

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**  
**INTERNACIONALES**

**“SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y SU  
RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL  
CLIENTE EN LA EMPRESA DAS SOLUCIONES  
SAC, TRUJILLO 2022”**

Tesis para optar al título profesional de:

**Licenciada en Administración y Negocios Internacionales**

**Autoras:**

Anna Lucia Gonzales Castañeda  
Sarina Fernanda Perez Jacobo

**Asesor:**

**Mg. José Roberto Huamán Tuesta**  
<https://orcid.org/0000-0001-7700-9116>

Trujillo - Perú

2022

**JURADO EVALUADOR**

Jurado 1 Presidente(a)	<b>Omar Fabricio Maguiña Rivero</b>	<b>17821620</b>
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	<b>Luis Abraham Pairazaman Baca</b>	<b>42961611</b>
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	<b>Haydee Roxana Alvarado Lavado</b>	<b>19082943</b>
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

## DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a Dios, por haberme dado fuerza y valor para culminar esta etapa de mi vida. A mi Madre por su confianza y apoyo brindado, que sin duda alguna en el trayecto de mi vida me ha demostrado su gran amor, corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos. A mi hermano, que con sus consejos me ha ayudado a afrontar los retos que se me han presentado a lo largo de mi vida. A mi padre, que siempre lo he sentido presente en mi vida y sé que está orgulloso de la persona en la cual me he convertido.

**Anna Lucia Gonzales Castañeda**

Al creador de todas las cosas, el que me ha dado fortaleza para continuar cuando a punto de caer he estado; por ello, con toda la humildad que de mi corazón puede emanar, dedico en primer lugar mi trabajo a Dios. De igual forma, dedico esta tesis a mis padres que han sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ha ayudado a salir adelante en los momentos más difíciles. A mi familia en general, porque me han brindado su apoyo incondicional y por compartir conmigo buenos y malos momentos.

**Sarina Fernanda Pérez Jacobo**

## AGRADECIMIENTO

Agradecemos en primer lugar a nuestros padres quienes han sido siempre el motor que impulsaron nuestros sueños y esperanzas, quienes estuvieron siempre a nuestro lado en los momentos más difíciles durante nuestras horas de estudio.

Siempre han sido nuestros mejores guías de vida y hoy cuando concluimos nuestros estudios, les dedicamos este logro con cariño, como una meta más conquistada.

Gracias por ser quienes son, por estar siempre a nuestro lado y apoyarnos en nuestro camino profesional.

**Tabla de contenido**

JURADO EVALUADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
TABLA DE CONTENIDO	5
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN	8
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	9
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	19
CAPÍTULO III: RESULTADOS	24
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	30
REFERENCIAS	33
ANEXOS	37

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Validación del instrumento.....	21
Tabla 2. Prueba de hipótesis para determinar correlación .....	29
Tabla 3. Estadístico de fiabilidad.....	37
Tabla 4. Coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach .....	37

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Histograma del cruce de variables sistema de gestión de calidad y Satisfacción del cliente .....	24
Figura 2. Histograma del cruce de la dimensión Planificación y la variable Satisfacción del cliente .....	25
Figura 3. Histograma del cruce de la gestión operativa y la Satisfacción del cliente .....	25
Figura 4. Histograma del cruce de la mejora continua y Satisfacción del cliente .....	26
Figura 5. Relación entre las expectativas y el SGC.....	27
Figura 6. Relación entre la transparencia y el SGC.....	27
Figura 7. Relación entre la atención y el SGC .....	28

## RESUMEN

La presente investigación se realizó en la Empresa DAS Soluciones SAC, Trujillo 2022 el objetivo fue estudiar la relación que existe entre su sistema de gestión de calidad (SGC) y la satisfacción de sus clientes. El diseño utilizado fue descriptivo correlacional, la muestra fue probabilística constituida por 332 clientes que contactaron con la empresa en el último año. Como instrumento para medir las variables se utilizó el cuestionario cuya estructura y contenido se validó a través de 3 expertos en la materia. Los resultados permitieron concluir que existe una relación positiva y buena (53% de los encuestados) entre el sistema de gestión de calidad (SGC) y la satisfacción de los clientes (estadístico *rho de spearman*: 0,761, sig. lateral 0.000) , así mismo se encontró que las dimensiones del SGC tales como planificación, gestión operativa y mejora continua tienen una relación buena con la satisfacción de los clientes de acuerdo con el 22.89 %, 46.69% y 47.59% de los encuestados respectivamente; de manera análoga las dimensiones de la satisfacción: expectativas, transparencia y atención guardan una relación buena respecto al SGC de acuerdo con el 45.78%, 29.22% y 42.47%

**PALABRAS CLAVES:** Satisfacción del cliente, sistema de gestión de calidad, calidad, servicio



## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

Hoy en día las empresas comprendidas desde las pequeñas empresas, medianas hasta las grandes a nivel mundial buscan ganar o mantener su competitividad en el mercado en el que desarrollan sus actividades ya sea que estén orientadas a proporcionar bienes o servicios, para ello una de las principales estrategias es mantener a sus clientes satisfechos de manera que en todo proceso e interacción que los involucre con la empresa se cumpla con sus requerimientos.

De acuerdo con lo expuesto, Rosales y Guadarrama (2015) encuentran que entender la importancia de mantener relaciones con las clientes basadas en el valor que se les entrega como empresa es de suma importancia dado que conlleva un impacto positivo en la rentabilidad de la empresa y para ello se debe mantener una adecuada calidad que a su vez mantenga el grado de satisfacción elevado de los clientes, dado que existe una relación positiva entre dichos aspectos.

Dentro de las empresas en general, el grupo que se dedican a proporcionar servicios de atención a los clientes de manera directa, como, por ejemplo, en ventas y servicios post venta son aquellas en donde la gestión de la calidad en sus procesos de atención es un factor clave de cara a la satisfacción de sus clientes. En concordancia con las estadísticas, Silva et Al (2018) indican que más del 63 % de las empresas de servicios de ventas, en especial en el rubro de telecomunicaciones y servicios de respuestas a clientes a nivel mundial indican y priorizan que mantener un cliente satisfecho es un factor clave como factor de competitividad.

Uno de los casos más representativos es el de la empresa AT&T que utilizando la herramienta CRM asociado a su sistema de gestión de calidad ha logrado incrementar la

satisfacción de sus clientes en un 15.00 % incrementando a su vez ventas y satisfacción en sus clientes internos. (Herrera 2019).

Para reforzar lo indicado, Livework Studio (2021), indica que más del 90 % de clientes de todo tipo de empresas y en especial las de servicios que no estén contentos con la empresa, cortan definitivamente los vínculos o relación comercial con dicha empresa. La idea en mención se respalda también en palabras de Price Waterhouse Coopers ([PwC], 2021), que exponen que incluso hasta 3 de cada 4 clientes categorizados como fieles pueden dejar a su marca favorita

Continuando con el contexto expuesto, Córdova (2021), sostiene que los sistemas de gestión de calidad son aquellos marcos de trabajo orientados a garantizar que se cumplan todos los requisitos, comportamientos y características que el cliente perciba como de valor en el producto o servicio que esté consumiendo, mediante lineamientos y puntos de control en los procesos de la empresa.

Lo anterior se refuerza de acuerdo con, Vásquez (2020), que refiere a la gestión de la calidad es un conjunto de acciones y herramientas que tienen como objetivo evitar posibles errores o desviaciones en el proceso de producción y en los productos o servicios obtenidos a través de él.

En tanto a la gestión de la calidad enfocada al servicio, en primer lugar, Kotler et. Al (2021), indica que un servicio es una actividad que proporciona un beneficio que puede ser o no de carácter intangible y mantiene un vínculo entre la parte que proporciona el servicio y el cliente que lo recibe.

Dada la definición anterior, gestionar la calidad en los servicios se vuelve de suma importancia dado que se tiene una interacción directa y continua con los clientes, en tal

sentido mantenerlos satisfechos garantiza la continuidad del servicio y los consecuentes beneficios para la empresa.

Por su parte, Pozo (2020), indica también que la satisfacción del cliente es el grado de cumplimiento de las expectativas de una cliente tras haber adquirido un producto o servicio; y varía de acuerdo con las características de los bienes o servicios, así como a otros factores como el contexto social y económico.

Así también, Lizano y Villegas (2019), argumentan que la satisfacción del cliente se puede entender como un parámetro que hace referencia a la medida en que los servicios o productos que brinda una organización cubren o superan las expectativas de los clientes o consumidores.

Con respecto a la situación de la gestión de calidad y la satisfacción del cliente en Perú, Ojeda (2021), expone que el requerimiento de los clientes peruanos en general por servicios de calidad ha subido y se mantienen en un promedio alto en tanto a satisfacción como clientes; lo anterior debido a que producto de la pandemia por COVID 19 en 2020, las empresas han tenido que adaptarse a las necesidades del cliente y esto se deberá mantener.

De acuerdo con la importancia mencionada, Zavala y Vélez (2020), en su investigación cuyo objetivo fue realizar un análisis de literatura científica sobre la gestión de calidad y su relación con el servicio al cliente, de manera que emplearon una metodología de enfoque cualitativa y exploratoria; como resultado obtuvieron que la gestión de calidad ya sea que se enfoque como sistema o estrategia, es indispensable para que las empresas de servicios logren mantener satisfechos a sus clientes, de igual manera hallaron que la relación encontrada juega un papel importante como factor para que una empresa se mantenga competitiva y con presencia en el mercado.

Guerrero (2019), en su investigación que tuvo como objetivo analizar qué relación tienen el sistema de gestión de calidad y el enfoque de calidad orientado a satisfacción del cliente en empresas de Colombia, y como método se basó en un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo relacional teniendo una población y muestra de estudio de 134 empresas y utilizando la técnica de análisis multi grupo y chi cuadrado; como principal resultado obtuvo que el enfoque de calidad orientado a la satisfacción tiene relación con la implantación de un sistema de gestión de calidad, sin embargo esta relación es débil dada la naturaleza de los negocios turísticos.

Cortez y Valientes (2021), en su estudio que tuvo como objetivo proponer una implementación de un sistema de gestión de calidad basada en la norma ISO 9001:2015 para que mejore el servicio al cliente en el área de ejecución de proyectos en una empresa constructora, para lo cual desarrollaron un tipo de investigación no experimental, aplicada y transversal, contaron con una muestra de 33 clientes del área de servicios de ejecución de proyectos; como principal resultado obtuvieron que al tener un cumplimiento de criterios de calidad según la norma ISO, de 51.43% la satisfacción del cliente va en el mismo orden de solo el 68 %, así también encontraron que luego de la implementación del sistema de gestión de calidad con un cumplimiento del 90 % la satisfacción de los clientes subiría en el mismo orden hasta un 90 %.

Por su parte, Cruchaga (2017), proporciona información con su investigación cuyo objetivo fue implementar un sistema de gestión de calidad para mejorar la satisfacción de los clientes de una empresa en la ciudad de Trujillo; para ello empleó un estudio de diseño pre experimental, teniendo como muestras que equivalen a la población a los colaboradores de la empresa y a los clientes de la misma a quienes se les aplicó una pre y post prueba, para ello utilizó como instrumentos la guía de entrevista, lista de verificación y cuestionarios; como principal resultado obtuvo que luego de la implementación del sistema de gestión

calidad la satisfacción de los cliente fue de un 84.58% a comparación de la satisfacción inicial de 57.14 % que estaba relacionada con un cumplimiento del sistema de gestión de calidad inicial de 32.6 %

A continuación, se presentan definiciones conceptuales que tienen como finalidad proporcionar una información más ampliada y específica sobre las variables estudiadas.

En tanto a la calidad Juran (como se citó por Lozano, 2013), manifiesta a la calidad como característica de un producto o servicio sea adecuado para su uso; así también indica que la calidad consiste en la ausencia de deficiencias en aquellas características que satisfacen al cliente.

De acuerdo con Gryna, Chua y DeFeo (2016), sostienen que la calidad presenta diversas acepciones, sin embargo, se pueden resumir como la satisfacción y lealtad del cliente, dado que es el resultado final que comparten los distintos enfoques o dimensiones de la calidad de acuerdo desde que tópico o área se esté evaluando.

Cuatrecasas (2012), aporta que la calidad puede definirse como el conjunto de características que posee un producto o servicio obtenido en un sistema productivo, así como la capacidad de satisfacción de los requerimientos de los usuarios. Además, la calidad significa entregar productos y servicios funcionalmente correctos, desde el comienzo y como condición normal, pero además no puede eludir otras nuevas exigencias, que están marcando la tendencia en la gestión de la calidad, como son las siguientes exigencias: ajustarse a las necesidades y requerimientos de los consumidores, toda la organización comprometida con la calidad que el mercado exige, minimización de costos y tiempo de entrega del producto o servicio.

De acuerdo con las definiciones conceptuales expuestas, en un contexto empresarial es adecuado entender a la calidad enmarcada en un sistema de gestión de manera que se

tenga un marco de referencia acotado sobre el cual dimensionar la gestión de la calidad y medirla de forma más precisa.

En tal sentido ESAN (2018), define a un sistema de gestión de calidad como un proceso formal que es utilizado para la revisión de las operaciones, productos y servicios de una empresa, cuyo objetivo es identificar áreas o proceso que puedan requerir mejoras de calidad y es necesario que abarque todas las áreas de actividad de la empresa y es aplicable independientemente de las dimensiones o rubro cualquier organización.

En relación con el sistema de gestión de calidad, una de sus principales dimensiones es la planificación, la cual de acuerdo con Doria et al. (2019), tiene como fin determinar objetivos, analizar los antecedentes, así como la situación actual del sistema de gestión con el fin de optimizar los recursos para conseguir los resultados esperados.

De igual manera en tanto a la gestión operativa son las actividades que se desarrollan en el marco del sistema de gestión que tiene que ver desde el planeamiento, ejecución y seguimiento de a las tareas u operaciones propias de la empresa con objetivo de mejorar el desempeño de los procesos internos y cumplir con los parámetros establecido de manera que se logren mejoras (Ghiglione, 2020)

Sobre la mejora continua, de acuerdo con Ortiz (2017), sostiene que hace referencia directa el “Ciclo de Deming” es un ciclo elaborado para ayudar a mejorar un proceso o actividad; se desarrolló en el marco de la filosofía *lean Manufacturing* y se ha extendido a servicios utilizándose como una guía para identificar problemas, sus causas y soluciones además de mantener los estándares. Su aplicación se da en cuatro etapas: planear, hacer, verificar y actuar.

En este punto es necesario abordar a la satisfacción del cliente como concepto que es clave y tal como se ha expuesto es el fin que persigue la gestión y el sistema de calidad de una empresa; es así que de acuerdo con Rodríguez (2021), indica que como base la

satisfacción es un término que denota que se ha podido saciar una necesidad o un requerimiento de manera adecuada, de manera que el individuo tenía una percepción distinta previa y posterior al consumo de un producto o servicio; la satisfacción del cliente se consigue cuando una organización empresarial procesa productos o servicios de calidad, que cumplan o superen las expectativas del cliente en un nivel integral.

Según Moreno (2019), puntualiza que la satisfacción del cliente es el fin de los sistemas de la calidad, para lo cual se debe disponer de un sistema de retroalimentación apropiado que asegure el cumplimiento de los requisitos para conseguir los objetivos y metas empresariales.

Una de las principales dimensiones de la satisfacción del cliente es la expectativa, la cual se entiende como lo que espera el cliente del servicio o producto basado en experiencias previas relacionadas con estos, puede incluir al servicio o producto como tal, es decir su funcionalidad o características relacionadas como el canal de atención, precio o contexto. (Espinoza, 2018)

Con respecto a la transparencia Romani et al (2018), manifiesta que es una característica básica de valor en la satisfacción del cliente dado que se basa en indicar explícitamente toda la información y alcance sobre el servicio o producto que se le esté brindando al cliente.

En el mismo sentido de acuerdo con Terranova y Bravo (2017), indican que la atención al cliente es igual de importante en su satisfacción dado que por naturaleza los clientes buscan y perciben como valor suficiente estar cómodos al momento de adquirir un producto o contratar un servicio, lo cual se extiende a todo el proceso que implique la relación cliente y empresa.

La empresa DAS SOLUCIONES S.A.C. forma parte del grupo Digetel Group cuyas empresas que lo conforman se dedican al rubro de las telecomunicaciones (tecnología,

infraestructura y servicios). DAS SOLUCIONES S.A.C se dedica a la venta e instalación, post venta y soporte al cliente relacionado con líneas de telefonía móvil; vienen realizando sus operaciones desde hace 14 años, actualmente cuentan con 110 empleados repartidos en el norte y centro del Perú.

Actualmente la empresa busca mantener y consolidar su presencia en el mercado como principal empresa *outsourcing* de los servicios mencionados; para ello además de conseguir contratos y mantener una adecuada sinergia con las demás empresas del grupo con respecto al negocio en general, desde el 2021 viene haciendo esfuerzos para gestionar a la calidad de sus servicios al ser un factor crítico al momento de mantener una adecuada satisfacción de los clientes a su cargo. De esta manera surge la necesidad de evaluar la relación de su gestión de calidad entendida desde el marco de un sistema y la satisfacción de sus clientes de manera que se tenga información precisa para continuar con los esfuerzos de mejora en la calidad o reforzar otros aspectos de la organización.

El presente estudio se justifica toda vez que da a conocer la relevancia de la gestión de la calidad en el marco de un sistema y su correlación con la satisfacción de un cliente, la cual es un factor crucial para las empresas de hoy en día el cual se debe conocer y manejar con el fin de que mejore continuamente.

En cuanto a la justificación teórica de la investigación, podemos apoyar el abordaje teórico de las variables examinadas a partir de la extensa literatura de los autores que se especializan en el tema, argumentando en cuanto al tratamiento de cada variable y profundizando la teoría en el ámbito de la administración y los negocios internacionales.

Así también la investigación se justifica en términos de metodológica toda vez que presenta una configuración de tipo correlacional; y precisamente por este aspecto metodológico, puede convertirse en un prototipo para futuros trabajos de investigación, en esta línea trabajaremos con la construcción de herramientas para la recolección de datos



sobre las variables.

## **1.2. Formulación del problema**

¿Cuál es la relación que existe entre el sistema de gestión de calidad y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022?

## **1.3. Objetivo general**

Determinar la relación que existe entre el sistema de gestión de calidad y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022

### **Objetivos específicos**

Determinar qué relación existe entre la planificación y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022

Determinar qué relación existe entre la gestión operativa y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022

Determinar qué relación existe entre la mejora continua y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022

Determinar si las expectativas se relacionan con el SGC en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022

Determinar si la transparencia se relaciona con el SGC en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022

Determinar si la atención se relaciona con el SGC en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022

Determinar si la atención se relaciona con el SGC en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022

Determinar el grado de correlación entre el sistema de gestión de la calidad y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022

## 1.4. Hipótesis

**H1:** Existe relación entre el sistema de gestión de calidad y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022

**H0:** No existe relación entre el sistema de gestión de calidad y la satisfacción Del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022

### **Hipótesis específicas**

Existe relación entre la planificación y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022

Existe relación entre la gestión operativa y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022

Existe relación entre la mejora continua y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022

Existe relación entre expectativas se relacionan con el SGC en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022

Existe relación entre la transparencia y el SGC en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022

Existe relación entre la atención y el SGC en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022

Existe un grado de correlación alto entre el sistema de gestión de la calidad y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022

## CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

La presente investigación es de tipo aplicada, dado que se tiene como objetivo la resolución del problema y planteamiento correspondiente a las variables de estudio basándose en la consolidación de conocimiento e información para aplicar al objetivo del estudio

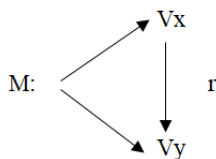
Se considera una investigación con enfoque cuantitativo dado que se miden las variables y a través de hipótesis de correlación se logra estimar la asociación de variables. De igual manera la investigación cuantitativa emplea procesos estandarizados que se representan de manera numérica, estudiados por métodos estadísticos.

Así también, la investigación es de nivel descriptivo y diseño correlacional. Ya que esta investigación tiene como objetivo principal describir con un aumento de exactitud y fiabilidad contextos, realidades. También, intenta describir las propiedades, características de las personas, procedimientos, fenómenos diversos sometidos a un análisis, así como las relaciones entre dos o más categorías, variables en un tiempo determinado.

### Diseño de contrastación:

M: Muestra,  $V_x$ : Sistema de gestión de calidad,  $V_y$ : Satisfacción del cliente; R:

Relación



La población de la presente investigación estuvo conformada por los clientes de la empresa DAS SOLUCIONES SAC que en promedio son personas entre varones y mujeres de 18 a 35 años que registraron llamadas en el último año (de enero a 2021 a marzo 2022) el total fue de 2400 clientes, promedio mensual de 200 clientes con llamadas registradas, la información fue revisada en la base de datos de contacto de la empresa.

Dado el tamaño de la población la muestra se calculó de manera probabilística mediante la aplicación de la fórmula de cálculo de tamaño de muestra para poblaciones finitas. La selección de la muestra fue de manera aleatoria y tuvo como criterios: clientes de hasta 1 año de antigüedad que han sido contactados a lo largo del año por lo menos 3 veces.

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

Donde:

N: Tamaño de la población finita; n: Tamaño de muestra; p: probabilidad de que ocurra el evento estudiado (50%) q: probabilidad de que no ocurra el evento estudiado ( $q = 1 - p$ ); z: parámetro de nivel de confianza (95%,  $z=1.96$ ); e: margen de error (5%)

Desarrollo: muestra obtenida, 332 clientes a ser encuestados.

$$n = \frac{2400 \times 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}{(2400 - 1) \times 0.050^2 + 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}; n \approx 332$$

#### Técnicas e instrumentos utilizados

En la presente investigación se utilizó como técnica la entrevista, dado que esta técnica permite recopilar de forma sistemática, datos relevantes relacionados a cierto tema de una población respectiva, a través de contactos directos o indirectos con los individuos o conjunto de individuos que conforman la población o muestra estudiada. En este sentido, se aplicó una entrevista a la muestra de 332 clientes de la empresa DAS SOLUCIONES.

Para el fin mencionado se utilizó como instrumento, el cuestionario virtual aplicado a través de la plataforma SurveyMonkey. El cuestionario está conformado de un total de 24 preguntas, 12 preguntas por cada variable, las preguntas son de tipo cerradas orientas a tener información precisa y acotada con opciones de respuesta basadas en la escala ordinal de Likert (valor cuantitativo de escala de 1 a 5)

### Validez del instrumento

En tanto a la validez del instrumento, fue validado mediante el juicio de tres expertos profesionales; es decir, que fue analizado y evaluado por dichos profesionales para su desaprobación o aprobación de éste. La validación del juicio de expertos fue medida en preguntas cerradas de aprobación (sí) o desaprobación (no) de acuerdo con criterios predefinidos. Así mismo, se tuvo en cuenta sus observaciones, con ello los expertos dieron visto bueno con su firma. Los resultados se muestran en la tabla a continuación. (Ver detalle en el Anexo 3)

**Tabla 1**

*Validación del instrumento*

Nº	Experto	Especialidad	Calificación instrumento
1	Mg. Alan Enrique García Gutti	Economía	Aplicable
2	Mg. Oscar Vilela Seminario	Contabilidad	Aplicable
3	Mg. Daniel Valdivia Hudson	Administración	Aplicable

*Nota.* Elaboración propia

### Confiabilidad del instrumento

La prueba de confiabilidad se realizó a través del coeficiente Alpha de Cronbach, antes de ser ejecutado a la respectiva muestra, de esa manera se garantizó que los resultados sean confiables y seguros. Se obtuvo un coeficiente de 0.717, calificado como muy bueno en el rango de confiabilidad. (Ver Anexo 1)

### Procedimiento de recolección de datos

Como primer paso, se realizó la búsqueda y método de aplicación del cuestionario de donde se eligió la plataforma SurveyMonkey dado que por el contexto de emergencia sanitaria vigente es prudente continuar utilizando encuestas virtuales; por otra parte, la plataforma elegida cumple con los criterios de seguridad y confianza ya que es utilizada por

instituciones y empresas a nivel mundial, así también proporciona herramientas de consolidación de respuestas que ayudaron al procesamiento de datos.

Como segundo paso, para recopilar información, se creó el enlace hacia la encuesta y se envió a través de un correo electrónico masivo de la empresa habiendo elegido de manera aleatoria a los 332 clientes, para reforzar la respuesta de los clientes se enviaron mensajes de texto con el fin de presentar el enlace como confiable y solicitar que sea contestado.

Como tercer paso, se monitoreo los resultados consolidados en la plataforma web y una vez se concluyeron con las 332 respuesta, se realizó una primera verificación para revisar si no había errores ya sea con las respuestas o errores técnicos (encuestas vacías o valores fuera de rango,), posteriormente se descargó la base de datos de las respuestas para continuar con su proceso. Finalmente, con la base de datos descargada en formato Excel se procedió a crear una hoja de cálculo del mismo software para el análisis de estadística descriptiva y una copia para que sea procesada en el software SPSS que permite un mejor análisis de estadística inferencial.

#### Procedimiento de tratamiento y análisis de datos

Como primer punto para realizar el análisis de la data que se obtuvo referente a las variables de la presente investigación, para ello se cuantificaron los resultados recogidos del instrumento que representa las percepciones de los clientes.

En tanto al análisis descriptivo se utilizó debido a que este análisis es adecuado para ordenar y representar gráficamente los datos recogidos de manera de que puedan ser analizados haciendo uso de gráficos, tablas de frecuencia y representaciones de medidas de tendencia central. Para dicho fin se utilizaron las herramientas del software Microsoft Excel. Por otra parte, el análisis de estadística inferencial se utilizó con el fin deducir o inferir las propiedades y conclusiones de la data recolectada que a su vez es la muestra representativa

de la población de este estudio, mediante estas técnicas estadísticas se busca también la validación total del instrumento mediante el estadístico alfa de Cronbach. Sin embargo el fin principal es llevar a cabo la prueba de hipótesis que darán respuesta a los objetivos del estudio, dado que median su procedimiento se busca tomar la decisión si aceptar o rechazar las hipótesis planteadas, ya que de acuerdo con Cazares (2013) sostiene que una prueba de hipótesis es fundamental para evaluar dos posturas que se excluyen mutuamente sobre una población y con ello determinar cuál es mejor admitida por los datos de la muestra tomada; para ello se deben plantear las hipótesis alternativa como la afirmación que se aceptará si los datos muestrales proporcionan amplia evidencia que la hipótesis nula es rechazada.

#### Consideraciones éticas

**Confidencialidad:** Todas las informaciones Todos los datos recopilados serán utilizados de manera reservada a fin de alcanzar los objetivos del presente estudio, no se va a exponer la información a terceros ajenos a la investigación.

**Veracidad de las informaciones y datos:** los datos empleados son verdaderos, y corresponden a la problemática estudiada, los datos recopilados van a ser presentados tal cual corresponden, sin alterarlos.

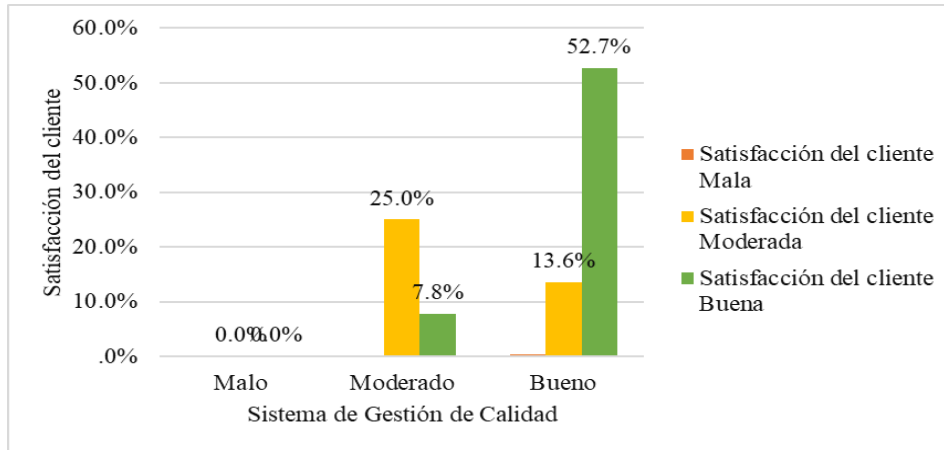
**En relación con la propiedad intelectual:** los conceptos y pensamientos utilizados para el sustento del presente estudio serán apropiadamente referenciados, señalando al autor o autores, se respetará la propiedad intelectual de los autores.

### CAPÍTULO III: RESULTADOS

**Con respecto al Objetivo General: Determinar la relación que existe entre el sistema de gestión de calidad y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022**

**Figura 1.**

*Histograma del cruce de variables sistema de gestión de calidad y Satisfacción del cliente*



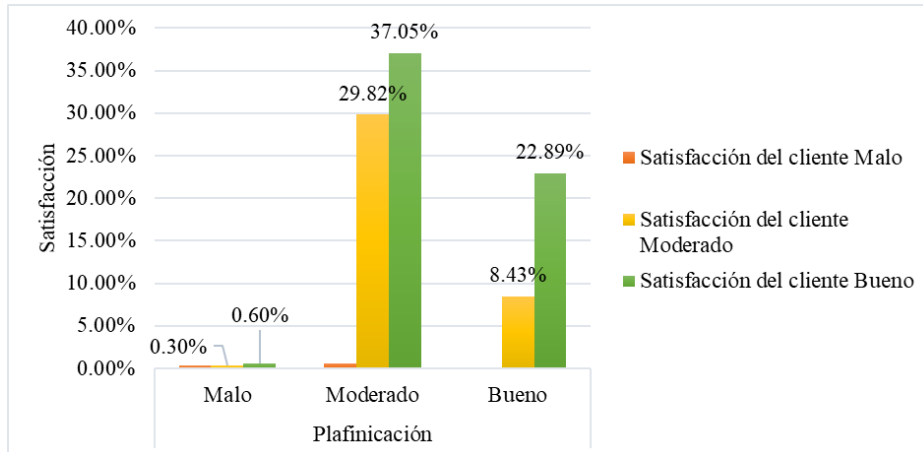
De acuerdo con la Figura 1 se aprecia que en tanto a la relación entre las variables Sistema de gestión de calidad y Satisfacción del cliente del total de los 332 encuestados el 52.70 % indica que la relación entre variables en mención es de nivel Bueno; el 25.00 % manifestó que la relación mencionada es de nivel Moderado.



**Con respecto al OE1: Determinar qué relación existe entre la planificación y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES, Trujillo 2022**

**Figura 2**

*Histograma del cruce de la dimensión planificación y la variable satisfacción del cliente*

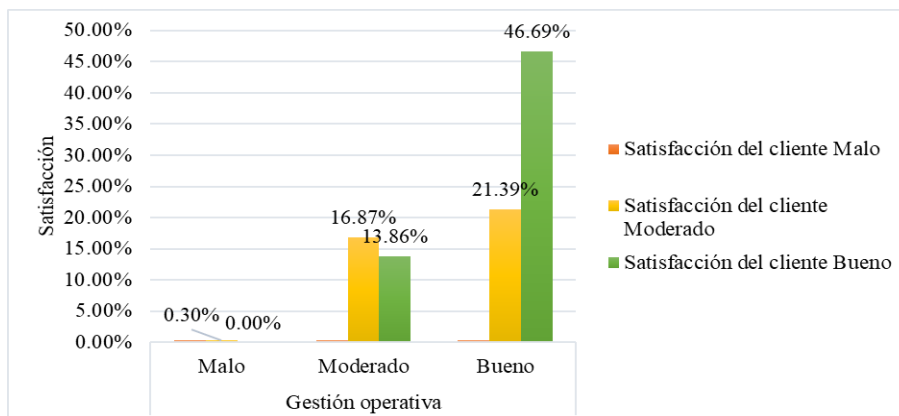


De acuerdo con la Figura 2 se aprecia que en tanto a la relación entre la planificación y la satisfacción del cliente se resalta que del total de los 332 encuestados el 22.89 % indica que es de nivel Bueno; el 29.82 % manifestó que la relación en mención es de nivel Moderado y el 0.60% indicó que la relación entre la planificación y la satisfacción del cliente es mala.

**Con respecto al OE2: Determinar qué relación existe entre la gestión operativa y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022**

**Figura 3**

*Histograma del cruce de la gestión operativa y la Satisfacción del cliente*

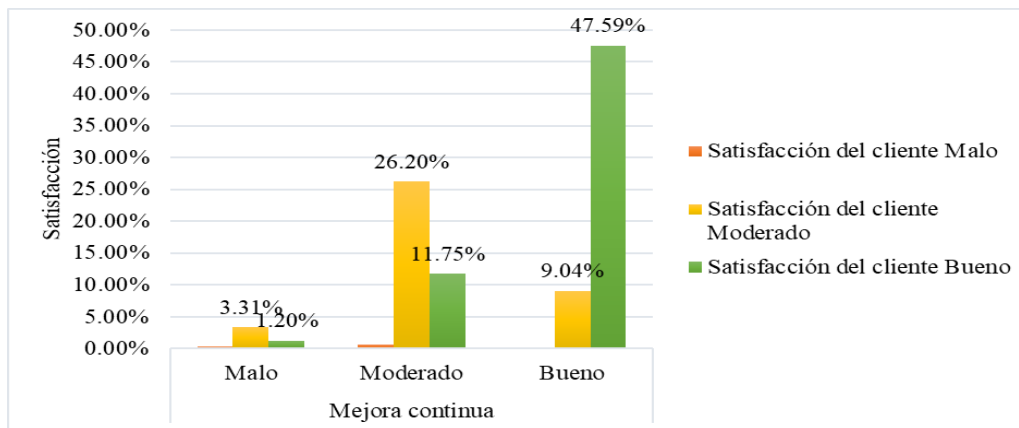


De acuerdo con la Figura 3 se aprecia que en tanto a la relación entre la gestión operativa y la Satisfacción del cliente se resalta que del total de los 332 encuestados el 46.69% indica que es de nivel Bueno; el 21.39 % manifestó que la relación en mención es de nivel Moderado y ninguno de los encuestados indicó que la relación entre la gestión operativa y la satisfacción del cliente es mala.

**Con respecto al OE3: Determinar qué relación existe entre la mejora continua y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022**

**Figura 4**

*Histograma del cruce de la mejora continua y Satisfacción del cliente*

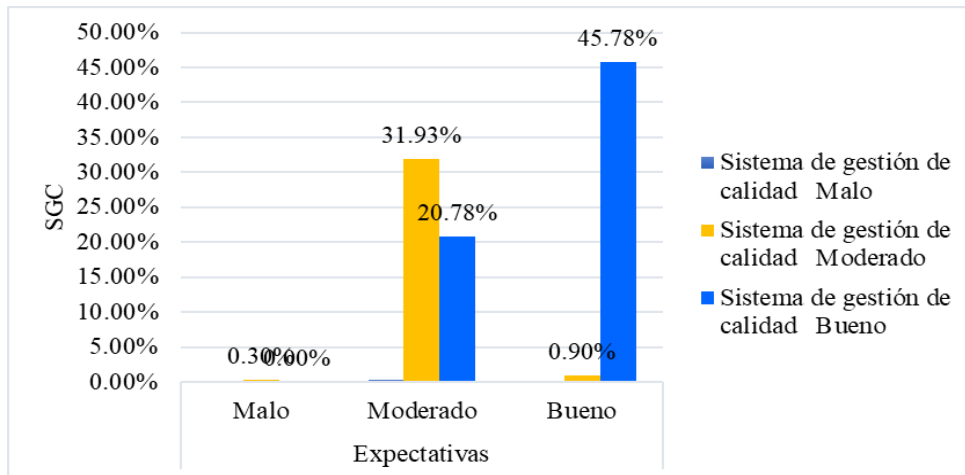


De acuerdo con la Figura 4 se aprecia que en tanto a la relación entre la mejora continua y la Satisfacción del cliente se resalta que del total de los 332 encuestados el 47.59% indica que es de nivel Bueno; el 26.20 % manifestó que la relación en mención es de nivel Moderado y el 3.31% indicó que a pesar de que la mejora continua sea de mala, la satisfacción es moderada.

**Con respecto al OE4: Determinar si las expectativas se relacionan con el SGC en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022**

**Figura 5**

*Relación entre las expectativas y el SGC*

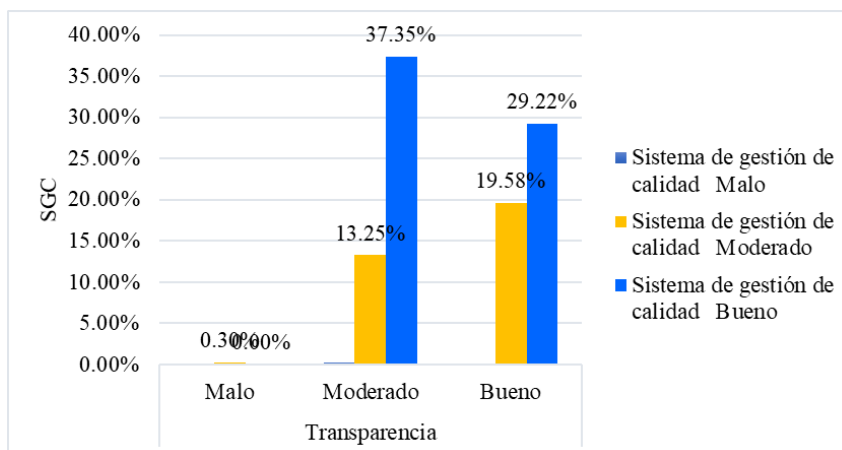


De acuerdo con la Figura 5 se aprecia que en tanto a la relación entre las expectativas y el SGC que del 100% de los encuestados el 45.78% indica que es de nivel Bueno; el 31.93% indica también que dicha relación es de nivel moderada.

**Con respecto al OE5: Determinar si la transparencia se relaciona con el SGC en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022**

**Figura 6**

*Relación entre la transparencia y el SGC*

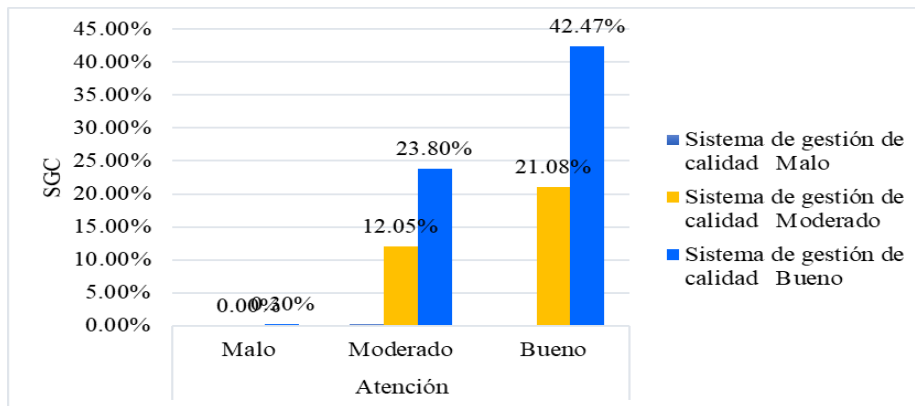


De acuerdo con la Figura 6 se aprecia que en tanto a la relación entre la transparencia y el SGC que del 100% de los encuestados el 29.22% indica que es de nivel Bueno; el 37.35% indica también que dicha relación es de nivel moderada.

**Con respecto al OE6: Determinar si la atención se relaciona con el SGC en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022**

**Figura 7**

*Relación entre la atención y el SGC*



De acuerdo con la Figura 7 se aprecia que en tanto a la relación entre la transparencia y el SGC que del total de los 332 encuestados el 42.47% indica que es de nivel Bueno; el 23.80% indica también que dicha relación es de nivel moderada.

**Con respecto al OE7: Determinar el grado de correlación entre el sistema de gestión de la calidad y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022**

**Tabla 2**

*Prueba de hipótesis para determinar correlación*

			<b>Sistema de Gestión de Calidad</b>	<b>Satisfacción del cliente</b>
Rho de Spearman	Sistema de gestión de calidad	Coeficiente de correlación	1.000	,761**
		Sig. (bilateral)		.000
		N	332	332
	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,761**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	
		N	332	332

*Nota.* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral), se aplicó la prueba de hipótesis con el estadístico *Rho de Spearman*. Dado que la Sig. P es menor a 0.05 (0.000) se rechaza la hipótesis nula pudiéndose afirmar que existe correlación entre las variables analizadas.

Según la tabla 2, se encontró que el grado de correlación entre el sistema de gestión de calidad y la satisfacción del cliente es significativa alcanzando un nivel de 0.761. De esta manera se puede afirmar que existe correlación positiva además de buena (mayor a 0.7 y menor que 0.9) entre las variables estudiadas, siendo directamente proporcional lo que significa a su vez que mientras mayor sea el nivel del SGC, mayor será el impacto en la satisfacción del cliente de la empresa DAS SOLUCIONES SAC.

## CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### Discusión

Con respecto al objetivo general: Determinar la relación que existe entre el sistema de gestión de calidad y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022. Los resultados obtenidos en la presente investigación a través de procesar la información recopilada mediante la técnica de la entrevistas y el instrumento del cuestionario, se logró determinar que el SGC de la empresa tiene relación con la satisfacción de los clientes, debido a que la calidad en cualquier servicio es lo primero que un cliente percibe y evalúa; el resultado en mención es contrastable con los hallazgos de Guerrero (2019) quien en su investigación tuvo como objetivo analizar la relación entre un SGC y la satisfacción de los clientes de una empresa de servicios, hace énfasis en que el servicio en sí mismo debe ser eficiente y cumplir con lo que ofrece.

Con respecto a los objetivos específicos: Determinar qué relación existe entre la Planificación, la gestión operativa y la mejora continua y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022, se encontró que existe una relación directa entre las dimensiones de planificación, gestión operativa y mejora continua del SGC con la satisfacción del cliente, los aportes de Cruchaga (2017) coinciden con dicha relación dado que dichas dimensiones son los pilares del SGC que aseguren la estandarización, eficiencia y eficacia de los servicios ofrecidos de manera que cumplan con lo que el cliente requiere aumentando así su satisfacción percibida.

Con respecto a los objetivos específicos: Determinar si las expectativas, transparencias y atención se relacionan con el SGC en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022, se encontró que las dimensiones expectativas, transparencia y atención se relacionan con el SGC dado que las características de éste impactan directamente en la satisfacción de cliente, lo anterior se corresponde con los resultados de Cortez y Valiente

(2021) quienes en su diseño e implementación de un SGC encontraron que al tener procesos documentados, estandarizados y eficientes la satisfacción del cliente se incrementa en el mismo grado que se cumplan dichos pilares del SGC.

Como principales limitaciones en la investigación se tuvo la desconfianza de los clientes para llenar la encuesta dados los casos de fraudes digitales, sin embargo, se confirmaba por medios formales de la empresa para que los clientes puedan contestarla sin problemas.

En tanto a los aportes e implicancias de la investigación se hace mención a los métodos y uso de los instrumentos como guía para investigaciones posteriores, así mismo se deja el antecedente que relaciona las variables de estudio aplicables a empresas del mismo sector, lo que a su vez deja como implicaciones prácticas tales como servir como evidencia para reforzar el sistema de gestión de calidad en las variables que hayan sido menor calificadas y fortalecer aquellas que tengan mayor relación con la satisfacción de los clientes.

## **Conclusiones**

Se logró determinar que existe relación directa y positiva entre el sistema de gestión de calidad y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022. Dado que una adecuada planificación, gestión operativa y la mejora continua se relacionan con las expectativas, el nivel de transparencia y atención que perciben los clientes como satisfactorios en su experiencia con la atención de la empresa.

Se determinó que existe relación entre la planificación y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022. Toda vez que la estandarización y los procesos adecuados en la atención forman parte importante de lo que los clientes consideran como satisfactorios cuando se contactan con la empresa.

Se determinó que existe relación entre la gestión operativa y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022. Dado que un personal

capacitado, un adecuado tiempo de atención y los canales de comunicación disponibles impactan en la satisfacción de los clientes cuando se contactan con la empresa.

Se determinó que existe relación entre la mejora continua y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022. Dado que los clientes en su contacto con la empresa consideran satisfactorio que se escuchen y atiendan sus reclamos.

Se determinó que las expectativas se relacionan con el SGC en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022. Toda vez que los clientes tienen criterios que esperan sobre la respuesta y atención de la empresa que se sustenta en la planificación, operación y mejora continua.

Se determinó que la transparencia se relaciona con el SGC en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022. Dado que el SGC dispone de las herramientas necesarias para que toda la información se transmita de manera correcta y no haya desviaciones que afecten la satisfacción del cliente en este aspecto.

Se determinó que la atención se relaciona con el SGC en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022. Toda vez que el SGC asegura mediante su planificación, operatividad y mejora continua que la atención sea valorada y se pueda recomendar por los clientes que la empresa atiende.

Se estableció que el nivel de correlación es alta y positiva ( $\rho$  de spearman = 0.716) entre el sistema de gestión de la calidad con satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022. De manera que se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula planteada.



## REFERENCIAS

- Bojórquez Molina, J. A., López Aranda, L., Hernández Flores, M. E., & Jiménez López, E. (2018). Utilización del alfa de Cronbach para validar la confiabilidad de un instrumento. Cancún: Universidad Tecnológica del Sur de Sonora.
- Córdova, C. (2021). IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD ISO 9001:2015 Y LA PRODUCTIVIDAD EN LA PANIFICADORA MAZO, VÉGUETA - 2018 [Tesis].  
<https://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/20.500.14067/4715>
- Cortez, M. y Valiente, W. (2021). Diseño de implementación del sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001:2015 para mejorar la satisfacción del cliente en la empresa Constructores Minero Andes S. R. L.? [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte.  
<https://hdl.handle.net/11537/29747>
- Cruchaga, M. (2017). Implementación de un sistema de gestión de calidad para mejorar la satisfacción de los clientes de la empresa P&M Support – Trujillo, 2016. Cientifi-K, 5(1), 27–35. <https://revistas.ucv.edu.pe/index.php/cientifi-k/article/view/1276>
- Cuatrecasas, L. (2010). Gestión Integral de la Calidad: Implantación, control y certificación. Madrid. España: Profit editorial. [Versión electrónica], Recuperado de [https://books.google.com.pe/books?id=uoaaxj6zxZsC&dq=sistema+de+gestion+de+calidad+luis+cuatrecasas&hl=es&source=gbs\\_navlinks\\_](https://books.google.com.pe/books?id=uoaaxj6zxZsC&dq=sistema+de+gestion+de+calidad+luis+cuatrecasas&hl=es&source=gbs_navlinks_)
- Doria, A., López, L., Bonilla, M., y Parra, G. (2019). Metodología para la implementación de la gestión de riesgo en un sistema de gestión de calidad. SIGNOS - Investigación En Sistemas de Gestión, 12(1), 123–135.  
<https://doi.org/10.15332/24631140.5424>

- Duque, M., Mena, A., & Tuapanta, J. (2017). ALFA DE CRONBACH PARA VALIDAR UN CUESTIONARIO DE USO DE TIC EN DOCENTES UNIVERSITARIOS. MKT DESCUBRE, 10(SSN - 1390 - 7352 IEPI Título N° 3232 - 12), 37–48.
- ESAN. (2018). ¿Por qué implementar un sistema de gestión de calidad en tu empresa? | Conexión ESAN. Esan.edu.pe. <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/por-que-implementar-un-sistema-de-gestion-de-calidad-en-tu-empresa>
- Espinoza, C. (2018). Satisfacción del cliente externo sobre la calidad de atención en la escuela académico profesional de Turismo y Negocios de la Universidad Señor de Sipan – Pimentel. UCV HACER, 7(3).  
<https://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/301/301>
- Ghiglione, F. A. (2020). El Cuadro de Mando Integral como Herramienta de Eficiencia en la Gestión Empresarial. Ciencias Administrativas, 18, 088.  
<https://doi.org/10.24215/23143738e088>
- Gryna, F., Chua, R. & DeFeo, J. (2007). Método Juran: Análisis y planeación de la calidad. México: McGraw-Hill.
- Guerrero, D. (2019). Implantación de un sistema de gestión de calidad en las empresas del sector turístico de Colombia. Podium Sport, Leisure and Tourism Review, 8(2), 241–252. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7518503>
- Herrera, N. (2019). Influencia del marketing digital en la rentabilidad económica de MYPES de lima norte en el segmento de fabricación y comercialización de muebles de madera. <https://repositorio.usil.edu.pe/items/1c1f179e-168a-4f20-a311-37225234e252>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Technology for Humanity (1st ed.). Wiley. (Original work published 2021)

- Liveworkstudio. (2021). Atención y servicio centrada en el cliente. Liveworkstudio;
- Marzia Arico. [https://assets.liveworkstudio.com/app/assets/customer-centricity-by-design\\_whitepaper-livework-studio-1.pdf](https://assets.liveworkstudio.com/app/assets/customer-centricity-by-design_whitepaper-livework-studio-1.pdf)
- Lizano, E., & Villegas, A. (2019). La satisfacción del cliente como indicador de calidad. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/628122/LizanoFE.pdf?sequence=3>
- Lozano, L. (2013). ¿Qué es calidad total? Revista Médica Herediana, 9(1), 28.
- <https://doi.org/10.20453/rmh.v9i1.566>
- Moreno, E. (2020). Calidad del servicio de internet y satisfacción del cliente. Industrial Data, 22(2), 105–116. <https://doi.org/10.15381/idata.v22i2.17392>
- Ojeda, S. (2021). Importancia de la satisfacción del cliente en países latinoamericanos. Business LATAM. <https://www.beetrack.com/es/prensa/importancia-de-la-satisfacci%C3%B3n-del-cliente-en-pa%C3%ADses-latinoamericanos>
- Ortiz, J. (2022). Modelo de gestión para la aplicación de herramientas Lean Manufacturing para la mejora de la productividad en una empresa de confección de ropa anti flama de Lima – Perú [Tesis de grado. Universidad Nacional Mayor de San Marcos].
- Peña, G., & Castro, M. (2020). Modelo de gestión del conocimiento para pymes, basado en el sistema de gestión de la calidad y la gestión documental. SIGNOS-Investigación En Sistemas de Gestión, 12(2), 127–147.
- <https://www.redalyc.org/journal/5604/560467941009/>
- Pozo, J. (2020, febrero 14). Satisfacción del cliente. ¿Qué es y cómo medirla? El Viaje Del Cliente. <https://elviajedelcliente.com/satisfaccion-del-cliente/>
- Price Waterhouse Coopers. (2021). ¿Cómo eliminar la brecha entre las expectativas y experiencias de tu consumidor? Desafíos PwC. <https://desafios.pwc.pe/eliminar-la->

brecha-las-expectativas-experiencias-consumidor/

Rodríguez, W. (2021). UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTÍN DE  
AREQUIPA.

[http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12773/13838/UProquwj.pdf?  
sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12773/13838/UProquwj.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Romaní, B. et Al (2019). Customer Satisfaction with Food and Beverage Services in  
Hotels of Destination Cuba. *Revista Rosa Dos Ventos - Turismo E Hospitalidade*,  
11(1), 103–117. <https://www.redalyc.org/journal/4735/473559029008/>

Rosales, E., y Guadarrama, E. (2015). Marketing relacional: valor, satisfacción, lealtad y  
retención del cliente. *Análisis y reflexión teórica. Ciencia Y Sociedad*, 40(2), 307–  
340. Redalyc. <https://www.redalyc.org/pdf/870/87041161004.pdf>

Silva et Al. (2018). Calidad en el servicio como herramienta de planificación en las  
empresas del sector terciario. *administración Y Ventas*, XXV (2).  
<https://www.redalyc.org/journal/280/28059953007/html/>

Terranova, J., & Bravo, A. (2018). Satisfacción del cliente mediante la medición para  
mejorar el turismo en los hoteles del Cantón General Villamil Playas Provincia del  
Guayas. *Journal of Business and Entrepreneurial Studies*, 2(2).  
<https://www.redalyc.org/journal/5736/573668149004/>

Vásquez, N. (2020). Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas  
empresas del sector servicio, rubro parrillas en la zona céntrica del distrito  
Chimbote, 2018. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Zavala, F., & Vélez, E. (2020). La gestión de la calidad y el servicio al cliente como factor  
de competitividad en las empresas de servicios - Ecuador. *Dominio de Las  
Ciencias*, 6(3), 264–281. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7539687>

## ANEXOS

### Anexo N°1: Cálculo del coeficiente alfa de Cronbach

**Tabla 3**

*Estadístico de fiabilidad*

<b>Alfa de Cronbach</b>		
<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>basada en los</b>	<b>N de elementos</b>
<b>elementos tipificados</b>		
,717	,717	24

*Nota.* Para hallar el coeficiente se utilizó el software SPSS

**Tabla 4**

*Coefficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach*

<b>Valor del coeficiente</b>	<b>Nivel de confiabilidad</b>
0 a 0.30	Deficiente
0.30 a 0.50	Regular
0.50 a 0.70	Bueno
0.70 a 0.90	Muy bueno
0.90 a 1.00	Excelente

*Nota.* Para la tabulación de rangos se usó como referencia y adaptación de Duque et al (2017)

## Anexo N°2: Resultados detallados de correlaciones entre dimensiones y variables

### Correlaciones

		Planificación	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Planificación		
		Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,723**
		N	332
	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,723**
		Sig. (bilateral)	1,000
	N	,000	332

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

### Correlaciones

		Gestión operativa	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Gestión operativa		
		Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,701**
		N	332
	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,701**
		Sig. (bilateral)	1,000
	N	,000	332

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

### Correlaciones

		Mejora continua	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Mejora continua		
		Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,505**
		N	332
	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,505**
		Sig. (bilateral)	1,000
	N	,000	332

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

**Correlaciones**

		Expectativas	Sistema de gestión de calidad
Rho de Spearman	Expectativas	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,689**
		N	,000
	Sistema de gestión de calidad	Coeficiente de correlación	332
		Sig. (bilateral)	,689**
		N	,000
		332	332

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

**Correlaciones**

		Transparencia	Sistema de gestión de calidad
Rho de Spearman	Transparencia	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,646**
		N	,008
	Sistema de gestión de calidad	Coeficiente de correlación	332
		Sig. (bilateral)	,646**
		N	,008
		332	332

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

**Correlaciones**

		Atención	Sistema de gestión de calidad
Rho de Spearman	Atención	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,699**
		N	,000
	Sistema de gestión de calidad	Coeficiente de correlación	332
		Sig. (bilateral)	,699**
		N	,000
		332	332

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

### Anexo N°3: Insertar Matriz de Consistencia

ANEXO: MATRIZ DE CONSISTENCIA				
TITULO: Sistema de gestión de calidad y su relación con la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022				
AUTOR (ES): Gonzales Castañeda, Anna Lucia; Pérez Jacobo, Sarina Fernanda				
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES y DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<b>1. Problema General:</b>	<b>1. Objetivo General:</b>	<b>1. Hipótesis General:</b>	<b>V1</b>	<b>1. Tipo de Investigación:</b> Aplicada <b>2. Diseño de Investigación:</b> Transversal <b>3.- Nivel de investigación:</b> Correlacional <b>4. Método de investigación:</b> cuantitativo <b>5. Población:</b> 2400 clientes de la empresa DAS <b>6. Muestra:</b> 332 clientes de la empresa DAS <b>7. Técnicas:</b> Encuesta <b>8. Instrumentos:</b> Cuestionario
¿Cuál es la relación que existe entre el sistema de gestión de calidad y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022?	Determinar la relación que existe entre el sistema de gestión de calidad y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022	H1: Existe correlación entre el sistema de gestión de calidad y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022 Ho: No existe correlación entre el sistema de gestión de calidad y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	
	<b>2. Objetivos Específicos</b>	<b>2. Hipótesis Específicas (opcional):</b>	<b>V2</b>	
	Determinar qué relación existe entre la planificación y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022	Existe relación entre la planificación y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	
	Determinar qué relación existe entre la gestión operativa y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022	Existe relación entre la gestión operativa y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022		
	Determinar qué relación existe entre la mejora continua y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022	Existe relación entre la mejora continua y la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022		
	Determinar si las expectativas se relacionan con el SGC en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022	Existe relación entre expectativas se relacionan con el SGC en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022		
	Determinar si la transparencia se relaciona con el SGC en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022	Existe relación entre la transparencia y el SGC en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022		
	Determinar si la atención se relaciona con el SGC en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022	Existe relación entre la atención y el SGC en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022		
	Establecer la correlación que existe entre el sistema de gestión de la calidad con satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022	Existe un grado de correlación alto entre el sistema de gestión de la calidad con satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022		



### Anexo N°4: Matriz de Operacionalización

ANEXO: MATRIZ DE OPERACIONALIZACION					
TÍTULO: Sistema de gestión de calidad y su relación con la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022					
AUTOR (ES): Gonzales Castañeda, Anna Lucia; Pérez Jacobo, Sarina Fernanda					
VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO DE MEDICION
SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	De acuerdo con Vasquez (2020), La gestión de la calidad es un conjunto de acciones y herramientas que tienen como objetivo evitar posibles errores o desviaciones en el proceso de producción y en los productos o servicios obtenidos a través de él.	Se define como la gestión de la calidad en aspecto tales como: planificación, gestión operativa y mejora continua	Planificación	Estandarización	<b>Instrumento:</b> Cuestionario <b>Escala:</b> Ordinal, tipo Likert. <b>Alternativas de respuesta:</b> Siempre (5) Casi siempre (4) A veces (3) Casi nunca (2) Nunca (1) <b>Niveles:</b> bueno, moderado, alto
				procesos	
			Gestión operativa	Capacitación	
				Tiempo de atención	
			Mejora continua	Canales de atención	
				Gestión de reclamos	
Retroalimentación					
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Según Pozo (2020), la satisfacción del cliente es el grado de cumplimiento de las expectativas de una cliente tras haber adquirido un producto o servicio.	Se define como las expectativas del cliente de acuerdo con la medición de los aspectos: expectativas, transparencia y atención	Expectativas	Punto de vista de los clientes	<b>Instrumento:</b> Cuestionario <b>Escala:</b> Ordinal, tipo Likert. <b>Alternativas de respuesta:</b> Siempre (5) Casi siempre (4) A veces (3) Casi nunca (2) Nunca (1) <b>Niveles:</b> buena, moderada, Alta
				Experiencias previas	
			Transparencia	Grado de veracidad	
				Comprensión de la comunicación	
			Atención	Valoración	
				Recomendación	


### Anexo N°5: Instrumentos de medición de variables

Variable	Sistema de gestión de calidad						
	ítem	Pregunta	Valoración				
			Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
		1	2	3	4	5	
Dimensión	Planificación						
Indicador	Estandarización						
1	La atención que recibe en cada atención mantiene un orden estructurado independiente de la persona quien lo atiende						
2	Toda la documentación y comunicación que recibe mantiene siempre el mismo formato y/o estructura						
Indicador	Procesos						
3	En la atención que recibe puede identificar claramente el inicio, las actividades que realizan y el fin de su solicitud o del servicio que le brindan						
4	En la atención que ha recibido percibe claramente la diferencia entre los tiempos de atención, los requerimientos y las respuestas de acuerdo a la consulta, reclamo o contratación que haya solicitado.						
Dimensión	Gestión operativa						
Indicador	Capacitación						
5	¿Percibe que el personal de atención de la empresa DAS SOLUCIONES está correcta y completamente capacitado?						
Indicador	Tiempo de atención						
6	¿Percibe que el tiempo de atención de la empresa DAS SOLUCIONES es el adecuado?						
Indicador	Canales de atención						
7	Los canales de atención en ventas, reclamos o consultas de la empresa DAS SOLUCIONES están definidos, se conocen y no se usa otros medios adicionales para canalizar los trámites o consultas.						
8	Los canales de atención en ventas, reclamos o consultas están siempre disponibles de acuerdo a los horarios que establece y comunica la empresa DAS SOLUCIONES oportunamente						
Dimensión	Mejora continua						
Indicador	Gestión de reclamos						
9	Hay canales y disposiciones bien definidas y comunicadas por la empresa DAS SOLUCIONES para presentar y consultar sobre los reclamos que se presentan						
10	Los reclamos que he presentado se han atendido y solucionado dentro de las condiciones, plazos establecidos y comunicados por la empresa DAS SOLUCIONES						
Indicador	Retroalimentación						
11	Hay canales y disposiciones bien definidas y comunicadas por la empresa DAS SOLUCIONES para presentar COMENTARIOS Y SUGERENCIAS						
12	He recibido o recibo constantemente solicitudes para CALIFICAR la atención del personal y de la empresa DAS SOLUCIONES						


Variable	Satisfacción del cliente				
Dimensión	Expectativas				
Indicador	Punto de vista de los clientes				
13	Sé que al necesitar atención de parte del personal de la empresa DAS SOLUCIONES esta será buena y eficaz				
14	A cada atención con el personal de la empresa DAS SOLUCIONES percibo que será mejor que la anterior				
Indicador	Experiencias previas				
15	Al comunicarme con empleados de otras empresas del mismo rubro anteriormente he tenido una mala experiencia en la atención				
16	Al momento de comunicarme con los empleados de la empresa DAS SOLUCIONES tenía baja expectativa en la atención, lo cual ha cambiado a la fecha				
Dimensión	Transparencia				
Indicador	Grado de veracidad				
17	No me he visto sorprendido por condiciones o cobros de los cuales no fui informado				
18	Al momento de recibir respuesta por consultas o reclamos me han presentado a detalle la información, datos y evidencias que sustenten dicha respuesta sea favorable o no				
Indicador	Comprensión de la comunicación				
19	Al momento de contratar un servicio a través del personal de DAS SOLUCIONES me han presentado las condiciones comerciales y técnicas de manera clara, precisa y sin dejar lugar a dudas.				
20	Toda información relacionada a contratos o condiciones la he recibido por escrito o por correo electrónico, la misma que se me había explicado adecuadamente				
Dimensión	Atención				
Indicador	Valoración				
21	En términos generales la atención del personal y en sí la empresa DAS SOLUCIONES es adecuada y suficiente				
22	Estoy satisfecho con la calidad de la atención y en general con la empresa DAS SOLUCIONES				
Indicador	Recomendación				
23	Estoy dispuesto a recomendar los servicios y atención de la empresa DAS SOLUCIONES a otras personas				
24	Tengo a la empresa DAS SOLUCIONES y a su personal como referencia en atención al servicio				

## Anexo N°6: Validación de expertos


Experto 1

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS				
<b>Título de la investigación:</b>	Sistema de gestión de calidad y su relación con la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022			
<b>Línea de investigación:</b>	Desarrollo sostenible y gestión empresarial			
<b>El instrumento de medición pertenece a la variable:</b>	SGC y Satisfacción del cliente			
Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.				
Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	x		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	x		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	x		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	x		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	x		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	x		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	x		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	x		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	x		
<b>Sugerencias:</b>				
Nombre completo: Alan Enrique García Gutti DNI: 41559787 Profesión: Economista Grado: Magister		 <hr style="width: 200px; margin: 0 auto;"/> Firma del Experto		

Experto 2

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS				
Título de la Investigación:		Sistema de gestión de calidad y su relación con la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022		
Linea de Investigación:		Desarrollo sostenible y gestión empresarial		
El Instrumento de medición pertenece a la variable:		Satisfacción del cliente		
<p>Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.</p>				
Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	N O	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		
Sugerencias:				
<p>Nombre completo: Oscar Jonathan Vilela Seminario</p> <p>DNI: 42929492</p> <p>Profesión: Contador Público</p> <p>Grado: Maestro en Administración</p>		 Firma del Experto		

Experto 3

<b>VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS</b>				
<b>Título de la investigación:</b>		Sistema de gestión de calidad y su relación con la satisfacción del cliente en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, Trujillo 2022		
<b>Línea de investigación:</b>		Desarrollo sostenible y gestión empresarial		
<b>El instrumento de medición pertenece a la variable:</b>		SGC y Satisfacción del cliente		
Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.				
Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		
<b>Sugerencias:</b>				
Nombre completo: Daniel Valdivia Hudson DNI: 40850707 Profesión: Administrador Grado: Magister		 Firma del Experto		

**Anexo N°7: Carta de autorización**

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

Trujillo, 1 de junio de 2022

Señoritas:

Anna Lucia Gonzales Castañeda

Bachiller en Administración y negocios internacionales

Sarina Fernanda Pérez Jacobo

Bachiller en Administración y negocios internacionales

Sirve la presente para confirmar que se autorizó la realización del trabajo de investigación que lleva por título: "SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA DAS SOLUCIONES SAC, TRUJILLO 2022" en la empresa DAS SOLUCIONES SAC, donde se proporcionó la información, así como facilidades solicitadas, que se consideraron pertinentes para los fines estrictamente ACADEMICOS del trabajo en referencia.

Sin otro particular, cordialmente:



ALEXANDER SOLAR  
GERENTE GENERAL  
DIGETEL SOLUCIONES SAC