



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 y satisfacción de los
clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Administración de Negocios - MBA

AUTOR:

Maticorena Alvarado, Victor Raul (orcid.org/0000-0002-9195-3397)

ASESOR:

Dr. Ramírez García, Gustavo (orcid.org/0000-0003-0035-7088)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y Herramientas Gerenciales

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TARAPOTO - PERÚ

2022

Dedicatoria

A mis padres, por la formación humanista y profesional, por los consejos y enseñanzas, siempre estarán presente en cada logro, en cada día, por siempre.

Victor

Agradecimiento

A Dios siempre, por la salud, la fuerza y la sabiduría para culminar estos estudios con éxito, A mi familia, por la paciencia y soporte para culminar mis estudios. A los docentes que compartieron sus conocimientos, experiencias y consejos para ser mejor profesional.

El autor

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	v
Índice de Tablas	vi
Índice de Figuras	vii
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	14
3.1. Tipo y diseño de investigación	14
3.2. Variables y operacionalización:	14
3.3. Población (criterio de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis	15
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	16
3.5. Procedimientos	17
3.6. Método de análisis de datos	17
3.7. Aspectos éticos	17
IV. RESULTADOS	19
V. DISCUSIÓN	33
VI. CONCLUSIONES	37
VII. RECOMENDACIONES	38
REFERENCIAS	41
ANEXOS	48

Índice de tablas

Tabla 1. Prueba de normalidad, contexto organizacional.....	21
Tabla 2. Prueba de normalidad, liderazgo.....	22
Tabla 3. Prueba de normalidad, planificación.....	23
Tabla 4. Prueba de normalidad, soporte.....	24
Tabla 5. Prueba de normalidad, operaciones	25
Tabla 6. Prueba de normalidad, mejora continua	26
Tabla 7. Prueba no paramétrica de Spearman para el contexto organizacional y la satisfacción	27
Tabla 8. Prueba no paramétrica de Spearman para el liderazgo y la satisfacción	28
Tabla 9. Prueba no paramétrica de Spearman para planificación y la satisfacción.....	29
Tabla 10. Prueba no paramétrica de Spearman para el soporte y la satisfacción.....	30
Tabla 11. Prueba no paramétrica de Spearman para las operaciones y la satisfacción.....	31
Tabla 12. Prueba no paramétrica de Spearman para la mejora continua y la satisfacción.....	32
Tabla 13. Prueba no paramétrica de Spearman para el sistema de Gestión de la calidad y la satisfacción.....	33

Índice de figuras

Figura 1. Factores que limitan el manejo del Sistema de Gestión de la Calidad.....	18
Figura 2. Nivel de manejo del Sistema de Gestión de la Calidad.....	19
Figura 3. Nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue....	20
Figura 4. Normalidad de Contexto de la organización.....	21
Figura 5. Normalidad de Liderazgo.....	23
Figura 6. Normalidad de Soporte.....	24
Figura 7. Normalidad de Operaciones.....	25
Figura 8. Normalidad de Mejora continua.....	26

Resumen

Este estudio se realizó con el objetivo de determinar la relación entre el Sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, 2022. Este estudio de tipo básica de diseño no experimental, con una población de 768 clientes, una muestra de 256 clientes, la técnica empleada para recolectar datos fue la encuesta y el instrumento cuestionario. Los resultados mostraron 6 factores que limitan el sistema de gestión de calidad (SGC), en cuanto al nivel del SGC fue muy alto (70,31%), el nivel de satisfacción fue muy alto (78,91%). La prueba de hipótesis mostró una relación directa con un grado alto entre el contexto organizacional y la satisfacción de los clientes (,696), una relación directa, con un grado alto (intensa) entre el soporte y la satisfacción; además, de una relación inversa, con un grado Regular (Considerable) entre la mejora continua y la satisfacción. Finalmente, una relación directa, con un grado Alto (Intenso) entre el sistema de gestión de calidad y la satisfacción de los clientes. Concluyendo que existe relación significativa entre el sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue.

Palabras clave: Gestión de calidad, satisfacción, ISO 9001.

Abstract

This study was conducted with the objective of determining the relationship between the ISO 9001:2015 Quality Management System and customer satisfaction of the company Estar Cajue, 2022. This study of basic type of non-experimental design, with a population of 768 customers, a sample of 256 customers, the technique used to collect data was the survey and questionnaire instrument. The results showed 6 factors that limit the quality management system (QMS), the level of QMS was very high (70.31%), the level of satisfaction was very high (78.91%); the hypothesis test showed a direct relationship with a high degree between the organizational context and customer satisfaction (,696); a direct relationship, with a high degree (intense) between support and satisfaction; an inverse relationship, with a Regular degree (Considerable) between continuous improvement and satisfaction; finally a direct relationship, with a High degree (Intense) between the quality management system and customer satisfaction. Concluding that there is a significant relationship between the quality management system ISO 9001:2015 and the satisfaction of the customers of the company Estar Cajue.

Keywords: Quality management, satisfaction, ISO 9001.

I. INTRODUCCIÓN

La globalización ha permitido que los países se relacionen y estandaricen normativas que les permita trabajar bajo estándares de calidad, que les permita a sus productos y servicios ser reconocidos por su calidad a nivel internacional. Los estándares de calidad brindan a las organizaciones los requisitos necesarios para la producción de bienes o servicio de calidad, que permiten a las empresas posicionarse dentro del mercado con un nivel superior que la diferencia del resto. A nivel mundial, los consumidores son más exigentes en cuanto a su consumo, buscan obtener productos o servicios de calidad que les brinden la satisfacción que buscan en un producto o servicio; es aquí donde aparecen los requisitos y medidas de la norma ISO 9001, que permiten dar solución a problemas o futuros riesgos dentro de la empresa, con una filosofía de mejora constante en los procesos y operaciones internas. Una buena implementación del SGC mejora la gestión de las empresas, otorga eficiencia en aspectos como optimización de procesos, optimización de recursos, maximizar la rentabilidad y reducción de gastos, así como el logro de la satisfacción de sus clientes. (Fonseca & Domínguez, 2018)

En el año 2018 la ISO publica la Norma Internacional 9001:2015, una actualización de su versión 2008, cuya precisión menciona el enfoque de riesgos y la mejora continua. Esta norma brinda a las empresas los requisitos necesarios para adecuar su organización y sus actividades a estándares reconocidos y probados a nivel internacional; con la aplicación de esta norma las empresas pueden lograr las mejoras en sus productos. El fin de toda organización es generar mayor rentabilidad; sin embargo, es la satisfacción que genera en sus clientes para lograr rentabilidad.

En el escenario nacional, en nuestro país del total de empresas formales, 1,329 empresas que representan el 1% de empresas formales, tienen implementado la norma ISO 9001 (SGC), reflejando el poco interés por ser competitivos para asegurar la satisfacción a sus clientes (ISOTOOLS, 2022). En nuestro país se implementó la Política Nacional de Calidad buscando mejorar la producción y competitividad y el Instituto Nacional de Calidad (INACAL), buscando que las empresas mejoren su oferta productiva y de servicios.

En nuestra localidad, la gestión de la calidad está siendo adoptado por las grandes empresas; existen medianas y pequeñas empresas que no optan por norma ISO, debido a su elevado costo de implementación y certificación. Para le empresa Estar Cajue implementar una gestión de calidad es vital hoy en día por la alta competencia y la exigencia de los clientes en el rubro de restaurantes; debido a los problemas de coordinación, demoras en la atención y el servicio de pagos, deficiencia en el control de insumos y de la producción, la empresa adoptó empíricamente algunos requisitos de la norma ISO 9001 buscando reducir y controlar las incidencias dentro de la empresa; sin embargo, aún se evidencian los mismos inconvenientes dentro de la empresa. De esta realidad se planteó el siguiente **problema general**: ¿Qué relación existe entre el Sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022? Asimismo, se plantea **problemas específicos**: ¿Qué factores limitan el manejo del SGC ISO 9001:2015 de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022? ¿Cuál es el nivel de manejo del sistema de gestión de la calidad ISO 9001:2015 de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022? ¿Cuál es el nivel de la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022? ¿De qué manera el contexto organizacional se relaciona con la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022? ¿De qué manera el liderazgo se relaciona con la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022? ¿De qué manera la planificación se relaciona con la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022? ¿De qué manera el soporte se relaciona con la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022? ¿De qué manera las operaciones se relacionan con la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022? ¿De qué manera la mejora continua se relaciona con la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022?

Por la naturaleza de las variables y su impacto en la sociedad la investigación tiene una justificación por **conveniencia**, primero permitirá adquirir conocimiento sobre el estado del SGC y sus posibles deficiencias; permitirá conocer los beneficios de implementar un SGC en restaurantes dentro del escenario costo-beneficio; además de aportar conocimiento sobre el tema de

investigación que servirá como antecedente a futuras investigaciones. Esta investigación tendrá **relevancia social**, dado que permitirá conocer a través de los clientes el nivel de manejo del SGC en la empresa, su importancia y beneficios que brinda su implementación. También permitirá conocer la percepción de los clientes respecto a los cambios que surgen desde el contexto de empresa; asimismo, permitirá a las empresas del rubro, conocer los beneficios de implementar formalmente un SGC y su meta de satisfacer a sus clientes. Tendrá **relevancia teórica**, los resultados que se obtengan formarán parte del conocimiento científico sobre el SGC y la relación que tiene para satisfacer a los clientes, esto permitirá que futuras investigaciones obtengan esta información que aportará como antecedente a otros investigadores. Se justifica por su **implicancia práctica**, los resultados permitirán solucionar posibles deficiencias en el SGC ISO 9001; pero sobre todo permitirá conocer si existe relación con clientes satisfechos, y las ventajas que adquiere la empresa. Asimismo, permitirá a las empresas conocer el costo beneficio de implementar la norma ISO 9001. Tendrá **utilidad metodológica**, en la etapa de recolección de información se aplicó una encuesta en dos cuestionarios los instrumentos a utilizar se crearon a partir de operacionalizar las dos variables, su diseño es de elaboración propia. Se validó por tres expertos y su confiabilidad pasó por pruebas estadísticas, un cuestionario para medir el sistema de gestión ISO 9001:2015 y otro para el nivel de satisfacción; asimismo se recurrirá a la estadística inferencial para responder la problemática de la investigación.

De lo mencionado respecto a la problemática, se plantea el siguiente **objetivo general**: Determinar la relación entre el Sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto – 2022. Dentro de los **objetivos específicos**: Analizar los factores que limitan el manejo del SGC ISO 9001:2015 de la empresa Estar Cajue, Tarapoto – 2022. Identificar el nivel de manejo del sistema de gestión de la calidad ISO 9001:2015 de la empresa Estar Cajue, Tarapoto – 2022. Identificar el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto – 2022. Establecer la relación entre el contexto organizacional y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto – 2022. Establecer la relación entre el liderazgo y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue,

Tarapoto – 2022. Establecer la relación entre la planificación y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto – 2022. Establecer la relación entre el soporte y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto – 2022. Establecer la relación entre las operaciones y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto – 2022. Establecer la relación entre la mejora continua y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto – 2022.

Se planteó en la investigación como **hipótesis general**: Existe relación significativa entre el sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto – 2022. Se determinó como **hipótesis específicas**: Los factores que limitan el manejo del sistema de gestión de la calidad ISO 9001:2015 de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022, son: liderazgo, apoyo y operación. El nivel del sistema de gestión de la calidad ISO 9001:2015 de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022, es alto. El nivel de la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022, es alto. La relación entre el contexto organizacional y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022 es alta. La relación entre el liderazgo y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022, es alta. La relación entre la planificación y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022, es alta; La relación entre el soporte y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022, es alta. La relación entre el las operaciones y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022, es alta. La relación entre la mejora continua y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022, es alta.

II. MARCO TEÓRICO

En el **escenario internacional**, para Salazar et. al. (2019), tipo aplicativo descriptivo, 32 empleados representaron su muestra y población, con una lista de cotejo y un cuestionario como instrumento. Concluyen que, el método del ciclo Deming implementado en la empresa en los procesos operacionales ha permitido reducir los errores en procesos de 72% a un 36%. Asimismo, el SGC debe revisarse, actualizarse y adecuarse a los requerimientos de sus partes interesadas o beneficiarios. En esa misma línea (Prada, 2018), investigación tipo aplicativo, descriptivo explicativo, población 110 empresas, muestra 110 empresas. Empleó lista de cotejo con un instrumento cuestionario. Concluyó que, del análisis realizado a las empresas, los resultados demuestran que implementar los requisitos de la ISO 9001 mejora la calidad de la producción, ayuda a optimizar procesos, esta mejora se percibe en clientes satisfechos.

Según Rahmat y Muhammad (2021), estudio básico, no experimental descriptivo, correlacional. de 50 empresas del rubro automotriz como muestra. Utilizó como técnica el cuestionario diseñando una lista de cotejo. Concluye que, implementar un SGC ISO 9001 influye positivamente en el desempeño operacional de la empresa y por efecto, este influye mejorando la experiencia de los clientes y su satisfacción, el nivel operativo dentro de la empresa determina el nivel de satisfacción. Para Avruscio et al. (2022) realizaron una investigación de tipo aplicativo de diseño descriptivo. La muestra la conformaron los documentos de la institución. Aplicó un análisis de los documentos utilizando una guía como instrumento. Concluyen que, la implementación del SGC ISO 9001 requiere de una inversión considerable en cuando a recursos y tiempo; sin embargo, esto es necesario para mejorar la calidad del servicio al usuario generando satisfacción al usuario y al personal.

Para Chahouati (2022), en su investigación cualitativa, básico, no experimental, descriptivo. 41 directores de hospitales y la muestra de 30 directores de hospitales. La técnica utilizada fue la entrevista semi estructuradas con cuestionario de preguntas. Concluyó que, evaluar el SGC 9001:2015 permite proponer mejoras en los distintos procesos y procedimientos de la empresa, lo que facilita los cambios con enfoque de mejora continua para garantizar la

satisfacción duradera de los usuarios. Asimismo, Demkiv (2018) estudio empírico, no experimental descriptivo comparativo. Población de dieciséis (16) bancos y en su muestra consideraron 10 bancos. La técnica empleada análisis documental. Concluyendo que, la certificación de los bancos en ISO 9001, genera una mejora en la imagen, en sus procesos, así como mejora de los servicios de los bancos. Los resultados demuestran que existe una mejora en la eficiencia de sus actividades. Todo esto permite la satisfacción de sus clientes y se refleja en la confianza y en el aumento de las actividades financiera. Además, Lubis (2022) en su estudio tipo cualitativo descriptivo. Aplicado a 30 empleados. Utilizó una encuesta diseñada en cuestionario a escala de Likert. Concluyendo que implementar la norma ISO 9001, permite obtener un alto valor de 97% de éxito y cumplimiento; sin embargo, la dimensión operación, obtuvo el valor más bajo (medio), lo que puede perjudicar en la satisfacción de los clientes.

Según Ling et al. (2019) estudio básico, no experimental de medición transversal descriptivo. Aplicado a 184 pacientes y la encuesta como técnica. Concluyendo su investigación precisando, la implementación de los requisitos de la Norma ISO 9001, varía la satisfacción del paciente, siendo influenciados por la imagen del hospital, la calidad del trato en los procesos operacionales fueron los elementos predictores en la satisfacción de los pacientes. Para Yudhi- Sulistiyani et. al (2020), estudio básico, no experimental descriptivo de medición transversal. Con una muestra de 144 empleados que integran 12 empresas. Encuesta y cuestionario de preguntas utilizadas. Concluyó afirmando: la aplicación y la integración de un SGC ISO 9001:2015 influye en el desempeño de la empresa significativamente, mejorando la calidad de la misma; asimismo, aumenta los índices de satisfacción del cliente, acompañado de la reducción de quejas y reclamos.

En el **escenario nacional**, según Ulloa-Javez et al. (2020), estudio aplicado, experimental, de 25 colaboradores empresarios y 12 clientes como muestra. La técnica empleada fue el pre test y empleó un cuestionario de preguntas. Concluyó que, aplicar el SGC ISO 9001 mejora la satisfacción de empleados y clientes, pasando de un 29% al 81%. Asimismo, según Ruíz (2020), estudio

básico, no experimental, descriptivo de medición transversal. La muestra y población fue de 40 colaboradores. Aplicó encuestas a través de cuestionario de preguntas. Concluyó que, no implementar un SGC de manera correcta, esta no incide en el desempeño de la empresa, lo que afirma que, es necesario implementar correctamente la norma ISO 9001 para obtener mejoras en su gestión y le permitirá reducir gastos, optimización de procesos, mejorar los tiempos de producción y entrega; sin embargo, nos conlleva a mencionar que todas estas mejoras incidirán en la satisfacción de sus clientes hasta lograr su fidelización.

La investigación tiene una fundamentación en **teorías**. Primero en relación al Sistema de Gestión de Calidad (SGC), en realidad todos los SGC son un conjunto de requisitos estandarizados a nivel internacional con el fin de ayudar a las organizaciones a brindar productos y/o servicios de calidad, incrementando su efectividad que se reflejan en ahorro en todas las etapas de producción, aportando en la motivación del recurso humano. Otro de los conceptos necesarios a mencionar es acerca de las normas **ISO** - International Standar Organization; que para Terranova & Bravo (2017) es la agrupación de normas o leyes que apoyan a las organizaciones en distintos escenarios, su conformación está integrada por expertos de amplia experiencia a nivel internacional que contribuyen a la creación y/o actualización de normas que garanticen prestaciones de productos y servicios de calidad, reconocidos en todo el mundo. Para Sari et al. (2017), ISO es la norma que brinda los requisitos estandarizados a las organizaciones para garantizar que sus beneficiarios reciban un producto o bien o servicio que cumplan con sus expectativas. Para Almeida-Pradhan et al. (2018), ISO 9001 es la norma creada para las industrias con el fin de optimizar y desechar procesos, mejorar la producción, la eficiencia operacional, esta última permite tener clientes satisfechos. Es muy importante para las organizaciones trabajar bajo estandarizaciones internacionales que permiten trabajar y asegurar la satisfacción de los clientes. (Terranova & Bravo, 2017)

Es importante también conocer los conceptos de **calidad**, y acá encontramos a Alcalde (2019), quién menciona que la calidad es identificado por el cliente

de acuerdo al grado de satisfacción que ha percibido al adquirir, consumir un producto y/o servicio. Sin embargo, este concepto en sus inicios de construcción referencia al control en la etapa final de producción o al concluir la prestación del servicio, en otras palabras, ya cuando el cliente ha experimentado; a este enfoque le acompañaban los índices estadísticos de control, que solo median el grado de cumplimiento de ventas, entregas, retornos, quejas. Posteriormente se incluye a la satisfacción como el indicador más importante en la medición de calidad. El modelo de calidad está orientada al cliente; entonces, es su satisfacción el fin de la medición.

Para Taylor y Pearson (1994) se define calidad cuando un bien o servicio es idóneo y da conformidad a los requerimientos de los interesados.

Los sistemas de gestión, en realidad es la agrupación de elementos (procesos, procedimientos) que al interrelacionarse permiten el funcionamiento óptimo de una empresa (Calso y Pardo, 2018). De lo mencionado Vinca (2018) recomienda que toda empresa pequeña, mediana o grande debe implementar un SGC bajo los requisitos de una ISO, de esta manera mejorará su capacidad para brindar un producto o servicio esperado por los consumidores.

En cuanto a las dimensiones de la primera variable, **contexto de la organización**. La empresa establece aspectos externos que sean pertinentes con sus propósitos y objetivos estratégicos; asimismo establece acciones de seguimiento y revisión de los aspectos externos. La ISO (2015) establece que son los aspectos externos e internos que afectan a los propósitos de la empresa. En otras palabras, se debe lograr una alineación entre el plan estratégico y el SGC. Para lograr el cumplimiento de este requisito de la norma se pueden utilizar herramientas como: Análisis PEST/PESTE/PESTEL, cinco fuerzas de Porter, Matriz de perfil competitivo, matriz de evaluación de factores externos, matriz de evaluación de factores internos, matriz Foda.

La empresa diseña su SGC, comprendiendo los requerimientos de las partes interesadas, busca que su capacidad de producción de bienes o servicios satisfaga las expectativas del cliente. Este trabajo debe ser planificado y ejecutado cada cierta temporada para ir conociendo y anticiparse a los cambios del mercado en el comportamiento del consumidor. Según la ISO (2015), es

importante que la empresa conociendo su capacidad y los objetivos establecidos en su plan estratégico, establece el alcance del SGC donde será aplicado. Son justamente las cuestiones externas, las necesidades de los clientes.

Respecto a la segunda dimensión **Liderazgo**, la ISO (2015) precisa que el diseño e implementación, parte de un Liderazgo y sobre todo del compromiso con el SGC para su éxito. La referencia de liderazgo, alcanza a la alta dirección. Este liderazgo debe demostrarse en actividades: asumiendo responsabilidades que serán medidos en indicadores de eficacia, promoviendo el trabajo bajo el enfoque de procesos y asegurando la integración de los procesos. Estableciendo acciones de comunicación para difundir la importancia del SGC, pero sobre todo promoviendo la mejora. Se debe implementar la política de calidad en toda la empresa, esta debe ser coherente con el objetivo y la misión de la empresa y que se desarrolle bajo la filosofía de mejora continua. El liderazgo debe asegurar que la política de calidad sea conocido en toda la empresa. Gracias a este liderazgo la empresa asegura la definición de los roles y responsabilidades, esto permite tener motivado al personal para asegurar que la salida del producto o servicio sea el esperado por el cliente. Es decir, la organización debe buscar que la empresa trabajo enfocado en el cliente.

La tercera dimensión **Planificación**, la organización tiene que implementar la gestión de riesgos y oportunidades, esta acción permite que la empresa prevenga los resultados no deseados, proyectando una política de mejora continua. El objetivo de calidad, permite medir la eficacia de las actividades, establecer acciones de seguimiento, medir los resultados y difundirlos para conocimiento. La planificación permite conocer el escenario operacional de la empresa, asegurando que va hacer, los recursos que va a necesitar, los responsables de las actividades, la metodología de evaluación de resultados. Con la medición y el seguimiento, la empresa tiene la capacidad de plantear y evaluar los cambios de acuerdo a la disponibilidad de sus recursos.

En cuanto a la dimensión **soporte**, menciona que es la empresa quien debe proporcionar todos los recursos que serán necesarios para dar soporte al SGC en las distintas acciones como el mantenimiento y la mejora continua. Para esto

previamente es necesario que conozca la capacidad que tiene como empresa, así como sus limitaciones. Uno de los aspectos es la evaluación de sus proveedores para trabajar con el más preparado, para esto debe considerar establecer acuerdos de los servicios, brindar información de los resultados de las evaluaciones. El factor vital para la empresa es el recurso humano, y el requisito 7.1.2 precisa que se cuente con el personal calificado para garantizar la eficiencia de los procesos. En este factor la empresa establece en documentos las competencias del personal, así como la planificación para desarrollar las competencias de los colaboradores para su actualización, procedimientos que juntos permitirán lograr la eficiencia del SGC. El factor de infraestructura y equipamiento precisa que la empresa identifique y mantenga una infraestructura y equipamiento necesario para que la empresa opere de manera eficiente. Esta dimensión menciona el factor de toma de conciencia, que precisa a las empresas asegurar la implementación de la política y objetivos de calidad institucional, la importancia de contribuir con el funcionamiento del SGC. La norma ISO 9001, exige gestionar información documentada, después de todo su enfoque trabaja en evidenciar el cumplimiento de sus procesos/procedimientos. Esto permite tener un control de las actualizaciones de toda la documentación (procesos, procedimientos, formatos, manuales, informes. Toda esta documentación se debe gestionar con acciones claras de accesibilidad, distribución, recuperación, almacenamiento y conservación; para posteriormente esta se encuentre disponible en el momento oportuno sin deterioro ni alteraciones. Esta norma establece procesos de comunicación interna y externa dónde la empresa debe establecer que aspectos comunicar, cuándo y a quiénes comunicar, cómo realizar la comunicación y el responsable de realizar la comunicación.

En cuanto a la dimensión **Operación**, la ISO (2015) establece que la empresa demuestra que planifica y controla de los procesos para cumplir con los requerimientos de las partes interesadas de productos y/o servicios. Los productos y/o servicios que ofrece deben estar definidos de manera clara. Implementar para el control de la producción de producto y servicio, es uno de los criterios muy importante para controlar que estos se estén realizando con los procedimientos de calidad. Otro de los controles que establece debe

controlar la empresa es la de provisión de los proveedores, estos deben pasar procedimientos de selección, evaluación, seguimiento y reevaluación a fin de asegurar una provisión de acuerdo a los estándares de calidad que ha establecido la empresa. Otra de las etapas que debe controlar la empresa a fin de asegurar la calidad es identificar y controlar el estado de la salida del producto y/o servicio, que estos estén acorde a las exigencias del cliente y acorde a sus necesidades.

La dimensión **Mejora**, la norma establece que la empresa atienda las oportunidades de mejora que muchas veces son identificadas como resultado de las auditorias ejecutadas y es la empresa o el responsable del SGC, recopilar, seleccionar y atender las oportunidades de mejora buscando obtener clientes satisfechos. De encontrar no conformidades, la empresa debe establecer acciones para atender y evitar consecuencias.

Para Ramadhany (2017), la implementación de esta norma permite beneficiar tres aspectos, la primera mejora la organización y su funcionamiento; la segunda, ayuda a obtener empleados satisfechos y motivados; la tercera, ayuda a mejorar el producto o servicio para mejorar la experiencia de los beneficiarios. Estas mismas palabras podemos encontrar en Purba (2019), no importa el tipo de organización, los resultados que se obtienen están orientados a mejorar esos tres aspectos.

En relación a la **variable satisfacción**, según Wikhamn (2018) el principal objetivo de toda organización debe estar centrada en satisfacer clientes, pues el crecimiento de la organización se debe a clientes satisfechos. En pocas palabras, es vital para las empresas lograr cumplir con las necesidades, requerimientos de las partes interesadas (clientes, usuarios, empleados). Para Park et. al (2019), precisan que para llegar a la satisfacción se debe trabajar la percepción del cliente, conocer al cliente, sus emociones al recibir un producto o servicio que al final forma parte de su proceso cognitivo.

Para conocer la **satisfacción** es necesario precisar que el servicio se define como una representación de intangibilidad que es inseparable de su proveedor, que varía a efecto de los momentos y la forma como las personas brindan un servicio. Estas personas en el rubro de restaurantes son identificadas como el

chef, meseros, cajeros, gerentes todos los que tienen contacto con los clientes y su consumo. (Kotler & Armstrong, 2008)

Cuando un producto es diseñado considerando los requerimientos de los interesados se genera satisfacción; sin embargo, resulta necesario trabajar aspectos como la motivación de los empleados, pues su productividad se reflejará en el nivel de satisfacción. (Tapia & Arteaga, 2019)

Para medir el nivel de calidad alcanzado por un producto o el servicio que brindan las empresas tipo restaurante se toma en cuenta factores como: infraestructura, confiabilidad, atención, precio, atención, rapidez; así como: decoración, indumentaria de los empleados, relación empresa-cliente, entre otros. (Mesas, 2018)

Los conceptos de satisfacción y su vínculo con la calidad han evolucionado con el pasar de los años, paso de considerarse la conformidad de los requerimientos hacia una experiencia del consumidor. (Reeves y Bednar, 1994)

Para medir la satisfacción de los clientes Gonzales & huanca (2020), proponen realizarlo en base al rendimiento percibido y a las expectativas. La percepción en los últimos años es considerada para trabajar estrategias de satisfacción, se tiende a evaluar la visión de los clientes y su percepción juzgando según sus valores, creencias, actitudes y a la respuesta de la estimulación que reciben por la experiencia con un producto.

Para Badea et al. (2021), existe mucho interés de investigadores el determinar los factores que intervienen en la concepción y nacimiento de la satisfacción de una parte interesada, esto conllevó a presentar diversos modelos enfocados en la perspectiva del cliente. Según Celikkol & Bakir (2022), para las organizaciones el pilar más importante que debe considerar en la planificación de su gestión, es la satisfacción de sus clientes.

Por su parte Sebai (2021) la concepción de satisfacción se realiza en los clientes cuando reciben un servicio. En palabras de Sogbossi e Imorou (2019), después del consumo se concibe la satisfacción de acuerdo a los requerimientos y/o necesidades que esperaba recibir el cliente. Sin embargo, la atención también es percibido y valorada por los clientes, al respecto Packard

& Berger (2021) precisan que, si un cliente recibe una buena atención, este influye en su perspectiva de satisfacción que suma al producto que ha consumido; es decir, las empresas no solo deben centrarse en la calidad del producto, sino que también en mejorar la experiencia durante su atención.

La calidad de atención depende del nivel de capacitación del personal. Al respecto Brown (1992), precisa que todo el recurso humano de la empresa, debe recibir una capacitación y motivación, buscando retener al personal y mejorar su productividad (Fernández & Cueto, 2020). Este plan o proceso de capacitación debe desarrollar habilidades comunicativas internas para mejorar la coordinación dentro de la empresa y mejorar la toma de decisiones con información oportuna (Dechawatanapaisal, 2018). Esta comunicación permite la identificación del capital humano dentro de la organización.

Para Amaliah et al. (2021), la mejora de la calidad tanto de un producto como para servicios debe estar enfocada en mejorar cumplir y mejorar las expectativas que tiene el beneficiario, a este logro se conoce como satisfacción que se traduce en confianza.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

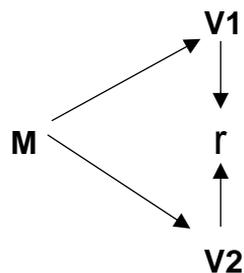
3.1.1. Tipo de estudio

Básico, se orienta a la adquisición de nuevos conocimientos, con el objetivo adquirir nuevos conocimientos sobre el tema investigado. (Hernández y Mendoza, 2018)

3.1.2. Diseño de investigación

No experimental, no se manipularon las variables; tuvo un corte transversal, ya que solo se medirá una sola vez, tuvo un alcance correlacional, se buscó conocer la relación de variables. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014)

Figura 1. Esquema del diseño de investigación



Donde:

M	=	Muestra
V1	=	Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015
V2	=	Satisfacción del Cliente
R	=	Relación

3.2. Variables y operacionalización:

Variable de investigación 1

Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015

Variable de investigación 2

Satisfacción del cliente

Nota: En la sección Anexos se precisa la operacionalización.

3.3. Población (criterio de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis

3.3.1. Población: Está identificada e integrada por una agrupación de elementos finito o infinitos que comparten las mismas características para poder concluir con una investigación Arias (2006). Con este enunciado identificamos para este estudio una población de 768 clientes.

Criterios de inclusión: Se incluyeron solo clientes nacionales e internacionales, cuyas edades estén entre 18 a 65 años y estén registrados por la empresa.

Criterios de exclusión: Se excluyeron a clientes menores de edad (<18 años).

3.3.2. Muestra

Para Tamayo y Tamayo (2006), se entiende como una parte significativa de la población que tienen las mismas características. La muestra debe ser calculada y establecida con exactitud, de esto dependerá los resultados que se obtengan. Se aplicó la fórmula del muestreo (*Ver anexos*).

En total 256 clientes conforman la muestra.

3.3.3. Muestreo

Probabilístico de aleatorio simple. Para Hernández, Baptista y Fernández (2014), señala que este tipo de muestreo se da, cuando los integrantes de la muestra tienen las mismas oportunidades de ser elegidos para el muestreo.

3.3.4. Unidad de análisis

Un cliente de la empresa.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Técnicas

Se aplicó encuesta en dos cuestionarios. El primer cuestionario busca medir la variable SGC ISO 9001:2015 y la segunda encuesta busca medir el nivel de satisfacción de los clientes.

Instrumentos

Los instrumentos fueron diseñados para medir cada variable, considerando sus dimensiones de las teorías de la ISO 9001:2015. Estos cuestionarios permitirán medir a las dos variables. El **primer instrumento** fue elaborado a partir de las dimensiones de la variable, está estructurado por sus 6 dimensiones y 23 ítems.

Para (Matas, 2018) este tipo de escala son las más utilizadas al diseñar instrumentos por las ciencias administrativas. Para medir la variable, se trabajó con la siguiente escala de conversión: 1 = Muy deficiente (entre 0 - 23), 2 = Deficiente (entre 24 - 45), 3 = Regular (entre 46 - 68), 4 = Alto (entre 69-91) y 5=Muy alto (entre 92-115).

El **segundo instrumento** se diseñó a partir del marco teórico de la variable satisfacción del cliente, llegando a estructurarse en 3 dimensiones y 17 ítems; para medir la variable satisfacción, se trabajó con la siguiente escala de conversión: 1 = Muy deficiente (entre 0 - 17), 2 = Deficiente (entre 18 - 33), 3 = Regular (entre 34-51), 4 = Alto (entre 52-68) y 5=Muy alto (entre 69-85).

Validez

Se aplicó un instrumento compuesto por diez (10) criterios de validación que sirvieron para aplicar el juicio de expertos. Los dos instrumentos fueron evaluados por dos (2) profesionales en administración de negocios y un Especialista metodólogo para su juicio y posterior valoración. Respecto a la

primera variable, los expertos validaron el instrumento llegando a una valoración de 4.6, es decir un 92% de validez del instrumento. Para el instrumento de la segunda variable, los expertos validaron el instrumento, logrando una valoración de 4.5, es decir un 90% de validez del instrumento.

Confiabilidad

Se calculó el coeficiente alfa de Cronbach, para determinar el nivel de confiabilidad.

3.5. Procedimientos

Para la creación y fundamento teórico, se procedió con la recopilación de información, considerando fuentes primarias y secundarias; gracias al marco teórico se logró diseñar los dos cuestionarios que se aplicarán a los 256 clientes que representan la muestra para recoger datos de las dos variables. Después de la recopilación de datos se procesó en un programa estadístico, los resultados nos permitirán realizar la contrastación con las hipótesis y los resultados de trabajos antecedentes a esta investigación. Se finalizó describiendo conclusiones y recomendaciones alineado a los objetivos.

3.6. Método de análisis de datos

Se recurrió al programa estadístico SPSS V26. Previamente se aplicarán los dos cuestionarios que se validarán por la técnica del juicio de expertos. Se elaboraron tablas y figuras estadísticas para su mejor descripción de los resultados; por otro lado, para contrastar las hipótesis se recurrió a la prueba de normalidad para ver si los datos están distribuidos de manera normal o no y a la prueba de hipótesis para contrastar hipótesis.

3.7. Aspectos éticos

Se respetó los principios éticos nacionales e internacionales exigidos por la Universidad. En primer lugar el respeto a los participantes, precisando que todos los participantes serán tratados con respeto y los instrumentos se aplicarán de manera consensuada; en cuanto a la beneficencia, los resultados de este estudio permitirán a la empresa conocer nivel de su SGC

a fin de conocer la relación con la satisfacción de sus clientes; asimismo, permitirá a otras empresas a conocer los beneficios de implementar esta norma. En cuanto a la maleficencia, durante la investigación no se causará algún tipo de daño a los participantes ni a la empresa, así como a la empresa, se coordinará en todo momento con la empresa para respetar sus políticas. En cuanto al principio de justicia, durante la investigación se respetó la moral y los derechos de todos los participantes, coordinando en consentimiento para su participación. El último principio de autonomía, durante la investigación se respetará las posibles decisiones de los participantes de no formar parte de la investigación.

IV. RESULTADOS

Análisis Descriptivo

Analizar los factores que limitan el manejo del SGC ISO 9001:2015 de la empresa Estar Cajue, 2022

De la aplicación del primer instrumento (ver anexo), se logró evaluar el grado de implementación de los requisitos de la norma ISO 9001:2015, las dimensiones de la variable SGC fueron evaluadas, promediando la suma de los totales obtenidos de los resultados de las encuestas. El resultado que describe los factores que limitan el manejo del SGC, fueron los factores que obtuvieron una baja calificación por parte de los clientes encuestados, siendo los siguientes:

Figura 1

Factores que limitan el manejo del SGC



Fuente: Obtenido del cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Estar Cajue

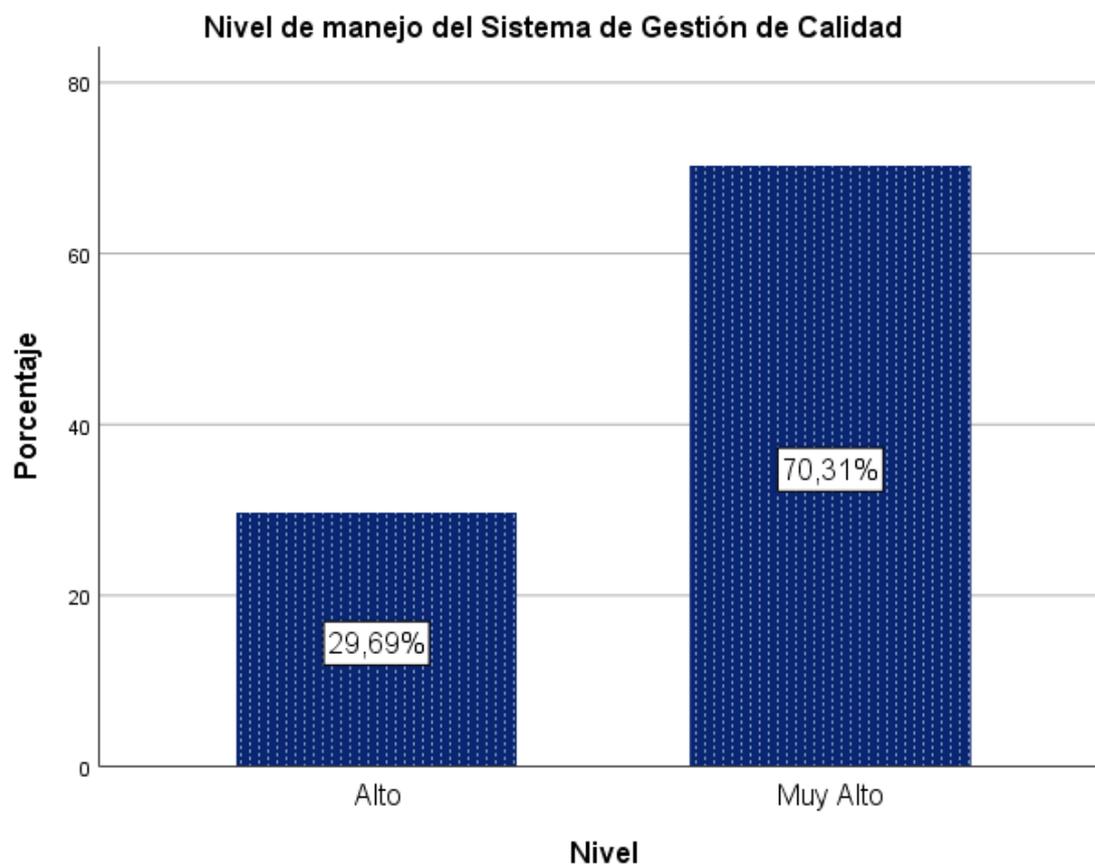
Interpretación

El resultado de la evaluación del SGC del primer instrumento, permitiendo identificar los factores que limitan el manejo del SGC, los encuestados identificaron a 6 factores limitantes, relacionados con: la infraestructura adecuada (3,9), interrelación con clientes (3,7), comunicación y coordinación (3,7), capacidad de respuesta (3,7), comunicación asertiva (3,6) y productos ofrecidos (3,6).

Nivel de manejo del SGC ISO 9001:2015 en Estar Cajue, 2022

Figura 2

Nivel de manejo del Sistema de Gestión de la Calidad



Fuente: Obtenido del cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Estar Cajue

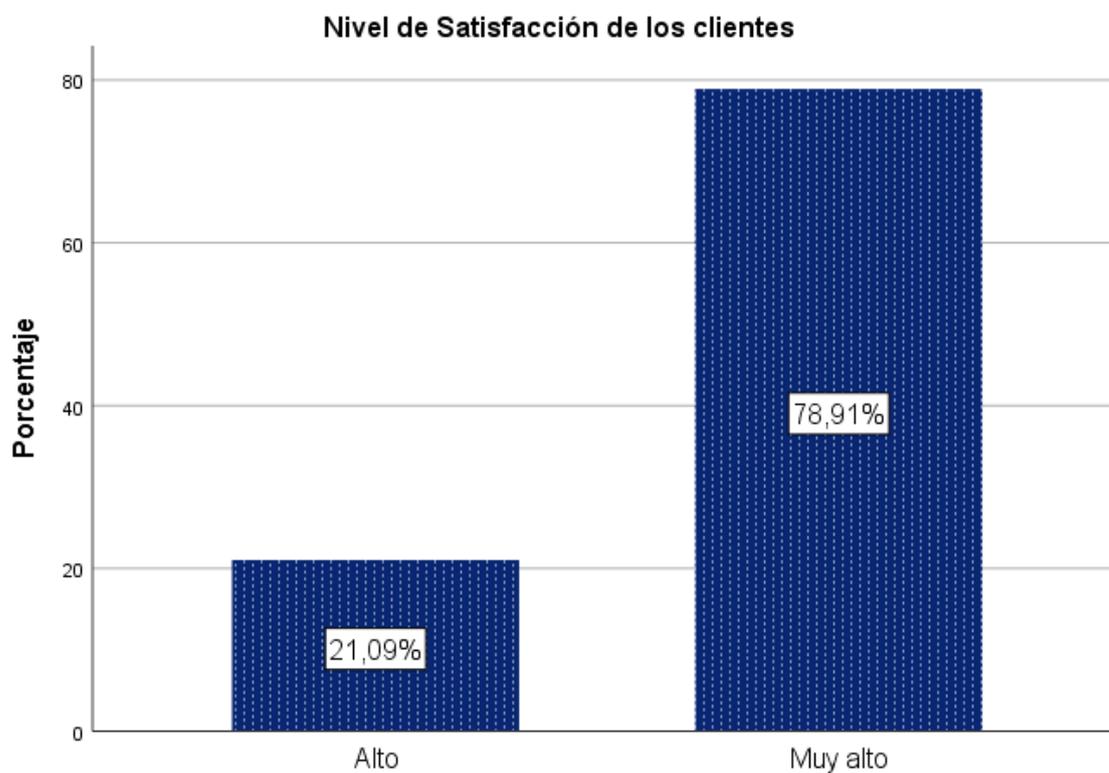
Interpretación

Estos valores muestran que, del total de clientes encuestados un 70,31 califica el nivel de manejo en un nivel muy alto (70,31%) y un 29,69% de encuestados calificó el SGC en un nivel alto.

Nivel de satisfacción de clientes

Figura 3

Nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue



Fuente: Obtenido del cuestionario aplicado a los clientes de la empresa Estar Cajue

Interpretación

Estos valores permiten conocer la satisfacción de los clientes y revelan que, del total de clientes encuestados un 78,91% tiene un nivel de satisfacción "Muy alto", mientras que un 21,09% de clientes tienen un nivel de satisfacción "Alto".

Análisis Inferencial

Relación: contexto organizacional y satisfacción.

Para este análisis, se recurrió la prueba de normalidad para conocer si es normal o anormal la distribución de los datos. Como la muestra supera los 50 participantes, consideramos el método de Kolmogorov-Smirnov. Se consideró la siguiente regla: cuando p - valor ≥ 0.05 la distribución tiene un comportamiento normal; si p - valor < 0.05 es anormal.

Tabla 1

Prueba de normalidad, contexto organizacional

Pruebas de normalidad

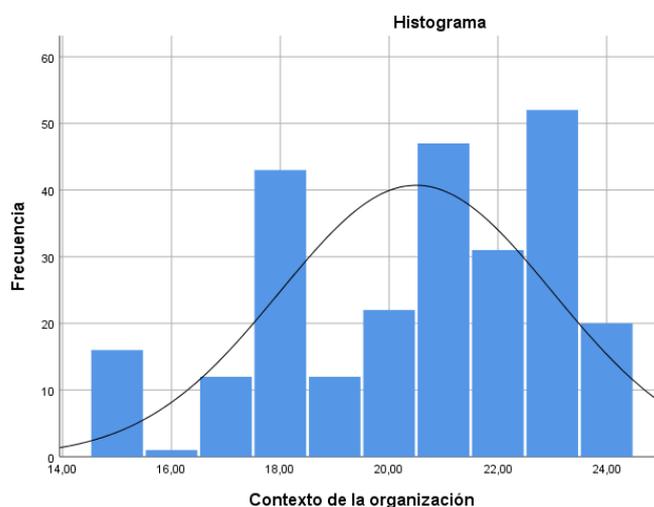
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Contexto de la organización	,166	256	,000	,921	256	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Los resultados de normalidad para el contexto de la organización el Sig. es de ,000 ($< a 0,05$), así como para la satisfacción el Sig. También es ,000; es decir para ambos casos $p < 0,05$; determinando que la distribución de los datos es anormal. En las siguientes dos figuras siguientes se muestra el grado normalidad del liderazgo.

Figura 4

Normalidad de Contexto de la organización



Relación: liderazgo y satisfacción

Tabla 2

Prueba de normalidad, liderazgo

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Liderazgo	,236	256	,000	,818	256	,000

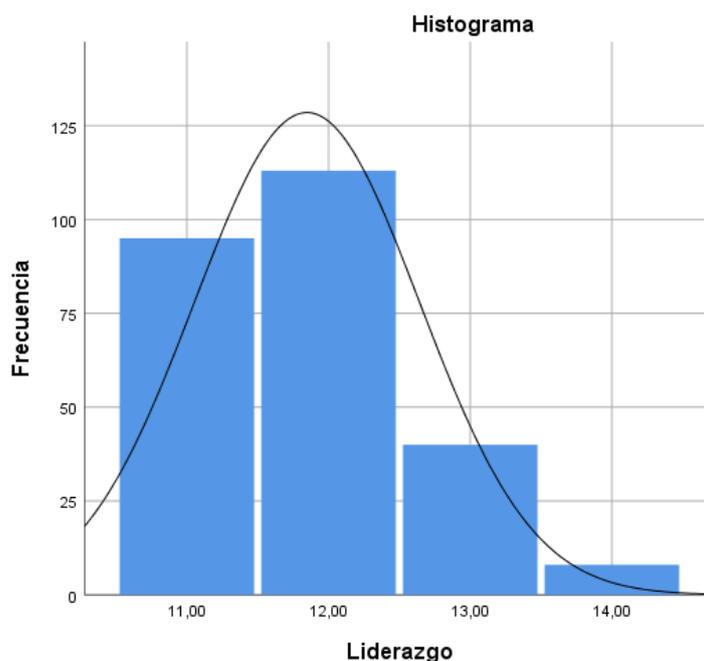
a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación

Estos valores muestran que, el liderazgo obtuvo un valor Sig. de ,000 que es menor a (0,05), demostrando que los datos del liderazgo tienen una distribución anormal; asimismo, en cuanto a la satisfacción su valor Sig. También es de ,000 que es menor a (0,05), demostrando para ambos casos que la distribución de los datos es anormal. En las siguientes dos figuras siguientes se muestra el grado normalidad del liderazgo.

Figura 5

Normalidad de Liderazgo



Relación: planificación y la satisfacción

Tabla 3

Prueba de normalidad, planificación

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Planificación	,244	256	,000	,877	256	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación

Estos valores muestran que, la planificación obtuvo un valor Sig. de ,000 que es menor a (0,05), demostrando que los datos de la planificación tienen una distribución anormal. En las siguientes dos figuras siguientes se muestra el grado normalidad de planificación.

Relación: soporte y satisfacción

Tabla 4

Prueba de normalidad, soporte

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Soporte	,217	256	,000	,892	256	,000

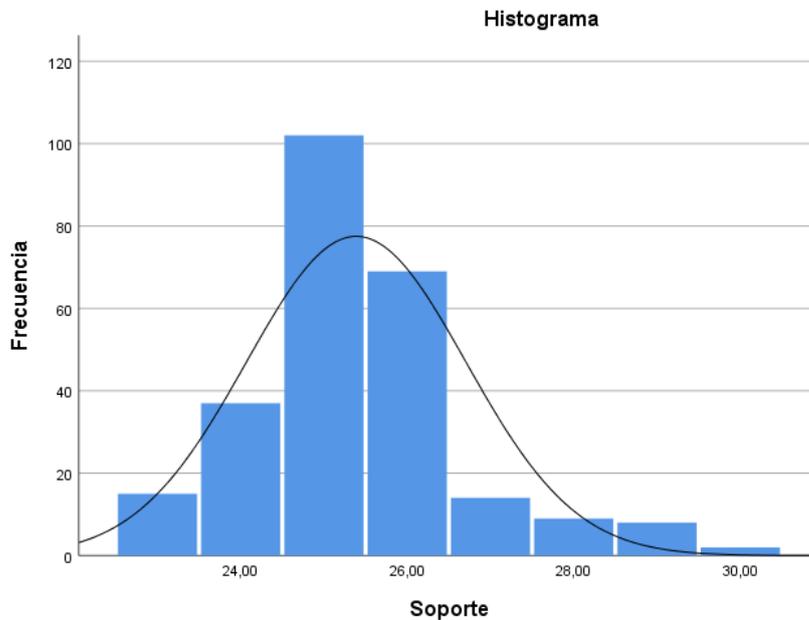
a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación

Estos valores muestran que, el soporte obtuvo un valor Sig. de ,000 que es menor a (0,05), demostrando que los datos de soporte tienen una distribución anormal; asimismo. En las siguientes dos figuras siguientes se muestra el grado normalidad de soporte.

Figura 6

Normalidad de Soporte



Relación: operaciones y satisfacción

Tabla 5

Prueba de normalidad, operaciones

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Operaciones	,303	256	,000	,727	256	,000

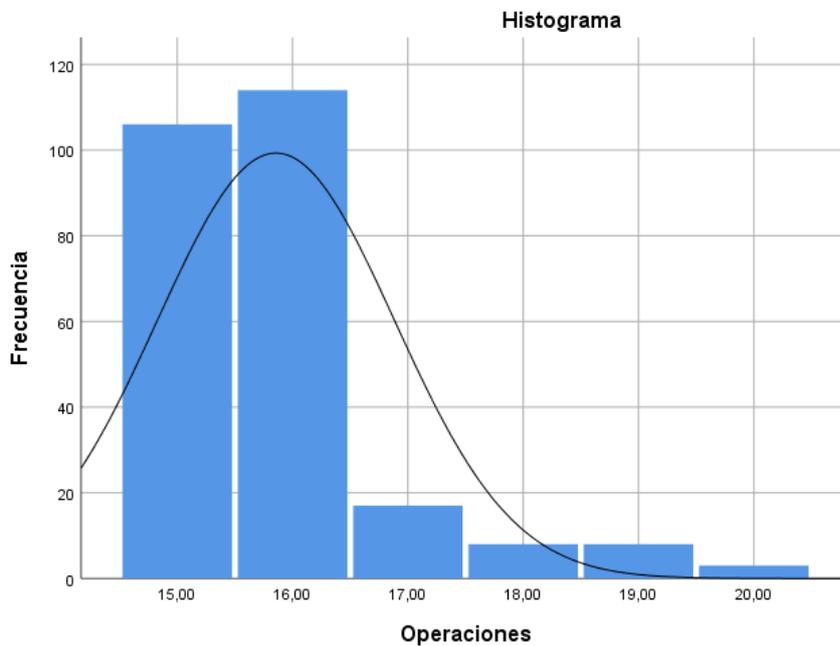
a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación

Estos valores muestran que, la dimensión operaciones obtuvo un valor Sig. de ,000 que es menor a (0,05), demostrando que los datos de operaciones tienen una distribución anormal. Asimismo, en las siguientes dos figuras siguientes se muestra el grado normalidad de Operaciones.

Figura 7

Normalidad de Operaciones



Relación: mejora continua y satisfacción

Tabla 6

Prueba de normalidad, mejora continua.

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Mejora continua	,396	256	,000	,686	256	,000

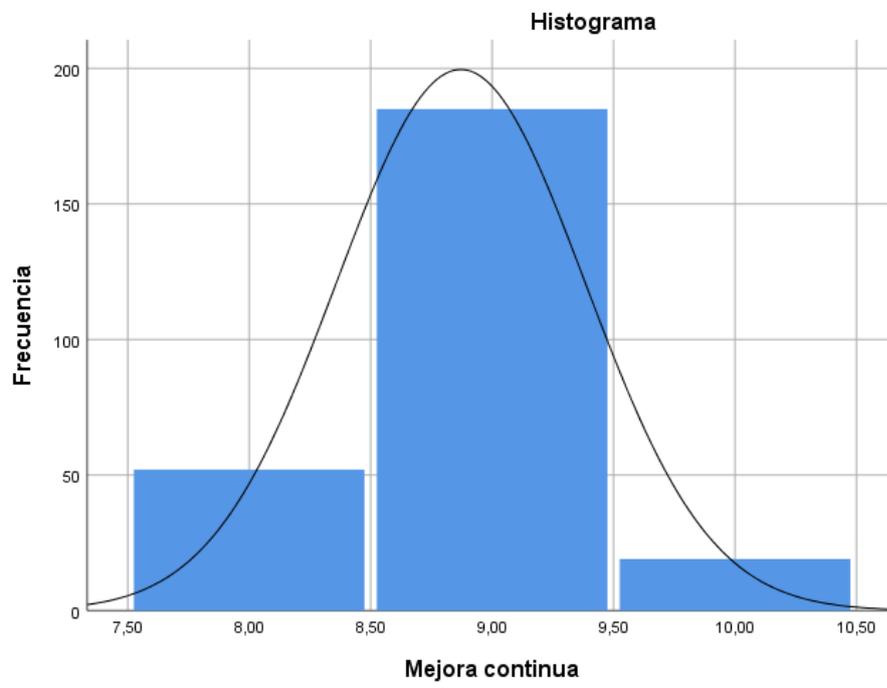
a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación

Estos valores muestran que, la dimensión mejora continua obtuvo un valor Sig. de ,000 que es menor a (0,05), demostrando que los datos de soporte tienen una distribución anormal. En las siguientes dos figuras siguientes se muestra el grado normalidad de mejora continua y satisfacción de los clientes.

Figura 8

Normalidad de Mejora continua



Prueba de hipótesis

Tabla 7

Prueba no paramétrica de Spearman para el contexto organizacional y la satisfacción

Correlaciones

		Contexto organizacional		Satisfacción
Rho de Spearman	Contexto organizacional	Coeficiente de correlación	1,000	,696**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	256	256
	Satisfacción	Coeficiente de correlación	,696	1,000
		Sig. (bilateral)	,125	.
		N	256	256

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación

La tabla, nos muestra el p valor calculado es de 0,000, que es menor al 0,01 (p valor < 0,01) con este valor se rechaza la hipótesis nula (**H₀**) y se acepta la hipótesis alterna (**H_a**). El coeficiente de Spearman es de **0,696**, lo que indica existe una relación directa con un grado alto (intensa) entre las variables.

Tabla 8

Prueba no paramétrica de Spearman para el liderazgo y la satisfacción

Correlaciones

		Liderazgo	Satisfacción
Rho de Spearman	Liderazgo	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	.
		N	256
	Satisfacción	Coeficiente de correlación	,583**
		Sig. (bilateral)	.
		N	256

	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	256	256

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación

El p valor es menor al 0,01 (p valor<0,01) este valor permite rechazar la hipótesis nula (**H0**) y aceptar la hipótesis alterna (**Ha**). El RHO de Spearman es de **0,583**, lo que indica que entre las variables existe una relación directa con un grado Regular (Considerable).

Tabla 9

Prueba no paramétrica de Spearman para planificación y la satisfacción

Correlaciones

			Planificación	Satisfacción
Rho de Spearman	Planificación	Coeficiente de correlación	1,000	,395**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	256	256
Satisfacción	Satisfacción	Coeficiente de correlación	,395**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	256	256

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación

Estos valores, nos muestra el p valor calculado es de 0,000, que es menor al 0,01 (p valor<0,01) con este valor se rechaza la hipótesis nula (**H0**) y se acepta la hipótesis alterna (**Ha**). El coeficiente de Spearman es de **0,395**, lo que indica que existencia de una relación directa, pero de grado Bajo (pequeña) entre las variables.

Tabla 10*Prueba no paramétrica de Spearman para el soporte y la satisfacción*

Correlaciones

			Soporte	Satisfacción
Rho de Spearman	Soporte	Coeficiente de correlación	1,000	,630**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	256	256
	Satisfacción	Coeficiente de correlación	,630**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	256	256

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación

Estos valores nos muestran el p valor calculado es de 0,000, que es menor al 0,01 ($p \text{ valor} < 0,01$) con este valor se acepta la hipótesis nula (**H₀**) y aceptamos la hipótesis alterna (**H_a**). El coeficiente de Spearman es de **0,630**, indicando existencia de una relación directa, con un grado alto (intensa) entre las variables.

Tabla 11. *Prueba no paramétrica de Spearman para las operaciones y la satisfacción*

Correlaciones

			Operaciones	Satisfacción
Rho de Spearman	Operaciones	Coeficiente de correlación	1,000	,476**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	256	256
	Satisfacción	Coeficiente de correlación	,476**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	256	256

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación

Estos valores nos muestran que, el p valor calculado es de 0,000, que es menor al 0,01 ($p < 0,01$) con este valor se rechaza la hipótesis nula (**H0**) y se acepta la hipótesis alterna (**Ha**). El coeficiente de Spearman es de **0,476**, se afirma la existencia de una relación directa con un grado Regular (Considerable) entre las variables.

Tabla 12

Prueba no paramétrica de Spearman para la mejora continua y la satisfacción

		<i>Correlaciones</i>	
		Mejora continua	Satisfacción
Rho de Spearman	Mejora continua	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,000
		N	256
	Satisfacción	Coeficiente de correlación	-,439**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	256

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación.

Estos valores, nos muestra que el p valor calculado es de 0,000, que es menor al 0,01 ($p < 0,01$), con este valor se rechaza la hipótesis nula (**H0**) y se acepta la hipótesis alterna (**Ha**). El coeficiente de Spearman es de **-0,436**, se afirma la existencia de una relación inversa, con un grado Regular (Considerable) entre las variables; es decir, mientras una variable aumenta, se experimenta la disminución de la otra.

Tabla 13

Prueba no paramétrica de Spearman para el sistema de Gestión de la calidad y la satisfacción

Correlaciones

		Sistema de Gestión de la Calidad		Satisfacción
Rho de Spearman	Sistema de Gestión de la Calidad	Coeficiente de correlación	1,000	,650**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	256	256
	Satisfacción	Coeficiente de correlación	,650**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	256	256

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación

Estos valores nos muestran que el p valor calculado es de 0,000, que es menor al 0,01 ($p \text{ valor} < 0,01$), con este valor se rechaza la hipótesis nula (**H₀**) y se acepta la hipótesis alterna (**H_a**). El coeficiente de Spearman es de **0,650**, se confirma la existencia de una relación directa, con un grado Alto (Intenso) entre las variables; es decir, mientras una variable aumenta, la otra tiene el mismo comportamiento.

V. DISCUSIÓN

Dentro de las discusiones podemos precisar que, se han identificado los factores que limitan el manejo del SGC, estos factores están relacionados con la infraestructura adecuada (3,9), interrelación con clientes (3,7), comunicación y coordinación (3,7), capacidad de respuesta (3,7), comunicación asertiva (3,6) y productos ofrecidos (3,6). Estos factores responden a los capítulos 4, 6, 7 y 8 de la Norma ISO 9001:2015, y coinciden con lo encontrado por Salazar et al. (2019) quién encontró errores en procesos relacionados a los capítulos 4, 7 y 8. Sin embargo, después de aplicar un ciclo Deming a estos hallazgos, obtuvo resultados significativos, pues los errores disminuyeron de un 72% a un 36%. Salazar et al. (2019) recomienda planificar el trabajo en base al ciclo Deming (PHVA).

El nivel de manejo del SGC está en un nivel muy alto, así lo manifestó el 70,31% del total de clientes encuestados. Resaltando la dimensión operación (0,476) y el contexto organizacional (0,696), a pesar de identificarse factores que limitan el manejo del SGC, los resultados son positivos para la empresa. El éxito está claramente en dos aspectos, por un lado, la capacidad de la organización y a su capacidad operacional. Lo mencionado coincide con la afirmación de Rahmat & Muhammad (2021), pues el desarrollo operacional de la empresa impacta positivamente en el desempeño del SGC y del negocio. Al respecto Sari et al. (2017) identificó que, de 4 empresas analizadas, todas las que tenían una capacidad operacional presentaban un mejor rendimiento del SGC.

En cuanto al nivel de satisfacción, se obtuvo un nivel muy alto (78,91%) estos valores se asemejan a los obtenidos por Salazar et al. (2019), después de implementar el SGC bajo en ciclo Deming, obtuvo una mejora en la empresa logrando obtener una satisfacción del 64%. Estos resultados también se evidencian en la relación que tiene el SGC y la satisfacción, así lo demuestra la Tabla 12 con un Sig. de 0,00 y un RHO de Spearman de 0,650. Este resultado es similar al obtenido por Rahmat & Muhammad (2021), permitiendo afirmar la existencia de relación entre el SGC y la satisfacción de los clientes, en otras palabras, si el SGC tiene un nivel de manejo muy alto, la satisfacción de los clientes también será muy alto. Estos resultados coinciden con la teoría de (Kotler & Armstrong, 2008) cuando la empresa representa la intangibilidad el cliente

puede percibir el valor que recibe, esto se identifican en los meseros, cajeros, gerente. Sin embargo, podemos identificar dos elementos más como la infraestructura y el equipamiento que al final son utilizados por el cliente para mejorar su experiencia en la empresa.

Al realizar una evaluación de la relación del contexto organizacional de la empresa con la satisfacción de los clientes, los resultados demostraron que existe relación directa de grado alto -intenso ($RHO = 0,696$), es decir, mientras mejor se trabaje el contexto organizacional, la satisfacción también mejorará. Estos resultados, son distintos a lo encontrado por Ruiz (2020), en cuanto al contexto organizacional su estudio evidenció que la organización no contaba con el análisis FODA implementado. Concluyendo que, la empresa investigada presentaba un nivel de implementación del SGC bastante reducida. En otras palabras, para toda organizacional es muy importante cumplir con el contexto organizacional como punto de partida.

Por otro lado, en cuanto a la dimensión liderazgo se determinó la existencia de relación directa con un grado Regular – Considerable ($0,583$). Entonces, podemos precisar que se debe comprometer al gerente y administrador con la dirección del SGC. Estos resultados son parecidos a los de Rahmat & Muhammad (2021), un liderazgo organizacional bajo ($RHO=0,326$), lo que conlleva a tener una satisfacción media de ($0,501$). Estos resultados, nos muestran que la falta de liderazgo es un factor limitante del SGC, pero no de la satisfacción de los clientes.

Respecto a la planificación, se determinó que existe una relación directa, sin embargo, esta relación es de grado bajo – pequeño ($0,395$), es decir, el nivel de planificación afecta el manejo del SGC y se identifica en problemas de comunicación y coordinación entre empleados, pero, no afecta la satisfacción de los clientes. Este resultado es semejante a lo obtenido por Salazar et al. (2019), solo el 42% de empleados cumple con la planificación establecida por la organización. Asimismo, enfatiza la necesidad de ejecutar el ciclo P-H-V-A para mejorar el liderazgo dentro de la empresa.

En cuanto a la relación de la dimensión soporte y la satisfacción se determinó la existencia de una relación directa, con un grado alto – intenso ($RHO=0,630$). Estos valores son similares a los estudios de Salazar et al. (2019), el nivel de soporte es

de 83% con este resultado precisa que cuando la empresa considera dentro de su gestión el soporte para las operaciones, está al final se refleja en la satisfacción de los clientes; un buen soporte, permitirá darle al cliente un producto en el tiempo prometido, un servicio de calidad. Ambos resultados se asemejan a lo obtenido por Syahrullah et al. (2018) pues detectó 6 atributos que faltan dar soporte para asegurar un servicio de calidad. En otras palabras, estos resultados deben ser tomados en cuenta por la empresa para realizar mejoras en cuanto al soporte para las operaciones.

En cuanto a la dimensión operaciones, se demostró la existencia de relación directa, con un grado Regular ($RHO=0,476$) – Considerable con la satisfacción del cliente; este resultado concuerda con los resultados de Rahmat & Muhammad (2021), afirma que al implementar una ISO 9001:2015 este impacta significativamente en el desempeño operacional de la organización, así lo demuestra el análisis de coeficiente de regresión (0,592), identificando que la prevención de defectos y el personal calificado cumple un rol muy importante para lograr el desempeño operacional. El factor importante para la empresa es su capital humano, existe compromiso de capacitación y selección, esto le ha permitido lograr un desempeño operacional que le permite mantener la satisfacción de sus clientes.

Al analizar la mejora continua, se determinó que existe una relación inversa, con un grado Regular ($-0,439^{**}$) - considerable; es decir, mientras una variable aumenta, la otra tiende a disminuir. Este resultado es diferente a lo obtenido por Rahmat & Muhammad (2021) su mejora continua ($RHO=0,517$) relación directa. La diferencia de estos resultados es producto de las acciones que ejecuta la empresa respecto a su mejor, es decir, la empresa ejecuta acciones de mejora continua como, renovación de la decoración interna, decoración para cada evento de la localidad, etc., sin embargo, estas acciones no satisfacen las expectativas de los clientes o en su defecto le es indiferente. La institución no realiza procesos de auditorías para identificar los aspectos a mejorar, respecto a esto, Coincidimos con lo mencionado por Chahouati (2022), la mejora continua debe partir de los resultados obtenidos en los procesos de auditoría. Esta afirmación lo respalda Salazar et al. (2019), logró reducir los errores, aplicando un plan de mejora continua, a partir de los hallazgos encontrados en la auditoría.

De todo lo expuesto, respecto a la relación entre el SGC y la satisfacción, se determinó que existe una relación directa, con un grado Alto – Intenso ($RHO=0,650$). Este resultado es similar a lo obtenido por Ulloa et al. (2020), pues desde la implementación de la ISO 9001 su nivel de satisfacción subió a 81%. Esto nos permite afirmar lo mencionado por Sari et al. (2017) “la norma que ayuda a las organizaciones a garantizar que sus clientes reciban productos y/o servicios que cumplen con sus expectativas”. De la misma manera afirmamos lo mencionado por Almeida-Pradhan et al. (2018), “la norma creada para las industrias con el fin de optimizar y desechar procesos, mejorar la producción, la eficiencia operacional y sobre todo aumentar los niveles de satisfacción de los clientes o beneficiarios”. Definitivamente, de los resultados de investigaciones anteriores y el marco teórico nos permite precisar que efectivamente, una correcta implementación del sistema de Gestión de Calidad permitirá mantener a los clientes satisfechos.

VI. CONCLUSIONES

- 6.1. Se ha determinado la existencia de una relación directa con un grado Alto (Intenso) entre el SGC y el nivel de satisfacción de los clientes; es decir, mientras una de las variables aumenta, la otra también aumenta. Esto lo confirma los resultados del RHO Spearman (0,650) y su Sig. (bilateral) = 0,000. Esta relación está determinada gracias al contexto organizacional (0,696), al soporte (0,630) de la empresa.
- 6.2. Se concluye que, los factores que limitan el manejo del SGC son: la infraestructura adecuada (3,9), interrelación con clientes (3,7), comunicación y coordinación (3,7), capacidad de respuesta (3,7), comunicación asertiva (3,6) y productos ofrecidos (3,6). Estos factores son percibidos por los clientes como deficientes, pues no alcanzaron el valor esperado (>4,0).
- 6.3. El nivel de manejo del sistema de Gestión de calidad está entre los valores muy alto (70,31%) y alto (29,69%), siendo las dimensiones con mejor nivel de implementación son: Contexto organizacional (media=20,4), soporte (media=25,3) y las operaciones (media= 15,8).
- 6.4. El nivel de satisfacción de los clientes de la empresa está entre los niveles muy alto (78,91%) y alto (21,09%), este nivel de satisfacción está determinada por el nivel del SGC (muy alto 70,31%), y lo confirma la relación directa, con un grado Alto - Intenso (RHO=650**) que existe entre las dos variables.
- 6.5. Se concluye que existe una relación directa con un grado alto (intensa) entre el contexto organizacional y el nivel de satisfacción de los clientes (RHO Spearman = ,696). Sin embargo, los clientes manifestaron que la empresa debe contar con una mejor infraestructura adecuada; es decir, la infraestructura debe ser competitiva a otros restaurantes que están apareciendo como competencia.
- 6.6. Se concluye que existe una relación directa con un grado Regular - Considerable (RHO=583**) entre el liderazgo de la organización y el nivel de satisfacción de los clientes del restaurante. Este nivel está determinado por la poca interrelación que antes existía Propietario – cliente y que es muy valorado por los clientes.

- 6.7. Se concluye que existe una relación directa, pero de grado Bajo – pequeña (RHO Spearman = 395**), entre la planificación y la satisfacción de los clientes. Este nivel de relación está determinado por dos factores a mejorar como la comunicación entre los empleados (media = 3,7) y la capacidad de respuesta del personal (media = 3,6).
- 6.8. Se concluye que existe una relación directa, con un grado alto – intensa (RHO Spearman = 630**) entre el soporte de la organización y el nivel de satisfacción. Este nivel está determinado por un factor que los clientes manifiestan debe mejorar la empresa, la comunicación asertiva de los empleados.
- 6.9. Se concluye que existe una relación directa, con un grado Regular Considerable (RHO Spearman = 476**) entre la capacidad operacional y la satisfacción del cliente. Este nivel podría mejorar, los clientes manifestaron que la empresa debe mejorar la presentación de los productos y dinamizar su carta para poder conocer el producto que este ordenando.
- 6.10. Se concluye que existe una relación inversa, con un grado Regular Considerable (RHO Spearman = -439**); es decir, mientras una de las variables aumenta, la otra disminuye. Si bien la empresa realiza mejoras en la decoración, esta es indiferente para los clientes.

VII. RECOMENDACIONES

- 7.1. Al gerente general, implementar un Sistema de Gestión de Calidad en ISO 9001, con un especialista certificado, para posteriormente ejecutar un plan de auditoría a fin de monitorear el cumplimiento de los procesos establecidos en el Sistema de gestión de calidad; esto permitirá aumentar la eficiencia en cada una de las dimensiones a fin de evitar posibles errores.
- 7.2. Se recomienda al administrador, elaborar un plan de capacitación al personal, enfocados en desarrollar habilidades para mejorar la interrelación con los clientes, la comunicación asertiva, capacidad de respuesta. Asimismo, realizar inducción con el objetivo de dar a conocer los propósitos de la empresa y los productos que ofrece.
- 7.3. Se recomienda al gerente general, ejecutar un plan de acción para fortalecer las dimensiones que tienen un resultado no esperado como: liderazgo, planificación, mejora continua, a fin de evitar posibles errores que generen insatisfacción de los clientes. Este plan de acciones puede comprender capacitaciones, talleres, actividades recreativas de confraternidad, inducción.
- 7.4. Se recomienda al administrador, incluir en el plan de acción, actividades de monitoreo y acompañamiento al personal, si bien el nivel de satisfacción es alto, este nivel no debe descuidarse. Este tipo de actividades ayudará a retener al personal que labora en la empresa (cocineros, meseros, personal de caja).
- 7.5. Se recomienda al gerente general, si bien el contexto organizacional presenta un nivel alto, se debe invertir en mejorar la infraestructura (ambiente, decoración interior y exterior, muebles), sobre todo debido a la aparición de empresas similares al mismo rubro. Estos cambios deben realizarse sin perder la imagen de la empresa, manteniendo su filosofía de negocio.
- 7.6. Se recomienda al gerente general, mantener la filosofía de la empresa “sentirse como en casa” y fortalecer las actividades de interrelación con los clientes, durante la aplicación de la encuesta los clientes manifestaron que el trato que recibían antes era más familiar que el de la actualidad.

- 7.7. Se recomienda al administrador, incluir en el plan de acción, actividades para fortalecer la comunicación entre el personal en general, a fin de evitar demoras en la atención y posibles errores en la preparación y entrega de productos.
- 7.8. Se recomienda al administrador, incluir en su plan de acción actividades de inducción y capacitación sobre temas de comunicaciones asertivas, a fin de conocer el detalle de los productos y servicios que ofrece el restaurante, esto permitirá mejorar el tiempo de respuesta a los clientes que en muchas ocasiones se torna molesto, si no es rápido.
- 7.9. Se recomienda al administrador, realizar mejoras a la carta, con presentaciones en imágenes para que el cliente conozca mejor el producto. Asimismo, precisar en la carta los ingredientes; se recomienda como tema de inclusión que la carta pueda tener una sección de platos vegetarianos y que este implementado en una plataforma digital.
- 7.10. Se recomienda al administrador, implementar acciones de mejora como creación de promociones, decoración por días festivos (resaltando la cultura), fortalecer la presentación de los productos. El objetivo es lograr que el cliente perciba que la empresa se preocupa por la satisfacción de sus clientes.

REFERENCIAS

- Alcalde SM, Pablo. (2019). *Calidad, Fundamentos, herramientas y gestión de la calidad para pymes*. Gráficas Summa S.A. Llanera (Austrias). (3ª ed.). España. ISBN: 978-84-283-4283-4
- Amaliah, S., Maharani, M. D. D., & Sukwika, T. (2021). Implementasi Sistem Manajemen Mutu ISO 9001: 2015 pada Program Studi Teknik Kimia di Akademi Minyak dan Gas Balongan Menggunakan Metode Interpretative Structural Modeling (ISM). *Jurnal Migasian*, 5(1), 9-18.
- Almeida, D., Pradhan, N. and Muniz Jr, J. (2018), "Evaluación de los factores de implementación de ISO 9001:2015 basados en AHP: Estudio de caso en el sector automotriz brasileño", *International Journal of Quality & Reliability Management*, vol. 35 núm. 7, págs. 1343-1359. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-12-2016-0228>
- Arias, F. (2006). *El proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica*. Caracas, Editorial Episteme.
- Avruscio, G., Ragazzo, S., Ceccato, D., Adamo, A., Napoli, C., Cacco, L., Scalzotto, F., Canciani, M., Cognolato, M., Fedele, A., Scipioni, A., & Tocco Tussardi, I. (2022). Implementation of a quality management system according to ISO 9001:2015 standards in an Angiology Unit: an Italian experience. *Annali di igiene: medicina preventiva e di comunita*, 34(6), 627–634. <https://doi.org/10.7416/ai.2022.2501>
- Badea, L., Moraru, A.-D., Ilie, C., Duhnea, C. y Panait, I. (2021). Customer Satisfaction with Banking Services. Simulating the Influence of Customer Satisfaction Determinants Using Artificial Neural Network Algorithms. *Economic Computation & Economic Cybernetics Studies & Research*, 55(4), 101-115. <https://doi.org/10.24818/18423264//55.4.21.07>
- Calso, N.; Pardo, A. 2018. Guía práctica para la integración de sistemas de gestión ISO 9001, ISO14001 e ISO 45001 editorial AENOR internacional, S.A.U. Madrid, España. 308 pp.

- Çelikkol, Ş. y Bakir, A. (2022). Müşteri Memnuniyetini Etkileyen Faktörler Ve Müşteri Memnuniyetinin Müşteri Sadakati Üzerindeki Etkisi: Bir Vakıf Üniversitesi Yüksek Lisans Öğrencileri Üzerinde Uygulama. *Dogus University Journal*, 23(1), 127-148.
- Chahouati, W. (2022). ISO 9001 V 2015 Standard in the hospital: Normative requirements in the face of hospital contingencies. *ResearchGate. Edition 2022 – Vol 7, N° 1 | ISSN 2458-5890*.
<https://www.researchgate.net/publication/363315240>
- Dechawatanapaisal, D. (2018). Employee retention: the effects of internal branding and brand attitudes in sales organizations. *Personnel Review*, 47(3), 675-693. <https://doi.org/10.1108/PR-06-2017-0193>.
- Demkiv, Yu.M. (2018). The ISO 9001 International Standards in a System of the Banking Services Quality Management. *Business Ethics and Leadership*, 2(3), 94-102. DOI: 10.21272/bel.2(3).94-102.2018.
- Fernández-Cueto, V. (2020). *El rol del directivo de experiencia de cliente*. Especial Directivos, 104-107.
- Fonseca, L.M. and Domingues, J.P. (2018), "The best of both worlds? Use of Kaizen and other continuous improvement methodologies within Portuguese ISO 9001 certified organizations", *The TQM Journal*, Vol. 30 No. 4, pp. 321-334. <https://doi.org/10.1108/TQM-12-2017-0173>
- Gonzales C. Lucero, Huanca V. Elena D. (2020). La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018.
<https://hdl.handle.net/20.500.12867/3031>.
- Hernández Sampieri, Roberto, Mendoza Torres, Christian Paulina (2018) *Research methodology: the routes: quantitative and qualitative and mixed*. Mc Graw Hill education.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). "Metodología de la Investigación". (6ed.). Recuperado de:
<https://www.uca.ac.cr/wpcontent/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

- IsoTools. (2022). ISO 9001: Solo el 1% de empresas en Perú cuenta con sistemas de gestión de calidad. <https://www.isotools.pe/iso-9001-empresas-peru-sistemas-gestion-calidad/>
- ISO, I. S. (2015). *Sistemas de gestión de la calidad – Requisitos de la Norma*. Suiza: ISO 9001:2015.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing (Octava ed.)*. México D.F., México: Pearson.
- Lamas Abreu, R., Antúnez Saiz, V. I., & Herrera Lemus, K. C. (2020). Potencialidad de la implementación de la NC-ISO 21001:2019 en las organizaciones educativas cubanas. *Folletos Gerenciales*, 24(4), 239–253. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=147863360&lang=es&site=eds-live>
- Legowo, M. B. (2018). Modeling of Quality Assurance Information System for Iso-Certified Higher Education Institutions. *Jurnal Penelitian Pos Dan Informatika*, 8(2), 155. DOI: 10.17933/jppi.2018.080205. https://www.researchgate.net/publication/357348263_MODELING_OF_QUALITY_ASSURANCE_INFORMATION_SYSTEM_FOR_ISO-CERTIFIED_HIGHER_EDUCATION_INSTITUTIONS/references
- Lubis, S. F., Sukwika, T. & Mulyawati, I. (2022, 30 julio). Evaluasi Penerapan Sistem Manajemen Mutu (ISO 9001:2015) pada PT. China Comservice Indonesia | Lubis | *Journal of Applied Management Research*. *Journal of Applied Management Research*. Recuperado 9 de octubre de 2022, de <https://doi.org/10.36441/jamr.v2i1.812>
- Matas, A. (2018). Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 20(1), 38-47. <https://doi.org/10.24320/redie.2018.20.1.1347>
- Mesas, B. (2018). *Servicio básico de alimentos y bebidas y tareas de post servicio en el restaurante (Segunda ed.)*. Málaga, España: IC.

- Oficina Nacional de Normalización, (2015). Norma NC-ISO 9001:2015. Organizaciones Educativas — Sistemas de Gestión de la Calidad — *Requisitos con Orientación para su Uso. — Fundamentos y vocabulario.*
- Packard, G. y Berger, J. (2021). How Concrete Language Shapes Customer Satisfaction. *Journal of Consumer Research*, 47(5), 787-806. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucaa038>
- Prada R. (2018). Relationship Between ISO 9001 Quality Management System and Productivity Improvement: The Case of the Colombian Auto Parts Sector. *Cases on Quality Initiatives for Organizational Longevity*. DOI: 10.4018/978-1-5225-5288-8.ch009
- Purba, A. N., (2019). Analisis Implementasi Manajemen Mutu ISO 9001:2015 pada Proyek Jasa Rancang Bangun (Design and Build) Pembangunan Masjid Agung Medan. *Skripsi. Politeknik Negeri Medan*. Medan. eISSN: 2797-2917
- Rahmat & Muhammad (2021). Relationship between ISO 9001:2015 and operational and business performance of manufacturing industries in a developing country (Indonesia). *Heliyon* 7 (2021) e05537. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05537>
- Rahmadi, & Iskandar, A. R. (2020). Analisis Kesiapan Sertifikasi ISO 21001 : 2018 dengan Metode Gap Analysis (Studi Kasus pada Akademi Telkom Jakarta). *Journal of Informatics and Communication Technology (JICT)*, 21(1), 1–10. https://doi.org/10.52661/j_ict.v2i1.49
- Ramadhany, F. F. (2017). *Analisis Penerapan Sistem Manajemen Mutu ISO 9001: 2015 dalam Menunjang Pemasaran* (Studi Pada PT Tritama Bina Karya Malang). Disertasi, Universitas Brawijaya. <http://repository.ub.ac.id/8513/>
- Reeves, CA, Bednar, DA, 1994. *Definición de calidad: alternativas e implicaciones*. *Academia Administrar Re.* 19 (3), 419-445.
- Rosales, M.A. (2018). *Sistema de gestión de la calidad para mejorarla satisfacción del cliente en la corporación Ariandina Sur, Andahuaylas, Apurimac*. Universidad Nacional José María Arguedas. Andahuaylas.

- Ruiz, Félix. (2020). Incidencia de la aplicación de la norma ISO 9001:2015 en los indicadores de gestión de la empresa Halcón s.a. 2018. *Revista CIENCIA Y TECNOLOGÍA*. ISSN 1810-6781 Rev. Cienc. Tecnol. 16(3): 45-56, (2020). DOI: [10.17268/rev.cyt.2020.03.05](https://doi.org/10.17268/rev.cyt.2020.03.05)
- Salazar, FW, Tigre, FG, Tubón-Núñez, E. E, Carrillo, S. y Buele, J. (2019). Implantación del Sistema de Gestión de la Calidad (ISO 9001:2015) en la Industria Carrocería. *Revista de ingeniería y gestión de sistemas de información*. *Revista de ingeniería y gestión de sistemas de información* 4(2), em0091. <https://doi.org/10.29333/jisem/5890>
- Sari, Y., Wibisono, E., Wahyudi, R., & Lio, Y. (2017). From ISO 9001: 2008 to ISO 9001: 2015: Significant changes and their impacts on aspiring organizations. *Paper presented at the IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 273(1), 12-21. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1757-899X/245/1/012021/pdf>
- Sogbossi, B. e Imorou, A. K. (2019). *Déterminants de la satisfaction des clients des entreprises de téléphonie mobile en Afrique*. *Revue Management et Avenir*, 109, 147-166. <https://doi.org/10.3917/mav.109.014>
- Sotolongo Sánchez, Maria. 2018. Hacia la integración de los sistemas de gestión: calidad y seguridad y salud en el trabajo. *Revista Centro Sur*. ISSN: 2600-5743. DOI: <https://doi.org/10.37955/cs.v2i1.10>
- Syahrullah, Y., Febriani, A., & Hulwani, B. Z. (2018). Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Implementasi ISO 9001: 2015 dengan Menggunakan Pendekatan Servqual (Studi Kasus: Institut Teknologi Telkom Purwokerto). *Jiems* (Journal of Industrial Engineering and Management Systems), 11(2), 84–95. <https://doi.org/10.30813/jiems.v11i2.1185>
- Tamayo y Tamayo, Mario (2006), *El trabajo científico, metodología*. Bogotá. Gráficas Luz. 1974.
- Tapia M. Gina S., Arteaga M. Benito A. 2019. Evaluación de la calidad percibida del servicio por los consumidores en los restaurantes de la ciudad de Milagro. *Revista Journal of Business and entrepreneurial*. [en línea].

Disponible en:
<http://journalbusinesses.com/index.php/revista/article/view/94/207>. ISSN
[2576-0971](http://journalbusinesses.com/index.php/revista/article/view/94/207).

Taylor, R. and Pearson, A. (1994), "Total Quality Management in Research and Development", The TQM Magazine, Vol. 6 No. 1, pp. 26-34.
<https://doi.org/10.1108/09544789410052723>

Terranova Mera, Julio; Bravo Bravo, Angel.2017. Satisfacción del cliente mediante la medición para mejorar el turismo en los hoteles del Cantón General Villamil Playas Provincia del Guayas. *Revista Journal of Business and entrepreneurial [en línea] [Consulta: 18 noviembre 2022]* Disponible en:
<http://journalbusinesses.com/index.php/revista/article/view/14/29> ISSN
2576-0971

Tohet, M., & Eko, D. (2020). Peningkatan Mutu Perguruan Tinggi Pesantren Melalui Iso 21001: 2018. *MANAGERE: Indonesian Journal of Educational Management*, 2(2), 157–170. <https://doi.org/10.52627/ijeam.v2i2.37>

Ulloa Bocanegra, S. G., Javez Valladares, S. S., Tello De La Cruz, E. & Cruz Salinas, L. E. (2019). Quality Management under ISO 9001: 2015 to increase Customer satisfaction at C.E.L Conache S.A.C, 2020. *Journal of business and entrepreneurial studies: JBES*, ISSN-e 2576-0971, Vol. 4, No. 3, 2020, 4–3, 90-101. <https://doi.org/10.37956/jbes.v4i2.69>

Vinca, LL. 2018. Estructura de la norma ISO 9001:2015. Disponible en:
<https://www.normas9000.com/content/estructura-de-la-norma-ISO-90012015.aspx>

Wikhamn, Wajda. 2018. *Innovation, sustainable HRM and customer satisfaction*. Gothenburg, Sweden: Elsevier Ltd, 24 Abril 2018, *International Journal of Hospitality Management*, p. 9.

Vargas, L. (11 de 11 de 2018). Sobre el concepto de percepción. *Alteridades*, 4, 47-53. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/747/74711353004.pdf>

Yudhi, Oscarius & Wijaya, Ari & Sulistiyani, & Pudjowati, Juliani & D, Theresia & Kurni-Asih, Ninik & Purwanto, Agus. (2021). The role of social media

marketing, entertainment, customization, trendiness, interaction and word-of-mouth on purchase intention: An empirical study from Indonesian smartphone consumers. *International Journal of Data and Network Science*. 9. 365-383. DOI: <http://10.5267/j.ijdns.2021.6.011>, enlace: https://www.growingscience.com/ijds/Vol5/ijdns_2021_38.pdf

ANEXOS

Matriz de operacionalización de variables

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015	conjunto de requisitos estandarizados a nivel internacional que ayudan a las organizaciones a brindar productos y/o servicios de calidad (Meléndez, 2017).	Conjunto de requisitos que debe implementar una empresa para brindar calidad, se medirá en seis dimensiones	Contexto organizacional	Considera aspectos externos e internos <hr/> Comprende necesidades <hr/> Determina alcance <hr/> Secuencia e interacción de procesos	Ordinal
			Liderazgo	necesidades de los clientes implementados <hr/> establece, implementa y mantiene la política de calidad <hr/> responsabilidades y los roles asignados	

Planificación	planifica acciones para abordar riesgos y oportunidades
---------------	---

Soporte	proporciona los recursos
---------	--------------------------

recurso humano competente

empleados y trabajadores conocen la política de calidad

comunicaciones internas y externas

Información documentada

Operaciones	controla los procesos para la provisión de los proveedores
-------------	--

requisitos para los productos y servicios

				control sobre el proceso de diseño y desarrollo	
				Establece criterios de evaluación, selección, seguimiento del desempeño	
				Monitorea el estado de salida de los productos	
			Mejora	determina y selecciona oportunidades de mejora	
				toma medidas para hacer frente a las consecuencias de las no conformidades	
Satisfacción del cliente	La sensación de placer o decepción de una persona que resulta de comparar el rendimiento o resultado percibido de un producto frente a	Los clientes demuestran satisfacción cuando todas sus expectativas fueron atendidas. Se medirá en 3 dimensiones	Rendimiento percibido	Rendimiento de los empleados Rendimiento del servicio percepción del ambiente	Ordinal

sus expectativas.
(Kotler, 2003)

Expectativas

Servicio prometido

Calidad de la comida y
bebida

Relación con el cliente

Tiempo de pago

Niveles de
satisfacción

Nivel de servicio

Nivel de la atención

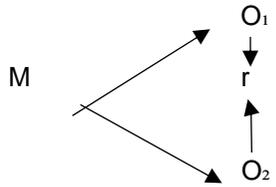
Satisfacción del
ambiente

Nivel de
recomendación

Matriz de consistencia

TÍTULO: Sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 y satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, 2022

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Técnica e Instrumentos
<p>Problema general ¿Qué relación existe entre el Sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022?</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>p1. ¿Qué factores limitan el manejo del SGC ISO 9001:2015 de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022?</p> <p>p2. ¿Cuál es el nivel de manejo del sistema de gestión de la calidad ISO 9001:2015 de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022?</p> <p>p3. ¿Cuál es el nivel de la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022?</p> <p>p4. ¿De qué manera el contexto organizacional se relaciona con la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022?</p> <p>p5. ¿De qué manera el liderazgo se relaciona con la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022?</p> <p>p6. ¿De qué manera la planificación se relaciona con la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022?</p>	<p>Objetivo general Determinar la relación entre el Sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Oe1. Determinar qué factores limitan el manejo del SGC ISO 9001:2015 de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022.</p> <p>Oe2. Identificar el nivel de manejo del sistema de gestión de la calidad ISO 9001:2015 de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022.</p> <p>Oe3. Identificar el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022.</p> <p>Oe4. Establecer la relación entre el contexto organizacional y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022.</p> <p>Oe5. Establecer la relación entre el liderazgo y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, 2022</p> <p>Oe6. Establecer la relación entre la planificación y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022.</p>	<p>Hipótesis general Hi: Existe relación significativa entre el sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>He1. Los factores que limitan el manejo del SGC ISO 9001:2015 de la empresa Estar Cajue, son: infraestructura adecuada, capacidad operativa, capacidad de respuesta.</p> <p>He2. El nivel del sistema de gestión de la calidad ISO 9001:2015 de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022, es alto.</p> <p>He3 El nivel de la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022, es alto.</p> <p>He4. La relación entre el contexto organizacional y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022 es alta;</p> <p>He5. La relación entre el liderazgo y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022, es alta.</p> <p>He6. La relación entre la planificación y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022, es alta.</p>	<p>Técnica La encuesta</p> <p>Instrumentos El cuestionario</p>

<p>p7. ¿De qué manera el soporte se relaciona con la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022?</p> <p>p8. ¿De qué manera las operaciones se relacionan con la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022?</p> <p>p9. ¿De qué manera la mejora continua se relaciona con la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022?</p>	<p>Oe7. Establecer la relación entre el soporte y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto – 2022.</p> <p>Oe8. Establecer la relación entre las operaciones y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto – 2022.</p> <p>Oe9. Establecer la relación entre la mejora continua y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto – 2022.</p>	<p>He7. La relación entre el soporte y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022, es alta.</p> <p>He8. La relación entre el las operaciones y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022, es alta.</p> <p>He9. La relación entre la mejora continua y la satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022, es alta.</p>															
Diseño de investigación	Población y muestra	Variables y dimensiones															
<p>El estudio de investigación es de tipo No Experimental, con diseño correlacional.</p> <p>Esquema:</p>  <p>Donde: M = Muestra O₁ = Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015 O₂ = Satisfacción del Cliente r = Relación de las variables de estudio</p>	<p>Población La población objeto de estudio, estuvo constituido por una población de 768 clientes de la empresa.</p> <p>Muestra La muestra estuvo representada por 256 clientes.</p>	<table border="1" data-bbox="1355 655 1792 1082"> <thead> <tr> <th>Variables</th> <th>Dimensiones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="5">Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015</td> <td>Contexto organizacional</td> </tr> <tr> <td>Liderazgo</td> </tr> <tr> <td>Planificación</td> </tr> <tr> <td>Soporte</td> </tr> <tr> <td>Operaciones</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Mejora</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">Satisfacción del cliente</td> <td>Rendimiento percibido</td> </tr> <tr> <td>Expectativas</td> </tr> <tr> <td>Niveles de satisfacción</td> </tr> </tbody> </table>		Variables	Dimensiones	Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015	Contexto organizacional	Liderazgo	Planificación	Soporte	Operaciones		Mejora	Satisfacción del cliente	Rendimiento percibido	Expectativas	Niveles de satisfacción
Variables	Dimensiones																
Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015	Contexto organizacional																
	Liderazgo																
	Planificación																
	Soporte																
	Operaciones																
	Mejora																
Satisfacción del cliente	Rendimiento percibido																
	Expectativas																
	Niveles de satisfacción																

Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario: Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015

Datos generales:

N° de cuestionario: 01

Fecha de recolección:/...../.....

Introducción:

El presente instrumento tiene como finalidad evaluar el nivel del sistema de gestión de la calidad ISO 9001:2015 de la empresa Estar Cajue.

Instrucción:

Lee atentamente cada ítem y seleccione una de las alternativas, la que sea la más apropiada para usted, seleccionando del 1 a 5, que corresponde a su respuesta. Asimismo, debe marcar con un aspa la alternativa elegida.

Finalmente, la respuesta que vierta es totalmente reservada y se guardará confidencialidad y marque todos los ítems.

Escala									
Totalmente en desacuerdo	1	En desacuerdo	2	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	De acuerdo	4	Totalmente de acuerdo	5

No	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Escala de calificación				
		1	2	3	4	5
Dimensión: Contexto organizacional						
01	El restaurante cuenta con infraestructura adecuada.					
02	Las instalaciones son atractivas a la vista.					
03	Las instalaciones tienen un adecuado mantenimiento.					
04	Las instalaciones se encuentran en debidas condiciones sanitarias.					
05	Los trabajadores se encuentran correctamente aseados y uniformados.					
Dimensión: Liderazgo						
06	Usted cree que el restaurante cumplió con lo prometido.					
07	¿El trabajador tiene todos sus implementos de bioseguridad al momento de entregar los productos?					
08	Existe una interrelación con la propietaria del restaurante.					
Dimensión: Planificación						
09	Existe una buena comunicación y coordinación entre los empleados.					
10	El restaurante tiene disponibilidad de todo lo que muestra la carta principal.					

11	Los trabajadores responden a todas las interrogantes que se les hace.					
Dimensión: Soporte						
12	¿El Restaurante proporciona el menaje adecuado para cada plato o bebida?					
13	¿Los muebles del Restaurante son cómodos?					
14	¿El personal tiene todos sus implementos de bioseguridad al momento de atender y entregar los productos?					
15	¿El personal comunica acertadamente información de los productos y servicios que brinda el Restaurante?					
16	¿El Restaurante cuenta con plataformas digitales para realizar los pedidos?					
17	¿El Restaurante cuenta con plataformas digitales para realizar los pagos?					
Dimensión: Operaciones						
18	¿El Restaurante cuenta con personal suficiente para brindar un buen servicio?					
19	¿La preparación de los productos cumple con su tiempo de espera?					
20	¿La empresa brinda los productos tal y como especifica su carta?					
21	¿La empresa mantiene el sabor de sus productos y la calidad de su servicio?					
Dimensión: Mejora						
22	¿El Restaurante implementa mejoras en su mobiliario?					
23	¿El Restaurante implementa temáticas acordes a las festividades de la localidad?					

Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario: Satisfacción del Cliente

Datos generales:

N° de cuestionario: 02

Fecha de recolección:/...../.....

Introducción:

El presente instrumento tiene como finalidad conocer el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue.

Instrucción:

Lee atentamente cada ítem y seleccione una de las alternativas, la que sea la más apropiada para usted, seleccionando del 1 a 5, que corresponde a su respuesta. Asimismo, debe marcar con un aspa la alternativa elegida.

No existen respuestas “correctas” o “incorrectas”, ni respuestas “buenas” o “malas”. Solo se solicita honestidad y sinceridad de acuerdo a su contextualización.

Finalmente, la respuesta que vierta es totalmente reservada y se guardará confidencialidad y marque todos los ítems.

ESCALA									
Muy insatisfecho	1	Insatisfecho	2	Indiferente	3	Satisfecho	4	Muy satisfecho	5

No	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Escala de calificación				
		1	2	3	4	5
Dimensión: Rendimiento percibido						
01	Los empleados son pacientes al tomar mi pedido.					
02	Los empleados hablan con claridad y en mi idioma.					
03	Los empleados son amables y corteses.					
04	El tablero del menú era fácil de leer.					
05	Mi pedido lo recibí en el tiempo prometido.					
06	Disponibilidad de salsas, utensilios, servilletas, etc. era bueno.					
07	La música y el sistema de sonido era de mi agrado.					
Dimensión: Expectativas						
08	Mi pedido era correcta y completa.					
09	La calidad de la comida era muy buena.					
10	La calidad de las bebidas era muy buena.					
11	La comida es una buena relación calidad-precio.					

12	La relación del propietario – cliente es muy buena.					
13	Existe alternativas variadas para realizar mi pago.					
14	El tiempo para realizar el pago era muy buena.					
Dimensión: Niveles de satisfacción						
15	En general el servicio (producto-servicio) es muy bueno.					
16	En general la atención brindada por el personal es muy buena.					
17	En general la infraestructura y la decoración del restaurante es muy bueno.					

Cálculo de la Muestra

Figura 2. Cálculo de la muestra

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

Dónde:

- n** = Muestra
- N** = Población (768)
- Z** = 1.96 (95%)
- p** = (0.5) probabilidad de éxito
- q** = (0.5) probabilidad de fracaso
- e** = (5%) Margen de error

La muestra estuvo representada por 256 clientes.

Validación de los instrumentos

Para la validación de los instrumentos se recurrió al juicio de tres expertos, quienes evaluaron de acuerdo a 10 criterios de validación, resaltando la coherencia y pertinencia de los indicadores con las variables estudiadas.

Variable	N.º	Experto o especialista	Promedio de validez	Opinión del experto
Variable 1	1	Metodólogo	4.4	El instrumento muestra coherencia entre indicadores y enunciados, por lo que procede su aplicación.
	2	MBA	4.7	El instrumento muestra coherencia entre indicadores y enunciados, por lo que procede su aplicación.
	3	MBA	4.6	El instrumento permitirá al investigador cumplir con los objetivos trazados.
			4.6	
Variable 2	1	Metodólogo	4.4	Los enunciados son coherentes con cada indicador por lo que procede su aplicación.
	2	MBA	4.6	Los enunciados son coherentes con cada indicador por lo que procede su aplicación.
	3	MBA	4.6	El instrumento permitirá al investigador cumplir con los objetivos trazados.
			4.5	

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Dr. Keller Sánchez Dávila
Institución donde labora : Universidad César Vallejo
Especialidad : Docente metodólogo
Instrumento de evaluación : Cuestionario. Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015.
Autor (s) del instrumento (s) : Víctor Raúl Maticorena Alvarado

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015.					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
PUNTAJE TOTAL		44				

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El instrumento muestra coherencia entre indicadores y enunciados, por lo que procede su aplicación

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.4

$4.4 \times 0.20 \times 100 = 88\%$

Tarapoto 08 de octubre de 2022


Dr. Keller Sánchez Dávila
DOCENTE POS GRADO

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Dr. Keller Sánchez Dávila
Institución donde labora : Universidad César Vallejo
Especialidad : Docente metodólogo
Instrumento de evaluación : Cuestionario. Satisfacción del Cliente.
Autor (s) del instrumento (s) : Víctor Raúl Maticorena Alvarado

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Satisfacción del Cliente.				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: Satisfacción del Cliente.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Satisfacción del Cliente.				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL		44				

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD.

Los enunciados son coherentes con cada indicador por lo que procede su aplicación

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.4

$4.4 \times 0.20 \times 100 = 88\%$


Dr. Keller Sánchez Dávila
DOCENTE POS GRADO

Tarapoto 08 de octubre de 2022

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Mg. Sara Ricardina María Cabrejos Mil
 Institución donde labora : Jefe Unidad de seguimiento al Egresado e Inserción Laboral
 Especialidad : Maestra en Administración de Negocios
 Instrumento de evaluación : Cuestionario. Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015.
 Autor (s) del instrumento (s) : Víctor Raúl Maticorena Alvarado

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015.					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						47

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El instrumento muestra coherencia entre indicadores y enunciados, por lo que procede su aplicación

PROMEDIO DE VALORACIÓN: = 4.7 Buena $4.7 \times 0.20 \times 100 = 94\%$


 UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN
 OFICINA DE ASUNTOS ACADÉMICOS
Sara Cabrejos Mil
 Adj. Mg. Sara R. M. Cabrejos M.
 UNIDAD DE SEGUIMIENTO AL EGRESADO
 E INSERCIÓN LABORAL

Tarapoto 08 de octubre de 2022

Sello personal y firma

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Mg. Sara Ricardina María Cabrejos Mil
 Institución donde labora : Jefe Unidad de Seguimiento al Egresado e Inserción Laboral
 Especialidad : Maestra en Administración de Negocios
 Instrumento de evaluación : Cuestionario. Satisfacción del Cliente.
 Autor (s) del instrumento (s) : Víctor Raúl Maticorena Alvarado

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

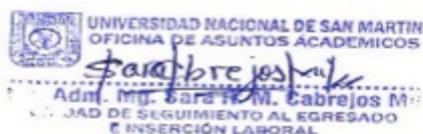
CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Satisfacción del Cliente.				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: Satisfacción del Cliente.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Satisfacción del Cliente.					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL					46	

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD.

Los enunciados son coherentes con cada indicador por lo que procede su aplicación

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.6 Buena $4.6 \times 0.20 \times 100 = 92\%$



Sello personal y firma

Tarapoto 08 de octubre de 2022

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Mg. Cecilia Mireya Gabriel Castro
Institución donde labora : Instituto Superior Bitec
Especialidad : Maestra en Administración de Negocios / Docente
Instrumento de evaluación : Cuestionario. Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015.
Autor (s) del instrumento (s) : Víctor Raúl Maticorena Alvarado

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015.				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
PUNTAJE TOTAL		46				

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

El instrumento permitirá al investigador cumplir con los objetivos trazados.

PROMEDIO DE VALORACIÓN: = 4.6 Buena $4.6 \times 0.20 \times 100 = 92\%$


Mg. Cecilia M. Gabriel Castro
ADMINISTRADORA
CORLAD N° 30619

Tarapoto 08 de octubre de 2022

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Mg. Cecilia Mireya Gabriel Castro
Institución donde labora : Instituto Superior Bitec
Especialidad : Maestra en Administración de Negocios / Docente
Instrumento de evaluación : Cuestionario. Satisfacción del Cliente.
Autor (s) del instrumento (s) : Víctor Raúl Maticorena Alvarado

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Satisfacción del Cliente.					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: Satisfacción del Cliente.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Satisfacción del Cliente.				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
PUNTAJE TOTAL		46				

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD.

El instrumento permitirá al investigador cumplir con los objetivos trazados.

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.6 Buena $4.6 \times 0.20 \times 100 = 92\%$


Mg. Cecilia M. Gabriel Castro
ADMINISTRADORA
CORLAD N° 30619

Tarapoto 08 de octubre de 2022

Confiabilidad de los instrumentos de investigación

Tabla 14

Confiabilidad de la variable - SGC

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	256	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	256	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 15

Confiabilidad de número de preguntas

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,764	,864	23

Tabla 16

Confiabilidad de la variable - Satisfacción

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	256	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	256	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 17

Confiabilidad de número de preguntas

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,841	,853	17

Constancia de autorización donde se ejecutó la investigación



CONSTANCIA DE AUTORIZACIÓN PARA EJECUTAR INVESTIGACIÓN

Tarapoto, 04 de octubre de 2022

Carta N° 48-2022-EC/LMBV

Señor Lic.

VÍCTOR RAÚIL MATICORENA ALVARADO

Presente. -

Por medio de la presente me dirijo a usted para saludarle cordialmente y a su vez hacer de su conocimiento que, en respuesta a su Carta N° 01-2022-VRMA/UCV dónde solicita autorización para realizar su investigación denominada "**Sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 y satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022**", se autoriza a su persona (Víctor Raúl Maticorena Alvarado, DNI: 42503076) realizar la mencionada investigación con fines académicos: Aplicación de instrumentos (cuestionarios).

Se recomienda realizar las coordinaciones para los días y el horario para la aplicación de las encuestas a los clientes

Atentamente,



Lissette M. Bartra Valdivieso de R.
Servicios Turísticos Camilo Matías EIRL
GERENTE GENERAL

LISSETTE MERCEDES BARTRA VALDIVIESO
Gerente General

Base de datos

Base de datos, Variable SGC																						
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23
5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	5
4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
3	3	5	5	5	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	5
4	5	3	3	3	5	5	3	4	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5
4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	5
3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	3	3	3	4	4	3	5	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
3	5	4	5	5	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
4	5	3	3	3	5	5	3	4	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	3	3	3	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5
3	3	5	5	5	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
4	5	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
5	4	4	5	5	4	4	3	5	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	3	3	3	4	4	3	5	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5

3	5	5	5	5	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	5	4	4	4	4	5	3	4	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5
4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
3	4	5	5	5	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
3	4	5	5	5	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	5	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
3	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	5	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
5	3	5	5	5	4	4	3	5	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
3	3	5	5	5	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	5
4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	3	3	3	4	4	3	5	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
3	3	5	5	5	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
3	5	5	5	5	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	5
4	5	3	3	3	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
5	4	4	5	5	4	4	3	5	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	5	5	5	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	5
4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	3	3	3	4	4	3	5	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
3	3	4	5	5	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
4	5	3	3	3	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
5	4	4	5	5	4	4	3	5	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	5	5	5	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	5
4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	3	3	3	4	4	3	5	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
3	3	4	5	5	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
4	5	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	5

5	4	5	5	5	4	4	3	5	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
5	4	5	5	5	4	4	3	5	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
3	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	5
4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5
3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
5	4	3	3	3	4	4	3	5	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
3	5	4	5	5	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
3	5	3	3	3	5	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
5	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5
5	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	3	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5
4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	5	5	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	3	3	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
3	3	3	3	3	4	5	3	3	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5
4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
3	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
3	5	4	5	5	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	5
5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5
5	3	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5

3	3	4	5	5	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
3	4	5	5	5	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
4	5	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	4	4	5	3	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5
3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
3	4	5	5	5	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	3	3	3	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
5	4	5	5	5	4	4	3	5	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
3	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
5	4	3	3	3	4	4	4	3	5	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	5
3	5	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5
4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5
4	5	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	4	4	3	5	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
3	3	3	3	3	4	4	5	3	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5
4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	5
4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
5	4	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	5
4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
3	4	4	5	5	4	5	3	3	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5
4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5

5	4	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
3	5	5	5	5	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	3	3	3	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	5
5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	4	5	5	4	4	3	5	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	5
3	3	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	3	3	3	4	4	3	5	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
3	3	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5
3	5	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5
4	5	3	3	3	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5
4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5
3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
3	4	5	5	5	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	5	3	3	3	5	4	3	4	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	3	4	4	5

BASE DE DATOS VARIABLE 2 - SATISFACCIÓN																
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4
5	3	5	4	3	4	3	5	4	3	4	5	5	5	4	5	4
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4
5	5	5	4	3	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	4	5	5	4	5	3
5	4	5	3	3	3	3	5	5	3	3	5	5	5	5	4	3
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
4	3	5	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4
4	4	5	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4
5	3	5	4	3	4	3	5	4	3	4	5	5	5	4	5	4
5	4	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	4	5	3
5	4	5	4	4	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	4	4
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
4	4	5	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3
5	4	5	4	3	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
5	3	5	3	3	3	3	5	4	3	3	2	5	5	4	5	3
5	4	5	3	3	3	3	5	5	5	3	2	5	5	5	4	3
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	4	5	3
5	4	5	3	3	3	3	5	5	3	3	5	5	5	5	4	3
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4
4	3	5	3	3	3	3	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3
5	5	5	3	3	3	3	5	5	3	3	3	5	5	5	5	3
4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
5	3	5	3	3	3	3	5	4	3	3	2	5	5	4	5	3
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	5	5	3	2	3	2	5	5	5	3	3	5	5	5	4	3
5	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	3	3	3	3	5	5	5	3	3	5	5	5	4	3
4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4

5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4
4	4	5	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3
5	3	5	3	2	3	2	5	5	5	3	2	5	5	5	4	3
5	4	5	3	3	3	3	5	5	5	3	3	5	5	5	5	3
5	3	5	4	4	4	4	5	4	3	4	5	5	5	4	5	4
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	5	5	3	3	3	3	5	5	5	3	3	5	5	5	4	3
5	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4
5	4	5	3	3	3	3	5	5	3	3	3	5	5	5	4	3
5	5	5	3	2	3	2	5	5	5	3	3	5	5	5	4	3
4	3	5	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3
5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4
4	4	5	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3
5	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	4	5	3	3	3	3	5	5	5	3	3	5	5	5	5	3
5	3	5	3	3	3	3	5	4	3	3	5	5	5	4	5	3
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	3	5	5	4	5	3
5	4	5	3	3	3	3	5	5	3	3	3	5	5	5	4	3
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
4	3	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4
4	4	5	3	2	3	2	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3
5	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	4	5	3	3	3	3	5	5	5	3	4	5	5	5	5	3
5	3	5	4	4	4	4	5	4	3	4	5	5	5	4	5	4
5	4	5	4	3	4	3	5	5	5	4	3	5	5	5	4	4
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	4	5	3
5	4	5	3	2	3	2	5	5	3	3	3	5	5	5	4	3
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4
4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	3	3	3	3	5	5	3	3	5	5	5	5	5	3
4	4	5	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	3	5	5	5	4	3
5	4	5	3	3	3	3	5	5	5	3	3	5	5	5	5	3
5	3	5	4	4	4	4	5	4	3	4	5	5	5	4	5	4
5	4	5	3	2	3	2	5	5	5	3	2	5	5	5	4	3
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	3	5	5	4	5	3
5	4	5	4	4	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	4	4
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
4	3	5	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
5	5	5	3	3	3	3	5	5	3	3	3	5	5	5	5	3

5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4
5	3	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4	5	4
5	4	5	4	3	4	3	5	5	5	4	3	5	5	5	4	4
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	4	5	3
5	4	5	3	3	3	3	5	5	3	3	5	5	5	5	4	3
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4
4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	3	3	3	3	5	5	3	3	4	5	5	5	5	3
4	4	5	3	2	3	2	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4
5	3	5	3	3	3	3	5	4	3	3	3	5	5	4	5	3
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4
5	4	5	3	3	3	3	5	5	3	3	5	5	5	5	4	3
5	5	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3
4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4
4	4	5	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3
5	4	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3
5	3	5	3	3	3	3	5	4	3	3	5	5	5	4	5	3
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	5	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3
5	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4
5	4	5	4	4	4	4	5	5	3	4	2	5	5	5	4	4
5	5	5	4	3	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
4	3	5	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	3	3	3	3	5	5	3	3	5	5	5	5	5	3
4	4	5	3	3	3	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3
5	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	4	5	3	2	3	2	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3
5	3	5	4	4	4	4	5	4	3	4	2	5	5	4	5	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4
5	4	5	3	3	3	3	5	5	3	3	4	5	5	5	4	3

5	5	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3
4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4
4	4	5	3	3	3	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
5	3	5	4	4	4	4	5	4	3	4	2	5	5	4	5	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	4	5	3
5	4	5	4	4	4	4	5	5	3	4	2	5	5	5	4	4
5	4	5	4	3	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
5	3	5	3	3	3	3	5	4	3	3	5	5	5	4	5	3
5	4	5	4	3	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4
5	4	5	4	3	4	3	5	5	3	4	3	5	5	5	4	4
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
4	3	5	3	2	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
5	3	5	4	4	4	4	5	4	3	4	3	5	5	4	5	4
5	4	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	3	5	4	3	4	3	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4
5	4	5	5	4	5	4	5	5	3	5	3	5	5	5	4	5
5	4	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
4	3	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	3	5	5	5	5	4
4	4	5	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3
5	4	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3
5	3	5	4	4	4	4	5	4	3	4	3	5	5	4	5	4
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	5	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3
5	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4
5	4	5	4	4	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	4	4
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
5	3	5	5	5	5	5	5	4	3	5	3	5	5	4	5	5
5	4	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4
5	4	5	3	3	3	3	5	5	3	3	3	5	5	5	4	3

5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
4	3	5	5	3	5	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
5	5	5	3	3	3	3	5	5	3	3	5	5	5	5	5	3
4	4	5	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
5	3	5	5	5	5	5	5	4	3	5	3	5	5	4	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	4	5	3
5	4	5	3	3	3	3	5	5	3	3	5	5	5	5	4	3
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
4	3	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
5	3	5	5	3	5	3	5	4	3	5	5	5	5	4	5	5
5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	4	5	3
5	4	5	3	3	3	3	5	5	3	3	5	5	5	5	4	3
5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
4	3	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
5	5	5	5	4	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	3	5	3	4	4	3	5	3	4	4	4	4	5
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4
5	3	5	3	3	3	3	5	4	3	3	5	5	5	4	5	3
5	4	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	3	5	5	4	5	3
5	4	5	4	3	4	3	5	5	3	4	5	5	5	5	4	4
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
4	3	5	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3
5	4	5	4	3	4	3	5	5	5	4	3	5	5	5	5	4

5	3	5	4	4	4	4	5	4	3	4	5	5	5	4	5	4
5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	4	5	5	4	5	3
5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
5	3	5	4	4	4	4	5	4	3	4	5	5	5	4	5	4
5	4	5	4	3	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	5	5	4	3	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	4	5	5	4	5	3
5	4	5	5	4	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5
4	3	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	3	4	3	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4
4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	3	5	5	5	4	3
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	3	5	5	5	5	4
5	3	5	3	3	3	3	5	4	3	3	5	5	5	4	5	3
5	4	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	3	5	5	4	3
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	4	5	3
5	4	5	4	3	4	3	5	5	3	4	3	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
4	3	5	3	3	3	3	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3
5	5	5	5	4	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	3	5	5	5	4	3
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
5	3	5	5	4	5	4	5	4	3	5	5	5	5	4	5	5
5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	4	5	3
5	4	5	3	3	3	3	5	5	3	3	5	5	5	5	4	3
4	4	5	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
5	3	5	3	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	3

Autorización de la organización para publicar la identidad en los resultados de las investigaciones



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

Datos Generales

Nombre de la organización:	RUC: 20601909511.
Servicios turísticos Camilo Matías EIRL "Estarbars Cajué"	
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos: Lissette Mercedes Bartra Valdivieso	DNI: 01161257

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo [], no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 y satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajué, Tarapoto - 2022	
Nombre del Programa Académico: Maestría en Administración de Negocios - MBA	
Autor: Nombres y Apellidos	DNI:
Maticorena Alvarado, Víctor Raúl	42503076

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha: Tarapoto 04 de diciembre de 2022


Lissette M. Bartra Valdivieso de R.
Servicios Turísticos Camilo Matías EIRL
GERENTE GENERAL

Firma: _____

(Titular o Representante legal de la Institución)

(*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal " f " Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, RAMIREZ GARCIA GUSTAVO, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TARAPOTO, asesor de Tesis titulada: "Sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 y satisfacción de los clientes de la empresa Estar Cajue, Tarapoto - 2022", cuyo autor es MATICORENA ALVARADO VICTOR RAUL, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 19.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

TARAPOTO, 06 de Diciembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
RAMIREZ GARCIA GUSTAVO DNI: 01109463 ORCID: 0000-0003-0035-7088	Firmado electrónicamente por: RRAMIREZGA24 el 02-01-2023 18:38:48

Código documento Trilce: TRI - 0475324