



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Gestión de procesos de calidad y su relación con la satisfacción
al cliente de la empresa Inversiones Carlín S.A.C., Ayacucho
2023

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Administración

AUTORES:

Aponte Noa, Henry Alberto (orcid.org/0000-0003-0014-9430)
Gamonal Castillo, Jasson Jhon (orcid.org/0000-0002-5427-6833)

ASESORA:

Dra. Calanchez Urribarri, África del Valle (orcid.org/0000-0002-9246-9927)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**ATE VITARTE – PERÚ
2024**

DEDICATORIA

A Dios por guiar mis pasos, por las bendiciones y las oportunidades que me ha brindado en mi camino académico. A mi familia, por su apoyo y amor incondicional, que son el ejemplo de lucha y superación, por los buenos consejos y enseñarme las cosas buenas de la vida. Gracias por creer en mí y por ser mi fuente de inspiración.

AGRADECIMIENTO

A mi familia, por su amor y apoyo, por alentarme a seguir adelante. Mi eterno agradecimiento al personal que labora en la empresa Inversiones Carlín S.A.C., por su apoyo desinteresado, a todas las personas que participan en mi investigación, ya sean como sujetos de estudio o como colaboradores, donde su disposición y contribución han sido fundamentales para el éxito de este trabajo. A mi maestra del programa de titulación, quien nos brindó su conocimiento y compartió su experiencia con nosotros, por su integridad y capacidad profesional mostrada en el desarrollo del programa.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, CALANCHEZ URRIBARRI AFRICA DEL VALLE, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ATE, asesor de Tesis titulada: "Gestión de Procesos de Calidad y su Relación con la Satisfacción al Cliente de la Empresa Inversiones Carlin S.A.C., Ayacucho 2023.", cuyos autores son GAMONAL CASTILLO JASSON JHON, APONTE NOA HENRRY ALBERTO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18.00%, 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.

LIMA, 23 de Enero del 2024

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CALANCHEZ URRIBARRI AFRICA DEL VALLE CARNET EXT.: 005774548 ORCID: 0000-0002-9246-9927	Firmado electrónicamente por: DCALANCHEZBR el 30-01-2024 11:13:12

Código documento Trilce: TRI - 0735640





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Declaratoria de Originalidad de los Autores

Nosotros, APONTE NOA HENRRY ALBERTO, GAMONAL CASTILLO JASSON JHON estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ATE, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Gestión de Procesos de Calidad y su Relación con la Satisfacción al Cliente de la Empresa Inversiones Carlín S.A.C., Ayacucho 2023.", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
GAMONAL CASTILLO JASSON JHON DNI: 77338987 ORCID: 0000-0002-5427-6833	Firmado electrónicamente por: JAGAMONALCA el 31- 01-2024 09:26:08
APONTE NOA HENRRY ALBERTO DNI: 70049808 ORCID: 0000-0003-0014-9430	Firmado electrónicamente por: HEAPONTENO el 31- 01-2024 09:06:14

Código documento Trilce: INV - 1519038



ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL ASESOR.....	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DE AUTORES.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA.....	14
3.1. Tipo y diseño de la investigación	14
3.2. Variables y operacionalización:.....	14
3.3. Población, muestra y muestreo.....	16
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	17
3.5. Procedimientos:	18
3.6. Método de análisis: Se incluyó el inferencial y el descriptivo.	19
3.7. Aspectos éticos.....	19
4. RESULTADOS	21
5. DISCUSIÓN.....	36
6. CONCLUSIÓN.....	41
7. RECOMENDACIONES.....	43
REFERENCIAS.....	45
ANEXOS	27

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Calidad de Producto	21
Tabla 2: Planificación de la Calidad.....	22
Tabla 3: Calidad de Servicio.....	23
Tabla 4:Control de Calidad	24
Tabla 5: Gestión de Procesos de Calidad	25
Tabla 6: Rendimiento Percibido	26
Tabla 7:Expectativa	27
Tabla 8: Satisfacción.....	28
Tabla 9: Complacencia.....	29
Tabla 10: Nivel de Satisfacción	30
Tabla 11: Rendimiento Percibido	31
Tabla 12: Satisfacción.....	32
Tabla 13: Expectativa	33
Tabla 14: Complacencia.....	34
Tabla 15:Satisfacción al Cliente.....	35

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Calidad de Producto	21
Figura 2: Planificación de Calidad	22
Figura 3: Calidad de Servicio	23
Figura 4: Control de Calidad	24
Figura 5: Gestión de Procesos de Calidad.....	25
Figura 6: Rendimiento Percibido	26
Figura 7: Expectativa	27
Figura 8: Satisfacción	28
Figura 9: Complacencia	29
Figura 10: Nivel de Satisfacción	30

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar la relación entre la gestión de procesos de calidad y la satisfacción del cliente en la empresa inversiones Carlin S.A.C., Ayacucho 2023. Siendo una investigación aplicada de enfoque cuantitativo, diseño no experimental transversal, nivel descriptivo correlacional. Se trabajó con una muestra de 40 clientes fijos de la empresa. Utilizado la técnica encuesta, y el cuestionario como instrumento con 30 preguntas entre, gestión de procesos de calidad y satisfacción al cliente, validadas y aplicadas con una confiabilidad de 0,824 y 0,870 siendo aceptable. Se utilizó la estadística inferencial no paramétrica Rho Spearman, para entender las relaciones de las variables y dimensiones aplicados en el SPSS. Los resultados, el 52,5% de los clientes de la empresa, tienen un “Nivel Alto” con respecto a la gestión de procesos de calidad, además el 47,5% consideran que tiene un “Nivel Alto” con respecto a la Satisfacción del Cliente. En conclusión, existe una relación significativa entre la gestión de procesos de calidad y satisfacción al cliente, esto lo confirma el valor de coeficiente de correlación lineal de Spearman $r = 0,526$ lo que indica que existe una relación positiva considerable entre las variables de estudio.

Palabras clave: Gestión, Procesos de calidad, Satisfacción del Cliente

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine the relationship between quality process management and customer satisfaction in the company Inversiones Carlin S.A.C., Ayacucho 2023. It is applied research with a quantitative approach, non-experimental transversal design, descriptive correlational level. We worked with a sample of 40 regular customers of the company. The survey technique was used, and the questionnaire as an instrument with 30 questions between, quality process management and customer satisfaction, validated and applied with a reliability of 0.824 and 0.870 being acceptable. The non-parametric inferential statistic Rho Spearman was used to understand the relationships of the variables and dimensions applied in SPSS. The results show that 52.5% of the company's customers have a "High Level" with respect to the management of quality processes, and 47.5% consider that they have a "High Level" with respect to Customer Satisfaction. In conclusion, there is a significant relationship between quality process management and customer satisfaction, this is confirmed by the value of Spearman's linear correlation coefficient $r = 0.526$, which indicates that there is a considerable positive relationship between the variables under study.

Keywords: Management, Quality Processes, Customer Satisfaction

I. INTRODUCCIÓN

Estos últimos años la Gestión de procesos de calidad está teniendo una gran repercusión en las empresas y negocios en la búsqueda por adquirir un producto apropiado el cual genere un valor agregado con base en las necesidades de los clientes, quienes con el pasar de los tiempo son cada vez más rigurosos a la hora de satisfacerse, es así que toda empresa tiene la urgencia de cimentar un modelo de negocio donde la satisfacción de los que adquieren los productos ofertados y sus servicios debe ser prioritario para así cubrir sus expectativas.

En una investigación de a nivel internacional, Mendoza (Mendoza, 2018), en México, argumentó que la empresa Refaccionaria Master motor realiza el cumplimiento de los sistemas de estándares de calidad, ya que cumple con algunas normas de calidad como es el ISO 9001. Es así como estas acciones se ven afectadas para el normal funcionamiento de la organización, teniendo en cuenta los requisitos que tiene la organización.

En cuanto al cliente, no se vuelve primordial el comunicar sobre su satisfacción a sus necesidades. Cuando se intenta satisfacer y cubrir las necesidades que tiene un cliente, se logra notar que las compras realizadas no presentan salidas inmediatas, provocando así que se mantengan en el stock de inventario. Así pues, no se evidencia sobre un informe presentado a los clientes cuando sus productos o bienes llegan a sufrir daños, o en el peor de los casos, la pérdida de estos productos.

Por otro lado, en Ecuador, Noboa (2021), identificó los factores que incurren negativamente a la gestión de calidad, haciendo una examinación detallada de la empresa determinó que la comunicación laboral entre los colaboradores es casi nula, siendo este el factor primordial que afecta la gestión de calidad, donde muchos de los colaboradores desconocen del Plan Sistemático que cuenta la empresa, en este mismo contexto estos ignoran la misión que tiene y sobre la visión de la misma, así esto genera en una gran cantidad de clientes la inseguridad mostrándose desconfiados de al adquirir los productos porque no cuentan con garantías.

Además, en España, Montolio (2018), logró identificar que el proceso de gestión de calidad se ve afectado por un gran número de factores, una de ellas se presenta en las fluctuaciones de las características de materiales empleados, como también las variaciones climáticas las cuales retrasan el normal abastecimiento de la materia prima a las empresas. Como consecuencia del proyecto presentado se llega a la conclusión de que aun teniendo en cuenta el esfuerzo por trabajar bajo un esquema de procesos de calidad, se perciben puntos débiles como; costos elevados y pequeños errores internos dentro de los procesos. Esto conlleva a la insatisfacción de los clientes, los mismos quienes perciben esto como una mala experiencia lo cual conlleva a que se pierda la fidelidad del mismo. Para resolver y mejorar los inconvenientes se propone el empleo de técnicas estadísticas para el avance del control de los procesos de calidad.

Así mismo, nivel nacional en la investigación de Alvarado, (2021) se logra ver la deficiencia en el uso de herramientas de los procesos de calidad, generando de esta manera la impuntualidad en las entregas de los productos requeridos por los clientes, lo cual ocasiona una insatisfacción, haciendo que los empleados involucrados directamente en este resultado, se vean obligados a tomar en cuenta estas experiencias para que un próximo futuro no se repitan, teniendo en cuenta una nueva verificación de los procesos de calidad con la empresa, incluyendo a los proveedores y los clientes.

De la misma forma, en la investigación de Dolores (2023) se presenta como problema en la empresa el progreso S.R.L. no cumple con los estándares de calidad que un usuario espera, como la mala ubicación de la empresa, así mismo no cuentan con gran variedad de productos donde los precios son demasiado elevados respecto a los competidores. Esto se ve reflejado a que no tiene un control de calidad a la hora de abastecerse con materia prima, a esto se agrega la mala gestión de personal. Esto lleva a la disconformidad de los clientes por no tener una buena gestión de procesos de calidad para abastecimiento y para la producción de los productos que ofrecen, lo cual definitivamente llevará a la quiebra de la empresa si no realiza una planificación y gestión de proveedores y diseño de producto.

Al mismo tiempo Ferrero (2019), menciona que para alcanzar una satisfacción ideal del cliente, la encargada de abarcar todos estos factores que se comprometen para lograr la calidad que el cliente desea, es la gerencia de la empresa, no fijándose solo en la interacción que tiene el cliente con la empresa, sino que también tener en cuenta la percepción que estos tienen no solo en el producto o la marca sino también con diferentes factores como el local, su infraestructura, su implementación ante casos de emergencias, el mantenimiento que tiene el inmueble y si se cumplen o no las cláusulas de contrato. Igualmente, se menciona que Recursos Humanos y de la mano de la Gerencia son las encargadas de mantener a sus colaboradores en capacitación continua para que así se garantice una adecuada atención al cliente.

Del mismo modo en el ámbito local Huarancca (2017) en su investigación menciona que se evidencia que la calidad de los productos ofertados dentro del mercado son regulares además que brindan un buen servicio de calidad, buscando la comodidad del cliente para asegurar la satisfacción del mismo, concluyendo que la recaudación es regular debido diversos aspectos importantes deficientes dentro de las empresas del rubro de abarrotes en el mercado mayorista Nery Garcia Zarate para que de ese modo el público consumidor quede satisfecho.

De igual forma Michael Quispe (2023) en su investigación menciona que casi siempre tiene un adecuado control interno dentro del rubro de ferreterías además menciona que se desarrollan de manera periódica evaluaciones que buscan identificar posibles riesgos que podrían perjudicar a la empresa, todo ello con una adecuada información sobre las funciones que cumple cada personal dentro de la empresa, informando adecuadamente a los clientes sobre los productos adquiridos todo esto producto de una adecuada gestión de calidad los cuales van a permitir el desarrollo y al aporte del crecimiento positivo de la empresa.

En la empresa INVERSIONES CARLIN S.A.C. se puede visualizar que en la Gestión de Calidad no cuentan con algún modelos de gestión tales como la gestión por procesos y la gestión de calidad total, observándose que esta empresa tiene fallas en la línea de producción dando así como resultado

productos defectuosos, también no logra cumplir con el requerimiento de los clientes, pedidos incompletos, demoras en la entrega como también con la atención a los clientes, la empresa no realiza capacitaciones hacia sus trabajadores, lo cual origina un problema en la calidad de los productos, por qué no se dan especializaciones en las diferentes actividades dentro del proceso de producción, siendo así la causal principal para la rotación constante del personal, una deficiencia para la producción, como en el empaquetamiento y despacho de los productos, por consiguiente el cliente se ve insatisfecho con el producto entregado.

Se plantea el problema general: ¿Cómo se relaciona la gestión de procesos de calidad con la satisfacción al cliente en la empresa Inversiones Carlín S.A.C. Ayacucho, 2023?: 1) ¿Cuál es el nivel de los procesos de calidad de la empresa Inversiones Carlín S.A.C. Ayacucho, 2023? 2) ¿Cuál es el nivel de Satisfacción al cliente de la empresa Inversiones Carlín S.A.C. Ayacucho, 2023? 3) ¿Cuál es la relación entre la gestión de procesos de calidad y las dimensiones de la variable Satisfacción a los clientes de la empresa Inversiones Carlín S.A.C. Ayacucho, 2023? 4) ¿Cuál es el grado de relación entre la gestión de procesos de calidad y satisfacción al cliente de la empresa Inversiones Carlín S.A.C. Ayacucho, 2023?

Por lo tanto, los aspectos por el cual se justifica este estudio son: de acuerdo con su conveniencia, porque el estudio nos permite reconocer los instrumentos fundamentales que son empleadas por la empresa, ya que va a permitir llevar a cabo un adecuado plan, ejecución y control de las actividades, por otra parte, nos permite ver en qué procesos está fallando de esa forma mejorar y de esa manera mantener la satisfacción al cliente.

Además, la justificación teórica busca describir los distintos conceptos y definiciones que tiene el proceso de la gestión de calidad para que de esta manera se pueda conocer e interpretar sus distintas características, descubriendo explicaciones a circunstancias tanto internas como externas que influyen a la empresa en estudio, esto nos permite como investigadores contrastar diferentes definiciones en una realidad dada. Así mismo, se justificó de forma social porque el trabajo de investigación brindará información a las

organizaciones del mismo rubro, tanto en venta de productos y en servicios, para esto se realizará una aplicación adecuada para así generar una conexión del cliente con la empresa donde ambos sean beneficiados satisfactoriamente.

De igual manera, se justifica de manera práctica, ya que se aplicará la adecuada gestión, no solo en mejorar la satisfacción y en la calidad de procesos de los consumidores, sino también donde esta favorezca a la marca, logrando su consolidación dentro del mercado competitivo, donde las organizaciones buscan ser más competitivas por ello la aplicación de los procesos de calidad para mejora en las estrategias y una significativa mejoría en la satisfacción de los clientes.

Como objetivo general se plantea: Determinar la relación entre gestión de procesos de calidad y la satisfacción del cliente de la empresa inversiones Carlín S.A.C. Ayacucho, 2023. 1) Describir el nivel de gestión de procesos de calidad de la empresa inversiones Carlín S.A.C. Ayacucho, 2023. 2) Describir el nivel de satisfacción del cliente en la empresa inversiones Carlín S.A.C. Ayacucho, 2023. 3) Establecer la relación entre la gestión de proceso de calidad y las dimensiones de la satisfacción del cliente en la empresa inversiones Carlín S.A.C. Ayacucho, 2023.

Como hipótesis General se plantea: 1) La gestión de procesos de calidad se relaciona significativamente con la satisfacción al cliente, en la empresa Inversiones Carlín S.A.C. 2) La gestión de procesos de calidad no se relaciona significativamente con la satisfacción al cliente, en la empresa Inversiones Carlín S.A.C.

Como hipótesis Específicas: 1) La gestión de procesos de calidad se relaciona significativamente con la dimensión rendimiento percibido, en la empresa Inversiones Carlín S.A.C. 2) La gestión de Procesos de calidad se relaciona significativamente con la dimensión Satisfacción, en la empresa Inversiones Carlin S.A.C. 3) La gestión de procesos de calidad no se relaciona significativamente con la dimensión Expectativa, en la empresa Inversiones Carlin S.A.C. 4) La gestión de procesos de calidad no se relaciona

significativamente con la dimensión Complacencia, en la empresa Inversiones Carlín S.A.C.

II. MARCO TEÓRICO

Una vez realizado el análisis de las diferentes investigaciones y trabajos realizados de distintos autores, se presentan antecedentes tanto Nacionales e internacionales.

En cuanto a los antecedentes nacionales, López & Arenas (2020) en su ensayo científico cuyo objetivo general era establecer de qué manera la gestión de la calidad de servicio del sector público incide en la satisfacción de los usuarios de los centros de asistencia legal gratuita de Lima, teniendo un enfoque mixto de diseño no experimental, con una muestra 298 entrevistados, encontrando en el resultado, que el 63.8% de la población total, nunca lograron visualizar el libro de reclamaciones porque esta no se encontraba de manera visible y no se podía acceder a ella fácilmente, concluyendo que en el sector público la calidad de servicio se asocia a la satisfacción de los clientes en el ámbito de estudio, así el 28.2 % de estos, aseguran que el servicio brindado en gestión de calidad es entre mala y regular, y el 19.8% se sienten insatisfechos e indiferentes en cuanto a la satisfacción.

Wellintong (2019) en su trabajo de investigación cuyo objetivo general era determinar cómo la gestión de calidad influye en la satisfacción de los usuarios en las Direcciones Distritales de Educación de la provincia de Los Ríos en el periodo 2014-2016, la investigación fue de tipo básica de diseño no experimental, con una muestra de 294 participantes, donde en el resultado se considera que la gestión de calidad para el sector educativo es muy importante e indispensable para poder comprobar sobre el proceso administrativo y académico, fomentando en la comuna del sector educativo una cultura de calidad, sean así como docentes, estudiantes, administrativos y demás autoridades, concluyendo que la satisfacción de los usuarios se ve influenciada por la gestión de calidad dentro de las direcciones distritales de educación de la provincia de Los Ríos.

Del mismo modo Aragón & Sánchez (2022) donde el objetivo era determinar la relación que existía entre la gestión de calidad y la satisfacción al cliente dentro de la empresa Deco Clean Express SAC Lima, la investigación fue de tipo Aplicada de diseño no experimental transversal y nivel descriptivo correlacional con una muestra de 73 clientes, donde se obtuvo como resultado que el 55.5 % afirman que “casi nunca” se emplea la gestión de calidad, mientras que, el 46.6 % dan como respuesta “a veces” se aplica la gestión mientras que el otro 47.9 % dan como respuesta “siempre”. Concluyendo que, la variable gestión de calidad está relacionada significativamente con la satisfacción del cliente, aceptando así la hipótesis de trabajo y rechazando la nula que fueron planteados en la investigación.

Rengifo (2022) en su trabajo de investigación, donde se tuvo como objetivo general determinar cuál era la relación que existe entre el sistema de gestión de calidad y satisfacción del cliente en empresas constructoras del distrito de Tarapoto. Donde la investigación fue de tipo básica y de diseño no experimental de tipo descriptivo correlacional, con una muestra de 35 clientes. Obteniendo como resultados que un 37 % dieron como “satisfacción de nivel medio” al servicio brindado y el 63 % dan como satisfacción alta al servicio prestado, esto teniendo en cuenta al cliente como principal factor porque estos consideran que la empresa tiene una alta satisfacción, generando así la lealtad de los mismos para de ese modo se pueda lograr la sostenibilidad de la empresa, concluyendo que el Sistema de gestión de calidad está relacionada con la satisfacción del cliente en un 91.39%, teniendo como coeficiente de 0.876 presentando una correlación positiva alta entre ambas variables.

Díaz y Sánchez (2022) en su trabajo de investigación, donde el objetivo general era determinar la relación que existe entre la gestión de calidad y la satisfacción del cliente de la galería Kendall en Piura 2022, con un enfoque cuantitativo de tipo aplicada, diseño no experimental de corte trasversal, con una muestra de 40 clientes, donde se obtuvieron como resultado que existe una correlación positiva importante de nivel 0.708 de correlación, lo cual significa que el nivel de satisfacción del cliente se ve influenciada considerablemente por la gestión de calidad, así mismo la significancia es 0.000, siendo menor al

$p < 0.05$, dando a entender que se rechaza la hipótesis nula, concluyendo que entre ambas variables se presenta una correlación positiva considerable aceptando la correlación entre ambas variables que son temas de la investigación.

Álvarez (2020) en su tesis, planteó como objetivo general Elaborar una propuesta de mejora de gestión de producción para aumentar la productividad en la empresa procesadora de agua San Felix. El enfoque utilizado fue cuantitativo diseño no experimental transversal descriptivo y la muestra fue de 20 trabajadores, se obtuvo como resultados que el 35% de los encuestados manifiesta que la maquinaria para la elaboración de productos es pésima, el otro 35% manifiesta que se encuentra en un estado regular y por último el 30% manifiesta que se encuentra en buen estado. De tales resultados se concluyó que se implementó estrategias de gestión de producción y calidad con el fin de competir a nivel local y nacional.

Cevallos & García, (2023) en su trabajo de investigación, planteó como objetivo medir la incidencia de la gestión por procesos en la satisfacción de los clientes, tomando como metodología un enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, donde los directivos conformaban su muestra, obteniendo como resultado que un 63.9% consideran como muy buena la gestión operativa de la empresa, mientras que el 36% dan respuestas diferentes a esta, lo que implica que la empresa aún no ha llegado a proporcionar el total de su capacidad en la gestión. Del mismo modo se puede observar para la variable satisfacción un 41.3% consideran que la empresa cumple con las expectativas que ofrece, mientras que el otro 58.7% dan como respuestas distintas, asumiendo que la empresa debe dar mayor importancia a los elementos evaluados en esta investigación para así poder aumentar la satisfacción de sus clientes. De ese modo concluye que la gestión de procesos operacionales incide en la satisfacción de los clientes en un 72% de importancia para los temas que se involucraron en el estudio, control de calidad y calidad de diversos productos.

En su trabajo de investigación, Tania Lisbeth et al; (2022) donde tenía como objetivo general analizar la calidad en el servicio y la satisfacción al cliente en Ecuador. la investigación utilizó el enfoque cuantitativo de diseño documental de fuentes bibliográficas. Obteniendo como resultados una conceptualización de la calidad del servicio, teniendo en cuenta el criterio de distintos autores quienes serán incluidos en un proceso, como también de la estrategia y la necesidad. La calidad tiene por fin lograr la satisfacción que presenta un usuario de la empresa. Concluyendo en que la actualidad la calidad en el servicio se ha transformado en una herramienta necesaria que toda empresa del mismo rubro, y teniendo en cuenta las necesidades que presentan, se encamina a alcanzar sus diferentes propósitos para satisfacer las peticiones de los consumidores, jugando un rol importante haciendo que dentro del mercado de negocios la empresa se llegue a mantener.

En el trabajo de Gilberto et al.(2021) tenía por objetivo general identificar la relación entre la variable calidad en el servicio y las variables satisfacción del cliente y lealtad del cliente. Utilizando el enfoque cualitativo de método inductivo, con una muestra de 13 estudios, dando así los resultados identificando las condiciones en las que las PYMES comercializadoras realizan sus labores en relación con la gestión de la calidad del servicio al cliente, donde se pone en evidencia a las empresas que no utilizan algún tipo de sistema en gestión de calidad e ignoran su eficacia y objetivos. Concluye que estas PYMES son un pilar importante para el crecimiento económico y que deben apuntar hacia mejorar sus factores tanto internos como externos, así como también las prácticas de la empresa tomando modelos de evaluación para el consumidor como es el SERVQUAL que mide la calidad de servicio.

Con lo mencionado se presentan las teorías y conceptos relacionados con la variable Gestión de Procesos de Calidad:

Revisando la primera variable Gestión de procesos de Calidad, según el autor Deming (1986) en su teoría “Ciclo PHVA” indica que los procesos de calidad provocan una reacción en cadena, el cual consiste en procesos por el cual conseguir la calidad total, en el cual influyen distintos factores críticos “clientes, personal, Inversionistas, proveedores, y la comunidad”. Plantea como

metodología ser constantes con el fin de que el producto y servicio mejore, teniendo como único objetivo de seguir y perdurar en el negocio y de ese modo poder generar oportunidades de trabajo.

Por otro lado, Juran (1988) en su teoría “Trilogía de Juran” plantea que en cualquier etapa de un proceso de calidad se considera a la salida del producto donde a su vez se convierte en el insumo para la etapa siguiente, por otro lado, menciona que para alcanzar la calidad hay que enfocarse en 3 principios básicos; “planificación de calidad, control de calidad y mejora de calidad” este proceso requiere identificar concretamente cuáles son las necesidades más importantes creando un equipo responsable para los diferentes proyectos con el fin de reconocer los éxitos alcanzados.

De acuerdo con Pérez & Pérez (2019) en su teoría “Procesos horizontales” define que un proceso viene a ser un concepto básico y simple, resultando ser una agrupación de actividades necesarias para así alcanzar determinados y precisos resultados. También menciona que, en otras oportunidades, son agrupaciones de acciones realizadas por unión de máquinas y seres humanos, por ese motivo son estos quienes van a determinar en mayor proporción las acciones que realizan las máquinas y deciden en qué momento se deja de ejecutar.

En cuanto a la primera dimensión Calidad, Pablo (2019) indica que los productos y servicios al ser diseñados se les atribuye ciertas características para que sea beneficioso y así garantice que se satisfagan las necesidades del cliente. Estas características en su mayoría tienden a ser de tipo técnico, ya que se busca que sean exacto, así como el color, medidas y funciones que cumplen en caso sea un producto mecánico. Asimismo, Enrique (2019) menciona que es la capacidad que cuenta un producto para lograr desempeñar sus funciones por la cual fue fabricado, también se refiere a las propiedades que tiene el producto como el servicio.

Para la segunda dimensión Planificación de la calidad, Pablo (2019) menciona que la planificación es cumplir con las especificaciones que han sido diseñadas y planificadas para un producto en particular, dicho de otro modo, la

elaboración y el diseño de un producto se ajusta a estándares que han sido establecidos previamente. Asimismo, Isabel et al (2022) menciona que la planificación de la calidad es una perspectiva minuciosa y colaborativa para poder fabricar nuevos productos y servicios, el cual tiene como objetivo primordial la integración de todos los equipos que participaron en la creación del producto con el fin de asumir un compromiso en su desarrollo.

En cuanto a la tercera dimensión, Calidad de servicio, Pablo (2019) considera que la calidad de un servicio se da con la celeridad y facilidad que tiene la empresa en responder respecto a su competencia a situaciones adversas como un producto dañado y la amabilidad del personal al momento de brindar el servicio a los usuarios cuyo fin es conocer de forma clara las necesidades cambiantes, resolver y aclarar sus dudas de los mismos. Asimismo, Piattini (2019) manifiesta que la calidad de servicio se caracteriza por su dificultad de ser evaluada por parte cliente, ya que el conocimiento de calidad de servicio es el efecto de una comparación de las expectativas del usuario con respecto al desempeño real del servicio recibido.

En cuanto a la cuarta dimensión control de calidad, se tiene a Pablo (2019) define al control de calidad como el seguimiento que se debe realizar a los procesos, haciendo uso de programas, herramientas o técnicas, teniendo como punto de objetivo el de lograr mejorar la calidad del producto o servicio. Se consideran 4 funciones primordiales; pruebas las cuales son controles que se ejecutan al inicio, al intermedio y al final; el monitoreo se da al ejecutar pruebas de manera regular; la auditoría y reportes (hacer reportes de cada acción ejecutada).

En seguida se presentan las teorías y conceptos relacionados con la variable Satisfacción al Cliente:

Para la segunda variable Satisfacción al cliente, Noriaki (1980), en su teoría de “El Modelo Kano” la define como el resultado de la funcionalidad de un producto o servicios. Esta se centra en la evaluación de los atributos que tiene un producto o bien para así tener una visión en general de que aspectos es necesario mejorar para garantizar la satisfacción al cliente. Considera como

el elemento esencial en los que una entidad u organización centra su foco, este modelo se presentó para identificar los atributos del producto que más valoran los clientes y cumpliendo así sus expectativas.

En cuanto a Herzberg (2019) en su Teoría de Motivación e Higiene, establece que la fuente primordial de la satisfacción es trabajar, siendo así la actividad más importante de un ser, concluyendo que la satisfacción e insatisfacción laboral son el resultado de: los factores intrínsecos, los que se enlazan con el contenido del trabajo, mientras que los factores extrínsecos tienen que ver con el contexto laboral como la relación que hay con los trabajadores superiores de una entidad.

Para Hirshman (1970) en la teoría “exit-voice” plantea que un cliente insatisfecho con un producto o servicio de una organización tiene dos tipos de respuestas: la primera, dejar de comprar los productos de esa empresa, y la segunda, hacer sentir su insatisfacción mediante reclamaciones buscando una recompensa de la empresa. Así mismo, argumenta que cuando incrementa la satisfacción disminuyen las quejas y así se produce un incremento de la fidelidad del cliente.

Del mismo modo, para Locke (1969) en su Teoría de la Discrepancia, establece que la satisfacción es la consecuencia de la conexión que se da al unir los valores con las necesidades individuales, y aquellos que van a poderse alcanzar mediante el desempeño laboral. Esta teoría también afirma que la satisfacción se establece por la diferencia del resultado actual que una persona recibe y otro nivel de resultado.

Así mismo se consideró como autor base a Sergio (2020) quien define a esta variable como la medida que dan los consumidores referentes al servicio prestado por una empresa y no solo en servicio sino también en producto, y de este modo tomar las calificaciones obtenidas como referentes para poder mejorar el servicio ofrecido y conocer a detalle los que necesitan. Para este autor, las dimensiones que posee la variable de satisfacción son:

Como primera dimensión, rendimiento Percibido es el punto de vista que tiene un cliente en referencia al desempeño que tuvo un bien o servicio luego de

haber sido consumido, siendo así que es el mismo cliente quien empieza y finaliza con el rendimiento percibido.

Para Millones (2010) se refiere a que es el desempeño que tiene un producto o servicio a la hora de ser adquirida por un cliente basándose en su percepción y que no fuera necesariamente en la realidad, donde su enfoque y su estado de ánimo lo van a determinar.

Como segunda dimensión, Expectativa: se refiere a todo aquello que desea un cliente encontrar en un producto o servicio, donde estos relacionan experiencias pasadas antes de poder adquirir un bien o servicio, convirtiéndose así en una dimensión clave para poder realizar la plena satisfacción del cliente.

Para Rodríguez (2022) en su artículo, menciona que las expectativas son todas las acciones, respuestas, servicios y estándares de calidad que un cliente acostumbra a recibir de parte de una empresa, por lo general relacionándolas con experiencias vividas anteriormente en diferentes empresas tomando en cuenta la forma de trabajo, el tipo de servicio brindado, los productos y la calidad del producto.

En la tercera dimensión que es Satisfacción se la define como la medición a la respuesta que tienen los clientes respecto a un bien consumido, la relación que tienen con la marca, empresa o servicio, esta medición da calificaciones que después van a servir como referentes para que la empresa de ser necesario mejore el servicio que brinda y de este modo conocer lo que los clientes van a necesitar.

Como cuarta dimensión, se toma la Complacencia el cual es el resultado de una situación que el cliente experimenta al hacer o realizar algo, y este se encuentra en un estado emocional placentero.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de la investigación

3.1.1. Tipo de investigación: Tipo aplicada.

Según Baena (2017) este tipo de investigación también se denomina práctica o empírica y se caracteriza por buscar, aplicar y utilizar los conocimientos obtenidos puesto que este tipo de investigación requiere de un marco teórico donde el objetivo principal es resolver las condiciones en la vida cotidiana, es por ello que es claro que el énfasis está en analizar e investigar estos problemas para encontrar soluciones.

3.1.2. Diseño de investigación:

- **Diseño no experimental:** Porque las propiedades de las variables de estudio estarán excluidas de manipulación alguna. Para Sampieri (2014) son estudios en los que las variables independientes no se cambian intencionalmente así la investigación no experimental observa y analiza fenómenos que ocurren en escenarios naturales.
- **Transversal:** Las variables se miden una sola vez. Según Fernández (2016) al ser transversal, se puede adquirir variables de estudio simultáneamente, y la unidad de análisis se convierte en una variable de encuesta para ayudar a determinar la prevalencia de estas, y se puede analizar y establecer rápidamente asociaciones entre variables.
- **Descriptivo correlacional:** Según Sampieri (2014) tiene como objetivo identificar características, es decir está destinado únicamente a medir y recopilar información sobre conceptos y variables relacionadas, de forma individual o colectiva.

3.2. Variables y operacionalización:

Para estas tenemos como variable independiente “La Gestión de Procesos de Calidad con un enfoque cuantitativo y como variable dependiente tenemos “La Satisfacción al cliente” con un enfoque cuantitativo, las cuales se presentan a continuación. (Anexo 1)

3.2.1. Variable 1: Gestión de Procesos de calidad

- **Definición conceptual:** Un proceso de control de calidad incluye un conjunto de actividades realizadas durante la creación o producción de un producto para establecer, garantizar y mantener el nivel de calidad requerido (Oviedo, 2021).
- **Definición operacional:** La variable se empleó la medición ordinal tipo Likert la cual no permitirá medir las actitudes y conocer el grado de conformidad de los encuestados, teniendo en cuenta cinco alternativas valoradas en una escala del 1 al 5 (1 = nunca, 2 = casi nunca, 3 = a veces, 4 = casi siempre y 5 = siempre) donde se miden las siguientes dimensiones: Calidad de producto, Planificación de la calidad, Calidad de servicio y Control de calidad
- **Indicadores:** Cuenta con capacitación, El producto es de calidad, Existe un manual de calidad, Estándares de calidad, Se realiza el diseño de producto, Se especifica los procesos operativos necesarios, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Elementos tangibles, Seguimiento documentario, Se cumple los requisitos de calidad.
- **Escala de medición:** Ordinal

3.2.2. Variable 2: Satisfacción al cliente

- **Definición conceptual:** Es una medida de la respuesta de un consumidor al producto o servicio de una marca en particular. Las calificaciones nos ayudan a mejorar los servicios que brindamos y a saber más sobre lo que se requiere (Sergio, 2020).
- **Definición operacional:** Se aplicó la medición ordinal de tipo Likert la cual no permitirá medir las actitudes y conocer el grado de conformidad de los encuestados, teniendo en cuenta cinco alternativas valoradas en una escala del 1 al 5; (1 = nunca, 2 = casi nunca, 3 = a veces, 4 = casi siempre y 5 = siempre) donde se miden las siguientes dimensiones: Rendimiento percibido, Expectativa, Satisfacción y Complacencia
- **Indicadores:** Resultados adquiridos, Atención, Servicio, Beneficios, Experiencia, Opinión, Variación de la venta, Compromiso, Identificación, Lealtad, calidad, Índice de satisfacción.

- **Escala de medición:** Es Ordinal.

3.3. Población, muestra y muestreo

3.3.1. Población: También llamada universo, donde se presenta como la agrupación de elementos o datos cuyas propiedades son comunes entre sí y de interés potencial para la investigación. El número de personas que componen este grupo está determinado por el censo, una técnica estadística utilizada principalmente en demografía, conformando así un total de 40 clientes de la empresa de bienes de melamina inversiones Carlin S.A.C Ayacucho.

- **Criterios de inclusión:** Para esta investigación se eligió clientes ya fidelizados que tienen mayor concurrencia de manera presencial en la empresa como también se tomó en cuenta las municipalidades con quienes tienen contratos, donde su participación fue de forma voluntaria.
- **Criterios de exclusión:** Se excluye a los clientes que no realizaron compra alguna en la empresa Inversiones Carlin S.A.C, como también a quienes no realizan sus compras bajo un contrato establecido y quienes no desean ser partícipes.

3.3.2. Muestra: Para Sucasaire (2022) la define como el reflejo de la población el cual es representativa y poseer características similares a la misma. Esta condición asegura que las estimaciones que se obtienen de la muestra sean significativas también para la población, resultando así que una muestra no represente adecuadamente a la población, ya que al momento de análisis de los resultados solo le corresponderán a la muestra mas no a la población.

Para la muestra se tomará un conjunto de clientes ya fidelizados dado que la cantidad de población de estudio es reducida, por lo que se tomará el total de la población censal para el presente estudio, que son alrededor de 40 clientes.

3.3.3. Muestreo: Según Moran (2010) este muestreo no probabilístico se da cuando no tenemos acceso a la lista completa de individuos que comprende la población.

En nuestro estudio, se prefirió un conjunto de usuarios considerando los rasgos identificados a través de un muestreo no probabilístico por conveniencia.

Para Pedro (2017) el muestreo por conveniencia es la selección de casos por comodidad que se encuentren disponibles, donde es posible en su mayoría proyectar ciertos criterios para poder escoger la muestra.

3.3.4. Unidad de análisis: Cliente de Inversiones Carlin S.A.C.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

- **Técnica:** Encuesta, esto para poder obtener información que ayudaron al desarrollo de esta. De acuerdo con Caro (2021) una encuesta es una técnica de creación de una lista de interrogantes que serán necesarias para obtener datos, los cuales serán empleados normalmente en una investigación de nivel cuantitativa, también en nivel cualitativo se hacen uso de interrogantes con respuestas abiertas.
- **Instrumento:** Para el análisis de esta se empleó el cuestionario, teniendo un total de 30 preguntas, 15 ítems para ambas variables, los cuales tuvieron una escala de valoración Likert, teniendo la siguiente valoración: Nunca, casi nunca, a veces, casi siempre y siempre.

Según Espinoza (2015) es un formato de recolección de información de las variables investigadas, donde éstas pueden aplicarse de forma presencial, individual o en grupo, y que debe reflejar y relacionar las variables y sus indicadores.

- **Validez:** Según Corral (2009) es la medida de la precisión que da un instrumento validado para obtener distintos datos. La validez busca responder si se cubre todo el campo relevante para la variable o componente que el instrumento seleccionado está diseñado para evaluar. Esta validación fue realizada por 3 expertos con grado de Doctor, quienes califican para evaluar el instrumento a ser utilizado que bajo sus fundamentos: (Anexo 6)

- **Confiabilidad:** Para Bernal (2010) menciona que la confiabilidad es la consistencia que tienen los resultados obtenidos por las mismas personas, cuando estos responden al mismo cuestionario, pero en distintas ocasiones.

Además, para Bellido et al. (2010) define al modelo Alfa de Cronbach, como la consistencia interna basada en la correlación promedio entre elementos. Al emplear este instrumento nos permite obtener ventajas que incluye la capacidad de evaluar si mejora o empeora y en qué medida la confiabilidad de la prueba y si se tienen que excluir algunos criterios. (Anexo 7)

Para la variable gestión de Procesos de Calidad, el instrumento empleado conformado por 15 ítems las cuales al ser procesadas dieron como resultado para el Alfa de Cronbach de 0,824 y de acuerdo con esta el instrumento es de nivel aceptable para ser empleado. (Anexo 7)

Para la variable Satisfacción del Cliente, el instrumento empleado conformado por 15 ítems las cuales al ser procesadas dieron como resultado para el Alfa de Cronbach de 0,870 y de acuerdo con esta el instrumento es de nivel buena para ser empleado.

Para ambas variables, el cuestionario estuvo conformado por 30 ítems, donde los resultados demuestran que el instrumento de esta investigación se aproxima a la unidad lo cual lo convierte en confiable.

3.5. Procedimientos:

Previa coordinación los autores envían una solicitud de permiso para realizar una investigación, y con la venia del representante se pudo garantizar la participación voluntaria de los clientes, además la herramienta se desarrolla de acuerdo con las dimensiones e indicadores seleccionados, los cuales fueron verificados por expertos y su confiabilidad fue analizada por Cronbach Alpha. Este estudio se aplicó a los clientes de forma voluntaria quienes respondieron los ítems, donde posteriormente estos datos fueron procesados con la ayuda del programa estadístico SPSS.

3.6. Método de análisis: Se incluyó el inferencial y el descriptivo.

3.6.1. Método descriptivo: Según Hernández (Sampieri, 2014), el propósito del análisis descriptivo de datos es describir los datos que se encuentran en la muestra utilizando valores característicos y presentarlos en forma de gráfico o tabular. Esta representación de datos se refiere a variables individuales y sus características.

3.6.2. Método inferencial:

Según Velásquez (2017), mediante este método se logra obtener conclusiones de una población poco observada, donde se centra en la toma de decisiones basada en características observadas y se basa en estimaciones o resúmenes numéricos desarrollados sobre una base de información extraída de una muestra de una población en particular que se encuentra bajo observación considerada con base en la información parcial o incompleta. Para la presente investigación, se aplica la prueba de Shapiro — Wilk para las variables en estudio, ya que, la muestra fue mayor a 40 datos, la cual se detalla en la tabla: (Anexo 8).

Interpretación:

En la tabla 2, se logra identificar que en la prueba de Shapiro-Wilk una significancia de 0,000, lo cual es menor a $p < 0,05$ en la variable gestión de procesos de calidad, y para la segunda variable también arroja un 0,000 igualmente siendo menor a $p < 0,05$; por lo cual se resuelve que hay una distribución no normal, lo cual permite tomar la prueba no paramétrica de correlación de Spearman.

3.7. Aspectos éticos

La redacción académica de este trabajo se fundamenta de acuerdo con el estilo APA 7.^a edición, respetando la autoría de cada una de las citas empleadas, considerando como único este trabajo (APA, 2020).

Este trabajo de investigación se fundamentó en el código de ética que proporciona la Universidad Cesar Vallejo, cuál tiene como propósito el de

promover la integridad científica de las demás investigaciones, haciendo cumplimiento de los más importantes estándares para afianzar el conocimiento científico, ya que este trabajo servirá de apoyo a las demás investigaciones que se vayan a realizar futuramente.

Es por eso que se toma en cuenta los principios de no maleficencia procediendo anticipadamente a un análisis de riesgo a los participantes de este trabajo de investigación para cuidar su integridad física y psicológica; también se toma el principio de autonomía donde los participantes tienen la libertad de elegir ser partícipes o retirarse de la investigación en el momento que ellos crean conveniente; del mismo modo se tomó el principio de integridad humana reconociéndose por encima de cualquier interés, sea cultural, político, étnico u otras características; justicia también se considera este principio porque los participantes son tratados de manera igualitaria, sin ningún tipo de exclusión para una mejor investigación, sobre todo el estudio se fundamenta en el principio de respeto a la propiedad intelectual, el cual valora y reconoce la propiedad intelectual de quienes son citados en esta investigación para de ese modo evitar el plagio (UCV, 2020).

4. RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados de la investigación que tiene por título Gestión de procesos de calidad y su relación con la satisfacción al cliente de la empresa inversiones Carlín S.A.C., Ayacucho,2023.

Objetivo específico 1: Describir el nivel de gestión de procesos de calidad de la empresa inversiones Carlín S.A.C. Ayacucho, 2023.

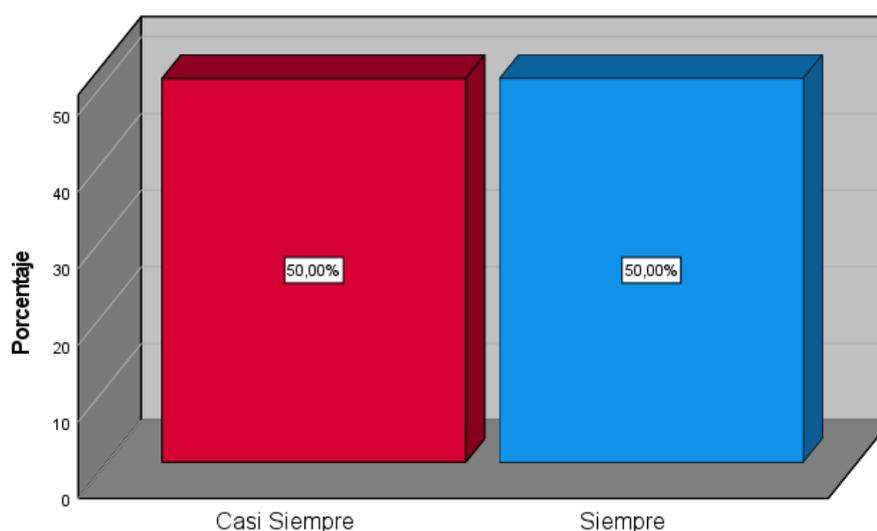
ANÁLISIS DESCRIPTIVO

Tabla 1: Calidad de Producto

	Participantes	Porcentaje
Casi Siempre	20	50,0%
Siempre	20	50,0%
Total	40	100%

Nota: *Estos Valores fueron obtenidos del SPSS*

Figura 1:Calidad de Producto



Nota: *Estos Valores fueron obtenidos del SPSS*

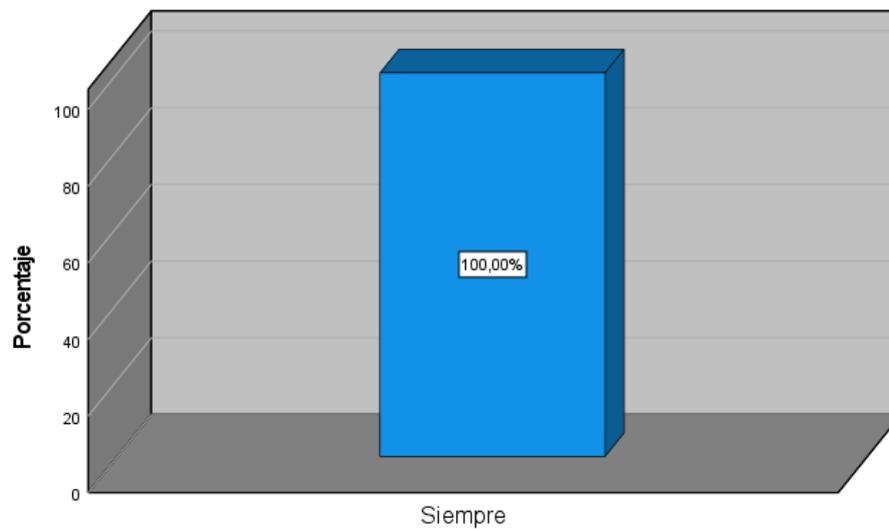
Interpretación: Según la tabla 1 y la figura 1, se observa que las encuestas arrojan como resultado en la empresa Inversiones Carlín S.A.C., referente a la calidad del producto al momento de adquirir sus productos; donde 20 de los encuestados dan como respuesta Siempre lo cual representa un 50% y otros 20 encuestados dan como respuesta, casi siempre que representa el 50%.

Tabla 2: Planificación de la Calidad

	Participantes	Porcentaje
Siempre	40	100%
Total	40	100%

Nota: Estos Valores fueron obtenidos del SPSS.

Figura 2: Planificación de Calidad



Nota: Estos Valores fueron obtenidos del SPSS

Interpretación: Según la tabla 2 y la figura 2, se observa que las encuestas arrojan como resultado en la empresa Inversiones Carlín S.A.C., referente a la planificación de calidad, es la adecuada al momento de adquirir sus productos; donde 40 de los encuestados dieron como respuesta Siempre que representa el 100% del total.

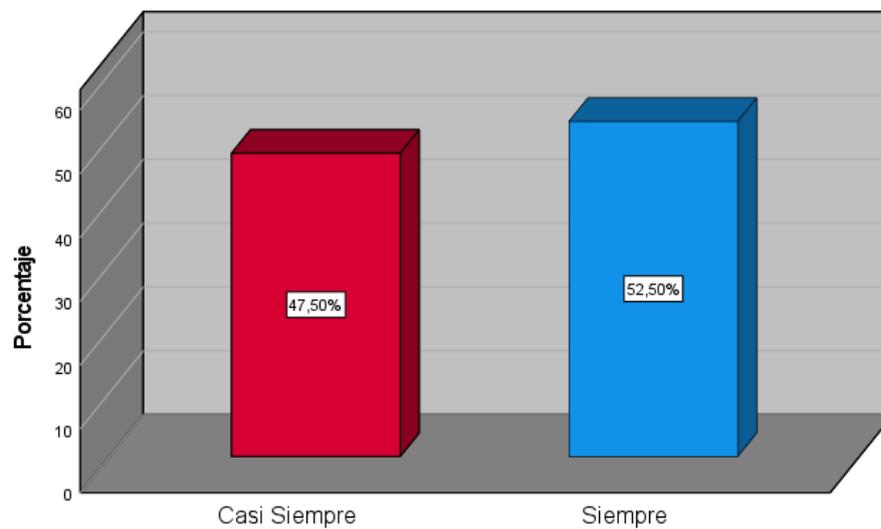
Tabla 3: Calidad de Servicio

	Participante	Porcentaje
Casi Siempre	19	47,5%
Siempre	21	52,5%
Total	40	100%

Nota:

Estos Valores fueron obtenidos del SPSS

Figura 3: Calidad de Servicio



Nota: Estos Valores fueron obtenidos del SPSS

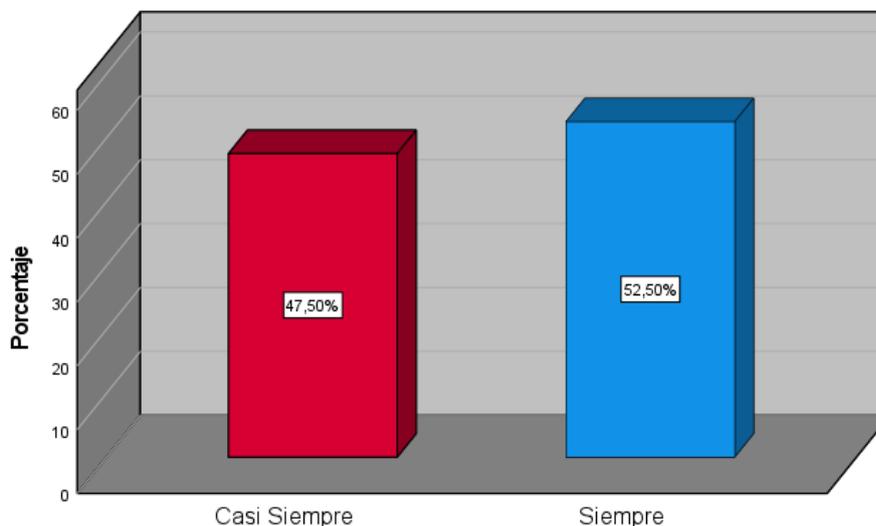
Interpretación: Según la tabla 3 y la figura 3, se observa que las encuestas arrojan como resultado en la empresa Inversiones Carlín S.A.C., referente a que si consideran adecuada de la calidad de servicio al momento de adquirir sus productos; respondieron que el 47,50% dieron como respuesta Casi siempre, mientras que el 52,50% dieron como respuesta Siempre.

Tabla 4:Control de Calidad

	Participante	Porcentaje
Casi Siempre	19	47,5%
Siempre	21	52,5%
Total	40	100%

Nota: Estos Valores fueron obtenidos del SPSS

Figura 4: Control de Calidad



Nota: Estos Valores fueron obtenidos del SPSS

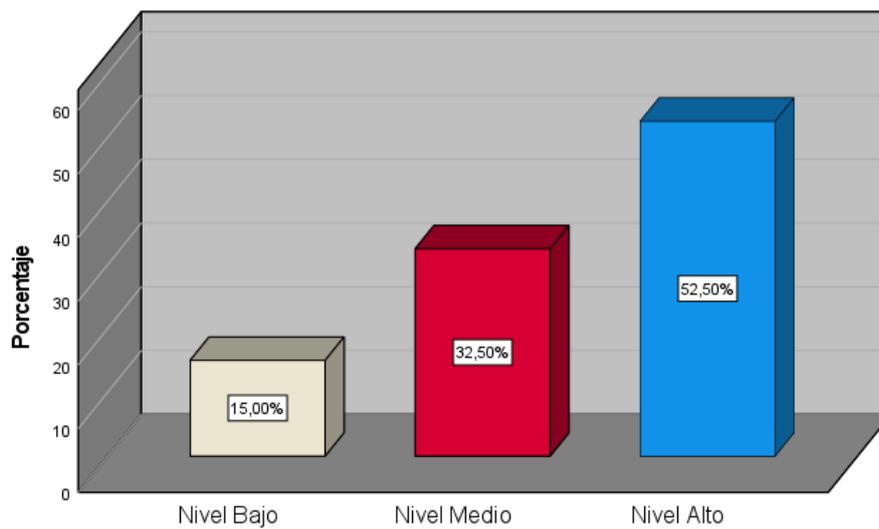
Interpretación: Según la tabla 4 y la figura 4, se observa que las encuestas arrojan como resultado en la empresa Inversiones Carlín S.A.C., referente a que si se da un adecuado control de calidad al momento de adquirir sus productos; donde 19 de los encuestados dieron como respuesta casi siempre representada por el 47,5% del total, mientras que 21 de los encuestados dan como respuesta Siempre lo que representa el 52,5% del total.

Tabla 5: Gestión de Procesos de Calidad

	Participantes	Porcentaje
Válido	Bajo	6
	Medio	13
	Alto	21
	Total	40
		100,0

Nota: Estos Valores fueron obtenidos del SPSS.

Figura 5: Gestión de Procesos de Calidad



Nota: Estos Valores fueron obtenidos del SPSS

Interpretación: Según la tabla 5 y la figura 5, se observa que las encuestas arrojan como resultado en la empresa Inversiones Carlín S.A.C., referente al nivel de gestión de procesos de calidad; respondieron que el 15% bajo que representa a 6 de los participantes, mientras que el 32.5% nivel medio que representa a 13 participantes y el 52,50 % un nivel alto que representa 21 participantes.

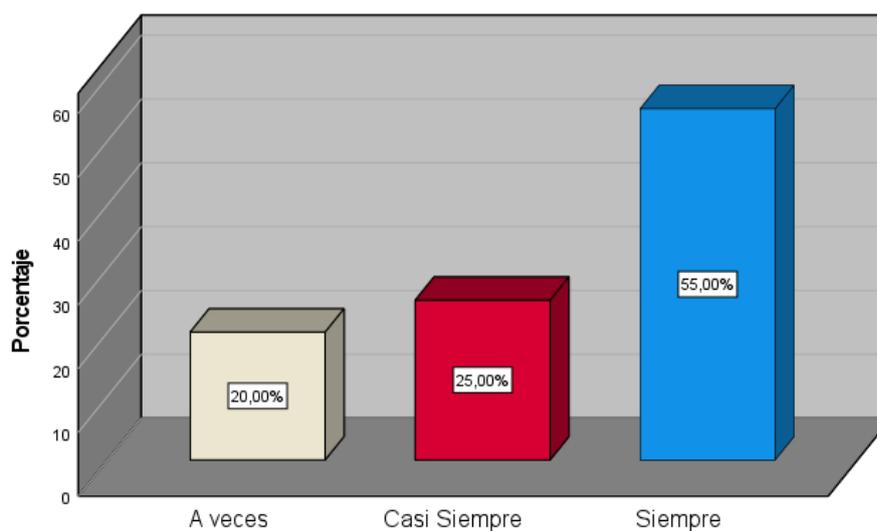
Objetivo específico 2: Describir el nivel de satisfacción del cliente en la empresa inversiones Carlín S.A.C. Ayacucho, 2023.

Tabla 6: Rendimiento Percibido

	Participante	Porcentaje
A veces	8	20,0%
Casi Siempre	10	25,0%
Siempre	22	55,0%
Total	40	100%

Nota: Estos Valores fueron obtenidos del SPSS

Figura 6: Rendimiento Percibido



Nota: Estos Valores fueron obtenidos del SPSS

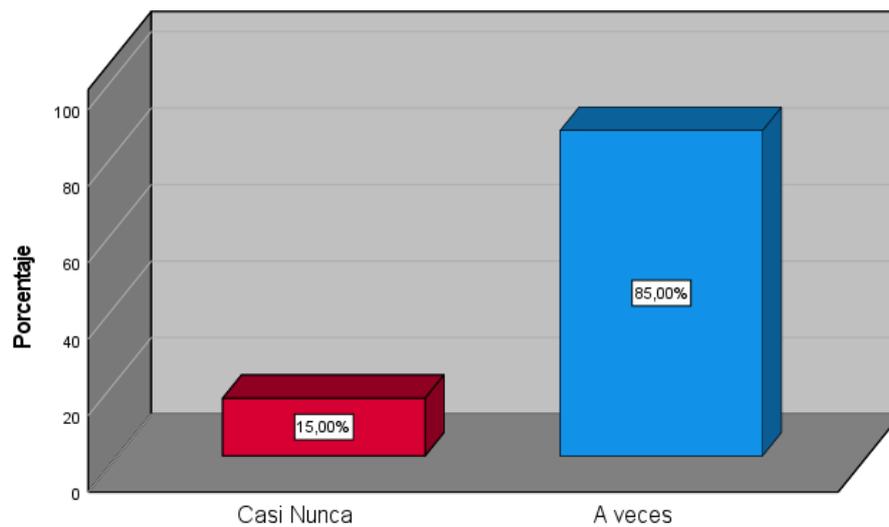
Interpretación: Según la tabla 6 y la figura 6, se observa que las encuestas arrojan como resultado en la empresa Inversiones Carlín S.A.C., referente a rendimiento percibido; respondieron donde el 20,0% dieron como respuesta a veces, mientras que el 25% dieron como respuesta Casi Siempre y el 55.0% siempre.

Tabla 7:Expectativa

	Participante	Porcentaje
Casi Siempre	6	15,0%
Siempre	34	85,0%
Total	40	100%

Nota: Estos Valores fueron obtenidos del SPSS

Figura 7: Expectativa



Nota: Estos Valores fueron obtenidos del SPSS

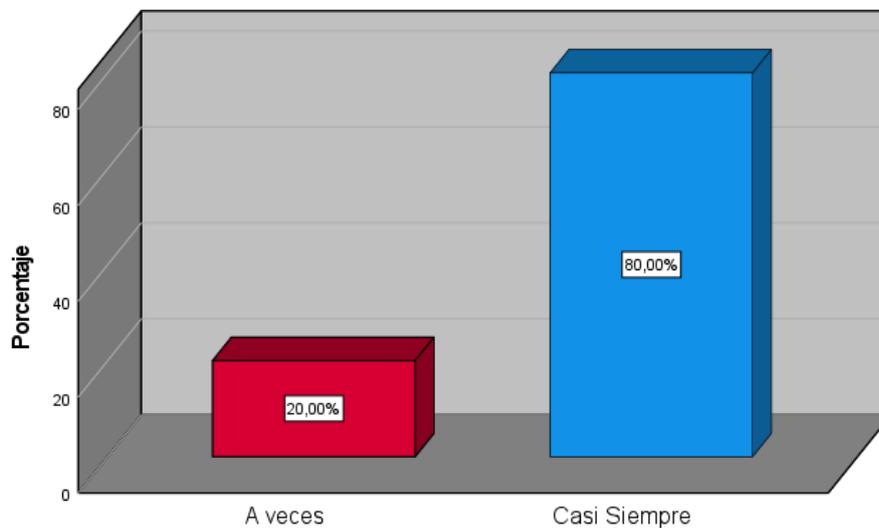
Interpretación: Según la tabla 7 y la figura 7, se observa que las encuestas arrojan como resultado en la empresa Inversiones Carlín S.A.C., referente a la expectativa de beneficios que brinda la empresa; donde el 15% dieron como respuesta Casi Siempre lo cual representa a 6 participantes, mientras que el 85% siempre que representa a 34 de los participantes.

Tabla 8: Satisfacción

	Participante	Porcentaje
A veces	8	20,0%
Casi Siempre	32	80,0%
Total	40	100%

Nota: Estos Valores fueron obtenidos del SPSS

Figura 8: Satisfacción



Nota: Estos Valores fueron obtenidos del SPSS

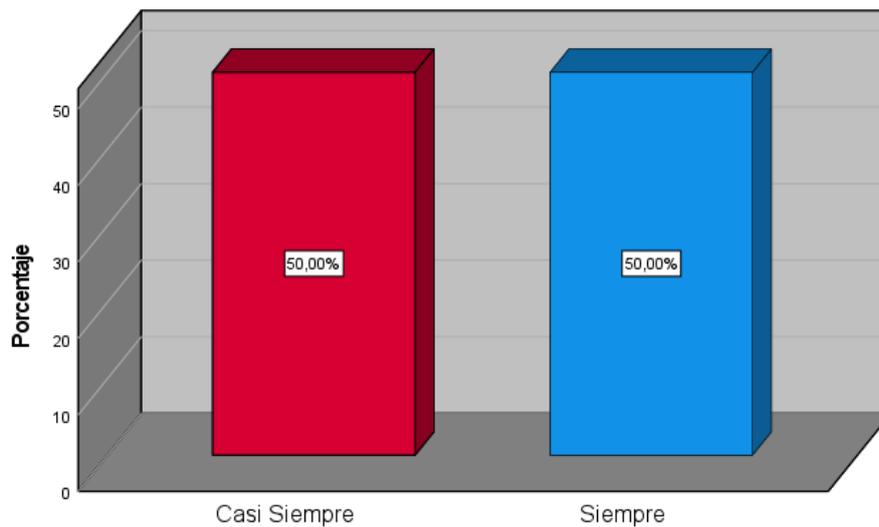
Interpretación: Según la tabla 8 y la figura 8, se observa que las encuestas arrojan como resultado en la empresa Inversiones Carlín S.A.C., referente a la satisfacción del cliente para cuando adquieren los productos que brinda la empresa, respondieron que el 20% dieron como respuesta a veces lo que representa a 8 de los participantes, mientras que el 80.0% casi siempre que representa a 32 de los participantes.

Tabla 9: Complacencia

	Participante	Porcentaje
Casi Siempre	20	50,0%
Siempre	20	50,0%
Total	40	100%

Nota: Estos Valores fueron obtenidos del SPSS

Figura 9: Complacencia



Nota: Estos Valores fueron obtenidos del SPSS

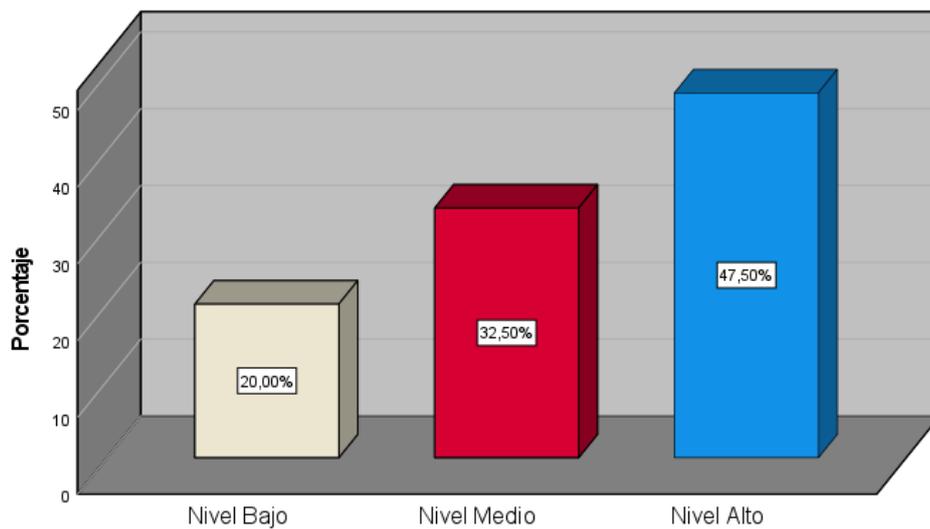
Interpretación: Según la tabla 9 y la figura 9, se observa que las encuestas arrojan como resultado en la empresa Inversiones Carlín S.A.C., referente a la complacencia del cliente para cuando adquieren los productos que brinda la empresa, respondieron que el 50% dieron como respuesta casi siempre lo que representa a 20 de los participantes, mientras que el 50.0% siempre lo que representa a 20 de los participantes.

Tabla 10: Nivel de Satisfacción

	Participante	Porcentaje
Bajo	8	20,0%
Medio	13	32,5%
Alto	19	47,5%
Total	40	100%

Nota: Estos Valores fueron obtenidos del SPSS

Figura 10: Nivel de Satisfacción



Nota: Estos Valores fueron obtenidos del SPSS

Interpretación: Según la tabla 10 y la figura 10, se observa que las encuestas arrojan como resultado en la empresa Inversiones Carlín S.A.C., referente al nivel de Satisfacción del cliente, se obtuvo como respuesta, que el 20% como nivel bajo lo cual representa a 8 participantes, mientras que el 32.50% como medio lo que representa a 13 participantes y 47.50% como nivel alto lo que representa a 19 participantes.

ANÁLISIS INFERENCIAL

Objetivo específico 3: Establecer la relación entre la Gestión de Proceso de Calidad y las dimensiones de la Satisfacción del Cliente en la empresa Inversiones Carlín S.A.C. Ayacucho, 2023.

Comprobación de la Hipótesis:

H1: La gestión de procesos de calidad se relaciona significativamente con la dimensión rendimiento percibido, en la empresa Inversiones Carlín S.A.C

H0: La gestión de procesos de calidad no se relaciona significativamente con la dimensión rendimiento percibido, en la empresa Inversiones Carlín S.A.C

Tabla 11: Rendimiento Percibido

			Gestión de procesos de Calidad	Rendimiento Percibido
Rho de Spearman	Gestión de procesos de Calidad	Coefficiente de correlación	de 1,000	0,448
		Sig. (bilateral)	.	0,004
		N	40	40
	Rendimiento Percibido	Coefficiente de correlación	de 0,448	1,000
		Sig. (bilateral)	0,004	.
		N	40	40

Nota. La tabla muestra la variación de los resultados de la variable Gestión de Procesos de Calidad y la dimensión Rendimiento percibido.

Interpretación: De acuerdo con la tabla 11, el coeficiente correlación de Spearman tiene como resultado un 0,448, quiere decir que la variable Gestión de Procesos de Calidad con respecto a la dimensión Rendimiento Percibido tiene un coeficiente de correlación positiva media y que dado el valor de la significancia bilateral se acepta la H1 hipótesis de trabajo y se rechaza la H0 nula.

Comprobación de Hipótesis.

H1: La gestión de Procesos de calidad se relaciona significativamente con la dimensión Satisfacción, en la empresa Inversiones Carlin S.A.C

H0: La gestión de procesos de calidad no se relaciona significativamente con la dimensión Satisfacción, en la empresa Inversiones Carlin S.A.C

Cruce de variable Gestión de Procesos de Calidad y la dimensión Satisfacción

Tabla 12: Satisfacción

				Gestión de procesos de Calidad	Satisfacción
Rho de Spearman	Gestión de procesos de Calidad	Coeficiente correlación	de	1,000	0,526
		Sig. (bilateral)		.	0,000
		N		40	40
	Satisfacción	Coeficiente correlación	de	0,526	1,000
		Sig. (bilateral)		0,000	.
		N		40	40

Nota. La tabla muestra la variación de los resultados de la variable Gestión de Procesos de Calidad y la dimensión Satisfacción.

Interpretación: El coeficiente correlación de Spearman tiene como resultado 0,526, quiere decir que la variable Gestión de Procesos de Calidad con respecto a la Dimensión Satisfacción tiene un coeficiente de correlación positiva considerable y que dado el valor de la significancia bilateral se acepta la H1 hipótesis de trabajo y se rechaza la H0 nula.

Comprobación de Hipótesis.

H1: La gestión de procesos de calidad no se relaciona significativamente con la dimensión Expectativa, en la empresa Inversiones Carlin S.A.C

H0: La gestión de procesos de calidad no se relaciona significativamente con la dimensión Expectativa, en la empresa Inversiones Carlin S.A.C

Tabla 13: Expectativa

		Gestión de procesos de Calidad	Expectativa
Rho Spearman	de Gestión de procesos de Calidad	de 1,000	-0,400
		Sig. (bilateral)	. 0,011
		N	40 40
	Expectativa	de -0,400	1,000
		Sig. (bilateral)	0,011 .
		N	40 40

Nota. La tabla muestra la variación de los resultados de la variable Gestión de Procesos de Calidad y la dimensión Expectativas.

Interpretación: El coeficiente correlación de Spearman tiene como resultado un -0,400, quiere decir que la variable Gestión de Procesos de Calidad con respecto a la dimensión Expectativas tiene un coeficiente de correlación negativa media y que dado el valor de la significancia bilateral se acepta la H1 hipótesis de trabajo y se rechaza la H0 nula.

Comprobación de Hipótesis.

H1: La gestión de procesos de calidad no se relaciona significativamente con la dimensión Complacencia, en la empresa Inversiones Carlín S.A.C

H0: La gestión de procesos de calidad no se relaciona significativamente con la dimensión Complacencia, en la empresa Inversiones Carlín S.A.C

Tabla 14: Complacencia

		Gestión de procesos de Calidad	Complacencia
Rho de Spearman	Gestión de procesos de Calidad	de 1,000	0,951
		Sig. (bilateral)	0,000
		N	40
	Complacencia	de 0,951	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	40

Nota. La tabla muestra la variación de los resultados de la variable Gestión de Procesos de Calidad y la dimensión Complacencia.

Interpretación: El coeficiente correlación de Spearman tiene como resultado un 0,951 quiere decir que la variable Gestión de Procesos de Calidad con respecto a la dimensión Complacencia tiene un coeficiente de correlación positiva perfecta y que dado el valor de la significancia bilateral se acepta la H1 hipótesis de trabajo y se rechaza la H0 nula.

Objetivo General: Determinar la relación entre gestión de procesos de calidad y la satisfacción del cliente de la empresa inversiones Carlín S.A.C. Ayacucho, 2023.

H1: La gestión de procesos de calidad se relaciona significativamente con la satisfacción al cliente, en la empresa Inversiones Carlín S.A.C. Ayacucho, 2023.

H0: La gestión de procesos de calidad no se relaciona significativamente con la satisfacción al cliente, en la empresa Inversiones Carlín S.A.C. Ayacucho, 2023.

Tabla 15: Satisfacción al Cliente

				Gestión de procesos de Calidad	Satisfacción al cliente
Rho Spearman	de	Gestión de procesos de Calidad	Coeficiente correlación	de 1,000	0,526
			Sig. (bilateral)	.	0,000
			N	40	40
		Satisfacción al cliente	Coeficiente correlación	de 0,526	1,000
			Sig. (bilateral)	0,000	.
			N	40	40

Nota. *Elaboración con el programa spss.*

Interpretación: El cuadro presenta las correlaciones entre gestión de Procesos de Calidad y Satisfacción al cliente, donde se utiliza el coeficiente de Spearman. En relación con las variables, se observa un coeficiente 0,526, lo que significa que hay una correlación positiva considerable entre Gestión de Procesos de Calidad y Satisfacción del cliente. Siendo $p < 0,05$ por lo cual se rechaza la H1 hipótesis de trabajo y se rechaza la H0 nula.

5. DISCUSIÓN

En seguida se da a conocer la discusión de los resultados, la cual es la comparación de investigaciones realizadas con la presente investigación teniendo en cuenta las teorías los antecedentes y demás.

Para el primer objetivo específico, el cual fue describir el nivel gestión de procesos de calidad de la empresa inversiones Carlin S.A.C. Ayacucho, 2023, Se obtuvo que el nivel alto está en un 40%, representando a 16 de los participantes, mientras que un porcentaje menor 35% medio con 14 encuestados y el 25 % como bajo que representa a 10 encuestados, esto indica que el nivel alto se da por que los clientes están satisfechos con la variable en investigación con la empresa, ya que se encuentran conformes con la atención brindada.

Del mismo modo, Wellintong Issac (2019), en su trabajo de investigación, encontró que la gestión de calidad presenta un 56 % alta, lo que representa a 164 participantes y un 44% como bajo, representando a 130 de los participantes, tras ello considera que la gestión de calidad para este sector estudiado es muy importante e indispensable para poder comprobar sobre el proceso administrativo y académico, motivando a la comuna del sector estudiado una cultura de calidad. Este resultado concuerda con lo hallado en Inversiones Carlin S.A.C. donde el nivel de gestión de procesos de calidad es muy relevante a la hora de poder satisfacer las necesidades de un cliente, motivándole a fidelizarse con la empresa por los productos ofrecidos de buena calidad, donde también se obtuvieron estos resultados de las dimensiones de Procesos de gestión de Calidad, como Calidad de Producto, planificación de la calidad, calidad de servicio y control de calidad.

Según W. Edwards Deming (1986) en su teoría del Ciclo PHVA que por sus iniciales significa Planificar-Hacer-Verificar-Actuar, menciona que los procesos de calidad provocan una reacción en cadena, donde los procesos son el camino para conseguir la calidad total, esto siendo influenciado por los distintos factores, sea los clientes, personal, inversiones y otros, todo ello para que mediante la metodología el producto y el servicio mejoren generando así

puestos de trabajo. Estos 4 procesos representan un ciclo, para que cuando se llegue al final se pueda volver a comenzar desde un inicio.

Es importante precisar que la gestión de procesos de calidad agrupa una lista de normas y ciertos estándares que están pendientes a ser desarrollados. Estos dan a conocer el procedimiento por el cual se desarrolla una actividad productiva de la empresa, precisando la estructura organizativa y el procedimiento que se tiene que dar y los recursos que se han de emplear, para que de ese modo se lleve a cabo un adecuado control de calidad (Batista & Estupiñán, 2018).

Los resultados para el segundo objetivo específico, el cual fue Describir el nivel de satisfacción del cliente en la empresa inversiones Carlin S.A.C. Ayacucho, 2023, se obtuvo que 30 encuestados dan como respuesta el nivel alto con un 75%, mientras que 10 encuestados que representan el 25% dan como respuesta el nivel muy alto de satisfacción del cliente. Sin embargo, Fernando (2018) encontró en su trabajo de investigación que el 77% se encuentra en un nivel alto de satisfacción al cliente, dando a entender que existen en su mayoría clientes satisfechos con el servicio, pero que existe un grupo importante de clientes que desearían que los servicios mejoren. Este resultado concuerda con lo que se halló, ya que los colaboradores de la empresa Inversiones Carlin S.A.C. brindan excelente atención al cliente, mostrando el compromiso que tienen para lograr la satisfacción dependiendo de lo que requiera el público consumidor, pero, sin embargo, aún se presentan deficiencias y puntos débiles dentro de la empresa.

Esto concuerda con lo hallado en la investigación de Rengifo Candela (2022), donde encontró que la satisfacción del cliente está en un nivel alto en un 63% sobre el servicio prestado, donde considera que la lealtad del cliente es más importante, ya que la empresa tiene una satisfacción alta y de ese modo se pueda lograr la sostenibilidad de la empresa, este resultado concuerda con lo que se halló en este trabajo de investigación, puesto que los colaboradores están interesados y preocupados por el servicio y la calidad de productos,

porque son estos que van a permitir que el cliente decida en ser cliente y fidelizarlo con la misma.

Según Noriaki (1980) en su teoría del modelo Kano donde está definida la variable satisfacción al cliente como el producto resultante de una buena atención no solo en el servicio sino también en los productos, evaluándose por los atributos que tienen los productos ofertados para que de ese modo se pueda tener una visión general sobre los puntos débiles que se tendrían para poder satisfacer plenamente al consumidor.

Así mismo, se obtuvieron resultados de la segunda variable; como el rendimiento percibido, expectativas, satisfacción y complacencia, donde para la dimensión Rendimiento Percibido se obtuvo que 8 de los encuestados dieron como respuesta a veces, siendo representado por el 20% del total del porcentaje, 10 encuestados que representan el 25% dieron como respuesta casi siempre y 22 de los encuestados dan como respuesta siempre con un 55%, lo cual da a entender que los resultados adquiridos como también la atención son las adecuadas y de este modo se pueda conseguir lo que los clientes esperan y así poder satisfacerlos.

Así mismo, se encuentra similitud con la investigación de Wellington (2019), quien encontró del 100% de los encuestados, un 94% de los encuestados dieron como respuesta siempre y un 6% de estos mismos casi siempre, lo que da a entender que consideran que los procesos de gestión de calidad permiten la plena satisfacción del cliente, adquiriendo los servicios que la misma brinda.

En cuanto a Herzberg (1959) plantea, en su Teoría de Motivación e Higiene, define al trabajo como la fuente primordial de toda satisfacción, valiéndose por sí misma, siendo así la actividad más importante de toda persona. En cambio, para Sergio Manuel (2019), la teoría de Herzberg sustenta que hay dos factores indispensables: los factores de Higiene que representan al entorno donde su ausencia puede desencadenar una insatisfacción del cliente, pero que tampoco su presencia dirige hacia la motivación y los Factores motivadores que tienen más relación con la tarea en sí, donde su ausencia no genera una

insatisfacción, pero donde su presencia puede conducir a un estado mucho mejor, donde una persona plenamente motivada se sienta con el poder de realizar sus tareas.

Para el tercer objetivo específico el cual es establecer la relación entre la gestión de procesos de calidad y las dimensiones de la satisfacción del cliente en la empresa Inversiones Carlín S.A.C., se obtuvo Así mismo, se obtuvieron resultados de las dimensiones de Satisfacción al Cliente como el rendimiento percibido, expectativas, satisfacción y complacencia, donde se puede evidenciar que la correlación de la gestión de procesos de calidad con el rendimiento percibido tiene una correlación positiva media de 0,448; para la dimensión expectativas presentó un 0,400 por lo que se entiende que la variable Gestión de Procesos de Calidad con respecto a la dimensión Expectativas tiene un coeficiente de correlación negativa media, pero para la dimensión satisfacción se obtuvo un 0,526 lo que indica que tiene un coeficiente de correlación positiva considerable y para la dimensión de expectativa un 0,400 lo quiere decir que la variable Gestión de Procesos de Calidad con respecto a la dimensión Expectativas tiene un coeficiente de correlación negativa media. Al respecto, Diaz & Sanchez (2022), en su investigación, encontró que la gestión de calidad tiene un nivel bajo en 20%, un 75% como medio y el 5% como alto, esto con una correlación positiva considerable, lo cual da a entender que la relación influye con el nivel de satisfacción del cliente.

En tanto, en la teoría del Modelo Kano de Noriaki (1980), en la cual define la satisfacción al cliente como el resultado de que, si una empresa es buena brindando sus productos o servicios, esta se centra en la evaluación de los atributos que tiene un producto o bien para así tener una visión en general sobre los aspectos a mejorar para la satisfacción al cliente. Considera la satisfacción al cliente como el elemento esencial en los que una entidad u organización centra su foco, este modelo se presentó para poder conocer las propiedades que tiene un producto con más aceptación del público y así se pueda cumplir sus expectativas.

Para esta investigación, el objetivo general es determinar la relación entre gestión de procesos de calidad y la satisfacción del cliente de la empresa

inversiones Carlin S.A.C. Ayacucho, 2023, donde el resultado dio una correlación positiva considerable de 0,951 asumiendo que la primera variable en estudio presenta, se obtuvo un coeficiente de correlación positiva considerable de 0,951 quiere decir que la variable Gestión de Procesos de Calidad con respecto a la dimensión Complacencia, del mismo modo se obtuvo una significancia bilateral de 0,000 de siendo menor a $p < 0,05$ y donde se analizaron 40 observaciones para las dos variables la cantidad de clientes encuestados. Es por ello que la hipótesis nula es rechazada, pero que la hipótesis de trabajo es aceptada, de tal modo que la gestión de procesos de calidad y la satisfacción del cliente tienen una relación significativa. Estos resultados concuerdan con los resultados obtenidos y se compara con la de Aragón (2020) donde obtuvo una significancia bilateral de 0,021 menor que $p < 0,05$, rechazando la H_0 y confirmando la hipótesis de trabajo H_1 y determinando una correlación positiva baja, constatando así que las dos variables en estudio se relacionan de manera significativa.

Según Joseph m. Juran (1964), en su teoría de la Trilogía de Juran, divide el proceso de control de calidad en tres fases; Planificación de la calidad, control de calidad y mejora de la calidad, donde tiene por objetivo la de mejorar la calidad que una empresa ofrece a sus clientes. En otras palabras, esta teoría es un método de mejora continua de la calidad, del mismo modo menciona que para poder alcanzar la calidad se tiene que basar en principios para mejorar la calidad, donde se tiene que identificar las necesidades más importantes.

6. CONCLUSIÓN

- 1) Según los resultados del objetivo general. Se determinó que la correlación tiene un valor positivo considerable entre gestión de Procesos de Calidad y Satisfacción al Cliente. Pues la Empresa se encuentra en buen camino ya que mantiene una Buena Calidad de los productos ofrecidos con un alto grado de satisfacción al cliente. Por tanto, se rechaza la hipótesis de nula y se acepta la hipótesis de trabajo, concluyendo que la variable gestión de procesos de calidad y la Variable Satisfacción al cliente están significativamente relacionadas y existe un grado de dependencia.
- 2) Según los hallazgos obtenidos del objetivo específico 1. Se determinó que la gestión de Procesos de calidad se encuentra en un nivel Aceptable con referencia a la calidad de los productos, por otro lado, se identificaron mínimas deficiencias en el tiempo del control de calidad.
- 3) Según los resultados obtenidos con respecto al objetivo específico 2. Se determinó que en base a los encuestados el nivel de la Satisfacción al Cliente se encuentra en un nivel alto, dando a entender que los clientes reciben un buen servicio por parte de los trabajadores, por otro lado, algunos clientes manifiestan que el nivel de satisfacción es bajo con respecto a pocas promociones que brinda la empresa.
- 4) Por otro lado, tenemos los resultados del objetivo 3. Se determinó que la correlación tiene un valor positivo media entre gestión de procesos de calidad y rendimiento percibido ya que los resultados manifiestan que la atención es oportuna y el servicio es de calidad. Por tanto, se rechaza la hipótesis de nula y se acepta la hipótesis de trabajo, concluyendo que la variable gestión de procesos de calidad y la dimensión rendimiento percibido están significativamente relacionadas.

- 5) Se determinó que la correlación tiene un valor positivo considerable entre gestión de procesos de calidad y satisfacción ya que los encuestados manifiestan estar satisfechos con la resistencia de los productos y los bajos precios de algunos productos. Por tanto, se rechaza la hipótesis de nula y se acepta la hipótesis de trabajo, concluyendo que la variable gestión de procesos de calidad y la dimensión rendimiento percibido están significativamente relacionadas.

- 6) Se determinó que la correlación tiene un valor negativo media entre gestión de procesos de calidad y Expectativa pues los clientes manifiestan no encontrar descuentos y que la empresa no toma en cuenta sus opiniones. Por tanto, se rechaza la hipótesis de nula y se acepta la hipótesis de trabajo, que la variable gestión de procesos de calidad y la dimensión rendimiento percibido están significativamente relacionadas.

- 7) Se determinó que la correlación tiene un valor positivo perfecto entre gestión de procesos de calidad y complacencia ya que los clientes manifiestan que existe un alto grado de compromiso y comunicación entre los colaboradores. Por tanto, se rechaza la hipótesis de nula y se acepta la hipótesis de trabajo, concluyendo que la variable gestión de procesos de calidad y la dimensión rendimiento percibido están significativamente.

7. RECOMENDACIONES

- 1) Por otro lado, se observó la relación entre la gestión de procesos de calidad y satisfacción del cliente tiene una relación positiva considerable, por lo cual se recomienda mantener y mejorar los procesos y necesarios a los puntos débiles de la empresa estableciendo objetivos nuevos. Con el fin de brindar productos de calidad y así brindar mejores servicios, aumentado la satisfacción al cliente.
- 2) Se propone realizar un mejor control en los tiempos que se toma realizar el control de calidad de los productos, además se sugiere que se implementen herramientas adecuadas para mejorar y acelerar este proceso. Todas estas acciones ayudaran mantener la calidad del producto.
- 3) Se propone realizar una evaluación de los Precios del mercado con respecto a los productos finales con el fin de generar nuevos precios que estén de acordé con la calidad de los productos para que de esa manera se puedan generar promociones con mayor frecuencia, también se recomienda implementar regalos y sorteos en fechas especiales.
- 4) Se recomienda a la administración mantener implementar estrategias de gestión de personal, lo cual permita un mejor programa de certificación en calidad de servicio, para así obtener una mayor satisfacción al cliente.
- 5) Se recomienda fortalecer y ampliar las normativas de diseño con el fin de mejorar la estructura del producto con el objetivo que obtengan una mayor resistencia y vida útil.
- 6) Se recomienda realizar una evaluación para identificar que productos o servicios deben tener descuentos por otro lado, también se recomienda otorgar cupones de descuentos por una cantidad de compras realizadas.
- 7) Se recomienda comunicar metas y expectativas claras a los colaboradores con el fin de que se sientan parte de la empresa con el fin de mantener y mejorar su

compromiso por otro lado, se recomienda aprovechar las reuniones periódicas con el fin de mejorar la comunicación entre los integrantes de la organización.

REFERENCIAS

- Alvarado, J. (2021). Gestión de Procesos de Calidad y Satisfacción del Cliente en el Área de Empaque y Despacho, Montana S.A., Lima, 2021.
- Alvarez Villalobos, L. A. (2020). Gestión De La Producción Para Mejorar La Productividad De La Empresa Procesadora De Agua De Mesa San Félix, Tumán – 2020.
- APA. (2020). Guía normas APA.
- Aragón, R., & Sánchez, ro, Lucia. (2022). Gestión de la calidad y la satisfacción del cliente de Deco Clean Express S.A.C., Lima 2022.
- Baena, G. (2017). Metodologia de Investigacion (3 Edicion).
- Bellido, G., Gonzales, S., & Jornet, M. (2010). SPSS: Análisis De Fiabilidad.
- Bernal, C. (2010). Metodología de la Investigación (Tercera Edición).
- Bonilla Montolio, G. (2018). Estudio de Herramientas Estadísticas Para la Mejora en el control de Procesos de Calidad. Universidad Politécnica de Catalunya.
- Caro, L. (2021). Tecnicas e Instrumentos para la Recoleccion de Datos.
- Cevallos, S., & García, R. (2023). Gestión de procesos operativos y su incidencia en la satisfacción de los clientes en la Distribuidora PAMOGA S.A., cantón Portoviejo, provincia de Manabí.
- Corral, Y. (2009). Validez Y Confiabilidad De Los Instrumentos De Investigación Para La Recolección De Datos.
- Deming, E. (1986). La mejora continua y las funciones de la administración como herramienta para el control estratégico militar.
- Diaz, F., & Sanchez, C. (2022). Gestión de calidad y satisfacción del cliente de la galería Kendall E.I.R.L. Piura, 2022.

- Dolores Arellan, L. S. (2023). Propuesta de mejora de los Factores relevantes de la satisfaccion al cliente para la Gestion de Calidad en la Micro y Pequeñas Empresas. Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote.
- Enrique, G. P. (2019). Lanzamiento de productos y servicios. Ediciones Paraninfo, S.A.
- Espinoza, E. (2015). Metodos y Tecnicas de recoleccion de la Informacion.
- Fernandez, C. (2016). Metodologia de investigacion.
- Ferrero, D. R. (2019). Gestión de la Calidad y la Satisfacción del Cliente de la Empresa de Seguridad Tacna sac, 2018. Universidad privada de tacna.
- Gilberto, S.-T., Bárbara Azucena, M.-H., Edgar, T.-L., & Jesús Gerardo, D.-R. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: Un estudio de caso de una empresa comercial en México.
- Hezberg. (2019). Factores de la teoría de Herzberg y el impacto de los incentivos en la satisfacción de los trabajadores.
- Hirshman. (1970). Índices nacionales de satisfacción del consumidor. Una ProPuesta de revisión de la literatura.
- Huarancca, L. (2017). Gestión De Calidad Factor Que Incide En La Satisfacción Del Cliente En Las Empresas De Abarrotes En El Mercado Nery García Zárate Ayacucho, 2016-2017.
- Isabel, M. M., Catalina, Antonio, A. C., Pedro, Antonio, A. D., Jorge, Esperanza, P. A., & Jaqueline, M. R., Judith. (2022). Modelos De Calidad Y Su Evaluación. Editorial Uned.
- Juran, J. (1988). Juran y la Planificación para la Calidad.
- Locke, E. (1969). What is job satisfaction.

- López, F., & Arenas, S. (2020). Gestión De La Calidad De Servicio Del Sector Público, Y Su Incidencia En La Satisfacción De Lo Usuarios De Los Centros De Asistencia Legal Gratuita De La Dirección General De Defensa Pública Y Acceso A La Justicia, Lima 2020.
- Luis, P. (2017). Población Muestra Y Muestreo.
- Mendoza, M. (2018). Diseño De Un Sistema De Gestión De La Calidad Para Una Microempresa.
- Millones, P. (2010). Medición Y Control Del Nivel De Satisfacción De Los Clientes En Un Supermercado.
- Morán, G. (2010). Metodología de investigación.
- Noboa, S. (2021). Propuesta de adaptación al Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015 en Zurita & Zurita Laboratorios.
- Noriaki. (1980). Metodología Kano para el diseño de un sitio web de turismo de aventura.
- Oviedo, A. (2021). Gestión de Seguimiento de los Procesos: Sistema de Gestión de Calidad. Educa Digital.
- Pablo, A. S. M. (2019). Calidad 3.^a edición. Ediciones Paraninfo, S.A.
- Pérez, A., & Pérez, G. (2019). Bases Teóricas Y Beneficios De La Gestión Por Procesos.
- Piattini Velthuis. (2019). Calidad de Servicios.
<https://www.alphaeditorialcloud.com/reader/calidad-de-servicios-1591724164>
- Quispe, M. (2023). Propuesta De Mejora En El Control Interno Administrativo Para La Gestión De Calidad En Las Micro Y Pequeñas Empresas, Rubro Ferretería Del Distrito Carmen Alto, Ayacucho, 2021.

- Rengifo, M. (2022). Sistema de gestión de calidad y satisfacción del cliente en empresas constructoras del distrito de Tarapoto—2022.
- Rodríguez, H. (2022). ¿Que son las Expectativas del Cliente? Satisface sus necesidades y mejora su Experiencia.
- Sampieri, R. (2014). Metodologia de investigacion (6 Edicion).
- Sergio, L. S. (2020). Atención al cliente, consumidor y usuario. Ediciones Paraninfo, S.A.
- Sucasaire, J. (2022). Orientaciones para la Selección y el Cálculo del Tamaño de la Muestra en Investigación (Primera Edicion Digital).
- Tania Lisbeth, M.-V., Gissell Thalía, M.-L., & Hugo Junior, L.-M. (2022). La calidad en el servicio y satisfacción del cliente en el sector ferretero Ecuador.
- UCV, M. (2020). Codigo de etica en investigacion de la universidad Cesar Vallejo.
- Velasquez, A. (2017). Estadistica Inferencial.
- Wellington, M. (2019). Gestión de calidad y satisfacción de los usuarios en las direcciones distritales de educación de la provincia de Los Ríos, período 2014-2016.

ANEXOS

Anexo 1

Cuadro de operacionalización de las variables

Gestión de Procesos de Calidad y su relación con la Satisfacción al Cliente de la Empresa Inversiones Carlin S.A.C., Ayacucho 2023.				
Variables	Definición conceptual	Dimensión	Indicador	Escala de medición
Gestión de Procesos de Calidad	El proceso de gestión de calidad es un conjunto de actividades que se llevan a cabo durante la creación o producción de los productos, para establecer, garantizar y mantener el nivel de calidad requerido (Oviedo, 2021)	Calidad de Producto	Capacitación	Escala Likert
			Calidad	
			Manual	
		Planificación de la Calidad	Estándares	
			Diseño	
			Procesos Operativos	
		Calidad de Servicio	Fiabilidad	
			Capacidad de respuesta	
			Tangibles	
		Control de Calidad	Seguimiento	
Requisitos de Calidad				
Satisfacción de Clientes	La satisfacción del cliente es la medición de la respuesta que los consumidores tienen con respecto a un servicio o producto de una marca en específico. Las calificaciones	Rendimiento Percibido	Resultados adquiridos	Escala Likert
			Atención	
			servicio	
		Expectativa	Beneficios	

	son referentes para mejorar el servicio que se les ofrece y también para conocer a detalle lo que necesitan (Sergio, 2020)		Experiencia	
			Opinión	
		Satisfacción	Lealtad	
			Índice de satisfacción	
			Variación de la venta	
		Complacencia	Compromiso	
			Identificación	
			calidad	

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Metodología
<p>Problema general ¿Cómo se relaciona la gestión de procesos de calidad con la satisfacción al cliente en la empresa Inversiones Carlin S.A.C. Ayacucho, 2023?</p>	<p>Objetivo general Determinar la relación entre gestión de procesos de calidad y la satisfacción del cliente de la empresa inversiones Carlin S.A.C. Ayacucho, 2023.</p>	<p>Hipótesis general La gestión de procesos de calidad se relaciona significativamente con la satisfacción al cliente, en la empresa Inversiones Carlin S.A.C</p>	<p>Variable independiente - Proceso de gestión de calidad</p>	<p>- Calidad de producto - Planificación de la calidad - Calidad de servicio - Control de calidad</p>	<p>Tipo de investigación: Aplicada</p> <p>Diseño de Investigación: no experimental</p> <p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Población: 40</p> <p>Muestra: 40</p> <p>Técnica de recolección de datos: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>
<p>Problemas específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es el nivel de los procesos de calidad de la empresa Inversiones Carlin S.A.C. Ayacucho, 2023? • ¿Cuál es el nivel de Satisfacción al cliente de la empresa Inversiones Carlin S.A.C. Ayacucho, 2023? • ¿Cuál es la relación entre la gestión de procesos de calidad y las dimensiones de la variable Satisfacción 	<p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Describir el nivel gestión de procesos de calidad de la empresa inversiones Carlin S.A.C. Ayacucho, 2023. • Describir el nivel de satisfacción del cliente en la empresa inversiones Carlin S.A.C. Ayacucho, 2023. • Establecer la relación entre la gestión de proceso de calidad y las dimensiones de la satisfacción del cliente en 	<p>Hipótesis nula</p> <ul style="list-style-type: none"> • La gestión de procesos de calidad no se relaciona significativamente con la satisfacción al cliente, en la empresa Inversiones Carlin S.A.C <p>Hipótesis Especificas</p> <ul style="list-style-type: none"> • La gestión de procesos de calidad se relaciona significativamente con la dimensión rendimiento percibido, en la empresa Inversiones Carlin S.A.C. 	<p>Variable dependiente - Satisfacción del cliente</p>	<p>- Rendimiento percibido - Expectativa - Satisfacción - Complacencia</p>	

<p>a los clientes de la empresa Inversiones Carlin S.A.C. Ayacucho, 2023?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es el grado de relación entre la gestión de procesos de calidad y satisfacción al cliente de la empresa Inversiones Carlin S.A.C. Ayacucho, 2023? 	<p>la empresa inversiones Carlin S.A.C. Ayacucho, 2023.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La gestión de Procesos de calidad se relaciona significativamente con la dimensión Satisfacción, en la empresa Inversiones Carlin S.A.C. • La gestión de procesos de calidad no se relaciona significativamente con la dimensión Expectativa, en la empresa Inversiones Carlin S.A.C. • La gestión de procesos de calidad no se relaciona significativamente con la dimensión Complacencia, en la empresa Inversiones Carlin S.A.C. 			
---	---	---	--	--	--

Anexo 2



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CUESTIONARIO SOBRE: PROCESOS DE GESTIÓN DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA INVERSIONES CARLIN S.A.C., AYACUCHO, 2023.

El presente cuestionario forma parte de un estudio de investigación, cuyo propósito es recabar información de los clientes de la empresa inversiones Carlin S.A.C., Ayacucho, con la finalidad de conocer su percepción respecto a la gestión de procesos de calidad y satisfacción al cliente.

Según la situación actual que presenta la empresa, marque con una "x" la alternativa que considere la adecuada:

Escala de valoración	1	2	3	4	5
	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

Variable: Gestión de Procesos de Calidad				Escala de Valoración				
Dimens iones	Indicadores	N°	Ítems	1	2	3	4	5
				Nu nc a	Ca si Nu nc a	a ve ces	cas i sie m pre	Sie m pre
Calidad de Producto	Capacitación	1	Los trabajadores cuentan con capacitación					
	Calidad	2	El producto recibido está elaborado con materiales de calidad					
		3	Los productos requeridos son de calidad					
	Manual	4	La empresa cuenta con un manual o Guía de calidad					
Planificación de la Calidad	Estándares	5	Se cumple con los estándares de calidad					
	Diseño	6	Se realiza el diseño de su producto					
		7	Cuenta con catálogo de los productos					
Procesos Operativos	8	Se especifican los procesos operativos						
Calidad de Servicio	Fiabilidad	9	Los productos que realiza la empresa con fiables					
	Capacidad de respuesta	10	Considera justo el precio por la calidad de su producto					
		11	Los productos requeridos son entregados a tiempo					
	Tangibles	12	El local cuenta con herramientas accesibles					
13		El local cuenta con implementos de seguridad						

Control de Calidad	Seguimiento	14	La empresa realiza seguimiento de los productos entregados					
	Requisitos de Calidad	15	Los trabajos encomendados son adecuados según fueron requeridos					
Variable: Satisfacción al cliente				Escala de valoración				
Dimens iones	Indicadores	N.º	Ítems	1	2	3	4	5
				Nu nca	Ca si nun ca	A ve ces	Ca si sie m pre	Sie m pre
Rendi miento percibi do	Resultados adquiridos	01	¿Se siente satisfecho con el servicio prestado por parte de la empresa?					
	Atención	02	¿Usted recibe la adecuada atención cuando se presenta un percance a la hora de contratar o recibir los productos?					
		03	¿Cuándo tiene una duda o consulta la empresa le brinda atención rápida?					
	servicio	04	¿Recomendaría los productos o servicios de la empresa con otras personas?					
		05	¿Volvería a adquirir algún producto o servicio de la empresa?					
Expect ativa	Beneficios	06	¿La empresa le brinda descuentos y promociones?					
	Experiencia	07	¿El colaborador le brinda información oportuna de los productos ofrecidos?					
	Opinión	08	¿La empresa toma en cuenta su opinión frente a problemas?					
Satisfac ción	Lealtad	09	¿Tiene la intención de cambiar de proveedor que ofrece mejores precios?					
	Índice de satisfacción	10	¿Los productos que presenta la empresa son resistentes y de buena calidad?					
	Variación de la venta	11	¿Considera que los precios de la empresa son económicos a nivel del mercado?					
Compla cencia	Compromiso	12	¿Usted nota el compromiso que tiene los trabajadores con la empresa?					
	Identificación	13	¿El trato del personal es de forma amable cada vez que usted frecuenta a la empresa?					

	calidad	14	¿Considera que el servicio prestado por la empresa es de calidad?					
		15	¿La comunicación entre los colaboradores de la empresa es buena?					

Anexo 3



Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Mg. Wilber Quispe Medina

Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario para medir la Gestión de Procesos de Calidad y el la Satisfacción al Cliente de la Empresa Inversiones Carlin S.A.C."

La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Mg. Wilber Quispe Medina	
Grado profesional:	Maestría (X)	Doctor ()
Área de formación académica:	Clínica ()	Social ()
	Educativa (X)	Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Administración	
Institución donde labora:	Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	
	Más de 5 años (X)	
Experiencia en Investigación	Docente Investigador. 6 años de experiencia	

2. Pronósito de la evaluación

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Cuestionario para medir la Gestión de Procesos de Calidad y el la Satisfacción al Cliente de la Empresa Inversiones Carlin S.A.C.
Autor (a):	Aponte Noa Henry Alberto / Gamonal Castillo Jasson Jhon
Procedencia:	Ayacucho
Administración:	Aplicación mediante formulario Google / Aplicación de campo
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	Clientes de la Empresa Inversiones Carlin S.A.C.
Significación:	El objeto es medir la Gestión de Calidad percibidas por los consumidores, así como la Satisfacción al Cliente de los consumidores al realizar su compra.

Tercera dimensión / subcategoría: Satisfacción

Objetivos de la dimensión: Evaluar qué beneficios brinda la empresa a con sus clientes para satisfacer sus necesidades.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Lealtad	¿Tiene la intención de cambiar de proveedor que ofrece mejores precios?	4	4	4	-
Índice de Satisfacción	¿Los productos que presenta la empresa son resistentes y de buena calidad?	3	4	3	-
Variación de la Venta	¿Considera que los precios de la empresa son económicos a nivel del mercado?	3	3	3	-

Cuarta dimensión / subcategoría: Complacencia

Objetivos de la dimensión: Evaluar el desempeño y efectividad de los colaboradores con los clientes.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Compromiso	¿Usted nota el compromiso que tienen los trabajadores con la empresa?	4	4	4	-
Identificación	¿El trato del personal es de forma amable cada vez que usted frecuenta a la empresa?	4	4	4	-
Calidad	¿Considera que el servicio prestado por la empresa es de calidad?	3	4	4	-

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez evaluador: Mg. Wilber Quispe Medina

Especialidad del evaluador: Licenciado en Administración y Maestría en Educación con Mención en Docencia, Currículo e Investigación

30 de junio de 2023


 Mg. Wilber Quispe Medina
 LIC. EN ADMINISTRACIÓN
 CLAD N° 5179
 Firma del evaluador
 DNI 25760824


Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez:

Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario para medir la Gestión de Procesos de Calidad y el la Satisfacción al Cliente de la Empresa Inversiones Carlin S.A.C."

La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Dr. <u>KERWIN JOSE CHAVEZ VERA</u>
Grado profesional:	Maestría () Doctor (x)
Área de formación académica:	Clinica () Social () Educativa () Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Administración
Institución donde labora:	universidad Cesar Vallejo
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años () Más de 5 años (x)
Experiencia en Investigación	Docente Renacyt. (15 años de experiencia)

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Cuestionario para medir la Gestión de Procesos de Calidad y el la Satisfacción al Cliente de la Empresa Inversiones Carlin S.A.C.
Autor (a):	Aponte Noa Henry Alberto / Gamonal Castillo Jasson Jhon
Procedencia:	Ayacucho
Administración:	



Tercera dimensión / subcategoría: Satisfacción

Objetivos de la dimensión: *Evaluar qué beneficios brinda la empresa a con sus clientes para satisfacer sus necesidades.*

Indicadores	Item	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Lealtad	¿Tiene la intención de cambiar de proveedor que ofrece mejores precios?	4	4	4	-
Índice de Satisfacción	¿Los productos que presenta la empresa son resistentes y de buena calidad?	4	4	4	-
Variación de la Venta	¿Considera que los precios de la empresa son económicos a nivel del mercado?	4	4	4	-

Cuarta dimensión / subcategoría: Complacencia

Objetivos de la dimensión: *Evaluar el desempeño y efectividad de los colaboradores con los clientes.*

Indicadores	Item	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Compromiso	¿Usted nota el compromiso que tienen los trabajadores con la empresa?	4	4	4	-
Identificación	¿El trato del personal es de forma amable cada vez que usted frecuenta a la empresa?	4	4	4	-
Calidad	¿Considera que el servicio prestado por la empresa es de calidad?	4	4	4	-

Observaciones (precisar si hay suficiencia): (Dejar Vacío)

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez evaluador: **Dra. África del Valle Calanchez Urbani**

Especialidad del evaluador: Licenciada en Administración y Doctorado en Ciencias. Mención Gerencia. (Dejar Vacío)

30 de junio de 2023

Dra. África Calanchez Urbani
C.E. 500578516
Docente Investigadora

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: **Dra. África del Valle Calanchez Urbani**

Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario para medir la Gestión de Procesos de Calidad y el la Satisfacción al Cliente de la Empresa Inversiones Carlin S.A.C."

La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Dra. África del Valle Calanchez Urbani	
Grado profesional:	Maestría ()	Doctor (x)
Área de formación académica:	Clinica ()	Social (x)
	Educativa ()	Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Administración	
Institución donde labora:	Universidad Cesar Vallejo	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	
	Más de 5 años (x)	
Experiencia en Investigación	Docente Investigador. 15 años de experiencia	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Cuestionario para medir la Gestión de Procesos de Calidad y el la Satisfacción al Cliente de la Empresa Inversiones Carlin S.A.C.
Autor (a):	Aponte Noa Henry Alberto / Gamonal Castillo Jasson Jhon
Procedencia:	Ayacucho
Administración:	Aplicación mediante formulario Google / Aplicación de campo
Tiempo de aplicación:	15 minutos
Ámbito de aplicación:	Clientes de la Empresa Inversiones Carlin S.A.C.
Significación:	El objeto es medir la Gestión de Calidad percibidas por los consumidores, así como la Satisfacción al Cliente de los consumidores al realizar su compra.

Tercera dimensión / subcategoría: Satisfacción
Objetivos de la dimensión: Evaluar que beneficios brinda la empresa a con sus clientes para satisfacer sus necesidades.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Lealtad	¿Tiene la intención de cambiar de proveedor que ofrece mejores precios?	4	4	4	-
Índice de Satisfacción	¿Los productos que presenta la empresa son resistentes y de buena calidad?	4	4	4	-
Variación de la Venta	¿Considera que los precios de la empresa son económicos a nivel del mercado?	4	4	4	-

Cuarta dimensión / subcategoría: Complacencia
Objetivos de la dimensión: Evaluar el desempeño y efectividad de los colaboradores con los clientes.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Compromiso	¿Usted nota el compromiso que tienen los trabajadores con la empresa?	4	4	4	-
Identificación	¿El trato del personal es de forma amable cada vez que usted frecuenta a la empresa?	4	4	4	-
Calidad	¿Considera que el servicio prestado por la empresa es de calidad?	4	4	4	-

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [x] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

 Apellidos y nombres del juez evaluador: Dr. [KERWIN JOSE CHAVEZ VERA](#)

Especialidad del evaluador: Licenciado en Administración y Dr. en Gerencia

30 de junio de 2023



 Dr. Kerwin José Chávez Vera
 C.E. 00365824
 Docente Investigador

Anexo 6

Expertos asignados para la validación del instrumento

Apellidos y Nombres	Grado Académico	Resultado
Calanchez Urribarri África del Valle	Doctora	Válido
Chávez Vera Kerwin José	Doctor	Válido
Quispe Medina Wilber	Doctor	Válido

Nota. *Elaboración propia.*

Anexo 7

Confiabilidad de la variable Gestión de Procesos de Calidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,824	15

Nota: Elaboración propia con SPSS 21

Confiabilidad de la variable Satisfacción del Cliente

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,870	15

Nota: Elaboración propia con SPSS 21

Anexo 8

Prueba de normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de procesos Calidad	0,636	40	0,000
Satisfacción del Cliente	0,491	40	0,000

Nota: *Elaboración propia con el programa SPSS.*

Anexo 9





[CADM] Envío recibido

Externo

Recibidos x



Revista Ciencias Administrativas <info@revistas.unlp.edu.ar>
para mí ▾

dom, 5 nov, 23:47 (hace 23 horas) ☆ ↶ ⋮

Henry Alberto Aponte Noa:

Gracias por enviarnos su manuscrito "LA GESTIÓN DE PROCESOS DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE" a Ciencias Administrativas. Gracias al sistema de gestión de revistas online que usamos podrá seguir su progreso a través del proceso editorial identificándose en el sitio web de la revista:

URL del manuscrito: <https://revistas.unlp.edu.ar/CADM/authorDashboard/submission/16001>

Nombre de usuario/a: henry16

Si tiene cualquier pregunta no dude en contactar con nosotros/as. Gracias por tener en cuenta esta revista para difundir su trabajo.

Revista Ciencias Administrativas

Equipo Editorial Revista Ciencias Administrativas

<https://revistas.unlp.edu.ar/CADM>

Por favor, no dude en ponerse en contacto si tiene alguna pregunta o inquietud: revistacadm@econo.unlp.edu.ar.