



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

**Gestión de Procesos y Satisfacción del Cliente externo de  
Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital 2021**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciada en Administración**

**AUTORA:**

Palomino Tello, Edith Giovanna (ORCID: 0000-0001-6323-9172)

**ASESORA:**

Dra. Flores Fernández, Mileydi (ORCID: 0000-0002-6257-1795)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

**LIMA - PERÚ**

**2021**

### **Dedicatoria**

La presente tesis es un esfuerzo más que involucró tiempo merecido a mi familia, es por ello que dedico este trabajo principalmente a mi hija Dianira, quien es la razón y fuerza en mi vida.

### **Agradecimiento**

A Dios, mi familia y a los maestros(as) quienes me apoyaron con brindarme el tiempo necesario de enseñanza y confianza para realizar la presente tesis.

## Índice de Contenidos

|                                       |     |
|---------------------------------------|-----|
| Carátula .....                        | i   |
| Dedicatoria.....                      | ii  |
| Agradecimiento.....                   | iii |
| Índice de Contenidos.....             | iv  |
| Índice de tablas .....                | v   |
| Índice de figuras .....               | vii |
| Abreviaturas.....                     | ix  |
| RESUMEN .....                         | x   |
| ABSTRACT.....                         | xi  |
| I. INTRODUCCIÓN .....                 | 1   |
| II. MARCO TEÓRICO .....               | 6   |
| III. METODOLOGÍA.....                 | 21  |
| IV. RESULTADOS.....                   | 28  |
| V. DISCUSIÓN .....                    | 60  |
| VI. CONCLUSIONES .....                | 64  |
| VII. RECOMENDACIONES .....            | 67  |
| VIII. PROPUESTAS DE INTERVENCIÓN..... | 69  |
| REFERENCIAS .....                     | 71  |
| ANEXOS .....                          | 102 |

## Índice de tablas

|          |   |    |
|----------|---|----|
| Tabla 01 | Escala de medición del alfa de Cronbrach .....                | 76 |
| Tabla 02 | Confiabilidad Total de los instrumentos .....                 | 76 |
| Tabla 03 | Confiabilidad de Variable N° 01: Gestión de Procesos .....    | 76 |
| Tabla 04 | Confiabilidad de Variable N° 02: Gestión de Procesos .....    | 76 |
| Tabla 05 | Frecuencia de Información Sociodemográfica N° 01 .....        | 77 |
| Tabla 06 | Frecuencia de Información Sociodemográfica N° 02 .....        | 77 |
| Tabla 07 | Frecuencia de Información Sociodemográfica N° 03 .....        | 78 |
| Tabla 08 | Frecuencia de Información Sociodemográfica N° 04 .....        | 78 |
| Tabla 09 | Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 01 ..... | 79 |
| Tabla 10 | Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 02 ..... | 79 |
| Tabla 11 | Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 03 ..... | 80 |
| Tabla 12 | Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 04 ..... | 80 |
| Tabla 13 | Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 05 ..... | 81 |
| Tabla 14 | Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 06 ..... | 81 |
| Tabla 15 | Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 07 ..... | 82 |
| Tabla 16 | Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 08 ..... | 82 |
| Tabla 17 | Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 09 ..... | 83 |
| Tabla 18 | Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 10 ..... | 83 |
| Tabla 19 | Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 11 ..... | 84 |
| Tabla 20 | Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 12 ..... | 84 |
| Tabla 21 | Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 13 ..... | 85 |
| Tabla 22 | Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 14 ..... | 85 |
| Tabla 23 | Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 15 ..... | 86 |
| Tabla 24 | Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 16 ..... | 86 |
| Tabla 25 | Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 17 ..... | 87 |
| Tabla 26 | Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 18 ..... | 87 |
| Tabla 27 | Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 19 ..... | 88 |
| Tabla 28 | Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 20 ..... | 88 |
| Tabla 29 | Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 21 ..... | 89 |
| Tabla 30 | Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 22 ..... | 89 |
| Tabla 31 | Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 23 ..... | 90 |

|          |   |    |
|----------|---|----|
| Tabla 32 | Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 24 .....   | 90 |
| Tabla 33 | Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 25 .....   | 91 |
| Tabla 34 | Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 26 .....   | 91 |
| Tabla 35 | Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 27 .....   | 92 |
| Tabla 36 | Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 28 .....   | 92 |
| Tabla 37 | Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 29 .....   | 93 |
| Tabla 38 | Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 30 .....   | 93 |
| Tabla 39 | Promedio de Variable 01: Gestión de Procesos .....              | 94 |
| Tabla 40 | Promedio de Variable 02: Satisfacción del Cliente .....         | 94 |
| Tabla 41 | Promedio de Indicador 01: Entradas o “Inputs” .....             | 95 |
| Tabla 42 | Promedio de Indicador 02: Medios y Recursos .....               | 95 |
| Tabla 43 | Promedio de Indicador 03: Salidas u “Outputs” .....             | 96 |
| Tabla 44 | Promedio de Indicador 04: Sistema de control .....              | 96 |
| Tabla 45 | Promedio de Indicador 05: Alcances o Límites del Procesos ..... | 97 |
| Tabla 46 | Promedio de Indicador 06: Expectativa .....                     | 97 |
| Tabla 47 | Promedio de Indicador 07: Calidad Percibida.....                | 98 |
| Tabla 48 | Promedio de Indicador 08: Valor Percibido .....                 | 98 |
| Tabla 49 | Promedio de Indicador 09: Reclamos .....                        | 99 |
| Tabla 50 | Promedio de Indicador 10: Lealtad .....                         | 99 |
| Tabla 51 | Pruebas de normalidad.....                                      | 52 |
| Tabla 52 | Tabla del valor de correlación de Rho de Spearman .....         | 53 |
| Tabla 53 | Prueba de Hipótesis General .....                               | 54 |
| Tabla 54 | Prueba de Hipótesis Específica N° 01 .....                      | 55 |
| Tabla 55 | Prueba de Hipótesis Específica N° 02 .....                      | 56 |
| Tabla 56 | Prueba de Hipótesis Específica N° 03 .....                      | 57 |
| Tabla 57 | Prueba de Hipótesis Específica N° 04 .....                      | 58 |
| Tabla 58 | Prueba de Hipótesis Específica N° 05 .....                      | 59 |

## Índice de figuras

|   |    |
|---|----|
| <i>Figura 01.</i> Porcentaje de Información Sociodemográfica N° 01 .....        | 28 |
| <i>Figura 02.</i> Porcentaje de Información Sociodemográfica N° 02.....         | 29 |
| <i>Figura 03.</i> Porcentaje de Información Sociodemográfica N° 03.....         | 29 |
| <i>Figura 04.</i> Porcentaje de Información Sociodemográfica N° 04.....         | 30 |
| <i>Figura 05.</i> Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 01 ..... | 30 |
| <i>Figura 06.</i> Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 02.....  | 31 |
| <i>Figura 07.</i> Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 03.....  | 31 |
| <i>Figura 08.</i> Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 04.....  | 32 |
| <i>Figura 09.</i> Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 05.....  | 32 |
| <i>Figura 10.</i> Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 06.....  | 33 |
| <i>Figura 11.</i> Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 07.....  | 33 |
| <i>Figura 12.</i> Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 08.....  | 34 |
| <i>Figura 13.</i> Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 09.....  | 34 |
| <i>Figura 14.</i> Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 10.....  | 35 |
| <i>Figura 15.</i> Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 11 ..... | 35 |
| <i>Figura 16.</i> Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 12.....  | 36 |
| <i>Figura 17.</i> Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 13.....  | 36 |
| <i>Figura 18.</i> Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 14.....  | 37 |
| <i>Figura 19.</i> Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 15.....  | 37 |
| <i>Figura 20.</i> Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 16.....  | 38 |
| <i>Figura 21.</i> Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 17.....  | 38 |
| <i>Figura 22.</i> Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 18.....  | 39 |
| <i>Figura 23.</i> Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 19.....  | 39 |
| <i>Figura 24.</i> Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 20.....  | 40 |
| <i>Figura 25.</i> Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 21 ..... | 40 |
| <i>Figura 26.</i> Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 22.....  | 41 |
| <i>Figura 27.</i> Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 23.....  | 41 |
| <i>Figura 28.</i> Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 24.....  | 42 |
| <i>Figura 29.</i> Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 25.....  | 42 |
| <i>Figura 30.</i> Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 26.....  | 43 |
| <i>Figura 31.</i> Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 27 ..... | 43 |

|   |     |
|---|-----|
| <i>Figura 32.</i> Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 28.....  | 44  |
| <i>Figura 33.</i> Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 29.....  | 44  |
| <i>Figura 34.</i> Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 30.....  | 45  |
| <i>Figura 35.</i> Promedio de Variable N° 01 Gestión de Procesos.....           | 45  |
| <i>Figura 36.</i> Promedio de Variable N° 02 Satisfacción del cliente .....     | 46  |
| <i>Figura 37.</i> Promedio de Indicador 01. Entradas o “Inputs” .....           | 47  |
| <i>Figura 38.</i> Promedio de Indicador 02. Medios y Recursos .....             | 47  |
| <i>Figura 39.</i> Promedio de Indicador 03. Salidas u “Outputs” .....           | 48  |
| <i>Figura 40.</i> Promedio de Indicador 04. Sistema de Control .....            | 48  |
| <i>Figura 41.</i> Promedio de Indicador 05. Alcances o Límites del Proceso..... | 49  |
| <i>Figura 42.</i> Promedio de Indicador 06. Expectativa .....                   | 49  |
| <i>Figura 43.</i> Promedio de Indicador 07. Calidad Percibida .....             | 50  |
| <i>Figura 44.</i> Promedio de Indicador 08. Valor Percibido .....               | 50  |
| <i>Figura 45.</i> Promedio de Indicador 09. Reclamos o Quejas .....             | 51  |
| <i>Figura 46.</i> Promedio de Indicador 10. Lealtad .....                       | 51  |
| <i>Figura 47.</i> Modelo de Proceso .....                                       | 100 |
| <i>Figura 48.</i> Gestión por Procesos .....                                    | 100 |
| <i>Figura 49.</i> Modelo ACSI .....   | 101 |
| <i>Figura 50.</i> Modelo The Acsi .....   | 101 |



## **Abreviaturas**

|          |  |
|----------|--|
| ACSI:    | American Customer Satisfacción Index.                                |
| CEEI CV: | Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana. |
| EE.UU:   | Estados Unidos.  |
| PDF:     | Portable Document Format   |
| SPSS:    | Statistical Package for Social Sciences.                             |

## RESUMEN

En la presente investigación de tesis se señala como objetivo principal establecer la relación entre Gestión de Procesos y la Satisfacción del Cliente externo del área de Operaciones Web de la empresa Credicorp Capital 2021.

Por consiguiente, el método de la investigación fue el método científico, el procedimiento metodológico fue la Hipótesis, tipo de investigación fue Aplicada con un enfoque Cuantitativo, de diseño No experimental con tipo Transversal Descriptivo y el nivel fue Correlacional. La población conformada por el universo de clientes constituida por los Clientes que solicitaron vía online operaciones de Suscripción y Rescate en el mercado de valores de Fondos Mutuos a través del canal web "Vía Inversiones" y como muestra se realizó la encuesta a 50 Clientes, por consiguiente, se aplicó el diseño del muestreo No probabilístico y por conveniencia, para saber si las instrucciones del mismo fueron comprendidas de manera adecuada según los criterios antes mencionados.

Se utilizó la metodología del método ACSI y la forma de cómo fue recogido los datos para la investigación, se elaboró con un Cuestionario tipo Likert, se consideró 13 preguntas Gestión de Procesos y 17 preguntas en la Satisfacción del cliente teniendo en total de 30 preguntas.

En el procesamiento estadístico para hallar los resultados se utilizó el software SPS, en la evaluación de la confiabilidad fue utilizada el Alfa de Cronbach con 0,893 lo cual se valida que el nivel es de Muy alta fiabilidad.

En conclusión, se revisó que hubo correlación "Positiva alta" de 0,794, con significancia de 0,000, el cual, se analizó que existe relación entre la Gestión de Procesos y la Satisfacción del cliente externo.

**Palabras Clave:** proceso, gestión de procesos, satisfacción, satisfacción del cliente, modelo acsi.

## ABSTRACT

In this thesis research, the main objective is to establish the relationship between Process Management and External Customer Satisfaction of the Web Operations area of the company Credicorp Capital 2021.

Therefore, the research method was the scientific method, the methodological procedure was the Hypothesis, the type of research was Applied with a Quantitative approach, of a Non-experimental design with a Descriptive Cross-sectional type and the level was Correlational. The population made up of the universe of clients made up of Clients who requested Subscription and Redemption operations online in the Mutual Funds stock market through the web channel "Via Inversiones" and as a sample, the survey was conducted with 50 Clients, for Consequently, the non-probabilistic and convenience sampling design was applied to find out if the instructions were adequately understood according to the aforementioned criteria.

The methodology of the ACSI method was used and the way in which the data was collected for the research, it was elaborated with a Likert-type questionnaire, 13 Process Management questions and 17 questions in Customer Satisfaction were considered, having a total of 30 questions.

In the statistical processing to find the results, the SPS software was used, in the reliability evaluation the Cronbach's Alpha was used with 0.893, which validates that the level is Very high reliability.

In conclusion, it was reviewed that there was a "high positive" correlation of 0.794, with a significance of 0.000, which, it was analyzed that there is a relationship between Process Management and external customer satisfaction.

**Keywords:** process, process management, satisfaction, customer satisfaction, acsi model.

## **I. INTRODUCCIÓN**

En la actualidad, debido a la coyuntura y el estado de la pandemia Covid-19, la evolución de nuevas estrategias empresariales y la implementación de tecnologías nuevas, se han vuelto rigurosamente imprescindibles para las compañías.

La situación actual entre satisfacer los requerimientos, mantener la calidad y relación con los Clientes se ha convertido en un cambio constante, debido a la incertidumbre sanitaria, económica mundial y debe ser la misión de toda empresa brindar confianza para sus Clientes internos y externos, ya que al mejorar los servicios y productos frente a estos cambios admiten que la compañía pueda seguir coexistiendo y prosperando, de tal manera que genere ganancias para la empresa y el Cliente. Un consumidor será un leal Cliente, siempre que la empresa ofrezca servicios y productos acorde a sus necesidades. Las empresas se esfuerzan en producir servicios y productos, asimismo, se encuentran en búsqueda de mejorar la calidad. En la necesidad de satisfacer al Cliente, no sólo es importante mejorar la Gestión de Procesos, si no también evaluar la Satisfacción del Cliente, se debe investigar cuales son las nuevas necesidades de los Clientes externos o internos utilizando una investigación de mercado, el Cliente es el inicio de una estrategia de servicio.

A continuación, se procede a revisar la realidad problemática de la empresa, parte importante para el presente trabajo de investigación: Credicorp Capital Fondos Mutuos es una empresa del Grupo Credicorp, el área física se encuentra en las oficinas ubicadas en la sede de Cronos en Surco, el área específica se encuentra en Operaciones GDA, ya que se monitorea las operaciones de Suscripción y Rescate del mercado de Fondos Mutuos día a día. Es de suma importancia evaluar las Gestiones de Procesos en relación a la Satisfacción del Cliente Externo ya que, debido a la coyuntura actual por la pandemia de Covid-19 se ha visto un incremento de operaciones de rescate desde el canal web de Vía Inversiones y adicional a ello se ha incrementado los reclamos por las operaciones web. Las Consecuencias del

problema generan cambios en la decisión del Cliente de realizar operaciones por otro canal, incremento de rescates, traspasos a otros fondos con menor volatilidad, salidas a otra entidad financiera y aumento de reclamos de Clientes. De modo que al realizar la investigación traerá beneficios para la empresa al conocer las Gestiones de Procesos y la Satisfacción del Cliente Externo, de tal manera que se logre entablar una comunicación con los Clientes que tengan un nivel de insatisfacción y buscar pautas posibles para mejorar el servicio, de tal forma que se realice la fidelización del Cliente con la empresa Credicorp Capital. En cada compañía su misión debe ser el proporcionar el más alto nivel de Satisfacción posible a sus Clientes externos e internos, ya que solamente a través de sus operaciones, es que la empresa puede continuar prevaleciendo y coexistiendo.

A continuación, el general problema con la siguiente pregunta:

¿Cuál fue la “Relación” entre Gestión de Procesos y la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía web en la empresa Credicorp Capital 2021?

De tal modo que los problemas específicos hubo:

- ¿Cuál fue la relación entre las “Entradas o Inputs” y la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital 2021?
- ¿Cuál fue la relación entre los “Medios y Recursos” y la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital 2021?
- ¿Cuál fue la relación entre las “Salidas u Outputs” y la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital 2021?
- ¿Cuál fue la relación entre los “Sistema de Control” y la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital 2021?

- ¿Cuál fue la relación entre el “Alcance o Límites del Proceso” y la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital 2021?

El Objetivo General que hubo en la presente investigación fue:

“Evaluar” la relación de Gestión de Procesos y la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital 2021.

De tal modo que los objetivos específicos fueron:

- Determinar cuál fue la relación entre las “Entradas o Input” y la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital 2021.
- Determinar cuál fue la relación entre los “Medios y Recursos” y la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital 2021.
- Determinar cuál fue la relación entre las “Salidas u Outputs” y la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital 2021.
- Determinar cuál fue la relación entre el "Sistema de Control" y la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital 2021.
- Determinar cuál fue la relación entre el “Alcance o Límites del Proceso” y la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital 2021.

La Hipótesis General que hubo en la presente investigación fue:

Gestión de Procesos se “Relaciona” con la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web de la Empresa Credicorp Capital 2021.

A continuación, las hipótesis específicas fueron las siguientes:

- Las “Entradas o Inputs” se relacionan con la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital 2021.

- Los “Medios y recursos” se relacionan con la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital 2021.
- Los “Salidas u Outputs” se relacionan con la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web de la Empresa Credicorp Capital 2021.
- El “Sistema de Control” se relaciona en la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web de la Empresa Credicorp Capital 2021.
- El “Alcance o Límites del Proceso” se relaciona con la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital 2021.

En la Justificación Teórica de la presente investigación, fue aprender más sobre el Cliente, enfocándonos en Gestión de Procesos y La Satisfacción del Cliente Externo, utilizando en la investigación científica con una variedad de autores como fuente. Las Investigaciones teóricas y áreas de interés serán útiles en futuras investigaciones de estudio.

En la Justificación Práctica de la presente investigación, se realizó, porque hay la necesidad de mejorar los Procesos a la vez de conocer cómo se encuentra la Satisfacción del Cliente, lo cual brindará información a la compañía con el objetivo de mejorar los Procesos y compensar las debilidades que afectan el rendimiento de la empresa, así como identificar y resolver los reclamos y quejas en el Proceso de Gestión y atención al Cliente.

En la Justificación Social de la presente investigación, se mostró como resultado en el ámbito económico y Social, debido a que permitió a la organización a mejorar su Gestión de Procesos, tales como el servicio de calidad y la cola de Procesos, lo que permite, como una consecuencia, el aumento en la Satisfacción del Cliente externo.

En la Justificación Metodológica de la presente investigación, se utilizó, para presentar el resultado con un instrumento utilizado a través de un Cuestionario, que será aplicado en otras investigaciones como fuente de informe para mejorar el servicio de las operaciones web.

Para evaluar la presente investigación se aplicó el sistema de medición (ACSI) utilizado en América para analizar cómo se encuentra la Satisfacción del Cliente de una compañía. Este trabajo, analizará las respuestas por la Gestión de Procesos por las operaciones vía Web; luego evaluará cómo se encuentra La Satisfacción del Cliente Externo al utilizar el servicio por el canal Web y finalmente, como alcanzar la preferencia de los Clientes mejorando los factores que se muestran en el desarrollo en las gestiones de Procesos y los factores de “Satisfacción del Cliente Externo” que se presenten al analizar las encuestas estadísticamente.



## II. MARCO TEÓRICO

Toda investigación científica se debe sostener con un conocimiento previo, el trabajo presente se emite por referencias científicas por lo tanto se presenta las siguientes investigaciones quienes comparten las “02 Variables” en investigación por “Gestiones de Procesos y la Satisfacción del Cliente” y tomando como referencia los siguientes antecedentes de tesis nacionales:

**Atoche, L; Reyna, J.** (Trujillo 2019) En su tesis se relacionó los siguientes detalles, OBJETIVO: Determinar el impacto en la Gestión por Procesos con la Satisfacción del Cliente. METODOLOGIA: Investigación tipo Aplicada, diseño como No experimental con el tipo como Transversal y nivel fue Correlacional. Con población finita y una muestra de 384 Clientes. CONCLUSIONES: Se determino que, los efectos del Proceso de Gestión en la Satisfacción del Cliente son negativos.

**Avendaño, Y.** (Ate 2020) En su tesis se indicó los siguientes detalles, OBJETIVO: Establecer la relación entre Gestión de Procesos y la Satisfacción del Cliente. METODOLOGIA: Procedimiento Hipotético deductivo, tipo Aplicada y enfoque como Cuantitativo, diseño fue No experimental con tipo Transversal, y el nivel fue Correlacional. En la población fue finita y muestra con 50 Clientes. CONCLUSIONES: Se estableció que, una mejor Gestión de los Procesos, mejor fue la Satisfacción del Cliente.

**García, A.** (Tarapoto 2016) En su tesis se reveló los siguientes detalles, OBJETIVO: Establecer la relación entre Gestión de Procesos por las reclamaciones y la Satisfacción del Cliente. METODOLOGIA: Diseño fue No experimental con tipo Descriptivo y nivel fue Correlacional. La Población de 9517 Clientes y muestra de 366 Clientes. CONCLUSIONES: Se determinó que existe una relación entre la Gestión de Procesos de Reclamos y la Satisfacción de Clientes.

**Guevara, K.** (Callao 2019) En su tesis se enfatizó los siguientes detalles, OBJETIVO: Señalar la correlación entre los Procesos y Satisfacción del Cliente. METODOLOGIA: La Investigación fue de tipo Aplicada con un enfoque Cuantitativo, de diseño No experimental con tipo Transversal y nivel Correlacional. La población y muestra de 24 Clientes. CONCLUSIONES: Se determinó que los Procesos de las operaciones en la empresa se correlacionan con la Satisfacción del Cliente.

**Julcarima, E.** (Lima 2017) En su tesis se sostuvo los siguientes detalles, OBJETIVO: Establecer el nivel de Satisfacción del Cliente en el Proceso de comercialización. METODOLOGIA: Procedimiento Hipotético deductivo, tipo Básica, el diseño fue No experimental con tipo Transversal Descriptivo. En la Población fue de 03 empresas y muestra de 150 Clientes. CONCLUSIONES: Se estableció que los Clientes tienen un como nivel intermedio de Satisfacción.

**Martinez, D.** (Carabayllo 2018) En su tesis se dedujo los siguientes detalles, OBJETIVO: Establecer cuál fue la relación entre la Gestión por Procesos con la Satisfacción del contribuyente. METODOLOGIA: Procedimiento Hipotético deductivo y enfoque Cuantitativo. La Población fue finita y una muestra de 170 contribuyentes. CONCLUSIONES: Se pudo determinar que hay una relación entre Gestión por Procesos con Satisfacción del contribuyente.

**Napán, M.** (Breña 2017) En su tesis se propuso los siguientes detalles, OBJETIVO: Establecer como es la relación del Proceso logístico y la Satisfacción del Cliente interno de la compañía. METODOLOGIA: Procedimiento hipotético deductivo, tipo Descriptivo con un enfoque Cuantitativo, en el diseño se implementó como No experimental y con tipo Transeccional descriptivo y el nivel fue correlacional causal. Población de 175 Clientes internos y muestra de 120 Clientes internos. CONCLUSIONES: Se determinó que, el Proceso logístico de la compañía se relaciona con la Satisfacción del Cliente interno.

**Oliva, J.** (Jaén 2017) En su tesis se declaró los siguientes detalles, OBJETIVO: Proponer la mejora del Proceso de distribución para Satisfacción del Cliente. METODOLOGIA: Investigación tipo Aplicada, el diseño fue implementado como No experimental con el tipo Transversal Descriptivo. En la Población y muestra de 92 empresas. CONCLUSIONES: Se determinó que, si hay una gran relación de Satisfacción con la Gestión de servicio brindado por la compañía.

**Perales, R.** (Callao 2019) En su tesis se argumentó los siguientes detalles, OBJETIVO: Establecer como es la relación del Proceso Operativo con la Satisfacción del Cliente. METODOLOGIA: La investigación fue de tipo Aplicada, con un enfoque implementado como Cuantitativo, diseño fue No experimental y nivel dado como Correlacional. La Población estuvo compuesta por 123 Clientes y una muestra parcial de 31 Clientes. CONCLUSIONES: Se determinó que, si se realiza una buena Gestión de Proceso operativo, se tendrá al Cliente satisfecho.

**Trujillo, D.** (Rioja 2019) En su tesis se postuló los siguientes detalles, OBJETIVO: Fue establecer como es la relación entre el Proceso Logístico y la Satisfacción del Cliente. METODOLOGIA Investigación fue de tipo Básico con enfoque cuantitativo, de diseño fue No experimental y con tipo Transversal. La Población estuvo compuesta por 396 Clientes y una muestra de 195 Clientes. CONCLUSIONES: Se determinó que hubo una relación positiva entre la logística de los Procesos y la Satisfacción del Cliente.

**Utia, L.** (Ate 2020) En su tesis se describió los siguientes detalles, OBJETIVO: Fue señalar cómo es la relación entre La Gestión por Procesos y la Satisfacción de los Usuarios. METODOLOGIA: Investigación tipo Aplicada con enfoque Cuantitativo, de diseño No experimental con tipo Transversal y el nivel fue Correlacional. La Población fue finita y muestra de 50 Clientes. CONCLUSIONES: Se determinó que si existe relación entre la Gestión por Procesos y la Satisfacción de los usuarios de la compañía.

Se presenta a continuación como referencia los trabajos de investigación correspondientes a los antecedentes de tesis internacionales:

**Cobos, J; Medina, M.** (Ecuador 2016) En su tesis se consideró los siguientes detalles, OBJETIVO: Plantear un sistema de Gestión de Calidad para Procesos. METODOLOGIA Investigación con el análisis FODA, diagrama con Pareto. La Población fue finita y una muestra de 04 tipos de Clientes. CONCLUSIONES: 04 Propuestas, La determinación de políticas y el rediseño de la organización, desarrollo de mapas de Procesos, reducir la documentación y un Blog web de atención al Cliente.

**Peñañiel, C.** (Ecuador 2018) En su tesis se relacionó los siguientes detalles, OBJETIVO: Determinar la relación de Gestión de Procesos de la compañía con la Satisfacción de los Socios. METODOLOGIA: Investigación con enfoque Cuantitativo. Población total de 05 Cooperativas y muestra de 387 socios. CONCLUSIONES: Se comprueba que hay falta de influencia de la Gestión de Procesos y seguimiento sobre la Satisfacción y enfoque en el Cliente. Se dieron estrategias para poder mejorar el servicio al Cliente de la compañía.

**Vivanco, S.** (Ecuador 2019) En su tesis se indicó los siguientes detalles, OBJETIVO: Determinar cómo se desarrolla la Gestión por Procesos en los hospitales y el impacto con la Satisfacción de los usuarios. METODOLOGIA: La Investigación se aplicó el tipo Descriptivo con un enfoque mixto entre el cuantitativo y el cualitativo, tipo Transversal y nivel Correlacional. Con una Población de 11 hospitales colaboradores y con una muestra de 384 pacientes. CONCLUSIONES: Se desarrolló una propuesta como estrategia para poder incrementar la mejor Satisfacción de los usuarios de los hospitales.

Se presenta a continuación como referencia los trabajos de investigación correspondientes a los artículos científicos internacionales:

**Fayos, T; Moliner, B; Ruiz, M.** (España 2015) En su artículo se reveló los siguientes detalles, OBJETIVO: Validar si se está cumpliendo el contexto en el comercio y analizar cómo es que puede variar según la experiencia del Cliente externo. METODOLOGIA: Investigación tipo Descriptivo, diferencia de medias y análisis de varianza. Población: Personas mayores de 18 años y muestra de 304 Clientes. CONCLUSIONES: Se validó que no se cumple el contexto y que la diferencia entre la Satisfacción percibida antes y después del problema está netamente muy relacionada.

**Kido, M; Díaz, I; Kido, A.** (México 2018) En su artículo se enfatizó los siguientes detalles, OBJETIVO: Evaluar cómo se relaciona la Satisfacción de los Clientes e identificar los factores que determinan el contexto. METODOLOGIA: Investigación tipo Descriptivo y de observación, no participante, de análisis y enfoque Cuantitativo. Con Población en 02 zonas. CONCLUSIONES: Se valida que el Cliente si se encuentra con Satisfacción, encontrando áreas vistas como oportunidad y poder desarrollar las gestiones de mejorar la calidad de servicio.

**Mejías, A; Godoy, E; Piña, R.** (Venezuela 2018) En su artículo se sostuvo los siguientes detalles, OBJETIVO: Evaluar la impresión de la calidad del servicio con la Satisfacción de Clientes. METODOLOGIA: Investigación tipo Caso de estudio. Población de 390 Clientes y muestra de 194 Clientes. CONCLUSIONES: Se valido que si existe relación importante entre la calidad de servicio con la Satisfacción del Cliente externo.

**Paredes, A; Velázquez, M.** (México 2018) En su artículo se dedujo los siguientes detalles, OBJETIVO: Fue Determinar el nivel de la Satisfacción de los usuarios. METODOLOGIA: El implementado fue el Diseño No experimental y con tipo Transversal. La Población finita en tres medios de transporte. CONCLUSIONES: Se determinó que, los usuarios de transporte no se encuentran satisfechos, ya que, los transportes no han cubierto sus expectativas respecto a la calidad del servicio, personalización del servicio y la confiabilidad del servicio.

**Peñaranda, A; Quijano, P. Thomas, S.** (España 2019) En su artículo se propuso los siguientes detalles, OBJETIVO: Fue Determinar cómo se encuentra el nivel dado en la Satisfacción del Cliente. METODOLOGIA: Investigación tipo Descriptivo y de Campo con enfoque Cuantitativa, Inferencial y tipo Explicativo. Población finita de Clientes y muestra de 381 y 91 empleados. CONCLUSIONES: Se determinó que, no hay buena Satisfacción laboral y se recomienda realizar un estudio sobre la teoría de cola para poder analizar y enfocarse en las fallas al dar el servicio al Cliente.

**Romero, A; Álvarez, G; Álvarez, S.** (Ecuador 2018) En su artículo se declaró los siguientes detalles, OBJETIVO: Evaluar la Satisfacción del Cliente en la compañía. METODOLOGIA: La Investigación fue de tipo Descriptivo con enfoque Mixto tanto cuantitativo como cualitativo. Población de 03 empresas y muestra de 344 Clientes. CONCLUSIONES: Se validó que, 39% de los Clientes tienen insatisfacción, por lo que esta empresa debe implementar acciones de mejora de manera inmediata.

**Sánchez, S; Rodríguez, G.** (Colombia 2017) En su artículo se argumentó los siguientes detalles, OBJETIVO: Fue realizar la medición de la Eficiencia de las unidades que se encargan de la Gestión de Proceso en el área de Crédito. METODOLOGIA: Investigación Descriptivo y Conceptual de Programación lineal. Población y muestra de 40 unidades financieras. CONCLUSIONES: Se determinó que, de las 40 unidades financieras, las bancas con mejor eficiencia fueron 02, las zonas más eficientes fueron 02, la banca más ineficiente fue 01 y la zona con el peor desempeño se encontró en la Costa.

Se presenta a continuación como referencia los trabajos de investigación correspondientes a los artículos científicos internacionales en inglés (traducido al español):

**Agarwal, R; Mehrotra, A.** (India 2017) En su artículo se postuló los siguientes detalles, OBJETIVO: Evaluar el nivel en la Satisfacción de los Clientes en relación a los servicios de la compañía de servicio. METODOLOGIA: Investigación tipo Descriptivo, tipo Explicativos con enfoque Cuantitativa y de campo. En la Población fue la misma que la muestra con 500 Clientes. CONCLUSIONES: Se determinó que, los Clientes si se encuentran satisfechos con los servicios de la plataforma.

**Alqahtani, S; Farraj, H.** (Arabia Saudita 2016) En su artículo se describió los siguientes detalles, OBJETIVO: Determinar las percepciones de los Clientes al seleccionar un proveedor de servicios móviles. METODOLOGIA: Investigación fue de tipo Aplicada con un enfoque como cuantitativo, diseño No experimental. Población finita y muestra de 452 usuarios. CONCLUSIONES: Se determino que, los Clientes están satisfechos con el servicio.

**Angnes, D; Mello, C; Bertinetti, J.** (Brasil 2015) En su artículo se consideró los siguientes detalles, OBJETIVO: Validar un modelo sobre la Satisfacción del Cliente para el entorno de los servicios. METODOLOGIA: Investigación tipo Descriptivo, método Cualitativo, diseño Exploratorio con enfoque cualitativo basado en el modelo ACSI. Con una Población y a la vez muestra de 342 Clientes. CONCLUSIONES: Se validó que, la relación, calidad y el valor percibido influyen mucho en la lealtad y Satisfacción del Cliente.

**Arefi, M; Tavakoli, G; Heidari, O; Lashkajani, M.** (Irán 2016) En su artículo se relacionó los siguientes detalles, OBJETIVO: Diseñar un modelo conceptual para las organizaciones de fabricación para medir la Satisfacción del Cliente. METODOLOGIA: Investigación con enfoque Mixto (cuantitativos y cualitativos). CONCLUSIONES: "Se implemento el modelo de Satisfacción del Cliente en la práctica podría recibir retroalimentación para mejorar el modelo."

**Belkadi, E.** (Marruecos 2017) En su artículo se indicó los siguientes detalles, OBJETIVO: Determinar los impulsores de Satisfacción de la población y la relación entre la percepción de la Satisfacción del consumidor, la calidad y la confianza entre los residentes. METODOLOGIA: La Investigación fue de tipo Caso de estudio y el Modelo de Satisfacción ACSI. Población y muestra de 294 residentes. CONCLUSIONES: Se Determina que, la calidad de los servicios determina el nivel de calidad percibida por el residente.

**Ghosh, D; Ray, N.** (India 2017) En su artículo se reveló los siguientes detalles, OBJETIVO: Fue evaluar la medición de la Satisfacción del Cliente con un enfoque en la creación de valor basado en la lógica dominante de servicio. METODOLOGIA: Investigación con enfoque Mixto tanto cuantitativos como cualitativos. Cuya Población y muestra fue de 120 Cliente. CONCLUSIONES: Se determinó que en la calidad del servicio que ofrece la compañía es uno de los importantes factores en los bancos de cada sector privado.

**Parvin, A.** (Bangladesh 2018) En su artículo se enfatizó los siguientes detalles, OBJETIVO: Determina la Satisfacción general de los Clientes con los servicios. METODOLOGIA: Investigación fue de tipo Aplicada y diseño No experimental y tipo Descriptivo. Cuya Población fue finita y una muestra de 200 Clientes. CONCLUSIONES: Se determina que los Clientes están satisfechos con el uso de este servicio dinámico.

**Rongali, A.** (India 2017) En su artículo se sostuvo los siguientes detalles, OBJETIVO: Investigación empírica de la Satisfacción del Cliente de los servicios de compras en línea. METODOLOGIA: Investigación tipo Descriptivo y nivel correlacional. Tuvo como Población y a la vez muestra de 100 personas. CONCLUSIONES: Se determina la necesidad de innovar y trabajar para hacerlo más confiable para cada y grupo de personas.

**Sadeghi, M.** (Irán 2017) En su artículo se dedujo los siguientes detalles, OBJETIVO: Identificar los factores eficientes entre la Gestión de recursos



humanos y la Satisfacción del Cliente. METODOLOGIA: Diseño No experimental con tipo estudio de caso y enfoque cuantitativo. Población de 290 empleados y muestra de 120 empleados. CONCLUSIONES: Se logra presentar un modelo para comprender los factores, que conducen a un cambio cultural asociado a la producción de Lean.

**Sertel, E.** (Turquía 2017) En su artículo se propuso los siguientes detalles, OBJETIVO: Definir como es la relación entre la Satisfacción del Cliente, la lealtad y la competencia financiera. METODOLOGIA: Investigación tipo Descriptivo y nivel correlacional. Cuya Población fue de 465 y una muestra de 414 Clientes. CONCLUSIONES: Se determino el resultado positivo de calidad del servicio en la Satisfacción, así como en la lealtad del Cliente.

**Shahraki, A.** (Irán 2014) En su artículo se declaró los siguientes detalles, OBJETIVO: Se enfoco en Evaluar la Satisfacción del Cliente sobre la calidad del servicio bancario. METODOLOGÍA: Investigación tipo Descriptivo y nivel correlacional. Población finita. CONCLUSIONES: Se evaluó que, al aumentar la calidad de los servicios, la Satisfacción de los Clientes aumentará.

**Vasić, N; Kilibarda, M; Kaurin, T.** (Serbia 2019) En su artículo se argumentó los siguientes detalles, OBJETIVO: Fue Determinar cómo es la relación entre la Satisfacción del Cliente y los determinantes de las compras en línea. METODOLOGIA: Investigación tipo Descriptivo y nivel correlacional. La Población fue determinada con 400 Clientes y una muestra de 328 Clientes. CONCLUSIONES: Se valido que, los determinantes evaluados de la compra en línea son adecuados y están relacionados con la Satisfacción de los Clientes.

Posteriormente para la investigación se consideró los siguientes conceptos y teorías por contener un importante aporte acerca de “Gestión de Procesos” y la “Satisfacción del Cliente”:

### **Definición de Gestión de Procesos**

Desde el punto de vista de **Contreras, F; Olaya, J; Matos, F.** (2017 p.17) relacionó que, se centra en todos los Procesos de atención a la Satisfacción del Cliente, la eficiencia, la productividad, sociales o económicos, describiendo los necesarios Procesos que deben ser completados por la organización a generar productos y servicios.

En la opinión de **Junta Castilla y León** (2012 p.40) indicó que, es un modelo de Gestión que realiza una organización como unos Procesos relacionados con el propósito de poder lograr una buena calidad en la compañía y finalmente la Satisfacción del Cliente (**Ver Figura 47**).

### **Dimensiones de Gestión de Procesos**

Dicho con palabras de **Junta Castilla y León** (2012 p.17) reveló que, cada dimensión referente a la variable de Gestión de Procesos va a ser establecida por: 1. Entradas o Inputs, 2. Medios y recursos, 3. Salidas u Outputs, 4. Sistema de Control y 5. Alcance o Límites del Proceso (**Ver figura 48**).

- **Dimensión 1: Entradas o Inputs**

Como afirma **Becerra, F; Andrade, A; Díaz, L.** (2019 p. 12) enfatizó que, son las piezas de información necesarias para completar el Proceso.

Según **Junta Castilla y León** (2012 p.17) enfatizó que, vienen desde el distribuidor del Proceso y deben reconocer los criterios de aceptación. Estas entradas podrían brindar información de un interno suministrador, tales como una diferente unidad de administración y Gestión.

- **Dimensión 2: Medios y recursos**

Desde la posición de **Becerra, F; Andrade, A; Díaz, L.** (2019 p. 12) sostuvo que, la infraestructura y el entorno laboral son ejemplos de Medios y Recursos.

A juicio de **Junta Castilla y León** (2012 p.17) dedujo que, un personal calificado; software y hardware apropiados; y suficiente documentación y la información que procesar y cuando a entregar el resultado al siguiente Proceso.

- **Dimensión 3: Salidas u Outputs**

A juicio de **Becerra, F; Andrade, A; Díaz, L.** (2019 p. 12) propuso que, para generar una salida, los Procesos consumen o requiere todo de los materiales o la información de que el Proceso requiere. Pueden ser dos grupos: Aquellos que son consumidos por cada repetición (gastan) y aquellos que se utilizan para más de una repetición (amortizan).

Empleando las palabras de **Junta Castilla y León** (2012 p.17) declaró que, son servicios o productos formados por el Proceso que se ofrece al Cliente de acuerdo a los requerimientos que este exige con respecto al “Output”.

- **Dimensión 4: Sistema de Control**

Empleando las palabras de **Junta Castilla y León** (2012 p.17) argumentó que, consiste en grupo de indicadores y medidas por el desempeño del Proceso, así como el nivel del Proceso hacia la Satisfacción de los Clientes internos y externos para la compañía.

- **Dimensión 5: Alcance o Límites del Proceso**

Como lo hizo notar **Becerra, F; Andrade, A; Díaz, L.** (2019 p. 12) postuló que, determina las actividades iniciales y finales del Proceso.

Como expresó **Junta Castilla y León** (2012 p.17) describió que, definen en el Proceso de inicio y fin. El Proceso debe iniciar con la personalización de las expectativas y necesidades del Cliente y culminar con la Satisfacción de esas necesidades y expectativas.

### **Indicadores de Gestión de Procesos**

Como expresó **Junta Castilla y León** (2012 p. 17) consideró que, los indicadores son los siguientes según la Dimensión:

- Indicadores de la Dimensión 1: Materiales y La información
- Indicadores de la Dimensión 2: Personal cualificado, Hardware adecuado, Software adecuado y Documentos e información.
- Indicadores de la Dimensión 3: Productos y Servicios.
- Indicadores de la Dimensión 4: Rendimiento del Proceso y Orientación del Proceso.
- Indicadores de la Dimensión 5: Necesidades y expectativas del Cliente y Satisfacción efectiva del Cliente

A continuación, se detallará los conceptos de la variable Satisfacción del Cliente:

### **Definición de la Satisfacción del Cliente**

Con base en **Contreras, F; Olaya, J; Matos, F.** (2017 p.70) relacionó que, las prioridades para una organización indica el modelo donde se cumpla los objetivos, en medida en que se lograba hacer seguimiento desde los indicadores de la Satisfacción, permitiendo el éxito de los resultados.

Teniendo en cuenta a **Guadarrama, E; Rosales, E.** (2015 p.322) indicó que, en los estudios de mercado implica costes, pero no siempre indicaba una reducción en la rentabilidad en la empresa.

Como dijo **Evans, J; Lindsay, W.** (2008 p.154) reveló que, la empresa debe analizar cuáles son las necesidades de los Clientes, desarrollar las gestiones de producción y servicios para ser cumplidas y medir los resultados de mejora continua.

Desde el punto de vista de **Junta Castilla y León** (2012 p.41) enfatizó que, todo Proceso debe estar orientado a la Satisfacción de los Clientes, mediante un Proceso que permita establecer los requisitos básicos dirigidos a la Satisfacción del Cliente.

En la opinión de **Evans, J; Lindsay, W.** (2008 p. 158) sostuvo que, el modelo econométrico implementado por ACSI relaciona la variable Satisfacción con 05 factores.

Dicho con palabras de, **El American Customer Satisfaction Index. Índices de Satisfacción del Cliente** (2021) dedujo que, es la medida utilizada por el Cliente para medir la Satisfacción, como un complemento a tradicionales medidas de la economía, el ACSI mide la calidad de la producción. Esta estratégica económica como indicador se basa en la medición de la calidad sobre los bienes y servicios adquiridos en EE.UU y producidos por empresas a nivel mundial con importante participación (**Ver figura 49 y 50**).

### **Dimensiones en la Variable “Satisfacción del Cliente”**

Como afirmó **Paredes, A; Velázquez, M.** (2018 p.125) propuso que, cada dimensión correspondiente a la variable de Satisfacción del Cliente va a ser establecida por: 1. Expectativa, 2. Calidad Percibida, 3. Valor Percibido, 4. Reclamos o Quejas y 5. Lealtad.

- **Dimensión 1: Expectativa**

Desde la posición de **CEEI CV** (2008 p.10) declaró que, las expectativas se basan en experiencias previas, por comentarios de amigos, por información dada por el proveedor e información sobre la empresa y sus competidores. Si las expectativas se fijan demasiado alta, es muy probable que el Cliente no estará satisfecho. Si se fijan demasiado baja, la empresa no podrá ser capaz de atraer a más Clientes, pero luego podrá satisfacer a los que consideren su oferta y la puedan elegir.

Son posicionamientos que el Cliente mantiene como base de conocimiento de la empresa al adquirir un servicio o productos de la compañía.

- **Dimensión 2: Calidad Percibida**

A juicio de **Guadarrama, E; Rosales, E.** (2015 p. 322) argumentó que, es una competitividad para todas las ocupaciones de la empresa.

La calidad percibida resulta de un Proceso de calidad por el que las expectativas del Cliente fueron comparando sus expectativas con lo que reciben por parte del servicio de la empresa.

- **Dimensión 3: Valor Percibido**

Empleando las palabras de **Guadarrama, E; Rosales, E.** (2015 p.322) postuló que, se basa en cuatro factores: beneficios, necesidades y el nivel de relación desde el Cliente. Otra manera para el Cliente para que pueda obtener el Valor es para reducir costes, no sólo los precios, sino también minimizando los temores y dudas en el momento de la compra, ayudando, escuchando, y reducir su temor y sin el uso de presión.

Será distinto para cada persona, es el resultado de la comparación de la percepción y la expectativa del consumidor si la percepción es baja la con respecto a las expectativas entonces el Cliente no estará satisfecho, en cambio, si en la percepción y la expectativa llegan a ser iguales el Cliente lo considera justo, así mismo si la percepción es mucho mayor que las expectativas del Cliente entonces se encontrarán muy satisfecho.

- **Dimensión 4: Reclamos o Quejas**

Como lo hizo notar **Guadarrama, E; Rosales, E.** (2015 p.322) describió que, si los Reclamos o Quejas se resuelve por la empresa, el Cliente puede retornar y da una recomendación mejor que antes, incluso antes de haber presentado una queja. Las Quejas deben ser vistos como oportunidades para la mejora y la lealtad del Cliente, porque cuando un Cliente realiza una queja, está interesado en la compañía.

Según ACSI (2021) indica que, Se miden como porcentaje de todas las Encuestas que indican que un Cliente se ha quejado a una empresa directamente sobre un producto o servicio dentro de un período determinado.

Es importante para toda empresa que las quejas recibidas por parte del Cliente deben ser atendidas de forma muy empáticamente posible.

- **Dimensión 5: Lealtad**

Como expresó **Guadarrama, E; Rosales, E.** (2015 p.322) consideró que, se incluye una buena actitud para volver a comprar o adquirir los servicios de la compañía.

Con base en **Evans, J; Lindsay, W.** (2008 p.19) relacionó que, la Lealtad del Cliente en orden a cumplir o exceder las expectativas, las empresas deben entender los aspectos de sus servicios y productos que contribuyen valor y generar la Satisfacción y la lealtad del Cliente.

La lealtad de los Clientes son la confianza que depositan en la empresa y por ende generan la fidelización del Cliente con la empresa.

### **Indicadores de Satisfacción del Cliente**

Teniendo en cuenta a **Paredes, A; Velázquez, M.** (2018 p.125) indicó que, los indicadores son los siguientes según la Dimensión:

- Indicadores de la Dimensión 1: Expectativa General, Expectativa personalizada y Confianza.
- Indicadores de la Dimensión 2: Calidad General, Calidad personalizada y Confianza.
- Indicadores de la Dimensión 3: Calidad sobre Precio, Precio sobre Calidad y Confianza.
- Indicadores de la Dimensión 4: Tratamiento de Quejas, Tiempo de Espera y Respuesta.
- Indicadores de la Dimensión 5: Intención de Recompra, Elasticidad de Precio y Confianza.

### III. METODOLOGÍA

La Metodología para la presente investigación se desarrolló con el “Método Científico”. El procedimiento metodológico utilizado fue el “Hipotético deductivo”, ya que se empezó planteando la hipótesis para obtener las conclusiones.

Desde el punto de vista de **Bernal, C.** (2016 p.70) relacionó que, el método científico se trata del conjunto de enunciados, normas y medidas en el análisis y la solución de las temáticas de investigación, generalizados por la asociación científica. Se manifiesta que, en el grupo de instrucciones utilizando instrumentos o técnicas puede solucionar un problema en la investigación.

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

##### Tipo de investigación:

- El tipo de investigación implementado fue la “Investigación Aplicada”; en la opinión de **Avendaño, Y.** (2020 p.13), indicó que, cuyo propósito es buscar soluciones a problemas concretos y pueda ser aplicada en otras investigaciones de interés.
- El enfoque de estudio utilizado fue “Cuantitativo”; dicho con palabras de **Bernal, C.** (2016 p.90) reveló que, el método de la investigación Cuantitativa o Tradicional, se fundamenta en la medición numérica para estudiar un problema y de ello obtener una conclusión.

##### Diseño de investigación:

- El diseño implementado fue “No Experimental”; como afirmó **Avendaño, Y.** (2020 p.13) enfatizó que, se basa en las variables, conceptos y contextos de la investigación sin necesidad de que el investigador pueda modificar el trabajo de investigación. Este diseño se utilizará para realizar los estudios de investigación de hechos reales sobre un tiempo determinado.



- El tipo de investigación fue “Transversal Descriptivo”; desde la posición de **Bernal, C.** (2016 p.145) sostuvo que, la información se obtiene una única vez y en determinada fecha.
- El nivel de investigación fue “Correlacional”, a juicio de **Bernal, C.** (2016 p.147) dedujo que, tiene como fin evaluar cual es la relación entre las citadas variables de la población estudiada y tiene como estructura de información las bases de datos recopiladas.

### **3.2. Variables y operacionalización:**

La presente investigación cuenta con 02 variables, la primera variable Independiente cuantitativa: “Gestión de Procesos” y la segunda variable es la Dependiente cuantitativa: “Satisfacción del Cliente”.  
(Ver Anexo N° 02)

#### **Variable “Gestión de Procesos”**

- **Definición conceptual:** Empleando las palabras de **Junta Castilla y León** (2012 P.40) propuso que, es un modelo de Gestión que realiza una organización como Procesos relacionados con el propósito de poder lograr una buena calidad en la compañía y finalmente la Satisfacción del Cliente.
- **Definición operacional:** Es el resultado obtenido del estudio de la variable con sus componentes: Entradas o Inputs, Medios y recursos, Salidas u outputs, Sistema de Control, Alcance o Límites del Proceso, que son resultado de la Estructura de la Gestión operativa de la Empresa. Se procedió con la encuesta como muestra de 50 Clientes.

- **Dimensión:** Como lo hizo notar **Junta Castilla y León** (2012, p.40) declaró que, las dimensiones de Gestión de Procesos son: “Entradas o Inputs”, “Medios y recursos”, “Salidas u outputs”, “Sistema de Control”, “Alcance o Límites del Proceso”.
- **Escala de medición:** La Gestión de Procesos se medirá basada en los indicadores y es cuantitativo (ordinal).

#### **Variable “Satisfacción del Cliente”**

- **Definición conceptual:** Como expresó **Contreras, F; Olaya, J; Matos, F.** (2017 p.70) propuso que, las prioridades para una organización indica el modelo donde se cumpla los objetivos, en medida en que se lograba hacer seguimiento desde los indicadores de la Satisfacción, permitiendo el éxito de los resultados.
- **Definición operacional:** Es el resultado obtenido del estudio de la variable con sus componentes: expectativas, valor percibido, calidad percibida, quejas y la lealtad de los Clientes, que son el resultado de la calidad del servicio otorgado por la Empresa. Se procedió con la encuesta como muestra de 50 Clientes.
- **Dimensión:** Con base en **Paredes, A; Velázquez, M.** (2018 p.125) declaró que, en el Proceso de evaluación en la Satisfacción del Cliente se aplicará con el Modelo ACSI, las dimensiones a utilizar son: “Expectativas”, “Calidad percibida”, “Valor percibido”, “Quejas” y la “Lealtad”.
- **Escala de medición:** La Satisfacción del Cliente se medirá basada en los indicadores y es cuantitativo (ordinal).

### 3.3. Población, muestra y muestreo

**Población:** Teniendo en cuenta a **Bernal, C.** (2016 p.210) argumentó que, es el grupo de todos los adjuntos a los que se refiere la investigación en contexto, en el que se encuentra la totalidad de todos los individuos o elementos que tienen ciertas características necesarias para el análisis de la investigación.

La Población fue infinita y constituida por los Clientes que solicitaron vía web operaciones de Suscripción y Rescate en el mercado de valores de Fondos Mutuos a través del canal web “Vía Inversiones” de Credicorp Capital y lo conformó el universo de clientes individuales.

- **Criterios de inclusión:** Para la presente investigación no se utilizó criterios de inclusión la muestra es suficiente.
- **Criterios de exclusión:** En el trabajo de investigación la muestra es suficiente para hacer la exclusión.

**Muestra:** Como dijo **Bernal, C.** (2016 p.211) postuló que, es la porción de la población que se elige, de los cuales es la verdadera información para el estudio que puede ser obtenida, y en el que el estudio de las variables se puede medir y observar.

La Muestra fue constituida por los Clientes que solicitaron vía online operaciones de Suscripción y Rescate en el mercado de valores de Fondos Mutuos a través del canal web “Vía Inversiones” de Credicorp Capital, cuya muestra total fue de 50 Clientes.

**Muestreo:** Desde el punto de vista de **Bernal, C.** (2010 p.162) describió que, en el método de muestreo No probabilístico se aplica cuando es una técnica donde los elementos son seleccionados por análisis propio del investigador.

Para la investigación el muestreo fue No probabilístico y por Conveniencia, debido a la disponibilidad de contacto con los clientes de Vía Inversiones, donde se enviaron las notificaciones de operaciones.

### 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

En la opinión de **Bernal, C.** (2016 p.244) consideró que, en la investigación científica ofrece distintas técnicas o instrumentos para agrupar la información, enfocado en el tipo de investigación, tal es el caso de la presente investigación cuantitativa.

- **Técnica de análisis de Datos:** Dicho con palabras de **Bernal, C.** (2016 p.245) relacionó que, transmitida la gran importancia en el procedimiento de recojo de datos para la investigación se utiliza el cuestionario, la encuesta, la entrevista, la observación y el análisis documental.

La técnica que se aplicó en la presente investigación es el instrumento de la Encuesta.

- **Instrumento de recolección de Datos:** Como afirmó **Bernal, C.** (2016 p.246) indicó que, el cuestionario, consiste en un grupo de preguntas enfocada en las variables de medición.

En la investigación presentada, el instrumento que se aplicó para la recolección de datos fue implementado con el cuestionario tipo Likert con 30 preguntas (**Ver anexo N° 03**).

- **Validación:** Desde la posición de **Bernal, C.** (2016 p.246) reveló que, la validez presenta el nivel con el que pueden intervenir las conclusiones desde los resultados encontrados.

Se aplicó la validación de contenido, con el juicio de expertos para probar la validez de los instrumentos de recolección en la presente investigación (**Ver anexo N° 05**).

- **Confiabilidad:** A juicio de **Bernal, C.** (2016 p.246) enfatizó que, la confiabilidad se trata en desarrollar la capacidad de utilizar el mismo instrumento para obtener resultados parecidos si se aplicara por segunda vez.

Se comprobó la confiabilidad de la investigación presentada y se utilizó el Alfa de Cronbach con 0,893; lo cual indica que el nivel fue de Muy alta fiabilidad. **(Ver tabla N° 02).**

### **3.5. Procedimientos:**

Luego de haber establecido la información de la muestra y los instrumentos para recolección en la base de datos, se procedió con la elaboración del formato para la encuesta **(Ver anexo N° 03).**

Posteriormente, se emitió una solicitud de autorización entregada a la jefatura del área de operaciones de la empresa, para exponer el propósito de la próxima encuesta, asimismo, se indicó que la encuesta sería de forma anónima, con el fin de proteger los datos y no ser expuestos.

Después de obtener la autorización para llevar a cabo la encuesta a los Clientes, se procedió con la recolección de la encuesta, una vez que la encuesta fue completada, los resultados fueron calculados y analizados en Excel y SPSS **(Ver anexo N° 04).**

### **3.6. Método de análisis de datos:**

Empleando las palabras de **Bernal, C.** (2016 p.246) sostuvo que, en el procesamiento de información en las herramientas estadísticas se muestran la Estadística descriptiva y la Estadística inferencial.

En el presente trabajo de investigación se suscitó el “Método estadístico descriptivo e inferencial” donde los resultados se presentaron resumidos con gráficos y tablas.

- **Estadística Descriptiva:** Como lo hizo notar **Bernal, C.** (2016 p.246) dedujo que, la Estadística Descriptiva son medidas de predisposición central y medidas de dispersión. Los cuales establece detalles importantes mediante la recolección de información.

En el desarrollo del presente trabajo, se inició con la recolección de datos desde una base de datos interno para luego ordenar la información utilizando los programas Excel y SPSS donde se

analizó y procedió a gestionar los cálculos y resultados del cuestionario final.

- **Estadística Inferencial:** Como expresó **Bernal, C.** (2016 p.246) propuso que, la Estadística inferencial son pruebas paramétricas, pruebas no paramétricas y pruebas de signo. Los cuales se enfocan en probar la hipótesis y enfocar los parámetros mostrando los resultados de la muestra generalizados a la población.

En el desarrollo de la presente investigación, se desarrolló con una inferencia estadística para analizar datos cuantitativos con la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk por encontrarse en el rango máximo de la muestra de 50. **(Ver tabla 51).**

Para contrastar la hipótesis, estimar y analizar ciertas medidas al corresponder a medidas No paramétricas, se aplicó la prueba de Rho de Spearman, con una medida ordinal de 0,794, por lo que se valida que hubo una correlación “Positiva alta”. **(Ver tabla 53).**

### **3.7. Aspectos éticos:**

En el presente trabajo, fue registrado de forma individual, adhiriéndose a la ética profesional, al criterio y las medidas establecidas, también respetando toda referencia bibliográfica proporcionada por otros autores y las normas Apa de la universidad.

#### IV. RESULTADOS

##### Resultados de Instrumento Encuesta Sociodemográfica

En el siguiente tema se procede a mostrar los resultados a través de los instrumentos elaborados por la encuesta de la investigación por 04 preguntas Sociodemográficas:

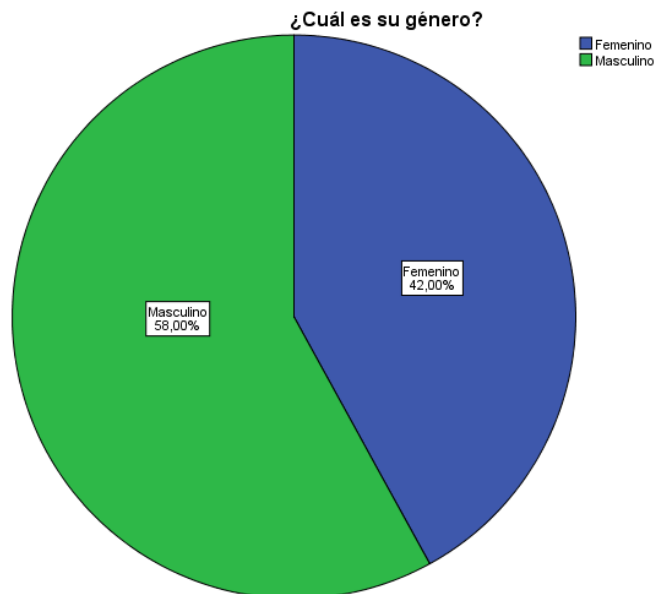


Figura 01. Porcentaje de Información Sociodemográfica N° 01

Interpretación: Según información procesada, 42% eran del género femenino y 29% eran del género masculino respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría correspondía al género Masculino.

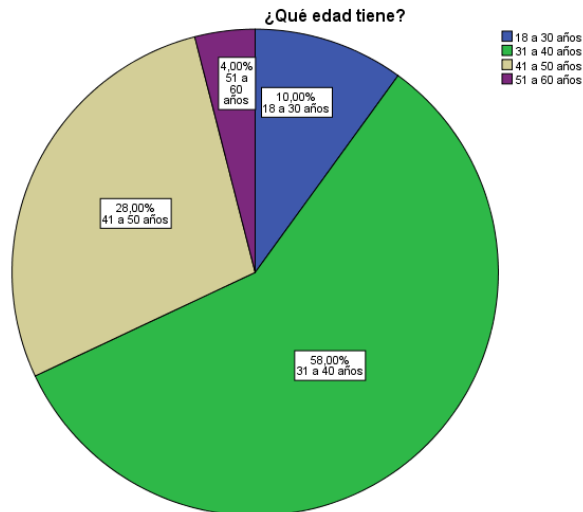


Figura 02. Porcentaje de Información Sociodemográfica N° 02

Interpretación: Según información procesada, 10% eran de 18 a 30 años, 58% eran 31 a 40 años, 28% eran de 41 a 50 años y 04% eran de 51 a 60 años, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría tenía de 31 a 40 años de edad.

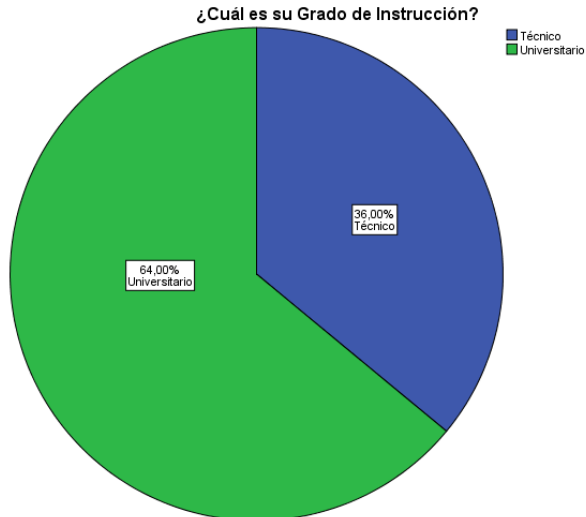


Figura 03. Porcentaje de Información Sociodemográfica N° 03

Interpretación: Según información procesada, 36% eran Técnicos y 64% eran universitarios, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría tenía grado de instrucción Universitario.



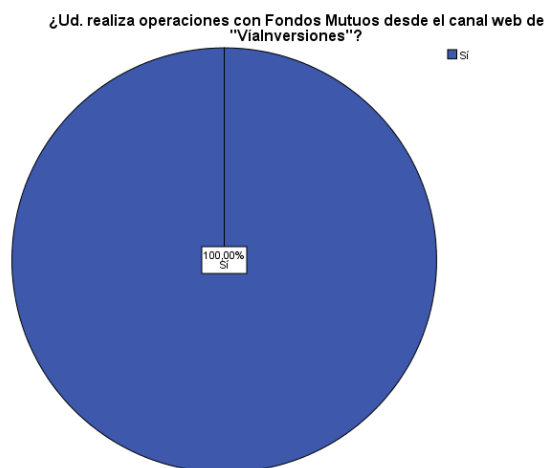


Figura 04. Porcentaje de Información Sociodemográfica N° 04

Interpretación: Según información procesada, 100% clientes utilizaron el canal web de Vía Inversiones representando a un total de clientes encuestados de la muestra.

### Resultados de Instrumento Encuesta de Variables

En el siguiente tema se procede a mostrar los resultados a través de los instrumentos elaborados por la encuesta de la investigación de 02 variables y compuesta de 30 preguntas con indicadores:

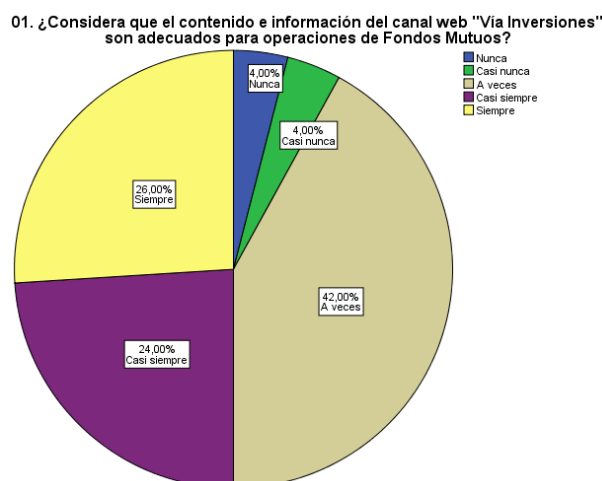


Figura 05. Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 01

Interpretación: Según información procesada, 04% indicaron que Nunca, 04% indicaron que Casi nunca, 42% indicaron que A veces, 24% indicaron que Casi siempre y 26% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

02. ¿Las notificaciones del canal web "Vía Inversiones" sobre sus operaciones son otorgadas dentro del tiempo establecido?

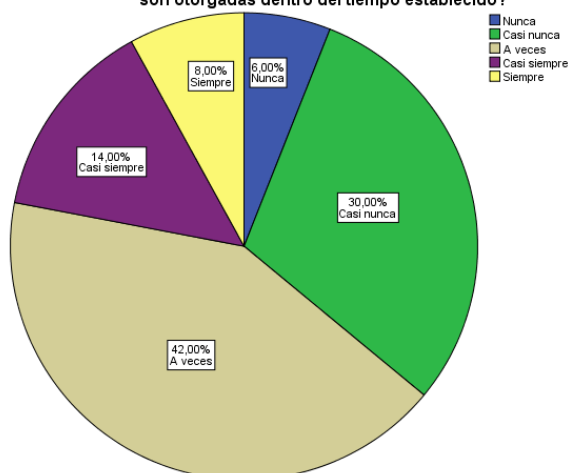


Figura 06. Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 02

Interpretación: Según información procesada, 06% indicaron que Nunca, 30% indicaron que Casi nunca, 42% indicaron que A veces, 14% indicaron que Casi siempre y 08% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

03. ¿El personal que realiza las gestiones está capacitado para absolver las consultas respecto a las operaciones de Fondos Mutuos?

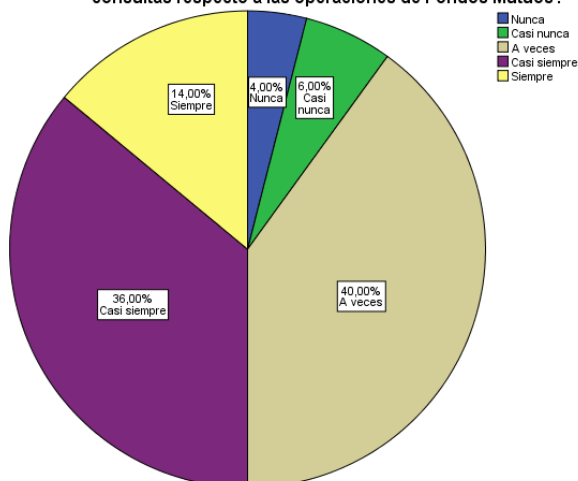


Figura 07. Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 03

Interpretación: Según información procesada, 04% indicaron que Nunca, 06% indicaron que Casi nunca, 40% indicaron que A veces, 36% indicaron que Casi siempre y 14% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

04. ¿La maquinaria y el servidor del canal web "Vía Inversiones" empleados por la Empresa son modernos y de última tecnología?

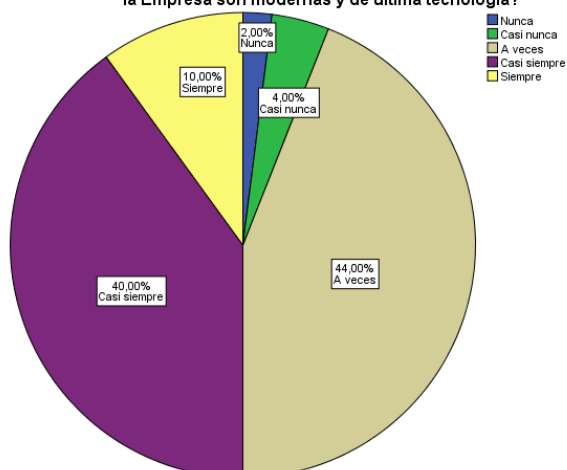


Figura 08. Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 04

Interpretación: Según información procesada, 02% indico que Nunca, 04% indicaron que Casi nunca, 44% indicaron que A veces, 40% indicaron que Casi siempre y 10% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

05. ¿La página web "Vía Inversiones" empleado por la Empresa es adecuado para operaciones de Fondos Mutuos?

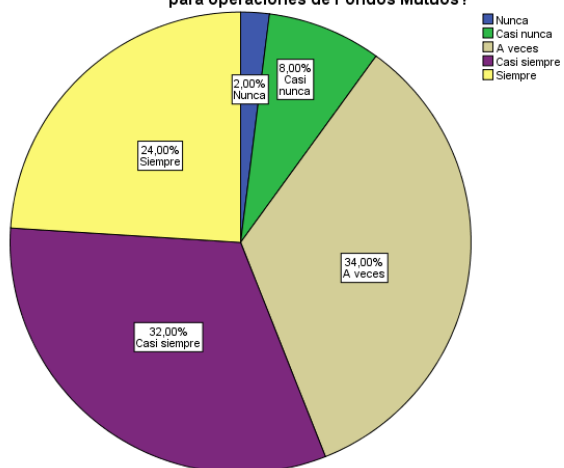


Figura 09. Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 05

Interpretación: Según información procesada, 02% indico que Nunca, 08% indicaron que Casi nunca, 34% indicaron que A veces, 32% indicaron que Casi siempre y 24% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

06. ¿La documentación empleada e información otorgada vía e-mail le ayuda a comprender sobre las condiciones de los Fondos Mutuos?

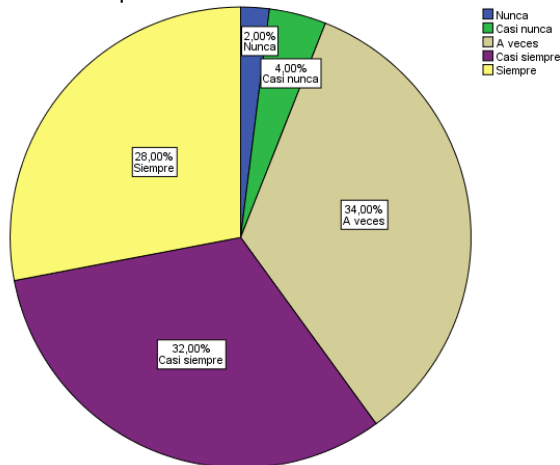


Figura 10. Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 06

Interpretación: Según información procesada, 02% indico que Nunca, 04% indicaron que Casi nunca, 34% indicaron que A veces, 32% indicaron que Casi siempre y 28% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “A veces”.

07. ¿Considera que las operaciones de Fondos Mutuos son adecuados y elaborados de acuerdo a las exigencias técnicas y legales?

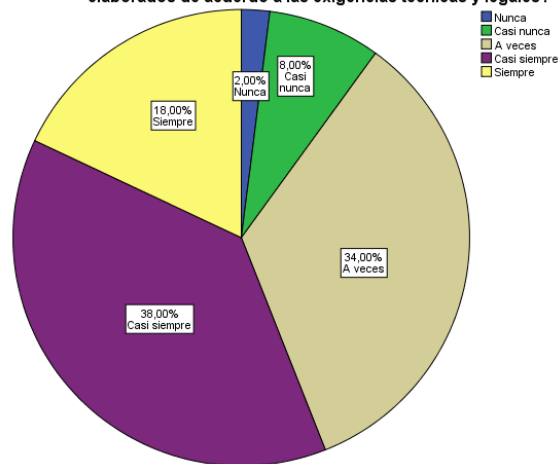


Figura 11. Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 07

Interpretación: Según información procesada, 02% indico que Nunca, 08% indicaron que Casi nunca, 34% indicaron que A veces, 38% indicaron que Casi siempre y 18% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “Casi siempre”.

08. ¿Considera que ha tenido inconvenientes con los servicios de operaciones del canal web "Via Inversiones"?

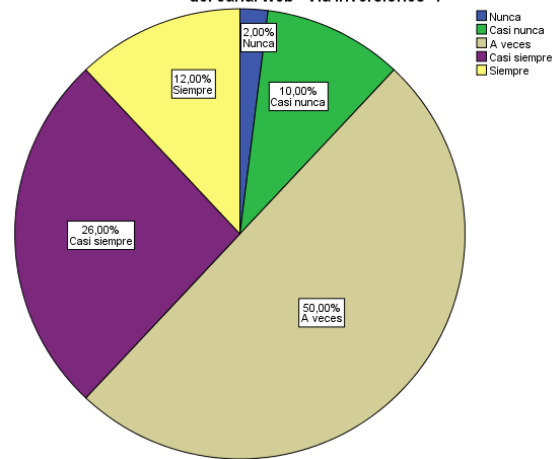


Figura 12. Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 08

Interpretación: Según información procesada, 02% indicio que Nunca, 10% indicaron que Casi nunca, 50% indicaron que A veces, 26% indicaron que Casi siempre y 12% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

09. ¿Considera que la atención recibida dentro del tiempo establecido se realiza con eficiencia?

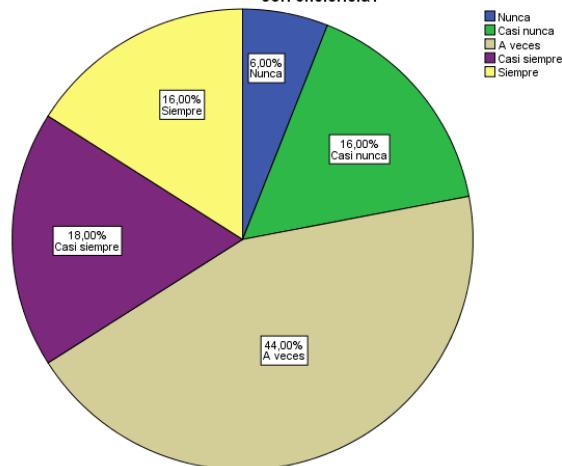


Figura 13. Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 09

Interpretación: Según información procesada, 06% indicaron que Nunca, 16% indicaron que Casi nunca, 44% indicaron que A veces, 18% indicaron que Casi siempre y 16% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

10. ¿Considera que se debe registrar opciones más detalladas y fáciles de entender para operaciones con Fondos Mutuos?

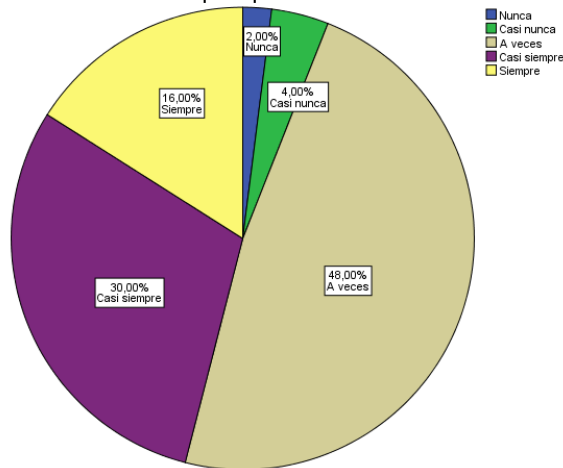


Figura 14. Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 10

Interpretación: Según información procesada, 02% indico que Nunca, 04% indicaron que Casi nunca, 48% indicaron que A veces, 30% indicaron que Casi siempre y 16% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “A veces”.

11. ¿Considera que la empresa conoce sus necesidades respecto a operaciones de Fondos Mutuos del canal web “Via Inversiones”?

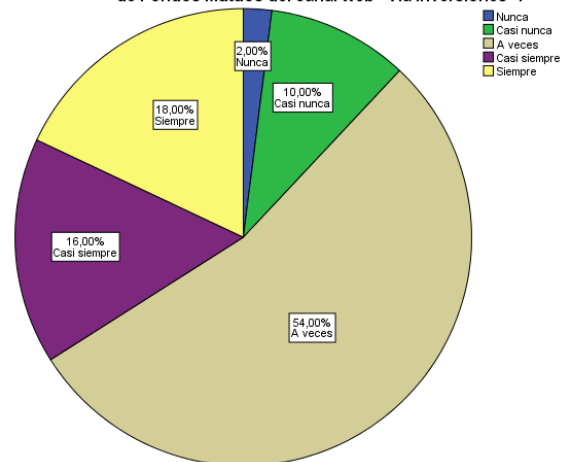


Figura 15. Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 11

Interpretación: Según información procesada, 02% indico que Nunca, 10% indicaron que Casi nunca, 54% indicaron que A veces, 16% indicaron que Casi siempre y 18% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “A veces”.

12. ¿La Empresa supera sus expectativas respecto a operaciones de Fondos Mutuos del canal web "Via Inversiones"?

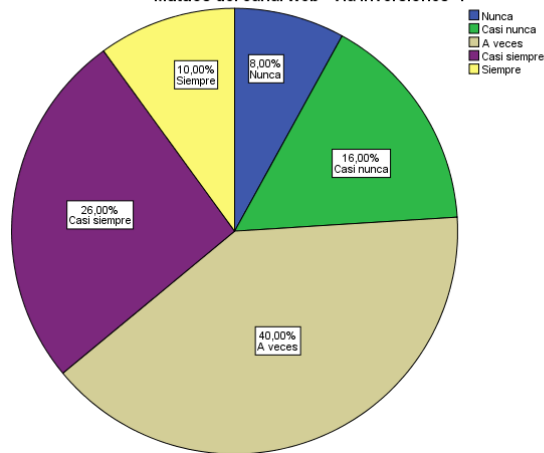


Figura 16. Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 12

Interpretación: Según información procesada, 08% indicaron que Nunca, 16% indicaron que Casi nunca, 40% indicaron que A veces, 26% indicaron que Casi siempre y 10% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

13. ¿Se considera satisfecho con el producto y/o servicio adquirido de Fondos Mutuos del canal web "Via Inversiones"?

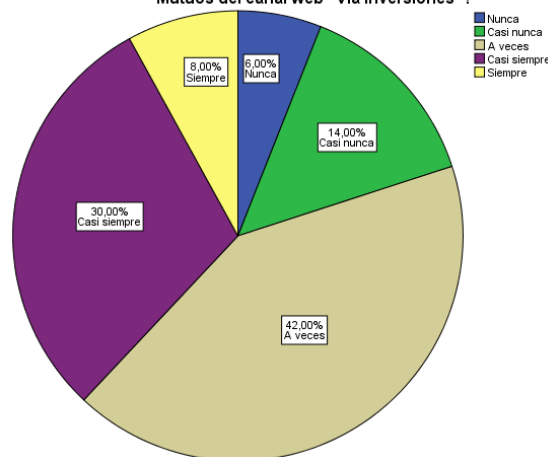


Figura 17. Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 13

Interpretación: Según información procesada, 06% indicaron que Nunca, 14% indicaron que Casi nunca, 42% indicaron que A veces, 30% indicaron que Casi siempre y 08% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

14. ¿Considera que la empresa ha cubierto sus expectativas respecto al canal web "Via Inversiones" en comparación con otras entidades financieras?

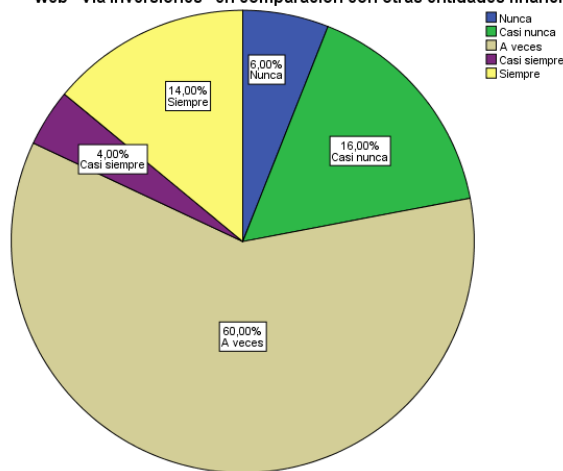


Figura 18. Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 14

Interpretación: Según información procesada, 06% indicaron que Nunca, 16% indicaron que Casi nunca, 60% indicaron que A veces, 04% indicaron que Casi siempre y 14% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

15. ¿El servicio del canal web "Via Inversiones" está cerca de las expectativas del cliente?

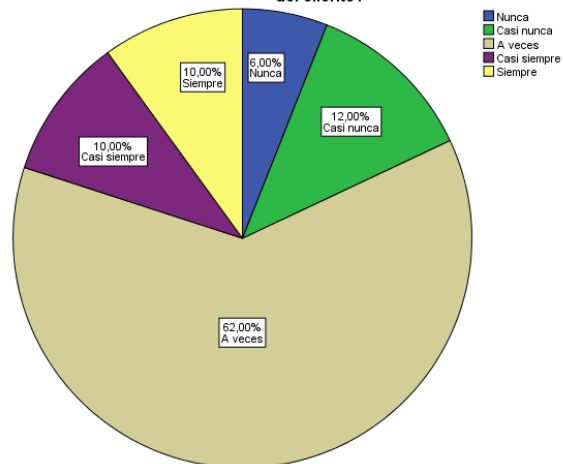


Figura 19. Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 15

Interpretación: Según información procesada, 06% indicaron que Nunca, 12% indicaron que Casi nunca, 62% indicaron que A veces, 10% indicaron que Casi siempre y 10% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".



16. ¿Considera que cuando solicita el servicio del canal web "Vía Inversiones" confía en que las operaciones serán gestionadas?

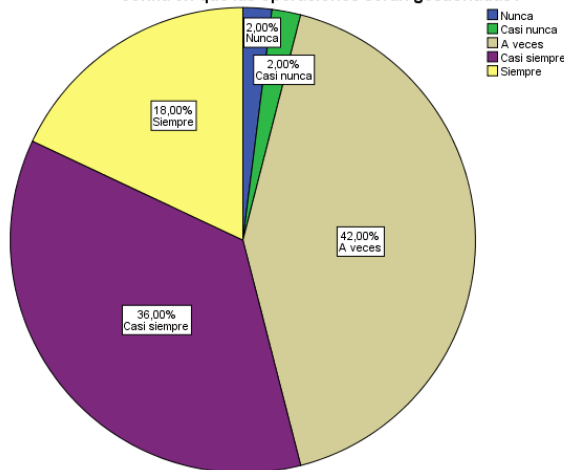


Figura 20. Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 16

Interpretación: Según información procesada, 02% indico que Nunca, 02% indico que Casi nunca, 42% indicaron que A veces, 36% indicaron que Casi siempre y 18% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

17. ¿Considera que el canal web "Vía Inversiones" para Fondos Mutuos es de buena calidad en comparación con otra web de entidades financieras?

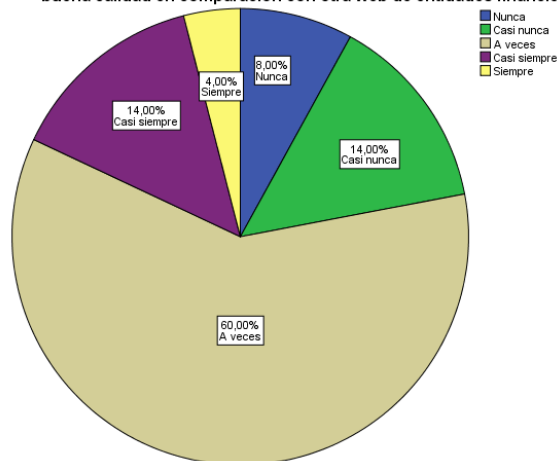


Figura 21. Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 17

Interpretación: Según información procesada, 08% indicaron que Nunca, 14% indicaron que Casi nunca, 60% indicaron que A veces, 14% indicaron que Casi siempre y 04% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

18. ¿El tiempo de atención del canal web "Via Inversiones" para operaciones con Fondos Mutuos es ágil y rápido?

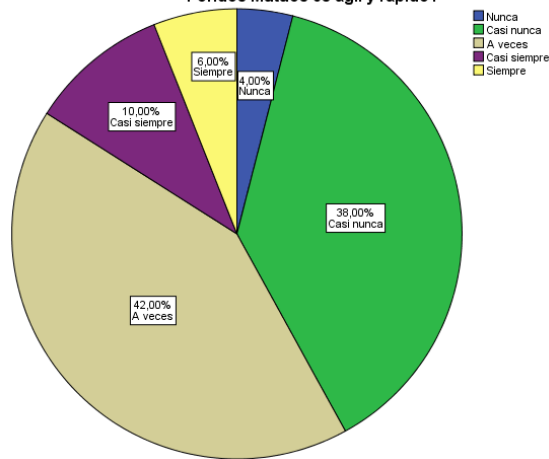


Figura 22. Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 18

Interpretación: Según información procesada, 04% indicaron que Nunca, 38% indicaron que Casi nunca, 42% indicaron que A veces, 10% indicaron que Casi siempre y 06% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

19. ¿El sistema que aplica el canal web "Via Inversiones" es de calidad para realizar las operaciones con éxito?

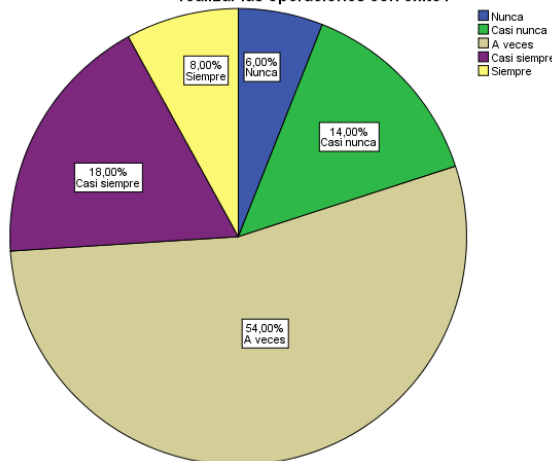


Figura 23. Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 19

Interpretación: Según información procesada, 06% indicaron que Nunca, 14% indicaron que Casi nunca, 54% indicaron que A veces, 18% indicaron que Casi siempre y 08% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

20. ¿Considera que la calidad del servicio web "Via Inversiones" tiene relación con los costos de Fondos Mutuos?

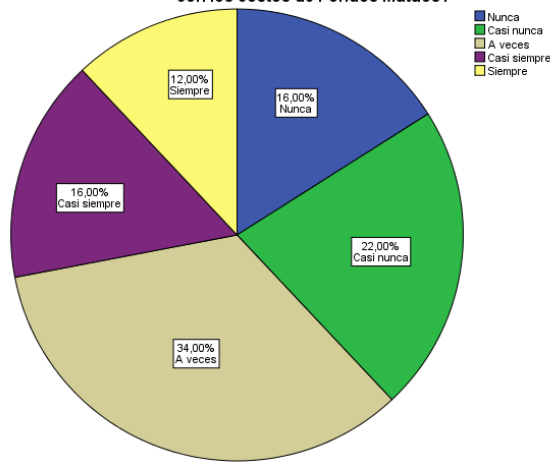


Figura 24. Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 20

Interpretación: Según información procesada, 16% indicio que Nunca, 22% indicaron que Casi nunca, 34% indicaron que A veces, 16% indicaron que Casi siempre y 06 clientes con el 12% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

21. ¿Considera que los costos asociados a Fondos Mutuos son competitivos en el mercado?

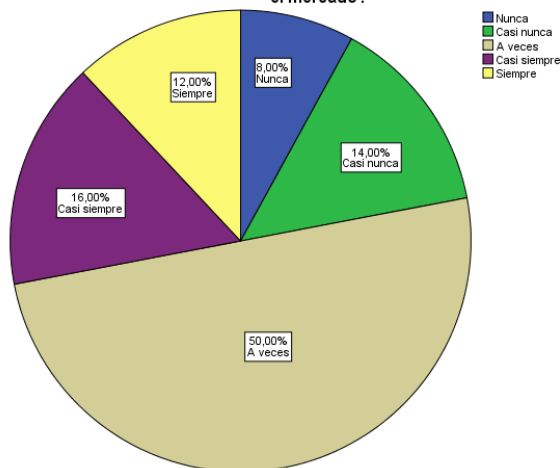


Figura 25. Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 21

Interpretación: Según información procesada, 08% indicio que Nunca, 14% indicaron que Casi nunca, 50% indicaron que A veces, 16% indicaron que Casi siempre y 12% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

22. ¿Considera que siente seguridad al realizar operaciones por el canal web "Via Inversiones"?

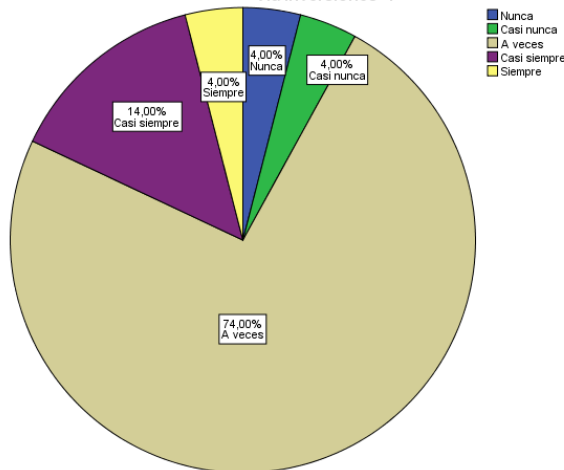


Figura 26. Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 22

Interpretación: Según información procesada, 04% indico que Nunca, 04% indicaron que Casi nunca, 74% indicaron que A veces, 14% indicaron que Casi siempre y 04% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

23. ¿Considera que ha tenido reclamos del servicio dentro del periodo de vigencia de su operación de Fondos Mutuos?

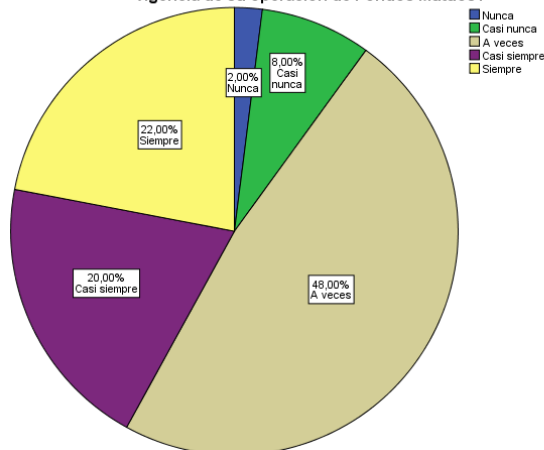


Figura 27. Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 23

Interpretación: Según información procesada, 02% indico que Nunca, 08% indicaron que Casi nunca, 48% indicaron que A veces, 20% indicaron que Casi siempre y 22% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

24. ¿Considera que estuvo satisfecho con el modo en que se ha tramitado sus reclamos?

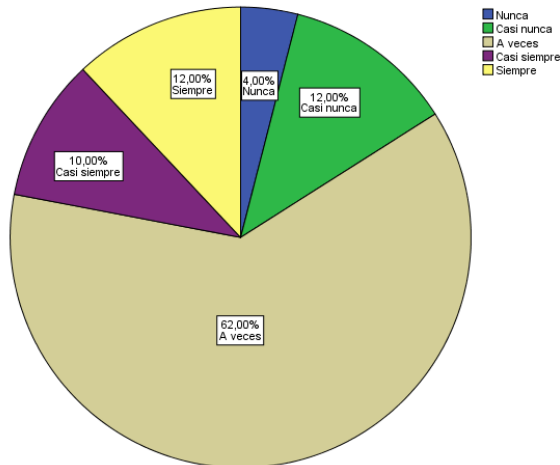


Figura 28. Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 24

Interpretación: Según información procesada, 04% indicaron que Nunca, 12% indicaron que Casi nunca, 62% indicaron que A veces, 10% indicaron que Casi siempre y 12% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “A veces”.

25. ¿Considera que estuvo satisfecho con el tiempo de espera a la respuesta de su reclamo presentado?

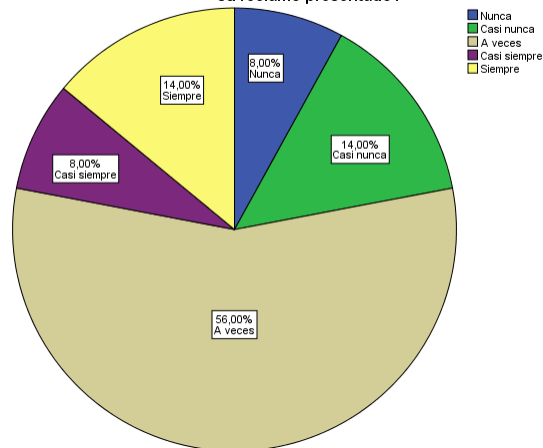


Figura 29. Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 25

Interpretación: Según información procesada, 08% indico que Nunca, 14% indicaron que Casi nunca, 56% indicaron que A veces, 08% indicaron que Casi siempre y 14% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “A veces”.

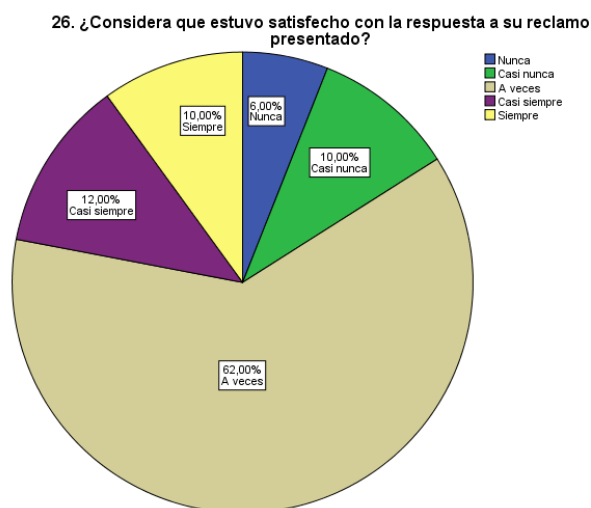


Figura 30. Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 26

Interpretación: Según información procesada, 06% indico que Nunca, 10% indicaron que Casi nunca, 62% indicaron que A veces, 12% indicaron que Casi siempre y 10% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “A veces”.

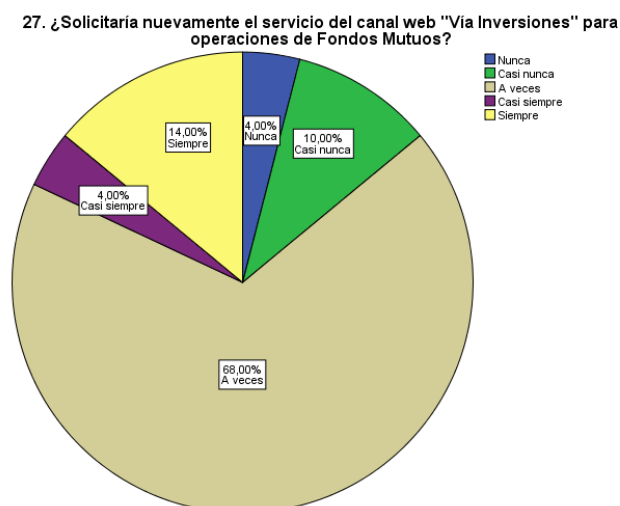


Figura 31. Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 27

Interpretación: Según información procesada, 04% indico que Nunca, 10% indicaron que Casi nunca, 68% indicaron que A veces, 04% indicaron que Casi siempre y 14% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “A veces”.

28. ¿Estaría conforme en continuar solicitando los servicios del canal web "Vía Inversiones" si los costos aumentaran?

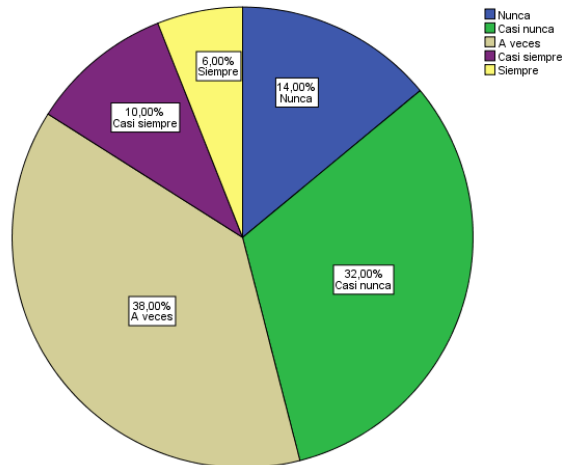


Figura 32. Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 28

Interpretación: Según información procesada, 14% indicaron que Nunca, 32% indicaron que Casi nunca, 38% indicaron que A veces, 10% indicaron que Casi siempre y 06% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

29. ¿Si otra empresa le ofreciera los mismos servicios del canal web, tomaría la decisión de cambiar de empresa?

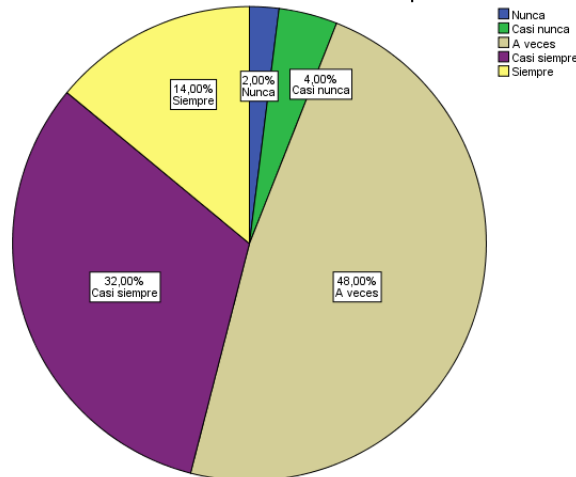


Figura 33. Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 29

Interpretación: Según información procesada, 02% indico que Nunca, 04% indicaron que Casi nunca, 48% indicaron que A veces, 32% indicaron que Casi siempre y 14% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

30. ¿Recomendaría a otras personas realizar el servicio de operaciones de Fondos Mutuos por el canal web "Via Inversiones"?

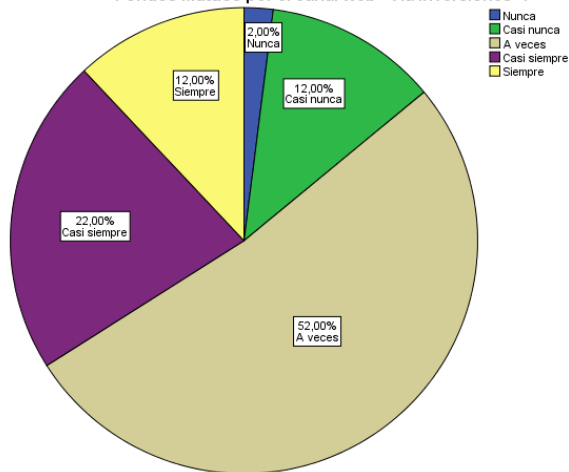


Figura 34. Porcentaje de Información de instrumento Pregunta N° 30

Interpretación: Según información procesada, 02% indico que Nunca, 12% indicaron que Casi nunca, 52% indicaron que A veces, 22% indicaron que Casi siempre y 12% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

### Resultados de Promedio de Variables

En el siguiente tema se procede a mostrar los resultados a través de los instrumentos elaborados por la encuesta de la investigación por las 02 Variables necesarias para validar los indicadores:

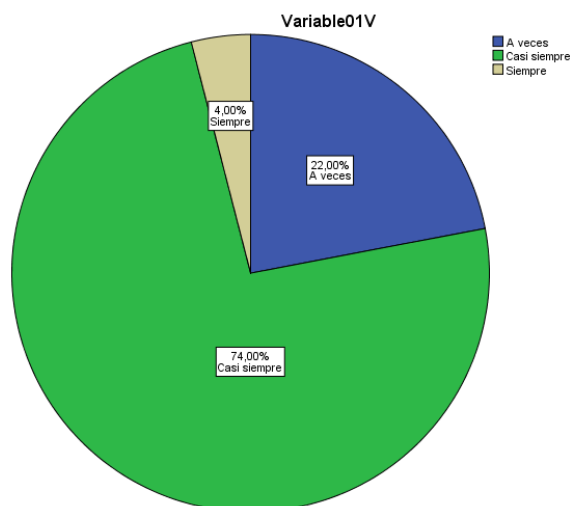


Figura 35. Promedio de Variable N° 01 Gestión de Procesos



Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en los promedios, con el 22% de clientes indicaron que A veces, con el 74% de clientes indicaron que Casi siempre, con el 04% de clientes indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “Casi siempre” lo cual se valida aceptación mayoritaria en la Gestión de Procesos.

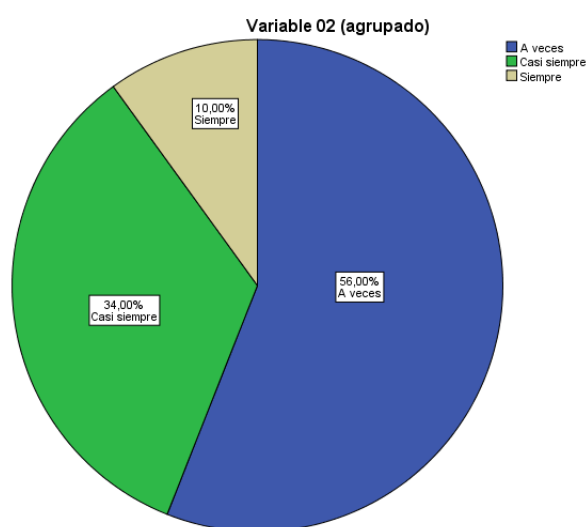


Figura 36. Promedio de Variable N° 02 Satisfacción del cliente

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en los promedios, con el 56% de clientes indicaron que A veces, con el 34% de clientes indicaron que Casi siempre, con el 10% de clientes indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “A veces” lo cual se valida aceptación media en la Satisfacción de Clientes.

### Resultados de Promedio de Indicadores

En el siguiente tema se procede a mostrar los resultados a través de los instrumentos elaborados por la encuesta de la investigación por los 10 Indicadores:

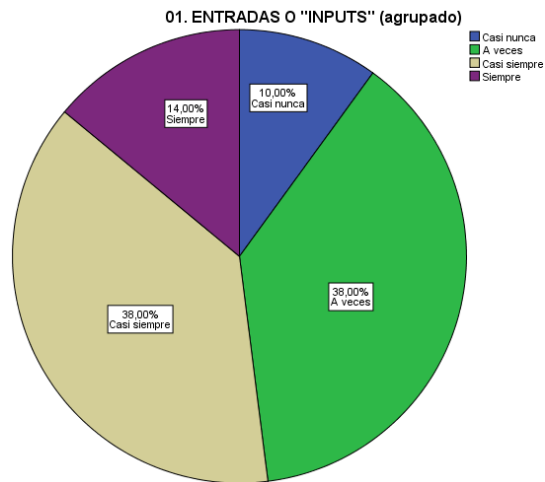


Figura 37. Promedio de Indicador 01. Entradas o "Inputs"

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en los promedios, con el 10% de clientes indicaron que Casi nunca, con el 38% de clientes indicaron que A veces, con el 38% de clientes indicaron que Casi siempre, con el 14% de clientes indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "Casi siempre" y "A veces" lo cual se valida aceptación mayoritaria en el indicador N° 01 de Entradas o "Inputs" en la Gestión de Procesos.

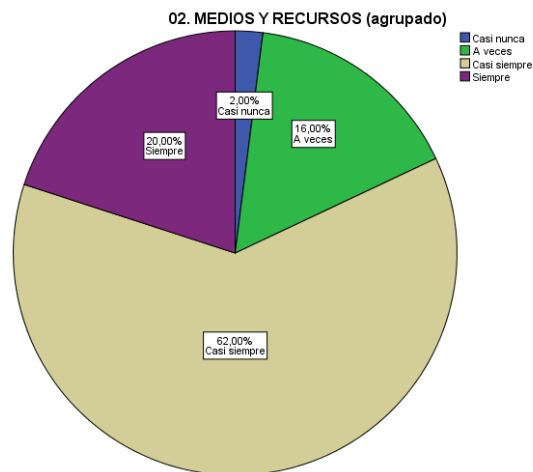


Figura 38. Promedio de Indicador 02. Medios y Recursos

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en los promedios, con el 02% de clientes indicaron que Casi nunca, con el 16% de clientes indicaron que A veces, con el 62% de clientes indicaron que Casi siempre, con el 20% de clientes indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "Casi siempre" lo cual se valida aceptación mayoritaria en el indicador N° 02 de Medios y Recursos en la Gestión de Procesos.

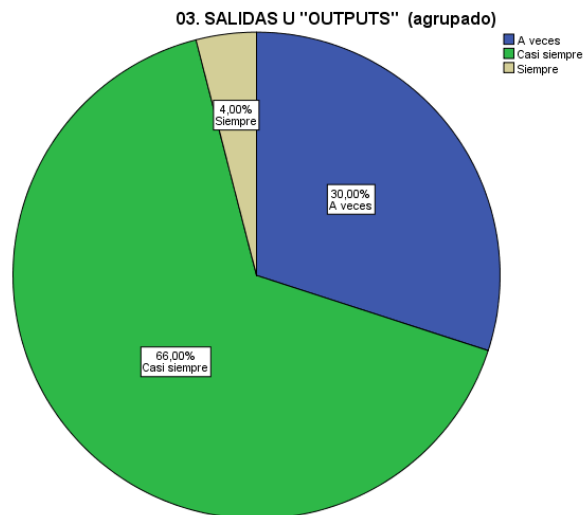


Figura 39. Promedio de Indicador 03. Salidas u "Outputs"

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en los promedios, con el 30% de clientes indicaron que A veces, con el 66% de clientes indicaron que Casi siempre, con el 04% de clientes indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "Casi siempre" lo cual se valida aceptación mayoritaria en el indicador N° 03 de Salidas u "Outputs" en la Gestión de Procesos.

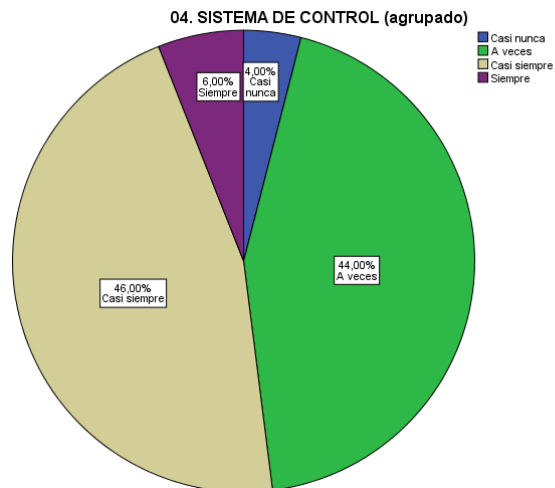


Figura 40. Promedio de Indicador 04. Sistema de Control

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en los promedios, con el 04% de clientes indicaron que Casi nunca, con el 44% de clientes indicaron que A veces, con el 46% de clientes indicaron que Casi siempre, con el 06% de clientes indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "Casi siempre" lo cual se valida aceptación mayoritaria en el indicador N° 04 de Sistema de Control en la Gestión de Procesos.

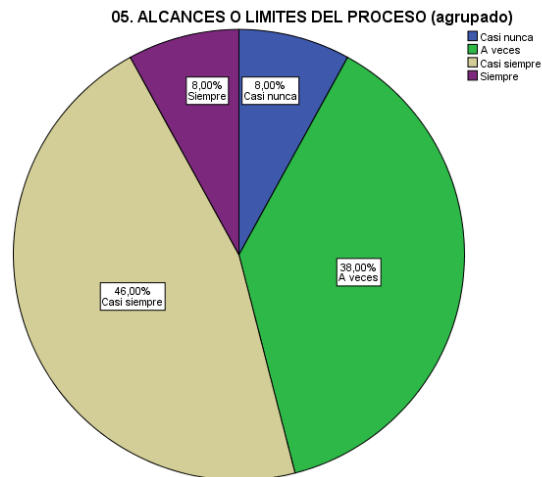


Figura 41. Promedio de Indicador 05. Alcances o Límites del Proceso

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en los promedios, con el 08% de clientes indicaron que Casi nunca, con el 38% de clientes indicaron que A veces, con el 46% de clientes indicaron que Casi siempre, con el 08% de clientes indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “Casi siempre” lo cual se valida aceptación mayoritaria en el indicador N° 05 de Alcances o Límites del Proceso en la Gestión de Procesos.

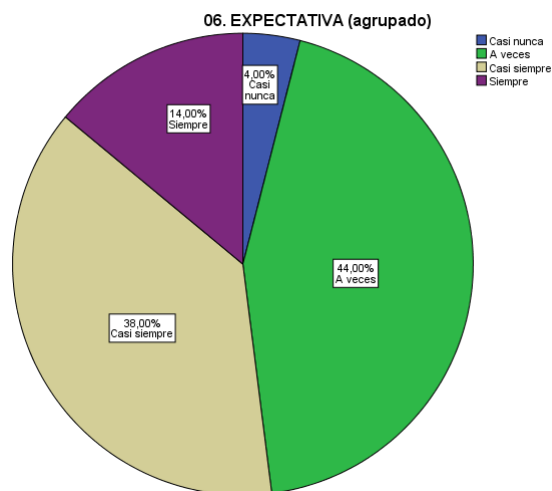


Figura 42. Promedio de Indicador 06. Expectativa

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en los promedios, con el 04% de clientes indicaron que Casi nunca, con el 44% de clientes indicaron que A veces, con el 38% de clientes indicaron que Casi siempre, con el 14% de clientes indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “A veces” lo cual se valida aceptación media en el indicador N° 06 de Expectativa en la Satisfacción de Clientes.

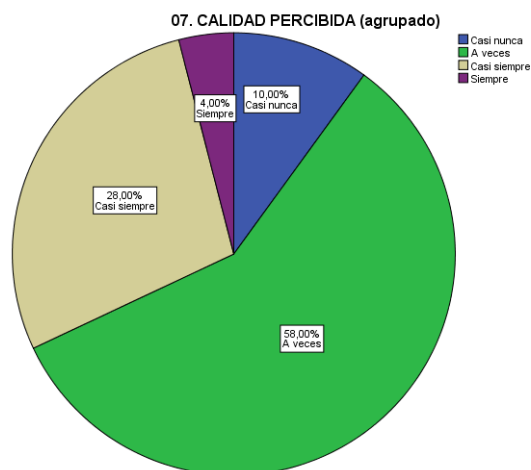


Figura 43. Promedio de Indicador 07. Calidad Percibida

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en los promedios, con el 10% de clientes indicaron que Casi nunca, con el 58% de clientes indicaron que A veces, con el 28% de clientes indicaron que Casi siempre, con el 04% de clientes indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “A veces” lo cual se valida aceptación media en el indicador N° 07 de Calidad Percibida en la Satisfacción de Clientes.

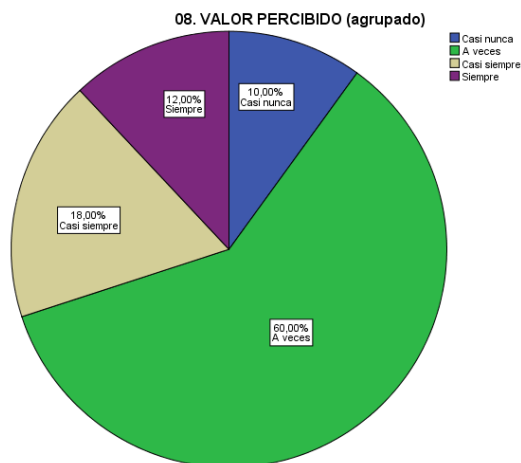


Figura 44. Promedio de Indicador 08. Valor Percibido

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en los promedios, con el 10% de clientes indicaron que Casi nunca, con el 60% de clientes indicaron que A veces, con el 18% de clientes indicaron que Casi siempre, con el 12% de clientes indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “A veces” lo cual se valida aceptación media en el indicador N° 08 de Valor Percibido en la Satisfacción de Clientes.

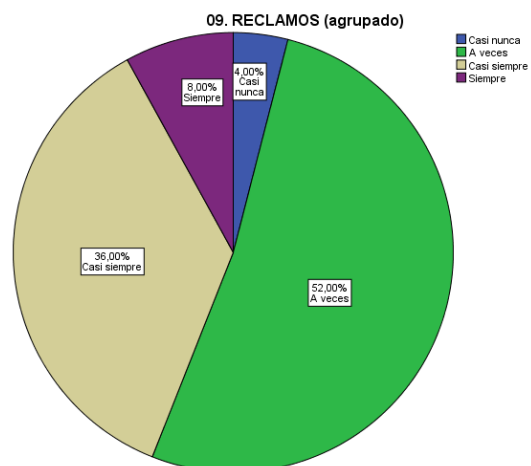


Figura 45. Promedio de Indicador 09. Reclamaciones o Quejas

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en los promedios, con el 04% de clientes indicaron que Casi nunca, con el 52% de clientes indicaron que A veces, con el 36% de clientes indicaron que Casi siempre, con el 08% de clientes indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “A veces” lo cual se valida aceptación media en el indicador N° 09 de Reclamaciones en la Satisfacción de Clientes.

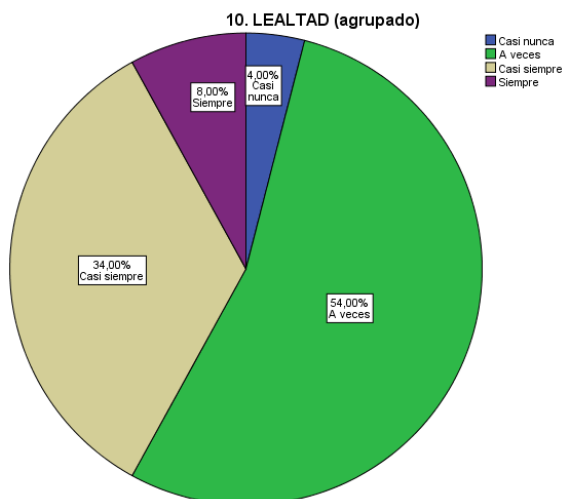


Figura 46. Promedio de Indicador 10. Lealtad

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en los promedios, con el 04% de clientes indicaron que Casi nunca, con el 54% de clientes indicaron que A veces, con el 34% de clientes indicaron que Casi siempre, con el 08% de clientes indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “A veces” lo cual se valida aceptación media en el indicador N° 10 de Lealtad en la Satisfacción de Clientes.

## Resultados de Prueba de Normalidad

En el siguiente tema se procede a mostrar los resultados de la prueba de normalidad a través de los instrumentos elaborados por la encuesta y procesada en el programa SPSS, necesario para deducir las Hipótesis de la investigación:

**Tabla 51 Pruebas de normalidad**

|                                       | Pruebas de normalidad |    |      |              |    |      |
|---------------------------------------|-----------------------|----|------|--------------|----|------|
|                                       | Kolmogorov-Smirnov    |    |      | Shapiro-Wilk |    |      |
|                                       | Estadístico           | gl | Sig. | Estadístico  | gl | Sig. |
| Variable 01. Gestión de Procesos      | ,426                  | 50 | ,000 | ,646         | 50 | ,000 |
| Variable 02. Satisfacción del cliente | ,348                  | 50 | ,000 | ,726         | 50 | ,000 |

*Figura 47.* Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Para analizar las pruebas de normalidad para ello se aplicará el siguiente criterio:

Si  $n \leq 50$  = Shapiro-Wilk

Si  $n > 50$  = Kolmogorov-Smirnov

Nivel de significancia (alfa)  $\alpha = 0.05$  (95%,  $Z = 1.96$ )

Si p-valor es  $\leq$  Sig.  $\alpha$  (0,05) entonces se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ )

Si p-valor es  $\geq$  Sig.  $\alpha$  (0,05) entonces se acepta la hipótesis nula ( $H_0$ )

La hipótesis de normalidad se analizará de la siguiente manera:

$H_0$  = La distribución es normal

$H_1$  = La distribución no es normal

Interpretación: Según tabla N° 51, en relación a las pruebas de normalidad de ambas variables y según información procesada, se valida que el grado de libertad fue de 50 por tanto se utilizó la prueba de Shapiro-Wilk por encontrarse en el rango máximo de la muestra. El nivel de significancia fue igual a 0,000 por lo que se rechazó la Hipótesis Nula=  $H_0$ , aduciendo que la distribución no es normal y se aplicará para el análisis de hipótesis el estadístico No Paramétrico con la Correlación de Rho Spearman.

## Resultados de Prueba de Hipótesis

En el siguiente tema se procede a mostrar los resultados de la Hipótesis a través de los instrumentos elaborados por la encuesta y procesada en el programa SPSS, necesario para deducir la Hipótesis general y específicas de la investigación:

**Tabla 52** Tabla del valor de correlación de Rho de Spearman

| VALOR         | SIGNIFICADO                            |
|---------------|--|
| -1            | Correlación negativa grande y perfecta |
| -0,9 a - 0,99 | Correlación negativa muy alta          |
| -0,7 a -0,89  | Correlación negativa alta              |
| -0,4 a -0,69  | Correlación negativa moderada          |
| -0,2 a -0,39  | Correlación negativa baja              |
| -0,01 a -0,19 | Correlación negativa muy baja          |
| 0             | <u>Correlación nula</u>                |
| 0,01 a 0,19   | Correlación positiva muy baja          |
| 0,2 a 0,39    | Correlación positiva baja              |
| 0,4 a 0,69    | Correlación positiva moderada          |
| 0,7 a 0,89    | Correlación positiva alta              |
| 0,9 a 0,99    | Correlación positiva muy alta          |

Fuente: Utia, L. (2020 p.29)



**Tabla 53 Prueba de Hipótesis General**

| Correlaciones No paramétricas |  |                                |  |   |
|-------------------------------|--|--------------------------------|--|---|
|                               |  |                                | Variable 01.<br>Gestión de<br>Procesos | Variable 02.<br>Satisfacción<br>del cliente |
| Rho de<br>Spearman            | Variable 01. Gestión de<br>Procesos      | Coefficiente de<br>correlación | 1,000                                  | ,794**                                      |
|                               |  | Sig. (bilateral)               | .                                      | ,000  |
|                               |  | N                              | 50                                     | 50  |
|                               | Variable 02. Satisfacción del<br>cliente | Coefficiente de<br>correlación | ,794**                                 | 1,000                                       |
|                               |  | Sig. (bilateral)               | ,000                                   | .   |
|                               |  | N                              | 50                                     | 50  |

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

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Para analizar y rechazar la hipótesis nula, se aplicará el siguiente criterio:

Si p-valor es  $\leq$  Sig.  $\alpha$  (0,05)  $\Rightarrow$  se rechaza la hipótesis nula (H0)

Si p-valor es  $\geq$  Sig.  $\alpha$  (0,05)  $\Rightarrow$  se acepta la hipótesis nula (H0)

**H0:** No existe relación entre Gestión de Procesos con la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web de la Empresa Credicorp Capital 2021.

**H1:** Existe relación entre Gestión de Procesos con la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web de la Empresa Credicorp Capital 2021.

Interpretación: Según tabla N° 53, se valida que el valor de Significancia (bilateral) es igual a 0,000 y es menor a 0,05 se rechazó la Hipótesis nula (H0) y se aceptó la hipótesis de investigación. Al ser una correlación No paramétrica se aplicó el coeficiente de Rho de Spearman y se obtuvo que la Coeficiencia de correlación es 0,794 con lo que se valida que si hay una correlación "Positiva alta" entre la variable Gestión de Procesos y la variable Satisfacción del Cliente.

### Resultados de Prueba de Hipótesis Específicas

En el siguiente tema se procede a mostrar los efectos de la prueba de las 05 Hipótesis Específicas desde el instrumento elaborado por la encuesta y procesada en el software SPSS.

**Tabla 54 Prueba de Hipótesis Específica N° 01**

| Correlaciones No paramétricas |  |                                |                               |   |
|-------------------------------|--|--------------------------------|-------------------------------|---|
|                               |  |                                | 01.<br>ENTRADAS<br>O "INPUTS" | Variable 02.<br>Satisfacción<br>del cliente |
| Rho de<br>Spearman            | 01. ENTRADAS O "INPUTS"                  | Coefficiente de<br>correlación | 1,000                         | ,677**                                      |
|                               |  | Sig. (bilateral)               | .                             | ,000  |
|                               |  | N                              | 50                            | 50  |
|                               | Variable 02. Satisfacción del<br>cliente | Coefficiente de<br>correlación | ,677**                        | 1,000                                       |
|                               |  | Sig. (bilateral)               | ,000                          | .   |
|                               |  | N                              | 50                            | 50  |

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

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Para analizar y rechazar la hipótesis nula, se aplicará el siguiente criterio:

Si p-valor es  $\leq$  Sig.  $\alpha$  (0,05)  $\Rightarrow$  se rechaza la hipótesis nula (H0)

Si p-valor es  $\geq$  Sig.  $\alpha$  (0,05)  $\Rightarrow$  se acepta la hipótesis nula (H0)

**H0:** No existe relación entre las “Entradas o Inputs” con la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web de la Empresa Credicorp Capital 2021.

**H1:** Existe relación entre las “Entradas o Inputs” con la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web de la Empresa Credicorp Capital 2021.

Interpretación: Según tabla N° 54, se valida que el valor de Significancia (bilateral) es igual a 0,000 y es menor a 0,05 se rechazó la Hipótesis nula (H0) y se aceptó la hipótesis de investigación. Al ser una correlación No paramétrica se aplicó el coeficiente de Rho de Spearman y se obtuvo que la Coeficiencia de correlación es 0,677 con lo que se confirma que si hay una correlación “Positiva moderada” entre el indicador “Entradas o Inputs” y la variable “Satisfacción del Cliente”.

**Tabla 55 Prueba de Hipótesis Específica N° 02**

| Correlaciones No paramétricas |                             |                       |                                       |
|-------------------------------|-----------------------------|-----------------------|---------------------------------------|
|                               |                             | 02. MEDIOS Y RECURSOS | Variable 02. Satisfacción del cliente |
|                               | Coefficiente de correlación | 1,000                 | ,522**                                |
|                               | Sig. (bilateral)            | .                     | ,000                                  |
| Rho de Spearman               | N                           | 50                    | 50                                    |
|                               | Coefficiente de correlación | ,522**                | 1,000                                 |
|                               | Sig. (bilateral)            | ,000                  | .                                     |
|                               | N                           | 50                    | 50                                    |

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

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Para analizar y rechazar la hipótesis nula, se aplicará el siguiente criterio:

Si  $p\text{-valor} \leq \text{Sig. } \alpha (0,05) \Rightarrow$  se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ )

Si  $p\text{-valor} \geq \text{Sig. } \alpha (0,05) \Rightarrow$  se acepta la hipótesis nula ( $H_0$ )

**$H_0$ :** No existe relación entre los “Medios y Recursos” con la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web de la Empresa Credicorp Capital 2021.

**$H_1$ :** Existe relación entre los “Medios y Recursos” con la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web de la Empresa Credicorp Capital 2021.

Interpretación: Según tabla N° 55, se valida que el valor de Significancia (bilateral) es igual a 0,000 y es menor a 0,05 se rechazó la Hipótesis nula ( $H_0$ ) y se aceptó la hipótesis de investigación. Al ser una correlación No paramétrica se aplicó el coeficiente de Rho de Spearman y se obtuvo que la Coeficiencia de correlación es 0,522 con lo que se valida que hay una correlación “Positiva moderada” entre el indicador “Medios y Recursos” y la variable “Satisfacción del Cliente”.

**Tabla 56 Prueba de Hipótesis Específica N° 03**

| Correlaciones no paramétricas |  |                               |   |
|-------------------------------|--|-------------------------------|---|
|                               |  | 03.<br>SALIDAS U<br>"OUTPUTS" | Variable 02.<br>Satisfacción<br>del cliente |
| Rho de<br>Spearman            | Coefficiente de<br>correlación           | 1,000                         | ,125  |
|                               | 03. SALIDAS U "OUTPUTS"                  |                               |   |
|                               | Sig. (bilateral)                         | .                             | ,385  |
|                               | N  | 50                            | 50  |
|                               | Coefficiente de<br>correlación           | ,125                          | 1,000                                       |
|                               | Variable 02. Satisfacción del<br>cliente |                               |   |
|                               | Sig. (bilateral)                         | ,385                          | .   |
|                               | N  | 50                            | 50  |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Para analizar y rechazar la hipótesis nula, se aplicará el siguiente criterio:

Si p-valor es  $\leq$  Sig.  $\alpha$  (0,05)  $\Rightarrow$  se rechaza la hipótesis nula (H0)

Si p-valor es  $\geq$  Sig.  $\alpha$  (0,05)  $\Rightarrow$  se acepta la hipótesis nula (H0)

**H0:** No existe relación entre las “Salidas u Outputs” con la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web de la Empresa Credicorp Capital 2021.

**H1:** Existe relación entre las “Salidas u Outputs” con la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web de la Empresa Credicorp Capital 2021.

Interpretación: Según tabla N° 56, se valida que el valor de Significancia (bilateral) es igual a 0,385 y es mayor a 0,05 se acepta la Hipótesis nula (H0) y se rechaza la hipótesis de investigación. Al ser una correlación No paramétrica se aplicó el coeficiente de Rho de Spearman y se obtuvo que la Coeficiencia de correlación es 0,125 con lo que se valida que hay una correlación “Positiva muy baja” entre el indicador “Salidas u Outputs” y la variable “Satisfacción del Cliente”.

**Tabla 57 Prueba de Hipótesis Específica N° 04**

| Correlaciones No paramétricas |                             |                        |                                       |
|-------------------------------|-----------------------------|------------------------|---------------------------------------|
|                               |                             | 04. SISTEMA DE CONTROL | Variable 02. Satisfacción del cliente |
|                               | Coefficiente de correlación | 1,000                  | ,348*                                 |
|                               | Sig. (bilateral)            | .                      | ,013                                  |
| Rho de Spearman               | N                           | 50                     | 50                                    |
|                               | Coefficiente de correlación | ,348*                  | 1,000                                 |
|                               | Sig. (bilateral)            | ,013                   | .                                     |
|                               | N                           | 50                     | 50                                    |

\*. La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Para analizar y rechazar la hipótesis nula, se aplicará el siguiente criterio:

Si p-valor es  $\leq$  Sig.  $\alpha$  (0,05)  $\Rightarrow$  se rechaza la hipótesis nula (H0)

Si p-valor es  $\geq$  Sig.  $\alpha$  (0,05)  $\Rightarrow$  se acepta la hipótesis nula (H0)

**H0:** No existe relación entre el “Sistema de Control” con la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web de la Empresa Credicorp Capital 2021.

**H1:** Existe relación entre el “Sistema de Control” con la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web de la Empresa Credicorp Capital 2021.

Interpretación: Según tabla N° 57, se valida que el valor de Significancia (bilateral) es igual a 0,013 y es menor a 0,05 se rechaza la Hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis de investigación. Al ser una correlación No paramétrica se aplicó el coeficiente de Rho de Spearman y se obtuvo que la Coeficiencia de correlación es 0,348 con lo que se valida que si hay una correlación “Positiva baja” entre el indicador “Sistema de Control” y la variable “Satisfacción del Cliente”.

**Tabla 58 Prueba de Hipótesis Específica N° 05**

| Correlaciones No paramétricas |  |                                    |                                       |        |
|-------------------------------|--|------------------------------------|---------------------------------------|--------|
|                               |  | 05. ALCANCES O LIMITES DEL PROCESO | Variable 02. Satisfacción del cliente |        |
| Rho de Spearman               |  | Coefficiente de correlación        | 1,000                                 | ,746** |
|                               |  | Sig. (bilateral)                   | .                                     | ,000   |
|                               |  | N                                  | 50                                    | 50     |
|                               |  | Coefficiente de correlación        | ,746**                                | 1,000  |
|                               |  | Sig. (bilateral)                   | ,000                                  | .      |
|                               |  | N                                  | 50                                    | 50     |

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

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Para analizar y poder rechazar la hipótesis nula, se aplicará el siguiente criterio:

Si p-valor es  $\leq$  Sig.  $\alpha$  (0,05)  $\Rightarrow$  se rechaza la hipótesis nula (H0)

Si p-valor es  $\geq$  Sig.  $\alpha$  (0,05)  $\Rightarrow$  se acepta la hipótesis nula (H0)

**H0:** No existe relación entre los “Alcances o Límites del Proceso” con la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web de la Empresa Credicorp Capital 2021.

**H1:** Existe relación entre los “Alcances o Límites del Proceso” con la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web de la Empresa Credicorp Capital 2021.

Interpretación: Según tabla N° 58, se valida que el valor de Significancia (bilateral) es igual a 0,00 y es menor a 0,05 se rechazó la Hipótesis nula (H0) y se aceptó la hipótesis de investigación. Al ser una correlación No paramétrica se aplicó el coeficiente de Rho de Spearman y se obtuvo que la Coeficiencia de correlación es 0,746 con lo que se valida que si hay una correlación “Positiva alta” entre el indicador “Alcances o Límites del Proceso” y la variable “Satisfacción del Cliente”.

## V. DISCUSIÓN

Para analizar y exponer la discusión de la presente investigación, se ha considerado los resultados más llamativos y recalcados en la tesis presentada y enfocándonos en los objetivos presentados en un inicio, de tal manera que se presenta lo siguiente:

**Primera,** De acuerdo al objetivo general, que hubo en la presente investigación fue: “Evaluar” la relación de Gestión de Procesos y la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital 2021. Según los resultados se validó que el valor en la significancia (bilateral) fue igual a 0,000 y al ser menor a 0,05 se rechazó la Hipótesis nula ( $H_0$ ) y se aceptó la hipótesis de investigación, por lo que se aplicó el coeficiente de Rho de Spearman y se obtuvo que la Coeficiencia de correlación fue de 0,794 por lo que se validó que hubo una correlación “Positiva alta” entre la variable Gestión de Procesos y la variable Satisfacción del Cliente (**Ver tabla N° 53**).

Estos resultados se relacionan con la tesis de Avendaño, Y. (2020) en su trabajo de investigación sobre Gestión de Procesos y la Satisfacción del cliente, quien culminó en base a resultados de coeficiente de Rho de Spearman de 0,592 aceptando la hipótesis de investigación, demostrando que la Gestión de Procesos tiene relación con la Satisfacción del cliente y validando que a mayor desarrollo de la Gestión de Procesos se presenta mayor la Satisfacción del cliente.

Estos resultados también se relacionan con la tesis de Utia, L. (2020) en su trabajo de investigación sobre Gestión de Procesos y la Satisfacción de los Usuarios, quien culminó en base a resultados de coeficiente de Rho de Spearman de 0,904 aceptando la hipótesis de investigación, demostrando que la Gestión de Procesos tiene relación con la Satisfacción de los Usuarios y validando que a mayor desarrollo de la Gestión de Procesos se presenta mayor la Satisfacción del cliente.

**Segunda,** De acuerdo al objetivo específico N° 01, Determinar cuál fue la relación entre las “Entradas o Input” y la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital 2021. Según los resultados mostrados se validó que el valor de Significancia (bilateral) fue igual a 0,000 y al ser menor a 0,05 se rechazó la Hipótesis nula (H0) y se aceptó la hipótesis de investigación, por lo que se aplicó el coeficiente de Rho de Spearman y se obtuvo que la Coeficiencia de correlación fue de 0,677 con lo que se validó que si hubo una correlación “Positiva moderada” entre el indicador “Entradas o Inputs” y la variable “Satisfacción del Cliente” **(Ver tabla N° 54).**

Estos resultados se relacionan con la tesis de Avendaño, Y. (2020) donde al realizar la prueba de hipótesis específica N° 02 entre “Entradas o Input”, quien culminó en base a resultados de coeficiente de Rho de Spearman de 0,605 aceptando la hipótesis de investigación, demostrando que las Entradas o Input tiene relación con la Satisfacción del cliente y validando que a mayor desarrollo de las Entradas o Input se presenta mayor la Satisfacción del cliente.

**Tercera,** De acuerdo al objetivo específico N° 02, Determinar cuál fue la relación entre los “Medios y Recursos” y la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital 2021. Según los resultados mostrados se validó que el valor de Significancia (bilateral) fue igual a 0,000 y al ser menor a 0,05 se rechazó la Hipótesis nula (H0) y se aceptó la hipótesis de investigación, por lo que se aplicó el coeficiente de Rho de Spearman y se obtuvo que la Coeficiencia de correlación fue de 0,522 por lo que se validó que hubo una correlación “Positiva moderada” entre el indicador “Medios y Recursos” y la variable “Satisfacción del Cliente”. **(Ver tabla N° 55).**

Estos resultados se relacionan con la tesis de Avendaño, Y. (2020) donde al realizar la prueba de hipótesis específica N° 02 entre “Medios y Recursos”, quien culminó en base a resultados de coeficiente de Rho de Spearman de



0,582 aceptando la hipótesis de investigación, demostrando que los Medios y Recursos tiene relación con la Satisfacción del cliente y validando que a mayor desarrollo de los Medios y Recursos se presenta mayor la Satisfacción del cliente.

**Cuarta,** De acuerdo al objetivo específico N° 03, Determinar cuál fue la relación entre los “Salidas u Outputs” y la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital 2021. Según los resultados mostrados se validó que en el valor de Significancia (bilateral) fue igual a 0,385 y al ser mayor a 0,05 se aceptó la Hipótesis nula (H0) y se rechazó la hipótesis de investigación, por lo que se aplicó el coeficiente de Rho de Spearman y se obtuvo que la Coeficiencia de correlación fue de 0,125 por lo que se validó que hubo una correlación “Positiva muy baja” entre el indicador “Salidas u Outputs” y la variable “Satisfacción del Cliente” (**Ver tabla N° 56**).

Estos resultados se relacionan con la tesis de Avendaño, Y. (2020) donde al realizar la prueba de hipótesis específica N° 03 entre “Salidas u Outputs”, quien culminó en base a resultados de coeficiente de Rho de Spearman de 0,612 de aceptando la hipótesis de investigación, demostrando que las Salidas u Outputs tiene relación con la Satisfacción del cliente y validando que a mayor desarrollo de las Salidas u Outputs se presenta mayor la Satisfacción del cliente.

**Quinta,** De acuerdo al objetivo específico N° 04, Determinar cuál fue la relación entre los “Sistemas de Control” y la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital 2021. Según los resultados mostrados se validó que el valor de Significancia (bilateral) fue igual a 0,013 y al ser menor a 0,05 se rechazó la Hipótesis nula (H0) y se aceptó la hipótesis de investigación, por lo que se aplicó el coeficiente de Rho de Spearman y se obtuvo que la Coeficiencia de correlación fue de 0,348 con lo que se validó que hubo una correlación “Positiva baja” entre el

indicador “Sistemas de Control” y la variable “Satisfacción del Cliente” (**Ver tabla N° 57**).

Los resultados presentados se relacionan con la tesis de Avendaño, Y. (2020) donde al realizar la prueba de hipótesis específica N° 04 entre “Sistemas de Control”, quien culminó en base a resultados de coeficiente de Rho de Spearman de 0,396 de aceptando la hipótesis de investigación, demostrando que los Sistemas de Control tiene relación con la Satisfacción del cliente y validando que a mayor desarrollo de los Sistemas de Control se presenta mayor la Satisfacción del cliente.

**Sexta**, De acuerdo al objetivo específico N° 05, Determinar cuál fue la relación entre los “Alcances o Limites del Proceso” y la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital 2021. Según los resultados mostrados se validó que el valor de Significancia (bilateral) fue de 0,000 y al ser menor a 0,05 se rechazó la Hipótesis nula ( $H_0$ ) y se aceptó la hipótesis de investigación, por lo que se aplicó el coeficiente de Rho de Spearman y se obtuvo que la Coeficiencia de correlación fue de 0,746 con lo que se validó que si hubo una correlación “Positiva alta” entre el indicador “Alcances o Limites del Proceso” y la variable “Satisfacción del Cliente” (**Ver tabla N° 58**).

Estos resultados se relacionan con la tesis de Avendaño, Y. (2020) donde al realizar la prueba de hipótesis específica N° 05 entre “Alcances o Limites del Proceso”, quien culminó en base a resultados de coeficiente de Rho de Spearman de 0,703 aceptando la hipótesis de investigación, demostrando que los Alcances o Limites del Proceso tiene relación con la Satisfacción del cliente y validando que a mayor desarrollo de los Alcances o Limites del Proceso se presenta mayor la Satisfacción del cliente.

## VI. CONCLUSIONES

Para la presente investigación se contuvo en base teórica, debido a las contribuciones de distintos autores con el término de apoyar con la contribución de la investigación en la empresa correspondiente.

**Primera**, correspondiente al Objetivo General que hubo en la investigación fue: “Evaluar” la relación de Gestión de Procesos y la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital 2021, según los resultados que se obtuvieron se establece que, se aplicó el coeficiente de Rho de Spearman y se obtuvo que la Coeficiencia de correlación es 0,794 y una significancia de 0,000 con lo que se valida que hay una correlación “Positiva alta” entre la variable Gestión de Procesos y la variable Satisfacción del Cliente. Cabe señalar, que se concluye que la Gestión de Procesos tiene relación directa con la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web de la Empresa Credicorp Capital 2021.

**Segunda**, correspondiente al Objetivo específico 01 que hubo en la presente investigación fue: Determinar cuál fue la relación entre las “Entradas o Input” y la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital 2021, según los resultados que se obtuvieron se establece que, se aplicó el coeficiente de Rho de Spearman y se obtuvo que la Coeficiencia de correlación es 0,677 y una significancia de 0,000 con lo que se valida que hay una correlación “Positiva moderada” entre el indicador “Entradas o Inputs” y la variable “Satisfacción del Cliente”. Cabe señalar, que se concluye que las Entradas o Input tienen relación directa con la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web de la Empresa Credicorp Capital 2021.

**Tercera**, correspondiente al Objetivo específico 02 que hubo en la presente investigación fue: Determinar cuál fue la relación entre los “Medios y Recursos” y la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital 2021, según los resultados que se obtuvieron se establece que, se aplicó el coeficiente de Rho de Spearman y se obtuvo

que la Coeficiencia de correlación es 0,522 y una significancia de 0,000 con lo que se valida que hay una correlación “Positiva moderada” entre el indicador “Medios y Recursos” y la variable “Satisfacción del Cliente”. Cabe señalar, que se concluye que los Medios y Recursos tienen relación directa con la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web de la Empresa Credicorp Capital 2021.

**Cuarta**, correspondiente al Objetivo específico 03 que hubo en la investigación fue: Determinar cuál fue la relación entre “Salidas u Outputs” y la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital 2021, según los resultados que se obtuvieron se establece que, se aplicó el coeficiente de Rho de Spearman y se obtuvo que la Coeficiencia de correlación es 0,125 y una significancia de 0,385 con lo que se valida que hay una correlación “Positiva muy baja” entre el indicador “Salidas u Outputs” y la variable “Satisfacción del Cliente”. Cabe señalar, que se concluye que las Salidas u Outputs no tienen relación directa con la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web de la Empresa Credicorp Capital 2021.

**Quinta**, correspondiente a el Objetivo específico 04 que hubo en la investigación fue: Determinar cuál fue la relación entre el “Sistema de Control” y la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital 2021, según los resultados que se obtuvieron se establece que, se aplicó el coeficiente de Rho de Spearman y se obtuvo que la Coeficiencia de correlación es 0,348 y una significancia de 0,013 con lo que se valida que hay una correlación “Positiva baja” entre el indicador “Sistema de Control” y la variable “Satisfacción del Cliente”. Cabe señalar, que se concluye que los Sistema de Control tienen relación directa con la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web de la Empresa Credicorp Capital 2021.

**Sexta**, correspondiente a el Objetivo específico 05 que hubo en la presente investigación fue: Determinar cuál fue la relación entre los “Alcances o

Límites del Proceso” y la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital 2021, según los resultados que se obtuvieron se establece que, se aplicó el coeficiente de Rho de Spearman y se obtuvo que la Coeficiencia de correlación es 0,746 y una significancia de 0,000 con lo que se valida que hay una correlación “Positiva alta” entre el indicador “Alcances o Límites del Proceso” y la variable “Satisfacción del Cliente”. Cabe señalar, que se concluye que los Alcances o Límites del Proceso tienen relación directa con la Satisfacción del Cliente Externo de Operaciones vía Web de la Empresa Credicorp Capital 2021.

## VII. RECOMENDACIONES

**Primera**, respecto a la variable “Gestión de Procesos”, se recomienda realizar solicitudes con las áreas pertinentes para mejorar, implementar y actualizar información respecto a los datos que emite el producto de inversión financiera de Fondos Mutuos en la Gestión de Procesos, para optimizar la calidad y tiempo de atención en el desarrollo de Gestión de Proceso, así como las Entradas o Input, los Medios y Recursos, las Salidas u Outputs, el Sistema de Control, los Alcances o Límites del Proceso, con la finalidad de mejorar la variable “Satisfacción del cliente” generando calidad en la Gestión de Procesos.

**Segunda**, respecto a la dimensión “Entradas o Inputs”, se recomienda gestionar solicitudes con las áreas pertinentes para realizar una actualización masiva posteriormente al cierre del valor cuota de cada fondo, respecto a los datos sobre el producto de inversión financiera de Fondos Mutuos en el portal Vía Inversiones, en el caso de los fondos con asignación de valor cuota en “T-1” de forma diaria, los fondos con asignación de valor cuota en “T” al día siguiente y los fondos con asignación de valor cuota en “T+1” al segundo día. También se recomienda difundir los horarios sobre el envío de notificaciones del canal web de Vía Inversiones al cliente y de acuerdo al horario de registro de operaciones al sistema, así como realizar seguimiento sobre el envío automático de notificaciones al buzón del cliente.

**Tercera**, respecto a la dimensión “Medios y Recursos”, se recomienda realizar capacitaciones masivas a los equipos que mantienen contacto y atención de consultas con el cliente externo, así como manuales en formato PDF y videos tutoriales que puedan ser incluidas en las plataformas de atención para los nuevos usuarios que realizan atención de consultas y reclamos respecto al producto financiero de Fondos Mutuos.

**Cuarta**, respecto a la dimensión “Salidas u Outputs”, se recomienda generar el envío automático de una encuesta de Satisfacción del cliente, por cada

inconveniente que el cliente haya experimentado solicitando el producto financiero de Fondos Mutuos.

**Quinta**, respecto a la dimensión “Sistema de Control”, se recomienda generar el envío automático de manuales en formato PDF a los clientes externos respecto al procedimiento de solicitudes de operaciones con el producto financiero de Fondos Mutuos.

**Sexta**, respecto a la dimensión “Alcances o Límites del Proceso”, se recomienda generar el envío de una encuesta de Satisfacción del cliente interno, respecto a las gestiones de Procesos sobre el producto financiero de Fondos Mutuos, de tal forma que se puedan optimizar los procesos operativos con la finalidad de mejorar la satisfacción del cliente.

## VIII. PROPUESTAS DE INTERVENCIÓN

**Primera**, según las recomendaciones detalladas en el capítulo anterior, se presenta las siguientes propuestas a fin de consolidar una reunión con la jefatura inmediata del área de operaciones de Fondos Mutuos y analizar el procedimiento a fin de exponer las propuestas, a fin de mejorar la Gestión de Procesos y la Satisfacción del cliente.

**Segunda**, se propone realizar un requerimiento al proveedor de sistemas de la empresa, a fin de solicitar las siguientes mejorar en el portal de vía inversiones:

1. Actualización masiva respecto al valor cuota de los saldos de cada fondo mutuos según su asignación.
2. Generar los envíos automáticos de notificaciones al buzón del cliente de forma diaria, una vez que el ticket de la operación generada por el cliente sea modificado su estado por el sistema, de “Pendiente”, “Recibida”, “Registrada”, “Ejecutada” y “Anulada”.
3. Generar un enlace en la página para realizar consultas y reclamos y que las mismas sean recibidas a un nuevo buzón para operaciones de Vía Inversiones.

**Tercera**, se propone generar manuales respecto al producto financiero de fondos mutuos y del uso general del aplicativo Suite:

1. Desarrollar un manual respecto a las características generales de cada fondo mutuo, nombre de fondo, nemónico, asignación de valor cuota, tipos de fondos. El mismo que servirá para el área de operaciones, bancas y personal interno o clientes.
2. Desarrollar un manual respecto al proceso de operaciones de fondos mutuos en el aplicativo para registro de suscripciones, rescates, trasposos, transferencias y anulaciones, el mismo que servirá para el área de operaciones, bancas y personal interno, por lo que deberá ser enviado de forma trimestral.



**Cuarta**, se propone generar un formato de encuesta para los clientes internos de banca y operaciones cada 03 meses a fin de buscar puntos de mejoras del día a día.

**Quinta**, una vez generada las propuestas, se realizará seguimiento sobre los reclamos y consultas presentados, luego se analizará los temas más repetitivos a fin de buscar nuevas soluciones en el área de operaciones.

**Sexta**, una vez que el requerimiento con el área de sistemas sea ejecutado y las propuestas sean procesadas, se realizará seguimiento sobre el impacto de mejora y se enviará una encuesta sobre satisfacción del cliente externo, de esta forma se procederá con las validaciones de mejora en la satisfacción del cliente, mejorando la gestión de procesos en fondos mutuos.

## REFERENCIAS

### Referencias Nacionales

**Atoche, L; Reyna, J. (2019)** "Gestión por Procesos en la operación de embarque y su incidencia en la Satisfacción del Cliente del Terrapuerto Trujillo, 2019"

**Avendaño, Y. (2020)** "Gestión de Procesos y la Satisfacción del Cliente de la agencia Huaycán de Compartamos Financiera S.A., Ate 2020"

**García, A. (2016)** "Manejo de Procesos de reclamos y Satisfacción de los Clientes EMAPA San Martín S.A. Tarapoto año 2016"

**Guevara, K. (2019)** "Procesos de las operaciones aduaneras y Satisfacción del Cliente en la Empresa UCL Aduanas SAC, Callao 2019"

**Julcarima, E. (2017)** "Satisfacción del Cliente respecto al Proceso de distribución de las empresas de consumo masivo de Lima Sur, Lima 2017"

**Martinez, D. (2018)** "Gestión por Procesos y Satisfacción al contribuyente de la Municipalidad de Carabayllo, 2018"

**Napán, M. (2017)** "Proceso logístico y Satisfacción de los Clientes internos del Instituto Nacional de Salud del Niño – Breña 2017"

**Oliva, J. (2017)** "Propuesta de mejora del Proceso de distribución para la Satisfacción de los Clientes de la Empresa Courier Jaén SRL en la ciudad de Jaén-año 2017"

**Perales, R. (2019)** "Proceso operativo de importación y Satisfacción de los Clientes de la Agencia de Aduana Monte Sion S.A.C., Callao 2019"

**Trujillo, D. (2019)** "Procesos logísticos y Satisfacción de los Clientes de la empresa cerámicos DETT S.A.C., Rioja 2019"

**Utia, L. (2020)** "La Gestión por Procesos y la Satisfacción de los usuarios en la empresa de Transportes Ángel Ibárcena S.A.C, Ate 2020"

### Referencias Internacionales

**Cobos, J; Medina, M. (2016)** "Implementación de un Sistema de Gestión de calidad por Procesos para mejorar la Satisfacción del Cliente en la empresa SaludCorp S.A de la ciudad de Guayaquil" Ecuador.

**Peñafiel, C. (2018)** "Influencia de la Gestión de los Procesos relacionados con la atención al Cliente, y el nivel de Satisfacción de los Socios en las Cooperativas de Ahorro y Crédito, segmento I, en la ciudad de Tulcán" Ecuador.

**Vivanco, S. (2019)** "La Gestión por Procesos de los hospitales públicos de tercer nivel y su incidencia en la Satisfacción de los usuarios del Distrito Metropolitano de Quito, Año 2019" Ecuador.

### **Referencias Artículos Científicos Internacionales**

**Barreto, P; Arias, P. (2017)** "Procesos de Gestión del Banco Agrario de Colombia y su influencia en la modernización del productor agropecuario" Colombia.

**Castanedo, A. (2019)** "Modelo conceptual descriptivo para ejecutar una eficaz Gestión por Procesos, con garantía de calidad, en la Universidad del siglo XXI" Cuba.

**Estrada, D; De la Nuez, D. (2020)** "Gestión del Proceso de restauración en el Hotel Islazul Pinar del Río" Cuba.

**Fayos, T; Moliner, B; Ruiz, M. (2015)** "¿Es posible aumentar la Satisfacción del Cliente después de una queja?: La Paradoja de Recuperación del Servicio en el comercio minorista" España.

**Kido, M; Díaz, I; Kido, A. (2018)** "La Satisfacción del comensal como elemento clave del binomio gastronomía-turismo en Tijuana" México.

**López, K. (2015)** "Modelo de automatización de Procesos para un sistema de Gestión a partir de un esquema de documentación basado en Business" Colombia.

**Mejías, A; Godoy, E; Piña, R. (2018)** "Impacto de la calidad de los servicios sobre la Satisfacción de los Clientes en una empresa de mantenimiento" Venezuela.

**Paredes, A; Velázquez, M. (2018)** "Nivel de Satisfacción de los usuarios de transporte público colectivo en la Ciudad de México aplicando el enfoque agregado" México.

**Peñaranda, A; Quijano, P. Thomas, S. (2019)** "Evaluar el nivel de Satisfacción del Cliente de las entidades financieras del municipio de Pamplona" España.

**Ramírez, F; Viteri, J; García, E; Carrión, V. (2015)** "Valor óptimo de eficiencia de la Gestión. Caso Proceso de calzado" Cuba.

**Romero, A; Álvarez, G; Álvarez, S. (2018)** "Evaluación de la Satisfacción del Cliente en empresas de servicio" Ecuador.

**Sánchez, S; Rodríguez, G. (2017)** "Indicadores de eficiencia relativa del Proceso de Gestión de crédito en un banco colombiano, mediante análisis envolvente de datos (DEA)" Colombia.

### **Referencias Artículos Científicos (inglés)**

**Agarwal, R; Mehrotra, A. (2017)** "Using CSI to Measure Customer Satisfaction with Indian Railways" India.

**Alqahtani, S; Farraj, H. (2016)** "Customer satisfaction with mobile services in telecommunication companies" Arabia Saudita.

**Angnes, D; Mello, C; Bertinetti, J. (2015)** "Evaluation of Customer Satisfaction in Restaurant Services with Application of ACSI" Brasil.

**Arefi, M; Tavakoli, G; Heidari, O; Lashkajani, M. (2016)** "Towards a Conceptual Model of Customer Satisfaction for Manufacturing Organizations and Presenting a Three-Phases Approach" Irán.

**Balvers, R; Gaski, J; McDonald, B. (2016)** "Financial Disclosure and Customer Satisfaction: Do Companies Talking the Talk Actually Walk the Walk?" EE.UU.

**Belkadi, E. (2017)** "The determinants and consequences of the Satisfaction of residents in developing countries: The case of the city of Casablanca in Morocco. Application of the american model of the consumer satisfaction index" Marruecos.

**Geçit, B; Taşkin, E. (2020)** "The Effect of Value and Service Perceptions on Customer Loyalty for Electronic Commerce Sites; Mediator Role of Satisfaction and Trust" Turquía.

**Ghosh, D; Ray, N. (2017)** "Evaluation of Customer Satisfaction by Service Dominant Logic for Banking Sector: An Indicative Study Based on HDFC Bank" India.

**Johnson, M; Anderson, E; Cha, J; Bryant, B. (1996)** "Índice de satisfacción del cliente estadounidense: naturaleza, propósito y recomendaciones" EE.UU.

**Kasim, T; Haračić M; Haračić, M. (2018)** "The Improvement Of Business Efficiency Through Business Process Management" Bosnia.

**Parvin, A. (2018)** "Customer Satisfaction Survey on Mobile Financial Services of Dutch Bangla Bank Limited" Bangladesh.

**Rongali, A. (2017)** "Customer's expectations and level of Satisfaction from online shopping in tehri: An empirical investigation" India.

**Sadeghi, M. (2017)** "Meta-Analytic of the Relationship between Human Resource Management and Customer Satisfaction in Lean Production Adoption and Implementation Processes" Irán.

**Sertel, E. (2017)** "Customer Satisfaction, Loyalty, and Financial Performance in the Tourism and Hospitality Industry: Evidence from North Cyprus" Turquía.

**Shahraki, A. (2014)** "Evaluation of customer satisfaction about Bank service quality" Irán.

**Shamout, M; Emeagwali, O. (2016)** "Examining the impact of electronic supply chain management processes on customer satisfaction: A literature review" Turquía.

**Vasić, N; Kilibarda, M; Kaurin, T. (2019)** "The Influence of Online Shopping Determinants on Customer Satisfaction in the serbian Market" Serbia.

**You, Y; Bhatnagar, A; Ghose, S. (2016)** "Customer Satisfaction with E-Retailers: The Role of Product Type in the Relative Importance of Attributes" EE.UU.

### **Referencias Bibliográficas**

**Becerra, F; Andrade, A; Díaz, L. (2019)** "Sistema de Gestión de la calidad para el Proceso de investigación" Ecuador.

**Bernal, C. (2016)** "Metodología de la investigación" Colombia.

**CCEI CV (2008)** "Análisis de Satisfacción del Cliente" Valencia.

**Contreras, F; Olaya, J; Matos, F. (2017)** "Gestión por Procesos, indicadores y estándares para unidades de Información" Perú.

**Evans, J; Lindsay, W. (2008).** "Administración y Control de la Calidad" México.

**Guadarrama, E; Rosales, E. (2015)** “Marketing relacional: valor, Satisfacción, lealtad y retención del Cliente. Análisis y reflexión teórica”. Santo Domingo. República Dominicana.

**Junta Castilla y León (2012)** “Trabajando con los Procesos: Guía para la Gestión por Procesos” España.

**Ministerio de Fomento (2005)** “La Gestión por Procesos” España.

**The Acsi (2021).** American Customer Satisfaction Index. [www.theacsi.org](http://www.theacsi.org) EE.UU.

## TABLAS DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO

**Tabla 01 Escala de medición del alfa de Cronbrach**

| Rangos      | Magnitud |
|-------------|----------|
| 0,81 a 1,00 | Muy alta |
| 0,61 a 0,80 | Alta     |
| 0,41 a 0,60 | Moderada |
| 0,21 a 0,40 | Baja     |
| 0,01 a 0,20 | Muy baja |

Fuente: Utia, L. (2020 p.18)

**Tabla 02 Confiabilidad Total de los instrumentos**

| Estadísticos de fiabilidad |                |
|----------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach           | N de elementos |
| ,893                       | 30             |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

En la tabla se observa que, según lo obtenido la fiabilidad con Alfa de Cronbach es de ,893; lo cual indica que el nivel es de Muy alta fiabilidad y se encuentra válida para su aplicación.

**Tabla 03 Confiabilidad de Variable N° 01: Gestión de Procesos**

| Estadísticos de fiabilidad |                |
|----------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach           | N de elementos |
| ,712                       | 13             |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

En la tabla se observa que, según lo obtenido la fiabilidad con Alfa de Cronbach es de ,712; lo cual indica que el nivel es de Alta fiabilidad y se encuentra válida para su aplicación.

**Tabla 04 Confiabilidad de Variable N° 02: Satisfacción del Cliente**

| Estadísticos de fiabilidad |                |
|----------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach           | N de elementos |
| ,867                       | 17             |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

En la tabla se observa que, según lo obtenido la fiabilidad con Alfa de Cronbach es de ,867; lo cual indica que el nivel es de Muy alta fiabilidad y se encuentra válida para su aplicación.

## TABLAS DE RESULTADOS DE FRECUENCIAS

**Tabla 05 Frecuencia de Información Sociodemográfica N° 01**

|         |              | ¿Cuál es su género? |              |                   |                      |
|---------|--------------|---------------------|--------------|-------------------|----------------------|
|         |              | Frecuencia          | Porcentaje   | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | Femenino     | 21                  | 42,0         | 42,0              | 42,0                 |
|         | Masculino    | 29                  | 58,0         | 58,0              | 100,0                |
|         | <b>Total</b> | <b>50</b>           | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>      |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 21 clientes representaron un 42% eran del género femenino y 29 clientes representando un 58% eran del género masculino respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría correspondía al género Masculino.

**Tabla 06 Frecuencia de Información Sociodemográfica N° 02**

|         |              | ¿Qué edad tiene? |              |                   |                      |
|---------|--------------|------------------|--------------|-------------------|----------------------|
|         |              | Frecuencia       | Porcentaje   | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | 18 a 30 años | 5                | 10,0         | 10,0              | 10,0                 |
|         | 31 a 40 años | 29               | 58,0         | 58,0              | 68,0                 |
|         | 41 a 50 años | 14               | 28,0         | 28,0              | 96,0                 |
|         | 51 a 60 años | 2                | 4,0          | 4,0               | 100,0                |
|         | <b>Total</b> | <b>50</b>        | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>      |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 05 clientes representando un 10% eran de 18 a 30 años, 29 clientes representando un 58% eran 31 a 40 años, 14 clientes representando un 28% eran de 41 a 50 años y 02 clientes representando un 04% eran de 51 a 60 años, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría correspondía tenía de 31 a 40 años de edad.



**Tabla 07 Frecuencia de Información Sociodemográfica N° 03**

|         |               | ¿Cuál es su Grado de Instrucción? |            |                   |                      |
|---------|---------------|-----------------------------------|------------|-------------------|----------------------|
|         |               | Frecuencia                        | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | Técnico       | 18                                | 36,0       | 36,0              | 36,0                 |
|         | Universitario | 32                                | 64,0       | 64,0              | 100,0                |
|         | Total         | 50                                | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 18 clientes representando un 36% eran Técnicos, 32 clientes representando un 64% eran universitarios, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría tenía grado de instrucción Universitario.

**Tabla 08 Frecuencia de Información Sociodemográfica N° 04**

|         |    | ¿Ud. realiza operaciones con Fondos Mutuos desde el canal web de "Vía Inversiones"? |            |                   |                      |
|---------|----|---|------------|-------------------|----------------------|
|         |    | Frecuencia  | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | Sí | 50  | 100,0      | 100,0             | 100,0                |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 50 clientes utilizaron el canal web de Vía Inversiones representando a un total del 100% de clientes encuestados de la muestra.

**Tabla 09 Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 01**

| 01. ¿Considera que el contenido e información del canal web "Vía Inversiones" son adecuados para operaciones de Fondos Mutuos? |              |            |            |                   |                      |
|--|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|  |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos  | Nunca        | 2          | 4,0        | 4,0               | 4,0                  |
|  | Casi nunca   | 2          | 4,0        | 4,0               | 8,0                  |
|  | A veces      | 21         | 42,0       | 42,0              | 50,0                 |
|  | Casi siempre | 12         | 24,0       | 24,0              | 74,0                 |
|  | Siempre      | 13         | 26,0       | 26,0              | 100,0                |
|  | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, según las frecuencias, 02 clientes con el 04% indicaron que Nunca, 02 clientes con el 04% indicaron que Casi nunca, 21 clientes con el 42% indicaron que A veces, 12 clientes con el 24% indicaron que Casi siempre, 13 clientes con el 26% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

**Tabla 10 Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 02**

| 02. ¿Las notificaciones del canal web "Vía Inversiones" sobre sus operaciones son otorgadas dentro del tiempo establecido? |              |            |            |                   |                      |
|--|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|  |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos  | Nunca        | 3          | 6,0        | 6,0               | 6,0                  |
|  | Casi nunca   | 15         | 30,0       | 30,0              | 36,0                 |
|  | A veces      | 21         | 42,0       | 42,0              | 78,0                 |
|  | Casi siempre | 7          | 14,0       | 14,0              | 92,0                 |
|  | Siempre      | 4          | 8,0        | 8,0               | 100,0                |
|  | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 03 clientes con el 06% indicaron que Nunca, 15 clientes con el 30% indicaron que Casi nunca, 21 clientes con el 42% indicaron que A veces, 07 clientes con el 14% indicaron que Casi siempre, 04 clientes con el 08% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

**Tabla 11 Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 03**

| 03. ¿El personal que realiza las gestiones está capacitado para absolver las consultas respecto a las operaciones de Fondos Mutuos? |              |            |            |                   |                      |
|---|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|   |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos   | Nunca        | 2          | 4,0        | 4,0               | 4,0                  |
|   | Casi nunca   | 3          | 6,0        | 6,0               | 10,0                 |
|   | A veces      | 20         | 40,0       | 40,0              | 50,0                 |
|   | Casi siempre | 18         | 36,0       | 36,0              | 86,0                 |
|   | Siempre      | 7          | 14,0       | 14,0              | 100,0                |
|   | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 02 clientes con el 04% indicaron que Nunca, 03 clientes con el 06% indicaron que Casi nunca, 20 clientes con el 40% indicaron que A veces, 18 clientes con el 36% indicaron que Casi siempre, 07 clientes con el 14% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “A veces”.

**Tabla 12 Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 04**

| 04. ¿La maquinaria y el servidor del canal web "Vía Inversiones" empleados por la Empresa son modernas y de última tecnología? |              |            |            |                   |                      |
|--|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|  |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos  | Nunca        | 1          | 2,0        | 2,0               | 2,0                  |
|  | Casi nunca   | 2          | 4,0        | 4,0               | 6,0                  |
|  | A veces      | 22         | 44,0       | 44,0              | 50,0                 |
|  | Casi siempre | 20         | 40,0       | 40,0              | 90,0                 |
|  | Siempre      | 5          | 10,0       | 10,0              | 100,0                |
|  | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 01 cliente con el 02% indico que Nunca, 02 clientes con el 04% indicaron que Casi nunca, 22 clientes con el 44% indicaron que A veces, 20 clientes con el 40% indicaron que Casi siempre, 05 clientes con el 10% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “A veces”.

**Tabla 13 Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 05**

| 05. ¿La página web "Vía Inversiones" empleado por la Empresa es adecuado para operaciones de Fondos Mutuos? |              |            |              |                   |                      |
|---|--------------|------------|--------------|-------------------|----------------------|
|   |              | Frecuencia | Porcentaje   | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos   | Nunca        | 1          | 2,0          | 2,0               | 2,0                  |
|   | Casi nunca   | 4          | 8,0          | 8,0               | 10,0                 |
|   | A veces      | 17         | 34,0         | 34,0              | 44,0                 |
|   | Casi siempre | 16         | 32,0         | 32,0              | 76,0                 |
|   | Siempre      | 12         | 24,0         | 24,0              | 100,0                |
|   | <b>Total</b> | <b>50</b>  | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>      | <b>100,0</b>         |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 01 cliente con el 02% indico que Nunca, 04 clientes con el 08% indicaron que Casi nunca, 17 clientes con el 34% indicaron que A veces, 16 clientes con el 32% indicaron que Casi siempre, 12 clientes con el 24% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

**Tabla 14 Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 06**

| 06. ¿La documentación empleada e información otorgada vía e-mail le ayuda a comprender sobre las condiciones de los Fondos Mutuos? |              |            |              |                   |                      |
|--|--------------|------------|--------------|-------------------|----------------------|
|  |              | Frecuencia | Porcentaje   | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos  | Nunca        | 1          | 2,0          | 2,0               | 2,0                  |
|  | Casi nunca   | 2          | 4,0          | 4,0               | 6,0                  |
|  | A veces      | 17         | 34,0         | 34,0              | 40,0                 |
|  | Casi siempre | 16         | 32,0         | 32,0              | 72,0                 |
|  | Siempre      | 14         | 28,0         | 28,0              | 100,0                |
|  | <b>Total</b> | <b>50</b>  | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>      | <b>100,0</b>         |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 01 cliente con el 02% indico que Nunca, 02 clientes con el 04% indicaron que Casi nunca, 17 clientes con el 34% indicaron que A veces, 16 clientes con el 32% indicaron que Casi siempre, 14 clientes con el 28% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

**Tabla 15 Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 07**

| 07. ¿Considera que las operaciones de Fondos Mutuos son adecuados y elaborados de acuerdo a las exigencias técnicas y legales? |              |            |            |                   |                      |
|--|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|  |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos  | Nunca        | 1          | 2,0        | 2,0               | 2,0                  |
|  | Casi nunca   | 4          | 8,0        | 8,0               | 10,0                 |
|  | A veces      | 17         | 34,0       | 34,0              | 44,0                 |
|  | Casi siempre | 19         | 38,0       | 38,0              | 82,0                 |
|  | Siempre      | 9          | 18,0       | 18,0              | 100,0                |
|  | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 01 cliente con el 02% indico que Nunca, 04 clientes con el 08% indicaron que Casi nunca, 17 clientes con el 34% indicaron que A veces, 19 clientes con el 38% indicaron que Casi siempre, 09 clientes con el 18% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “Casi siempre”.

**Tabla 16 Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 08**

| 08. ¿Considera que ha tenido inconvenientes con los servicios de operaciones del canal web "Vía Inversiones"? |              |            |            |                   |                      |
|---|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|   |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos   | Nunca        | 1          | 2,0        | 2,0               | 2,0                  |
|   | Casi nunca   | 5          | 10,0       | 10,0              | 12,0                 |
|   | A veces      | 25         | 50,0       | 50,0              | 62,0                 |
|   | Casi siempre | 13         | 26,0       | 26,0              | 88,0                 |
|   | Siempre      | 6          | 12,0       | 12,0              | 100,0                |
|   | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 01 cliente con el 02% indico que Nunca, 05 clientes con el 10% indicaron que Casi nunca, 25 clientes con el 50% indicaron que A veces, 13 clientes con el 26% indicaron que Casi siempre, 06 clientes con el 12% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “A veces”.

**Tabla 17 Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 09**

| 09. ¿Considera que la atención recibida dentro del tiempo establecido se realiza con eficiencia? |              |            |            |                   |                      |
|--|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|  |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos  | Nunca        | 3          | 6,0        | 6,0               | 6,0                  |
|  | Casi nunca   | 8          | 16,0       | 16,0              | 22,0                 |
|  | A veces      | 22         | 44,0       | 44,0              | 66,0                 |
|  | Casi siempre | 9          | 18,0       | 18,0              | 84,0                 |
|  | Siempre      | 8          | 16,0       | 16,0              | 100,0                |
|  | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 03 clientes con el 06% indicaron que Nunca, 08 clientes con el 16% indicaron que Casi nunca, 22 clientes con el 44% indicaron que A veces, 09 clientes con el 18% indicaron que Casi siempre, 08 clientes con el 16% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “A veces”.

**Tabla 18 Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 10**

| 10. ¿Considera que se debe registrar opciones más detalladas y fáciles de entender para operaciones con Fondos Mutuos? |              |            |            |                   |                      |
|--|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|  |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos  | Nunca        | 1          | 2,0        | 2,0               | 2,0                  |
|  | Casi nunca   | 2          | 4,0        | 4,0               | 6,0                  |
|  | A veces      | 24         | 48,0       | 48,0              | 54,0                 |
|  | Casi siempre | 15         | 30,0       | 30,0              | 84,0                 |
|  | Siempre      | 8          | 16,0       | 16,0              | 100,0                |
|  | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 01 cliente con el 02% indico que Nunca, 02 clientes con el 04% indicaron que Casi nunca, 24 clientes con el 48% indicaron que A veces, 15 clientes con el 30% indicaron que Casi siempre, 08 clientes con el 16% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “A veces”.

**Tabla 19 Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 11**

| 11. ¿Considera que la empresa conoce sus necesidades respecto a operaciones de Fondos Mutuos del canal web "Vía Inversiones"? |              |            |            |                   |                      |
|---|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|   |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos   | Nunca        | 1          | 2,0        | 2,0               | 2,0                  |
|   | Casi nunca   | 5          | 10,0       | 10,0              | 12,0                 |
|   | A veces      | 27         | 54,0       | 54,0              | 66,0                 |
|   | Casi siempre | 8          | 16,0       | 16,0              | 82,0                 |
|   | Siempre      | 9          | 18,0       | 18,0              | 100,0                |
|   | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 01 cliente con el 02% indico que Nunca, 05 clientes con el 10% indicaron que Casi nunca, 27 clientes con el 54% indicaron que A veces, 08 clientes con el 16% indicaron que Casi siempre, 09 clientes con el 18% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

**Tabla 20 Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 12**

| 12. ¿La Empresa supera sus expectativas respecto a operaciones de Fondos Mutuos del canal web "Vía Inversiones"? |              |            |            |                   |                      |
|--|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|  |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos  | Nunca        | 4          | 8,0        | 8,0               | 8,0                  |
|  | Casi nunca   | 8          | 16,0       | 16,0              | 24,0                 |
|  | A veces      | 20         | 40,0       | 40,0              | 64,0                 |
|  | Casi siempre | 13         | 26,0       | 26,0              | 90,0                 |
|  | Siempre      | 5          | 10,0       | 10,0              | 100,0                |
|  | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 04 clientes con el 08% indicaron que Nunca, 08 clientes con el 16% indicaron que Casi nunca, 20 clientes con el 40% indicaron que A veces, 13 clientes con el 26% indicaron que Casi siempre, 05 clientes con el 10% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

**Tabla 21 Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 13**

| 13. ¿Se considera satisfecho con el producto y/o servicio adquirido de Fondos Mutuos del canal web "Vía Inversiones"? |              |            |            |                   |                      |
|---|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|   |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos   | Nunca        | 3          | 6,0        | 6,0               | 6,0                  |
|   | Casi nunca   | 7          | 14,0       | 14,0              | 20,0                 |
|   | A veces      | 21         | 42,0       | 42,0              | 62,0                 |
|   | Casi siempre | 15         | 30,0       | 30,0              | 92,0                 |
|   | Siempre      | 4          | 8,0        | 8,0               | 100,0                |
|   | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 03 clientes con el 06% indicaron que Nunca, 07 clientes con el 14% indicaron que Casi nunca, 21 clientes con el 42% indicaron que A veces, 15 clientes con el 30% indicaron que Casi siempre, 04 clientes con el 08% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

**Tabla 22 Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 14**

| 14. ¿Considera que la empresa ha cubierto sus expectativas respecto al canal web "Vía Inversiones" en comparación con otras entidades financieras? |              |            |            |                   |                      |
|--|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|  |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos  | Nunca        | 3          | 6,0        | 6,0               | 6,0                  |
|  | Casi nunca   | 8          | 16,0       | 16,0              | 22,0                 |
|  | A veces      | 30         | 60,0       | 60,0              | 82,0                 |
|  | Casi siempre | 2          | 4,0        | 4,0               | 86,0                 |
|  | Siempre      | 7          | 14,0       | 14,0              | 100,0                |
|  | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 03 clientes con el 06% indicaron que Nunca, 08 clientes con el 16% indicaron que Casi nunca, 30 clientes con el 60% indicaron que A veces, 02 clientes con el 04% indicaron que Casi siempre, 07 clientes con el 14% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".



**Tabla 23 Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 15**

| 15. ¿El servicio del canal web "Vía Inversiones" está cerca de las expectativas del cliente? |              |            |            |                   |                      |
|--|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|  |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos  | Nunca        | 3          | 6,0        | 6,0               | 6,0                  |
|  | Casi nunca   | 6          | 12,0       | 12,0              | 18,0                 |
|  | A veces      | 31         | 62,0       | 62,0              | 80,0                 |
|  | Casi siempre | 5          | 10,0       | 10,0              | 90,0                 |
|  | Siempre      | 5          | 10,0       | 10,0              | 100,0                |
|  | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 03 clientes con el 06% indicaron que Nunca, 06 clientes con el 12% indicaron que Casi nunca, 31 clientes con el 62% indicaron que A veces, 05 clientes con el 10% indicaron que Casi siempre, 05 clientes con el 10% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

**Tabla 24 Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 16**

| 16. ¿Considera que cuando solicita el servicio del canal web "Vía Inversiones" confía en que las operaciones serán gestionadas? |              |            |            |                   |                      |
|---|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|   |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos   | Nunca        | 1          | 2,0        | 2,0               | 2,0                  |
|   | Casi nunca   | 1          | 2,0        | 2,0               | 4,0                  |
|   | A veces      | 21         | 42,0       | 42,0              | 46,0                 |
|   | Casi siempre | 18         | 36,0       | 36,0              | 82,0                 |
|   | Siempre      | 9          | 18,0       | 18,0              | 100,0                |
|   | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 01 cliente con el 02% indico que Nunca, 01 cliente con el 02% indico que Casi nunca, 21 clientes con el 42% indicaron que A veces, 18 clientes con el 36% indicaron que Casi siempre, 09 clientes con el 18% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

**Tabla 25 Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 17**

| 17. ¿Considera que el canal web "Vía Inversiones" para Fondos Mutuos es de buena calidad en comparación con otra web de entidades financieras? |              |            |            |                   |                      |
|--|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|  |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos  | Nunca        | 4          | 8,0        | 8,0               | 8,0                  |
|  | Casi nunca   | 7          | 14,0       | 14,0              | 22,0                 |
|  | A veces      | 30         | 60,0       | 60,0              | 82,0                 |
|  | Casi siempre | 7          | 14,0       | 14,0              | 96,0                 |
|  | Siempre      | 2          | 4,0        | 4,0               | 100,0                |
|  | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 04 clientes con el 08% indicaron que Nunca, 07 clientes con el 14% indicaron que Casi nunca, 30 clientes con el 60% indicaron que A veces, 07 clientes con el 14% indicaron que Casi siempre, 02 clientes con el 04% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

**Tabla 26 Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 18**

| 18. ¿El tiempo de atención del canal web "Vía Inversiones" para operaciones con Fondos Mutuos es ágil y rápido? |              |            |            |                   |                      |
|---|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|   |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos   | Nunca        | 2          | 4,0        | 4,0               | 4,0                  |
|   | Casi nunca   | 19         | 38,0       | 38,0              | 42,0                 |
|   | A veces      | 21         | 42,0       | 42,0              | 84,0                 |
|   | Casi siempre | 5          | 10,0       | 10,0              | 94,0                 |
|   | Siempre      | 3          | 6,0        | 6,0               | 100,0                |
|   | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 02 clientes con el 04% indicaron que Nunca, 19 clientes con el 38% indicaron que Casi nunca, 21 clientes con el 42% indicaron que A veces, 05 clientes con el 10% indicaron que Casi siempre, 03 clientes con el 06% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

**Tabla 27 Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 19**

| 19. ¿El sistema que aplica el canal web "Vía Inversiones" es de calidad para realizar las operaciones con éxito? |              |            |            |                   |                      |
|--|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|  |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos  | Nunca        | 3          | 6,0        | 6,0               | 6,0                  |
|  | Casi nunca   | 7          | 14,0       | 14,0              | 20,0                 |
|  | A veces      | 27         | 54,0       | 54,0              | 74,0                 |
|  | Casi siempre | 9          | 18,0       | 18,0              | 92,0                 |
|  | Siempre      | 4          | 8,0        | 8,0               | 100,0                |
|  | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 03 clientes con el 06% indicaron que Nunca, 07 clientes con el 14% indicaron que Casi nunca, 27 clientes con el 54% indicaron que A veces, 09 clientes con el 18% indicaron que Casi siempre, 04 clientes con el 08% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

**Tabla 28 Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 20**

| 20. ¿Considera que la calidad del servicio web "Vía Inversiones" tiene relación con los costos de Fondos Mutuos? |              |            |            |                   |                      |
|--|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|  |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos  | Nunca        | 8          | 16,0       | 16,0              | 16,0                 |
|  | Casi nunca   | 11         | 22,0       | 22,0              | 38,0                 |
|  | A veces      | 17         | 34,0       | 34,0              | 72,0                 |
|  | Casi siempre | 8          | 16,0       | 16,0              | 88,0                 |
|  | Siempre      | 6          | 12,0       | 12,0              | 100,0                |
|  | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 08 clientes con el 16% indico que Nunca, 11 clientes con el 22% indicaron que Casi nunca, 17 clientes con el 34% indicaron que A veces, 08 clientes con el 16% indicaron que Casi siempre, 06 clientes con el 12% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

**Tabla 29 Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 21**

| 21. ¿Considera que los costos asociados a Fondos Mutuos son competitivos en el mercado? |              |            |            |                   |                      |
|---|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|   |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos   | Nunca        | 4          | 8,0        | 8,0               | 8,0                  |
|   | Casi nunca   | 7          | 14,0       | 14,0              | 22,0                 |
|   | A veces      | 25         | 50,0       | 50,0              | 72,0                 |
|   | Casi siempre | 8          | 16,0       | 16,0              | 88,0                 |
|   | Siempre      | 6          | 12,0       | 12,0              | 100,0                |
|   | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 04 clientes con el 08% indicaron que Nunca, 07 clientes con el 14% indicaron que Casi nunca, 25 clientes con el 50% indicaron que A veces, 08 clientes con el 16% indicaron que Casi siempre, 06 clientes con el 12% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “A veces”.

**Tabla 30 Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 22**

| 22. ¿Considera que siente seguridad al realizar operaciones por el canal web "Vía Inversiones"? |              |            |            |                   |                      |
|---|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|   |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos   | Nunca        | 2          | 4,0        | 4,0               | 4,0                  |
|   | Casi nunca   | 2          | 4,0        | 4,0               | 8,0                  |
|   | A veces      | 37         | 74,0       | 74,0              | 82,0                 |
|   | Casi siempre | 7          | 14,0       | 14,0              | 96,0                 |
|   | Siempre      | 2          | 4,0        | 4,0               | 100,0                |
|   | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 02 clientes con el 04% indicaron que Nunca, 02 clientes con el 04% indicaron que Casi nunca, 37 clientes con el 74% indicaron que A veces, 07 clientes con el 14% indicaron que Casi siempre, 02 clientes con el 04% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “A veces”.

**Tabla 31 Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 23**

| 23. ¿Considera que ha tenido reclamos del servicio dentro del período de vigencia de su operación de Fondos Mutuos? |              |            |            |                   |                      |
|---|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|   |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos   | Nunca        | 1          | 2,0        | 2,0               | 2,0                  |
|   | Casi nunca   | 4          | 8,0        | 8,0               | 10,0                 |
|   | A veces      | 24         | 48,0       | 48,0              | 58,0                 |
|   | Casi siempre | 10         | 20,0       | 20,0              | 78,0                 |
|   | Siempre      | 11         | 22,0       | 22,0              | 100,0                |
|   | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 01 cliente con el 02% indico que Nunca, 04 clientes con el 08% indicaron que Casi nunca, 24 clientes con el 48% indicaron que A veces, 10 clientes con el 20% indicaron que Casi siempre, 11 clientes con el 22% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “A veces”.

**Tabla 32 Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 24**

| 24. ¿Considera que estuvo satisfecho con el modo en que se ha tramitado sus reclamos? |              |            |            |                   |                      |
|---|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|   |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos   | Nunca        | 2          | 4,0        | 4,0               | 4,0                  |
|   | Casi nunca   | 6          | 12,0       | 12,0              | 16,0                 |
|   | A veces      | 31         | 62,0       | 62,0              | 78,0                 |
|   | Casi siempre | 5          | 10,0       | 10,0              | 88,0                 |
|   | Siempre      | 6          | 12,0       | 12,0              | 100,0                |
|   | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 02 clientes con el 04% indicaron que Nunca, 06 clientes con el 12% indicaron que Casi nunca, 31 clientes con el 62% indicaron que A veces, 05 clientes con el 10% indicaron que Casi siempre, 06 clientes con el 12% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “A veces”.

**Tabla 33 Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 25**

| 25. ¿Considera que estuvo satisfecho con el tiempo de espera a la respuesta de su reclamo presentado? |              |            |            |                   |                      |
|---|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|   |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos   | Nunca        | 4          | 8,0        | 8,0               | 8,0                  |
|   | Casi nunca   | 7          | 14,0       | 14,0              | 22,0                 |
|   | A veces      | 28         | 56,0       | 56,0              | 78,0                 |
|   | Casi siempre | 4          | 8,0        | 8,0               | 86,0                 |
|   | Siempre      | 7          | 14,0       | 14,0              | 100,0                |
|   | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 04 clientes con el 08% indicaron que Nunca, 07 clientes con el 14% indicaron que Casi nunca, 28 clientes con el 56% indicaron que A veces, 04 clientes con el 08% indicaron que Casi siempre, 07 clientes con el 14% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “A veces”.

**Tabla 34 Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 26**

| 26. ¿Considera que estuvo satisfecho con la respuesta a su reclamo presentado? |              |            |            |                   |                      |
|--|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|  |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos  | Nunca        | 3          | 6,0        | 6,0               | 6,0                  |
|  | Casi nunca   | 5          | 10,0       | 10,0              | 16,0                 |
|  | A veces      | 31         | 62,0       | 62,0              | 78,0                 |
|  | Casi siempre | 6          | 12,0       | 12,0              | 90,0                 |
|  | Siempre      | 5          | 10,0       | 10,0              | 100,0                |
|  | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 03 clientes con el 06% indicaron que Nunca, 05 clientes con el 10% indicaron que Casi nunca, 31 clientes con el 62% indicaron que A veces, 06 clientes con el 12% indicaron que Casi siempre, 05 clientes con el 10% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “A veces”.

**Tabla 35 Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 27**

| 27. ¿Solicitaría nuevamente el servicio del canal web "Vía Inversiones" para operaciones de Fondos Mutuos? |              |            |            |                   |                      |
|--|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|  |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos  | Nunca        | 2          | 4,0        | 4,0               | 4,0                  |
|  | Casi nunca   | 5          | 10,0       | 10,0              | 14,0                 |
|  | A veces      | 34         | 68,0       | 68,0              | 82,0                 |
|  | Casi siempre | 2          | 4,0        | 4,0               | 86,0                 |
|  | Siempre      | 7          | 14,0       | 14,0              | 100,0                |
|  | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 02 clientes con el 04% indicaron que Nunca, 05 clientes con el 10% indicaron que Casi nunca, 34 clientes con el 68% indicaron que A veces, 02 clientes con el 04% indicaron que Casi siempre, 07 clientes con el 14% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

**Tabla 36 Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 28**

| 28. ¿Estaría conforme en continuar solicitando los servicios del canal web "Vía Inversiones" si los costos aumentaran? |              |            |            |                   |                      |
|--|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|  |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos  | Nunca        | 7          | 14,0       | 14,0              | 14,0                 |
|  | Casi nunca   | 16         | 32,0       | 32,0              | 46,0                 |
|  | A veces      | 19         | 38,0       | 38,0              | 84,0                 |
|  | Casi siempre | 5          | 10,0       | 10,0              | 94,0                 |
|  | Siempre      | 3          | 6,0        | 6,0               | 100,0                |
|  | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 07 clientes con el 14% indicaron que Nunca, 16 clientes con el 32% indicaron que Casi nunca, 19 clientes con el 38% indicaron que A veces, 05 clientes con el 10% indicaron que Casi siempre, 03 clientes con el 06% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

**Tabla 37 Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 29**

| 29. ¿Si otra empresa le ofreciera los mismos servicios del canal web, tomaría la decisión de cambiar de empresa? |              |            |            |                   |                      |
|--|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|  |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos  | Nunca        | 1          | 2,0        | 2,0               | 2,0                  |
|  | Casi nunca   | 2          | 4,0        | 4,0               | 6,0                  |
|  | A veces      | 24         | 48,0       | 48,0              | 54,0                 |
|  | Casi siempre | 16         | 32,0       | 32,0              | 86,0                 |
|  | Siempre      | 7          | 14,0       | 14,0              | 100,0                |
|  | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 01 cliente con el 02% indico que Nunca, 02 clientes con el 04% indicaron que Casi nunca, 24 clientes con el 48% indicaron que A veces, 16 clientes con el 32% indicaron que Casi siempre, 07 clientes con el 14% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".

**Tabla 38 Frecuencia de Información de instrumento Pregunta N° 30**

| 30. ¿Recomendaría a otras personas realizar el servicio de operaciones de Fondos Mutuos por el canal web "Vía Inversiones"? |              |            |            |                   |                      |
|---|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|   |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos   | Nunca        | 1          | 2,0        | 2,0               | 2,0                  |
|   | Casi nunca   | 6          | 12,0       | 12,0              | 14,0                 |
|   | A veces      | 26         | 52,0       | 52,0              | 66,0                 |
|   | Casi siempre | 11         | 22,0       | 22,0              | 88,0                 |
|   | Siempre      | 6          | 12,0       | 12,0              | 100,0                |
|   | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en las frecuencias, 01 cliente con el 02% indico que Nunca, 06 clientes con el 12% indicaron que Casi nunca, 26 clientes con el 52% indicaron que A veces, 11 clientes con el 22% indicaron que Casi siempre, 06 clientes con el 12% indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta "A veces".



## TABLAS DE PROMEDIO DE FRECUENCIAS

**Tabla 39 Promedio de Variable 01: Gestión de Procesos**

|         |              | Variable01: Gestión de Procesos |              |                   |                      |
|---------|--------------|---------------------------------|--------------|-------------------|----------------------|
|         |              | Frecuencia                      | Porcentaje   | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | A veces      | 11                              | 22,0         | 22,0              | 22,0                 |
|         | Casi siempre | 37                              | 74,0         | 74,0              | 96,0                 |
|         | Siempre      | 2                               | 4,0          | 4,0               | 100,0                |
|         | <b>Total</b> | <b>50</b>                       | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>      |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en los promedios, con el 22% de clientes indicaron que A veces, con el 74% de clientes indicaron que Casi siempre, con el 04% de clientes indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “Casi siempre” lo cual se valida aceptación mayoritaria en la Gestión de Procesos.

**Tabla 40 Promedio de Variable 02: Satisfacción del Cliente**

|         |              | Variable 02: Satisfacción del Cliente |              |                   |                      |
|---------|--------------|---------------------------------------|--------------|-------------------|----------------------|
|         |              | Frecuencia                            | Porcentaje   | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | A veces      | 28                                    | 56,0         | 56,0              | 56,0                 |
|         | Casi siempre | 17                                    | 34,0         | 34,0              | 90,0                 |
|         | Siempre      | 5                                     | 10,0         | 10,0              | 100,0                |
|         | <b>Total</b> | <b>50</b>                             | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>      |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en los promedios, con el 56% de clientes indicaron que A veces, con el 34% de clientes indicaron que Casi siempre, con el 10% de clientes indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “A veces” lo cual se valida aceptación media en la Satisfacción de Clientes.

**Tabla 41 Promedio de Indicador 01: Entradas o “Inputs”**

| 01. ENTRADAS O "INPUTS" (agrupado) |              |            |            |                   |                      |
|------------------------------------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|                                    |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos                            | Casi nunca   | 5          | 10,0       | 10,0              | 10,0                 |
|                                    | A veces      | 19         | 38,0       | 38,0              | 48,0                 |
|                                    | Casi siempre | 19         | 38,0       | 38,0              | 86,0                 |
|                                    | Siempre      | 7          | 14,0       | 14,0              | 100,0                |
|                                    | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en los promedios, con el 10% de clientes indicaron que Casi nunca, con el 38% de clientes indicaron que A veces, con el 38% de clientes indicaron que Casi siempre, con el 14% de clientes indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “Casi siempre” y “A veces” lo cual se valida aceptación mayoritaria en el indicador N° 01 de Entradas o “Inputs” en la Gestión de Procesos.

**Tabla 42 Promedio de Indicador 02: Medios y Recursos**

| 02. MEDIOS Y RECURSOS (agrupado) |              |            |            |                   |                      |
|----------------------------------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|                                  |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos                          | Casi nunca   | 1          | 2,0        | 2,0               | 2,0                  |
|                                  | A veces      | 8          | 16,0       | 16,0              | 18,0                 |
|                                  | Casi siempre | 31         | 62,0       | 62,0              | 80,0                 |
|                                  | Siempre      | 10         | 20,0       | 20,0              | 100,0                |
|                                  | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en los promedios, con el 02% de clientes indicaron que Casi nunca, con el 16% de clientes indicaron que A veces, con el 62% de clientes indicaron que Casi siempre, con el 20% de clientes indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “Casi siempre” lo cual se valida aceptación mayoritaria en el indicador N° 02 de Medios y Recursos en la Gestión de Procesos.

**Tabla 43 Promedio de Indicador 03: Salidas u “Outputs”**

| 03. SALIDAS U "OUTPUTS" (agrupado) |              |            |              |                   |                      |
|------------------------------------|--------------|------------|--------------|-------------------|----------------------|
|                                    |              | Frecuencia | Porcentaje   | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos                            | A veces      | 15         | 30,0         | 30,0              | 30,0                 |
|                                    | Casi siempre | 33         | 66,0         | 66,0              | 96,0                 |
|                                    | Siempre      | 2          | 4,0          | 4,0               | 100,0                |
|                                    | <b>Total</b> | <b>50</b>  | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>      |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en los promedios, con el 30% de clientes indicaron que A veces, con el 66% de clientes indicaron que Casi siempre, con el 04% de clientes indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “Casi siempre” lo cual se valida aceptación mayoritaria en el indicador N° 03 de Salidas u “Outputs” en la Gestión de Procesos.

**Tabla 44 Promedio de Indicador 04: Sistema de control**

| 04. SISTEMA DE CONTROL (agrupado) |              |            |              |                   |                      |
|-----------------------------------|--------------|------------|--------------|-------------------|----------------------|
|                                   |              | Frecuencia | Porcentaje   | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos                           | Casi nunca   | 2          | 4,0          | 4,0               | 4,0                  |
|                                   | A veces      | 22         | 44,0         | 44,0              | 48,0                 |
|                                   | Casi siempre | 23         | 46,0         | 46,0              | 94,0                 |
|                                   | Siempre      | 3          | 6,0          | 6,0               | 100,0                |
|                                   | <b>Total</b> | <b>50</b>  | <b>100,0</b> | <b>100,0</b>      |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en los promedios, con el 04% de clientes indicaron que Casi nunca, con el 44% de clientes indicaron que A veces, con el 46% de clientes indicaron que Casi siempre, con el 06% de clientes indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “Casi siempre” lo cual se valida aceptación mayoritaria en el indicador N° 04 de Sistema de Control en la Gestión de Procesos.

**Tabla 45 Promedio de Indicador 05: Alcances o Límites del Procesos**

| 05. ALCANCES O LIMITES DEL PROCESO (agrupado) |              |            |            |                   |                      |
|---|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|   |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos                                       | Casi nunca   | 4          | 8,0        | 8,0               | 8,0                  |
|   | A veces      | 19         | 38,0       | 38,0              | 46,0                 |
|   | Casi siempre | 23         | 46,0       | 46,0              | 92,0                 |
|   | Siempre      | 4          | 8,0        | 8,0               | 100,0                |
|   | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en los promedios, con el 08% de clientes indicaron que Casi nunca, con el 38% de clientes indicaron que A veces, con el 46% de clientes indicaron que Casi siempre, con el 08% de clientes indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “Casi siempre” lo cual se valida aceptación mayoritaria en el indicador N° 05 de Alcances o Límites del Proceso en la Gestión de Procesos.

**Tabla 46 Promedio de Indicador 06: Expectativa**

| 06. EXPECTATIVA (agrupado) |              |            |            |                   |                      |
|----------------------------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|                            |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos                    | Casi nunca   | 2          | 4,0        | 4,0               | 4,0                  |
|                            | A veces      | 22         | 44,0       | 44,0              | 48,0                 |
|                            | Casi siempre | 19         | 38,0       | 38,0              | 86,0                 |
|                            | Siempre      | 7          | 14,0       | 14,0              | 100,0                |
|                            | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en los promedios, con el 04% de clientes indicaron que Casi nunca, con el 44% de clientes indicaron que A veces, con el 38% de clientes indicaron que Casi siempre, con el 14% de clientes indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “A veces” lo cual se valida aceptación media en el indicador N° 06 de Expectativa en la Satisfacción de Clientes.

**Tabla 47 Promedio de Indicador 07: Calidad Percibida**

| 07. CALIDAD PERCIBIDA (agrupado) |              |            |            |                   |                      |
|----------------------------------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|                                  |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos                          | Casi nunca   | 5          | 10,0       | 10,0              | 10,0                 |
|                                  | A veces      | 29         | 58,0       | 58,0              | 68,0                 |
|                                  | Casi siempre | 14         | 28,0       | 28,0              | 96,0                 |
|                                  | Siempre      | 2          | 4,0        | 4,0               | 100,0                |
|                                  | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en los promedios, con el 10% de clientes indicaron que Casi nunca, con el 58% de clientes indicaron que A veces, con el 28% de clientes indicaron que Casi siempre, con el 04% de clientes indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “A veces” lo cual se valida aceptación media en el indicador N° 07 de Calidad Percibida en la Satisfacción de Clientes.

**Tabla 48 Promedio de Indicador 08: Valor Percibido**

| 08. VALOR PERCIBIDO (agrupado) |              |            |            |                   |                      |
|--------------------------------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
|                                |              | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos                        | Casi nunca   | 5          | 10,0       | 10,0              | 10,0                 |
|                                | A veces      | 30         | 60,0       | 60,0              | 70,0                 |
|                                | Casi siempre | 9          | 18,0       | 18,0              | 88,0                 |
|                                | Siempre      | 6          | 12,0       | 12,0              | 100,0                |
|                                | Total        | 50         | 100,0      | 100,0             |                      |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en los promedios, con el 10% de clientes indicaron que Casi nunca, con el 60% de clientes indicaron que A veces, con el 18% de clientes indicaron que Casi siempre, con el 12% de clientes indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “A veces” lo cual se valida aceptación media en el indicador N° 08 de Valor Percibido en la Satisfacción de Clientes.

**Tabla 49 Promedio de Indicador 09: Reclamos**

| 09. RECLAMOS (agrupado) |              |            |                   |                      |       |
|-------------------------|--------------|------------|-------------------|----------------------|-------|
|                         | Frecuencia   | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |       |
| Válidos                 | Casi nunca   | 2          | 4,0               | 4,0                  | 4,0   |
|                         | A veces      | 26         | 52,0              | 52,0                 | 56,0  |
|                         | Casi siempre | 18         | 36,0              | 36,0                 | 92,0  |
|                         | Siempre      | 4          | 8,0               | 8,0                  | 100,0 |
|                         | Total        | 50         | 100,0             | 100,0                |       |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en los promedios, con el 04% de clientes indicaron que Casi nunca, con el 52% de clientes indicaron que A veces, con el 36% de clientes indicaron que Casi siempre, con el 08% de clientes indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “A veces” lo cual se valida aceptación media en el indicador N° 09 de Reclamos en la Satisfacción de Clientes.

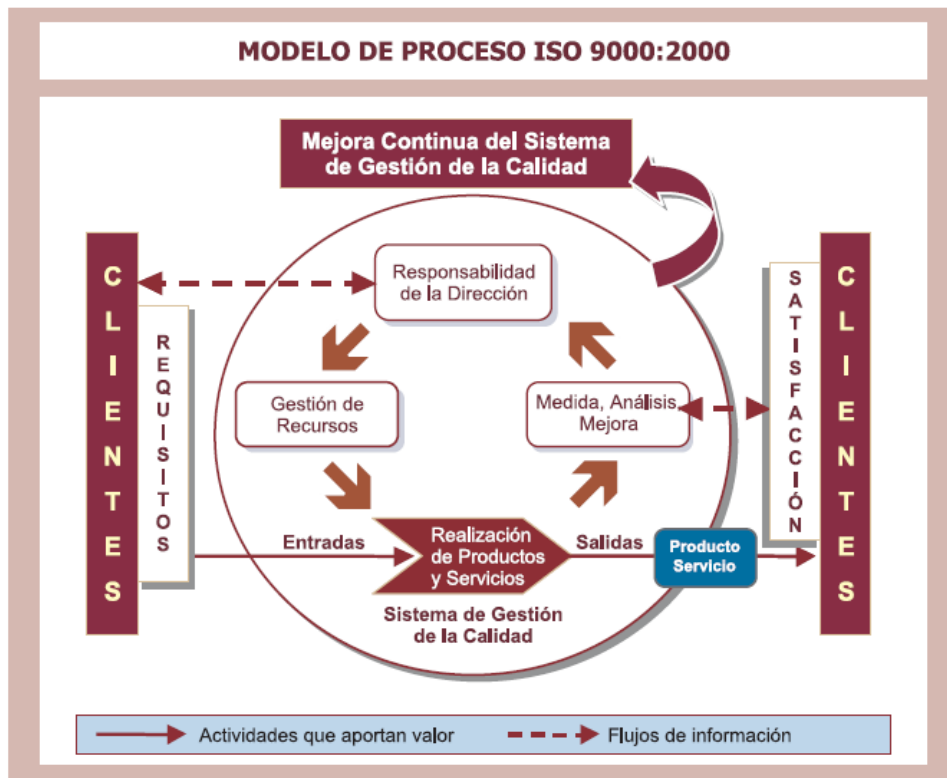
**Tabla 50 Promedio de Indicador 10: Lealtad**

| 10. LEALTAD (agrupado) |              |            |                   |                      |       |
|------------------------|--------------|------------|-------------------|----------------------|-------|
|                        | Frecuencia   | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |       |
| Válidos                | Casi nunca   | 2          | 4,0               | 4,0                  | 4,0   |
|                        | A veces      | 27         | 54,0              | 54,0                 | 58,0  |
|                        | Casi siempre | 17         | 34,0              | 34,0                 | 92,0  |
|                        | Siempre      | 4          | 8,0               | 8,0                  | 100,0 |
|                        | Total        | 50         | 100,0             | 100,0                |       |

Fuente: Procesamiento con Software Estadístico SPSS

Interpretación: En relación a las respuestas de la pregunta y según información procesada en los promedios, con el 04% de clientes indicaron que Casi nunca, con el 54% de clientes indicaron que A veces, con el 34% de clientes indicaron que Casi siempre, con el 08% de clientes indicaron que Siempre, respecto a un total de 50 clientes encuestados. Según muestra se valida que la mayoría indicó la respuesta “A veces” lo cual se valida aceptación media en el indicador N° 10 de Lealtad en la Satisfacción de Clientes.

## FIGURAS



Fuente: UNE - EN ISO 9000:2000

Figura 47. Modelo de Proceso

Fuente: Contreras, F; Olaya, J; Matos, F. (2017 p.19)



Figura 48. Gestión por Procesos

Fuente: Junta Castilla y León (2012) p. 17

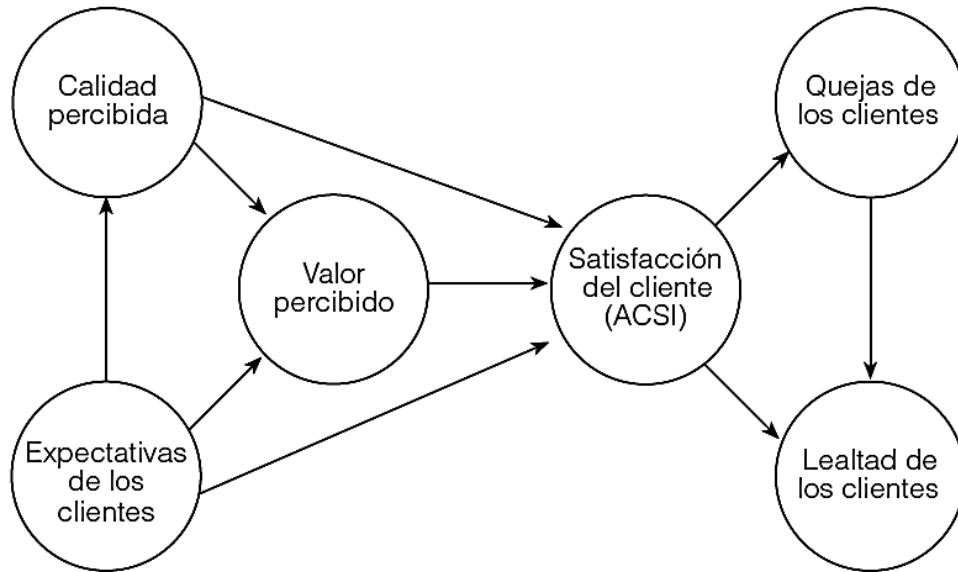


Figura 49. Modelo ACSI

Fuente: Evans, J; Lindsay, W. (2008) Modelo ACSI

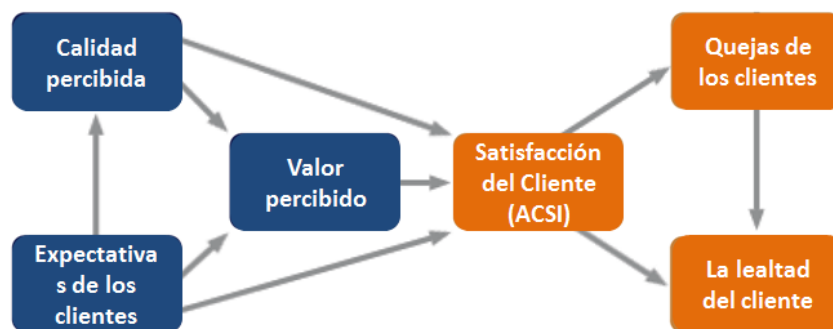
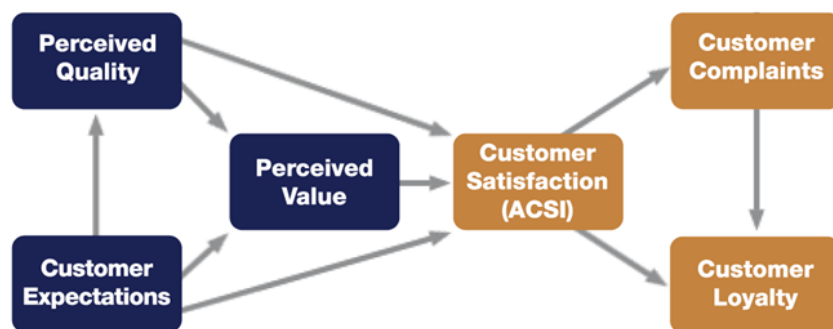


Figura 50. Modelo The Acsi

Fuente: [www.theacsi.org](http://www.theacsi.org) ACSI Model



## ANEXOS

### ANEXO N° 01. MATRIZ CONCEPTUAL DE VARIABLES

| VARIABLE                          | DEFINICIÓN CONCEPTUAL  | DEFINICIÓN OPERACIONAL   | DIMENSIONES                             | INDICADORES                            | ESCALA DE MEDICION  |
|-----------------------------------|--|--|---|--|---|
| <b>Gestión de Procesos</b>        | Gestión de Procesos es una disciplina en la Administración que brinda apoyo a una empresa en el control, diseño, formalización, identificación, mejora y representación en hacer más eficiente los procesos en dirección a la confianza del cliente. | Es el resultado obtenido del estudio de la variable con sus componentes: Entradas o Inputs, Medios y recursos, Salidas o outputs, Sistema de Control, Alcance o Límites del proceso, que son el resultado de la Estructura de la Gestión operativa de la Empresa. Se procedió con la encuesta como muestra de 50 clientes. | <b>1. Entradas o Inputs</b>             | Materiales                             | <b>ORDINAL:</b><br>1: Nunca<br>2: Casi nunca<br>3: A veces<br>4: Casi siempre<br>5: Siempre |
|                                   |  |  |   | La información                         |   |
|                                   |  |  | <b>2. Medios y recursos</b>             | Personal cualificado                   |   |
|                                   |  |  |   | Hardware adecuado                      |   |
|                                   |  |  |   | Software adecuado                      |   |
|                                   |  |  | <b>3. Salidas u Outputs</b>             | Productos                              |   |
|                                   |  |  |   | Servicios                              |   |
|                                   |  |  | <b>4. Sistema de Control</b>            | Rendimiento del Proceso                |   |
|                                   |  |  |   | Orientación del proceso                |   |
|                                   |  |  | <b>5. Alcance o Límites del Proceso</b> | Necesidades y expectativas del cliente |   |
| Satisfacción efectiva del cliente |  |  |   |  |   |
| <b>Satisfacción del Cliente</b>   | Las prioridades para una organización indica el modelo donde se cumpla los objetivos, en medida en que se lograba hacer seguimiento desde los indicadores de la Satisfacción, permitiendo el éxito de los resultados.                                | Es el resultado obtenido del estudio de la variable con sus componentes: expectativas, valor percibido, calidad percibida, quejas y la lealtad de los clientes, que son el resultado de la calidad del servicio otorgado por la Empresa. Se procedió con la encuesta como muestra de 50 clientes.                          | <b>1. Expectativa</b>                   | Expectativa General                    |   |
|                                   |  |  |   | Expectativa personalizada              |   |
|                                   |  |  |   | Confianza                              |   |
|                                   |  |  | <b>2. Calidad Percibida</b>             | Calidad General                        |   |
|                                   |  |  |   | Calidad personalizada                  |   |
|                                   |  |  |   | Confianza                              |   |
|                                   |  |  | <b>3. Valor Percibido</b>               | Calidad sobre Precio                   |   |
|                                   |  |  |   | Precio sobre Calidad                   |   |
|                                   |  |  |   | Confianza                              |   |
|                                   |  |  | <b>4. Quejas</b>                        | Tratamiento de Quejas                  |   |
|                                   |  |  |   | Tiempo de Espera                       |   |
|                                   |  |  |   | Respuesta                              |   |
|                                   |  |  | <b>5. Lealtad</b>                       | Intención de Recompra                  |   |
|                                   |  |  |   | Elasticidad de Precio                  |   |
|                                   |  |  |   | Confianza                              |   |

## ANEXO N° 02. MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

| VARIABLE                       | DIMENSIONES                             | INDICADORES                            | ITEM      | PREGUNTA  | ESCALA DE MEDICION   |
|--------------------------------|---|--|-----------|---|--|
| <b>01. Gestión de Procesos</b> | <b>1. Entradas o Inputs</b>             | Materiales                             | <b>01</b> | ¿Considera que el contenido e información del canal web "Vía Inversiones" son adecuados para operaciones de Fondos Mutuos?      | <b>ORDINAL:</b><br>1=Nunca<br>2=Casi nunca<br>3=A veces<br>4=Casi siempre<br>5=Siempre |
|                                |   | La información                         | <b>02</b> | ¿Las notificaciones del canal web "Vía Inversiones" sobre sus operaciones son otorgadas dentro del tiempo establecido?          |  |
|                                | <b>2. Medios y recursos</b>             | Personal cualificado                   | <b>03</b> | ¿El personal que realiza las gestiones está capacitado para absolver las consultas respecto a las operaciones de Fondos Mutuos? |  |
|                                |   | Hardware adecuado                      | <b>04</b> | ¿La maquinaria y el servidor del canal web "Vía Inversiones" empleados por la Empresa son modernas y de última tecnología?      |  |
|                                |   | Software adecuado                      | <b>05</b> | ¿La página web "Vía Inversiones" empleado por la Empresa es adecuado para operaciones de Fondos Mutuos?                         |  |
|                                |   | Documentos e información               | <b>06</b> | ¿La documentación empleada e información otorgada vía e-mail le ayuda a comprender sobre las condiciones de los Fondos Mutuos?  |  |
|                                | <b>3. Salidas u Outputs</b>             | Productos                              | <b>07</b> | ¿Considera que las operaciones de Fondos Mutuos son adecuados y elaborados de acuerdo a las exigencias técnicas y legales?      |  |
|                                |   | Servicios                              | <b>08</b> | ¿Considera que ha tenido inconvenientes con los servicios de operaciones del canal web "Vía Inversiones"?                       |  |
|                                | <b>4. Sistema de Control</b>            | Rendimiento del Proceso                | <b>09</b> | ¿Considera que la atención recibida dentro del tiempo establecido se realiza con eficiencia?                                    |  |
|                                |   | Orientación del proceso                | <b>10</b> | ¿Considera que se debe registrar opciones más detalladas y fáciles de entender para operaciones con Fondos Mutuos?              |  |
|                                | <b>5. Alcance o Límites del Proceso</b> | Necesidades y expectativas del cliente | <b>11</b> | ¿Considera que la empresa conoce sus necesidades respecto a operaciones de Fondos Mutuos del canal web "Vía Inversiones"?       |  |
|                                |   |  | <b>12</b> | ¿La Empresa supera sus expectativas respecto a operaciones de Fondos Mutuos del canal web "Vía Inversiones"?                    |  |
|                                |   | Satisfacción efectiva del cliente      | <b>13</b> | ¿Se considera satisfecho con el producto y/o servicio adquirido de Fondos Mutuos del canal web "Vía Inversiones"?               |  |

| VARIABLE                     | DIMENSIONES          | INDICADORES                      | ITEM  | PREGUNTA   | ESCALA DE MEDICION   |
|------------------------------|----------------------|----------------------------------|---|--|--|
| 02. Satisfacción del Cliente | 1. Expectativa       | Expectativa General              | 14  | ¿Considera que la empresa ha cubierto sus expectativas respecto al canal web "Vía Inversiones" en comparación con otras entidades financieras? | <b>ORDINAL:</b><br>1=Nunca<br>2=Casi nunca<br>3=A veces<br>4=Casi siempre<br>5=Siempre |
|                              |                      | Expectativa personalizada        | 15  | ¿El servicio del canal web "Vía Inversiones" está cerca de las expectativas del cliente?   |  |
|                              |                      | Confianza                        | 16  | ¿Considera que cuando solicita el servicio del canal web "Vía Inversiones" confía en que las operaciones serán gestionadas?                    |  |
|                              | 2. Calidad Percibida | Calidad General                  | 17  | ¿Considera que el canal web "Vía Inversiones" para Fondos Mutuos es de buena calidad en comparación con otra web de entidades financieras?     |  |
|                              |                      | Calidad personalizada            | 18  | ¿El tiempo de atención del canal web "Vía Inversiones" para operaciones con Fondos Mutuos es ágil y rápido?                                    |  |
|                              |                      | Confianza                        | 19  | ¿El sistema que aplica el canal web "Vía Inversiones" es de calidad para realizar las operaciones con éxito?                                   |  |
|                              | 3. Valor Percibido   | Calidad sobre Precio             | 20  | ¿Considera que la calidad del servicio web "Vía Inversiones" tiene relación con los costos de Fondos Mutuos?                                   |  |
|                              |                      | Precio sobre Calidad             | 21  | ¿Considera que los costos asociados a Fondos Mutuos son competitivos en el mercado?  |  |
|                              |                      | Confianza                        | 22  | ¿Considera que siente seguridad al realizar operaciones por el canal web "Vía Inversiones"?  |  |
|                              | 4. Reclamos o Quejas | Tratamiento de Reclamos o Quejas | 23  | ¿Considera que ha tenido reclamos del servicio dentro del período de vigencia de su operación de Fondos Mutuos?                                |  |
|                              |                      |                                  | 24  | ¿Considera que estuvo satisfecho con el modo en que se ha tramitado sus reclamos?  |  |
|                              |                      | Tiempo de Espera                 | 25  | ¿Considera que estuvo satisfecho con el tiempo de espera a la respuesta de su reclamo presentado?  |  |
|                              |                      | Respuesta                        | 26  | ¿Considera que estuvo satisfecho con la respuesta a su reclamo presentado?   |  |
|                              | 5. Lealtad           | Intención de Recompra            | 27  | ¿Solicitaría nuevamente el servicio del canal web "Vía Inversiones" para operaciones de Fondos Mutuos?   |  |
|                              |                      | Elasticidad de Precio            | 28  | ¿Estaría conforme en continuar solicitando los servicios del canal web "Vía Inversiones" si los costos aumentaran?                             |  |
|                              |                      | Confianza                        | 29  | ¿Si otra empresa le ofreciera los mismos servicios del canal web, tomaría la decisión de cambiar de empresa?                                   |  |
| 30                           |                      |                                  | ¿Recomendaría a otras personas realizar el servicio de operaciones de Fondos Mutuos por el canal web "Vía Inversiones"? |  |  |

## ANEXO N° 03. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

### Cuestionario sobre Gestión de Procesos y Satisfacción del cliente externo de Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital 2021

**INSTRUCCIONES:** Estimado cliente, el presente cuestionario es anónimo y de estricta confiabilidad, su aplicación será de utilidad para el desarrollo de la investigación de "Gestión de Procesos y Satisfacción del Cliente", por ello se pide su colaboración respondiendo a las preguntas que se indican. No hace falta su identificación personal, sólo es de interés los datos que pueda aportar para poder brindarle un mejor servicio cada día. En el presente cuadro a continuación existen alternativas de respuesta, proceder seleccionando la respuesta que considere acertada:

**1. ¿Cuál es su género?**

Masculino  Femenino

**2. ¿Qué edad tiene?**

18 a 30 años  31 a 40 años  41 a 50 años  51 a 60 años  61 años a más

**3. ¿Cuál es su Grado de Instrucción?**

Primaria  Secundaria  Técnico  Universitario  Otro

**4. ¿Ud. realiza operaciones con Fondos Mutuos desde el canal web de "Vía Inversiones"?**

Sí  No

**5. ¿Considera que el contenido e información del canal web "Vía Inversiones" son adecuados para operaciones de Fondos Mutuos?**

Nunca  Casi nunca  A veces  Casi siempre  Siempre

**6. ¿Las notificaciones del canal web "Vía Inversiones" sobre sus operaciones son otorgadas dentro del tiempo establecido?**

Nunca  Casi nunca  A veces  Casi siempre  Siempre

**7. ¿El personal que realiza las gestiones está capacitado para absolver las consultas respecto a las operaciones de Fondos Mutuos?**

Nunca  Casi nunca  A veces  Casi siempre  Siempre

**8. ¿La maquinaria y el servidor del canal web "Vía Inversiones" empleados por la Empresa son modernas y de última tecnología?**

Nunca  Casi nunca  A veces  Casi siempre  Siempre

**9. ¿La página web "Vía Inversiones" empleado por la Empresa es adecuado para operaciones de Fondos Mutuos?**

Nunca  Casi nunca  A veces  Casi siempre  Siempre

**10. ¿La documentación empleada e información otorgada vía e-mail le ayuda a comprender sobre las condiciones de los Fondos Mutuos?**

Nunca  Casi nunca  A veces  Casi siempre  Siempre

**11. ¿Considera que las operaciones de Fondos Mutuos son adecuados y elaborados de acuerdo a las exigencias técnicas y legales?**

Nunca  Casi nunca  A veces  Casi siempre  Siempre

**12. ¿Considera que ha tenido inconvenientes con los servicios de operaciones del canal web "Vía Inversiones"?**

Nunca  Casi nunca  A veces  Casi siempre  Siempre

**13. ¿Considera que la atención recibida dentro del tiempo establecido se realiza con eficiencia?**

Nunca       Casi nunca       A veces       Casi siempre       Siempre

**14. ¿Considera que se debe registrar opciones más detalladas y fáciles de entender para operaciones con Fondos Mutuos?**

Nunca       Casi nunca       A veces       Casi siempre       Siempre

**15. ¿Considera que la empresa conoce sus necesidades respecto a operaciones de Fondos Mutuos del canal web "Vía Inversiones"?**

Nunca       Casi nunca       A veces       Casi siempre       Siempre

**16. ¿La Empresa supera sus expectativas respecto a operaciones de Fondos Mutuos del canal web "Vía Inversiones"?**

Nunca       Casi nunca       A veces       Casi siempre       Siempre

**17. ¿Se considera satisfecho con el producto y/o servicio adquirido de Fondos Mutuos del canal web "Vía Inversiones"?**

Nunca       Casi nunca       A veces       Casi siempre       Siempre

**18. ¿Considera que la empresa ha cubierto sus expectativas respecto al canal web "Vía Inversiones" en comparación con otras entidades financieras?**

Nunca       Casi nunca       A veces       Casi siempre       Siempre

**19. ¿El servicio del canal web "Vía Inversiones" está cerca de las expectativas del cliente?**

Nunca       Casi nunca       A veces       Casi siempre       Siempre

**20. ¿Considera que cuando solicita el servicio del canal web "Vía Inversiones" confía en que las operaciones serán gestionadas?**

Nunca       Casi nunca       A veces       Casi siempre       Siempre

**21. ¿Considera que el canal web "Vía Inversiones" para Fondos Mutuos es de buena calidad en comparación con otra web de entidades financieras?**

Nunca       Casi nunca       A veces       Casi siempre       Siempre

**22. ¿El tiempo de atención del canal web "Vía Inversiones" para operaciones con Fondos Mutuos es ágil y rápido?**

Nunca       Casi nunca       A veces       Casi siempre       Siempre

**23. ¿El sistema que aplica el canal web "Vía Inversiones" es de calidad para realizar las operaciones con éxito?**

Nunca       Casi nunca       A veces       Casi siempre       Siempre

**24. ¿Considera que la calidad del servicio web "Vía Inversiones" tiene relación con los costos de Fondos Mutuos?**

Nunca       Casi nunca       A veces       Casi siempre       Siempre

**25. ¿Considera que los costos asociados a Fondos Mutuos son competitivos en el mercado?**

Nunca       Casi nunca       A veces       Casi siempre       Siempre

**26. ¿Considera que siente seguridad al realizar operaciones por el canal web "Vía Inversiones"?**

Nunca       Casi nunca       A veces       Casi siempre       Siempre

**27. ¿Considera que ha tenido reclamos del servicio dentro del período de vigencia de su operación de Fondos Mutuos?**

Nunca       Casi nunca       A veces       Casi siempre       Siempre

**28. ¿Considera que estuvo satisfecho con el modo en que se ha tramitado sus reclamos?**

Nunca       Casi nunca       A veces       Casi siempre       Siempre

**29. ¿Considera que estuvo satisfecho con el tiempo de espera a la respuesta de su reclamo presentado?**

Nunca  Casi nunca  A veces  Casi siempre  Siempre

**30. ¿Considera que estuvo satisfecho con la respuesta a su reclamo presentado?**

Nunca  Casi nunca  A veces  Casi siempre  Siempre

**31. ¿Solicitaría nuevamente el servicio del canal web "Vía Inversiones" para operaciones de Fondos Mutuos?**

Nunca  Casi nunca  A veces  Casi siempre  Siempre

**32. ¿Estaría conforme en continuar solicitando los servicios del canal web "Vía Inversiones" si los costos aumentaran?**

Nunca  Casi nunca  A veces  Casi siempre  Siempre

**33. ¿Si otra empresa le ofreciera los mismos servicios del canal web, tomaría la decisión de cambiar de empresa?**

Nunca  Casi nunca  A veces  Casi siempre  Siempre

**34. ¿Recomendaría a otras personas realizar el servicio de operaciones de Fondos Mutuos por el canal web "Vía Inversiones"?**

Nunca  Casi nunca  A veces  Casi siempre  Siempre

## ANEXO N° 04. MATRIZ DE DATOS DE RESULTADOS

| VARIABLE N° 01 |     |     |     |     | GESTION DE PROCESOS     |                |                       |                   |                   |                          |                         |           |                         |                         |  |                                   |     |   |
|----------------|-----|-----|-----|-----|-------------------------|----------------|-----------------------|-------------------|-------------------|--------------------------|-------------------------|-----------|-------------------------|-------------------------|--|-----------------------------------|-----|---|
| DIMENSIONES    |     |     |     |     | 01. ENTRADAS O "INPUTS" |                | 02. MEDIOS Y RECURSOS |                   |                   |                          | 03. SALIDAS U "OUTPUTS" |           | 04. SISTEMA DE CONTROL  |                         | 05. ALCANCES O LIMITES DEL PROCESO     |                                   |     |   |
| INDICADORES    |     |     |     |     | Los Materiales          | La Información | Personal Cualificado  | Hardware Adecuado | Software Adecuado | Documentos e Información | Productos               | Servicios | Rendimiento del Proceso | Orientación del Proceso | Necesidades y Expectativas del cliente | Satisfacción efectiva del cliente |     |   |
| Preguntas      | PS1 | PS2 | PS3 | PS4 | P01                     | P02            | P03                   | P04               | P05               | P06                      | P07                     | P08       | P09                     | P10                     | P11                                    | P12                               | P13 |   |
| Clientes       | 1   | 1   | 2   | 4   | 1                       | 5              | 4                     | 4                 | 5                 | 5                        | 5                       | 2         | 2                       | 4                       | 5                                      | 3                                 | 4   |   |
|                | 2   | 2   | 2   | 3   | 1                       | 4              | 4                     | 3                 | 5                 | 4                        | 3                       | 4         | 3                       | 4                       | 4                                      | 3                                 | 5   | 4 |
|                | 3   | 1   | 2   | 4   | 1                       | 3              | 4                     | 4                 | 3                 | 4                        | 4                       | 4         | 4                       | 5                       | 4                                      | 4                                 | 5   |   |
|                | 4   | 2   | 3   | 3   | 1                       | 5              | 3                     | 4                 | 4                 | 5                        | 5                       | 3         | 3                       | 4                       | 3                                      | 4                                 | 4   |   |
|                | 5   | 1   | 2   | 4   | 1                       | 3              | 2                     | 3                 | 3                 | 3                        | 3                       | 3         | 4                       | 2                       | 4                                      | 2                                 | 3   | 1 |
|                | 6   | 1   | 2   | 4   | 1                       | 3              | 5                     | 3                 | 5                 | 3                        | 3                       | 4         | 4                       | 5                       | 5                                      | 3                                 | 5   | 3 |
|                | 7   | 1   | 2   | 4   | 1                       | 4              | 4                     | 4                 | 4                 | 4                        | 3                       | 5         | 3                       | 3                       | 3                                      | 4                                 | 4   | 5 |
|                | 8   | 2   | 2   | 4   | 1                       | 3              | 2                     | 3                 | 1                 | 2                        | 1                       | 2         | 5                       | 3                       | 4                                      | 2                                 | 2   | 2 |
|                | 9   | 1   | 3   | 3   | 1                       | 3              | 2                     | 3                 | 3                 | 4                        | 4                       | 3         | 4                       | 1                       | 4                                      | 2                                 | 2   | 4 |
|                | 10  | 1   | 2   | 4   | 1                       | 2              | 3                     | 3                 | 3                 | 4                        | 5                       | 4         | 4                       | 2                       | 5                                      | 1                                 | 2   | 4 |
|                | 11  | 1   | 1   | 3   | 1                       | 4              | 3                     | 5                 | 5                 | 4                        | 4                       | 5         | 5                       | 4                       | 5                                      | 5                                 | 3   | 4 |
|                | 12  | 2   | 3   | 3   | 1                       | 5              | 4                     | 5                 | 5                 | 5                        | 4                       | 4         | 4                       | 3                       | 4                                      | 4                                 | 5   | 5 |
|                | 13  | 2   | 2   | 4   | 1                       | 4              | 5                     | 4                 | 3                 | 3                        | 4                       | 3         | 5                       | 4                       | 4                                      | 4                                 | 4   | 4 |
|                | 14  | 2   | 3   | 3   | 1                       | 5              | 5                     | 3                 | 5                 | 3                        | 5                       | 3         | 3                       | 5                       | 3                                      | 3                                 | 4   | 4 |
|                | 15  | 2   | 2   | 4   | 1                       | 3              | 2                     | 3                 | 3                 | 3                        | 3                       | 2         | 3                       | 3                       | 3                                      | 3                                 | 2   | 2 |
|                | 16  | 1   | 2   | 4   | 1                       | 3              | 1                     | 1                 | 3                 | 2                        | 3                       | 3         | 4                       | 2                       | 5                                      | 2                                 | 3   | 1 |
|                | 17  | 2   | 3   | 4   | 1                       | 4              | 3                     | 5                 | 3                 | 5                        | 5                       | 5         | 2                       | 3                       | 2                                      | 3                                 | 4   | 3 |
|                | 18  | 2   | 3   | 3   | 1                       | 4              | 3                     | 4                 | 4                 | 3                        | 3                       | 4         | 3                       | 5                       | 3                                      | 4                                 | 4   | 3 |
|                | 19  | 2   | 2   | 4   | 1                       | 3              | 3                     | 4                 | 3                 | 5                        | 3                       | 4         | 3                       | 3                       | 4                                      | 3                                 | 2   | 2 |
|                | 20  | 1   | 2   | 3   | 1                       | 1              | 2                     | 3                 | 3                 | 3                        | 3                       | 3         | 4                       | 2                       | 4                                      | 3                                 | 3   | 4 |
|                | 21  | 2   | 2   | 4   | 1                       | 3              | 2                     | 3                 | 2                 | 2                        | 2                       | 2         | 5                       | 3                       | 5                                      | 2                                 | 3   | 3 |
|                | 22  | 1   | 2   | 3   | 1                       | 5              | 3                     | 3                 | 3                 | 5                        | 3                       | 3         | 3                       | 3                       | 3                                      | 3                                 | 5   | 4 |
|                | 23  | 1   | 2   | 4   | 1                       | 4              | 3                     | 4                 | 4                 | 4                        | 3                       | 3         | 3                       | 3                       | 3                                      | 3                                 | 4   | 3 |
|                | 24  | 1   | 2   | 3   | 1                       | 3              | 2                     | 3                 | 3                 | 3                        | 3                       | 3         | 4                       | 2                       | 4                                      | 3                                 | 2   | 1 |
|                | 25  | 2   | 1   | 3   | 1                       | 3              | 2                     | 3                 | 3                 | 4                        | 4                       | 4         | 3                       | 4                       | 3                                      | 5                                 | 3   | 3 |
|                | 26  | 1   | 1   | 4   | 1                       | 3              | 3                     | 4                 | 3                 | 4                        | 5                       | 4         | 3                       | 3                       | 3                                      | 3                                 | 3   | 2 |
|                | 27  | 2   | 2   | 4   | 1                       | 4              | 5                     | 3                 | 4                 | 4                        | 4                       | 4         | 3                       | 4                       | 3                                      | 5                                 | 4   | 5 |
|                | 28  | 2   | 2   | 4   | 1                       | 4              | 3                     | 4                 | 3                 | 5                        | 4                       | 5         | 2                       | 4                       | 2                                      | 3                                 | 2   | 2 |
|                | 29  | 1   | 3   | 4   | 1                       | 3              | 3                     | 4                 | 4                 | 3                        | 4                       | 3         | 3                       | 4                       | 3                                      | 3                                 | 4   | 4 |
|                | 30  | 2   | 2   | 4   | 1                       | 3              | 2                     | 3                 | 3                 | 3                        | 5                       | 3         | 3                       | 5                       | 3                                      | 3                                 | 4   | 3 |
|                | 31  | 2   | 2   | 3   | 1                       | 5              | 4                     | 4                 | 4                 | 3                        | 4                       | 4         | 3                       | 3                       | 4                                      | 3                                 | 5   | 3 |
|                | 32  | 1   | 2   | 4   | 1                       | 2              | 1                     | 1                 | 4                 | 3                        | 5                       | 4         | 4                       | 2                       | 5                                      | 4                                 | 2   | 4 |
|                | 33  | 1   | 3   | 4   | 1                       | 3              | 3                     | 4                 | 3                 | 5                        | 4                       | 4         | 2                       | 3                       | 1                                      | 3                                 | 3   | 3 |
|                | 34  | 1   | 3   | 3   | 1                       | 3              | 3                     | 4                 | 3                 | 3                        | 3                       | 5         | 3                       | 3                       | 3                                      | 5                                 | 3   | 3 |
|                | 35  | 2   | 2   | 4   | 1                       | 5              | 3                     | 5                 | 4                 | 5                        | 4                       | 4         | 3                       | 3                       | 3                                      | 3                                 | 3   | 3 |
|                | 36  | 1   | 2   | 4   | 1                       | 5              | 3                     | 4                 | 4                 | 5                        | 5                       | 4         | 3                       | 4                       | 4                                      | 3                                 | 3   | 3 |
|                | 37  | 2   | 3   | 3   | 1                       | 4              | 3                     | 4                 | 3                 | 3                        | 3                       | 4         | 3                       | 3                       | 3                                      | 3                                 | 3   | 2 |
|                | 38  | 2   | 2   | 4   | 1                       | 4              | 2                     | 3                 | 4                 | 5                        | 3                       | 4         | 3                       | 3                       | 3                                      | 3                                 | 3   | 3 |
|                | 39  | 2   | 2   | 4   | 1                       | 3              | 2                     | 2                 | 2                 | 2                        | 4                       | 2         | 5                       | 2                       | 4                                      | 4                                 | 1   | 3 |
|                | 40  | 1   | 1   | 4   | 1                       | 3              | 3                     | 5                 | 3                 | 3                        | 5                       | 3         | 3                       | 5                       | 3                                      | 5                                 | 3   | 3 |
|                | 41  | 2   | 3   | 4   | 1                       | 5              | 4                     | 4                 | 4                 | 4                        | 5                       | 4         | 2                       | 3                       | 3                                      | 3                                 | 3   | 3 |
|                | 42  | 2   | 2   | 3   | 1                       | 1              | 2                     | 2                 | 4                 | 4                        | 3                       | 5         | 4                       | 1                       | 5                                      | 5                                 | 1   | 3 |
|                | 43  | 2   | 1   | 3   | 1                       | 4              | 3                     | 5                 | 4                 | 4                        | 3                       | 5         | 3                       | 3                       | 3                                      | 4                                 | 3   | 4 |
|                | 44  | 2   | 4   | 3   | 1                       | 5              | 2                     | 4                 | 4                 | 5                        | 5                       | 5         | 1                       | 3                       | 3                                      | 3                                 | 4   | 4 |
|                | 45  | 2   | 3   | 4   | 1                       | 3              | 2                     | 3                 | 3                 | 3                        | 4                       | 3         | 3                       | 5                       | 3                                      | 3                                 | 3   | 3 |
|                | 46  | 2   | 3   | 4   | 1                       | 5              | 3                     | 3                 | 4                 | 4                        | 4                       | 4         | 4                       | 3                       | 3                                      | 3                                 | 1   | 3 |
|                | 47  | 2   | 3   | 4   | 1                       | 5              | 3                     | 3                 | 4                 | 4                        | 5                       | 3         | 3                       | 5                       | 3                                      | 5                                 | 4   | 3 |
|                | 48  | 2   | 2   | 4   | 1                       | 3              | 1                     | 2                 | 4                 | 1                        | 2                       | 1         | 5                       | 3                       | 4                                      | 5                                 | 1   | 4 |
|                | 49  | 2   | 2   | 4   | 1                       | 5              | 3                     | 5                 | 4                 | 4                        | 4                       | 3         | 3                       | 5                       | 3                                      | 3                                 | 3   | 3 |
|                | 50  | 1   | 4   | 3   | 1                       | 3              | 2                     | 3                 | 3                 | 3                        | 5                       | 3         | 4                       | 1                       | 3                                      | 3                                 | 3   | 2 |

| VARIABLE N° 02 |           | SATISFACCION DEL CLIENTE |                           |           |                       |                       |                         |                     |                  |           |                         |                  |           |                       |                       |           |     |     |
|----------------|-----------|--------------------------|---------------------------|-----------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|---------------------|------------------|-----------|-------------------------|------------------|-----------|-----------------------|-----------------------|-----------|-----|-----|
| DIMENSIONES    |           | 06. EXPECTATIVA          |                           |           | 07. CALIDAD PERCIBIDA |                       |                         | 08. VALOR PERCIBIDO |                  |           | 09. RECLAMOS            |                  |           | 10. LEALTAD           |                       |           |     |     |
| INDICADORES    | Preguntas | Expectativa General      | Expectativa personalizada | Confianza | Calidad General       | Calidad personalizada | Confianza de la calidad | Calidad / Precio    | Precio / Calidad | Confianza | Tratamiento de Reclamos | Tiempo de Espera | Respuesta | Intención de Recompra | Elasticidad de Precio | Confianza |     |     |
|                |           | P14                      | P15                       | P16       | P17                   | P18                   | P19                     | P20                 | P21              | P22       | P23                     | P24              | P25       | P26                   | P27                   | P28       | P29 | P30 |
| Clientes       | 1         | 5                        | 5                         | 4         | 4                     | 2                     | 4                       | 4                   | 4                | 4         | 5                       | 2                | 5         | 4                     | 3                     | 3         | 3   | 4   |
|                | 2         | 4                        | 4                         | 4         | 5                     | 4                     | 4                       | 5                   | 5                | 5         | 3                       | 4                | 3         | 5                     | 3                     | 5         | 4   | 4   |
|                | 3         | 3                        | 5                         | 5         | 3                     | 4                     | 5                       | 4                   | 4                | 3         | 5                       | 5                | 4         | 4                     | 5                     | 4         | 5   | 4   |
|                | 4         | 5                        | 4                         | 4         | 4                     | 3                     | 4                       | 4                   | 4                | 3         | 4                       | 3                | 5         | 5                     | 5                     | 3         | 5   | 5   |
|                | 5         | 2                        | 2                         | 3         | 2                     | 2                     | 1                       | 2                   | 2                | 2         | 5                       | 1                | 1         | 1                     | 3                     | 1         | 4   | 3   |
|                | 6         | 3                        | 3                         | 5         | 4                     | 4                     | 3                       | 5                   | 5                | 4         | 5                       | 4                | 4         | 3                     | 4                     | 3         | 3   | 4   |
|                | 7         | 5                        | 4                         | 4         | 5                     | 4                     | 5                       | 5                   | 5                | 5         | 3                       | 5                | 5         | 4                     | 5                     | 5         | 3   | 3   |
|                | 8         | 3                        | 3                         | 1         | 1                     | 2                     | 2                       | 3                   | 3                | 3         | 4                       | 3                | 2         | 3                     | 3                     | 1         | 3   | 3   |
|                | 9         | 1                        | 3                         | 3         | 2                     | 2                     | 3                       | 3                   | 2                | 3         | 5                       | 2                | 2         | 2                     | 2                     | 2         | 4   | 3   |
|                | 10        | 2                        | 2                         | 3         | 2                     | 2                     | 3                       | 3                   | 3                | 3         | 4                       | 3                | 2         | 3                     | 3                     | 2         | 3   | 3   |
|                | 11        | 4                        | 3                         | 4         | 3                     | 3                     | 4                       | 4                   | 4                | 3         | 4                       | 3                | 4         | 5                     | 5                     | 4         | 3   | 5   |
|                | 12        | 5                        | 3                         | 4         | 3                     | 4                     | 5                       | 2                   | 3                | 4         | 3                       | 4                | 3         | 3                     | 3                     | 5         | 5   | 4   |
|                | 13        | 5                        | 4                         | 4         | 4                     | 5                     | 3                       | 4                   | 4                | 4         | 5                       | 4                | 4         | 5                     | 4                     | 4         | 3   | 4   |
|                | 14        | 3                        | 3                         | 5         | 3                     | 3                     | 3                       | 1                   | 3                | 3         | 3                       | 3                | 3         | 3                     | 3                     | 2         | 4   | 3   |
|                | 15        | 1                        | 1                         | 2         | 3                     | 2                     | 2                       | 3                   | 3                | 3         | 3                       | 3                | 3         | 3                     | 3                     | 3         | 3   | 3   |
|                | 16        | 3                        | 3                         | 3         | 2                     | 2                     | 1                       | 3                   | 3                | 3         | 4                       | 2                | 1         | 2                     | 1                     | 1         | 4   | 2   |
|                | 17        | 3                        | 3                         | 3         | 3                     | 2                     | 3                       | 3                   | 3                | 3         | 2                       | 3                | 2         | 3                     | 3                     | 2         | 2   | 3   |
|                | 18        | 3                        | 4                         | 4         | 3                     | 3                     | 3                       | 4                   | 4                | 3         | 2                       | 5                | 5         | 3                     | 5                     | 3         | 3   | 3   |
|                | 19        | 2                        | 3                         | 3         | 3                     | 3                     | 2                       | 3                   | 3                | 3         | 4                       | 2                | 2         | 2                     | 1                     | 2         | 4   | 2   |
|                | 20        | 3                        | 2                         | 3         | 1                     | 2                     | 4                       | 2                   | 3                | 3         | 3                       | 3                | 3         | 3                     | 3                     | 2         | 3   | 4   |
|                | 21        | 2                        | 3                         | 3         | 1                     | 3                     | 3                       | 1                   | 1                | 2         | 5                       | 3                | 3         | 3                     | 3                     | 2         | 4   | 3   |
|                | 22        | 3                        | 3                         | 3         | 3                     | 5                     | 4                       | 2                   | 2                | 3         | 3                       | 3                | 3         | 3                     | 3                     | 3         | 3   | 4   |
|                | 23        | 5                        | 3                         | 4         | 4                     | 3                     | 3                       | 3                   | 3                | 4         | 3                       | 3                | 3         | 3                     | 3                     | 4         | 3   | 4   |
|                | 24        | 2                        | 1                         | 3         | 2                     | 1                     | 1                       | 3                   | 3                | 1         | 5                       | 2                | 1         | 1                     | 2                     | 2         | 4   | 2   |
|                | 25        | 3                        | 3                         | 4         | 3                     | 3                     | 3                       | 1                   | 3                | 3         | 3                       | 3                | 3         | 4                     | 3                     | 3         | 3   | 3   |
|                | 26        | 3                        | 3                         | 3         | 3                     | 2                     | 2                       | 5                   | 5                | 3         | 4                       | 3                | 2         | 2                     | 2                     | 1         | 3   | 2   |
|                | 27        | 3                        | 3                         | 5         | 3                     | 3                     | 5                       | 1                   | 1                | 3         | 3                       | 3                | 3         | 3                     | 3                     | 3         | 3   | 5   |
|                | 28        | 3                        | 3                         | 3         | 3                     | 3                     | 2                       | 3                   | 3                | 3         | 1                       | 3                | 3         | 4                     | 3                     | 3         | 3   | 5   |
|                | 29        | 3                        | 3                         | 4         | 3                     | 3                     | 3                       | 2                   | 2                | 3         | 3                       | 3                | 3         | 3                     | 3                     | 3         | 3   | 3   |
|                | 30        | 3                        | 3                         | 4         | 3                     | 3                     | 3                       | 1                   | 3                | 3         | 3                       | 3                | 3         | 3                     | 3                     | 3         | 2   | 3   |
|                | 31        | 3                        | 5                         | 4         | 3                     | 3                     | 3                       | 2                   | 2                | 3         | 3                       | 5                | 3         | 3                     | 3                     | 4         | 3   | 4   |
|                | 32        | 3                        | 2                         | 3         | 3                     | 2                     | 3                       | 3                   | 3                | 3         | 4                       | 3                | 3         | 3                     | 3                     | 1         | 5   | 2   |
|                | 33        | 3                        | 3                         | 5         | 4                     | 3                     | 3                       | 2                   | 2                | 3         | 3                       | 3                | 3         | 3                     | 5                     | 3         | 3   | 5   |
|                | 34        | 2                        | 3                         | 4         | 2                     | 3                     | 3                       | 3                   | 3                | 3         | 5                       | 3                | 3         | 3                     | 3                     | 2         | 3   | 3   |
|                | 35        | 3                        | 3                         | 5         | 3                     | 2                     | 3                       | 2                   | 3                | 3         | 2                       | 3                | 3         | 3                     | 3                     | 2         | 4   | 3   |
|                | 36        | 3                        | 3                         | 4         | 3                     | 3                     | 3                       | 4                   | 4                | 3         | 3                       | 4                | 5         | 3                     | 3                     | 3         | 3   | 3   |
|                | 37        | 3                        | 2                         | 3         | 3                     | 2                     | 2                       | 3                   | 3                | 1         | 4                       | 2                | 2         | 2                     | 2                     | 1         | 4   | 2   |
|                | 38        | 3                        | 5                         | 5         | 3                     | 3                     | 3                       | 5                   | 5                | 4         | 3                       | 3                | 3         | 3                     | 3                     | 3         | 3   | 4   |
|                | 39        | 1                        | 3                         | 3         | 1                     | 2                     | 3                       | 3                   | 3                | 3         | 3                       | 3                | 3         | 3                     | 3                     | 3         | 5   | 3   |
|                | 40        | 3                        | 3                         | 3         | 3                     | 2                     | 3                       | 5                   | 5                | 3         | 3                       | 3                | 3         | 3                     | 3                     | 3         | 1   | 3   |
|                | 41        | 5                        | 3                         | 5         | 3                     | 3                     | 3                       | 1                   | 1                | 3         | 2                       | 5                | 3         | 4                     | 5                     | 2         | 4   | 3   |
|                | 42        | 2                        | 3                         | 3         | 3                     | 1                     | 3                       | 3                   | 3                | 3         | 5                       | 3                | 3         | 3                     | 3                     | 2         | 4   | 3   |
|                | 43        | 3                        | 3                         | 4         | 3                     | 2                     | 4                       | 2                   | 3                | 3         | 4                       | 3                | 3         | 3                     | 3                     | 2         | 5   | 1   |
|                | 44        | 3                        | 3                         | 4         | 3                     | 3                     | 4                       | 1                   | 3                | 3         | 3                       | 3                | 5         | 3                     | 3                     | 3         | 3   | 3   |
|                | 45        | 3                        | 3                         | 3         | 3                     | 5                     | 3                       | 2                   | 2                | 3         | 3                       | 3                | 3         | 3                     | 3                     | 2         | 4   | 3   |
|                | 46        | 3                        | 3                         | 3         | 3                     | 2                     | 3                       | 4                   | 4                | 4         | 3                       | 5                | 3         | 3                     | 3                     | 3         | 3   | 5   |
|                | 47        | 3                        | 5                         | 4         | 3                     | 3                     | 3                       | 3                   | 3                | 3         | 3                       | 3                | 3         | 3                     | 3                     | 2         | 4   | 3   |
|                | 48        | 2                        | 2                         | 3         | 2                     | 2                     | 4                       | 2                   | 3                | 3         | 3                       | 3                | 5         | 5                     | 3                     | 2         | 4   | 3   |
|                | 49        | 3                        | 3                         | 5         | 4                     | 3                     | 3                       | 1                   | 1                | 3         | 3                       | 3                | 3         | 3                     | 3                     | 3         | 4   | 3   |
|                | 50        | 3                        | 1                         | 3         | 3                     | 2                     | 2                       | 3                   | 3                | 3         | 5                       | 1                | 1         | 1                     | 2                     | 1         | 5   | 3   |



## ANEXO N° 05. VALIDACION JUICIO DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO



### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO QUE MIDE "GESTION DE PROCESOS"

| N°  | DIMENSIONES / ítems   | Pertinencia <sup>1</sup> |    | Relevancia <sup>2</sup> |    | Claridad <sup>3</sup> |    | Sugerencias |
|---|---|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
|   |   | SI                       | NO | SI                      | NO | SI                    | NO |             |
| <b>DIMENSIÓN 1. Entradas o Inputs</b>             |   |                          |    |                         |    |                       |    |             |
| 1   | ¿Considera que el contenido e información del canal web "Vía Inversiones" son adecuados para operaciones de Fondos Mutuos?      | x                        |    | x                       |    | x                     |    |             |
| 2   | ¿Las notificaciones del canal web "Vía Inversiones" sobre sus operaciones son otorgadas dentro del tiempo establecido?          | x                        |    | x                       |    | x                     |    |             |
| <b>DIMENSIÓN 2. Medios y recursos</b>             |   |                          |    |                         |    |                       |    |             |
| 3   | ¿El personal que realiza las gestiones está capacitado para absolver las consultas respecto a las operaciones de Fondos Mutuos? | x                        |    | x                       |    | x                     |    |             |
| 4   | ¿La maquinaria y el servidor del canal web "Vía Inversiones" empleados por la Empresa son modernas y de última tecnología?      | x                        |    | x                       |    | x                     |    |             |
| 5   | ¿La página web "Vía Inversiones" empleado por la Empresa es adecuado para operaciones de Fondos Mutuos?                         | x                        |    | x                       |    | x                     |    |             |
| 6   | ¿La documentación empleada e información otorgada vía e-mail le ayuda a comprender sobre las condiciones de los Fondos Mutuos?  | x                        |    | x                       |    | x                     |    |             |
| <b>DIMENSIÓN 3. Salidas u Outputs</b>             |   |                          |    |                         |    |                       |    |             |
| 7   | ¿Considera que las operaciones de Fondos Mutuos son adecuados y elaborados de acuerdo a las exigencias técnicas y legales?      | x                        |    | x                       |    | x                     |    |             |
| 8   | ¿Considera que ha tenido inconvenientes con los servicios de operaciones del canal web "Vía Inversiones"?                       | x                        |    | x                       |    | x                     |    |             |
| <b>DIMENSIÓN 4. Sistema de Control</b>            |   |                          |    |                         |    |                       |    |             |
| 9   | ¿Considera que la atención recibida dentro del tiempo establecido se realiza con eficiencia?                                    | x                        |    | x                       |    | x                     |    |             |
| 10  | ¿Considera que se debe registrar opciones más detalladas y fáciles de entender para operaciones con Fondos Mutuos?              | x                        |    | x                       |    | x                     |    |             |
| <b>DIMENSIÓN 5. Alcance o Límites del Proceso</b> |   |                          |    |                         |    |                       |    |             |
| 11  | ¿Considera que la empresa conoce sus necesidades respecto a operaciones de Fondos Mutuos del canal web "Vía Inversiones"?       | x                        |    | x                       |    | x                     |    |             |
| 12  | ¿La Empresa supera sus expectativas respecto a operaciones de Fondos Mutuos del canal web "Vía Inversiones"?                    | x                        |    | x                       |    | x                     |    |             |
| 13  | ¿Se considera satisfecho con el producto y/o servicio adquirido de Fondos Mutuos del canal web "Vía Inversiones"?               | x                        |    | x                       |    | x                     |    |             |

Fuente: Elaboración propia.

Observaciones (precisar si hay suficiencia): .....

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

Apellidos y nombres del juez validador: GARCIA ARAUJO JOSE ALBERTO.....

Especialidad del validador: economista CON MAESTRIA EN FINANZAS.....

11 de mayo del 2021

- <sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- <sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- <sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

.....  
Firma del Experto Informante

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO QUE MIDE "SATISFACCION DEL CLIENTE"**

| N°                                    | DIMENSIONES / ítems  | Pertinencia <sup>1</sup> |    | Relevancia <sup>2</sup> |    | Claridad <sup>3</sup> |    | Sugerencias |
|---------------------------------------|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
|                                       |  | SI                       | NO | SI                      | NO | SI                    | NO |             |
| <b>DIMENSION 1. Expectativa</b>       |  |                          |    |                         |    |                       |    |             |
| 1                                     | ¿Considera que la empresa ha cubierto sus expectativas respecto al canal web "Vía Inversiones" en comparación con otras entidades financieras? | x                        |    | x                       |    | x                     |    |             |
| 2                                     | ¿El servicio del canal web "Vía Inversiones" está cerca de las expectativas del cliente?   | x                        |    | x                       |    | x                     |    |             |
| 3                                     | ¿Considera que cuando solicita el servicio del canal web "Vía Inversiones" confía en que las operaciones serán gestionadas?                    | x                        |    | x                       |    | x                     |    |             |
| <b>DIMENSION 2. Calidad Percibida</b> |  |                          |    |                         |    |                       |    |             |
| 4                                     | ¿Considera que el canal web "Vía Inversiones" para Fondos Mutuos es de buena calidad en comparación con otra web de entidades financieras?     | x                        |    | x                       |    | x                     |    |             |
| 5                                     | ¿El tiempo de atención del canal web "Vía Inversiones" para operaciones con Fondos Mutuos es ágil y rápido?                                    | x                        |    | x                       |    | x                     |    |             |
| 6                                     | ¿El sistema que aplica el canal web "Vía Inversiones" es de calidad para realizar las operaciones con éxito?                                   | x                        |    | x                       |    | x                     |    |             |
| <b>DIMENSION 3. Valor Percibido</b>   |  |                          |    |                         |    |                       |    |             |
| 7                                     | Considera que la calidad del servicio web "Vía Inversiones" tiene relación con los costos de Fondos Mutuos.                                    | x                        |    | x                       |    | x                     |    |             |
| 8                                     | Considera que los costos asociados a Fondos Mutuos son competitivos en el mercado.   | x                        |    | x                       |    | x                     |    |             |
| 9                                     | Considera que siente seguridad al realizar operaciones por el canal web "Vía Inversiones".   | x                        |    | x                       |    | x                     |    |             |
| <b>DIMENSION 4. Reclamos o Quejas</b> |  |                          |    |                         |    |                       |    |             |
| 10                                    | Considera que ha tenido reclamos del servicio dentro del período de vigencia de su operación de Fondos Mutuos.                                 | x                        |    | x                       |    | x                     |    |             |
| 11                                    | Considera que estuvo satisfecho con el modo en que se ha tramitado sus reclamos.   | x                        |    | x                       |    | x                     |    |             |
| 12                                    | Considera que estuvo satisfecho con el tiempo de espera a la respuesta de su reclamo presentado.   | x                        |    | x                       |    | x                     |    |             |
| 13                                    | Considera que estuvo satisfecho con la respuesta a su reclamo presentado.  | x                        |    | x                       |    | x                     |    |             |
| <b>DIMENSION 5. Lealtad</b>           |  |                          |    |                         |    |                       |    |             |
| 14                                    | Solicitaría nuevamente el servicio del canal web "Vía Inversiones" para operaciones de Fondos Mutuos.  | x                        |    | x                       |    | x                     |    |             |
| 15                                    | Estaría conforme en continuar solicitando los servicios del canal web "Vía Inversiones" si los costos aumentaran.                              | x                        |    | x                       |    | x                     |    |             |
| 16                                    | Si otra empresa le ofreciera los mismos servicios del canal web, tomaría la decisión de cambiar de empresa.                                    | x                        |    | x                       |    | x                     |    |             |
| 17                                    | Recomendaría a otras personas realizar el servicio de operaciones de Fondos Mutuos por el canal web "Vía Inversiones".                         | x                        |    | x                       |    | x                     |    |             |

Fuente: Elaboración propia.

Observaciones (precisar si hay suficiencia): .....

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

Apellidos y nombres del juez validador: GARCIA ARAUJO JOSE ALBERTO.....

Especialidad del validador: economista CON MAESTRIA EN FINANZAS.....

11 de mayo del 2021

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



.....  
Firma del Experto Informante

## ANEXO N° 07. VALIDACION JUICIO DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO



### CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO QUE MIDE "GESTION DE PROCESOS"

| N°  | DIMENSIONES / ítems   | Pertinencia <sup>1</sup> |    | Relevancia <sup>2</sup> |    | Claridad <sup>3</sup> |    | Sugerencias |
|---|---|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
|   |   | SI                       | NO | SI                      | NO | SI                    | NO |             |
| <b>DIMENSIÓN 1. Entradas o Inputs</b>             |   |                          |    |                         |    |                       |    |             |
| 1   | ¿Considera que el contenido e información del canal web "Vía Inversiones" son adecuados para operaciones de Fondos Mutuos?      | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| 2   | ¿Las notificaciones del canal web "Vía Inversiones" sobre sus operaciones son otorgadas dentro del tiempo establecido?          | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| <b>DIMENSION 2. Medios y recursos</b>             |   |                          |    |                         |    |                       |    |             |
| 3   | ¿El personal que realiza las gestiones está capacitado para absolver las consultas respecto a las operaciones de Fondos Mutuos? | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| 4   | ¿La maquinaria y el servidor del canal web "Vía Inversiones" empleados por la Empresa son modernas y de última tecnología?      | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| 5   | ¿La página web "Vía Inversiones" empleado por la Empresa es adecuado para operaciones de Fondos Mutuos?                         | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| 6   | ¿La documentación empleada e información otorgada vía e-mail le ayuda a comprender sobre las condiciones de los Fondos Mutuos?  | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| <b>DIMENSION 3. Salidas u Outputs</b>             |   |                          |    |                         |    |                       |    |             |
| 7   | ¿Considera que las operaciones de Fondos Mutuos son adecuados y elaborados de acuerdo a las exigencias técnicas y legales?      | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| 8   | ¿Considera que ha tenido inconvenientes con los servicios de operaciones del canal web "Vía Inversiones"?                       | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| <b>DIMENSION 4. Sistema de Control</b>            |   |                          |    |                         |    |                       |    |             |
| 9   | ¿Considera que la atención recibida dentro del tiempo establecido se realiza con eficiencia?                                    | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| 10  | ¿Considera que se debe registrar opciones más detalladas y fáciles de entender para operaciones con Fondos Mutuos?              | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| <b>DIMENSION 5. Alcance o Límites del Proceso</b> |   |                          |    |                         |    |                       |    |             |
| 11  | ¿Considera que la empresa conoce sus necesidades respecto a operaciones de Fondos Mutuos del canal web "Vía Inversiones"?       | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| 12  | ¿La Empresa supera sus expectativas respecto a operaciones de Fondos Mutuos del canal web "Vía Inversiones"?                    | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| 13  | ¿Se considera satisfecho con el producto y/o servicio adquirido de Fondos Mutuos del canal web "Vía Inversiones"?               | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |

Fuente: Elaboración propia.

Observaciones (precisar si hay suficiencia): .....

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

Apellidos y nombres del juez validador: Mg YURI VANESSA CONDE BELTRAN

Especialidad del validador: MAGISTER EN EDUCACION PARA LA CREATIVIDAD

12 de mayo del 2021

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO QUE MIDE "SATISFACCION DEL CLIENTE"**

| N°                                    | DIMENSIONES / ítems  | Pertinencia <sup>1</sup> |    | Relevancia <sup>2</sup> |    | Claridad <sup>3</sup> |    | Sugerencias |
|---------------------------------------|--|--------------------------|----|-------------------------|----|-----------------------|----|-------------|
|                                       |  | SI                       | NO | SI                      | NO | SI                    | NO |             |
| <b>DIMENSION 1. Expectativa</b>       |  |                          |    |                         |    |                       |    |             |
| 1                                     | ¿Considera que la empresa ha cubierto sus expectativas respecto al canal web "Vía Inversiones" en comparación con otras entidades financieras? | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| 2                                     | ¿El servicio del canal web "Vía Inversiones" está cerca de las expectativas del cliente?   | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| 3                                     | ¿Considera que cuando solicita el servicio del canal web "Vía Inversiones" confía en que las operaciones serán gestionadas?                    | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| <b>DIMENSION 2. Calidad Percibida</b> |  |                          |    |                         |    |                       |    |             |
| 4                                     | ¿Considera que el canal web "Vía Inversiones" para Fondos Mutuos es de buena calidad en comparación con otra web de entidades financieras?     | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| 5                                     | ¿El tiempo de atención del canal web "Vía Inversiones" para operaciones con Fondos Mutuos es ágil y rápido?                                    | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| 6                                     | ¿El sistema que aplica el canal web "Vía Inversiones" es de calidad para realizar las operaciones con éxito?                                   | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| <b>DIMENSION 3. Valor Percibido</b>   |  |                          |    |                         |    |                       |    |             |
| 7                                     | Considera que la calidad del servicio web "Vía Inversiones" tiene relación con los costos de Fondos Mutuos.                                    | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| 8                                     | Considera que los costos asociados a Fondos Mutuos son competitivos en el mercado.   | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| 9                                     | Considera que siente seguridad al realizar operaciones por el canal web "Vía Inversiones".   | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| <b>DIMENSION 4. Reclamos o Quejas</b> |  |                          |    |                         |    |                       |    |             |
| 10                                    | Considera que ha tenido reclamos del servicio dentro del período de vigencia de su operación de Fondos Mutuos.                                 | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| 11                                    | Considera que estuvo satisfecho con el modo en que se ha tramitado sus reclamos.   | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| 12                                    | Considera que estuvo satisfecho con el tiempo de espera a la respuesta de su reclamo presentado.   | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| 13                                    | Considera que estuvo satisfecho con la respuesta a su reclamo presentado.  | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| <b>DIMENSION 5. Lealtad</b>           |  |                          |    |                         |    |                       |    |             |
| 14                                    | Solicitaría nuevamente el servicio del canal web "Vía Inversiones" para operaciones de Fondos Mutuos.  | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| 15                                    | Estaría conforme en continuar solicitando los servicios del canal web "Vía Inversiones" si los costos aumentaran.                              | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| 16                                    | Si otra empresa le ofreciera los mismos servicios del canal web, tomaría la decisión de cambiar de empresa.                                    | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |
| 17                                    | Recomendaría a otras personas realizar el servicio de operaciones de Fondos Mutuos por el canal web "Vía Inversiones".                         | X                        |    | X                       |    | X                     |    |             |

Fuente: Elaboración propia.

Observaciones (precisar si hay suficiencia): .....

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

Apellidos y nombres del juez validador: Mg YURI VANESSA CONDE BELTRAN

Especialidad del validador: MAGISTER EN EDUCACION PARA LA CREATIVIDAD

12 de mayo del 2021

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



## ANEXO N° 06. VALIDACION JUICIO DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO



### VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

#### TEMA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Procesos y Satisfacción del Cliente externo de Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital 2021.

Modelo de encuesta para la investigación sobre la relación entre Gestión de Procesos y la Satisfacción del Cliente externo de Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital.

AUTOR (A): PALOMINO TELLO, EDITH

#### TITULO DE INSTRUMENTO

Cuestionario sobre Gestión de Procesos y Satisfacción del cliente externo de Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital 2021.

#### CRITERIOS:

(C) Correcto (I) Incorrecto (D) Dejar (M) Modificar (E) Eliminar

| N°<br>Ítems | Presentación |    | Ortografía,<br>redacción clara<br>y precisa con<br>los ítems. |    | Congruencia<br>de las<br>variables con<br>los objetivos |    | Relevancia |    | Factibilidad |    | Observaciones<br>D – M – E |
|-------------|--------------|----|---|----|---|----|------------|----|--------------|----|----------------------------|
|             | SI           | NO | SI  | NO | SI  | NO | SI         | NO | SI           | NO |                            |
| 1           | X            |    | X   |    | X   |    | X          |    | X            |    |                            |
| 2           | X            |    | X   |    | X   |    | X          |    | X            |    |                            |
| 3           | X            |    | X   |    | X   |    | X          |    | X            |    |                            |
| 4           | X            |    | X   |    | X   |    | X          |    | X            |    |                            |
| 5           | X            |    | X   |    | X   |    | X          |    | X            |    |                            |
| 6           | X            |    | X   |    | X   |    | X          |    | X            |    |                            |
| 7           | X            |    | X   |    | X   |    | X          |    | X            |    |                            |
| 8           | X            |    | X   |    | X   |    | X          |    | X            |    |                            |
| 9           | X            |    | X   |    | X   |    | X          |    | X            |    |                            |
| 10          | X            |    | X   |    | X   |    | X          |    | X            |    |                            |
| 11          | X            |    | X   |    | X   |    | X          |    | X            |    |                            |
| 12          | X            |    | X   |    | X   |    | X          |    | X            |    |                            |
| 13          | X            |    | X   |    | X   |    | X          |    | X            |    |                            |
| 14          | X            |    | X   |    | X   |    | X          |    | X            |    |                            |
| 15          | X            |    | X   |    | X   |    | X          |    | X            |    |                            |
| 16          | X            |    | X   |    | X   |    | X          |    | X            |    |                            |
| 17          | X            |    | X   |    | X   |    | X          |    | X            |    |                            |
| 18          | X            |    | X   |    | X   |    | X          |    | X            |    |                            |
| 19          | X            |    | X   |    | X   |    | X          |    | X            |    |                            |
| 20          | X            |    | X   |    | X   |    | X          |    | X            |    |                            |
| 21          | X            |    | X   |    | X   |    | X          |    | X            |    |                            |
| 22          | X            |    | X   |    | X   |    | X          |    | X            |    |                            |
| 23          | X            |    | X   |    | X   |    | X          |    | X            |    |                            |
| 24          | X            |    | X   |    | X   |    | X          |    | X            |    |                            |
| 25          | X            |    | X   |    | X   |    | X          |    | X            |    |                            |
| 26          | X            |    | X   |    | X   |    | X          |    | X            |    |                            |
| 27          | X            |    | X   |    | X   |    | X          |    | X            |    |                            |
| 28          | X            |    | X   |    | X   |    | X          |    | X            |    |                            |
| 29          | X            |    | X   |    | X   |    | X          |    | X            |    |                            |
| 30          | X            |    | X   |    | X   |    | X          |    | X            |    |                            |



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FECHA : 21/05/21  
EVALUADOR : Mg. VICTOR FABIAN ROMERO ESCALANTE  
PROFESIÓN : ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
CENTRO LABORAL : UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO  
ESPECIALISTA EN EL ÁREA : METODOLOGÍA Y FINANZAS  
OBSERVACIONES : -  
SUGERENCIAS : -



Mg. Victor Fabian Romero Escalante

---

FIRMA DEL EVALUADOR

## ANEXO N° 08. CONFORMIDAD DE APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO



Santiago de Surco, 09 Julio de 2021

Estimados  
A quien corresponda

De nuestra consideración:

Por medio de la presente dejamos constancia que, *Edith Giovanna Palomino Tello*, ha desarrollado el trabajo de investigación titulado: *Gestión de Procesos y Satisfacción del Cliente externo de Operaciones vía Web en la Empresa Credicorp Capital 2021*.

Se expide la presente a solicitud del interesado para fines académicos de la carrera profesional de Administración.

Sin otro particular, quedamos de usted.

Atentamente,

José Antonio Ramos Zaldaña  
**Asociado de Operaciones**  
**Credicorp Capital S.A. Sociedad**  
**Administradora de Fondos**