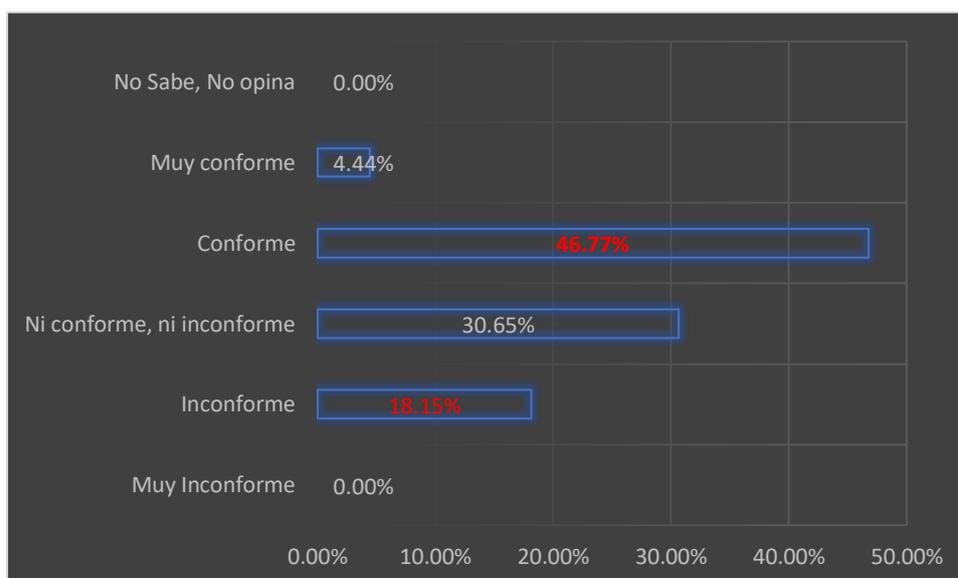
Interpretación:

El 62.50% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto al ofrecimiento de respuesta ante las necesidades de los clientes mientras que el 2.42% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 3.6976 en base máxima de 5.

Tabla 47 Percepción respecto a la comprensión de las preguntas e inquietudes de los clientes

Categoría	Valor Asignado	F _i	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	45	18.15%	
Ni conforme, ni inconforme	3	76	30.65%	
Conforme	4	116	46.77%	
Muy conforme	5	11	4.44%	
No Sabe, No opina	0	0	0.00%	
Total		248	100.00%	3.3750
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>				

Figura 76 Percepción respecto a la comprensión de las preguntas e inquietudes de los clientes



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.
Elaboración propia.

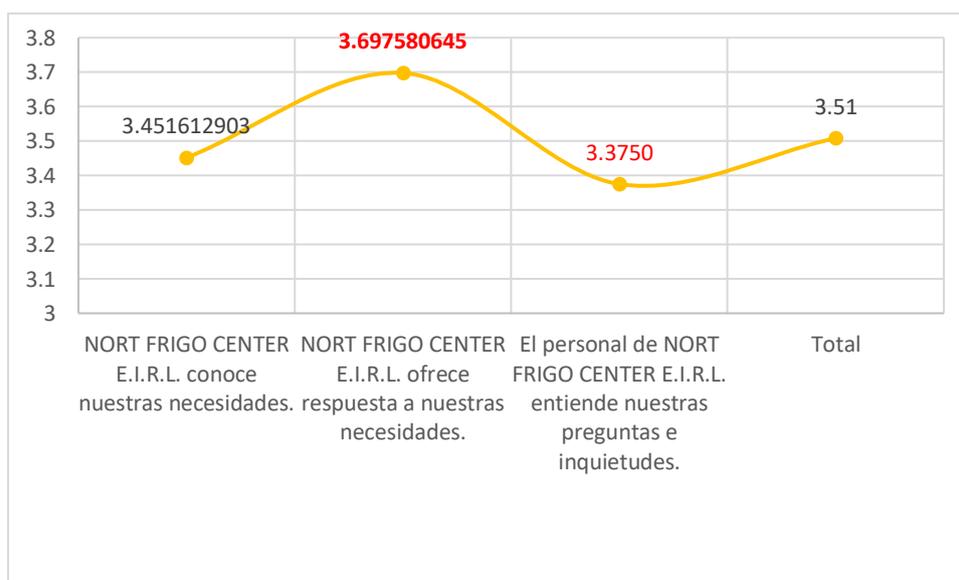
Interpretación:

El 46.77% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto a la comprensión de las preguntas e inquietudes de los clientes mientras que el 18.15% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 3.3750 en base máxima de 5.

Tabla 48 Resumen Promedios Comprensión de las Necesidades

Categoría	Promedio
NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. conoce nuestras necesidades.	3.45161
NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. ofrece respuesta a nuestras necesidades.	3.69758
El personal de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. entiende nuestras preguntas e inquietudes.	3.3750
Total	3.51
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>	

Figura 77 Resumen Promedios Comprensión de las Necesidades



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

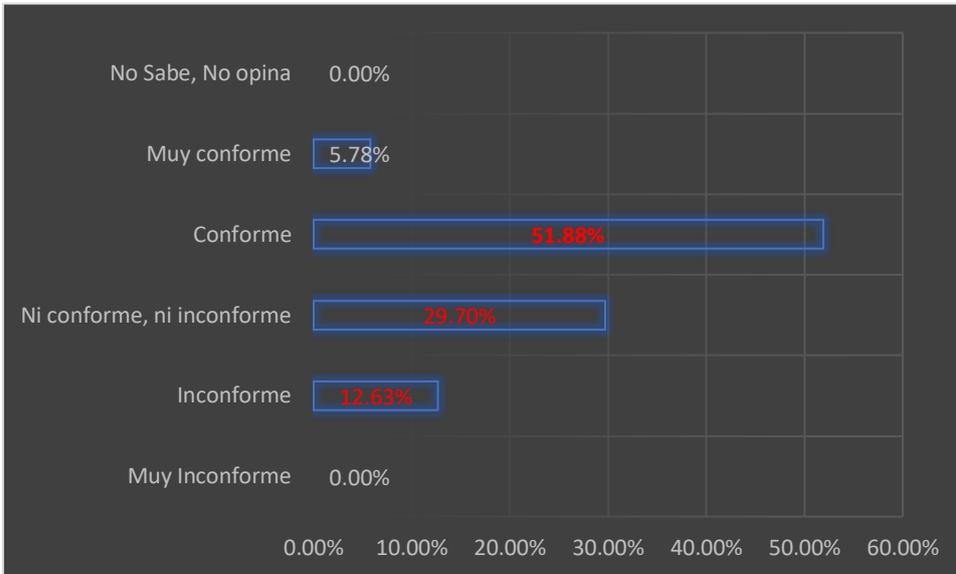
Interpretación:

En comprensión de las necesidades el indicador de promedio más alto es el de ofrecimiento de respuesta a las necesidades de los clientes(3.6976) y el indicador más bajo es el de comprensión de las preguntas e inquietudes (3.3750)

Tabla 49 Resumen Promedios Comprensión de las Necesidades

Categoría	Valor Asignado	F _i	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	94	12.63%	
Ni conforme, ni inconforme	3	221	29.70%	
Conforme	4	386	51.88%	
Muy conforme	5	43	5.78%	
No Sabe, No opina	0	0	0.00%	
Total		744	100.00%	3.5081
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>				

Figura 78 Resumen Promedios Comprensión de las Necesidades



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

El 51.88% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. están conformes con la Comprensión de las Necesidades, mientras que el 12.63% está inconforme con la mismo; es importante mencionar que 29.70% está ni inconforme ni conforme. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para Comprensión de las Necesidades del 3.5081 en base máxima de 5.

4.4.1.9. Satisfacción del cliente pre prueba.

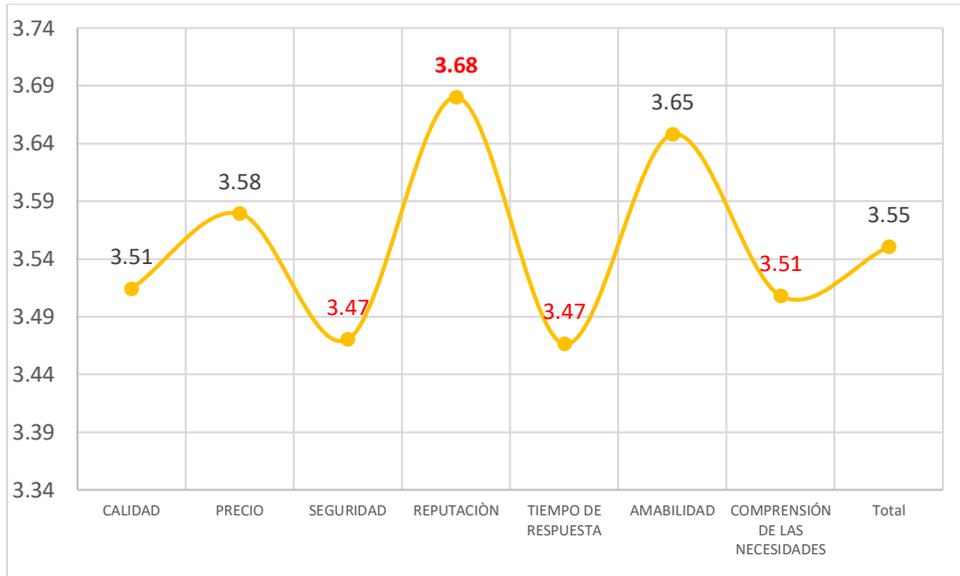
Tabla 50 Resumen Promedios Satisfacción del cliente

Categoría	Promedio
CALIDAD	3.51
PRECIO	3.58
SEGURIDAD	3.47
REPUTACIÓN	3.68
TIEMPO DE RESPUESTA	3.47
AMABILIDAD	3.65
COMPRESIÓN DE LAS NECESIDADES	3.51
Total	3.55

Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Figura 79 Resumen Promedios Satisfacción del cliente



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

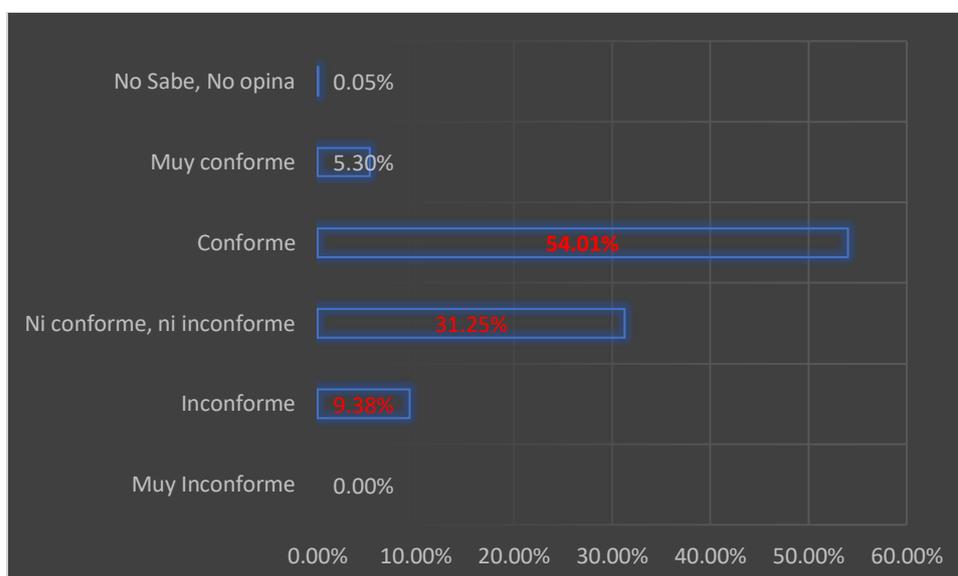
En satisfacción del cliente la dimensión de promedio más alto es la reputación (3.68) y las 3 dimensiones más bajas son seguridad (3.47), tiempo de respuesta(3.47) y comprensión de las necesidades(3.51)

Tabla 51 Resumen Satisfacción del cliente

Categoría	Valor Asignado	Fi	%	Promedio	Porcentaje Satisfacción al cliente
Muy Inconforme	1	0	0.00%		
Inconforme	2	512	9.38%		

Ni conforme, ni inconforme	3	1705	31.25%		
Conforme	4	2947	54.01%		
Muy conforme	5	289	5.30%		
No Sabe, No opina	0	3	0.05%		
Total		5456	100.00%	3.55	71.01%
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.					
<i>Elaboración propia.</i>					

Figura 80 Resumen Satisfacción del cliente



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

El 54.01% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. están conformes con todos los indicadores de satisfacción del cliente, mientras que el 9.38% está inconforme con los mismos; es importante mencionar que 31.25% está ni inconforme ni conforme. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para satisfacción del cliente del 3.55 en base máxima de 5, que representa el 71.01% de índice del mismo.

4.4.2. Estudio de satisfacción del cliente de la empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022 luego de la implementación de la propuesta de gestión por procesos.

4.4.2.1. Perfil del cliente

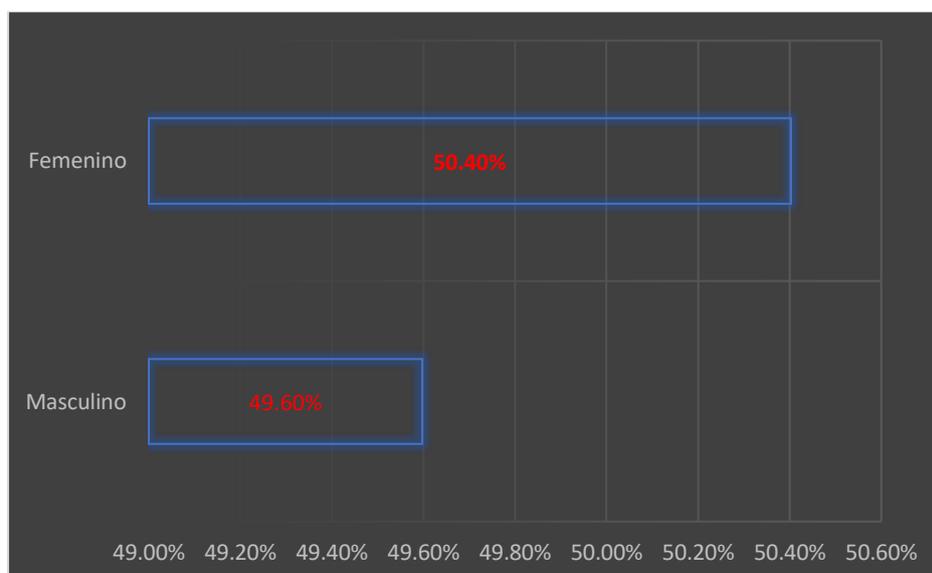
Tabla 52 Género

Categoría	Fi	%
Masculino	123	49.60%
Femenino	125	50.40%
Total	248	100.00%

Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Figura 81 Género



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

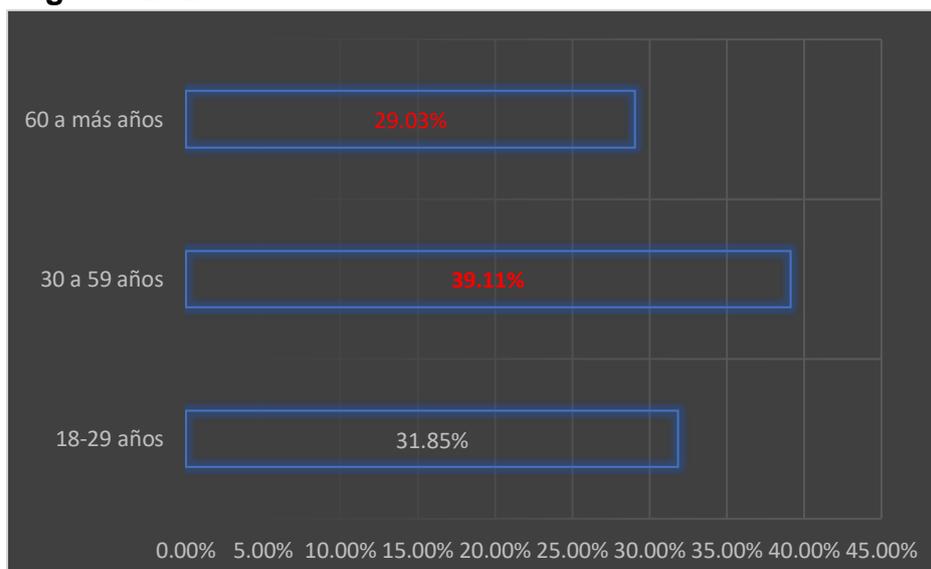
EL 50.40% de los clientes de NORT FRIGO CENTER EIRL son hombres mientras que el 49.60% son mujeres. Cabe recalcar que están incluidos los representantes de los clientes corporativos de la organización.

Tabla 53 *Edad*

Categoría	F _i	%
18-29 años	79	31.85%
30 a 59 años	97	39.11%
60 a más años	72	29.03%
Total	248	100.00%

Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.
Elaboración propia.

Figura 82 *Edad*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

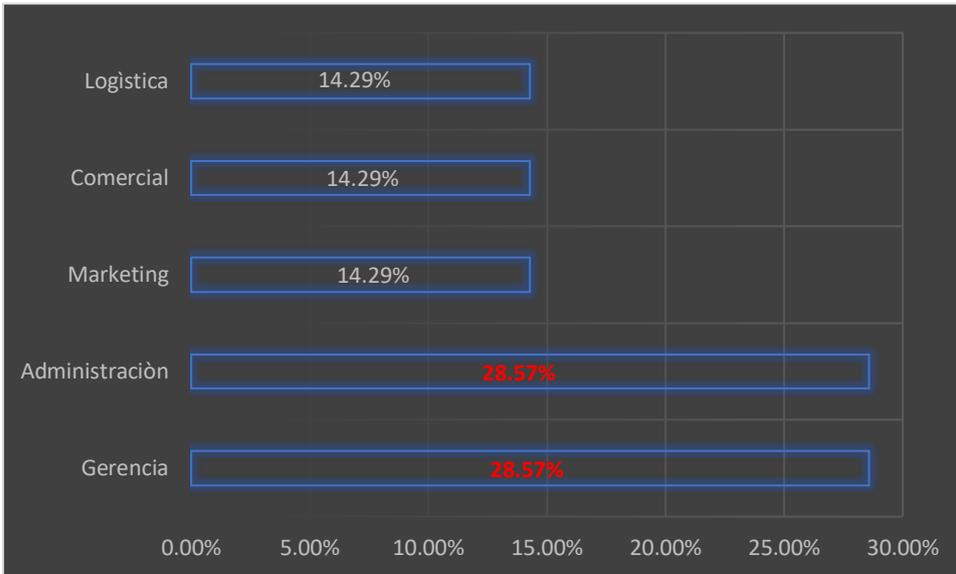
Interpretación:

El 39.11% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. tienen de 30 a 59 años de edad, centrandose en este grupo de edad la ponderación máxima mientras que en el grupo de los adultos mayores (60 a más años) se expresa la ponderación mínima (29.03%)

Tabla 54 Cargo que ocupa el cliente corporativo

Categoría	Fi	%
Gerencia	2	28.57%
Administración	2	28.57%
Marketing	1	14.29%
Comercial	1	14.29%
Logística	1	14.29%
Total	7	100.00%
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>		

Figura 83 Cargo que ocupa el cliente corporativo



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

Respecto a los clientes corporativos de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. se consideró para efectos de esta investigación en su mayoría a personal del área de administración (28.57%) y gerencia (28.57%)

4.4.2.2. Indicadores de calidad

Tabla 55 *Percepción del servicio acorde con lo que ofrece*

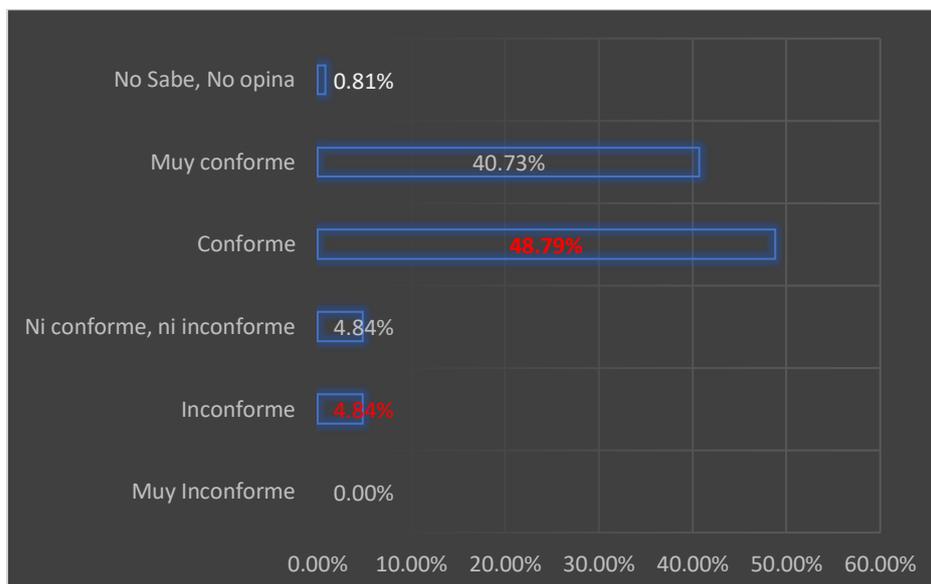
Categoría	Valor Asignado	F_i	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	

Inconforme	2	12	4.84%	
Ni conforme, ni inconforme	3	12	4.84%	
Conforme	4	121	48.79%	
Muy conforme	5	101	40.73%	
No Sabe, No opina	0	2	0.81%	
Total		248	100.00%	4.2298

Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Figura 84 Percepción del servicio acorde con lo que ofrece



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

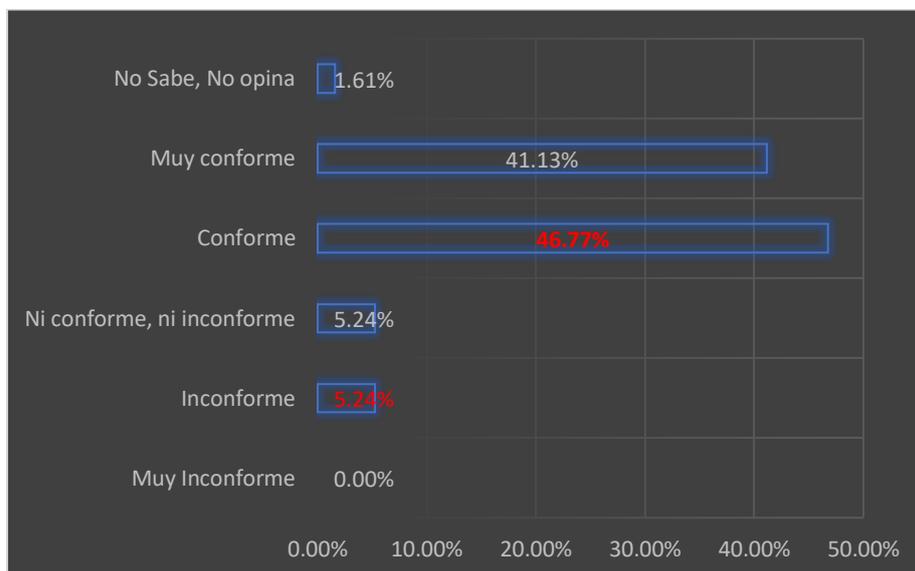
Interpretación:

El 48.79% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad al hecho de que el servicio está acorde con lo que se ofrece mientras que el 4.84% está inconforme respecto al mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 4.2298 en base máxima de 5.

Tabla 56 Percepción respecto de la atraktividad de los canales digitales

Categoría	Valor Asignado	Fi	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	13	5.24%	
Ni conforme, ni inconforme	3	13	5.24%	
Conforme	4	116	46.77%	
Muy conforme	5	102	41.13%	
No Sabe, No opina	0	4	1.61%	
Total		248	100.00%	4.1895
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>				

Figura 85 Percepción respecto de la atraktividad de los canales digitales



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

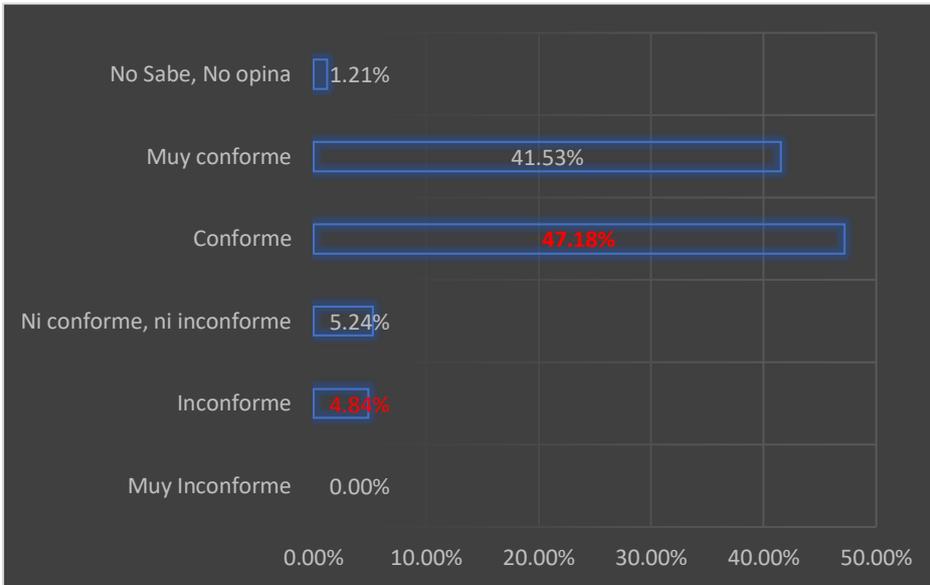
El 46.77% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad al hecho de que los canales digitales son atractivos mientras que el

5.24% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 4.1895 en base máxima de 5.

Tabla 57 *Percepción respecto de la eficiencia del servicio*

Categoría	Valor Asignado	<i>F_i</i>	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	12	4.84%	
Ni conforme, ni inconforme	3	13	5.24%	
Conforme	4	117	47.18%	
Muy conforme	5	103	41.53%	
No Sabe, No opina	0	3	1.21%	
Total		248	100.00%	4.2177
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>				

Figura 86 *Percepción respecto de la eficiencia del servicio*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

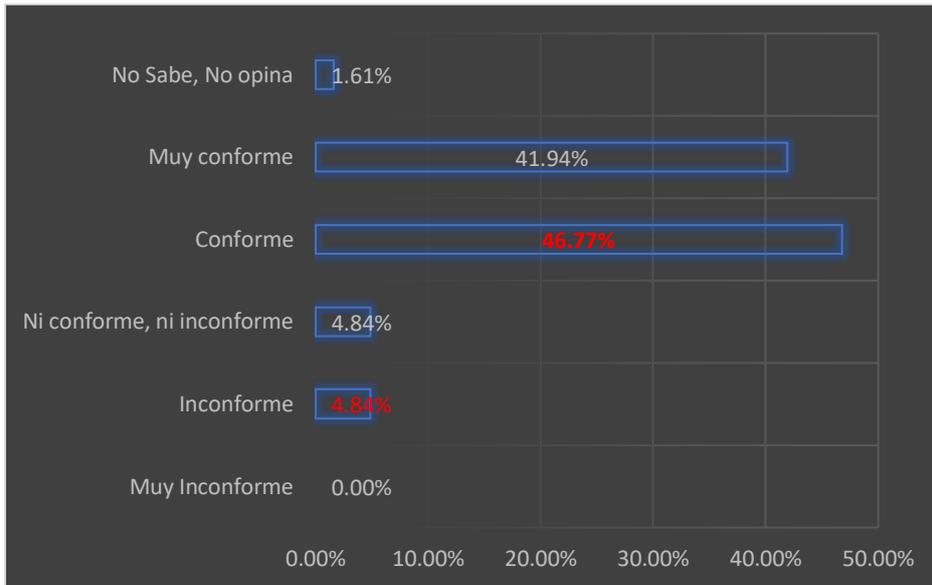
El 47.18% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto de la eficiencia del servicio mientras que el 4.84% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 4.2117 en base máxima de 5.

Tabla 58 *Percepción respecto de la personalización del servicio*

Categoría	Valor Asignado	Fi	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	12	4.84%	
Ni conforme, ni inconforme	3	12	4.84%	
Conforme	4	116	46.77%	
Muy conforme	5	104	41.94%	

No Sabe, No opina	0	4	1.61%	
Total		248	100.00%	4.2097
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.				
<i>Elaboración propia.</i>				

Figura 87 Percepción respecto de la personalización del servicio



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

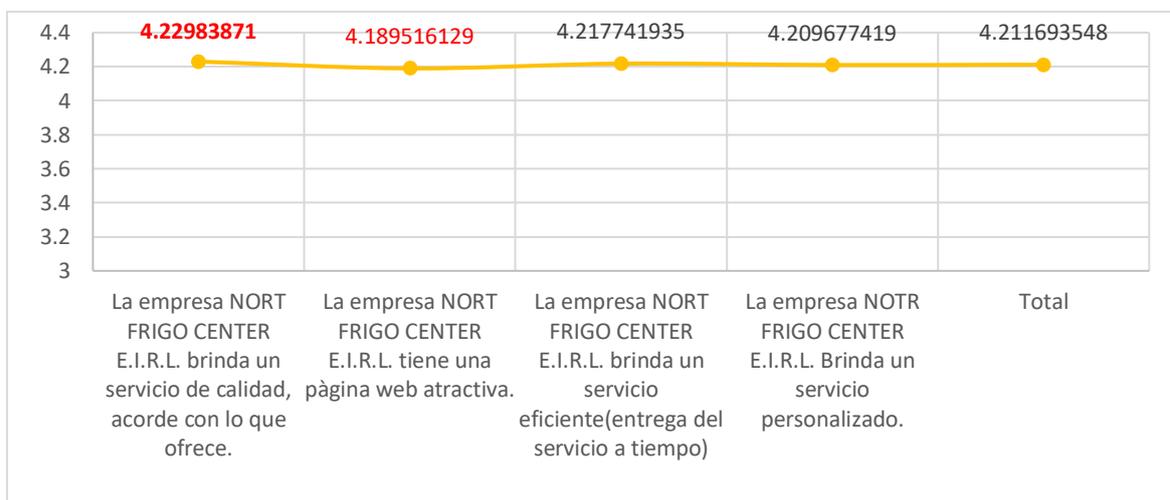
El 46.77% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto de que el servicio es personalizado mientras que el 4.84% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 4.2097 en base máxima de 5.

Tabla 59 Resumen Promedios Calidad

Categoría	Promedio
La empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. brinda un servicio de calidad, acorde con lo que ofrece.	4.2298

La empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. tiene una página web atractiva.	4.1895
La empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. brinda un servicio eficiente(entrega del servicio a tiempo)	4.2177
La empresa NOTR FRIGO CENTER E.I.R.L. Brinda un servicio personalizado.	4.2097
Total	4.2117
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>	

Figura 88 Resumen Promedios Calidad



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

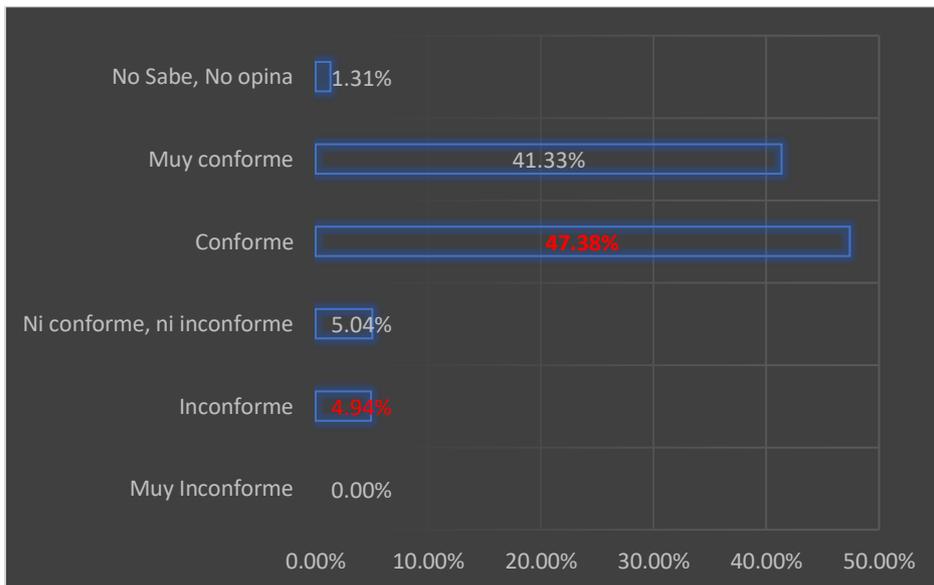
En calidad el indicador de promedio más alto es el de concordancia con el que brinda un servicio de calidad (4.229) y el indicador más bajo es la atractividad de los medios digitales (4.1895), en este caso la página web de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Tabla 60 Resumen Calidad

Categoría	Valor Asignado	Fi	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	49	4.94%	
Ni conforme, ni inconforme	3	50	5.04%	
Conforme	4	470	47.38%	
Muy conforme	5	410	41.33%	
No Sabe, No opina	0	13	1.31%	
Total		992	100.00%	4.2117

Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.
Elaboración propia.

Figura 89 Resumen Calidad



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

El 47.38% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. están conformes con la calidad, mientras que el 4.94% está inconforme con la misma; es importante mencionar que 5.04% está ni inconforme ni conforme. La valoración de

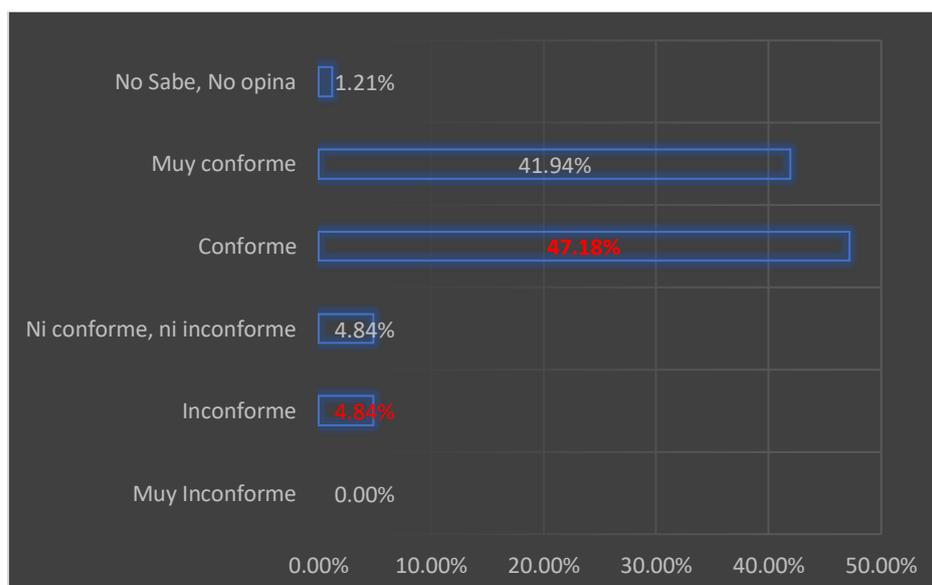
sus respuestas permite establecer un promedio para calidad del 4.2117 en base máxima de 5.

4.4.2.3. Indicadores de precio

Tabla 61 *Percepción de precio justo*

Categoría	Valor Asignado	<i>F_i</i>	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	12	4.84%	
Ni conforme, ni inconforme	3	12	4.84%	
Conforme	4	117	47.18%	
Muy conforme	5	104	41.94%	
No Sabe, No opina	0	3	1.21%	
Total		248	100.00%	4.2258
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>				

Figura 90 *Percepción de precio justo*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

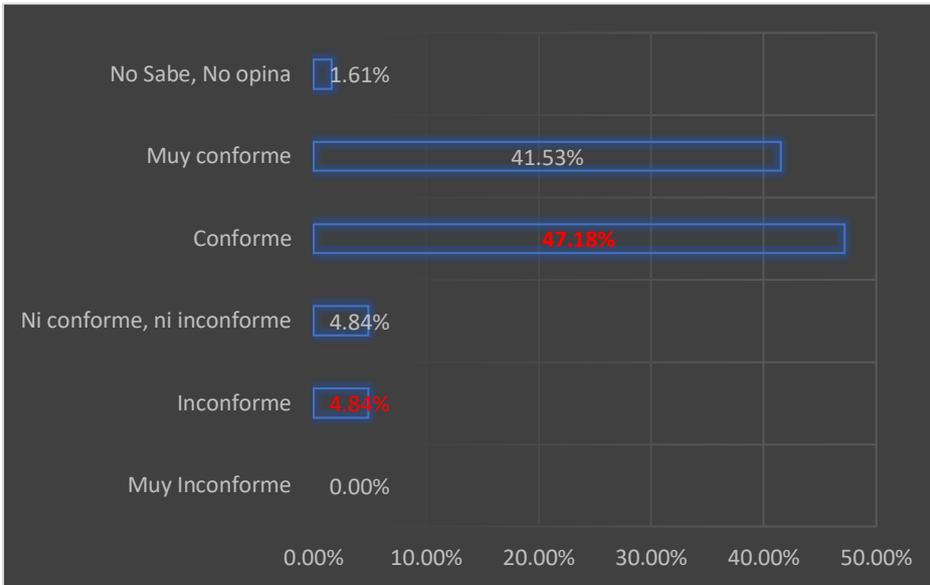
Interpretación:

El 47.18% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto a su precio justo mientras que el 4.84% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 4.2258 en base máxima de 5.

Tabla 62 *Percepción de variación de precio*

Categoría	Valor Asignado	F _i	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	12	4.84%	
Ni conforme, ni inconforme	3	12	4.84%	
Conforme	4	117	47.18%	
Muy conforme	5	103	41.53%	
No Sabe, No opina	0	4	1.61%	
Total		248	100.00%	4.2056
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.				
<i>Elaboración propia.</i>				

Figura 91 *Percepción de variación de precio*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

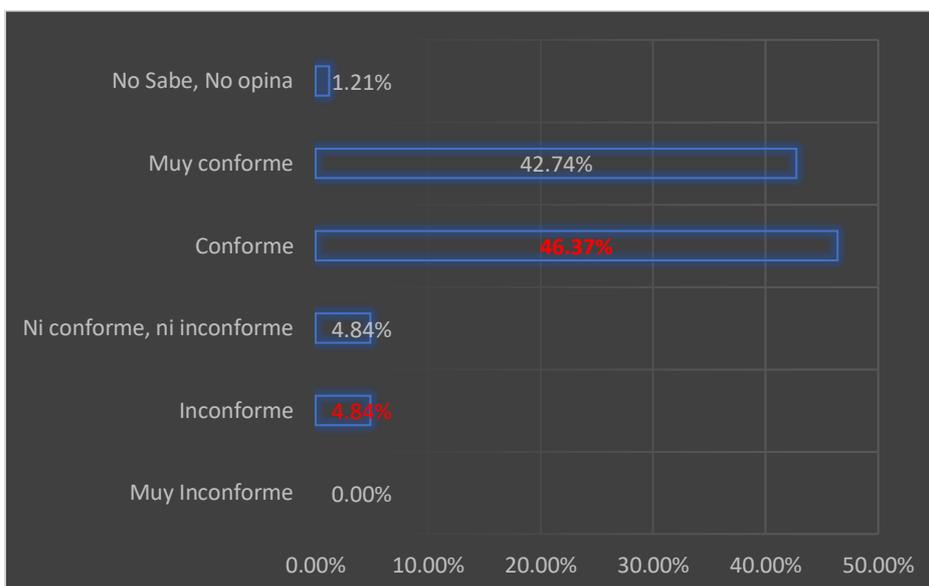
Interpretación:

El 47.18% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto a la no variación del precio mientras que el 4.84% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 4.2056 en base máxima de 5.

Tabla 63 *Percepción de relación calidad-precio*

Categoría	Valor Asignado	Fi	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	12	4.84%	
Ni conforme, ni inconforme	3	12	4.84%	
Conforme	4	115	46.37%	
Muy conforme	5	106	42.74%	
No Sabe, No opina	0	3	1.21%	
Total		248	100.00%	4.2339

Figura 92 Percepción de relación calidad-precio



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

El 46.37% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto a la relación calidad-precio mientras que el 4.84%, mitad y mitad, están inconformes o son indiferentes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 4.2339 en base máxima de 5.

Tabla 64 Resumen Promedios Precio

Categoría	Promedio
Los servicios de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. tienen un precio justo.	4.2258
Los precios de los servicios de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. no varían constantemente.	4.2056
Los servicios de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. gradan una buena relación calidad-precio.	4.2339
Total	4.2218

Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Figura 93 *Resumen Promedios Precio*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

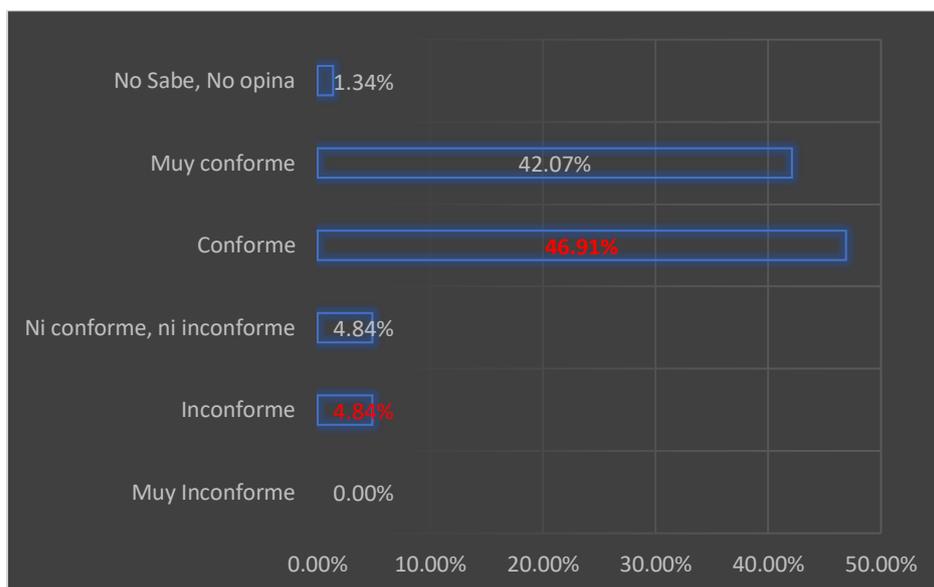
En precio el indicador de promedio más alto la calidad – precio de los servicios (4.233) y el indicador más bajo es el de no variación constante del precio (4.2056)

Tabla 65 *Resumen Precio*

Categoría	Valor Asignado	Fi	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	36	4.84%	
Ni conforme, ni inconforme	3	36	4.84%	
Conforme	4	349	46.91%	
Muy conforme	5	313	42.07%	
No Sabe, No opina	0	10	1.34%	
Total		744	100.00%	4.2218

Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.
Elaboración propia.

Figura 94 Resumen Precio



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

El 46.91% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. están conformes con el precio, mientras que el 4.84% está inconforme con el mismo; es importante mencionar que 4.84% está ni inconforme ni conforme. La valoración de

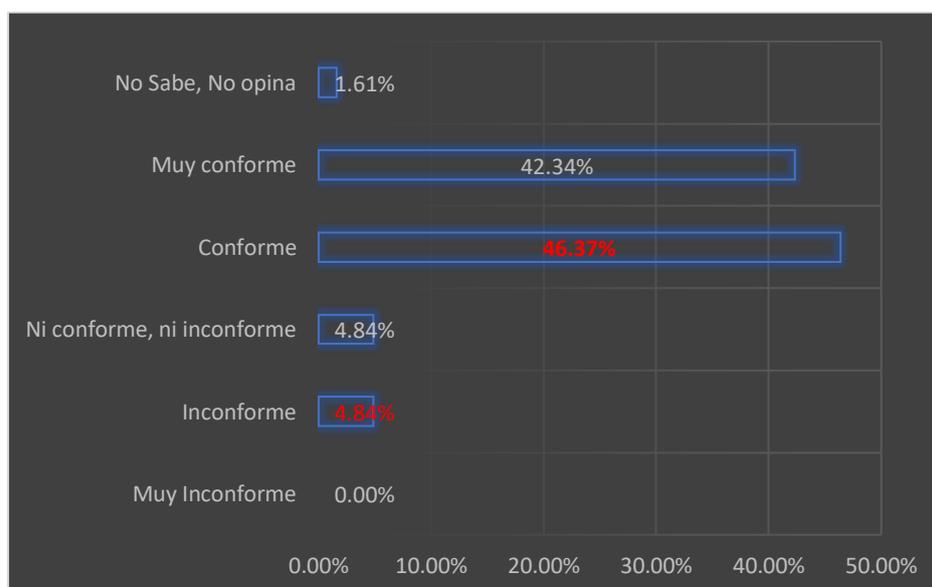
sus respuestas permite establecer un promedio para precio del 4.2218 en base máxima de 5.

4.4.2.4. Indicadores de seguridad

Tabla 66 *Percepción de seguridad en la calidad del servicio ofertado*

Categoría	Valor Asignado	F _i	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	12	4.84%	
Ni conforme, ni inconforme	3	12	4.84%	
Conforme	4	115	46.37%	
Muy conforme	5	105	42.34%	
No Sabe, No opina	0	4	1.61%	
Total		248	100.00%	4.2137
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>				

Figura 95 *Percepción de seguridad en la calidad del servicio ofertado*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

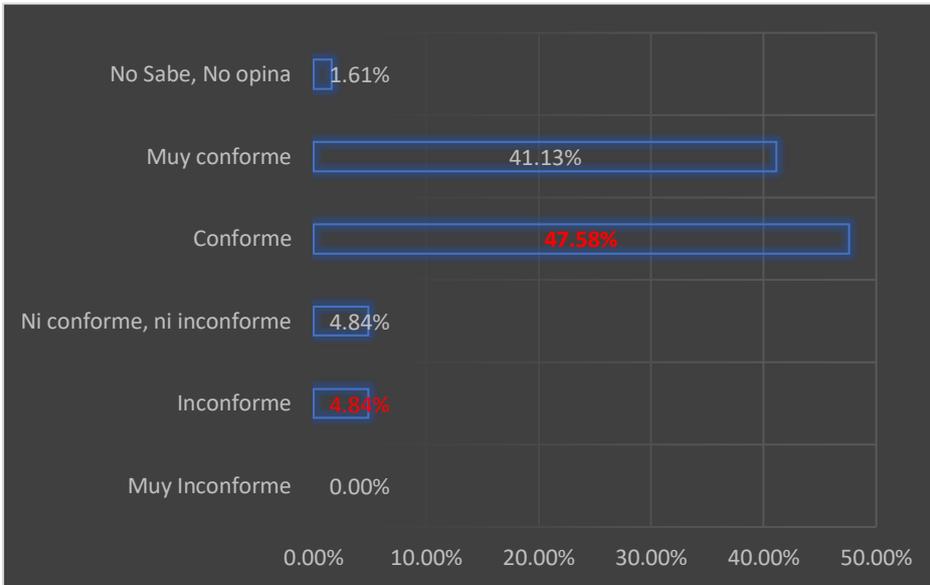
Interpretación:

El 46.37% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto a la seguridad en la calidad del servicio ofertado mientras que el 4.84% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 4.2137 en base máxima de 5.

Tabla 67 *Percepción de seguridad en las transacciones económicas*

Categoría	Valor Asignado	Fi	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	12	4.84%	
Ni conforme, ni inconforme	3	12	4.84%	
Conforme	4	118	47.58%	
Muy conforme	5	102	41.13%	
No Sabe, No opina	0	4	1.61%	
Total		248	100.00%	4.2016
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>				

Figura 96 *Percepción de seguridad en las transacciones económicas*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

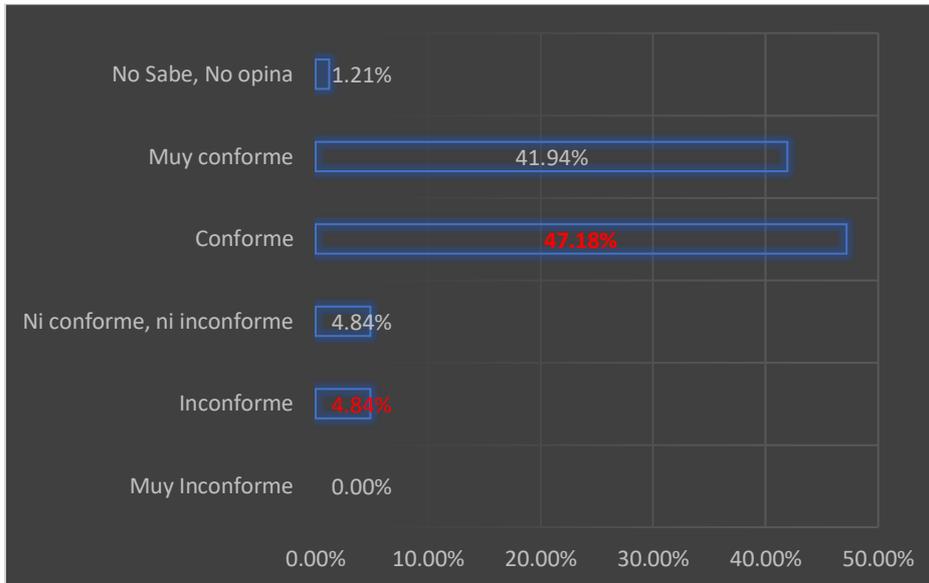
El 47.58% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto a la seguridad en las transacciones económicas mientras que el 4.84% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 4.2016 en base máxima de 5.

Tabla 68 *Percepción de seguridad en los procesos de devolución y/o reclamo*

Categoría	Valor Asignado	<i>F_i</i>	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	12	4.84%	
Ni conforme, ni inconforme	3	12	4.84%	
Conforme	4	117	47.18%	
Muy conforme	5	104	41.94%	
No Sabe, No opina	0	3	1.21%	

Total	248	100.00%	4.2258
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.			
<i>Elaboración propia.</i>			

Figura 97 Percepción de seguridad en los procesos de devolución y/o reclamo



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

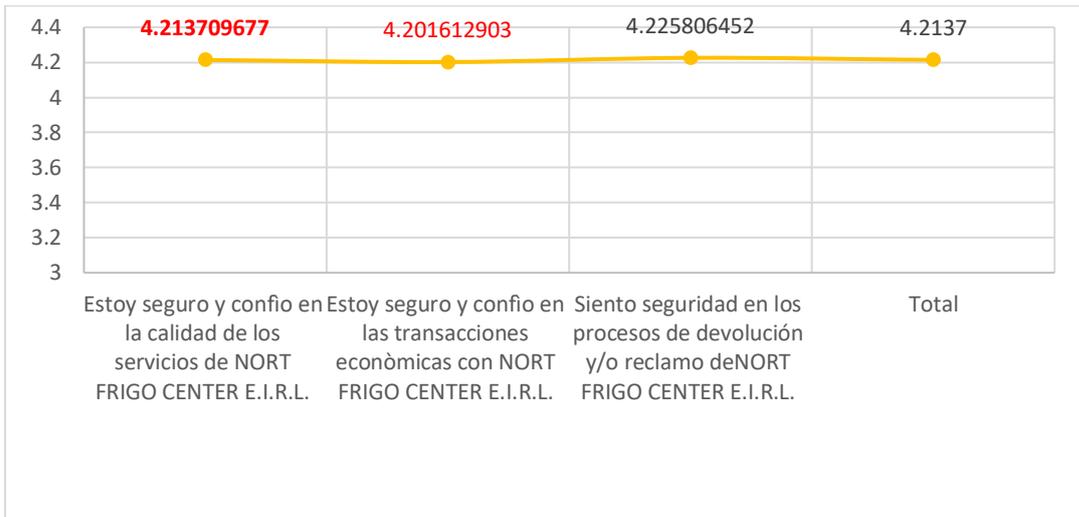
El 47.18% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto a la seguridad en los procesos de devolución y/o reclamo mientras que el 4.84% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 4.2258 en base máxima de 5.

Tabla 69 Resumen Promedios Seguridad

Categoría	Promedio
Estoy seguro y confío en la calidad de los servicios de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.	4.2137
Estoy seguro y confío en las transacciones económicas con NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.	4.2016

Siento seguridad en los procesos de devolución y/o reclamo de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.	4.2258
Total	4.2137
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>	

Figura 98 Resumen Promedios Seguridad



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

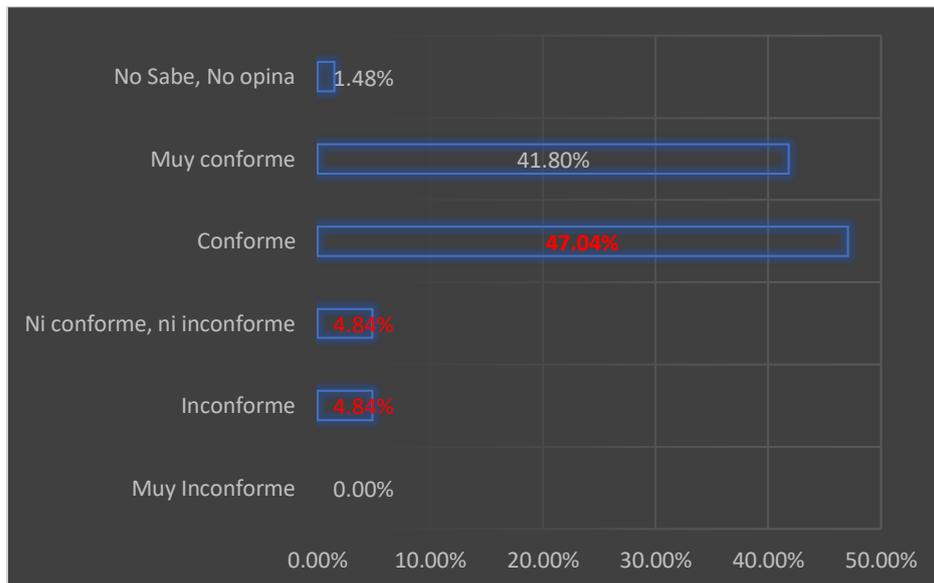
En seguridad el indicador de promedio más alto es la seguridad y confianza en la calidad de los servicios (4.2137) y el indicador más bajo es el de seguridad en los en las transacciones económicas (4.2016)

Tabla 70 Resumen Seguridad

Categoría	Valor Asignado	Fi	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	36	4.84%	
Ni conforme, ni inconforme	3	36	4.84%	
Conforme	4	350	47.04%	
Muy conforme	5	311	41.80%	
No Sabe, No opina	0	11	1.48%	
Total		744	100.00%	4.2137

Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.
Elaboración propia.

Figura 99 Resumen Seguridad



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

El 47.04% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. están conformes con la seguridad, mientras que el 4.84% está inconforme con el mismo; es importante mencionar que 4.84% está ni inconforme ni conforme. La valoración

de sus respuestas permite establecer un promedio para seguridad del 4.2137 en base máxima de 5.

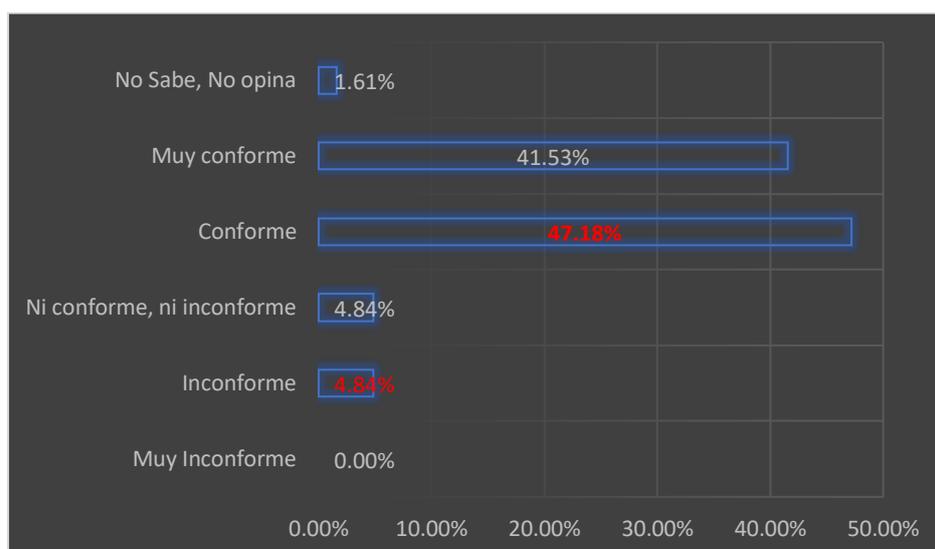
4.4.2.5. Indicadores de reputación

Tabla 71 *Percepción de honestidad de los servicios*

Categoría	Valor Asignado	F _i	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	12	4.84%	
Ni conforme, ni inconforme	3	12	4.84%	
Conforme	4	117	47.18%	
Muy conforme	5	103	41.53%	
No Sabe, No opina	0	4	1.61%	
Total		248	100.00%	4.2056

Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.
Elaboración propia.

Figura 100 *Percepción de honestidad de los servicios*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

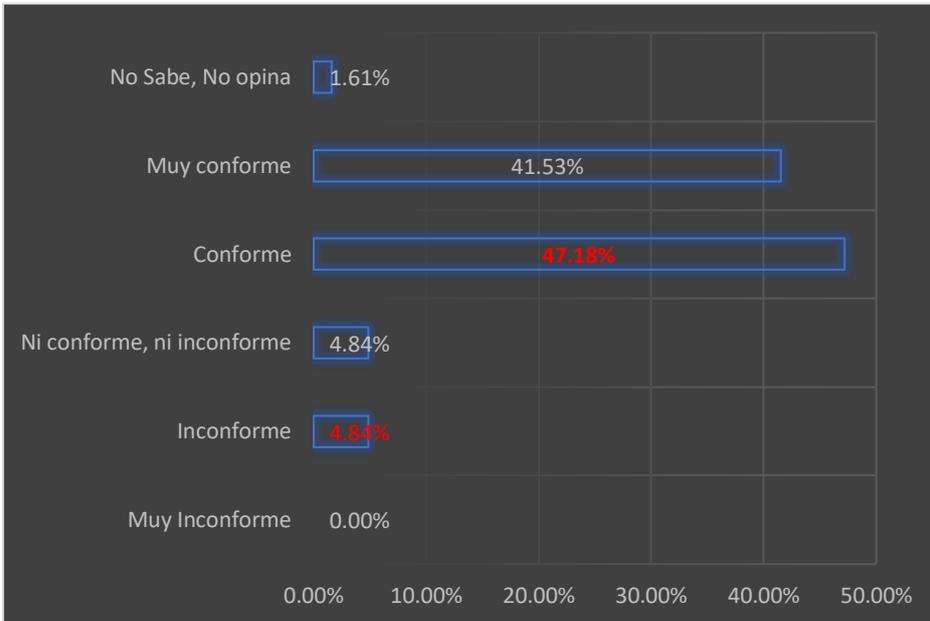
Interpretación:

El 47.18% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto a la honestidad en relación a los servicios ofrecidos mientras que el 4.84% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 4.2056 en base máxima de 5.

Tabla 72 *Percepción de confianza (orientada hacia la entrega oportuna del servicio)*

Categoría	Valor Asignado	Fi	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	12	4.84%	
Ni conforme, ni inconforme	3	12	4.84%	
Conforme	4	117	47.18%	
Muy conforme	5	103	41.53%	
No Sabe, No opina	0	4	1.61%	
Total		248	100.00%	4.2056
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>				

Figura 101 *Percepción de confianza (orientada hacia la entrega oportuna del servicio)*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

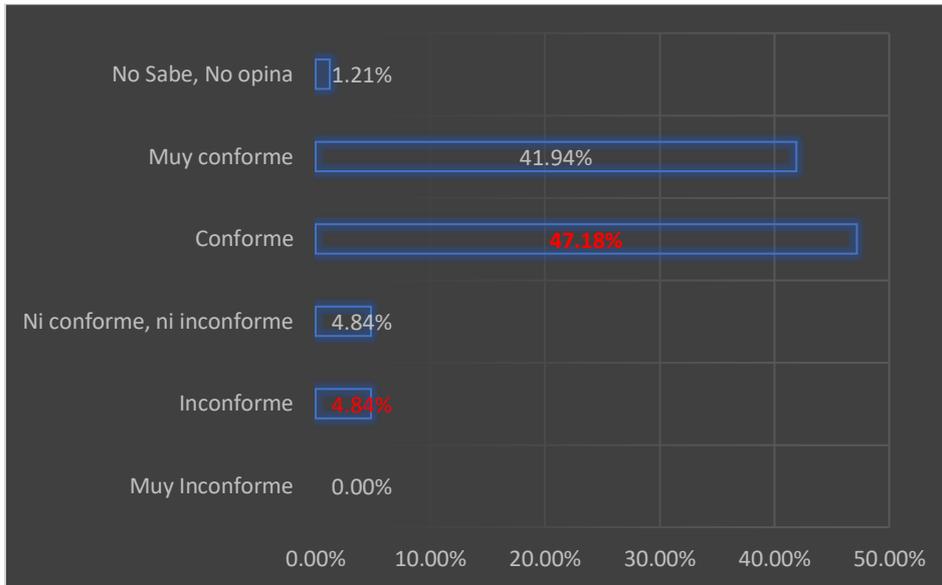
El 47.18% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto a la entrega oportuna del servicio generando confianza mientras que el 4.18% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 4.2056 en base máxima de 5.

Tabla 73 *Percepción de fiabilidad (orientada hacia la calidad del servicio)*

Categoría	Valor Asignado	Fi	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	12	4.84%	
Ni conforme, ni inconforme	3	12	4.84%	
Conforme	4	117	47.18%	
Muy conforme	5	104	41.94%	
No Sabe, No opina	0	3	1.21%	

Total	248	100.00%	4.2258
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>			

Figura 102 *Percepción de fiabilidad (orientada hacia la calidad del servicio)*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

El 47.18% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto a la fiabilidad en la calidad del servicio mientras que el 4.84% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 4.2258 en base máxima de 5.

Tabla 74 *Resumen Promedios Reputación*

Categoría	Promedio
La oferta de los servicios de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. guardan relación con los servicios recibidos demostrando honestidad.	4.2056
Los servicios de la empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. nos generan confianza.	4.2056

Hay fiabilidad en los servicios de la empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.	4.2258
Total	4.21
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>	

Figura 103 Resumen Promedios Reputación



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

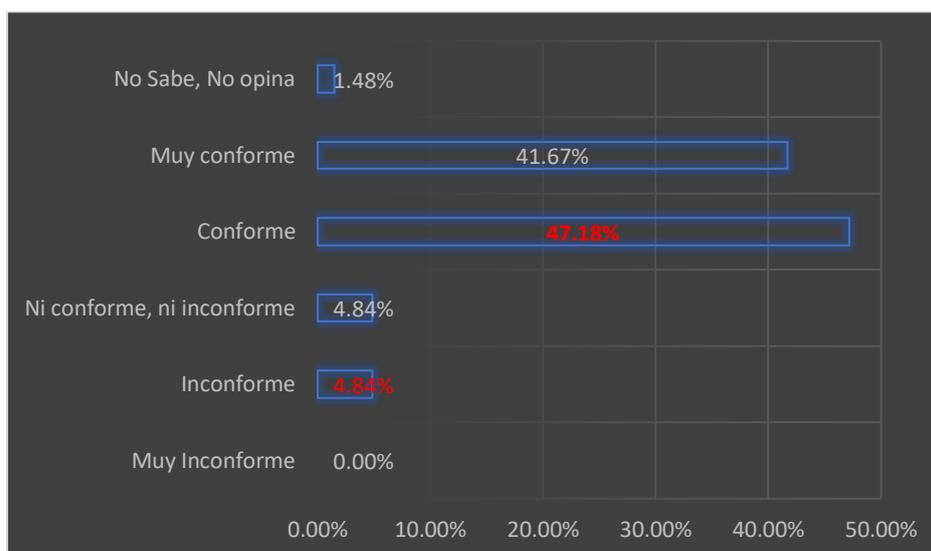
Interpretación:

En reputación el indicador de promedio más alto es la fiabilidad en los servicios (4.225) y el indicador más bajo es el de entrega oportuna del servicio generando confianza (4.2056) y los servicios recibidos nos generan honestidad (4.2056).

Tabla 75 Resumen Reputación

Categoría	Valor Asignado	Fi	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	36	4.84%	
Ni conforme, ni inconforme	3	36	4.84%	
Conforme	4	351	47.18%	
Muy conforme	5	310	41.67%	
No Sabe, No opina	0	11	1.48%	
Total		744	100.00%	4.2124
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.				
<i>Elaboración propia.</i>				

Figura 104 Resumen Reputación



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

El 47.18% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. están conformes con la reputación, mientras que el 4.84% está inconforme con el mismo; es importante mencionar que 4.84% está ni inconforme ni conforme. La valoración

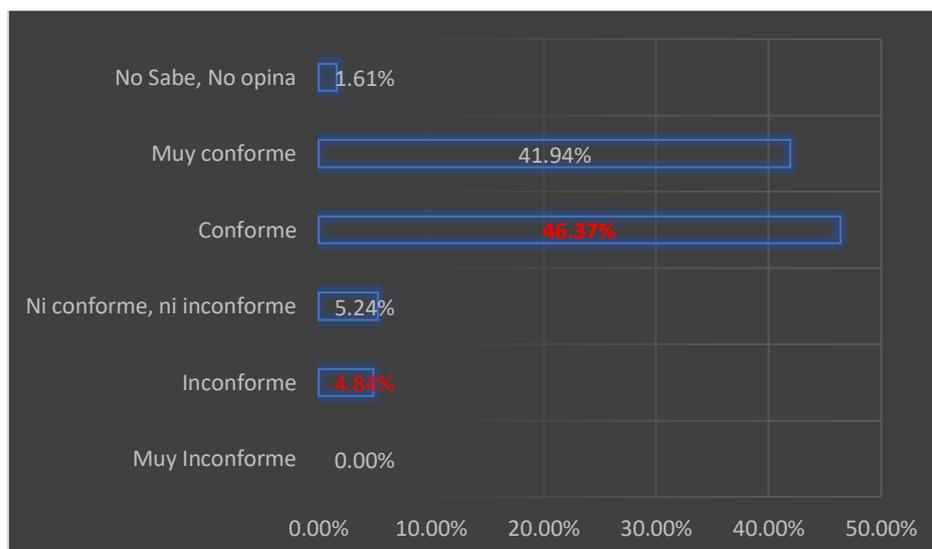
de sus respuestas permite establecer un promedio para reputación del 4.2124 en base máxima de 5.

4.4.2.6. Indicadores tiempo de respuesta

Tabla 76 *Percepción de contestación rápida a las consultas*

Categoría	Valor Asignado	Fi	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	12	4.84%	
Ni conforme, ni inconforme	3	13	5.24%	
Conforme	4	115	46.37%	
Muy conforme	5	104	41.94%	
No Sabe, No opina	0	4	1.61%	
Total		248	100.00%	4.2056
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>				

Figura 105 *Percepción de contestación rápida a las consultas*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

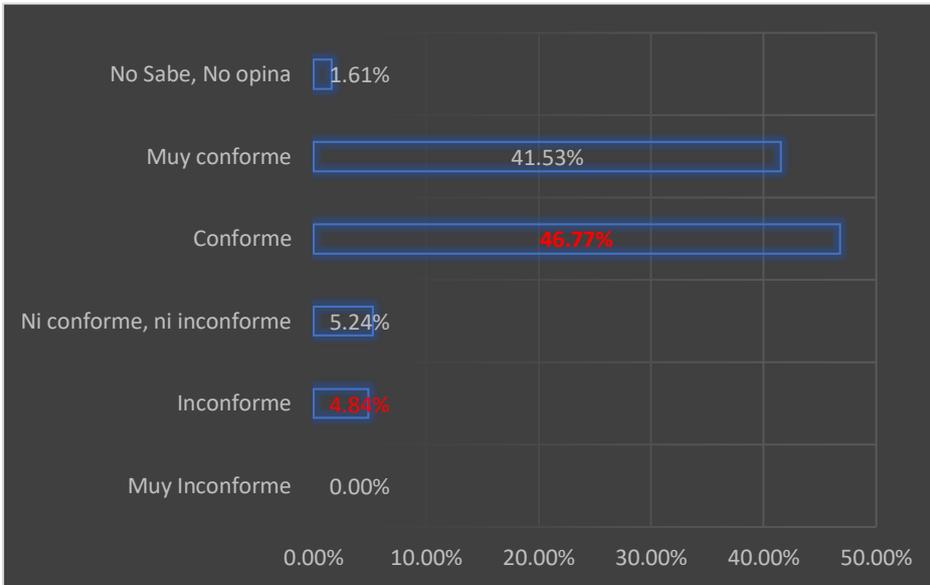
Interpretación:

El 46.37% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto a la contestación rápida a las preguntas mientras que el 4.84% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 4.2056 en base máxima de 5.

Tabla 77 *Percepción de soluciones rápidas a las incidencias*

Categoría	Valor Asignado	<i>F_i</i>	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	12	4.84%	
Ni conforme, ni inconforme	3	13	5.24%	
Conforme	4	116	46.77%	
Muy conforme	5	103	41.53%	
No Sabe, No opina	0	4	1.61%	
Total		248	100.00%	4.2016
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>				

Figura 106 *Percepción de soluciones rápidas a las incidencias*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

El 46.77% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto a las soluciones rápidas a las incidencias mientras que el 4.84% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 4.2016 en base máxima de 5.

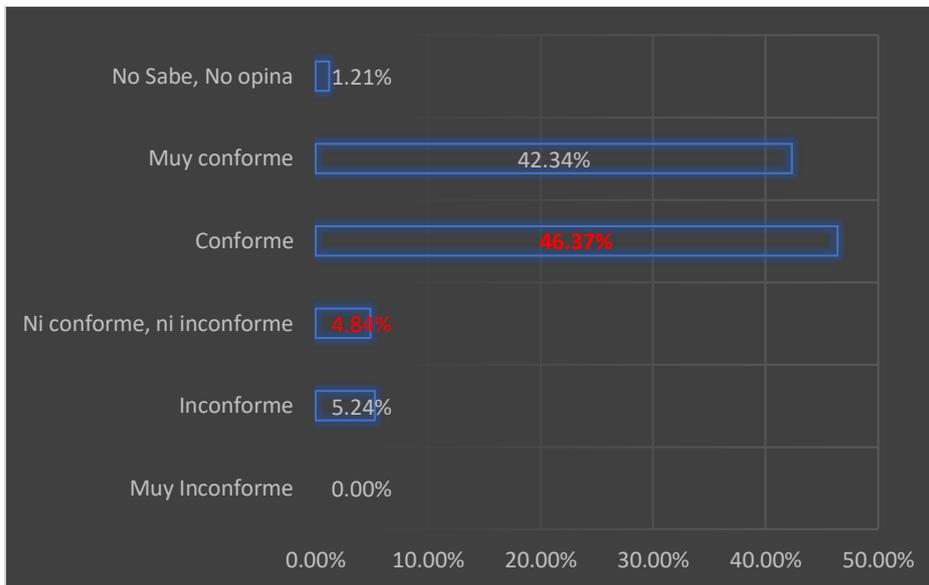
Tabla 78 *Percepción de rapidez y agilidad de los servicios por parte de los colaboradores*

Categoría	Valor Asignado	Fi	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	13	5.24%	
Ni conforme, ni inconforme	3	12	4.84%	
Conforme	4	115	46.37%	
Muy conforme	5	105	42.34%	
No Sabe, No opina	0	3	1.21%	
Total		248	100.00%	4.2218

Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Figura 107 Percepción de rapidez y agilidad de los servicios por parte de los colaboradores



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

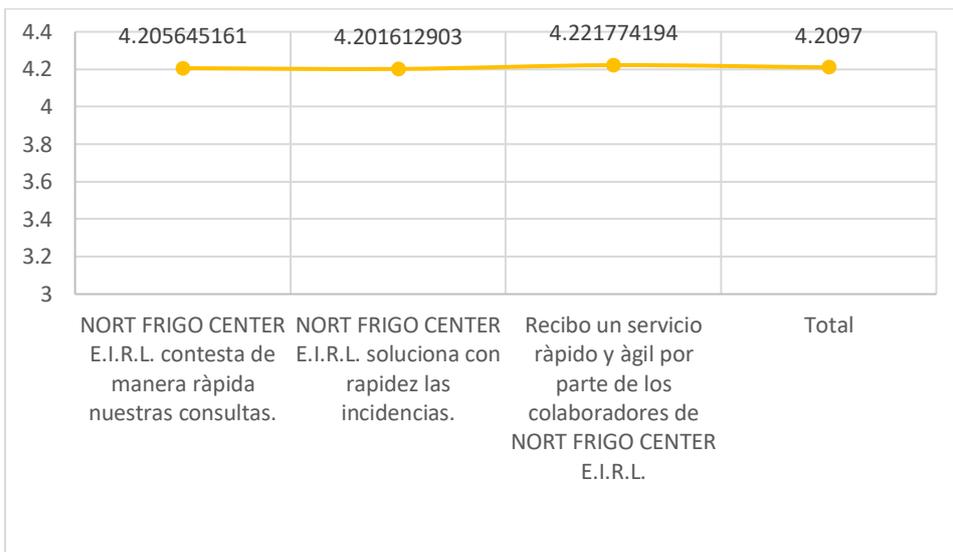
El 46.37% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto a la rapidez y agilidad de los servicios por parte de los colaboradores mientras que el 4.84% no están ni inconformes ni conformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 4.2218 en base máxima de 5.

Tabla 79 Resumen Promedios Tiempos de Respuesta

Categoría	Promedio
NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. contesta de manera rápida nuestras consultas.	4.2056
NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. soluciona con rapidez las incidencias.	4.2016

Recibo un servicio rápido y ágil por parte de los colaboradores de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.	4.2218
Total	4.2097
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>	

Figura 108 Resumen Promedios Tiempos de Respuesta



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

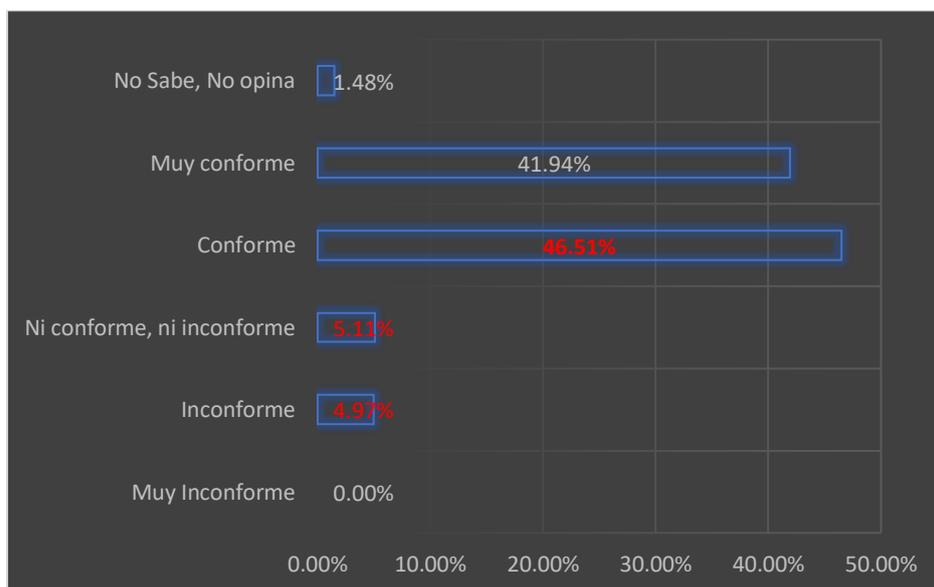
Interpretación:

En tiempo de respuesta el indicador de promedio más alto es la solución rápida y ágil de los colaboradores (4.2218) y el indicador más bajo es el de contestación rápida a las incidencias (4.2016)

Tabla 80 Resumen Tiempos de Respuesta

Categoría	Valor Asignado	Fi	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	37	4.97%	
Ni conforme, ni inconforme	3	38	5.11%	
Conforme	4	346	46.51%	
Muy conforme	5	312	41.94%	
No Sabe, No opina	0	11	1.48%	
Total		744	100.00%	4.2097
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.				
<i>Elaboración propia.</i>				

Figura 109 Resumen Tiempos de Respuesta



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

El 46.51% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. están conformes con los tiempos de respuesta, mientras que el 4.57% está inconforme con el mismo; es importante mencionar que 5.11% está ni inconforme ni conforme.

La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para tiempo de respuesta del 4.2097 en base máxima de 5.

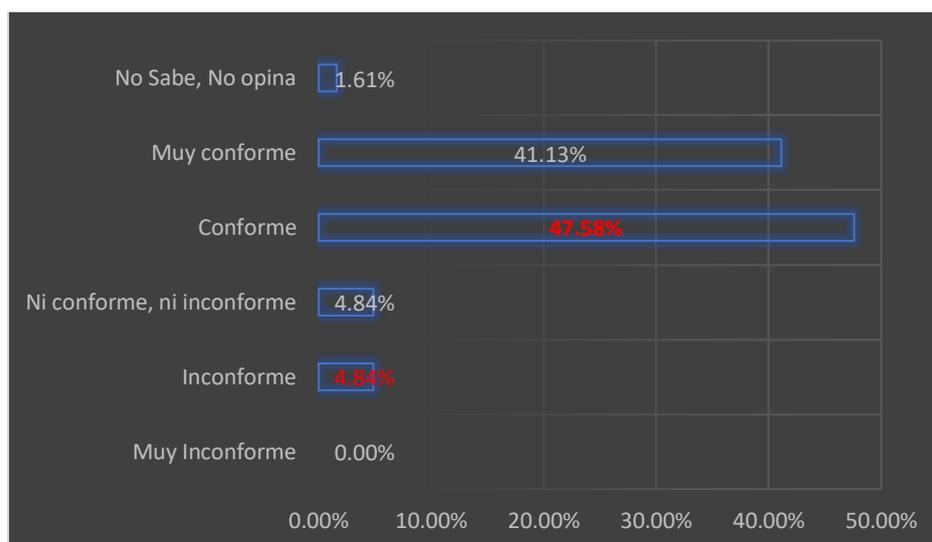
4.4.2.7. Indicadores amabilidad

Tabla 81 *Percepción de trato amable y con educación a los colaboradores*

Categoría	Valor	F _i	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	12	4.84%	
Ni conforme, ni inconforme	3	12	4.84%	
Conforme	4	118	47.58%	
Muy conforme	5	102	41.13%	
No Sabe, No opina	0	4	1.61%	
Total		248	100.00%	4.2016

Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.
Elaboración propia.

Figura 110 *Percepción de trato amable y con educación a los colaboradores*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

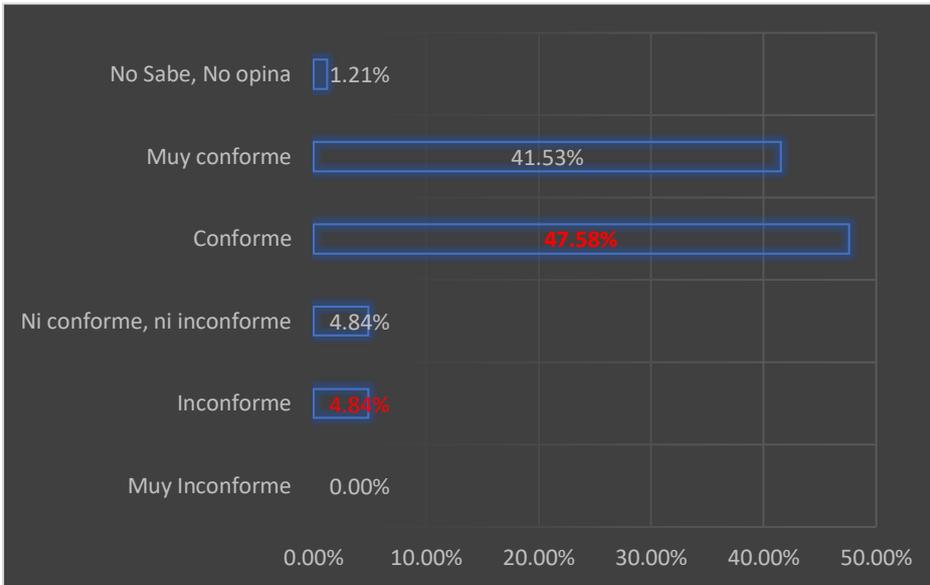
Interpretación:

El 47.58% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto al trato amable y con educación a los colaboradores mientras que el 4.84% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 4.2016 en base máxima de 5.

Tabla 82 *Percepción de trato amable y con educación a los clientes*

Categoría	Valor Asignado	F _i	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	12	4.84%	
Ni conforme, ni inconforme	3	12	4.84%	
Conforme	4	118	47.58%	
Muy conforme	5	103	41.53%	
No Sabe, No opina	0	3	1.21%	
Total		248	100.00%	4.2218
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>				

Figura 111 *Percepción de trato amable y con educación a los clientes*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

El 47.58% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto al trato amable y con educación a los clientes mientras que el 4.84% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 4.2218 en base máxima de 5.

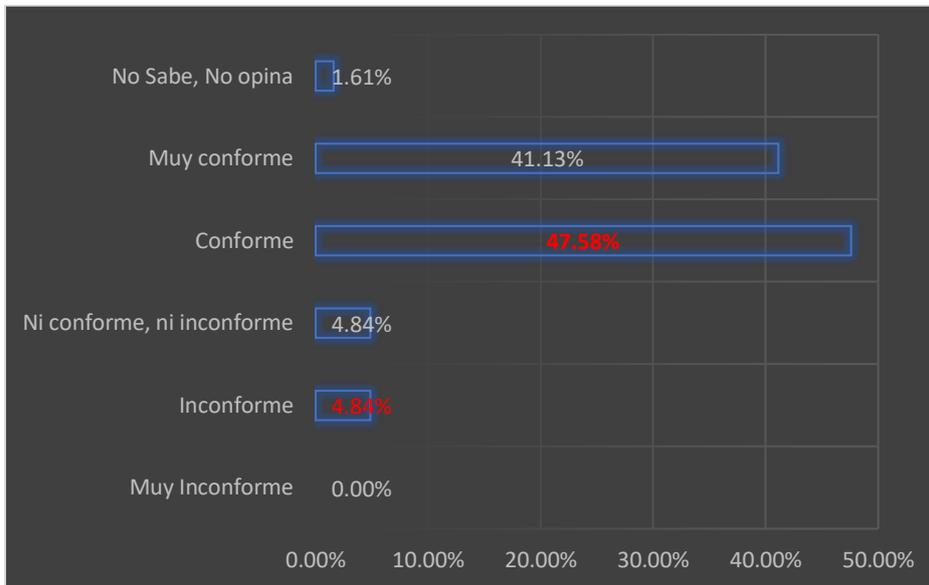
Tabla 83 *Percepción de disposición a la ayuda*

Categoría	Valor Asignado	F _i	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	12	4.84%	
Ni conforme, ni inconforme	3	12	4.84%	
Conforme	4	118	47.58%	
Muy conforme	5	102	41.13%	
No Sabe, No opina	0	4	1.61%	
Total		248	100.00%	4.2016

Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Figura 112 *Percepción de disposición a la ayuda*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

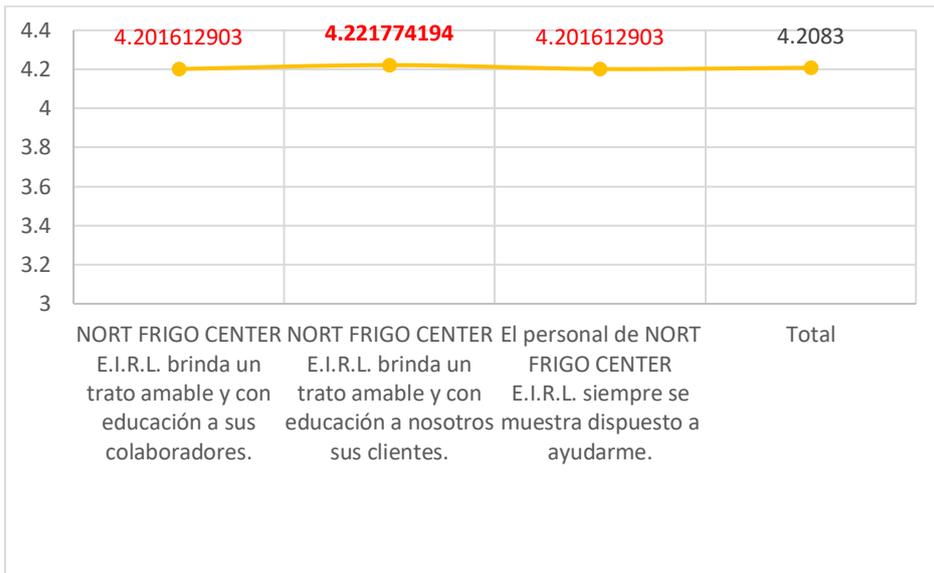
El 47.58% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto a la disposición a la ayuda mientras que el 4.84% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 4.2016 en base máxima de 5.

Tabla 84 *Resumen Promedios Amabilidad*

Categoría	Promedio
NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. brinda un trato amable y con educación a sus colaboradores.	4.2016
NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. brinda un trato amable y con educación a nosotros sus clientes.	4.2218

El personal de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. siempre se muestra dispuesto a ayudarme.	4.2016
Total	4.2083

Figura 113 Resumen Promedios Amabilidad



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

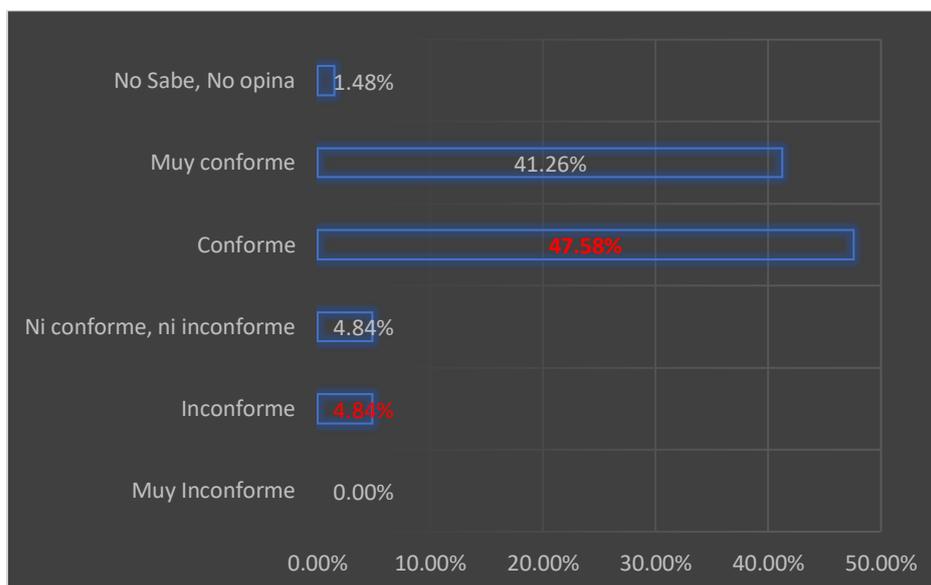
En amabilidad el indicador de promedio más alto el indicador que brinda un trato amable y con educación a los clientes (4.2217) y el indicador más bajo es el trato amable y con educación a los colaboradores, empatando con el indicador de que siempre está dispuesto a ayudar (4.2016)

Tabla 85 Resumen Amabilidad

Categoría	Valor Asignado	Fi	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	36	4.84%	
Ni conforme, ni inconforme	3	36	4.84%	
Conforme	4	354	47.58%	
Muy conforme	5	307	41.26%	
No Sabe, No opina	0	11	1.48%	
Total		744	100.00%	4.21

Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.
Elaboración propia.

Figura 114 Resumen Amabilidad



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

El 47.58% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. están conformes con la amabilidad, mientras que el 4.84% está inconforme con el mismo; es importante mencionar que 4.84% está ni inconforme ni conforme. La valoración

de sus respuestas permite establecer un promedio para amabilidad del 4.21 en base máxima de 5.

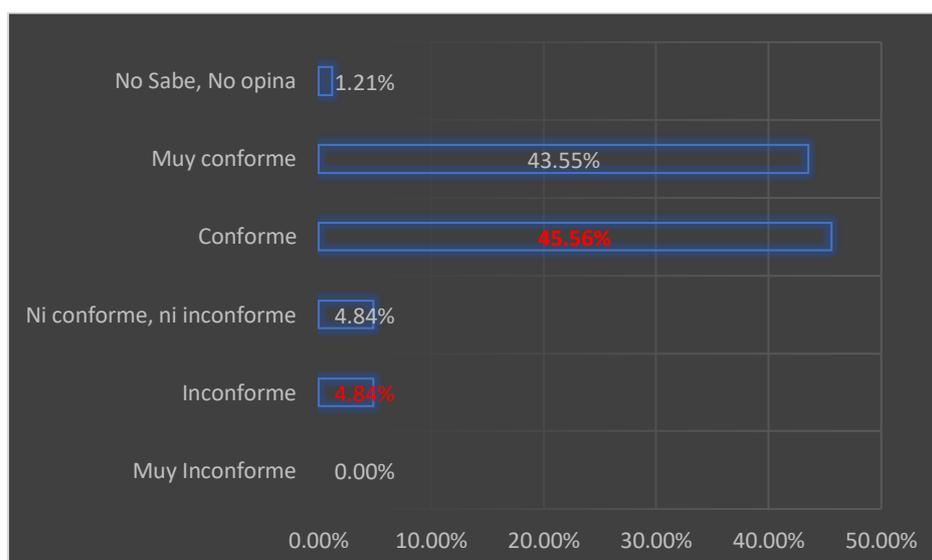
4.4.2.8. Indicadores comprensión de las necesidades

Tabla 86 *Percepción de conocimiento de las necesidades de los clientes*

Categoría	Valor Asignado	Fi	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	12	4.84%	
Ni conforme, ni inconforme	3	12	4.84%	
Conforme	4	113	45.56%	
Muy conforme	5	108	43.55%	
No Sabe, No opina	0	3	1.21%	
Total		248	100.00%	4.2419

Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.
Elaboración propia.

Figura 115 *Percepción de conocimiento de las necesidades de los clientes*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

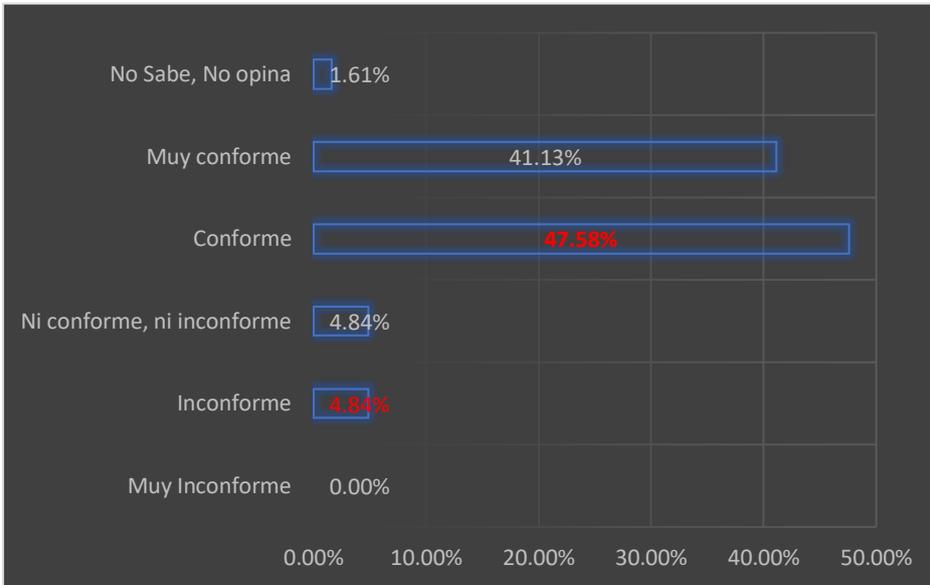
Interpretación:

El 45.56% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto al conocimiento de las necesidades mientras que el 4.84% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 4.2419 en base máxima de 5.

Tabla 87 *Percepción de ofrecimiento de respuesta ante las necesidades de los clientes*

Categoría	Valor Asignado	Fi	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	12	4.84%	
Ni conforme, ni inconforme	3	12	4.84%	
Conforme	4	118	47.58%	
Muy conforme	5	102	41.13%	
No Sabe, No opina	0	4	1.61%	
Total		248	100.00%	4.2016
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.				
<i>Elaboración propia.</i>				

Figura 116 *Percepción de ofrecimiento de respuesta ante las necesidades de los clientes*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

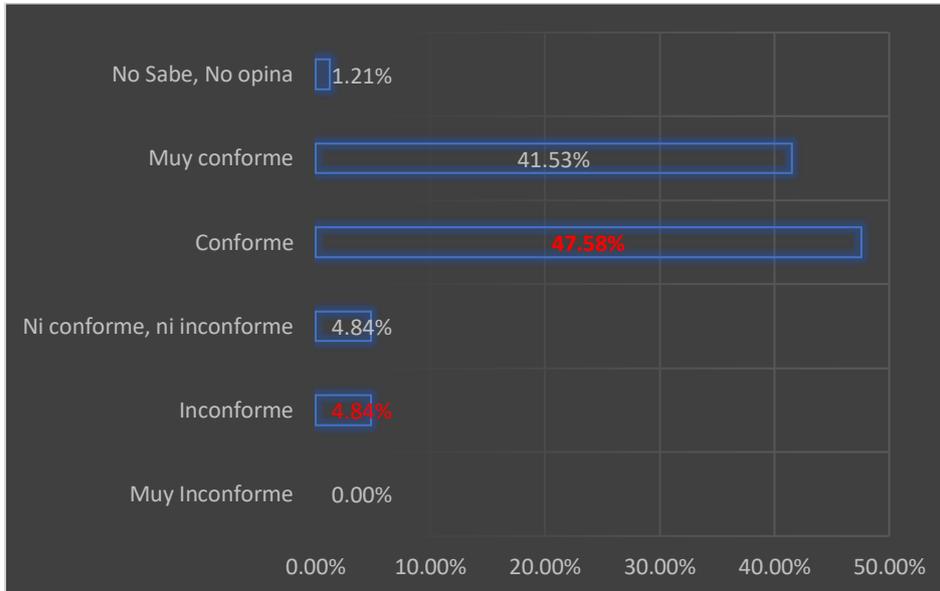
El 47.58% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto al ofrecimiento de respuesta ante las necesidades de los clientes mientras que el 4.84% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 4.2016 en base máxima de 5.

Tabla 88 *Percepción respecto a la comprensión de las preguntas e inquietudes de los clientes*

Categoría	Valor Asignado	F _i	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	12	4.84%	
Ni conforme, ni inconforme	3	12	4.84%	
Conforme	4	118	47.58%	
Muy conforme	5	103	41.53%	
No Sabe, No opina	0	3	1.21%	

Total	248	100.00%	4.2218
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>			

Figura 117 Percepción respecto a la comprensión de las preguntas e inquietudes de los clientes



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

El 47.58% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. dan su conformidad respecto a la comprensión de las preguntas e inquietudes de los clientes mientras que el 4.84% están inconformes con lo mismo. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para este indicador del 4.2218 en base máxima de 5.

Tabla 89 Resumen Promedios Comprensión de las Necesidades

Categoría	Promedio
NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. conoce nuestras necesidades.	4.2419
NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. ofrece respuesta a nuestras necesidades.	4.2016

El personal de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. entiende nuestras preguntas e inquietudes.

4.2218

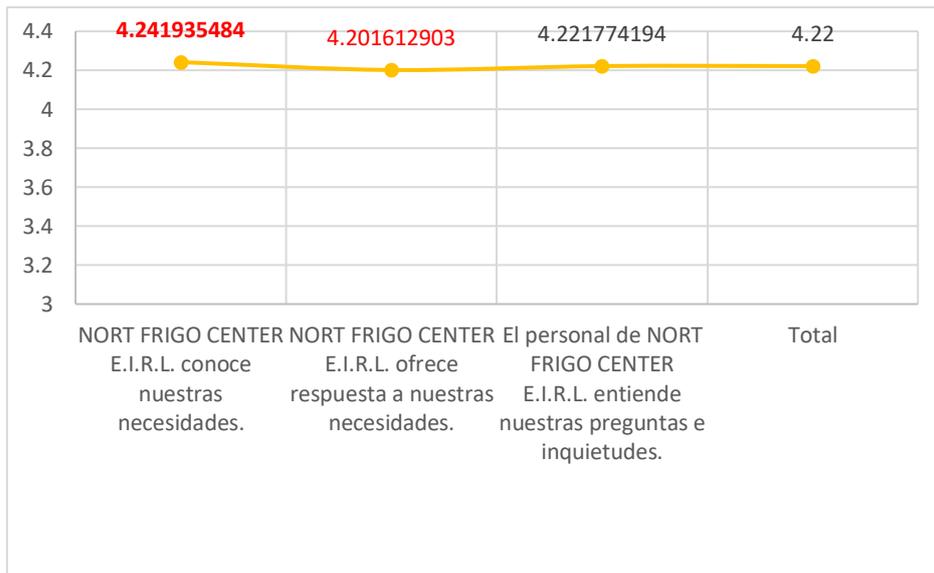
Total

4.22

Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Figura 118 Resumen Promedios Comprensión de las Necesidades



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

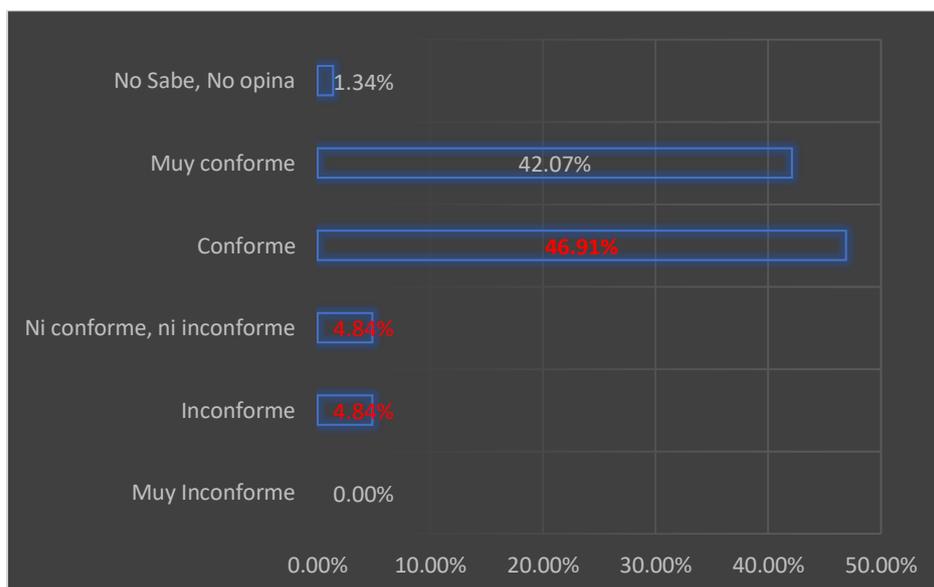
En comprensión de las necesidades el indicador de promedio más alto es el conoce las necesidades de los clientes (4.2419) y el indicador más bajo es el de ofrece respuestas a nuestra necesidad (4.2016)

Tabla 90 Resumen Promedios Comprensión de las Necesidades

Categoría	Valor Asignado	Fi	%	Promedio
Muy Inconforme	1	0	0.00%	
Inconforme	2	36	4.84%	
Ni conforme, ni inconforme	3	36	4.84%	
Conforme	4	349	46.91%	
Muy conforme	5	313	42.07%	
No Sabe, No opina	0	10	1.34%	
Total		744	100.00%	4.2218

Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.
Elaboración propia.

Figura 119 Resumen Promedios Comprensión de las Necesidades



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

El 46.91% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. están conformes con la Comprensión de las Necesidades, mientras que el 4.84% está inconforme con la mismo; es importante mencionar que 4.84% está ni inconforme

ni conforme. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para Comprensión de las Necesidades del 4.2218 en base máxima de 5.

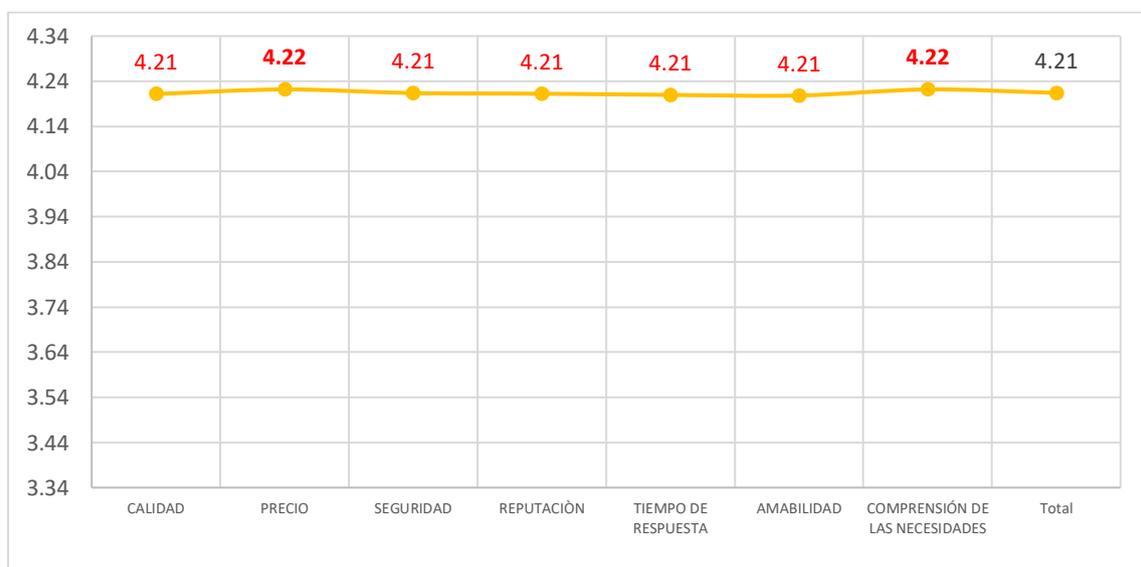
4.4.2.9. Satisfacción del cliente post prueba

Tabla 91 Resumen Promedios Satisfacción del cliente

Categoría	Promedio
CALIDAD	4.21
PRECIO	4.22
SEGURIDAD	4.21
REPUTACIÓN	4.21
TIEMPO DE RESPUESTA	4.21
AMABILIDAD	4.21
COMPRESIÓN DE LAS NECESIDADES	4.22
Total	4.21

Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.
Elaboración propia.

Figura 120 Resumen Promedios Satisfacción del cliente



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

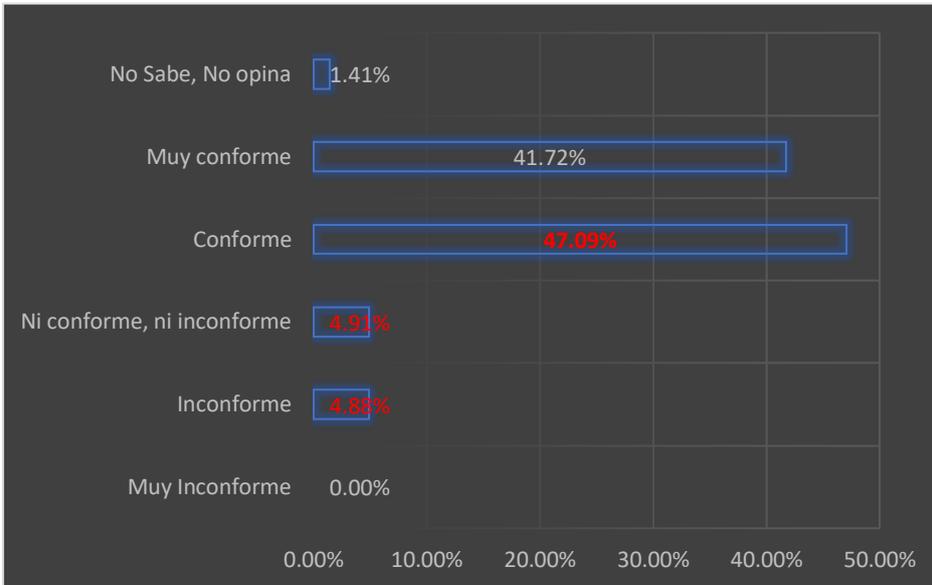
Interpretación:

En satisfacción del cliente las dimensiones de promedio más altos son las de precio y comprensión de las necesidades (4.22) y las 5 dimensiones más bajas son las demás teniendo un promedio de 4.21

Tabla 92 *Resumen Satisfacción del cliente*

Categoría	Valor Asignado	Fi	%	Promedio	Porcentaje Satisfacción al cliente
Muy Inconforme	1	0	0.00%		
Inconforme	2	266	4.88%		
Ni conforme, ni inconforme	3	268	4.91%		
Conforme	4	2569	47.09%		
Muy conforme	5	2276	41.72%		
No Sabe, No opina	0	77	1.41%		
Total		5456	100.00%	4.21	84.28%
Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. <i>Elaboración propia.</i>					

Figura 121 *Resumen Satisfacción del cliente*



Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Interpretación:

El 47.09% de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. están conformes con todos los indicadores de satisfacción del cliente, mientras que el 4.88% está inconforme con los mismos; es importante mencionar que 4.91% está ni inconforme ni conforme. La valoración de sus respuestas permite establecer un promedio para satisfacción del cliente del 4.21 en base máxima de 5, que representa el 84.28% de índice del mismo.

4.5. Incidencia de la gestión por procesos en la satisfacción del cliente de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022.

Se evidencia una variante favorable de 13.27 puntos porcentuales e incidencia directa de la gestión por procesos en la satisfacción del cliente de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. La diferencia comprueba la hipótesis.

Tabla 93 Comparativo resumen pre y post prueba

Categoría	PREPRUEBA					POSTPRUEBA				
	Valor Asignado	Fi	%	Promedio	Porcentaje Satisfacción al	Valor Asignado	Fi	%	Promedio	Porcentaje Satisfacción al

Muy Inconforme	1	0	0.00%			1	0	0.00%		
Inconforme	2	512	9.38%			2	266	4.88%		
Ni conforme, ni inconforme	3	1705	31.25%			3	268	4.91%		
Conforme	4	2947	54.01%			4	2569	47.09%		
Muy conforme	5	289	5.30%			5	2276	41.72%		
No Sabe, No opina	0	3	0.05%			0	77	1.41%		
Total		5456	100.00%	3.55	71.01%	T.	5456	100.00%	4.21	84.28%

Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

Tabla 94 Comparativo en detalle por dimensión pre y post prueba

Categoría	Promedio PRE	Promedio POST
CALIDAD	3.51	4.21
PRECIO	3.58	4.22
SEGURIDAD	3.47	4.21
REPUTACIÓN	3.68	4.21
TIEMPO DE RESPUESTA	3.47	4.21
AMABILIDAD	3.65	4.21
COMPRESIÓN DE LAS NECESIDADES	3.51	4.22
Total	3.55	4.21

Fuente: Clientes NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.

Elaboración propia.

A nivel de dimensiones el escenario en la post prueba es favorable y constante en todas con un puntaje de 4.21 a 4.22 sobre 5 como máximo a obtener.

Finalmente se acepta la hipótesis propuesta que determinaba que la gestión por procesos incrementa la satisfacción de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022

V. DISCUSIÓN:

A continuación, se presentan los resultados a manera de hallazgos de investigación haciendo un análisis más detallado que permita generalizar la información y verificar que los resultados mostrados satisfagan cada uno de los objetivos específicos para poder comparar con los antecedentes y bases teóricas de este estudio.

Objetivo específico 1 (Analizar la situación actual de la empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022)

La situación actual de la organizacional se presentó en el acápite de diagnóstico de la situación actual, el mismo contienen primer lugar el perfil de la organización. La empresa tenía establecida el nosotros o visión, el objetivo o misión y los valores. Se hicieron ciertas propuestas de mejora de las mismas, en términos de claridad, temporalidad, coherencia, concordancia y pertinencia; estas sugerencias fueron aceptadas e implementadas demostrando la tolerancia al cambio y el enfoque de mejora presente en la organización. También se propuso un organigrama que fue producto del trabajo coordinado con gerencia y administración de NORT FRIGO CENTER EIRL.

Otra parte importante producto del análisis de la situación actual es la matriz FODA que detalla los factores internos y externos de la organización, organizados en fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Se estableció que existían muchas debilidades producto de la ineficiente gestión por procesos. Es importante mencionar que los colaboradores fueron conscientes de lo mismo, aceptaron su desconocimiento en herramientas de gestión, métricas de gestión, inexistencia de un plan de gestión, falta de capacitación al personal y problemas continuos en seguimiento a los servicios de mantenimiento e instalación.

Así mismo también se evidencian mayor número de amenazas, factores externos a la organización, que comprueban un mercado exigente que precisó de cambios organizacionales orientados a la gestión por procesos propuesta como

parte de esta investigación. Registrando técnicos que potencialmente se van con la competencia, la posibilidad latente de venta de información de los clientes, la coyuntura política y económica.

El diagrama de Ishikawa permitió establecer las causas raíz asociadas a la gestión por procesos que guardaban relación con la satisfacción al cliente. En mediciones, expresamente se evidencia la falta de indicadores de gestión; en materia prima, se tiene un conocimiento práctico orientado a la praxis pero que no está sustentado con profesionales de la ingeniería; en maquinaria y equipo, la falta de mantenimiento preventivo; en mano de obra, falta de capacitación constante al personal; y, en método de trabajo, falta de gestión de seguimiento y falta de plan de mantenimiento preventivo independiente de cada cliente corporativo.

En relación a gestión administrativa se evidencia lo siguiente: un promedio de requerimientos de clientes naturales y corporativos que asciende a 1734. No existía un plan estratégico ni procesos en general establecidos. La atención de los clientes naturales en servicios de mantenimiento y reparación es inmediata, algo que no ocurría en el caso de clientes corporativos que presentaba un promedio de 20 horas de demora en promedio hasta entregar el servicio. La productividad general de la organización asciende a alrededor de los 60 puntos porcentuales. En cuanto a reclamos por correo y palabra se registraron 17 en el último mes y 1 enviado a INDECOPI.

Los resultados mostrados guardan especial congruencia con lo acuñado por Rodríguez (2017)²⁰, Danilova (2019)²² y Cárdenas (2015)²⁷, permitiendo evidenciar la necesidad del análisis de la situación actual permitiendo identificar las principales causas de los problemas asociados a la gestión por procesos y que permiten tener un panorama claro y asertivo para trabajar en la propuesta y lineamientos generales que permitieron mejorar los indicadores de satisfacción al cliente de NORT FRIGO CENTER EIRL. Rodríguez (2017)²⁰ también hizo un análisis previo de la situación actual pero en su realidad había un plan de gestión de procesos ya implementado a evaluar, en adición a lo mismos hicieron un análisis necesario para poder establecer propuestas de mejora en el plan de gestión por procesos.

Objetivo específico 2 (Identificar los procesos de la empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022.)

Se identificaron 11 macro procesos y 15 procesos en la organización: Dirección Gerencial (Direccionamiento estratégico); Dirección Administrativa (Dirección Administrativa); Planificación Financiera (Planificación Financiera); Gestión del talento Humano (Reclutamiento y Selección, Administración de Personal y Seguridad Industrial); Contabilidad y Finanzas (Contabilidad y Finanzas); Gestión Logística (Compras y Abastecimiento y Almacén); Recepción (Recepción de pedidos y Recepción de equipos); Instalación (Instalación de equipos); Mantenimiento (Mantenimiento de equipos); Gestión Comercial (Gestión Comercial); Ventas (Ventas)

Los resultados para este segundo objetivo específico evidencian la necesidad inherente de toda organización de tener determinados sus procesos con claridad y agilidad, el establecimiento de los mismos permite tener estructurada la organización de manera más eficiente, esto concuerda con lo acuñado por Veloz (2018)¹⁸ mejora la ejecución de las actividades

Objetivo específico 3 (Diseñar e implementar una propuesta de gestión por procesos con orientación de satisfacción al cliente para la empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022.)

La propuesta tiene dos partes y parte de la matriz de priorización de PARETO. La matriz de priorización de PARETO permitió establecer 5 causas raíz asociadas a la gestión por procesos que se vinculaban potencialmente con la satisfacción al cliente. La determinación de estas causas surge del escrutinio del diagrama de Ishikawa, la matriz FODA y los resultados de la preprueba del estudio de satisfacción al cliente. Las causas raíz identificadas fueron: Cr1, Falta de mano de obra profesional especializada; Cr2, Falta de capacitación al personal; Cr3, Falta de Gestión de seguimiento; Cr4, Falta de indicadores de gestión; y, Cr5, Falta de Plan de mantenimiento preventivo independiente. Según los resultados obtenidos el 80% de los problemas asociados a la gestión por procesos que se vinculan a la satisfacción del cliente son las causas de falta capacitación al personal, falta de gestión de seguimiento, falta de mantenimiento preventivo

independiente, falta de mano de obra profesional especializada. La que resalta acumulando un 66% con un impacto del 27% que lidera la alta urgencia de implementación, además de ser la seleccionada en conjunto con gerencia general de la organización para implementar medidas principales alrededor de la misma.

Por lo que se estableció como primera sección de la propuesta el establecimiento del mapa de procesos, flujograma y diagrama de *snake* por proceso, definición de cada proceso, principal responsable y actividades. La segunda sección fue una matriz de seguimiento a los servicios tanto de mantenimiento como de instalación, la implementación se hizo desde el 3 de noviembre de 2022 y se hizo un corte el día 25 del mismo mes para poder recoger indicadores de gestión que validaron mejoras en términos de efectividad de los servicios con 97.77%, de 20 horas de promedio de tiempo de entrega del servicio se redujo a 32 minutos presentándose solo 23 veces en el periodo del cohorte una demora significativa máxima de 1 día.

Estos resultados corroboran lo mostrado en el estado de la cuestión que se realizó al momento de analizar los antecedentes en nivel internacional, nacional y local; principalmente son consistentes con lo postulado por Veloz (2018)¹⁸ que buscó en primera instancia plantear de manera efectiva los procesos; así mismo, también es consistente con Rodríguez (2017)²⁰ y Rodríguez (2018)³⁰ que plantearon claramente cada proceso, los involucrados, las actividades y los flujogramas correspondientes. Del Giudice (2016)³² desde la teoría también se planteó mapear y tener un panorama claro del interrelacionamiento de los procesos.

Gutiérrez (2016)²¹ planteó propuestas alrededor innovación de servicio, mejora de instalaciones y calidad de la atención que obedecía a su realidad, pero se centró en la gestión por procesos al igual que el caso de este estudio con la diferencia que se priorizó la gestión de seguimiento. Jelonek et al. (2022)³³ y Mendivil et al. (2018)³⁴ plantean también el uso de tecnologías para la mejora de la eficiencia de los procesos internos que a futuro repercuten en la competitividad.

Objetivo específico 4 (Evaluar indicadores de satisfacción del cliente de la empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022.)

El estudio de satisfacción al cliente estuvo compuesto por el análisis de 7 dimensiones: calidad, precio, seguridad, reputación, tiempo de respuesta, amabilidad y comprensión de las necesidades. Este estudio se hizo en dos pruebas, una previa a la implementación de la propuesta y otra luego de la misma. En calidad se evidencia una mejora significativa de 0.7 puntos, en precio 0.64, en seguridad 0.74, en reputación 0.53, en tiempo de respuesta 0.74, en amabilidad 0.56 y en comprensión de las necesidades 0.71. Las calificaciones evidencian altas mejoras en las medias de seguridad y tiempo de respuesta. Esto se vincula directamente con la matriz de seguimiento implementada.

Los resultados de esta sección guardan consistencia con los resultados de Alarcón (2017)¹⁹ que también realizó un pre y post test para evaluar la calidad de servicio obteniendo mejoras significativas que son congruentes con estos resultados. Philco (2020)²³, Asencios y Huamán (2018)²⁴, Cárdenas (2015)²⁷ y Ponce (2016)²⁶ en sus investigaciones que contemplaban ambas variables también se evidenció mejoría de más del 50% luego de la aplicación de la gestión por procesos lo cual es consistente con los resultados mostrados.

Morales y Morales (2020)²⁹ no presentaron mejoras significativas en la media aritmética de satisfacción al cliente sin embargo en la realidad del día a día se evidencia mejoras en sus operaciones y la satisfacción de las demandas de los clientes a partir de la implementación de la gestión por procesos.

Objetivo específico 5 (Determinar la incidencia de la gestión por procesos para mejorar la satisfacción del cliente de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022.)

Este objetivo está directamente relacionado con la contrastación de la hipótesis; la gestión por procesos incrementa la satisfacción de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022. En la preprueba se estableció una media aritmética para satisfacción al cliente de 3.55 lo cual significa el 71.01% de satisfacción al cliente corporativo y natural; mientras que en la post prueba se evidencia una variante de 0.66 puntos en la media ascendiendo a 4.21 y teniendo una significancia del 84.28% de satisfacción al cliente. Presentando una mejora de 13.27 puntos porcentuales.

Estos resultados son congruentes con la mayoría de los estudios referentes; sin embargo, Alvarado y Díaz (2022)⁷ se toparon con alta resistencia al cambio lo cual hace que una propuesta de esta naturaleza no funcione por lo que es imprescindible realizar la etapa de diagnóstico para corroborar ciertos puntos esenciales como este. Es importante mencionar que para Agurto y Araujo (2018)²⁵ existe una influencia directa, lo cual también tiene consistencia con este estudio.

Asimismo, es también teóricamente consistente con lo expuesto por Recker y Mendling (2016)²⁸ que nos hablan de una relación directamente entre ambas variables de estudio y que lo único que se busca con la implementación de la gestión por procesos es el añadir valor.

Finalmente, la variante en la media aritmética de 0.66 y en el porcentaje de incremento de 13.27 puntos porcentuales de satisfacción al cliente permiten establecer que la gestión por procesos incide positivamente en la satisfacción de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022.

VI. CONCLUSIONES

1. La gestión por procesos incide positivamente en la satisfacción de los clientes de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L., Trujillo, 2022.
2. Se hicieron ciertas propuestas de mejora de las mismas, en términos de claridad, temporalidad, coherencia, concordancia y pertinencia; estas sugerencias fueron aceptadas e implementadas demostrando la tolerancia al cambio y el enfoque de mejora presente en la organización. Se estableció que existían muchas debilidades producto de la ineficiente gestión por procesos. Es importante mencionar que los colaboradores aceptaron su desconocimiento en herramientas de gestión, métricas de gestión, inexistencia de un plan de gestión, falta de capacitación al personal y problemas continuos en seguimiento a los servicios de mantenimiento e instalación. Así mismo también se evidencian mayor número de amenazas, factores externos a la organización, que comprueban un mercado exigente que precisó de cambios organizacionales orientados a la gestión por procesos propuesta como parte de esta investigación. Registrando técnicos que potencialmente se van con la competencia, la posibilidad latente de venta de información de los clientes, la coyuntura política y económica. Se establecieron las causas raíz asociadas a la gestión por procesos que guardaban relación con la satisfacción al cliente. En mediciones, expresamente se evidencia la falta de indicadores de gestión; en materia prima, se tiene un conocimiento práctico orientado a la praxis pero que no está sustentado con profesionales de la ingeniería; en maquinaria y equipo, la falta de mantenimiento preventivo; en mano de obra, falta de capacitación constante al personal; y, en método de trabajo, falta de gestión de seguimiento y falta de plan de mantenimiento preventivo independiente de cada cliente corporativo. En relación a gestión administrativa se evidencia lo siguiente: un promedio de requerimientos de clientes naturales y corporativos que asciende a 1734. No existía un plan estratégico ni procesos en general establecidos. La atención de los clientes naturales en servicios de mantenimiento y reparación es inmediata, algo que no ocurría en el caso de clientes corporativos que presentaba un promedio de 20 horas de demora en promedio hasta entregar el servicio. La productividad general de la organización asciende a alrededor de

los 60 puntos porcentuales. En cuanto a reclamos por correo y palabra se registraron 17 en el último mes y 1 enviado a INDECOPI.

3. Se identificaron 11 macro procesos y 15 procesos en la organización: Dirección Gerencial (Direccionamiento estratégico); Dirección Administrativa (Dirección Administrativa); Planificación Financiera (Planificación Financiera); Gestión del talento Humano (Reclutamiento y Selección, Administración de Personal y Seguridad Industrial); Contabilidad y Finanzas (Contabilidad y Finanzas); Gestión Logística (Compras y Abastecimiento y Almacén); Recepción (Recepción de pedidos y Recepción de equipos); Instalación (Instalación de equipos); Mantenimiento (Mantenimiento de equipos); Gestión Comercial (Gestión Comercial); Ventas (Ventas)
4. El diseño y la implementación de la propuesta se estableció en dos pares; como primera sección de la propuesta el establecimiento del mapa de procesos, flujograma y diagrama de *snake* por proceso, definición de cada proceso, principal responsable y actividades. La segunda sección fue una matriz de seguimiento a los servicios tanto de mantenimiento como de instalación, la implementación se hizo desde el 3 de noviembre de 2022 y se hizo un corte el día 25 del mismo mes para poder recoger indicadores de gestión que validaron mejoras en términos de efectividad de los servicios con 97.77%, de 20 horas de promedio de tiempo de entrega del servicio se redujo a 32 minutos presentándose solo 23 veces en el periodo del cohorte una demora significativa máxima de 1 día.
5. El estudio de satisfacción al cliente estuvo compuesto por el análisis de 7 dimensiones: calidad, precio, seguridad, reputación, tiempo de respuesta, amabilidad y comprensión de las necesidades. Este estudio se hizo en dos pruebas, una previa a la implementación de la propuesta y otra luego de la misma. En calidad se evidencia una mejora significativa de 0.7 puntos, en precio 0.64, en seguridad 0.74, en reputación 0.53, en tiempo de respuesta 0.74, en amabilidad 0.56 y en comprensión de las necesidades 0.71. Las calificaciones evidencian altas mejoras en las medias de seguridad y tiempo de respuesta. Esto se vincula directamente con la matriz de seguimiento implementada.
6. En la preprueba se estableció una media aritmética para satisfacción al cliente de 3.55 lo cual significa el 71.01% de satisfacción al cliente corporativo y natural;

mientras que en la post prueba se evidencia una variante de 0.66 puntos en la media ascendiendo a 4.21 y teniendo una significancia del 84.28% de satisfacción al cliente. Presentando una mejora de 13.27 puntos porcentuales.

VII. RECOMENDACIONES

1. Se sugiere para futuras investigaciones evaluar el tipo de influencia de tal modo que no se presuma la mejora en la investigación.
2. Se sugiere hacer talleres participativos, de haber disponibilidad, para que todos los miembros de la organización participen interactivamente en el establecimiento del perfil, FODA, ISHIKAWA, PARETO, etc.
3. Se sugiere revisar más antecedentes de empresas de frío que pueda contribuir en establecer de manera más acertada los procesos.
4. Se sugiere implementar más medidas de contar con la aprobación pertinente de la organización de presupuesto destinado a la gestión por procesos.
5. Se sugiere ampliar el periodo de implementación de la propuesta hasta 3 o 6 meses para la aplicación de la post prueba y poder validar resultados más sostenibles.
6. Se sugiere con el periodo ampliado, con una data más enriquecida y el enfoque de corroboración de la influencia la aplicación de pruebas estadísticas pertinentes para el establecimiento de la mencionada influencia.

REFERENCIAS

1. MOHAMMADIAN, Esmail, ALIZADEH-SANI, Mahmood y JAFARI, Seid Mahdi, 2020. Smart monitoring of gas/temperature changes within food packaging based on natural colorants. *Comprehensive reviews in food science and food safety*. en línea. 2020. Vol. 19, no. 6, pp. 2885–2931. DOI 10.1111/1541-4337.12635.
2. NIÑO, Cely y HUGO, Víctor, 2018. *Medición de la productividad en procesos industriales que integren cadena de frío, basada en evaluaciones de exergoeconomía y ecoeficiencia*.
3. ZÚÑIGA Zapata, Ana Cristina y GUERRERO, Diego Fernando, 2016. Análisis de condiciones de mercado para el desarrollo de tecnologías de cadena de frío. *Sinapsis -Revista de Investigación de la Escuela de Administración y Mercadotecnia del Quindío-EAM*. en línea. 2016. Vol. 8, no. 2, pp. 29–43. [Consultado 1 diciembre 2022]. Recuperado a partir de: <https://app.eam.edu.co/ojs/index.php/sinapsis/article/view/27>
4. MEDINA LEÓN, Alberto, NOGUEIRA RIVERA, Dianelys, HERNÁNDEZ-NARIÑO, Arialys y COMAS RODRÍGUEZ, Raúl, 2019. Procedimiento para la gestión por procesos: métodos y herramientas de apoyo. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*. en línea. 2019. Vol. 27, no. 2, pp. 328–342. DOI 10.4067/s0718-33052019000200328.
5. KHAN, Arif Ali, KEUNG, Jacky W., FAZAL-E-AMIN y ABDULLAH-AL-WADUD, M., 2017. SPIIMM: Toward a model for software process improvement implementation and management in global software development. *IEEE access: practical innovations, open solutions*. en línea. 2017. Vol. 5, pp. 13720–13741. DOI 10.1109/access.2017.2728603.
6. GONZÁLEZ, Aleida González, RODRÍGUEZ, Lisandra Leal, MARTÍNEZ CABALLERO, Daymí y MORALES FONTE, Daylí, 2019. Herramientas para la gestión por procesos. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*. en línea. 2019. Vol. 15, no. 28. DOI 10.18270/cuaderlam.v15i28.2681.
7. ALVARADO LEÓN, Evelyn Lizeth y DÍAZ ZAMORA, Juan Daniel, 2022. Propuesta de un modelo de planeamiento y control de la producción basado en la gestión por procesos aplicados a las MYPES productoras de mango en

- la provincia de Casma, Áncash, con la finalidad de incrementar su productividad. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
8. CONTRERAS CONTRERAS, Fortunato, OLAYA GUERRERO, Julio César y MATOS URIBE, Fausto Francisco, 2017. *GESTION POR PROCESOS, INDICADORES Y ESTANDARES PARA UNIDADES DE INFORMACION*. en línea. Avenida Ignacio Merino N° 1738, Lince / Lima-Perú: Oscar Ricardo Retamozo Ramos. [Consultado 1 diciembre 2022]. Recuperado a partir de: <http://eprints.rclis.org/31012/1/Gesti%C3%B3n%20por%20procesos%2C%20indicadores%20estandares.pdf>
 9. BRUNI, Paride, 2017. La satisfacción del cliente. *Thema-med.com*. en línea. 2017. [Consultado 30 noviembre 2022]. Recuperado a partir de: <https://www.thema-med.com/wp-content/uploads/2017/10/LASATISFACCI%C3%93N-DEL-CLIENTE.pdf>
 10. ALKHURSHAN, Muath, CYPRUS INTERNATIONAL UNIVERSITY, FACULTY OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, RJOUB, Husam y CYPRUS INTERNATIONAL UNIVERSITY, FACULTY OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES, 2020. The scope of an integrated analysis of trust switching barriers, customer satisfaction and loyalty. *Journal of Competitiveness*. en línea. 2020. Vol. 12, no. 2, pp. 5–21. DOI 10.7441/joc.2020.02.01.
 11. GUERRERO BEJARANO, Maria Auxiliadora, PARRA SUÁREZ, Richard John y ARCE VERA, Mayda Flor, 2018. La Satisfacción laboral y su efecto en la satisfacción del cliente, un análisis teórico. *INNOVA Research Journal*. en línea. 2018. Vol. 3, no. 8, pp. 157–162. DOI 10.33890/innova.v3.n8.2018.879.
 12. ESPINOZA ABARCA, Raida Asunción, 2018. *Calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente en el restaurante turístico don Kike de la ciudad de, Ancash- Perú, 2018*. en línea. Ancash, Perú.: Universidad Privada Telesup. [Consultado 1 diciembre 2022]. Recuperado a partir de: <https://repositorio.utelesup.edu.pe/handle/UTELESUP/84>
 13. CÓRDOVA ÁVALOS, Tobías Jancarlos y GASTELUMENDI OBREGON, Hamilton Eduardo, 2021. *Gestión de calidad del servicio y satisfacción del*

- cliente en la Empresa de Transportes 11 S.A., región Ancash. Universidad César Vallejo.*
14. MENESES, C. R. y RIVEROS, M. J. D., 2019. *Logística 4.0 En La Gestión De Inventarios de productos en cadena de frío. Cultura de innovación turística: una apuesta para el cierre de brechas sociales y tecnológicas.*
 15. HAMISI, Sama, 2011. Challenges and opportunities of Tanzanian SMEs in adapting supply chain management. *African Journal of Business Management*. en línea. 2011. Vol. 5, no. 4, pp. 1266–1276. [Consultado 1 diciembre 2022]. Recuperado a partir de: https://www.researchgate.net/publication/228621677_Challenges_and_opportunities_of_Tanzanian_SMEs_in_adapting_supply_chain_management
 16. BITTRICH VARGAS, Christian Alexander, 2019. *Estudio de mercado y localización para la instalación de una planta elaboradora de etiquetas para el control y seguimiento de la cadena de frío de vacunas.* Universidad de Lima.
 17. ASHOK, Ashvin, BRISON, Michael y LETALLEC, Yann, 2017. Improving cold chain systems: Challenges and solutions. *Vaccine*. en línea. 2017. Vol. 35, no. 17, pp. 2217–2223. DOI 10.1016/j.vaccine.2016.08.045.
 18. VELOZ, Muñoz y MARCELO, Fabián, 2018. *Desarrollo de un sistema de gestión por procesos para empresas de servicios de ingeniería y construcción orientadas a la industria. Caso: Empresa CDM S.A.* Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.
 19. ALARCÓN GAVILANES, Carlos Juan, 2017. *Modelo de mejora continua basado en procesos y su impacto en la calidad de los servicios que perciben los clientes de la empresa de servicios ServiFreno de la ciudad de Quito - Ecuador.* Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
 20. RODRIGUEZ ROMERO, Alfredo Daniel, 2017. *PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE LA GESTIÓN POR PROCESOS EN LAS ACTIVIDADES MISIONALES Y DE APOYO DE LA FUNDACIÓN DESAYUNITOS CREANDO HUELLA.* en línea. Colombia: UNIVERSIDAD CATÓLICA DE COLOMBIA. [Consultado 1 diciembre 2022]. Recuperado a partir de: <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/23227/1/PROPUESTA%>

- 20DE%20IMPLEMENTACI%C3%93N%20DE%20LA%20GESTI%C3%93N
%20POR%20PROCESOS%20EN%20LAS%20ACTIVIDADES%20MISION
ALES%20Y%20DE%20APOYO%20DE%20LA%20FUNDACI%C3%93N%2
0DESAYUNITOS%20CREANDO%20HUELLA..pdf
21. GUTIÉRREZ SANTANA, Daniela Paulina, 2016. *La gestión por procesos y su incidencia en la satisfacción de los clientes en la Clínica Santa María de la ciudad de Ambato*. en línea. Ambato, Ecuador.: Universidad Técnica de Ambato. [Consultado 1 diciembre 2022]. Recuperado a partir de: <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/19570>
 22. DANILOVA, Kjersti Berg, 2018. Process owners in business process management: a systematic literature review. *Business Process Management Journal*. en línea. 2018. Vol. 25, no. 6, pp. 1377–1412. DOI 10.1108/BPMJ-05-2017-0123.
 23. PHILCO BACA, Mery Laura, 2020. *Gestión por Procesos para mejorar el Servicio al Cliente en una empresa de Soluciones Modulares*. Universidad Ricardo Palma.
 24. ASENCIOS BORDA, Alicia Victoria y HUAMAN FLORES, Yesica Nancy, 2018. *Implementación de gestión por procesos para mejorar la atención del cliente en el servicio de emergencia de la clínica San Pablo S.A.C. Huaraz*, 2018. Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo.
 25. AGURTO LUCIANO, Jhoselin Magaly y ARAUJO VIRHUEZ, Fred Jerson, 2018. *“Influencia de la gestión administrativa en la satisfacción del cliente en la empresa MV Motors, Huaraz, 2018”*. Universidad César Vallejo.
 26. PONCE HERRERA, Cecilia Katherine, 2016. *Propuesta de implementación de gestión por procesos para incrementar los niveles de productividad en una empresa textil*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
 27. CARDENAS QUISPE, Miriam Janeth, 2015. *Diseño de gestión por procesos en el sector salud para mejorar la satisfacción de los clientes caso: Centro de atención primaria II Chilca Essalud*. Universidad Nacional del Centro del Perú.
 28. RECKER, Jan y MENDLING, Jan, 2016. The state of the art of business process management research as published in the BPM conference: Recommendations for progressing the field. *Business & information systems*

- engineering*. en línea. 2016. Vol. 58, no. 1, pp. 55–72. DOI 10.1007/s12599-015-0411-3.
29. RODRÍGUEZ SÁNCHEZ, Fernando Luis, 2018. *Gestión Por Procesos Para Mejorar La Satisfacción Del Cliente En El Área De Ventas De La Empresa C.C. Rodríguez S.R.L 2018*. Universidad César Vallejo.
30. DEL GIUDICE, Manlio, 2016. Discovering the Internet of Things (IoT) within the business process management: A literature review on technological revitalization. *Business process management journal*. en línea. 2016. Vol. 22, no. 2, pp. 263–270. DOI 10.1108/bpmj-12-2015-0173.
31. HUAMAN SANDOVAL, Del Pilar Lizeth, 2017. *Diseño de un sistema de gestión por procesos para mejorar la productividad y competitividad de la panadería Luli*. Universidad Nacional de Cajamarca.
32. JELONEK, Dorota, 2022. Comparative analysis of business strategy of Vietnamese real estate developers: The use of Hoffer matrix. en línea. 2022. Vol. 3, no. 197–204. [Consultado 1 diciembre 2022]. Recuperado a partir de:
https://www.researchgate.net/publication/358022086_Comparative_analysis_of_business_strategy_of_Vietnamese_real_estate_developers_The_use_of_Hoffer_matrix
33. MENDÍVIL, Blanca Carballo, GONZÁLEZ, Alejandro Arellano y VÁZQUEZ, Nidia Josefina Ríos, 2018. La gestión de procesos esbeltos como principio de mejora.: Un caso aplicado a una comercializadora. *3C Empresa Investigación y pensamiento crítico*. en línea. 2018. Vol. 7, no. 3, pp. 60–81. [Consultado 30 noviembre 2022]. Recuperado a partir de:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6575267>
34. MENDLING, Jan, WEBER, Ingo, AALST, Wil Van Der, BROCKE, Jan Vom, CABANILLAS, Cristina, DANIEL, Florian, DEBOIS, Søren, CICCIO, Claudio Di, DUMAS, Marlon, DUSTDAR, Schahram, GAL, Avigdor, GARCÍA-BAÑUELOS, Luciano, GOVERNATORI, Guido, HULL, Richard, ROSA, Marcello La, LEOPOLD, Henrik, LEYMAN, Frank, RECKER, Jan, REICHERT, Manfred, REIJERS, Hajo A., RINDERLE-MA, Stefanie, SOLTI, Andreas, ROSEMANN, Michael, SCHULTE, Stefan, SINGH, Munindar P., SLAATS, Tijs, STAPLES, Mark, WEBER, Barbara, WEIDLICH, Matthias,

- WESKE, Mathias, XU, Xiwei y ZHU, Liming, 2018. Blockchains for business process management - challenges and opportunities. *ACM transactions on management information systems*. en línea. 2018. Vol. 9, no. 1, pp. 1–16. DOI 10.1145/3183367.
35. LÓPEZ-PINTADO, Orlenys, GARCÍA-BAÑUELOS, Luciano, DUMAS, Marlon y WEBER, Ingo, sin fecha. Caterpillar: A blockchain-based Business Process Management System. *Kodu.ut.ee*. en línea. [Consultado 1 diciembre 2022]. Recuperado a partir de: <https://kodu.ut.ee/~dumas/pubs/bpm2017caterpillar-demo.pdf>
36. VILLEGAS YAGUAL, Felix Enrique y ZUÑIGA SANTILLAN, Xiomara Leticia, 2015. Gestión de Satisfacción al Cliente II. *Ciencia Unemi*. en línea. 2015. Vol. 7, no. 11, pp. 107–121. DOI 10.29076/issn.2528-7737vol7iss11.2014pp107-121p.
37. MOROCHO REVOLLEDO, Carolina Thalia, 2019. *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa Alpecorp S.A., 2018*. Universidad Peruana Unión.
38. LENINKUMAR, Vithya, 2017. The relationship between customer satisfaction and customer trust on customer loyalty. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. en línea. 2017. Vol. 7, no. 4. DOI 10.6007/ijarbss/v7-i4/2821.
39. WAKABAYASHI, Jose Luis y MERZTHAL, Jorge, 2015. Directrices para la implementación de un modelo de gestión de la relación con el cliente en el sector industrial: caso DAMERA. *Estudios gerenciales*. en línea. 2015. Vol. 31, no. 137, pp. 455–462. DOI 10.1016/j.estger.2015.09.001.
40. NYADZAYO, Munyaradzi W., LECKIE, Civilai y JOHNSON, Lester W., 2022. Customer participation, innovative aspects of services and outcomes. *Marketing intelligence & planning*. en línea. 2022. DOI 10.1108/mip-03-2022-0090.
41. ILIAS, Safariena y SHAMSUDIN, Mohd Farid, 2020. View of customer satisfaction and business growth. *Journal of Undergraduate Social Science and Technology*. en línea. 2020. Vol. 2, pp. 1–11. [Consultado 1 diciembre 2022]. Recuperado a partir de: <http://abrn.asia/ojs/index.php/JUSST/article/view/60/48>

42. GUILLEN, Jesus, 2019. LOGÍSTICA EN LA CADENA DE FRIO. en línea. 2019. [Consultado 1 diciembre 2022]. Recuperado a partir de: https://www.academia.edu/40198407/LOG%C3%8DSTICA_EN_LA_CADENA_DE_FRIO
43. RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, Ciro, BREÑA ORÉ, Jorge Luis y ESENARRO VARGAS, Doris, 2021. *Las variables en la metodología de la investigación científica*. Editorial Científica 3Ciencias. ISBN 9788412387223.
44. CENTOBELLI SHASHI, Shashi Piera, CERCHIONE, Roberto y ERTZ, Myriam, 2021. Food cold chain management: what we know and what we deserve. *Supply Chain Management: An International Journal*. en línea. 2021. Vol. 26, no. 1, pp. 102–135. DOI 10.1108/scm-12-2019-0452.
45. MERCIER, Samuel, VILLENEUVE, Sebastien, MONDOR, Martin y UYSAL, Ismail, 2017. Time-temperature management along the food cold chain: A review of recent developments: Food preservation along the cold chain.... *Comprehensive reviews in food science and food safety*. en línea. 2017. Vol. 16, no. 4, pp. 647–667. DOI 10.1111/1541-4337.12269.
46. PARDO MARTÍNEZ, Clara Inés y COTTE POVEDA, Alexander, 2022. Characterization of cooling equipment in the food industry: Case study of the Colombian meat, dairy, and fruit and vegetable sectors. *Environmental development*. en línea. 2022. Vol. 41, no. 100693, pp. 100693. DOI 10.1016/j.envdev.2021.100693.
47. GARCIA, L. S., COLINA, F. J. G., VELAZQUEZ, L. C. y ESTRADA, D. A. J., 2021. *Reflexiones en torno a los problemas del postgrado y la investigación científica en universidades de México.: Guía para la elaboración de tesis*. Costa-Amic Editores. ISBN 9786078518661.
48. LEÓN, R. A. H. y GONZÁLEZ, S. C., 2020. *El proceso de investigación científica*. Editorial Universitaria.
49. RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, Ciro, BREÑA ORÉ, Jorge Luis y ESENARRO VARGAS, Doris, 2021. *Las variables en la metodología de la investigación científica*. Editorial Científica 3Ciencias. ISBN 9788412387223.

ANEXOS

ANEXO A: TABLAS

Tabla 7 MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES		ESCALA DE MEDICIÓN
	V. I. Gestión	La Gestión por Procesos puede ser conceptualizada como la forma de gestionar toda la organización basándose en los	Asimismo, la implementación del sistema de gestión de procesos promoverá la automatización	Gestión administrativa	Respuesta de requerimientos	Número de requerimientos
				Plan estratégico	Cumplimiento plan estratégico	Nominal
				Tiempo de atención de clientes	Fecha de recepción de requerimiento - fechas de atención de pedido	Razón
				Productividad	Cantidad de Ordenes de Servicio / Cantidad de	Razón

or pr oc es os	Procesos, siendo definidos estos como una secuencia de actividades orientadas a generar un valor añadido sobre una entrada para conseguir un resultado, y una salida que a su vez satisfaga los requerimientos del cliente (Huamán, 2017) ocupándose del diseño, ejecución, seguimiento y mejora de los	n de los procesos interorganizacionales (ACM Digital Library, 2018) y el aprovechamiento de las tecnologías tanto para el beneficio de los procesos internos para que estos sean eficientes, como para tomar generar información que permita			Cotizaciones * 100) = % Eficiencia	
				Reclamos mensuales	Números de reclamos mensuales	Nominal
				Perfil estratégico	Existencia de perfil estratégico	Nominal
			(Problemática)	Causas	Número de Causas	Nominal
			a) Diagrama de Pareto	Consecuencias	Número de Consecuencias	Nominal
			(Procesos) Diagrama Sipoc	Mapa de procesos	Existencia de Mapa de procesos	Nominal
				Procesos de recursos humanos definidos.	Existencia de Procesos de recursos humanos definidos.	Nominal
				Procesos de gestión de información definidos.	Existencia de Procesos de gestión de información definidos.	Nominal
				Procesos de gestión operativa definidos.	Existencia de Procesos de gestión operativa definidos.	Nominal
			(Contexto) Matriz foda	Fortalezas	Número de Fortalezas	Nominal
				Oportunidades	Número de Oportunidades	Nominal
				Debilidades	Número de Debilidades	Nominal

	<p>procesos de negocio proporcionando abstracciones convenientes para el desarrollo rápido de aplicaciones orientadas a procesos (López-Pintado, García-Bañuelos, Dumas & Weber, 2018)</p>	<p>tomar mejores decisiones estratégicas que impacten en la competitividad de la empresa.</p>				
				Amenazas	Número de Amenazas	Nominal
V. D. S ati sf ac ci ó	<p>La satisfacción del cliente consiste en determinar en qué medida su gestión permite que los usuarios asuman una actitud de aceptación y</p>	<p>Es un factor determinante para la fidelización (Leninkumar, 2017) y la retención del cliente. (Ilias &</p>	Calidad	Percepción del servicio acorde con lo que ofrece	Nivel de percepción del servicio acorde con lo que ofrece	De intervalo
				Percepción respecto de la atractividad de los canales digitales	Nivel de percepción respecto de la atractividad de los canales digitales	De intervalo
				Percepción respecto de la eficiencia del servicio	Nivel de percepción respecto de la eficiencia del servicio	De intervalo

n complacencia
d (Villegas & Zúñiga,
el 2015) producto de
cli vivir una
e experiencia o
nt adquirir algo que ha
e llenado sus
expectativas o
deseos(Morocho,
2019), a través de
una investigación
sobre la calidad del
servicio, con el fin
de proporcionar
información
relevante sobre la
imagen corporativa
de las empresas
que integran el
sector del negocio
que se brinda el

Shamsudin,
2020)

	Percepción respecto de la personalización del servicio	Nivel de percepción respecto de la personalización del servicio	De intervalo
Precio	Percepción de precio justo	Nivel de percepción de precio justo	De intervalo
	Percepción de variación de precio	Nivel de percepción de variación de precio	De intervalo
	Percepción de relación calidad-precio	Nivel de percepción de relación calidad-precio	De intervalo
Seguridad	Percepción de seguridad en la calidad del servicio ofertado	Nivel de percepción de seguridad en la calidad del servicio ofertado	De intervalo
	Percepción de seguridad en las transacciones económicas	Nivel de percepción de seguridad en las transacciones económicas	De intervalo
	Percepción de seguridad en los procesos de devolución y/o reclamo	Nivel de percepción de seguridad en los procesos de devolución y/o reclamo	De intervalo
Reputación	Percepción de honestidad	Nivel de percepción de honestidad en los servicios ofrecidos	De intervalo

servicio (Villegas & Zúñiga, 2015)

	Percepción de confianza (orientada hacia la entrega oportuna del servicio)	Nivel de percepción de confianza en los servicios ofrecidos	De intervalo
	Percepción de fiabilidad (orientada hacia la calidad del servicio)	Nivel de percepción de fiabilidad de los servicios ofrecidos	De intervalo
Tiempo de respuesta	Percepción de contestación rápida a las consultas	Nivel de percepción de contestación rápida a las consultas	De intervalo
	Percepción de soluciones rápidas a las incidencias	Nivel de percepción de soluciones rápidas a las incidencias	De intervalo
	Percepción de rapidez y agilidad de los servicios por parte de los colaboradores	Nivel de percepción de rapidez y agilidad de los servicios por parte de los colaboradores	De intervalo
Amabilidad	Percepción de trato amable y con educación a los colaboradores	Nivel de percepción de trato amable y con educación a los colaboradores	De intervalo
	Percepción de trato amable y con educación a los clientes	Nivel de percepción de trato amable y con educación a los clientes	De intervalo

			Percepción de disposición a la ayuda	Nivel de percepción de disposición a la ayuda	De intervalo
		Comprensión de las necesidades	Percepción de conocimiento de los clientes	Nivel de percepción de conocimiento de los clientes	De intervalo
			Percepción de ofrecimiento de respuesta ante las necesidades de los clientes	Nivel de percepción de ofrecimiento de respuesta ante las necesidades de los clientes	De intervalo
			Percepción respecto a la comprensión de las preguntas e inquietudes de los clientes	Nivel de percepción respecto a la comprensión de las preguntas e inquietudes de los clientes	De intervalo

Elaboración propia.

ANEXO B: Cuadro vinculador de procesos con indicadores o dimensiones de satisfacción al cliente

Proceso	Dimensión o indicador de Satisfacción al cliente con que se vincula.
Procesos de Direccionamiento Estratégico	(Los clientes verifican la seriedad de la organización y se visualiza en <i>brochure</i> corporativo, página web y redes sociales.) Percepción respecto de la atractividad de los canales digitales Percepción del servicio acorde con lo que ofrece, Percepción de fiabilidad (orientada hacia la calidad del servicio) Percepción de confianza (orientada hacia la entrega oportuna del servicio)
Proceso de Dirección Administrativa	Percepción de honestidad, Percepción de confianza (orientada hacia la entrega oportuna del servicio), Percepción de fiabilidad (orientada hacia la calidad del servicio) Percepción de contestación rápida a las consultas, Percepción de soluciones rápidas a las incidencias, Percepción de rapidez y agilidad de los servicios por parte de los colaboradores
Proceso de Planificación Financiera	Con calidad y precio puesto que la planificación y evaluación de las finanzas permite establecer un precio justo que finalmente esto es lo que llega al cliente, un

	correcto establecimiento del mismo haría que la percepción de precio justo en concordancia la calidad mejor.
Proceso de Gestión Comercial	Calidad.
	Seguridad.
	Fiabilidad.
Procesos Operativos	Percepción del servicio acorde con lo que ofrece
	Percepción respecto de la eficiencia del servicio
	Percepción de rapidez y agilidad de los servicios por parte de los colaboradores
Proceso de Recepción de Equipos	Calidad
	Fiabilidad.
Proceso de Instalación de Equipos	Percepción del servicio acorde con lo que ofrece
	Percepción respecto de la eficiencia del servicio
	Percepción de confianza (orientada hacia la entrega oportuna del servicio)
	Percepción de fiabilidad (orientada hacia la calidad del servicio)
Proceso de Mantenimiento de Equipos	Percepción del servicio acorde con lo que ofrece
	Percepción respecto de la eficiencia del servicio
	Percepción de seguridad en la calidad del servicio ofertado
	Percepción de confianza (orientada hacia la entrega oportuna del servicio)
	Percepción de fiabilidad (orientada hacia la calidad del servicio)
Proceso de Ventas	Percepción de contestación rápida a las consultas

	Percepción de soluciones rápidas a las incidencias
	Percepción de rapidez y agilidad de los servicios por parte de los colaboradores
	Percepción de conocimiento de los clientes
Proceso Compras y Abastecimiento	Percepción de rapidez y agilidad de los servicios por parte de los colaboradores
Proceso de Almacén	Tiempo de respuesta.
	Calidad
Proceso de Administración de personal	Calidad
	Reputación
	Amabilidad
Proceso de Seguridad Industrial	Calidad
	Reputación
	Amabilidad
	Percepción de seguridad en la calidad del servicio ofertado

ANEXO C: INSTRUMENTOS

INSTRUMENTO 1: Ficha de Recolección de Datos

Ficha de Recolección de Datos		
Nº	Año	2022
Indicador	NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.	
1	NÚMERO DE REQUERIMIENTOS	
2	CUMPLIMIENTO DEL PLAN ESTRATÉGICO	
3	FECHAS DE RECEPCIÓN Y ATENCIÓN DE PEDIDOS	
4	CANTIDAD DE COTIZACIONES Y CANTIDAD DE ÓRDENES DE SERVICIO	
5	NÚMERO DE RECLAMOS MENSUALES	
6	EXISTENCIA DE PERFIL	

	ESRTATÈGIC O	
7	PROBLEMAS	
8	CAUSAS DE PROBLEMAS	
9	CONSECUEN CIAS DE PROBLEMAS	
10	MAPA DE PROCESOS	
11	PROCESOS DE RECURSOS HUMANOS	
12	PROCESOS DE GESTIÒN DE INFORMACIÒ N	
13	PROCESOS DE GESTIÒN OPERATIVOS	

14	PROVEEDORES Y CLIENTES	
15	Fortalezas	
16	Oportunidades	
17	Debilidades	
18	Amenazas	

INSTRUMENTO 2: Encuesta de Satisfacción al Cliente

ENCUESTA							
"Buenos días, se está realizando un Estudio de Satisfacción al cliente de la empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. para tomar decisiones importantes".							
PERFIL DEL(A) ENCUESTADO(A)							
1. Cargo que ocupa:(No aplica para cliente natural) 1 <input type="checkbox"/> Gerencia 2 <input type="checkbox"/> Administración 3 <input type="checkbox"/> Marketing 4 <input type="checkbox"/> Comercial 5 <input type="checkbox"/> Logística 6 <input type="checkbox"/> Otro:							
2. Género 1 <input type="checkbox"/> Masculino 2 <input type="checkbox"/> Femenino		3. Edad: 1 <input type="checkbox"/> 18-29 años 2 <input type="checkbox"/> 30 a 59 años 3 <input type="checkbox"/> 60 a más años					
SATISFACCIÓN AL CLIENTE							
4. Para usted, ¿En qué medida se siente conforme con respecto de cada enunciado? Donde 1 es muy desconforme y 5 es muy conforme.							
		Muy Inconforme	Inconforme	Ni conforme, ni Inconforme	Conforme	Muy conforme	No Sabe, No opina
CALIDAD							
4.1	La empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. brinda un servicio de calidad.	1	2	3	4	5	0
PRECIO							
4.2	Los servicios de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. tienen un precio justo.	1	2	3	4	5	0
SEGURIDAD							
4.3	Estamos seguros de la calidad de los servicios de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.	1	2	3	4	5	0
4.4	Estamos seguros en las transacciones económicas con NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.	1	2	3	4	5	0
4.5	Estamos seguros en los procesos de devolución y/o reclamo de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.	1	2	3	4	5	0
REPUTACIÓN							
4.6	La oferta de los servicios de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. guardan relación con los servicios recibidos demostrado honestidad.	1	2	3	4	5	0
4.7	Los servicios de la empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. nos generan confianza.	1	2	3	4	5	0
4.8	Hay fiabilidad en los servicios de la empresa NORT FRIGO CENTER E.I.R.L.	1	2	3	4	5	0
TIEMPO DE RESPUESTA							
4.9	NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. contesta de manera rápida nuestras consultas.	1	2	3	4	5	0
4.10	NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. soluciona con rapidez las incidencias.	1	2	3	4	5	0
AMABILIDAD							
4.11	NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. brinda un trato amable y con educación a sus colaboradores.	1	2	3	4	5	0
4.12	NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. brinda un trato amable y con educación a nosotros sus clientes.	1	2	3	4	5	0
COMPRENSIÓN DE LAS NECESIDADES							
4.13	NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. conoce nuestras necesidades.	1	2	3	4	5	0
4.14	NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. ofrece respuea a nuestras necesidades.	1	2	3	4	5	0
5. ¿Qué sugerencias o comentarios adicionales desea mencionar? Especifique. Pregunta Abierta. Detallar lo que el cliente menciona.							
¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!							
APELLIDOS Y NOMBRES DEL ENCUESTADOR				Número de encuesta			
COMENTARIOS DEL ENCUESTADOR							

ANEXO D: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Experto 1

1. PLANILLA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO N 01 :

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE (4)	BUENO (3)	REGULAR (2)	DEFICIENTE (1)
Presentación del instrumento	x			
Claridad en la redacción de los ítems	x			
Pertinencia de las variables con los indicadores	x			
Relevancia del contenido	x			
Factibilidad de la aplicación	x			

APRECIACION CUALITATIVA: Listo para aplicar. Resume los principales indicadores de la investigación.

OBSERVACIONES: Ninguna.

El instrumento diseñado mide la variable de manera(marcar):

SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
x		

2. IDENTIFICACION DEL EXPERTO

NOMBRE DEL EXPERTO: JOSÉ LUIS LUNA VICTORIA VITTERY

DNI: 18149178

PROFESIÓN o ESPECIALIDAD: INGENIERÍA INDUSTRIAL

LUGAR DE TRABAJO: Constructora e Inmobiliaria Luna Victoria EIRL

CARGO QUE DESEMPEÑA: GERENTE GENERAL

CIP: 69462

MÓVIL: 968352360

DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICA: jose.lunavistoria@hotmail.com

FECHA DE EVALUACIÓN: 10/07/2022



FIRMA DEL EXPERTO: _____

1. PLANILLA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO N 02 :

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE (4)	BUENO (3)	REGULAR (2)	DEFICIENTE (1)
Presentación del instrumento	x			
Claridad en la redacción de los ítems	x			
Pertinencia de las variables con los indicadores	x			
Relevancia del contenido	x			
Factibilidad de la aplicación	x			

APRECIACION CUALITATIVA: Listo para aplicar. Resume los principales indicadores de la investigación.

OBSERVACIONES: Ninguna.

El instrumento diseñado mide la variable de manera(marcar):

SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
x		

2. IDENTIFICACION DEL EXPERTO

NOMBRE DEL EXPERTO: JOSÈ LUIS LUNA VICTORIA VITTERY

DNI: 18149178

PROFESION o ESPECIALIDAD: INGENIERIA INDUSTRIAL

LUGAR DE TRABAJO: Constructora e Inmobiliaria Luna Victoria EIRL

CARGO QUE DESEMPEÑA: GERENTE GENERAL

CIP: 69462

MÓVIL: 968352360

DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICA: jose.lunavictoria@hotmail.com

FECHA DE EVALUACIÓN: 10/07/2022



FIRMA DEL EXPERTO: _____

1. PLANILLA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO N 01:

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE (4)	BUENO (3)	REGULAR (2)	DEFICIENTE (1)
Presentación del instrumento	x			
Claridad en la redacción de los ítems	x			
Pertinencia de las variables con los indicadores	x			
Relevancia del contenido	x			
Factibilidad de la aplicación	x			

APRECIACION CUALITATIVA: Se comprende con claridad el instrumento y contiene los principales indicadores

OBSERVACIONES: Ninguna.

El instrumento diseñado mide la variable de manera(marcar):

SUFICIENTE x	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
---------------------	----------------------------	--------------

2. IDENTIFICACION DEL EXPERTO

NOMBRE DEL EXPERTO: Abraham Alexander, Villanueva Bobadilla

DNI: 18120078

PROFESION o ESPECIALIDAD: Ingeniero Industrial

LUGAR DE TRABAJO: Independiente

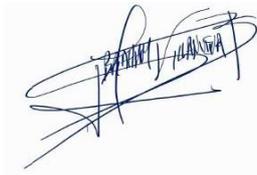
CARGO QUE DESEMPEÑA: Asesor Externo

CIP: 66073

MÓVIL: 975025554

DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICA: abrahamvillanuevab@hotmail.com

FECHA DE EVALUACIÓN: 08/07/2022



FIRMA DEL EXPERTO: _____

1. PLANILLA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO N 02:

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE (4)	BUENO (3)	REGULAR (2)	DEFICIENTE (1)
Presentación del instrumento	x			
Claridad en la redacción de los ítems	x			
Pertinencia de las variables con los indicadores	x			
Relevancia del contenido	x			
Factibilidad de la aplicación	x			

APRECIACION CUALITATIVA: Listo para aplicar. Resume los principales indicadores de la investigación.

OBSERVACIONES: Ninguna.

El instrumento diseñado mide la variable de manera(marcar):

SUFICIENTE x	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
-----------------	----------------------------	--------------

2. IDENTIFICACION DEL EXPERTO

2. IDENTIFICACION DEL EXPERTO

NOMBRE DEL EXPERTO: Abraham Alexander, Villanueva Bobadilla

DNI: 18120078

PROFESION o ESPECIALIDAD: Ingeniero Industrial

LUGAR DE TRABAJO: Independiente

CARGO QUE DESEMPEÑA: Asesor Externo

CIP: 66073

MÓVIL: 975025554

DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICA: abrahamvillanuevab@hotmail.com

FECHA DE EVALUACIÓN: 08/07/2022



FIRMA DEL EXPERTO: _____

Experto 3

1. PLANILLA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO N 02 :

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE (4)	BUENO (3)	REGULAR (2)	DEFICIENTE (1)
Presentación del instrumento	x			
Claridad en la redacción de los ítems	x			
Pertinencia de las variables con los indicadores	x			
Relevancia del contenido	x			
Factibilidad de la aplicación	x			

APRECIACION CUALITATIVA: Listo para aplicar. Ha utilizado todos los indicadores pertinentes de la investigación.

OBSERVACIONES: Ninguna.

El instrumento diseñado mide la variable de manera(marcar):

SUFICIENTE x	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
-----------------	-------------------------	--------------

2. IDENTIFICACION DEL EXPERTO

NOMBRE DEL EXPERTO: SEGUNDO ALBERTO LUNA VICTORIA VITTERY

DNI: 40686212

PROFESION o ESPECIALIDAD: INGENIERÍA INDUSTRIAL, INGENIERÍA CIVIL

LUGAR DE TRABAJO: YESENIA CONTRATISTAS EIRL

CARGO QUE DESEMPEÑA: GERENTE

CIP: 282462

MÓVIL: +51 949 557 226

DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICA: lunavv21@hotmailo.com

FECHA DE EVALUACIÓN: 10/07/2022

FIRMA DEL EXPERTO:





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, GONZALEZ VASQUEZ JOE ALEXIS, docente de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de INGENIERÍA INDUSTRIAL de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesor de Tesis titulada: "Gestión por procesos y su incidencia en la satisfacción del cliente de NORT FRIGO CENTER E.I.R.L. Trujillo, 2022.", cuyos autores son CARRASCO NUÑEZ JUICHI JUNIOR, ESCOBEDO LOYOLA JUNIOR ARMANDO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 16.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TRUJILLO, 08 de Diciembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
GONZALEZ VASQUEZ JOE ALEXIS DNI: 18021980 ORCID: 0000-0001-7816-0977	Firmado electrónicamente por: GONZALEZ el 19-12- 2022 16:24:19

Código documento Trilce: TRI - 0479884