

UNIVERSIDAD RICARDO PALMA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA



TESIS

SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD SEGÚN LA NORMA ISO 9001:2015 Y SU

INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA CS

BEAVER S.A.C

PRESENTADO POR EL BACHILLER

LUIS ENRIQUE QUISPE AVENDAÑO

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA

LIMA, PERÚ

2019

Con todo cariño a mi madre y a mi padre,
quienes siempre me brindaron su apoyo
incondicional y representan en mí, grandes
ejemplos de responsabilidad, dedicación y
amor por el trabajo.

Agradecimientos

Mis enormes y sinceros agradecimientos a Walter Quispe y Norma Avendaño, mis padres y principales motores éticos para mi desenvolvimiento académico y profesional.

A todas las personas de mi entorno familiar, amical, académica y laboral; quienes han contribuido en todo sentido y medida a que este trabajo de investigación se haga realidad.

Presentación

Han transcurrido los primeros 20 años del siglo XXI y las tendencias del mercado global exigen nuevos estándares de calidad atribuidos hacia productos, servicios, organizaciones y al capital humano. En el ámbito de la gestión, resulta de suma importancia el manejo de métodos que garanticen en primera instancia el logro de los beneficios esperados, la sostenibilidad de la organización en el tiempo y el uso eficiente de los recursos. Es así que herramientas como los Sistemas de Gestión de la Calidad forman parte de la tendencia global en el que prima el aseguramiento de la calidad y la satisfacción del cliente, en donde la organización deberá cumplir con el principio de Mejora Continua tanto en la planificación, la ejecución y el seguimiento de sus procesos: Planificar, hacer, verificar y actuar; de no ser así, su incumplimiento repercutirá en la pérdida de confianza de sus clientes, influyendo negativamente en su nivel de satisfacción.

La presente investigación nace con la finalidad de estudiar las implicancias de un Sistema de Gestión de Calidad normalizado con el Estándar ISO 9001:2015 en el nivel de satisfacción de los clientes de CS Beaver S.A.C, empresa con amplia trayectoria en el mercado nacional, dedicada a la fabricación y distribución de suministros de izaje dentro de los estándares internacionales de seguridad industrial, cuya misión es el de elevar continuamente el nivel de experiencia del cliente en cada uno de los parámetros de calidad contemplados en la presente tesis.

Índice

Dedicatoria	
Agradecimientos	
Presentación.....	iv
Índice	v
Lista de tablas	x
Lista de figuras	xiii
Resumen	xvi
Abstract.....	xvii
CAPÍTULO I	1
PLANTEAMIENTO DE ESTUDIO	1
1.1 Formulación del problema	11
1.1.1 Problema principal.....	11
1.1.2 Problemas específicos.....	11
1.2 Objetivos, general y específicos	12
1.2.1 Objetivo general.....	12
1.2.2 Objetivos específicos.....	12
1.3 Justificación o importancia del estudio.....	13
1.4 Alcance y limitaciones.....	13
CAPÍTULO II.....	15
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	15
2.1 Antecedentes de la investigación	15
2.1.1 Antecedentes internacionales.....	15
2.1.2 Antecedentes nacionales.....	18
2.2 Bases teórico-científicas	23
2.2.1 Calidad.....	23

2.2.2 Gestión de la calidad.....	24
2.2.3 El Ciclo de la Mejora Continua y los Sistemas de Gestion de Calidad.	27
2.2.4 Enfoque a procesos.	31
2.2.4.1 Definción de proceso.	31
2.2.4.2 Enfoque a procesos en la Norma ISO 9001:2015.	33
2.2.5 El Estándar Internacional ISO 9001:2015.	35
2.2.5.1 La Organización Internacional para la Estandarización.....	35
2.2.5.2 ISO 9001:2015 – Sistemas de Gestión de Calidad, Requisitos.	35
2.2.5.3 Estructura y contenido de la Norma ISO 9001:2015.	36
2.2.6 Satisfacción del cliente.	44
2.2.6.1 Definición según ISO 9000:2015.....	44
2.2.6.2 Medición de la satisfacción del cliente.	45
2.2.6.3 Satisfacción del cliente, confiabilidad y servicio al cliente.	48
2.3 Definición de términos básicos.....	53
CAPÍTULO III	57
HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	57
3.1 Hipótesis y/o supuestos básicos.....	57
3.1.1 Hipótesis general.....	57
3.1.2 Hipótesis específicas.....	57
3.2 Variables o unidades de Análisis	58
3.3 Matriz operacional	59
3.4 Matriz lógica de consistencia.....	62
CAPÍTULO IV	64
MÉTODO.....	64
4.1 Tipo y método de investigación.....	64
4.2 Diseño específico de investigación.....	65

4.3 Población, muestra o participantes	65
4.4 Instrumentos de recogida de datos	67
4.5 Técnicas de procesamiento y análisis de datos	67
4.6 Procedimiento de ejecución del estudio.....	69
CAPÍTULO V	70
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	70
5.1 Datos cuantitativos.....	70
5.1.1 Variable independiente: Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015	70
5.1.2 Dimensión planificar, de la variable Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015	74
5.1.3 Dimensión hacer, de la variable Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015	77
5.1.4 Dimensión verificar, de la variable Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015	81
5.1.5 Dimensión actuar, de la variable Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015	83
5.1.6 Variable dependiente: Satisfacción del cliente	85
5.1.7 Indicador nivel de conformidad asociado a la calidad de las actividades en la preventa.....	88
5.1.7.1 <i>Sub-indicador nivel de conformidad del cliente asociado al horario de atención al cliente.....</i>	88
5.1.7.2 <i>Sub-indicador nivel de conformidad del cliente con respecto a la atención del back-office antes de concretarse la venta.</i>	90
5.1.7.3 <i>Sub-indicador nivel de conformidad del cliente sobre la receptividad del personal técnico-cercial ante inquietudes sobre los productos y/o servicios.....</i>	91
5.1.8 Indicador nivel de conformidad asociado a la calidad de las actividades de la venta	93

<i>5.1.8.1 Sub-indicador nivel de conformidad del cliente acerca de la disponibilidad de productos y/o servicios.</i>	93
<i>5.1.8.2 Sub-indicador nivel de conformidad del cliente con respecto a la calidad-precio.</i>	94
<i>5.1.8.3 Sub-indicador nivel de conformidad del cliente asociado a la eficacia de la empresa por cumplir las especificaciones técnico-legales del producto.</i>	95
<i>5.1.8.4 Sub-indicador nivel de conformidad del cliente por la calidad del producto.</i>	97
<i>5.1.8.5 Sub-indicador nivel de conformidad del cliente sobre la proporción de información del estado y logística del producto.</i>	99
<i>5.1.9 Indicador nivel de conformidad asociado a la calidad de las actividades postventa</i>	100
<i>5.1.9.1 Sub-indicador nivel de conformidad del cliente sobre la recepción de la empresa después de la venta.</i>	100
<i>5.1.9.2 Sub-indicador nivel de conformidad del cliente por las actividades de formación (servicio de capacitación).</i>	102
<i>5.1.9.3 Sub-indicador nivel de conformidad del cliente por el servicio de mantenimiento y/o recertificación.</i>	103
<i>5.1.10 Indicador nivel de satisfacción del cliente en aspectos concretos, según el requisito 9.2 de la Norma ISO 9001:2015</i>	104
<i>5.1.10.1 Sub-indicador nivel de satisfacción del cliente asociado a la calidad del producto.</i>	105
<i>5.1.10.2 Sub-indicador nivel de satisfacción del cliente asociado al precio.</i>	106
<i>5.1.10.3 Sub-indicador nivel de satisfacción del cliente asociado a la rapidez de cotización.</i>	107
<i>5.1.10.4 Sub-indicador nivel de satisfacción del cliente asociado a las certificaciones.</i>	108
<i>5.1.10.5 Sub-indicador nivel de satisfacción del cliente asociado al tiempo de entrega.</i>	110

5.1.10.6 Sub-indicador nivel de satisfacción del cliente asociado al profesionalismo.	111
5.1.11 Indicador quejas	113
5.1.11.1 Sub-indicador nivel de satisfacción del cliente asociado a la atención de quejas.	113
5.1.12 Indicador recompra	114
5.1.12.1 Sub-indicador nivel de probabilidad del cliente por realizar la recompra.	114
5.1.13 Indicador recomendación.....	116
5.1.13.1 Sub-indicador nivel de probabilidad del cliente por recomendar la empresa.	116
5.2 Análisis de resultados	117
5.2.1 Prueba de hipótesis general.....	117
5.2.2 Prueba de hipótesis específica n° 1	121
5.2.3 Prueba de hipótesis específica n° 2.....	125
5.2.4 Prueba de hipótesis específica n° 3.....	131
5.2.5 Prueba de hipótesis específica n° 4.....	135
5.3 Discusión de resultados	139
CAPÍTULO VI.....	150
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	150
6.1 Conclusiones.....	150
6.2 Recomendaciones	151
REFERENCIAS	154
APÉNDICE	158

Lista de tablas

Tabla N° 1 Líneas de negocio de CS Beaver S.A.C.....	5
Tabla N° 2 Dimensiones para cuantificar el nivel de satisfacción del cliente en la empresa CS Beaver S.A.C	9
Tabla N° 3 Los 14 principios de la gestión de la calidad según Deming relativos a los capítulos de la Norma Internacional ISO 9001:2015	26
Tabla N° 4 Requisitos de la Norma ISO 9001:2015 y el Ciclo P-H-V-A.....	37
Tabla N° 5 Eficacia de la variable Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015.....	71
Tabla N° 6 Dimensión planificar.....	74
Tabla N° 7 Dimensión hacer	77
Tabla N° 8 Dimensión verificar	81
Tabla N° 9 Dimensión actuar	83
Tabla N° 10 Satisfacción del Cliente: Servicio al cliente y confiabilidad	86
Tabla N° 11 Nivel de conformidad del cliente asociado al horario de atención al cliente..	88
Tabla N° 12 Nivel de conformidad del cliente con respecto a la atención del back-office antes de concretarse la venta	90
Tabla N° 13 Nivel de conformidad del cliente sobre la receptividad del personal técnico-comercial ante inquietudes sobre los productos y/o servicios.....	91
Tabla N° 14 Nivel de conformidad del cliente acerca de la disponibilidad de productos y/o servicios.....	93
Tabla N° 15 Nivel de conformidad del cliente con respecto a la relación calidad-precio.	94

Tabla N° 16 Nivel de conformidad del cliente asociado a la eficacia de la empresa por cumplir las especificaciones técnico-legales del producto	96
Tabla N° 17 Nivel de conformidad del cliente por la calidad del producto	97
Tabla N° 18 Nivel de conformidad del cliente sobre la proporción de información del estado y logística del producto	99
Tabla N° 19 Nivel de conformidad del cliente sobre la recepción de la empresa después de la venta.....	100
Tabla N° 20 Nivel de conformidad del cliente por las actividades de formación (Servicio de capacitación)	102
Tabla N° 21 Nivel de conformidad del cliente por el servicio de mantenimiento y/o recertificación.....	103
Tabla N° 22 Nivel de satisfacción del cliente asociado a la calidad del producto	105
Tabla N° 23 Nivel de satisfacción del cliente asociado al precio.....	106
Tabla N° 24 Nivel de satisfacción del cliente asociado a la rapidez de cotización.....	107
Tabla N° 25 Nivel de satisfacción del cliente asociado a las certificaciones	109
Tabla N° 26 Nivel de satisfacción del cliente asociado al tiempo de entrega.....	110
Tabla N° 27 Nivel de satisfacción del cliente asociado al profesionalismo.....	112
Tabla N° 28 Nivel de satisfacción del cliente asociado a la atención de quejas	113
Tabla N° 29 Nivel de probabilidad del cliente por realizar la recompra.....	115
Tabla N° 30 Nivel de probabilidad del cliente por recomendar la empresa.....	116
Tabla N° 31 Índice global de eficacia de la variable independiente: Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015	118

Tabla N° 32 Rechazos de hipótesis de independencia entre servicio al cliente, resultado de implementar un Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015, y la variable satisfacción del cliente, expresado en términos de confiabilidad	121
Tabla N° 33 Servicio al cliente en la dimensión planificar	122
Tabla N° 34 Cruce principio planificar y satisfacción del cliente.....	124
Tabla N° 35 Servicio al cliente en la dimensión hacer.....	126
Tabla N° 36 Cruce principio hacer y satisfacción del cliente	129
Tabla N° 37 Servicio al cliente en la dimensión verificar.....	131
Tabla N° 38 Cruce principio verificar y satisfacción del cliente.....	133
Tabla N° 39 Servicio al cliente en la dimensión actuar.....	135
Tabla N° 40 Cruce principio actuar y satisfacción del cliente	137

Lista de figuras

Figura N° 1 Ciclo P-H-V-A y su relación con la definición de Gestión de la Calidad según ISO 9000:2015.....	25
Figura N° 2 El Ciclo P-H-V-A como pilar de la Norma Internacional ISO 9001:2015...30	30
Figura N° 3 Las 6M tratadas dentro de la estructuración de la Norma ISO 9001:2015...33	33
Figura N° 4 Esquematización de un proceso.....	34
Figura N° 5 Sectores económicos de los clientes o muestra de la investigación	66
Figura N° 6 Duración del nexo comercial de los clientes o muestra de la investigación..66	66
Figura N° 7 Eficacia de la variable Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015	74
Figura N° 8 Dimensión planificar	77
Figura N° 9 Dimensión hacer	81
Figura N° 10 Dimensión verificar	83
Figura N° 11 Dimensión actuar.....	85
Figura N° 12 Satisfacción del cliente: Relación servicio al cliente y confiabilidad	88
Figura N° 13 Nivel de conformidad del cliente asociado al horario de atención al cliente	89
Figura N° 14 Nivel de conformidad del cliente con respecto a la atención del back-office antes de concretarse la venta	91
Figura N° 15 Nivel de conformidad del cliente acerca de la receptividad del personal técnico-comercial ante inquietudes sobre los productos y/o servicios	92
Figura N° 16 Nivel de conformidad del cliente asociado al horario de atención al cliente	94

Figura N° 17 Nivel de conformidad del cliente con respecto a la calidad-precio	95
Figura N° 18 Nivel de conformidad del cliente asociado a la eficacia de la empresa por cumplir las especificaciones técnico-legales.	97
Figura N° 19 Nivel de conformidad del cliente por la calidad del producto.....	98
Figura N° 20 Nivel de conformidad del cliente sobre la proporción de información del estado y logística del producto	100
Figura N° 21 Nivel de conformidad del cliente sobre la recepción de la empresa después de la venta.....	101
Figura N° 22 Nivel de conformidad del cliente por las actividades de formación o servicio de capacitación	103
Figura N° 23 Nivel de conformidad del cliente por los servicios de mantenimiento y/o recertificación	104
Figura N° 24 Nivel de satisfacción del cliente asociado a la calidad del producto.....	106
Figura N° 25 Nivel de satisfacción del cliente asociado al precio	107
Figura N° 26 Nivel de satisfacción del cliente asociado a la rapidez de cotización ...	108
Figura N° 27 Nivel de satisfacción del cliente asociado a las certificaciones.....	110
Figura N° 28 Nivel de satisfacción del cliente asociado al tiempo de entrega.....	111
Figura N° 29 Nivel de satisfacción del cliente asociado al profesionalismo	113
Figura N° 30 Nivel de satisfacción del cliente asociado a la atención de quejas	114
Figura N° 31 Nivel de probabilidad del cliente por realizar la recompra.....	115
Figura N° 32 Nivel de probabilidad del cliente por recomendar la empresa	117
Figura N° 33 Incidencia de la variable independiente Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015 en el servicio al cliente y confiabilidad, de la variable dependiente satisfacción del cliente	119

Figura N° 34 Incidencia del principio planificar en la satisfacción del cliente.....	125
Figura N° 35 Incidencia del principio hacer en la satisfacción del cliente	130
Figura N° 36 Incidencia del principio verificar en la satisfacción del cliente.....	134
Figura N° 37 Incidencia del principio actuar en la satisfacción del cliente	138

Resumen

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo determinar la incidencia de un Sistema de Gestión de Calidad según la Norma Internacional ISO 9001:2015 en la satisfacción del cliente dentro del contexto de CS Beaver S.A.C, empresa con 45 años en el mercado dedicándose a la fabricación y distribución de equipos de izaje para el sector minero e industrial.

El proceso de investigación comienza con el planteamiento del estudio, la descripción de la realidad de la organización, la formulación de los problemas y la presentación de los objetivos. El diagnóstico de la situación actual demostró que la ausencia de control de los procesos internos de producción y logística fue la causa raíz de una mayor incidencia de reclamos de los clientes; lo cual, hizo evidente la necesidad por migrar y consolidar un nuevo Sistema de Gestión de Calidad acorde a la Norma vigente ISO 9001:2015. La comprensión del marco teórico hizo posible esclarecer los términos relacionados al Estándar Internacional, la Mejora Continua, servicio al cliente y confiabilidad. Esta investigación de naturaleza aplicada, descriptiva y no experimental se basa en un marco teórico y en la aplicación de cuestionarios de auditoría y encuestas realizadas a una muestra de 54 clientes para medir su nivel de satisfacción; evidenciando así, una mayor relevancia del cliente por aspectos relacionados con las certificaciones, el profesionalismo, la probabilidad de recompra y al tratamiento de quejas. Además, se demuestra un crecimiento de 9 puntos porcentuales en el nivel de satisfacción de los clientes, siendo 85% el índice logrado dentro del primer mes de implementación del nuevo Sistema de Gestión de Calidad acorde a ISO 9001:2015.

Palabras Clave: Sistema de Gestión de Calidad, ISO 9001, Satisfacción del cliente.

Abstract

The objective of this degree work is to determine the incidence of a Quality Management System according to the International Standard ISO 9001: 2015 in customer satisfaction within the context of CS Beaver SAC, a company with 45 years in the market dedicated to manufacturing and distribution of lifting equipment for the mining and industrial sector.

The research process begins with the study approach, the description of the reality of the organization, the formulation of the problems and the presentation of the objectives. The diagnosis of the current situation showed that the lack of control of the internal production and logistics processes was the root cause of a greater incidence of customer complaints; which made clear the need to migrate and consolidate a new Quality Management System according to the current ISO 9001:2015 standard. The understanding of the theoretical framework made it possible to clarify the terms related to the International Standard, Continuous Improvement, customer service and reliability. This research of an applied, descriptive and non-experimental nature is based on a theoretical framework and on the application of audit questionnaires and surveys conducted on a sample of 54 clients to measure their level of satisfaction; thus evidencing a greater relevance of the client for aspects related to certifications, professionalism, the probability of repurchase and the treatment of complaints. In addition, it shows a growth of 9 percentage points in the level of customer satisfaction, 85% being the index achieved within the first month of implementation of the new Quality Management System according to ISO 9001:2015.

Keywords: Quality Management System, ISO 9001, Customer Satisfaction.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

En el mercado actual, los Sistemas de Gestión de Calidad son uno de los medios más versátiles para orientar los esfuerzos de toda empresa en procesos cuantificables, cuyo fin aterriza en lograr la mejor experiencia posible ante el cliente, obtener mejores resultados económicos y asegurar la sostenibilidad de la organización en el tiempo. La gestión de esta herramienta implica ser parte de una tendencia global por la estandarización y por salvaguardar los intereses de las partes interesadas. Según Cortés:

La situación actual y las tendencias de futuro se basan en los Sistemas de Gestión de la Calidad Total, sistemas integrados y los modelos de excelencia, que asumen todos los ingredientes del aseguramiento de la calidad o gestión integral de la calidad, y los amplía con el fin de lograr esa orientación al cliente para ofrecerle lo que le satisfaga en todo momento, dando al factor humano y a su participación la importancia y relevancia que se merece como condición básica e imprescindible para lograr el citado objetivo. (Cortés, 2017, p. 6).

Situándonos ya a mediados del año 2019, existen empresas a nivel mundial cuyos Sistemas de Gestión de Calidad continúan certificadas con la versión 2008 del Estándar Internacional ISO 9001. Habiendo transcurrido siete años desde la difusión de la edición 2008, la Organización Internacional para la Estandarización (ISO) publicó la versión 2015 de la Norma contemplando los requisitos que todo Sistema de Gestión de Calidad de la organización interesada y comprometida debe cumplir para asegurar la calidad en sus productos y/o servicios; primándose la planificación estratégica a través de la comprensión

del contexto de la organización, la comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas y el enfoque basado en riesgos y oportunidades de los procesos de la organización. De esta manera la ISO otorgó la posibilidad a todo tipo de organización de poder migrar a la versión 2015, con una prórroga de 3 años para cerrar los procesos de actualización, siendo el mes de setiembre del año 2018 el último dentro del plazo otorgado.

En el contexto nacional, la realidad de las organizaciones y su relación con los Sistemas de Gestión de Calidad se mantienen en crecimiento a un ritmo no muy acelerado, en comparación con otros países de la región de Sudamérica. A modo de referencia, se menciona que:

Las certificaciones de calidad ISO 9000, entre ellas la ISO 9001 es de las más requeridas en el Perú; de acuerdo con la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT), hay un millón y medio de empresas formales activas en nuestro país; de ellas, alrededor de 2,000 están acreditadas con el certificado de calidad. (Diario Oficial El Peruano, 2019)

Una condición de mercado local y de naturaleza normativa obliga a que empresas como CS Beaver S.A.C y muchas otras se actualicen a las nuevas tendencias y necesidades que los clientes continuamente demandan para velar por la seguridad de sus operaciones; entre ellos por ejemplo la gran minería, cuyas políticas integradas de calidad, seguridad y gestión ambiental exigen mantener nexos comerciales únicamente con proveedores homologados y/o certificados con el Estándar ISO 9001 vigente (actualmente la versión 2015) debido a cuestiones de confianza. Gazsi (2012) infiere que las certificaciones de calidad aportan confianza al cliente ya que en un mercado cada vez más competitivo

suponen una diferenciación con el resto de competidores, mejora la imagen de los productos, la reputación e imagen de la propia empresa.

Las organizaciones que desarrollen planificación estratégica y tengan entre sus objetivos el cumplir con los requisitos cada vez más específicos de sus clientes, deberán administrar herramientas de gestión que se amolden al contexto empresarial; entre estos, los Sistemas de Gestión de Calidad, que no discriminan tamaño ni rubro, validados o no con un certificado ISO 9001, que resulten útiles para ejecutar eficientemente los procesos, se asegure que tales procesos suministren los resultados esperados y consecuentemente, se logre aterrizar en un alto índice de satisfacción de los clientes o mantenerse por encima del índice promedio que mantiene un rubro determinado.

CS Beaver S.A.C es una empresa privada con más de 45 años de trayectoria dentro del mercado peruano dedicándose a la fabricación y distribución de elementos de izaje para maniobras que impliquen cargas de gran dimensión o alto tonelaje de esta manera buscando otorgar seguridad según los estándares internacionales y responder a la necesidad de toda organización que implique en sus operaciones elevar bienes pesados; principalmente a la gran minería, al sector petrolero, pesquero, construcción, transporte y portuario. Debe comprenderse que un equipo o elemento de izaje puede ser un aparejo fabricado con cable de acero, cadena o fibra sintética de alta tenacidad; como también un equipo accionado manualmente o motorizado con energía eléctrica o neumática para elevar cargas pesadas a través de un cable de acero o cadena, hasta una estructura metálica fabricada con acero estructural. Tras casi medio siglo de operaciones, la empresa es uno de los principales referentes nacionales en su rubro, sosteniendo estrechos vínculos con las grandes empresas mineras que operan en el Perú, empresas de logística integral, grupos portuarios, entre

otros; así como la representación en el Perú de marcas de renombre y reconocimiento internacional bajo el título de “Distribuidor Autorizado” y “Centro de Servicio Certificado”.

Actualmente el personal asciende a poco más de 50 colaboradores, distribuyéndose en el área comercial, producción, logística y administrativa. Cerca de 17 empleados se encuentran en el área de producción, el 24% labora en logística y el 20% en el área comercial. El otro 22% del personal se desempeña en las áreas de apoyo como proyectos, compras locales, control de calidad, seguridad y salud ocupacional, contabilidad y finanzas. Sus instalaciones están compuestas por una sede principal ubicada en el distrito de San Miguel, localizándose una oficina de atención al cliente, un almacén y una planta de producción principales. Cuenta también con un segundo almacén y planta de producción en el Callao y una sede de ventas en la ciudad de Arequipa. Para efectos de esta investigación solo se considerará el comportamiento de las variables dentro de la sede principal. Sus procesos están definidos por la captación y procesamiento de pedidos del cliente, resultado del contacto cliente-vendedores oficina o cliente-asesores técnicos comerciales en campo; luego le sigue el proceso de manufactura definido por 4 líneas de producción, para luego dar paso al control de calidad. El control de calidad contempla las verificaciones de la producción en proceso como de producto final y la emisión del certificado alegando el cumplimiento de normas técnicas que respaldan tanto el diseño como la seguridad del suministro. Posteriormente se realiza la documentación de logística y contable (emisión de guías de remisión, transportista y facturas comerciales), paralelamente se ejecuta el proceso de embalado. Finalmente se procede con la logística de salida que involucra la entrega del suministro en almacén cliente o puesto en sitio origen.

Los procesos mencionados se consideran principales y están soportados por otros procesos relacionados al almacén, compras, ingeniería y proyectos, contabilidad, finanzas, seguridad y salud ocupacional (SST) y el área de recursos humanos.

Desde su fundación en la década del 70, la empresa ha fabricado y comercializado estrobos de cable de acero y de cadena de acero, así como eslingas sintéticas planas y tubulares (*Roundslings*) confirmando así el *core-business*. A consecuencia del crecimiento de la empresa se han incorporado nuevas líneas de negocio que permiten extender el abanico de posibilidades para brindar soluciones integrales para maniobras de izaje. Se han identificado en total cinco líneas de negocio y estas son mencionadas en la tabla n° 1.

Tabla N° 1. Líneas de negocio de CS Beaver S.A.C

Línea de negocio	Alcance de la línea de negocio
1. Línea 1: Estrobos	Fabricación, venta y reparto de estrobos de cable de acero y de cadena.
2. Línea 2: Eslingas	Fabricación, venta y reparto de eslingas sintéticas planas y tubulares.
3. Línea 3: Polipastos	Importación, venta y reparto de polipastos y equipos de arrastre de uso pesado. Incluye el servicio post-venta de mantenimiento y recertificación de los mismos.
4. Línea 4: Estructuras Metálicas	Fabricación y venta de canastillas para elevación de personas y materiales, spreader beam y demás soluciones de izaje que impliquen estructuras metálicas.
5. Línea 5: Accesorios y renting	Importación, venta y reparto de accesorios (productos terminados) como grilletería, grapas de cable, tensores de cadena, templadores y demás complementos para maniobras de izaje. Incluye también el servicio de renting de los mismos.

Fuente: Elaboración propia

Así mismo, CS Beaver S.A.C sustenta sus operaciones bajo normas internacionales de fabricación estandarizados por la Sociedad Americana de Ingenieros Mecánicos (ASME), a su vez por el Instituto Nacional Estadounidense de Estándares (ANSI), los cuales establecen los criterios de fabricación, inspección y remoción de un suministro de izaje.

Tras el crecimiento de la empresa y las tendencias del mercado en aquel entonces, la empresa obtuvo la certificación ISO 9001:2008 por primera vez en el año 2011. Recertificar el Sistema de Gestión de Calidad con la Norma ISO 9001:2015 implicó cumplir con un requisito del cliente cuya vigencia permanecerá hasta que la ISO publique una nueva versión de la Norma y los clientes, eventualmente, opten por solicitar la actualización de los Sistemas de Gestión de sus proveedores, estableciendo así un nuevo estándar de calidad para las organizaciones. Según algunos estándares internacionales relacionados a la calidad, entre estos, ISO 9001:2015 expone que:

Los beneficios potenciales para una organización de implementar un Sistema de Gestión de la Calidad basado en esta Norma Internacional son: La capacidad de proporcionar regularmente productos y servicios que satisfagan los requisitos del cliente, los legales y los reglamentarios aplicables; y facilitar oportunidades de aumentar la satisfacción del cliente. (ISO 9001:2015, p. vii)

La clave del éxito al administrar un Sistema de Gestión de Calidad no solo basta con implementarlo y ejecutarlo, sino en retroalimentarlo continuamente con oportunidades de mejora resultado de auditorías o de recomendaciones sugeridas por el cliente. Estas acciones forman parte de un ciclo conocido como Mejora Continua, Ciclo de Deming o Ciclo Planificar-Hacer-Verificar-Actuar (P-H-V-A). El problema radica en que no todas las

organizaciones mantienen la constancia de cumplir con el Ciclo P-H-V-A tal, por el contrario, se dan rupturas en la medición del flujo de los procesos y como en el caso de la empresa objeto de estudio, se observó poca incidencia en la administración del Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2008 según la data hallada de los años 2017 y 2018. Acorde a lo expuesto, se evidenció poca data en el seguimiento de procesos relacionados con las líneas 1 y 2 de producción y ausencia de manejo de indicadores de gestión parcialmente implementados en el proceso de logística externa. Esta problemática interna fue resultado en primera instancia por el cese de relaciones comerciales con el proveedor de certificación ISO 9001:2008 y en segundo lugar por la rotación del personal competente al representante de la dirección (rol denominado al gestor del Sistema de Gestión de Calidad en ISO 9001:2008) y de los miembros del Comité de Calidad de los periodos comprendidos entre los años 2016 y 2018.

Dicha ausencia de administración del Sistema de Gestión de Calidad según ISO 9001:2008 y rupturas de proceso repercutieron negativamente en la satisfacción del cliente, siendo 76% el promedio ponderado del año 2018. Según los hallazgos encontrados, durante el año 2018 se recibieron una serie de reclamos de clientes, siendo en primera instancia y el más recurrente por amplio margen el retraso en las fechas de entrega de los productos, representando cerca del 70% de todos los reclamos, tales retrasos se cuantifican en demoras de uno hasta siete días útiles. Las demoras se han ocasionado no solo a causa de los pormenores en el proceso de logística de salida, sino también en retrasos ocurridos dentro del proceso de producción, retrasos en la verificación o control de calidad, en la emisión de la documentación de salida o en el ingreso demorado de materiales y procesos contratados externamente. Los retrasos suscitados en los procesos internos de una organización

repercuten negativamente en el desempeño de los procesos que tienen contacto directo con el cliente o servicio al cliente. En segundo lugar; con cerca del 20% de frecuencia, el factor atención a cotizaciones o atención sobre consultas técnicas evidenciaron que se está tomando más tiempo de lo esperado por el cliente en atender una cotización o consulta después de la compra, estos factores observados corresponden a la etapa de preventa y postventa. En tercer lugar, el 10% restante estuvo ligado a reclamos diversos relacionados con los requisitos del cliente no cumplidos como: Color de las eslingas, etiquetado, embalado, errores en la dirección de entrega e inclusive, trato del personal de despacho. El impacto de la incidencia de los problemas mencionados, fue la recurrencia cada vez mayor de reclamos; al no tratarlos oportunamente conllevaron a tener índices de satisfacción del cliente no esperados.

Puesto que la empresa estuvo certificada con ISO 9001:2008 durante casi siete años, la misma ha identificado seis criterios concretos o dimensiones de calidad que por Norma debe establecer para evaluar el nivel de satisfacción del cliente. Estos se encuentran ponderados en un rango de 1 al 5 o escala tipo Likert y verificados mediante la participación del cliente a través de encuestas realizadas una o dos veces al año. Estos sirven para disponer de forma medible la percepción del cliente con la imagen, el producto, la atención, los servicios y los valores agregados que CS Beaver S.A.C. les provee. Dichos criterios o dimensiones de calidad se detallan en la tabla n° 2, según los extractos hallados en el Sistema de Gestión de Calidad según ISO 9001:2008 de la empresa.

Tabla N° 2. Dimensiones para cuantificar el nivel de satisfacción del cliente en la empresa CS Beaver S.A.C

Dimensión de la necesidad del cliente	Descripción de la dimensión	Tipo de necesidad o requisito
1. Calidad de producto	Cero defectos, identificación correcta del producto, normas técnicas aplicables en la fabricación del mismo.	Requisito específico
2. Precio del producto / servicio	Disposición del cliente de pagar por lo que espera obtener.	Requisito específico
3. Tiempo de atención a cotización	Implica que toda consulta de nivel comercial sea atendida oportunamente y con el trato esperado por el cliente.	Requisito específico
4. Certificaciones	Necesidad de índole reglamentaria del cliente. Implica los documentos que respalden la identificación del producto y las normas aplicables para su fabricación.	Requisito reglamentario y legal
5. Tiempo de entrega	Cumplimiento de los tiempos de entrega estipulados en las órdenes de compra de los clientes.	Requisito específico
6. Profesionalismo	Capacidad del personal del área comercial, servicio técnico y/o entregas por solucionar interrogantes en el menor tiempo y de la mejor manera posible	Requisito específico

Fuente: Elaboración propia

Por lo expuesto, un Sistema de Gestión de Calidad planificado, implementado, verificado, retroalimentado y certificado con la norma vigente retomaría los esfuerzos por monitorear el desempeño de los procesos, traduciría las directrices de la alta dirección y las necesidades de los clientes en dimensiones de calidad, y estos a través de los nuevos enfoques de la Norma Internacional ISO 9001:2015 sobre el contexto, liderazgo y planificación contemplados en esta nueva versión, en mejorar y optimizar los procesos de producción y logística. Dicho esto, y parte de los beneficios que se obtendrían con el uso

del sistema mencionado son establecer nuevos y mejores procedimientos y acciones de nivel operativo para asegurar, atender y satisfacer las necesidades del cliente, reducir y/o tratar oportunamente las quejas y/o reclamos del cliente, quejas que en principio son relacionadas al incumplimiento de los tiempos de entrega, entre otros de menor incidencia y por ende incrementar la confiabilidad con el cliente, expresada en la recompra o la recomendación.

Para lograr el índice de satisfacción del cliente esperado es vital que todo el personal esté capacitado y sea consciente de lo que implique el término “Calidad” en su puesto de trabajo, en sus resultados, su impacto en el cliente, impartidos en primera instancia por la alta dirección en colaboración con el coordinador del Sistema de Gestión de Calidad. Las actividades mencionadas corresponden al ciclo que tanto el SGC como la organización en general debe cumplir con el fin de mantener el principio de Mejora Continua. El planificar, ejecutar, verificar y retroalimentar el sistema tiene el propósito de identificar continuamente oportunidades que beneficien a la organización como el personal dentro de este.

Si la organización objeto de estudio no mitiga o erradica las deficiencias señaladas anteriormente; la problemática se podría acentuar en el descontrol de los procesos y descuido de los indicadores de procesos, la pérdida de clientes ante la aparición de competidores emergentes y los ya posicionados con certificado ISO 9001 vigente, la confiabilidad de la empresa discutible ante el cliente y la incapacidad de atender reclamos de clientes cada vez más recurrentes si se diera el caso.

Para encaminar la organización a disminuir la problemática y hacia la Mejora Continua, se propone que un Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO

9001:2015, a través del grado de cumplimiento de sus dimensiones teóricas Planificar-Hacer-Verificar-Actuar impliquen un impacto positivo en el nivel de la satisfacción de los clientes; lo cual se prevé conseguir beneficios, en primera instancia, la reducción significativa del índice de quejas del cliente por las actividades de la preventa, venta y postventa (Tiempos de entrega, atención a cotizaciones o asesorías postventa) e inclusive por aspectos concretos del producto y/o servicio. En segundo lugar, mejorar el servicio al cliente, mejorar la imagen de la organización y demostrar la capacidad por suministrar productos y servicios de calidad en el momento que el cliente lo necesite. En tercer lugar, lograr los resultados económicos esperados y, por último, mantener la conciencia y compromiso del personal con la calidad y la Mejora Continua.

Por lo expuesto anteriormente se plantean a continuación los siguientes problemas a la presente investigación:

1.1 Formulación del problema

1.1.1 Problema principal

¿Cuál es la incidencia de un Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015 en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C?

1.1.2 Problemas específicos

¿Cuál es la incidencia del principio "Planificar" en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C?

¿Cuál es la incidencia del principio "Hacer" en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C?

¿Cuál es la incidencia del principio "Verificar" en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C?

¿Cuál es la incidencia del principio "Actuar" en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C?

1.2 Objetivos general y específicos

1.2.1 Objetivo general

Determinar la incidencia de un Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015 en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

1.2.2 Objetivos específicos

Determinar la incidencia del principio planificar en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

Determinar la incidencia del principio hacer en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

Determinar la incidencia del principio verificar en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

Determinar la incidencia del principio actuar en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

1.3 Justificación o importancia del estudio

La presente investigación sirve de referencia teórica para futuras investigaciones relacionadas, puesto que se ejecutará y evidenciará el Sistema de Gestión de Calidad en base a pilares de planeamiento estratégico, liderazgo, gestión de recursos humanos, administración de operaciones, control de calidad y la gestión de suministros. Se pretende que el modelo del Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015 pueda aplicarse también a otras empresas, independientemente al tamaño o sector donde se desempeñen. En términos de aplicación práctica, representa un gran aporte para la organización objeto de estudio puesto que buscará comprobar que un Sistema de Gestión de Calidad acorde a la Norma ISO 9001:2015, a través de la aplicación de la Mejora Continua (planificar, hacer, verificar, actuar) implicaría un impacto positivo en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C, evidenciado a través de los índices de satisfacción dimensionados en servicio al cliente y confiabilidad.

1.4 Alcance y limitaciones

Los resultados mencionados surgirán a partir de auditar el Sistema de Gestión de Calidad de la organización objeto de estudio y de encuestar a los clientes de la misma durante el primer semestre del año 2019. Dichas actividades se realizarán en la oficina principal de la empresa CS Beaver S.A.C cuya sede se ubica en la Av. Elmer Faucett 281-283, distrito de San Miguel, Provincia de Lima, Departamento de Lima, República del Perú.

La tesis corresponde a la escuela profesional de Administración y Gerencia puesto que se asocia a la materia “Herramientas de gestión” y siendo las líneas de investigación el principio de Mejora Continua o Ciclo P-H-V-A que son pertinentes a un Sistema de Gestión de Calidad validado por ISO 9001, asociado también al enfoque de procesos, Sistemas de Gestión y la Norma Internacional ISO 9001:2015 como tal; con la finalidad de impactar positivamente en la satisfacción del cliente, dimensionado en servicio al cliente y confiabilidad.

Respecto a las limitaciones de esta tesis se ha contemplado que el uso de los productos finales de la empresa destinados a ensayos destructivos solo podrá efectuarse si es que se encuentran dentro del cronograma establecido. Esta limitante se dimensiona en la función de control de calidad y los costos operativos que la empresa incurre, por lo tanto, se tomará en cuenta aquella información pertinente al Departamento de Calidad que esté disponible de acuerdo a lo programado y presupuestado. Salvo esta observación no se han contemplado limitaciones significantes de tiempo, de recursos del investigador, de acceso a la información para la ejecución de la auditoría o para encuestar a los clientes; por lo expuesto se concluye que la investigación es viable.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

2.1 Antecedentes de la investigación

Se tomarán en cuenta cuatro investigaciones extranjeras y cinco investigaciones nacionales enfocadas en la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad según ISO 9001 en términos de vínculo e incremento de la satisfacción del cliente. Se hará mención de los objetivos, metodologías empleadas y las conclusiones desarrolladas por sus autores.

2.1.1 Antecedentes internacionales

Ríos, S. (2017) *Propuesta metodológica para medir la satisfacción del cliente, basado en la Norma ISO 9001:2015 Numeral 5.1.2 para la Institución Educativa Trochas*. (Tesis para optar la Especialización en Gerencia de Calidad de Servicio y Producto) Departamento de postgrados. Universidad Libre de Colombia, Bogotá. Esta investigación tuvo como objetivo proponer una metodología para la medición de la satisfacción al cliente en la Institución Educativa Trochas, bajo los lineamientos de la NTC ISO 9001:2015 numeral 5.1.2, que permita desarrollar planes de acción en el mejoramiento del servicio. El investigador utilizó el método descriptivo-no experimental y de enfoque cuantitativo. Tras investigar las necesidades y expectativas de las partes interesadas y la aplicación de encuestas a los mismos; el autor concluyó que una manera de evaluar la satisfacción de los clientes es por medio de las encuestas que son una herramienta muy importante a la hora de identificar las áreas de

mejora. Confirma también que el mejoramiento de la gestión es un proceso continuo y los clientes constantemente indicaran aspectos por mejorar en el desempeño actual de la organización.

Torres, A. y Lavayen, M. (2017) *Diseño de un Sistema de Gestión de Calidad según las Normas ISO 9001:2015 para una empresa textil de la ciudad de Guayaquil*. (Tesis para optar la Titulación en Ingeniería Industrial)

Universidad Politécnica Salesiana, Guayaquil. Los autores desarrollaron su investigación iniciando con un análisis de la situación organizacional, evidenciando la falta de documentación, procedimientos y controles de calidad; para luego plantear y elaborar un manual de calidad basado en la Norma ISO 9001:2015, fomentando la capacidad de administrar, documentar, realizar y evaluar cualquier tipo de proceso basados en las necesidades del cliente. La metodología usada en la investigación fue mixta a través de entrevistas a los distintos de departamentos y clientes. Luego de haber implementado el Sistema de Gestión de Calidad sintetizado en un Manual de Calidad, los autores recomendaron capacitar al talento humano para el cumplimiento de los requisitos según la Norma ISO 9001:2015 y así generar vínculos de convivencia y bienestar en el contexto de la organización, así como establecer responsabilidades de acuerdo al manual de calidad como guía e información del personal de los procesos que se llevan a cabo dentro de la empresa.

Sánchez-Tembleque, R. (2016) *Proyecto de Implantación de un Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015 en la empresa Pinatar Arena Football Center S.L.* (Tesis para optar el Grado en Administración y Dirección de

Empresas) Facultad de Ciencias de la Empresa. Universidad Politécnica de Cartagena, Cartagena. El autor plantea el objetivo de realizar un proyecto de implantación de un Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015 a la entidad mencionada, mediante la profundización en el cumplimiento de la normativa de calidad y su aplicación en la organización. Para esto, revisó la literatura referente a la historia y características del Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001 y su certificación. En segundo lugar, realizó un diagnóstico de la empresa y por último desarrolló el Sistema de Gestión. El proyecto culminó con el planteamiento de una Política de Calidad, Manuales de Procedimientos, Gestión de Auditorías Internas y la Elaboración de la Documentación de la organización objeto de estudio. El autor concluyó que durante el desarrollo del marco teórico se explica la relación existente entre una mejora de los Sistemas de Gestión de Calidad y el incremento de la eficacia y productividad de una empresa, resultado de que un Sistema de Gestión de Calidad en base a la Norma UNE-EN ISO 9001:2015 se retroalimenta a si mismo de forma que tiende a reducir las No Conformidades de sus servicios, incurriendo en menores gastos que antes se destinaban a solventar dichas no conformidades.

Ramírez, C. y Sánchez, M. (2006) *Implementación del Sistema de Gestión de Calidad, en base a la Norma ISO 9001:2000* (Tesis para optar el Grado de Licenciatura en Ingeniería Industrial) Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México D.F. Esta investigación determinó obtener la certificación del Sistema de Gestión de Calidad bajo la normatividad ISO 9001:2000 dentro de la organización objeto de estudio, a través de la elaboración de un Manual de

Gestión de Calidad, elaboración de procedimientos y resolución de informidades encontradas. Como consecuencia de la implementación del Sistema de Gestión de Calidad basado en la normatividad ISO 9001:2000 se han logrado aumentar la productividad en 0.28% por encima de lo previsto; además, al llevar a cabo todos los procedimientos y aumentar las horas de capacitación se ha logrado disminuir en un 2.07% las piezas rechazadas (Producto No Conforme). Al igual que, cuando se llega a la meta de los objetivos de calidad, por ejemplo, el cumplir con las actividades de mantenimiento correctivo programadas, se mejora la imagen ante los clientes en un 20.60%. Lo mencionado expresa una disminución de gastos en promedio \$20,000.00 y aumento en las ventas de aproximadamente \$4,000.00 mensuales; por lo que la utilidad aumenta considerablemente.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Meléndez, A. (2017) *Propuesta de Implementación del Sistema de Gestión de Calidad en una Industria Pesquera según la Norma ISO 9001:2015* (Tesis para optar el Título Profesional de Ingeniero Industrial) Facultad de Ciencias e Ingeniería. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú. Esta investigación determinó analizar la situación en la que se encontraba la empresa objeto de estudio y en base a ello diseñar el Sistema de Gestión de Calidad que permita garantizar la calidad de los productos, aumentar la productividad y aumentar la satisfacción del cliente. La metodología empleada para la investigación se desarrolló con la comprensión del marco referencial de la norma, las herramientas aplicables a la elaboración del Sistema de Gestión, lo concerniente al proceso de certificación, la descripción de los productos y

procesos de la organización y posteriormente la implementación como tal. La primera conclusión obtenida fue la mejora de la imagen de la organización, lo que se traduce en una ventaja competitiva sobre otras empresas del mercado peruano que no cuenten con dicho SGC. Asimismo, le permite expandir su mercado ya que en muchas homologaciones se exigieron dentro de los requisitos contar con la certificación SGC basado en la Norma ISO 9001. En segundo lugar, la implementación de un control documentario del Sistema de Gestión de Calidad contribuye en que se administre de una manera más adecuada los manuales, formatos, procedimientos, instructivos, programas, documentos externos y registros de la empresa, previniendo así el uso de documentos obsoletos. Finalmente, la estandarización del proceso productivo por medio de procedimientos y registros, así como los controles asignados lograron que se cumplan los requisitos del cliente. De esta manera se fortaleció la relación de confianza de los clientes con la organización y se aseguró la fidelización de los mismos.

Gonzales, U. y Conde, J. (2017) *El Sistema de Calidad ISO 9001:2015 como herramienta de gestión que oriente al alcance de la excelencia académica en el Colegio Santa María de la Providencia en el año 2016*. (Tesis para optar el Grado Académico de Licenciado en Administración) Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad San Ignacio de Loyola. Lima, Perú. La tesis planteó el objetivo de ayudar a alcanzar la excelencia académica a la institución objeto de estudio aplicando el sistema de calidad ISO 9001:2015 como una herramienta de gestión, mediante la determinación de la funcionalidad de la aplicación del

sistema de calidad ISO 9001:2015 como instrumento de gestión educativo y el análisis de la excelencia académica como factor de competitividad. Por medio de una investigación de tipo básico (conocimiento teórico del SGC ISO 9001:2015), aplicada (utilización de la norma como estándar de calidad), descriptivo y no experimental se concluyó que el Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015 no indica o influye en la metodología de enseñanza del docente ni en los sistemas de aprendizaje de los alumnos, solo ayuda a organizar lo planificado, documentar y evidenciar todas las actividades por lo que en caso existan errores dentro de las estrategias de enseñanza y aprendizaje no es responsabilidad del Sistema de Calidad ISO 9001:2015. Se concluyó también que el SGC ISO 9001:2015 funciona y sirve como una herramienta de gestión que orienta al alcance de la excelencia académica, el cual propone una serie de requisitos que ayuda a la gestión de la institución, la organización del trabajo, la eficiencia en los procesos, el liderazgo, la Mejora Continua y como resultado en la mejora de la calidad que conlleva a un nivel de satisfacción óptimo por parte de los clientes.

García, J. (2006) *Diseño de un Sistema de Gestión de Calidad basado en un enfoque de costos de calidad para la empresa panificadora Bimbo Perú S.A.* (Tesis para optar el Grado Académico de Magister en Administración). Escuela de Postgrado. Universidad del Pacífico. Lima, Perú. En este trabajo de investigación se planteó la aplicación práctica de los costos de calidad en los Sistemas de Gestión de la empresa objeto de estudio. Se presentó la estructura de la empresa y se describieron las áreas que la conforman. Se desarrollaron los conceptos teóricos de un sistema con enfoque de calidad y de los costos de

calidad. El impacto que trajo el sistema de costos de calidad en la empresa fue principalmente mayor satisfacción de los clientes. El costo de falla es mayor cuando es el cliente quien lo detecta, debido al daño que sufre la imagen y el posicionamiento de la marca en el cliente. En esa medida, al reducir los costos de las fallas, se evitaría que el cliente vea afectado el concepto que tiene acerca de la empresa y se evitarían los costos de transporte, reposición, multas, bonificaciones y posibles reparaciones por daños a terceros.

Farfán, C. (2015) *La gestión del servicio como propuesta de mejora para la satisfacción del cliente. Caso: Museo San Francisco de Lima*. (Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Turismo) Facultad de Ciencias Administrativas. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú. En el trabajo de tesis se planteó proponer la gestión del servicio como un instrumento de mejora para la satisfacción del cliente, realizar un análisis situacional, desarrollar una propuesta de guía de gestión para implementar un Sistema de Gestión de Calidad basado en la Norma ISO 9001 para optimizar la satisfacción de clientes, diseñar una propuesta de un manual de calidad para mejorar la gestión de servicio y formular y diseñar indicadores de gestión que permitan medir y evaluar los niveles de satisfacción y gestión. Como resultado se concluyó que la gestión del servicio permite optimizar la satisfacción de clientes cuyo nivel representa un 69.69% de satisfacción. Estos niveles de satisfacción están sujetos a mejoras si se gestiona adecuadamente el servicio. La eficiente gestión del servicio necesita utilizar herramientas como: el análisis situacional para poder determinar las necesidades y conocer la realidad, el

manual de calidad que permite establecer lineamientos de acción, el diseño de una guía de gestión para implementar un Sistema de Gestión de Calidad que permita mejorar los procesos eficientemente y la propuesta de diseño de indicadores de gestión y satisfacción.

Coaguila, A. (2017) *Propuesta de Implementación de un modelo de Gestión por procesos y calidad en la empresa O&C Metals S.A.C.* (Tesis para optar el Título Profesional de Ingeniero Industrial) Facultad de Ingeniería y Computación. Universidad Católica San Pablo. Arequipa, Perú. En la propuesta de implementación se determinó que, para lograr cumplir los requerimientos del cliente en cuanto a calidad intrínseca, disponibilidad y precio/coste era necesario diagnosticar la situación de la empresa, identificando problemas y causas en la gestión de sus procesos y operaciones, realizar una propuesta de mejora para la gestión y normalización de los procesos administrativos y operativos; y desarrollar la propuesta de mejora buscando la sostenibilidad en el tiempo. A través del uso de entrevistas, cuestionarios y del procesamiento de datos se concluyó que la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad basado en la Norma ISO 9001:2015 proporciona la eficiencia a través de la normalización de los procesos. Con la aplicación de las propuestas se logra cumplir los requerimientos del cliente al 100%, en cuanto a calidad intrínseca, disponibilidad y precio/coste. Mediante el diagnóstico de situación se identificaron tres problemas: productos con error de especificación o mala calidad, tiempos de producción no conformes y falta de materia prima en momentos críticos. Al aplicar la gestión por procesos con el soporte de la normalización de los

requisitos de la Norma ISO 9001:2015, al aplicarlas a la problemática se puede corroborar que es la más adecuada para su solución ya que provee ordenamiento a los procesos para una mejor gestión y enfoque de los mismos hacia la satisfacción del cliente (calidad).

2.2 Bases teórico-científicas

2.2.1 Calidad

Desde el siglo XX, la calidad ha venido siendo teorizado a través de expertos en la materia, así como por entidades internacionales que han procurado salvaguardar el concepto de calidad y como debería aplicarse a las organizaciones. Es por esto que se detallan a continuación definiciones de calidad según sus diversos autores y entidades referenciales.

Calidad es definida por El Diccionario de la Real Academia Española como la “Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor”.

Calidad es también definida por los autores referentes en la materia, quienes establecieron a lo largo del Siglo XX las bases para las técnicas y la gestión de la calidad moderna:

Phil Crosby (Crosby, 1979) calidad es: “Ajustarse a las especificaciones o conformidad de unos requisitos”. W. E. Deming (Deming, 1982) es: “El grado perceptible de uniformidad y fiabilidad a bajo costo y adecuado a las necesidades del cliente”. Feigenbaum (Feigenbaum, 1990), “Todas las características del producto y servicio provenientes de Mercadeo,

Ingeniería Manufactura y Mantenimiento que estén relacionadas directamente con las necesidades del cliente, son consideradas calidad”.

Joseph Jurán (Jurán, 1993) define calidad como: “Adecuado para el uso, satisfaciendo las necesidades del cliente. Calidad es hacer las cosas bien a la primera”. (O’Reilly, 2012).

Instituciones Internacionales relacionados con la calidad la definen como “Calidad: Grado en el que un conjunto de características inherentes de un objeto cumple con los requisitos”. (ISO 9000:2015, 3.6.2).

2.2.2 Gestión de la calidad

Es conceptualizada por el Estándar Internacional como:

La gestión relacionada o con respecto a la calidad. La gestión de la calidad puede incluir el establecimiento de políticas de la calidad, los objetivos de la calidad y los procesos para lograr estos objetivos de la calidad a través de la planificación de la calidad, el aseguramiento de la calidad, el control de la calidad y la mejora de la calidad. (ISO 9000:2015, 3.3.4)

Podemos apreciar que la definición de Gestión de Calidad según lo expuesto por el vocabulario ISO 9000:2015 se apoya en los componentes del principio de Mejora Continua, impartida por Edwards Deming. Es así que en la figura n° 1 se esquematiza la relación existente.



Figura N° 1. Ciclo P-H-V-A y su relación con la definición de Gestión de la Calidad según ISO 9000:2015

Fuente: Elaboración propia

Así como algunos estándares internacionales se basan en el principio de la Mejora Continua, hoy en día contamos con clásicos de referencia en el mundo de la calidad, como son Deming, Crosby y Juran por mencionar algunos. En esta ocasión se detallan los 14 principios establecidos por Edwards Deming, puesto que sus aportaciones son tomadas para el desarrollo de esta tesis. La tabla n° 3 representa como se relacionan los 14 principios de la gestión de calidad con algunos capítulos contenidos en la Norma ISO 9001:2015 – Requisitos de los Sistemas de Gestión de la Calidad.

Tabla N° 3. Los 14 principios de la Gestión de la Calidad según Deming relativos a los capítulos de la Norma Internacional ISO 9001:2015

Principios de la gestión de la calidad establecidas por Deming y su relación con los capítulos de la Norma ISO 9001:2015	Capítulos ISO 9001:2015
1) Crear un propósito constante hacia la mejora de los productos y servicios, asignando recursos para cubrir necesidades de largo plazo en vez de buscar rentabilidad a corto plazo.	4.1. Comprensión de la organización y de su contexto
2) Adoptar la filosofía de estabilidad económica rechazando permitir niveles normalmente aceptados de demoras, errores, materiales defectuosos y defectos de fabricación.	5.2. Política de calidad
3) Eliminar la dependencia de inspecciones masivas solicitando pruebas estadísticas inherentes a la calidad en las funciones de fabricación y compras.	8.1. Planificación y control operacional
4) Reducir el número de proveedores eliminando a los no cualificados.	8.4. Control de los procesos, productos y servicios suministrados externamente
5) Buscar la Mejora Continua y constante en todos los procesos de planificación, producción y de servicio.	10.3. Mejora Continua
6) Implantar la formación en el trabajo.	7.2. Competencia
7) Adoptar e implantar el liderazgo.	5.1. Liderazgo y compromiso
8) Erradicar el miedo.	5.1. Liderazgo y compromiso
9) Romper las barreras existentes entre los departamentos de la empresa estimulando trabajos en equipo, congregando esfuerzos de área diferentes: investigación, diseño, ventas y producción.	5.3. Roles, responsabilidades y autoridades de la organización
10) Eliminar las metas para la mano de obra. Pedir al trabajador que mejore su trabajo sin mejorar los procesos o las herramientas, suele ser contra productivo.	5.1. Liderazgo y compromiso
11) Eliminar los objetivos numéricos. Los objetivos numéricos no suelen tener en cuenta la calidad ni los métodos empleados. Alcanzar únicamente los objetivos numéricos suelen ser síntoma de baja calidad de los productos o servicios.	5.1. Liderazgo y compromiso

12) Derribar las barreras que impiden el sentimiento de orgullo que produce un trabajo bien hecho.	7.3. Toma de conciencia
13) Establecer un fuerte programa de educación y formación.	7.2. Competencia
14) Poner en marcha las medidas para asegurar los 13 puntos anteriores, empezando por uno mismo. La calidad es responsabilidad de todos”.	10.3. Mejora Continua

Fuente: Elaboración propia

En adición, ISO 9001:2015 establece que:

Esta Norma Internacional se basa en los principios de la gestión de la calidad descritos en la Norma ISO 9000. Las descripciones incluyen una declaración de cada principio, una base racional de por qué el principio es importante para la organización, algunos ejemplos de los beneficios asociados con el principio y ejemplos de acciones típicas para mejorar el desempeño de la organización cuando se aplique el principio. Los principios de la gestión de la calidad son: Enfoque al cliente, Liderazgo, Compromiso de las Personas, Enfoque a Procesos, Mejora Continua, Toma de Decisiones basada en la Evidencia y Gestión de las Relaciones (ISO 9001:2015, p. viii)

De los principios expuestos se tratarán dos de ellos a continuación: Enfoque a procesos y Mejora Continua.

2.2.3 El Ciclo de la Mejora Continua y los Sistemas de Gestión de Calidad

Agregando la palabra “Sistema” al término “Gestión de la Calidad” tenemos como resultado el conjunto de recursos que interactúan entre sí con la finalidad de lograr un objetivo, en este caso, los objetivos de la calidad y todo el

proceso que conlleva. Sistema de Gestión de la Calidad está definida como “Conjunto de elementos de una organización interrelacionados o que interactúan para establecer políticas, objetivos y procesos para lograr estos objetivos, relacionados con la calidad” (ISO 9000:2015, 3.5.4).

Para que un Sistema de Gestión de Calidad funcione es clave que esta se apoye en uno de los principios establecidos por uno de los autores especialistas en la materia. El principio de Mejora Continua tratado por Edwards Deming nos expone los pilares de calidad que permiten planificar el sistema, ejecutar el sistema, revisar y retroalimentar el Sistema de Gestión, por la razón de ser un sistema como tal, es resultado del desempeño de varios componentes que interactúan y se retroalimentan entre sí. El Ciclo Planificar-Hacer-Verificar-Actuar (P-H-V-A) o Ciclo de la Mejora Continua está definida como:

Actividad recurrente para mejorar el desempeño. El proceso de establecer objetivos y de encontrar oportunidades para la mejora es un proceso continuo mediante el uso de hallazgos de la auditoría y de conclusiones de la auditoría, del análisis de los datos, de las revisiones por la dirección u otros medios, y generalmente conduce a una acción correctiva o una acción preventiva. (ISO 9000:2015, 3.3.2).

Esto quiere decir que todo Sistema de Gestión debe estar sujeto a implementaciones, ejecuciones, revisiones, diagnósticos, mediciones y resultados de sus procesos de nivel estratégico, táctico y operativo, que eventualmente deberán ser presentados a la alta gerencia por el comité de calidad, para poder establecer mejoras al sistema como a toda la organización. El Estándar

Internacional ISO 9001:2015 – Requisitos de los Sistemas de Gestión de Calidad, expone que:

Esta Norma Internacional emplea el enfoque a procesos, que incorpora el Ciclo Planificar-Hacer-Verificar-Actuar (P-H-V-A) y el pensamiento basado en riesgos. El Ciclo P-H-V-A permite a una organización asegurarse de que sus procesos cuenten con recursos y se gestionen adecuadamente, y que las oportunidades de mejora se determinen y se actúe en consecuencia. (ISO 9001:2015, p. vii).

Del mismo modo la aplicabilidad del principio P-H-V-A pueda darse a nivel micro y macro. Esto quiere decir que el uso del principio puede darse en el establecimiento de procesos individualmente, procesos de naturaleza gerencial, comercial, productiva, de control de calidad, de facturación, de logística, de atención al cliente, etc.; como también en la planificación, establecimiento y retroalimentación de todo el Sistema de Gestión de Calidad.

A continuación, la figura n° 2 muestra la relación entre el Ciclo P-H-V-A y la Norma Internacional ISO 9001:2015. Los números entre paréntesis denotan los capítulos que contiene la Norma Internacional.

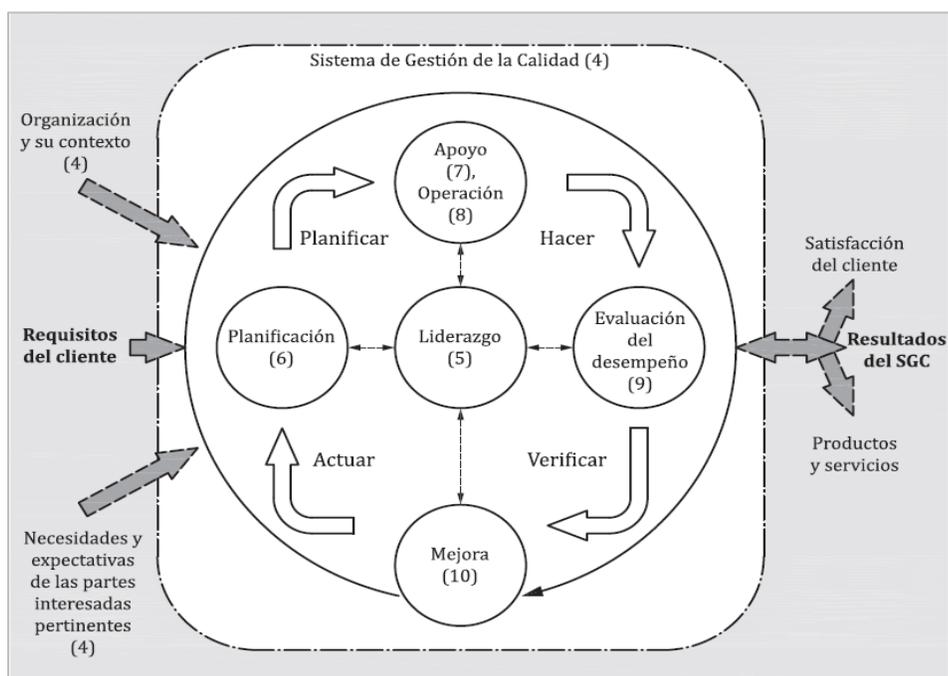


Figura N° 2. El Ciclo P-H-V-A como pilar de la Norma Internacional ISO 9001:2015

Fuente: ISO 9001:2015 Sistemas de Gestión de Calidad. Requisitos (2015), p. ix

Así mismo, el Ciclo P-H-V-A se encuentra conceptualizada de la siguiente manera:

Planificar: Establecer los objetivos del sistema y sus procesos, y los recursos necesarios para generar y proporcionar resultados de acuerdo con los requisitos del cliente y las políticas de la organización, e identificar y abordar los riesgos y las oportunidades.

Hacer: Implementar lo planificado.

Verificar: Realizar el seguimiento y (cuando sea aplicable) la medición de los procesos y los productos y servicios resultantes respecto a las políticas, los objetivos, los requisitos y las actividades planificadas, e informar sobre los resultados.

Actuar: Tomar acciones para mejorar el desempeño, cuando sea necesario.
(ISO 9001:2015, p. x)

Resulta importante entonces, resaltar que la Norma Internacional se fundamenta en el principio del Ciclo P-H-V-A o Mejora Continua en su estructuración y poder aplicar a todo Sistema de Gestión de Calidad sin discriminar tipo, tamaño o rubro de la organización que lo contiene. Del mismo modo y como ya se explicó poder aplicar la Mejora Continua en la planificación, establecimiento y desarrollo de procesos individualmente que conforman el Sistema.

2.2.4 Enfoque a procesos

2.2.4.1 Definición de proceso

Es definida según ISO 9000:2015 como el “Conjunto de actividades mutuamente relacionadas que utilizan las entradas para proporcionar un resultado previsto”. Los resultados previstos de un proceso pueden interpretarse como productos o servicios dirigidos hacia los clientes como también en actividades dirigidas a satisfacer a las partes interesadas de la organización. Un proceso está compuesto por recursos humanos, materiales y de infraestructura y detallarlos de manera práctica puede ser útil aplicando la noción de las 6M:

Mano de obra: Es la protagonista de todo proceso, por lo tanto, sus actividades y aptitudes influyen directamente en los resultados o salidas del proceso.

Métodos: Son las políticas, los procedimientos, las normas y las instrucciones que se emplean para ejecutar un determinado trabajo; la definición formal y estandarizada de un método asegura la calidad y oportunidad de una salida.

Maquinaria o equipo: Viene a ser el elemento que complementa al esfuerzo del personal en la agregación de valor: su adecuada calibración, correcto mantenimiento y oportuno reemplazo definirán apropiados niveles de precisión y exactitud.

Materiales o suministros: Son las entradas que serán transformadas por un proceso, es el caso de los materiales, partes en proceso y la información. La calidad de los suministros es importante para asegurar la calidad de los resultados.

Medio ambiente: Incluye las condiciones en las cuales se desarrolla un trabajo, como el espacio, la ventilación, la seguridad en la planta, la iluminación, etcétera.

Medios de control: Se refiere a los instrumentos o recursos utilizados para evaluar el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso y para los resultados del proceso.

(Bonilla, Díaz, Kleeberg y Noriega, 2012, p. 27)

Resulta importante poder relacionar los componentes de un proceso con las Normas ISO, puesto que sus capítulos exponen como gestionar los recursos de un proceso dentro de un Sistema de Gestión de Calidad. Convenientemente los capítulos de la Norma ISO 9001:2015

relacionados con la gestión de los recursos están dimensiones en el “Hacer” del Ciclo de la Mejora Continua. A continuación, la figura n° 3 esquematiza los componentes de un proceso y su relación con los capítulos de la Norma Internacional.



Figura N° 3. Las 6M tratadas dentro de la estructuración de la Norma ISO 9001:2015

Fuente: Elaboración propia

2.2.4.2 Enfoque a procesos en la Norma ISO 9001:2015

La norma de referencia a los Sistemas de Gestión de Calidad ISO 9001:2015 menciona que “El enfoque a procesos permite a una organización planificar sus procesos y sus interacciones”. Esto quiere decir que la organización al utilizar este principio debe establecer y esquematizar un mapa de procesos para identificar eventualmente los recursos a asignar. Tal y como lo exige el capítulo 4 del Estándar, la Organización debe identificar sus procesos pertinentes para lograr sus objetivos estratégicos y a su vez definir la interacción de los mismos. A manera de introducción, ISO 9001:2015 sostiene que:

Esta Norma Internacional promueve la adopción de un enfoque a procesos al desarrollar, implementar y mejorar la eficacia de un Sistema de Gestión de Calidad, para aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de los requisitos del cliente. Este enfoque permite a la organización controlar las interrelaciones e interdependencias entre los procesos del sistema, de modo que se pueda mejorar el desempeño global de la organización. El enfoque a procesos implica la definición y gestión sistemática de los procesos y sus interacciones, con el fin de alcanzar los resultados previstos de acuerdo con la política de la calidad y la dirección estratégica de la organización. (ISO 9001:2015, p. viii).

A continuación, la figura n° 4 muestra la esquematización de un proceso, detallando sus entradas y salidas y la ubicación de sus posibles controles.

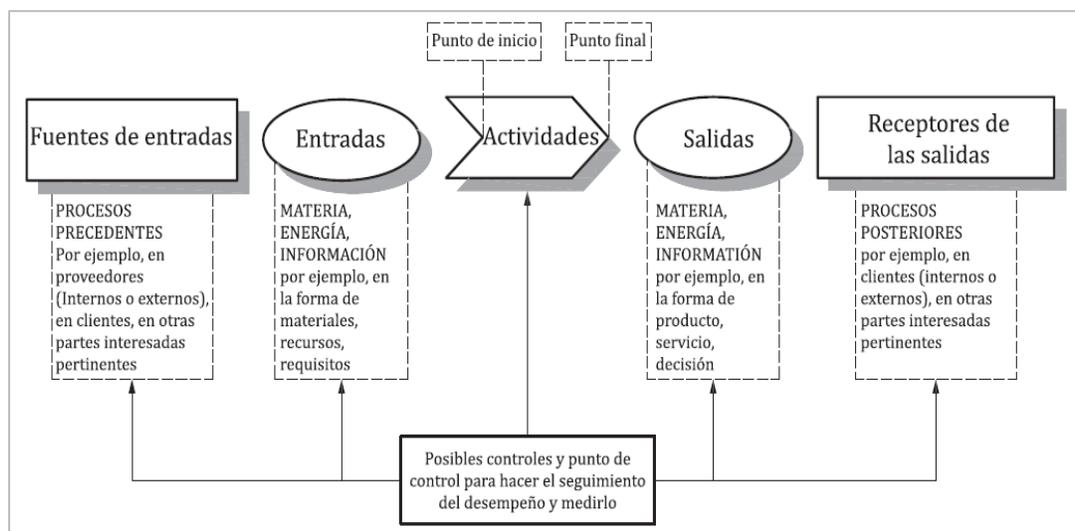


Figura N° 4. Esquematización de un proceso

Fuente: ISO 9001:2015 Sistemas de Gestión de Calidad. Requisitos (2015), p. ix

2.2.5 El Estándar Internacional ISO 9001:2015

2.2.5.1 La Organización Internacional para la Estandarización

ISO (International Organization for Standard) o traducido al castellano Organización Internacional para la Estandarización es una organización internacional independiente, no gubernamental y actual referente mundial en temas relacionados a la estandarización y la calidad. Esta organización:

Cuenta con 163 organismos nacionales de normalización y 3368 cuerpos técnicos que velan por el desarrollo de la normalización y más de 135 personas trabajan en el Secretariado Central de Ginebra (Suiza). A través de sus miembros, que reúne a expertos para compartir conocimientos y desarrollar estrategias basadas en el consenso, comercializa Normas Internacionales voluntarias y relevantes que apoyan la innovación y aportan soluciones a los retos globales. (...) Se denomina ISO en referencia al griego “Isos”, que significa “igual”. (...) Esta organización celebró su primera reunión en junio de 1947 en Zúrich, y fijó su sede permanente en la ciudad de Ginebra. (Cortés, 2017, p. 29)

2.2.5.2 ISO 9001:2015 – Sistemas de Gestión de Calidad, Requisitos

El Estándar Internacional ISO 9001 en su versión 2015 (Se denota el año de publicación seguida por dos puntos) es una herramienta de gestión y un compendio que presenta los requisitos que un Sistema de Gestión de Calidad debe cumplir para que la organización demuestre su

capacidad de proporcionar productos y/o servicios adecuados que satisfagan las necesidades de los clientes y resultados para las partes interesadas. Parte interesada es aquel agente que influencia o se ve influenciada por el desempeño de una organización; por ende, abarca a los accionistas, empleados, proveedores, gobierno, etc. Esta versión de la norma anula y sustituye a la edición ISO 9001:2008. Su aplicación comprende cualquier tipo y tamaño de organización y:

Esta Norma Internacional especifica los requisitos para un Sistema de Gestión de Calidad cuando una organización necesita demostrar su capacidad para proporcionar regularmente productos y servicios que satisfagan los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables, y aspira a aumentar la satisfacción del cliente a través de la aplicación eficaz del sistema, incluidos los procesos para la mejora del sistema y el aseguramiento de la conformidad con los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables. (ISO 9001:2015, p. 1)

2.2.5.3 Estructura y contenido de la Norma ISO 9001:2015

La estructura de la norma está compuesta por 10 capítulos, siendo del 1 al 3 el detalle de las generalidades del Estándar; no tienen la funcionalidad de cumplimiento pues es netamente informativo: Objeto y campo de aplicación, referencias normativas, y términos y definiciones. El capítulo 4 estipula las directrices sobre el contexto de la organización y la comprensión de las necesidades y expectativas de las partes

interesadas, el capítulo 5 abarca los puntos relacionados a liderazgo, el capítulo 6 engloba los puntos sobre planificación. En el plano operativo se ven contempladas los capítulos 7 (directrices para el soporte), capítulo 8 (directrices para la operación), capítulo 9 (directrices para la evaluación del desempeño) y finalmente el capítulo 10 (Mejora). Bajo la aplicación del principio P-H-V-A, se pasa a detallar en la tabla n° 4 el contenido de la Norma ISO 9001:2015, según la literatura de la misma.

Tabla N° 4. Requisitos de la Norma ISO 9001:2015 y el Ciclo P-H-V-A

Ciclo Mejora Continua	Contenido de la Norma ISO 9001:2015. Sistemas de Gestión de la Calidad - Requisitos
N/A	1. Objetivo y campo de aplicación
	2. Referencias normativas
	3. Términos y definiciones
Planificar	4. Contexto de la organización
	4.1. Comprensión de la organización y de su contexto
	4.2. Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas
	4.3. Determinación del alcance del Sistema de Gestión de Calidad
	4.4. Sistema de Gestión de Calidad y sus procesos
	5. Liderazgo
	5.1. Liderazgo y compromiso
	5.2. Política de calidad
	5.3. Roles, responsabilidades y autoridades de la organización
	6. Planificación
	6.1. Acciones para abordar riesgos y oportunidades
6.2. Objetivos de la calidad y planificación para lograrlos	
6.3. Planificación de los cambios	
Hacer	7. Apoyo
	7.1. Recursos
	7.2. Competencia
	7.3. Toma de conciencia
	7.4. Comunicación
	7.5. Información documentada

	8. Operación
	8.1. Planificación y control operacional
	8.2. Requisitos para los productos y servicios
	8.3. Diseño y desarrollo de los productos y servicios
	8.4. Control de los procesos, productos y servicios suministrados externamente
	8.5. Producción y provisión del servicio
	8.6. Liberación de los productos y servicios
	8.7. Control de las salidas no conformes
	9. Evaluación del desempeño
Verificar	9.1. Seguimiento, medición, análisis y evaluación
	9.2. Auditoría Interna
	9.3. Revisión por la dirección
	10. Mejora
Actuar	10.1. Generalidades
	10.2. No conformidad y acción correctiva
	10.3. Mejora Continua

Fuente: ISO 9001:2015 Sistemas de Gestión de la Calidad. Requisitos

El contenido de la Norma Internacional se puede interpretar clasificando los capítulos de acuerdo a los tipos de proceso que les son asignados. Los procesos estratégicos, cuyas funciones se encargan de velar por la planificación estratégica, la asignación de políticas y objetivos, se ven reflejados o modo de obligación en los capítulos 4, 5 y 6 vinculándose al principio “Planificar” según el Ciclo P-H-V-A. El Capítulo 4, como se muestra en la tabla N° 4 comprende: Primero, la obligación por parte de la Alta Dirección en comprender el contexto de la organización y documentarlo a través del uso de matrices asociadas al planeamiento estratégico; por ejemplo, el uso de la matriz Fortalezas-Oportunidades-Debilidades-Amenazas (FODA). Cabe mencionar que el Estándar establece el “qué hacer” y no el “cómo hacer”, por lo tanto, las

organizaciones tienen libre albedrío en definir qué herramientas o formatos serán útiles para documentar el requisito establecido. En segundo lugar, la Norma exige identificar las necesidades de las partes interesadas y documentar esta información. Por parte interesada o *stakeholder* se comprenden los clientes, accionistas, trabajadores, el Estado, los acreedores, los proveedores y todo agente que se vea influenciado por el accionar de la organización. Por primera vez, la Norma hace hincapié en la definición de lo que los clientes esperan y necesitan para satisfacer sus necesidades. En tercer lugar, el capítulo 4 estipula determinar cuál es el alcance del Sistema de Gestión de Calidad; esto quiere decir que la organización debe delimitar qué áreas, qué procesos o qué subprocesos deberán estar estandarizados y sujetos a medición dependiendo del grado de su incidencia con los objetivos que la misma establezca. En cuarta instancia, El capítulo 4 nos obliga a definir los procesos del Sistema de Gestión de Calidad y su interacción. Esto puede documentarse a través de un mapa de interacción de procesos y a través de una ficha que divulgue la caracterización de procesos; con esto es aplicable la teoría sobre el enfoque de procesos al definir cuáles son las entradas y salidas, quien es el responsable de ejecutar el proceso, cual es la misión de dicho proceso dentro del Sistema de Gestión, que recursos son necesarios para su correcta ejecución, que resultados debe pretender y cuáles son los indicadores para medir su eficiencia.

Otro componente dentro del principio “Planificar” es el quinto capítulo de la Norma y hace referencia al Liderazgo. En primera instancia la Alta Dirección debe estar comprometida con la implementación del Sistema de Gestión de Calidad y represente el agente para encaminar y liderar los esfuerzos de la organización hacia la Mejora Continua. Estos esfuerzos aterrizan en la definición y difusión de la Política de Calidad, esta difusión deberá realizarse hacia todos los colaboradores de la organización denominados en algunos casos clientes internos como también a los clientes externos. En segunda instancia, el Liderazgo se verá efectuada a través de la definición por la Alta Dirección de los roles o funciones, responsabilidades y autoridades para ejecutar el Sistema de Gestión con integridad y jerarquía. El tercer componente del principio “Planificar” le corresponde al Capítulo 6, denominado simplemente Planificación. Este capítulo hace referencia a la identificación de los riesgos y oportunidades que puedan suscitarse a lo largo del desempeño de los procesos. De no cumplir con los requisitos del Capítulo 4 no se podrá concluir eficazmente con los requisitos del Capítulo 6. En segundo lugar, el sexto capítulo comprende la identificación de los objetivos estratégicos y cuáles serán los indicadores principales o *Key Performance Indicator (KPI's)* pertinentes al Sistema de Gestión y por ende a la organización. En tercer lugar, el Capítulo 6 refiere la planificación y comprensión de cambios que puedan suscitarse en el desempeño de los procesos. Se puede afirmar que este capítulo enfatiza los esfuerzos de la organización por la cultura

de la prevención, puesto que uno de los enfoques de la Norma es el pensamiento basado en riesgos.

Continuando con el principio “Hacer” se pueden asociar los procesos principales y los procesos de apoyo (Procesos cuyo comportamiento no afectan directamente la calidad del producto y/o servicio) y son de naturaleza táctica u operativa. El Capítulo 7 se manifiesta a través de los procesos relacionados con la gestión de recursos materiales (instrumentos de medición, trazabilidad e infraestructura), definición de los intervalos de tiempo para su revisión y verificación, cuyo fin es garantizar la confiabilidad de los productos hacia el cliente. Otro aspecto del séptimo capítulo es la comprensión de los perfiles profesionales pertinentes a cada colaborador, sustentadas en experiencia laboral, formación y competencias. Es importante recalcar que, por Norma, la formación de los trabajadores debe incluir conocimientos de la Norma ISO 9001:2015 y puede realizarse de manera interna como externa. También se comprende la formación de un Comité de Calidad encargada de las labores tácticas por administrar el Sistema de Gestión de Calidad. Otros aspectos comprendidos en este capítulo son la comunicación (vías para difundir la política de calidad y comunicar los cambios que puedan darse en el Sistema de Gestión) y el mantenimiento de la información documentada del Sistema imprescindible para las auditorías internas que exige la Norma, como las externas solicitadas por el cliente.

El segundo componente del principio “Hacer” corresponde al Capítulo 8 y este se asocia a los procesos principales cuyo desempeño influye directamente en la calidad del producto y/o servicio, por ende, en la satisfacción del cliente. A este punto, ISO (Capítulos 8.1 y 8.2) obliga a que las organizaciones definan los parámetros y requisitos para la fabricación de los productos y la prestación de los servicios, establecidos en primera instancia por el cliente y de acuerdo a las normas legales y reglamentarias vigentes. El capítulo 8.3 aborda las directrices para el diseño y desarrollo, siendo este el capítulo en algunos casos excluido del alcance de los Sistemas de Gestión de Calidad puesto que ciertos rubros mantienen, por norma técnica o por prácticas comerciales generalmente aceptadas, un diseño único establecido o estandarizado en el mercado. El capítulo 8.4 se define por la gestión de los suministros y/o servicios que involucren tercerización; dicha gestión involucra las actividades de selección, evaluación y reevaluación de proveedores, que toda organización debe definir para salvaguardar el oportuno funcionamiento de los procesos de producción. Finalmente, los capítulos 8.5, 8.6 y 8.7 están relacionados con el control de la calidad, el producto no conforme y de su tratamiento con tal de evitar su contacto con el cliente.

El Capítulo 9 hace referencia a la medición de lo que se ha planificado, implementado y ejecutado. El principio “Verificar” del Ciclo P-H-V-A resulta protagonista y nuevamente es importante hacer

hincapié en que la Norma enfatiza la obligación por parte de la organización en identificar los criterios o dimensiones para medir el nivel de satisfacción del cliente. Otro aspecto relacionado a la medición es la obligación para auditar internamente los procesos de la organización, puesto que al aplicar el Requisito 4.4, la organización dispone de información para conocer el comportamiento de sus procesos y si es que existe coherencia con los resultados obtenidos en las encuestas a los clientes. El tercer aspecto del Capítulo 9 es la documentación contenida para la Revisión por la Dirección. Esto quiere decir que tanto los hallazgos de auditoría como los resultados de la evaluación del nivel de satisfacción de los clientes deberán ser presentados a la Alta Dirección con la finalidad de continuar con el último paso del Ciclo P-H-V-A.

Finalmente y dando por concluido el Ciclo P-H-V-A, el principio “Actuar” se manifiesta en el Capítulo 10 presentando en su contenido la Mejora, resultado de haber realizado la auditoría interna y las encuestas de satisfacción de los clientes, la Alta Dirección en colaboración con el Comité de Calidad se ven obligadas en identificar las No Conformidades del Sistema, su tratamiento, identificar las causas de su incidencia, abordar los mecanismos para su mitigación o eliminación, y la definición de Acciones Correctivas; en su defecto, identificar oportunidades de mejora para el Sistema a fin de retroalimentarlo y/o mejorarlo. Las labores descritas corresponden a la Mejora Continua

definida como la “actividad recurrente para mejorar el desempeño” (ISO 9000:2015, 3.7.8) de la organización.

2.2.6 Satisfacción del cliente

2.2.6.1 Definición según ISO 9000:2015

Existe una amplia literatura sobre la satisfacción del cliente. Dada la naturaleza diversa de las organizaciones y dadas las disciplinas encargadas y comprometidas en su estudio como es el campo del marketing, se hará uso de la propia definición establecida por el vocabulario del Estándar Internacional:

Es la percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus expectativas. Puede que la expectativa del cliente no sea conocida por la organización o incluso por el propio cliente hasta que el producto se entregue. Para alcanzar una alta satisfacción del cliente puede ser necesario cumplir una expectativa de un cliente incluso si no está declarada, ni esta generalmente implícita, ni es obligatoria. Las quejas son un indicador habitual de una baja satisfacción del cliente, pero la ausencia de las mismas no implica necesariamente una elevada satisfacción del cliente. (ISO 9000:2015, 3.9.2).

Habiendo mencionado los postulados sobre satisfacción del cliente y para los fines de esta investigación se puede concluir que la satisfacción del cliente es un parámetro de suma importancia puesto que expresa mesuradamente si la organización cumple, no cumple o excede

las expectativas del cliente; de esta manera poder implementar acciones de mejora que refuercen o mejoren la imagen y/o el posicionamiento de la organización en el rubro donde se desempeñe. En adición, se puede afirmar que el cliente representa el “norte” o la “brújula” de toda organización; pues bajo los conceptos de planeamiento estratégico, la visión al representar el posicionamiento de la empresa en un futuro dentro del plazo que la misma establezca, la misión traduce los esfuerzos que realiza la organización para hacer que la visión se materialice. Entonces, estos esfuerzos representan cada una de las necesidades del cliente que continuamente se satisfacen o se busque satisfacer.

2.2.6.2 Medición de la satisfacción del cliente

Las mediciones de la satisfacción del cliente se justifican porque, según Hayes (1999) existe un enorme deseo por establecer las mediciones como índices de calidad de la compañía, este deseo es resultado del interés en satisfacer a los clientes. El proceso para medir la satisfacción del cliente, implica un proceso compuesto por:

Identificar las necesidades de los clientes o dimensiones de la calidad. (...) El conocimiento de las necesidades de los clientes es esencial por dos razones: En primer lugar, proporciona un mejor entendimiento de la manera en que los clientes definen la calidad de los servicios y productos. Si uno comprende esas necesidades estará en una mejor posición para saber cómo satisfacer a la

clientela. En segundo término, el conocimiento de las necesidades de la clientela facilitara la elaboración del cuestionario de satisfacción del cliente. Sus preguntas evaluaran el grado hasta el que los clientes se sienten satisfechos con cada una de las dimensiones de la calidad. (...) El paso 2 del proceso es la formulación del cuestionario. Este paso incluye muchos componentes específicos. (...) El paso 3 representa los diversos usos específicos de los cuestionarios para evaluar la satisfacción del cliente. (...) Los usos varían desde identificar la situación actual de la satisfacción del cliente hasta evaluarla en el transcurso del tiempo. (Hayes, 1999: 6-7).

Para reforzar lo señalado, Kotler y Keller (2006) afirman que existen diversos métodos para medir la satisfacción del cliente, entre los cuales destacan encuestas regulares, seguimiento del índice de abandono de clientes, entre otros.

Adicionalmente, Best (2005) sostiene que una de las formas de medir la satisfacción de los clientes, es el índice de satisfacción de los clientes (ISC), que se construye a partir de niveles de satisfacción en aspectos concretos (rendimiento de máquinas, servicio técnico, entre otros).

Puesto que esta investigación se basa en la aplicación del Estándar ISO 9001:2015 se mencionarán los incisos que involucran la medición

de la satisfacción del cliente. El numeral 4.2 relacionado a las partes interesadas señala que:

Debido a su efecto o efecto potencial en la capacidad de la organización de proporcionar regularmente productos y servicios que satisfagan los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables, la organización debe determinar: Las partes interesadas que son pertinentes al Sistema de Gestión de la Calidad; los requisitos pertinentes de estas partes interesadas para el Sistema de Gestión de la Calidad. La organización debe realizar el seguimiento y la revisión de la información sobre estas partes interesadas y sus requisitos pertinentes. (ISO 9001:2015, p. 2)

Segundo, el Numeral 5.1.2 relacionado al Liderazgo indica que: La alta dirección debe demostrar liderazgo y compromiso con respecto al enfoque al cliente asegurándose de que se determinan, se comprenden y se cumplen regularmente los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables; se determinan y se consideran los riesgos y oportunidades que pueden afectar a la conformidad de los productos y servicios y a la capacidad de aumentar la satisfacción del cliente; se mantiene el enfoque en el aumento de la satisfacción del cliente. (ISO 9001:2015, p. 3-4)

Finalmente, el Numeral 9.1.2 relacionado a la medición del Sistema de Gestión de Calidad refiere que:

La organización debe realizar el seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplen sus necesidades y expectativas. La organización debe determinar los métodos para obtener, realizar el seguimiento y revisar esta información. Los ejemplos de seguimiento de las percepciones del cliente pueden incluir las encuestas al cliente, la retroalimentación del cliente sobre los productos y servicios entregados, las reuniones con los clientes, el análisis de las cuotas de mercado, las felicitaciones, las garantías utilizadas y los informes de agentes comerciales. (ISO 9001:2015, p. 17).

Dicho esto, se puede afirmar que las dimensiones de calidad establecidas por el cliente corresponden a las dimensiones de la satisfacción del cliente agrupados en dos bloques: Servicio al cliente, a raíz de las actividades que la organización tiene contacto con el cliente en cada una de las fases del ciclo de vida del producto y/o servicio. El segundo bloque se atribuye a la confiabilidad, para verificar los aspectos concretos de satisfacción del cliente (resultado de aplicar ISO 9001:2015) y los índices de quejas o recomendación.

2.2.6.3 Satisfacción del cliente, confiabilidad y servicio al cliente

Podemos encontrar en la literatura de ISO 9000:2015 los términos relativos al cliente, entre ellas dos serán de utilidad para dimensionar la satisfacción del cliente: Confiabilidad y Servicio al cliente.

La confiabilidad es una característica inherente a la organización que esté dispuesta a elevar la satisfacción de sus clientes. ISO 9000:2015 establece que el término “Confiabilidad” es “La capacidad para desempeñar cómo y cuándo se requiera”. Atribuyéndose la definición a las organizaciones, se puede conceptuar como su capacidad de entregar un producto de acuerdo a los requisitos y en el momento que el cliente los solicite. En el apartado 3.9 (Términos relativos al cliente) la confiabilidad es expresada como “Código de conducta de la satisfacción del cliente”, el cual se sostiene como “Promesas hechas a los clientes por una organización relacionadas con su comportamiento, orientadas a aumentar la satisfacción del cliente y las disposiciones relacionadas. Las disposiciones relacionadas pueden incluir el tratamiento de quejas”. (ISO 9000:2015, 3.9.5), Dicho esto, se puede afirmar que a medida la confiabilidad de la organización crezca dentro de la percepción del cliente, este se manifestará en su comportamiento. Por un lado, a mayor confiabilidad, la recompra y la promoción, incrementarían. En caso contrario, si se suscita una insatisfacción del cliente, este se manifestará con la queja, definida como “La expresión de insatisfacción hecha a una organización” (ISO 9000:2015, 3.9.3).

La otra dimensión que abarca Satisfacción del Cliente es el concepto de servicio al cliente, definida como el “Conjunto de actividades que mantienen y potencian el valor de los productos y servicios para el cliente, mediante la logística, formación,

mantenimiento, instalación, etcétera; asociados al producto” (Cortés, 2017: 198).

Cortés sostiene también que:

La satisfacción del cliente, es un proceso más amplio, que abarca, además del servicio al cliente, otros aspectos no relacionados con el servicio en ventas, sino con la concepción del producto (definición y análisis de los requisitos del cliente para el producto y sus correspondientes revisiones) y la producción del mismo, incluyendo procesos muy concretos como la preservación de los bienes del cliente, por ejemplo. Estos otros aspectos que motivan la satisfacción del cliente han sido vistos en temas anteriores según se estudiaban cada uno de los procesos, por ejemplo, el ya señalado de definición y análisis de los requisitos del cliente para el producto. En definitiva, la satisfacción del cliente engloba el servicio al mismo, además de otra serie de procesos. (...) El servicio al cliente en venta debe proporcionar ventajas competitivas no solo para subsistir, sino para permitir a la organización diferenciarse y adquirir preponderancia en el mercado frente a sus competidores. De un modo general, el servicio al cliente en el proceso de ventas tiene 3 elementos básicos: El servicio preventa, el servicio en la venta y el servicio postventa. (...) Algunas características generales aplicables a la calidad del servicio en ventas son identificadas en los modelos de

calidad total, como por ejemplo el modelo de la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad (EFQM) y afectan a: La imagen de la empresa (Accesibilidad, comunicación, flexibilidad, comportamiento y capacidad de respuesta), el servicio propiamente dicho (Fiabilidad, valor, entrega, respeto al medio ambiente) y la venta y servicio postventa (Capacidad y conducta de las personas de la organización, asesoramiento y garantías). (...)

La preventa incluye actividades de formación dentro del servicio o servicio de asesoramiento, horario de atención al cliente, validez, periodo de garantía, etc. (...)

La calidad del proceso de venta está ubicada en asegurar la disponibilidad de los productos y servicios, proporcionar al cliente información del estado y la logística de los mismos. (...)

La postventa es la fase del proceso de ventas en la que más tipos de servicio y más variados, pueden ofrecerse al cliente. Los servicios de postventa incluyen: Formación, instalación, mantenimiento, reparación, asesoramiento, consultoría, gestión de quejas y reclamaciones, etc. (...)

Finalmente, la observación de este conjunto de prácticas, aparte de los beneficios obvios que proporcionan al cliente, en cuanto a la organización, permiten: Mantener y aumentar el nivel de satisfacción del cliente, atraer potenciales clientes, mejorar los productos y servicios actuales, establecer alianzas con los clientes, innovar y desarrollar nuevos productos y servicios y mantener

información histórica del nivel del servicio. (Cortés, 2017, p. 198-207).

Tras lo mencionado se puede concluir que de no tener un acercamiento con el cliente no se podrá tener una apreciación de cuán satisfecho se encuentre con el producto y/o el servicio ofertado por la organización. El producto o servicio son resultados de procesos que la empresa planifica, implementa y ejecuta en cada uno de los niveles de contacto con el cliente; desde el proceso de preventa involucrando actividades de cotización o resolución de dudas, las actividades de producción y entrega de producto, hasta el proceso de postventa y actividades como asesoramiento, servicio técnico, etcétera. El elemento confiabilidad; de no respaldarlo, incurriendo en retrasos de entrega, no atendiendo las solicitudes del cliente en el tiempo esperado o no responder sus consultas después de la venta, inciden en reclamos cada vez más constantes, impactando negativamente en la satisfacción del cliente. De tener éxito en su respaldo se manifestará en la recurrencia de compras del cliente o en la promoción de la organización en manos del cliente.

2.3 Definición de términos básicos

A continuación, se detallan conceptualizan los términos tratados en esta investigación.

Auditoría: Proceso sistemático, independiente y documentado para obtener evidencias objetivas y evaluarlas de manera objetiva con el fin de determinar el grado en que se cumplen los criterios de auditoría. Los elementos fundamentales de una auditoría incluyen la determinación de la conformidad, de un objeto, de acuerdo con un procedimiento, llevado a cabo por personal que no es responsable del objeto auditado. (ISO 9000:2015, 3.13.1)

Cliente: Persona u organización que podría recibir o que recibe un producto o un servicio destinado a esa persona u organización o requerido por ella. (ISO 9000:2015, 3.2.4)

Confiabilidad: Capacidad para desempeñar cómo y cuándo se requiera. (ISO 9000:2015, 3.6.14)

Conformidad: Cumplimiento de un requisito. (ISO 9000:2015, 3.6.11)

Contexto de la organización: Combinación de cuestiones internas y externas que pueden tener un efecto en el enfoque de la organización para el desarrollo y logro de sus objetivos. (ISO 9000:2015, 3.2.2)

Gestión: Actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización. La gestión puede incluir el establecimiento de políticas, objetivos y procesos para lograr estos objetivos. (ISO 9000:2015, 3.3.3)

Gestión de la calidad: Gestión con respecto a la calidad. La gestión de la calidad puede incluir el establecimiento de políticas de la calidad, los objetivos de la calidad y

los procesos para lograr estos objetivos de la calidad a través de la planificación de la calidad, el aseguramiento de la calidad, el control de la calidad y la mejora de la calidad. (ISO 9000:2015, 3.3.4)

Infraestructura: Sistema de instalaciones, equipos y servicios necesarios para el funcionamiento de una organización. (ISO 9000:2015, 3.5.2)

Medición: Proceso para determinar un valor. De acuerdo con la Norma ISO 3534-2, el valor determinado generalmente es el valor de una magnitud. (ISO 9000:2015, 3.11.4)

Mejora: Actividad para mejorar el desempeño. La actividad puede ser recurrente o puntual. (ISO 9000:2015, 3.3.1)

Mejora Continua: Actividad recurrente para mejorar el desempeño. El proceso de establecer objetivos y de encontrar oportunidades para la mejora es un proceso continuo mediante el uso de hallazgos de la auditoría y de conclusiones de la auditoría, del análisis de los datos, de las revisiones por la dirección u otros medios, y generalmente conduce a una acción correctiva o una acción preventiva. (ISO 9000:2015, 3.3.2)

Parte interesada: Persona u organización que puede afectar, verse afectada o percibirse como afectada por una decisión o actividad. Clientes, propietarios, personas de una organización, proveedores, banca, legisladores, sindicatos, socios o sociedad en general que puede incluir competidores o grupos de presión con intereses opuestos. (ISO 9000:2015, 3.2.3)

Política de calidad: Política relativa a la calidad. Generalmente la política de la calidad es coherente con la política global de la organización, puede alinearse con la

visión y la misión de la organización y proporciona un marco de referencia para el establecimiento de los objetivos de la calidad. (ISO 9000:2015, 3.5.9)

Proceso: Conjunto de actividades mutuamente relacionadas que utilizan las entradas para proporcionar un resultado previsto. Que el “resultado previsto” de un proceso se denomine salida, producto o servicio depende del contexto de la referencia. Las entradas de un proceso son generalmente las salidas de otros procesos y las salidas de un proceso son generalmente las entradas de otros procesos. (ISO 9000:2015, 3.4.1)

Queja: Expresión de insatisfacción hecha a una organización, relativa a su producto o servicio, o al propio proceso de tratamiento de quejas, donde explícita o implícitamente se espera una respuesta o resolución. (ISO 9000:2015, 3.9.3)

Requisito: Necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria. “Generalmente implícita” significa que es habitual o práctica común para la organización y las partes interesadas el que la necesidad o expectativa bajo consideración está implícita. Un requisito especificado es aquel que está establecido, por ejemplo, en información documentada. (ISO 9000:2015, 3.6.4)

Satisfacción del cliente: Percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido las expectativas de los clientes. Puede que la expectativa del cliente no sea conocida por la organización, o incluso por el propio cliente, hasta que el producto o servicio se entregue. Para alcanzar una alta satisfacción del cliente puede ser necesario cumplir una expectativa de un cliente incluso si no está declarada, ni está generalmente implícita, ni es obligatoria. (ISO 9000:2015, 3.9.2)

Servicio al cliente: Interacción de la organización con el cliente a lo largo del ciclo de vida de un producto o un servicio. (ISO 9000:2015, 3.9.4)

Sistema: Conjunto de elementos interrelacionados o que interactúan (ISO 9000:2015, 3.5.1)

Sistema de Gestión: Conjunto de elementos de una organización interrelacionados o que interactúan para establecer políticas, objetivos y procesos para lograr estos objetivos. Un Sistema de Gestión puede tratar una sola disciplina o varias disciplinas, por ejemplo, gestión de la calidad, gestión financiera o gestión ambiental. Los elementos del Sistema de Gestión establecen la estructura de la organización, los roles y las responsabilidades, la planificación, la operación, las políticas, las prácticas, las reglas, las creencias, los objetivos y los procesos para lograr esos objetivos. El alcance de un Sistema de Gestión puede incluir la totalidad de la organización, funciones específicas e identificadas de la organización, secciones específicas e identificadas de la organización, o una o más funciones dentro de un grupo de organizaciones. (ISO 9000:2015, 3.5.3)

Sistema de Gestión de Calidad: Parte de un Sistema de Gestión relacionada con la calidad. (ISO 9000:2015, 3.5.4)

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1 Hipótesis y/o supuestos básicos

3.1.1 Hipótesis principal

Un Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015 incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

3.1.2 Hipótesis específicas

El principio planificar incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

El principio hacer incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

El principio verificar incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

El principio actuar incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

3.2 Variables o unidades de análisis

Matriz de Variables de análisis

Variables	Concepto	Dimensiones
<i>Variable independiente:</i>	Es la parte de un Sistema de Gestión relacionada con la calidad. (ISO 9000:2015, 3.5.4).	Planificar
Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015.	ISO 9001:2015 es la Norma Internacional que emplea el enfoque a procesos, que incorpora el Ciclo Planificar-Hacer-Verificar-Actuar (P-H-V-A). El Ciclo P-H-V-A permite a una organización asegurarse de que sus procesos cuenten con recursos y se gestionen adecuadamente, y que las oportunidades de mejora se determinen y se actúe en consecuencia. (ISO 9001:2015 Sistemas de Gestión de Calidad – Requisitos, p. vii)	Hacer Verificar Actuar
<i>Variable dependiente:</i>	Satisfacción del Clientes es la percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido las expectativas de los clientes. Puede que la expectativa del cliente no sea conocida por la organización, o incluso por el propio cliente, hasta que el producto o servicio se entregue. (ISO 9000:2015, 3.9.2)	Confiabilidad
Satisfacción del Cliente	Servicio al Cliente es la interacción de la organización con el cliente a lo largo del ciclo de vida de un producto o un servicio. (ISO 9000:2015, 3.9.4) Confiabilidad es la capacidad para desempeñar cómo y cuándo se requiera. (ISO 9000:2015, 3.6.14)	Servicio al Cliente

Fuente: Elaboración propia

3.3 Matriz operacional

Variable	Dimensiones	Indicadores	Sub-indicadores (Preguntas a los indicadores)
Variable independiente X:	Planificar	1. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la planificación estratégica	1. ¿En qué nivel la organización cumple con determinar las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades clave para la dirección estratégica? 2. ¿En qué nivel la organización cumple con determinar las partes interesadas y sus necesidades? 3. ¿En qué nivel la organización cumple con establecer el alcance de su Sistema de Gestión de calidad? 4. ¿En qué nivel la organización cumple con identificar sus procesos, entradas y salidas?
		2. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado al liderazgo	5. ¿En qué nivel la organización cumple con garantizar que los requisitos de los clientes de determinan? 6. ¿En qué nivel la organización cumple con establecer y comunicar la política de calidad? 7. ¿En qué nivel la organización cumple con establecer y comunicar las funciones para los roles en toda la organización?
		3. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a los objetivos de calidad y los riesgos	8. ¿En qué nivel la organización cumple con establecer y medir sus objetivos de calidad? 9. ¿En qué nivel la organización cumple con identificar y establecer los métodos para afrontar los riesgos de sus procesos? 10. ¿En qué nivel la organización cumple con definir procedimientos ante los cambios del entorno?
		4. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la gestión de RR.HH.	11. ¿En qué nivel la organización cumple con determinar los conocimientos necesarios para el funcionamiento de sus procesos? 12. ¿En qué nivel la organización cumple con asegurar que las personas sean competentes en cuestión de una adecuada educación, formación y experiencia?
		5. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la gestión de la infraestructura y los recursos	13. ¿En qué nivel la organización cumple con proporcionar una adecuada infraestructura? (P.e. iluminación, espacios definidos, maquinaria, etc.) 14. ¿En qué nivel la organización cumple con disponer de métodos eficaces para garantizar la trazabilidad? 15. ¿En qué nivel la organización cumple con determinar los recursos necesarios para garantizar una medición fiable? 16. ¿En qué nivel la organización cumple con mantener información documentada, manuales, procedimientos, instructivos y formatos?
	Hacer	6. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la planificación de la producción	17. ¿En qué nivel la organización cumple con planificar, implementar y controlar los procesos necesarios para cumplir los requisitos para la producción? 18. ¿En qué nivel la organización cumple con establecer la comunicación con los clientes para incluir información relativa a los productos? 19. ¿En qué nivel la organización cumple con determinar los requisitos legales y reglamentarios para los productos que ofrece? 20. ¿En qué nivel la organización cumple con revisar los requisitos del cliente antes de comprometerse a suministrar productos a este?

	21. ¿En qué nivel la organización cumple con asegurar que se resuelvan las diferencias entre lo ofertado y los requisitos en la solicitud del cliente?
	22. ¿En qué nivel la organización cumple con establecer las acciones a tomar frente a los cambios en la solicitud del cliente?
7. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la gestión de suministros	23. ¿En qué nivel la organización cumple con determinar los controles a aplicar en los procesos, productos y servicios suministrados externamente?
	24. ¿En qué nivel la organización cumple con aplicar criterios para la evaluación, selección, seguimiento y reevaluación de los proveedores externos?
	25. ¿En qué nivel la organización cumple con comunicar a los proveedores externos sus requisitos para los procesos, productos y servicios?
8. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la ejecución de la producción	26. ¿En qué nivel la organización cumple con controlar la validación periódica de la capacidad para alcanzar los resultados planificados de la producción?
	27. ¿En qué nivel la organización cumple con implementar acciones para prevenir los errores humanos?
	28. ¿En qué nivel la organización cumple con implementar acciones de trazabilidad e identificación?
	29. ¿En qué nivel la organización cumple con implementar acciones para resguardar la propiedad del cliente?
	30. ¿En qué nivel la organización cumple con establecer los requisitos para las actividades posteriores a la entrega asociadas con los productos?
	31. ¿En qué nivel la organización cumple con considerar la naturaleza, el uso y la vida útil prevista de sus productos?
9. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado al control de calidad	32. ¿En qué nivel la organización cumple con implementar las disposiciones de verificación y aprobación de los productos?
	33. ¿En qué nivel la organización cumple con asegurar que los productos no conformes se controlen para prevenir su uso o entrega?
10. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la evaluación del desempeño	34. ¿En qué nivel la organización cumple con determinar los métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación?
	35. ¿En qué nivel la organización cumple con determinar cuándo llevar a cabo el seguimiento y la medición?
	36. ¿En qué nivel la organización cumple con determinar cuándo analizar y evaluar los resultados del seguimiento y medición?
Verificar	11. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la auditoría interna, satisfacción del cliente y sus revisiones por la dirección
	37. ¿En qué nivel la organización cumple con realizar el seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplen sus necesidades?
	38. ¿En qué nivel la organización cumple con determinar los métodos para realizar el seguimiento y revisar la información?
	39. ¿En qué nivel la organización cumple con ejecutar auditorías internas en intervalos planificados?
	40. ¿En qué nivel la organización cumple con que la alta dirección revise los resultados de las auditorías internas y de la satisfacción del cliente?

	Actuar	12. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a las acción correctiva y la Mejora Continua	<p>41. ¿En qué nivel la organización cumple con implementar acciones de mejora para lograr los requisitos del cliente y mejorar su satisfacción?</p> <p>42. ¿En qué nivel la organización cumple con reaccionar ante la no conformidad, tomar acciones para su control y corrección?</p> <p>43. ¿En qué nivel la organización cumple con implementar cualquier acción necesaria, ante una no conformidad?</p> <p>44. ¿En qué nivel la organización cumple con revisar la eficacia de cualquier acción correctiva tomada?</p> <p>45. ¿En qué nivel la organización cumple con conservar información documentada como evidencia de la naturaleza de las no conformidades, acciones tomadas y sus resultados?</p>
	Variable	Dimensiones	Indicadores
	Variable dependiente Y:		Sub-indicadores (Preguntas a los indicadores)
Satisfacción del cliente	Servicio al cliente	1. Nivel de conformidad del cliente asociado a la calidad de las actividades en la preventa	<p>1. ¿Cómo calificaría el horario de atención al cliente?</p> <p>2. ¿Cómo calificaría la atención del back-office (Personal de oficina) antes de concretarse la venta?</p> <p>3. Antes de concretarse la venta, ¿Qué tan receptivo ha sido el personal técnico-comercial ante inquietudes sobre los productos/servicios?</p> <p>4. ¿Cómo calificaría a la empresa de acuerdo a su disponibilidad de productos y/o servicios?</p> <p>5. ¿Cómo calificaría la relación calidad-precio otorgada por la empresa?</p>
		2. Nivel de conformidad del cliente asociado a la calidad de las actividades de la venta	<p>6. ¿Qué tan bien la empresa cumple con satisfacer las especificaciones técnico-legales del producto/servicio solicitado?</p> <p>7. ¿Qué nivel de calidad le otorgaría al producto/servicio suministrado por la empresa?</p> <p>8. ¿Qué nivel le otorgaría a la empresa en cuanto a la proporción de información del estado y logística de su producto?</p>
		3. Nivel de conformidad del cliente asociado a la calidad de las actividades postventa	<p>9. Después de la venta, ¿Qué tan receptiva fue la empresa ante sus preguntas acerca de los productos y/o servicios?</p> <p>10. ¿Cómo calificaría las actividades de formación o servicio de capacitación?</p> <p>11. ¿Cómo calificaría el servicio de mantenimiento y/o recertificación?</p>
	Confiabilidad	4. Nivel de satisfacción del cliente, en aspectos concretos, según el requisito 9.2 de la Norma ISO 9001:2015	<p>12. Respecto a la calidad del producto, ¿Qué tan satisfecho/a o insatisfecho/a está con la empresa?</p> <p>13. Respecto al precio ofertado, ¿Qué tan satisfecho/a o insatisfecho/a está con la empresa?</p> <p>14. Respecto a la rapidez de cotización, ¿Qué tan satisfecho/a o insatisfecho/a está con la empresa?</p> <p>15. Respecto a las certificaciones, ¿Qué tan satisfecho/a o insatisfecho/a está con la empresa?</p> <p>16. Respecto al tiempo de entrega, ¿Qué tan satisfecho/a o insatisfecho/a está con la empresa?</p> <p>17. Respecto al profesionalismo del personal del área comercial y de servicios ¿Qué tan satisfecho/a o insatisfecho/a está con la empresa?</p>
		5. Quejas	18. ¿Qué tan satisfecho/a o insatisfecho/a se encuentra con la empresa luego de atender sus quejas?
		6. Recompra	19. ¿Qué tan probable es que usted vuelva a comprar alguno de los productos y/o servicios de la empresa?
		7. Recomendación	20. ¿Qué tan probable es que recomiende esta empresa a sus amigos o colegas?

Fuente: Elaboración propia

3.4 Matriz lógica de consistencia

Título: Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015 y su incidencia en la satisfacción del cliente en la empresa CS Beaver S.A.C

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variable	Dimensiones	Indicadores	Técnicas e instrumentos	
¿Cuál es la incidencia de un Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015 en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C?	Determinar la incidencia de un Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015 en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.	Un Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015 incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.	Variable independiente	Planificar	1. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la planificación estratégica	Auditoría al SGC	
					2. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado al liderazgo	Auditoría al SGC	
					3. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a los objetivos de calidad y los riesgos	Auditoría al SGC	
				Hacer	4. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la gestión de RR.HH.	Auditoría al SGC	
					5. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la gestión de la infraestructura y los recursos	Auditoría al SGC	
					6. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la planificación de la producción	Auditoría al SGC	
					7. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la gestión de suministros	Auditoría al SGC	
					8. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la ejecución de la producción	Auditoría al SGC	
					9. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado al control de calidad	Auditoría al SGC	
					Verificar	10. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la evaluación del desempeño	Auditoría al SGC
						11. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la auditoría interna, satisfacción del cliente y sus revisiones por la dirección	Auditoría al SGC
					Actuar	12. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a las acción correctiva y la Mejora Continua	Auditoría al SGC

Problemas secundarios:	Objetivos específicos:	Hipótesis específicas:	Variable dependiente		
1. ¿Cuál es la incidencia del principio planificar en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C?	1. Determinar la incidencia del principio planificar en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.	1. El principio planificar incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.	Servicio al cliente	1. Nivel de conformidad del cliente asociado a la calidad de las actividades en la preventa	Encuesta a clientes
				2. Nivel de conformidad del cliente asociado a la calidad de las actividades de la venta	Encuesta a clientes
				3. Nivel de conformidad del cliente asociado a la calidad de las actividades postventa	Encuesta a clientes
2. ¿Cuál es la incidencia del principio hacer en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C?	2. Determinar la incidencia del principio hacer en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.	2. El principio hacer incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.	Satisfacción del cliente	4. Nivel de satisfacción del cliente, en aspectos concretos, según el requisito 9.2 de la Norma ISO 9001:2015	Encuesta a clientes
3. ¿Cuál es la incidencia del principio verificar en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C?	3. Determinar la incidencia del principio verificar en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.	3. El principio verificar incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.	Confiabilidad	5. Quejas	Encuesta a clientes
4. ¿Cuál es la incidencia del principio actuar en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C?	4. Determinar la incidencia del principio actuar en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.	4. El principio actuar incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.		6. Recompra	Encuesta a clientes
				7. Recomendación	Encuesta a clientes

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO IV

MÉTODO

4.1 Tipo y método de investigación

Considerando la naturaleza y el propósito de la investigación, donde se desea observar el nivel de asociación entre dos variables categóricas o cualitativas: una variable independiente X o estímulo y la variable dependiente Y o respuesta, el tipo de investigación es cualitativo, descriptiva y no experimental.

Aplicada, según Sánchez, Reyes y Mejía (2018) aprovecha los conocimientos logrados por la investigación básica o teórica para el conocimiento y solución de problemas inmediatos.

Descriptiva, porque:

La investigación se orienta a describir el fenómeno e identificar las características de su estado actual. (...) Se analizan las características del fenómeno en estudio y de sus variables para lograr un mayor conocimiento. (Sánchez, Reyes y Mejía, 2018: 88).

No experimental, porque “se realiza sin manipular deliberadamente variables.

(...) La investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014: 152).

4.2 Diseño específico de investigación

El diseño de la investigación es el deductivo, que parte de lo general para explicar lo específico mediante un razonamiento lógico y el contraste de las hipótesis que sustentan las conclusiones finales del trabajo de investigación.

El diseño también se considera transversal, referido al diseño de investigación descriptivo o no experimental que toma en cuenta una o varias muestras en un momento determinado. (Sánchez, Reyes y Mejía, 2018: 55).

Finalmente, el diseño es correlacional puesto que tiene como objetivo establecer el grado de correlación estadística que hay entre dos variables en estudio.

Funcionalmente permite observar el grado de asociación entre dos variables. (Sánchez, Reyes y Mejía, 2018: 51).

4.3 Población, muestra o participantes

El estudio de la variable Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015, define que la población está conformada por todos los requisitos expuestos en el Estándar Internacional ISO 9001:2015, mientras que la muestra esta denotada por aquellos requisitos que la organización objeto de estudio determina dentro del alcance de su Sistema de Gestión de Calidad.

El estudio de la variable Satisfacción del Cliente define que la población está conformada por todos los clientes de la organización objeto de estudio. En vista que no se puede obtener un listado de los clientes, la podemos considerar infinita. Tras la aplicación de criterios relevantes a esta investigación se concluyó que el tamaño de la

muestra asciende a 54 clientes. Según la figura n° 5, la muestra dio como resultado su composición mayoritaria por los clientes del sector “Otro” atribuyéndose los rubros portuarios, petroleros, metalmecánicos, manutención, etc. En segundo lugar, se ubica el sector contratista y, en tercer lugar, la minería.



Figura N° 5. Sectores económicos de los clientes o muestra de la investigación
Fuente: Datos de la propia investigación

La figura n° 6 detalla durante cuánto tiempo la muestra o los clientes encuestados mantuvieron nexos comerciales con la organización objeto de estudio. El 30% de ellos han recurrido a la recompra por más de 10 años.

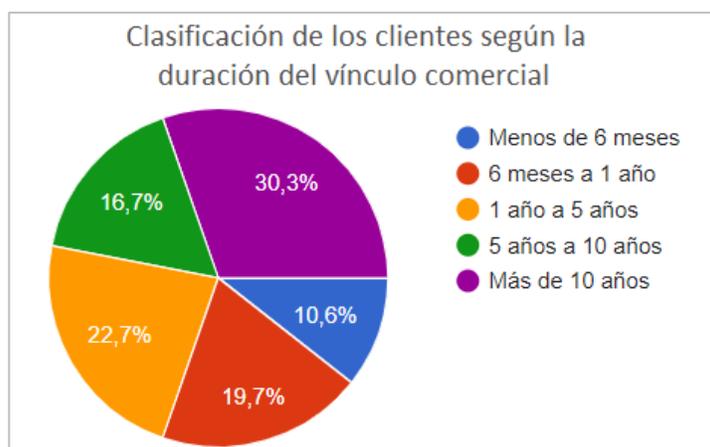


Figura N° 6. Duración del nexo comercial de los clientes o muestra de la investigación
Fuente: Datos de la propia investigación

4.4 Instrumentos de recogida de datos

Esta dado por el cuestionario de preguntas cerradas con respuestas de tipo Likert. Las preguntas han sido elaboradas para verificar la validez de las hipótesis formuladas en la tesis. Un cuestionario es una técnica indirecta de recogida de datos, escrito a manera de interrogatorio, en donde se obtiene información acerca de las variables a investigar. (Sánchez, Reyes y Mejía, 2018: 41)

La validación del cuestionario se efectuó en el momento de su elaboración, donde cada sub-pregunta está asociada con un sub-indicador; del mismo modo, una pregunta está asociada con un indicador, este a su vez con la dimensión y este último con la variable. De este modo se estaría calculando las propiedades básicas de todo instrumento de medición: La confiabilidad y su validez.

La aplicación del cuestionario fue mediante un procedimiento de muestreo aleatorio por cuotas, en el sentido que se contactaron tantas empresas clientes hasta completar el número de encuestas a ser ejecutado.

4.5 Técnicas de procesamiento y análisis de datos

El procesamiento se ejecutó en base a la información obtenida de los cuestionarios de tipo auditoría, codificadas y plasmadas a una hoja de Excel, conformando así la base de datos para la variable independiente. En cuanto a la variable dependiente, los datos recogidos en las encuestas a los clientes se codificaron y se trasladaron a una hoja de Excel. A partir de la base de datos, se procesó la información con la aplicación estadística SPSS, para la obtención de tablas de frecuencia de cada una de las preguntas.

Propiamente las técnicas utilizadas en base a la aplicación estadística en esta investigación fueron:

Tabla de distribución de frecuencias

Luego de utilizar la aplicación estadística se usaron tablas de frecuencias, ya que presentan las frecuencias asignadas a los valores de una variable. Estos valores pueden estar agrupados (intervalos) o sin agrupar. (Sánchez, Reyes y Mejía, 2018: 56)

Gráfico de barras

Luego, la demostración gráfica se ejecutó mediante gráficos de barras, los cuales son formas de representar gráficamente un conjunto de datos o valores, y está conformados por barras rectangulares de longitudes proporcionales a los valores representados. (Sánchez, Reyes y Mejía, 2018: 48)

Variable interviniente

Para el análisis de la investigación fue crucial resaltar el impacto de la variable interviniente (Servicio al cliente). Es la variable que interviene entre una variable independiente y una dependiente en lo que respecta al efecto. Es la variable que produce un efecto sobre la relación entre la variable independiente y la dependiente, que debería comprenderse al interpretar los resultados. (Sánchez, Reyes y Mejía, 2018: 126)

Tablas bidimensionales

Posteriormente, se utilizaron tablas bidimensionales para verificar la asociación entre las dos variables, como tal es un cuadro de dos dimensiones y cada dimensión contiene una variable. A su vez, cada variable se subdivide en dos o más categorías” (Hernández, Fernández y Baptista: 2014: 318).

Prueba chi cuadrado

Finalmente se utilizó la prueba de Chi cuadrado, el cual expresa el grado de asociación entre variables. (Sánchez, Reyes y Mejía, 2018: 28)

4.6. Procedimiento de ejecución del estudio

Paso n° 1: Elaboración de los instrumentos.

Paso n° 2: Validación de los instrumentos.

Paso n° 3: Aplicación de los instrumentos.

Paso n° 4: Sensibilización de los participantes.

Paso n° 5: Procesamiento de la data obtenida.

Paso n° 6: Tabulación y representación gráfica.

Paso n° 7: Elaboración del informe final.

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1 Datos cuantitativos

5.1.1 Variable Independiente: Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015

Puesto que la variable independiente está denotada como “Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015” resulta importante conocer en qué medida la organización aplica la normativa dentro de su Sistema de Gestión. No se expone en la Norma ISO 9001 cuál es el índice mínimo para validar y certificar una organización con ISO; esto dependerá particularmente de las políticas de la entidad acreditadora con la que se esté llevando el proceso de certificación y generalmente dependerá si efectivamente la organización interesada cumpla con subsanar eventuales no conformidades halladas en las auditorías de certificación y efectúe el Ciclo P-H-V-A. La tabla n° 5 representa el cuadro resumen de los resultados de auditoría ejecutada por el autor de esta tesis, realizada al Sistema de Gestión de Calidad de la organización en el mes de junio del año 2019, el cual se comprobó a través de evidencia documentaria el grado de cumplimiento de la Norma ISO 9001:2015. Del mismo modo, a través de una serie de preguntas referidas a los requisitos del Estándar se pudo comprobar el grado de eficacia que tiene la empresa CS Beaver S.A.C con cumplir los principios planificar, hacer, verificar y actuar correspondientes a la Mejora Continua y expuestos en el Estándar Internacional vigente.

Tabla N° 5. Eficacia de la variable Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015

Dimensiones ISO 9001:2015	Requisitos de la Norma ISO 9001:2015	Indicadores	Resultado Indicador	Eficacia Dimensiones
Dimensión Planificar (Plan)	Requisito N° 4 de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la planificación estratégica	1. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la planificación estratégica	95%	94%
	Requisito N° 5 de la Norma ISO 9001:2015 relacionado al liderazgo	2. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado al liderazgo	100%	
	Requisito N° 6 de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a los objetivos de calidad y los riesgos	3. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a los objetivos de calidad y los riesgos	87%	
Dimensión Hacer (Do)	Requisitos N° 7.1 y 7.2 de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la gestión de RR.HH.	4. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la gestión de RR.HH.	100%	96%
	Requisitos N° 7.3, 7.4 y 7.5 de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la gestión de la infraestructura y los recursos	5. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la gestión de la infraestructura y los recursos	100%	
	Requisitos N° 8.1 y 8.2 de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la planificación de la producción	6. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la planificación de la producción	100%	
	Requisito N° 8.4 de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la gestión de suministros	7. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la gestión de suministros	80%	
	Requisito N° 8.5 de la Norma ISO 9001:2015	8. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma	97%	

	relacionado a la ejecución de la producción	ISO 9001:2015 relacionado a la ejecución de la producción		
	Requisito N° 8.6 y 8.7 de la Norma ISO 9001:2015 relacionado al control de calidad	9. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado al control de calidad	100%	
	Requisito N° 9.1 de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la evaluación del desempeño	10. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la evaluación del desempeño	100%	
Dimensión Verificar (Check)	Requisitos N° 9.2 y 9.3 de la Norma ISO 9001:2015 relacionados a la auditoría interna, satisfacción del cliente y sus revisiones por la dirección	11. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la auditoría interna, satisfacción del cliente y sus revisiones por la dirección	95%	98%
Dimensión Actuar (Act)	Requisito N° 10 de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la acción correctiva y la Mejora Continua	12. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a las acción correctiva y la Mejora Continua	96%	96%
Índice global de cumplimiento de los requisitos de la Norma ISO 9001:2015, de las dimensiones y del Sistema de Gestión de Calidad			96%	

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

Respecto a la variable Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015 se observa que se ha cumplido con el requisito de planificación estratégica en un 95%, el requisito de liderazgo en 100% y el requisito relacionado a los objetivos de calidad en un 87%; dando como resultado un valor

de eficacia de la dimensión “planificar” de 94%. En la dimensión “hacer” se observa un índice de eficacia del 96% ya que la organización cumplió con el requisito de la gestión de RR. HH y de la infraestructura (procesos de apoyo) en 100%, de la planificación de la producción en 100%, de la gestión suministros en 80%, de la ejecución de la producción en 97% y del control de calidad en un 100%. En la dimensión “verificar” la organización logró un índice de eficacia del 98% resultado de haber obtenido 100% en el cumplimiento del requisito de evaluación del desempeño y 95% en el requisito de relacionado a la auditoría interna, satisfacción del cliente y revisiones por la dirección. Para concluir, la organización demostró cumplir en un 96% el principio “actuar” verificado a través del cumplimiento del requisito de la Mejora Continua. Ponderando los resultados obtenidos en las dimensiones P-H-V-A (94%, 96%, 98% y 96%) se deduce que la organización ha logrado implementar el 96% de los requisitos de la Norma ISO 9001:2015 en su Sistema de Gestión de Calidad.

Interpretación

Según los resultados obtenidos, CS Beaver S.A.C ha demostrado implementar y mantener el Estándar Internacional en un 96% de acuerdo al alcance y las exclusiones definidas en su Sistema de Gestión de Calidad. Dado el proceso de evaluación y certificación en manos de una entidad tercera, la organización respalda cumplir los requisitos del Estándar Internacional y ser acreedor de un certificado ISO 9001.

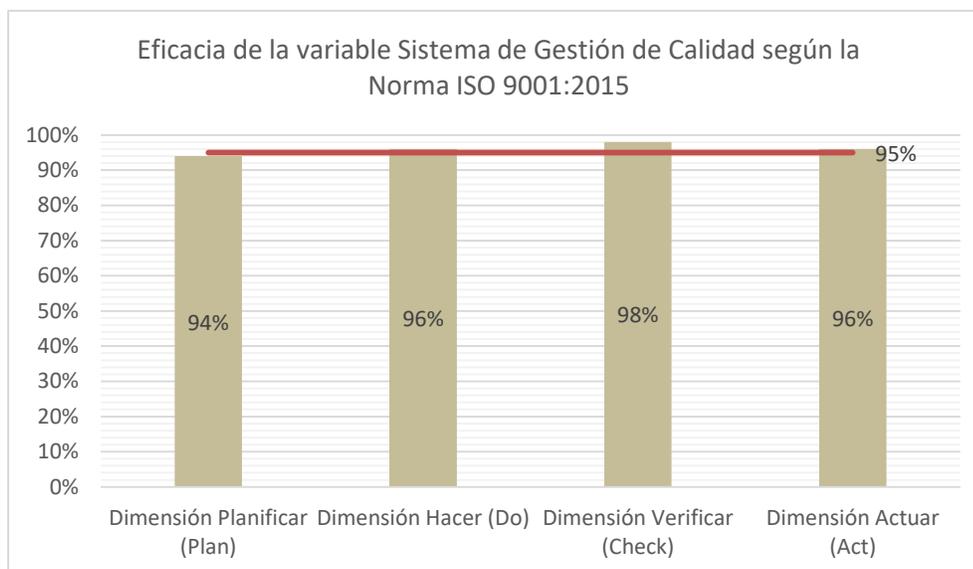


Figura N° 7. Eficacia de la variable Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015

Fuente: Datos de la propia investigación

5.1.2 Dimensión planificar, de la variable Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015

Tabla N° 6. Dimensión planificar

Indicador / Requisitos	Preguntas para verificar el nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015	NC	P	H	V	A	Resultados Indicadores
Requisito N° 4 de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la planificación estratégica	1. ¿En qué nivel la organización cumple con determinar las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades clave para la dirección estratégica?					5	1° Indicador. Nivel de cumplimiento del requisito = 95%
	2. ¿En qué nivel la organización cumple con determinar las partes interesadas y sus necesidades?					5	
	3. ¿En qué nivel la organización cumple con establecer el alcance de su Sistema de Gestión de Calidad?				4		
	4. ¿En qué nivel la organización cumple con identificar sus procesos, entradas y salidas?					5	
Requisito N° 5 de la Norma ISO	5. ¿En qué nivel la organización cumple con garantizar que los requisitos de los clientes de determinan?					5	2° Indicador. Nivel de cumplimiento

9001:2015 relacionado al liderazgo	6. ¿En qué nivel la organización cumple con establecer y comunicar la política de calidad?	5	del requisito = 100%
	7. ¿En qué nivel la organización cumple con establecer y comunicar las funciones para los roles en toda la organización?	5	
Requisito N° 6 de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a los objetivos de calidad y los riesgos	8. ¿En qué nivel la organización cumple con establecer y medir sus objetivos de calidad?	5	3° Indicador. Nivel de cumplimiento del requisito = 87%
	9. ¿En qué nivel la organización cumple con identificar y establecer los métodos para afrontar los riesgos de sus procesos?	4	
	10. ¿En qué nivel la organización cumple con definir procedimientos ante los cambios del entorno?	4	
Nivel de eficacia de la dimensión planificar / cumplimiento de los requisitos 4, 5 y 6 de la Norma ISO 9001:2015		94%	

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

Según los resultados de auditoría, la dimensión planificar tiene un índice de eficacia del 94% resultado de promediar los indicadores de cumplimiento de los requisitos de esta dimensión y de tener las actividades y métodos conformes con el Estándar ISO 9001:2015 y se cuenta con evidencias de planificar, ejecutar, verificar y retroalimentar el requisito (5 puntos). Por lo expuesto, la organización ha identificado sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para aterrizar en un plan estratégico desglosado en objetivos estratégicos de calidad, sus procesos y su interacción. Otro aspecto corresponde a la identificación de las necesidades de partes interesadas, entre ellos los clientes, quienes exigen el cumplimiento de sus requisitos técnicos (cantidad, presentación, características, accesorios complementarios del producto, establecidos en general por el Estándar Internacional técnico ASME) y legales (Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo,

certificación ISO, certificado de producto, certificados de trazabilidad, manual de operatividad, dossier de calidad e ingeniería documentada) pertinentes a los productos y/o servicios solicitados. Otro factor del requisito 4 es la definición del alcance del Sistema de Gestión de Calidad el cual cubre “Fabricación y comercialización de elementos de izaje: Estrobos, eslingas y distribución de sus accesorios”. En cuanto al requisito 5 la organización logró cumplir con garantizar que los requisitos de los clientes se determinan, se tiene una política de calidad debidamente comunicada y evaluada, así como el papel de los colaboradores con el SGC. El cumplimiento del requisito 6, infiere que la organización ha definido sus objetivos de calidad, aunque no logró cerrar al Ciclo de Mejora Continua con respecto a los métodos de acción antes los riesgos de proceso ni del procedimiento ante los cambios del entorno.

Interpretación

La organización ha logrado madurez en cuanto a planificación estratégica, puesto que apoyándose en el Estándar Internacional ha logrado comprender su entorno y su situación organizacional, plasmándose estas cuestiones en una matriz FODA, en conjunto con la identificación de las necesidades de las partes interesadas y la delimitación del alcance del Sistema de Gestión de Calidad se ha logrado definir estrategias y objetivos de calidad pertinentes a la misión y visión de la organización. Los objetivos de los procesos operativos van acorde a los objetivos de calidad implantados por lo que se deduce que la organización implementó en gran medida el principio o dimensión planificar de acuerdo a los lineamientos de la Norma ISO 9001:2015.

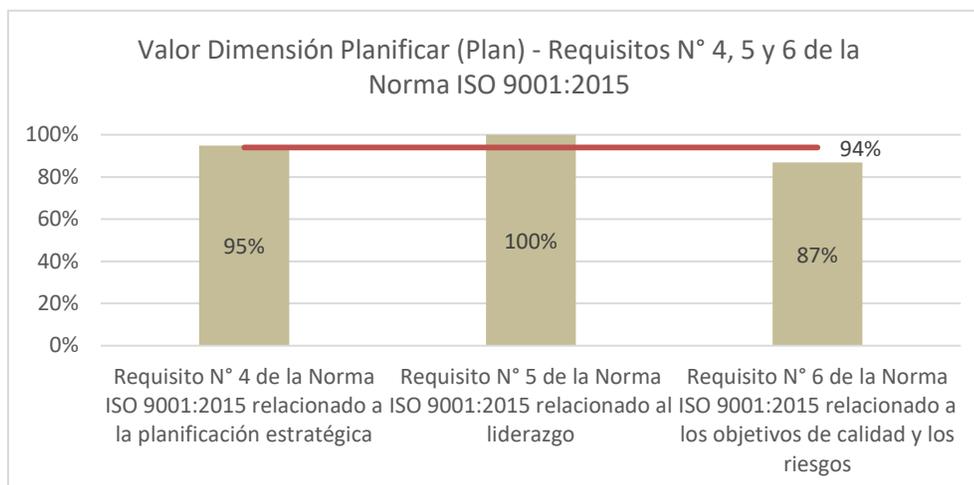


Figura N° 8. Dimensión planificar

Fuente: Datos de la propia investigación

5.1.3 Dimensión hacer, de la variable Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015

Tabla N° 7. Dimensión hacer

Indicador / Requisitos	Preguntas para verificar el nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015						Resultados Indicadores
		NC	P	H	V	A	
Requisitos N° 7.1 y 7.2 de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la gestión de RR.HH.	11. ¿En qué nivel la organización cumple con determinar los conocimientos necesarios para el funcionamiento de sus procesos?					5	4° Indicador. Nivel de cumplimiento del requisito = 100%
	12. ¿En qué nivel la organización cumple con asegurar que las personas sean competentes en cuestión de una adecuada educación, formación y experiencia?					5	
Requisitos N° 7.3, 7.4 y 7.5 de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la gestión de la infraestructur	13. ¿En qué nivel la organización cumple con proporcionar una adecuada infraestructura? (P.e. iluminación, espacios definidos, maquinaria, etc.)					5	5° Indicador. Nivel de cumplimiento del requisito = 100%
	14. ¿En qué nivel la organización cumple con disponer de métodos eficaces para garantizar la trazabilidad?					5	
	15. ¿En qué nivel la organización cumple con determinar los recursos necesarios para garantizar una medición fiable?					5	

a y los recursos	16. ¿En qué nivel la organización cumple con mantener información documentada, manuales, procedimientos, instructivos y formatos?	5	
	17. ¿En qué nivel la organización cumple con planificar, implementar y controlar los procesos necesarios para cumplir los requisitos para la producción?	5	
	18. ¿En qué nivel la organización cumple con establecer la comunicación con los clientes para incluir información relativa a los productos?	5	
Requisitos N° 8.1 y 8.2 de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la planificación de la producción	19. ¿En qué nivel la organización cumple con determinar los requisitos legales y reglamentarios para los productos que ofrece?	5	6° Indicador. Nivel de cumplimiento del requisito = 100%
	20. ¿En qué nivel la organización cumple con revisar los requisitos del cliente antes de comprometerse a suministrar productos a este?	5	
	21. ¿En qué nivel la organización cumple con asegurar que se resuelvan las diferencias entre lo ofertado y los requisitos en la solicitud del cliente?	5	
	22. ¿En qué nivel la organización cumple con establecer las acciones a tomar frente a los cambios en la solicitud del cliente?	5	
Requisito N° 8.4 de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la gestión de suministros	23. ¿En qué nivel la organización cumple con determinar los controles a aplicar en los procesos, productos y servicios suministrados externamente?	4	7° Indicador. Nivel de cumplimiento del requisito = 80%
	24. ¿En qué nivel la organización cumple con aplicar criterios para la evaluación, selección, seguimiento y reevaluación de los proveedores externos?	4	
	25. ¿En qué nivel la organización cumple con comunicar a los proveedores externos sus requisitos para los procesos, productos y servicios?	4	
Requisito N° 8.5 de la Norma ISO 9001:2015	26. ¿En qué nivel la organización cumple con controlar la validación periódica de la capacidad para alcanzar los resultados planificados de la producción?	5	8° Indicador. Nivel de cumplimiento

relacionado a la ejecución de la producción	27. ¿En qué nivel la organización cumple con implementar acciones para prevenir los errores humanos?	5	del requisito = 97%
	28. ¿En qué nivel la organización cumple con implementar acciones de trazabilidad e identificación?	5	
	29. ¿En qué nivel la organización cumple con implementar acciones para resguardar la propiedad del cliente?	5	
	30. ¿En qué nivel la organización cumple con establecer los requisitos para las actividades posteriores a la entrega asociadas con los productos?	4	
	31. ¿En qué nivel la organización cumple con considerar la naturaleza, el uso y la vida útil prevista de sus productos?	5	
Requisito N° 8.6 y 8.7 de la Norma ISO 9001:2015 relacionado al control de calidad	32. ¿En qué nivel la organización cumple con implementar las disposiciones de verificación y aprobación de los productos?	5	9° Indicador. Nivel de cumplimiento del requisito = 100%
	33. ¿En qué nivel la organización cumple con asegurar que los productos no conformes se controlen para prevenir su uso o entrega?	5	
Nivel de eficacia de la dimensión hacer / cumplimiento de los requisitos 7 y 8 de la Norma ISO 9001:2015			96%

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

Según los resultados de la auditoría la dimensión hacer tiene un índice de eficacia del 96% resultado de promediar los indicadores de cumplimiento de los requisitos de esta dimensión y de tener las actividades y métodos conformes con el Estándar ISO 9001:2015 y se cuenta con evidencias de planificar, ejecutar, verificar y retroalimentar el requisito (5 puntos). Por lo expuesto, la organización cumple con los requisitos del numeral 7 al asegurar los perfiles de puesto y capacitación del personal en temas relacionados a la Norma ISO 9001 y

específicas pertinentes al puesto de trabajo. Otro aspecto de los procesos de soporte incluye que la organización mantiene una adecuada infraestructura para el desempeño de los procesos; mantenimiento, inspección y calibración de maquinaria y/o herramientas; así como los procesos y métodos para salvaguardar la trazabilidad de producto. Entre los requisitos del numeral 8, se evidencia que la organización mantiene cierto grado de comunicación con el cliente a fin de cerrar brechas entre la solicitud y el producto final como tal. En cuanto al requisito de la gestión de suministros la organización no ha logrado completar el Ciclo de Mejora Continua. Sobre el requisito 8.5 se observa un alto grado de compromiso por salvaguardar la correcta ejecución y control de calidad de los procesos de manufactura de estrobos y eslingas entre otros servicios que incluyen manutención y capacitación postventa.

Interpretación

La organización ha logrado madurez en cuanto a la planificación, ejecución y control de calidad de la producción, así como a la comunicación con el cliente al punto de reducir al mínimo la brecha entre solicitud y producto final. Sin embargo se resalta el hecho que aún falta cerrar el ciclo de la gestión de los suministros, es decir se la implementado y verificado el proceso de compras, pero no se terminan de aplicar acciones correctivas a las no conformidades incurridas en este proceso.

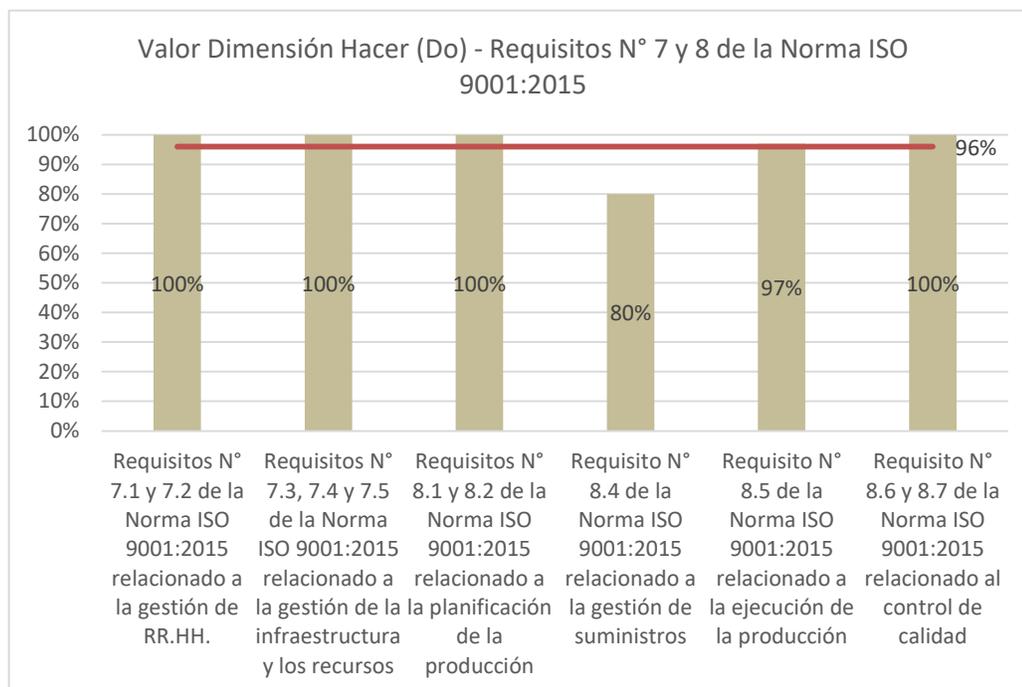


Figura N° 9. Dimensión hacer

Fuente: Datos de la propia investigación

5.1.4 Dimensión verificar, de la variable Sistema de Gestión de Calidad según la

Norma ISO 9001:2015

Tabla N° 8. Dimensión verificar

Indicador / Requisitos	Preguntas para verificar el nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015	NC	P	H	V	A	Resultados Indicadores
Requisito N° 9.1 de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la evaluación del desempeño	34. ¿En qué nivel la organización cumple con determinar los métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación?					5	10° Indicador. Nivel de cumplimiento del requisito = 100%
	35. ¿En qué nivel la organización cumple con determinar cuándo llevar a cabo el seguimiento y la medición?					5	
	36. ¿En qué nivel la organización cumple con determinar cuándo analizar y evaluar los resultados del seguimiento y medición?					5	
Requisitos N° 9.2 y 9.3 de la Norma ISO	37. ¿En qué nivel la organización cumple con realizar el seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplen sus necesidades?					5	11° Indicador. Nivel de cumplimiento

9001:2015 relacionados a la auditoría interna, satisfacción del cliente y sus revisiones por la dirección	38. ¿En qué nivel la organización cumple con determinar los métodos para realizar el seguimiento y revisar la información?	5	del requisito = 95%
	39. ¿En qué nivel la organización cumple con ejecutar auditorías internas en intervalos planificados?	4	
	40. ¿En qué nivel la organización cumple con que la alta dirección revise los resultados de las auditorías internas y de la satisfacción del cliente?	5	
Nivel de eficacia de la dimensión verificar / cumplimiento del requisito 9 de la Norma ISO 9001:2015		98%	

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

De acuerdo a los resultados de auditoría la dimensión verificar tiene un índice de eficacia del 98% resultado de promediar los indicadores de cumplimiento de los requisitos de esta dimensión y de tener las actividades y métodos conformes con el Estándar ISO 9001:2015 y se cuenta con evidencias de planificar, ejecutar, verificar y retroalimentar el requisito (5 puntos). Por lo expuesto, la organización cumple con determinar cuáles son los intervalos temporales y métodos para la medición de los procesos del SGC, las auditorías, la encuesta de satisfacción a los clientes y estos resultados sean presentados a la alta dirección.

Interpretación

La organización ha logrado madurez en cuanto a la dimensión verificar, plasmándose en conocer el comportamiento del proceso del Sistema de Gestión de Calidad. Al determinar las necesidades de los clientes en la dimensión planificar la organización puede verificar en qué grado está satisfaciendo cada

requisito a través de una encuesta. Sin embargo, es importante que la organización logre cerrar el círculo de mejora en su proceso de auditoría interna.

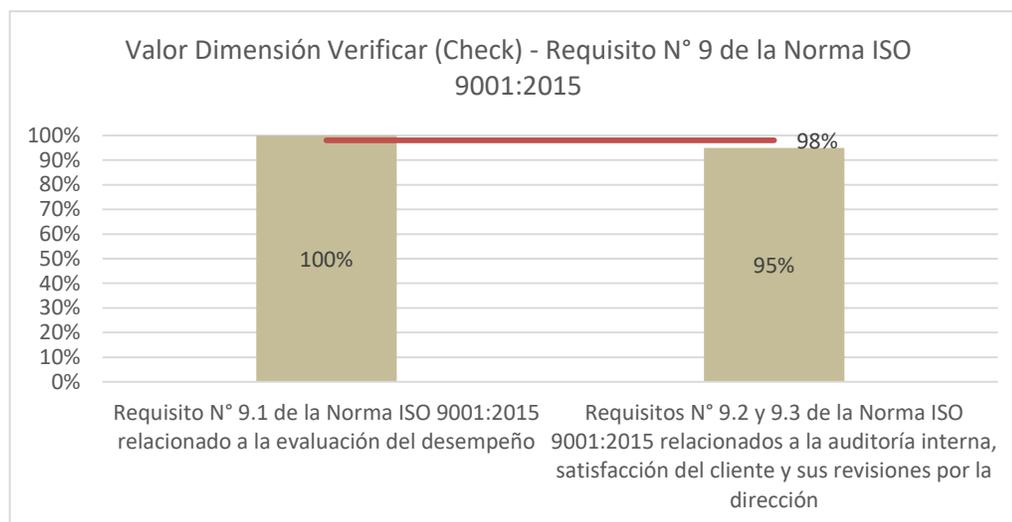


Figura N° 10. Dimensión verificar

Fuente: Datos de la propia investigación

5.1.5 Dimensión actuar, de la variable Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015

Tabla N° 9. Dimensión actuar

Indicador / Requisitos	Preguntas para verificar el nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015						Resultados Indicadores
		NC	P	H	V	A	
Requisito N° 10 de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la acción correctiva y la Mejora Continua	41. ¿En qué nivel la organización cumple con implementar acciones de mejora para lograr los requisitos del cliente y mejorar su satisfacción?					5	12° Indicador. Nivel de cumplimiento del requisito = 96%
	42. ¿En qué nivel la organización cumple con reaccionar ante la no conformidad, tomar acciones para su control y corrección?					5	
	43. ¿En qué nivel la organización cumple con implementar cualquier acción necesaria, ante una no conformidad?					5	
	44. ¿En qué nivel la organización cumple con revisar la eficacia de cualquier acción correctiva tomada?					4	

45. ¿En qué nivel la organización cumple con conservar información documentada como evidencia de la naturaleza de las no conformidades, acciones tomadas y sus resultados?	5
Nivel de eficacia de la dimensión actuar / cumplimiento del requisito 10 de la Norma ISO 9001:2015	96%

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

De acuerdo a los resultados de auditoría la dimensión actuar tiene un índice de eficacia del 96% resultado de promediar los indicadores de cumplimiento de los requisitos de esta dimensión y de tener las actividades y métodos conformes con el Estándar ISO 9001:2015 y se cuenta con evidencias de planificar, ejecutar, verificar y retroalimentar el requisito (5 puntos). Por lo expuesto, la organización cumple con implementar acciones de mejora y acciones correctivas frente a la no conformidad interna (producto no conforme, resultado del proceso de producción de estobos, eslingas y servicios) y externa (producto no conforme del proveedor, reclamo o queja de clientes, no conformidades de auditorías externas) así como su respectiva documentación.

Interpretación

La organización ha logrado madurez en cuanto a la dimensión actuar, estableciendo a través de un procedimiento como responder antes las no conformidades del Sistema de Gestión de Calidad a nivel interno como externo, sin embargo, aún falta terminar el Ciclo de Mejora Continua en lo que concierne a verificación de la eficacia de las acciones correctivas.

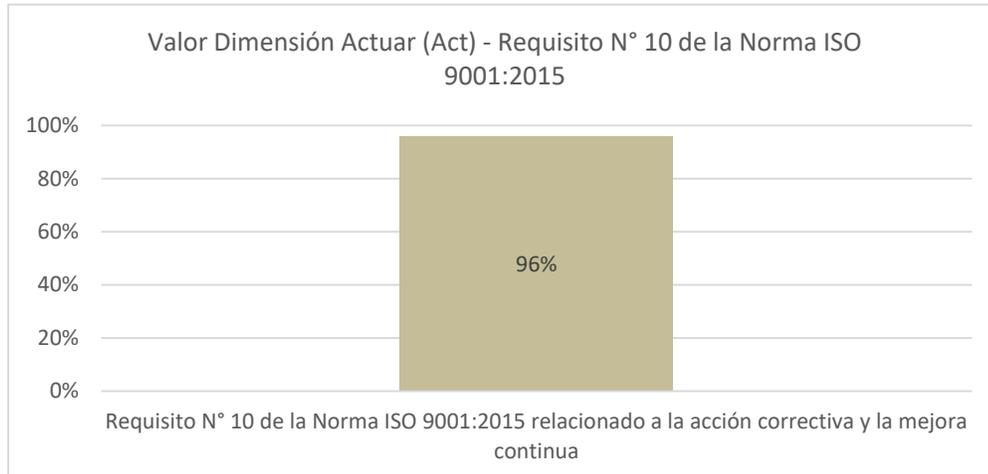


Figura N° 11. Dimensión actuar

Fuente: Datos de la propia investigación

5.1.6 Variable Dependiente: Satisfacción del Cliente

Puesto que la variable dependiente esta denotada como “Satisfacción del cliente” esta se ha estudiado a través de dos dimensiones: Servicio al cliente y confiabilidad. El papel que cumple la dimensión servicio al cliente es el de variable interviniente puesto que su incidencia depende directamente del nivel de aplicabilidad de la Norma ISO 9001:2015 en el Sistema de Gestión de Calidad; así mismo según los resultados, servicio al cliente tiene un efecto en la confiabilidad, este último refleja el estado de la satisfacción del cliente. Al aplicar el instrumento de recolección de datos se consideró que al cliente no le es pertinente conocer sobre el SGC de sus proveedores, pero si considera el desempeño de sus proveedores en cada una de las etapas de contacto: Preventa, venta y postventa. Este desempeño repercute en el nivel de confiabilidad que pueda transmitir la organización objeto de estudio y como tal en el nivel de satisfacción del cliente. En la tabla n° 10 se detalla el resumen de los resultados obtenidos en la encuesta a los clientes o muestra de la investigación.

Tabla N° 10. Satisfacción del Cliente: Servicio al cliente y confiabilidad

Dimensiones	Indicadores	Sub-indicadores	Valor Sub-indicador	Valor Indicador	Valor Dimensión	
Servicio al cliente	1. Nivel de conformidad del cliente asociado a la calidad de las actividades en la preventa	Disponibilidad de la organización	4.22	4.15	4.10	
		Nivel de atención	4.11			
		Nivel de recepción y asesoría preventa	4.13			
	2. Nivel de conformidad del cliente asociado a la calidad de las actividades de la venta	Disponibilidad de productos	3.85	4.16		
		Costo-beneficio	4.15			
		Requisitos técnico-legales	4.41			
		Conformidad	4.59			
		Información de estatus	3.80			
	3. Nivel de conformidad del cliente asociado a la calidad de las actividades postventa	Asesoría postventa	3.98	3.99		
		Capacitación	3.85			
Mantenimiento		4.13				
Confiabilidad	4. Nivel de satisfacción del cliente, en aspectos concretos, según el requisito 9.2 de la Norma ISO 9001:2015	Calidad	4.50	4.22		
		Precio	3.80			
		Rapidez	4.15			
		Certificaciones	4.67			
	5. Quejas	Tiempo de Entrega	3.93	4.25		
		Profesionalismo	4.24			
		6. Recompra	Recompra		4.04	4.04
		7. Recomendación	Recompra		4.43	4.43
		Recomendación	4.31	4.31		

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

De acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada a 54 clientes, se observa que la variable interviniente “Servicio al cliente” obtuvo una puntuación de 4.1 de 5 puntos. El nivel de conformidad del cliente con las actividades que realiza la empresa en la preventa (disponibilidad, atención y asesoría) es de 4.15 de 5 puntos; las actividades de la venta como disponibilidad, costo-beneficio, requisitos, conformidad e información de estatus lograron una puntuación de 4.16 de 5 puntos. Mientras que las actividades postventa (asesoría, capacitación y mantenimiento) logaron tener una apreciación de 3.99 puntos de 5. Por otro lado, la dimensión confiabilidad evidencia un nivel promedio de satisfacción de clientes de 4.25 puntos, respaldado por el resultado de los aspectos concretos (calidad, precio, rapidez, certificaciones, tiempo de entrega, profesionalismo) aplicando el numeral 9.2 de ISO 9001:2015, entre otros aspectos que involucra la atención de quejas, la recompra y la recomendación.

Interpretación

Se infiere que el servicio al cliente guarda relación directa con la confiabilidad, en función de la aplicabilidad del Estándar ISO 9001:2015. Esto se da porque el cliente llega a percibir el desempeño de la organización a través del proceso de venta y en base a esto calificar al producto y servicio complementario, impactando estas actividades en su nivel de satisfacción cuyo ratio da como resultado 85%. Agregando también que las actividades de preventa, venta y postventa influyen independientemente en cada aspecto de satisfacción. La figura n° 12 manifiesta la relación directa entre servicio al cliente y confiabilidad.

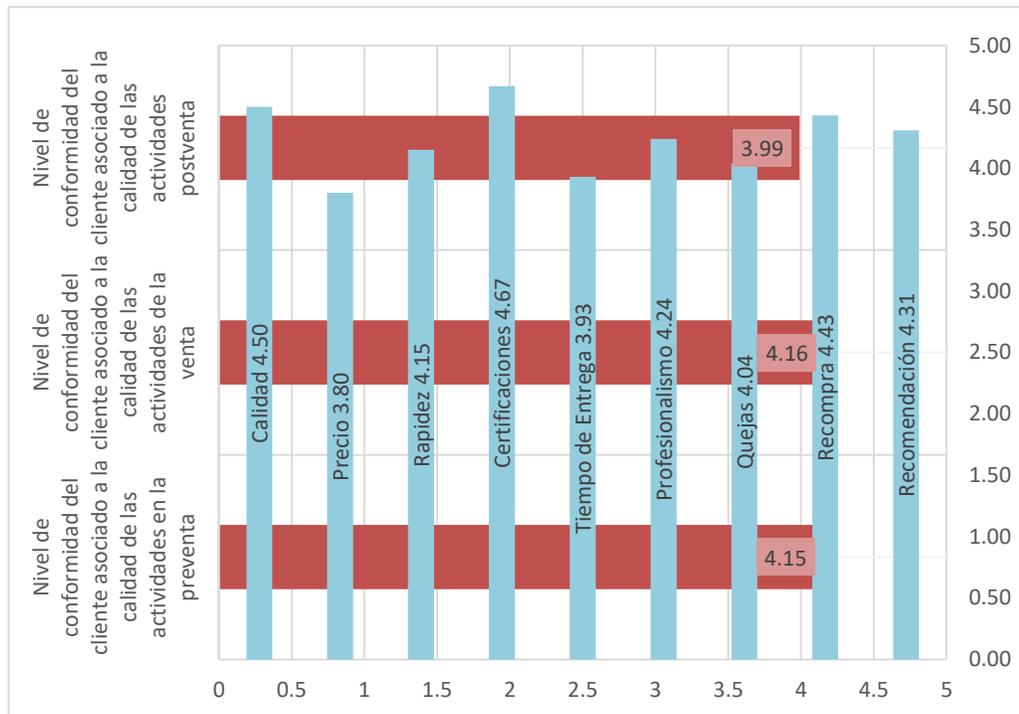


Figura N° 12. Satisfacción del Cliente: Relación servicio al cliente y confiabilidad

Fuente: Datos de la propia investigación

5.1.7 Indicador nivel de conformidad asociado a la calidad de las actividades en la preventa

5.1.7.1 Sub-indicador nivel de conformidad del cliente asociado al horario de atención al cliente

Tabla N° 11. Nivel de conformidad del cliente asociado al horario de atención al cliente

Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
(1) Nada bien	0	0%	0.0
(2) No tan bien	0	0%	0.0
(3) Regular	7	13%	13.0
(4) Bien	28	52%	64.8
(5) Muy bien	19	35%	100.0
Total	54	100%	

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

Respecto al sub-indicador nivel de conformidad del cliente asociado al horario de atención al cliente, del indicador nivel de conformidad del cliente asociado a la calidad de las actividades en la preventa, de la dimensión servicio al cliente; se observa que apenas el 13% de los clientes encuestados se mantienen neutros con respecto al horario de atención, el 52% se encuentra algo conforme y el 35% afirma estar muy conforme con el horario de atención al cliente.

Interpretación

De acuerdo al resultado, la variable interviniente servicio al cliente tiene una fortaleza desde el punto de vista preventa, infiriendo que el horario de atención de la empresa es de lunes a viernes desde las 8:00 horas hasta las 18:30 horas, mientras que el área comercial, por cuestiones de política interna no pueden limitarse a este horario, con el fin de tener el mayor grado de disponibilidad ante cualquier emergencia del cliente.

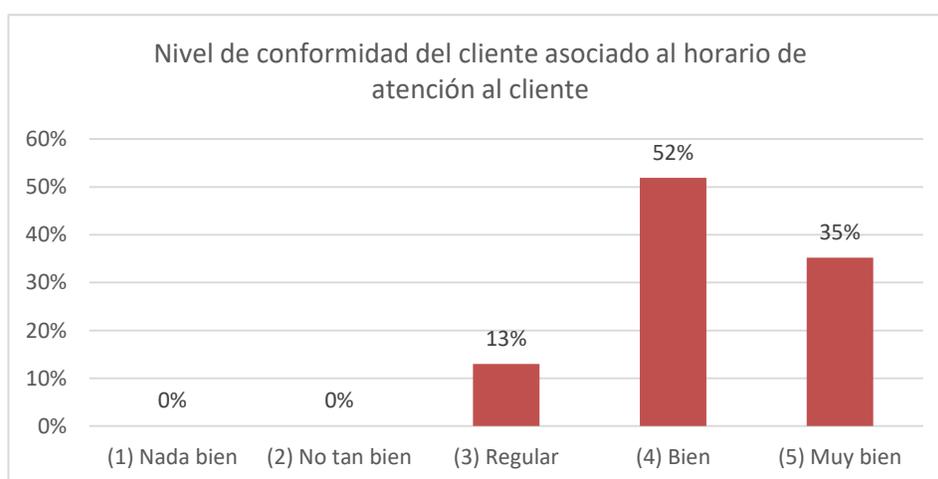


Figura N° 13. Nivel de conformidad del cliente asociado al horario de atención al cliente

Fuente: Datos de la propia investigación

5.1.7.2 Sub-indicador nivel de conformidad del cliente con respecto a la atención del back-office antes de concretarse la venta

Tabla N° 12. Nivel de conformidad del cliente con respecto a la atención del back-office antes de concretarse la venta

Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
(1) Nada bien	0	0%	0.0
(2) No tan bien	0	0%	0.0
(3) Regular	10	19%	18.5
(4) Bien	28	52%	70.4
(5) Muy bien	16	30%	100.0
Total	54	100%	

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

Respecto al sub-indicador nivel de conformidad del cliente con respecto a la atención del back-office (ventas oficina) antes de concretarse la venta, del indicador nivel de conformidad del cliente asociado a la calidad de las actividades en la preventa, de la dimensión servicio al cliente; se observa que el 19% de los clientes encuentran moderadamente conformes con el servicio de asesoramiento preventa, el 52% cree que el servicio es muy bueno y el 30% demuestra haber tenido una óptima experiencia.

Interpretación

De acuerdo al resultado, la variable interviniente servicio al cliente tiene una fortaleza desde el punto de vista preventa, infiriendo que la empresa ha respondido oportunamente a través del personal de ventas oficina cualquier consulta de naturaleza comercial (cotizaciones) como de naturaleza técnica (afines al detalle de los productos: sean estrobos o

eslingas, información sobre capacidades de carga, provisión de fichas técnicas), dentro de un horario generalmente aceptado por los mismos.

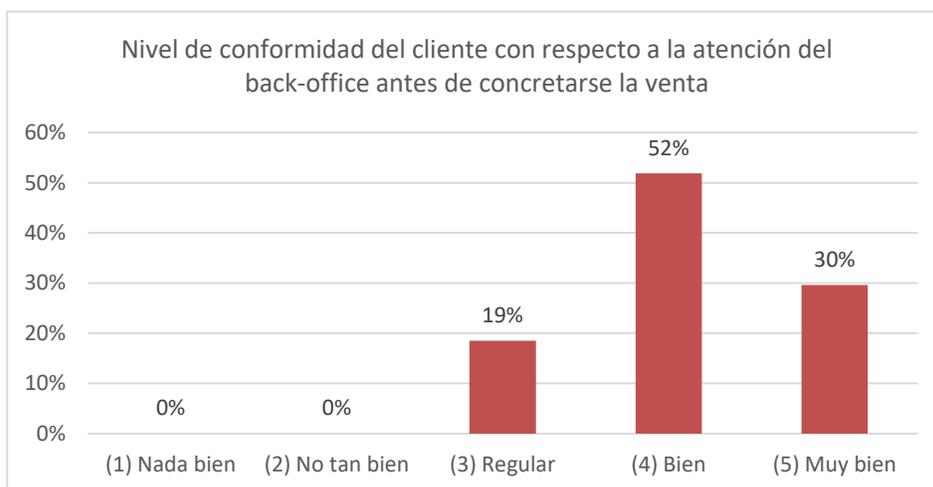


Figura N° 14. Nivel de conformidad del cliente con respecto a la atención del back-office antes de concretarse la venta

Fuente: Datos de la propia investigación

5.1.7.3 Sub-indicador nivel de conformidad del cliente sobre la receptividad del personal técnico-comercial ante inquietudes sobre los productos y/o servicios

Tabla N° 13. Nivel de conformidad del cliente sobre la receptividad del personal técnico-comercial ante inquietudes sobre los productos y/o servicios

Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
(1) Nada receptivos	0	0%	0.0
(2) No tan receptivos	0	0%	0.0
(3) Regular	9	17%	16.7
(4) Receptivos	29	54%	70.4
(5) Muy receptivos	16	30%	100.0
Total	54	100.0	

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

Respecto al sub-indicador nivel de conformidad del cliente sobre la receptividad del personal técnico-comercial, del indicador nivel de conformidad del cliente asociado a la calidad de las actividades en la preventa, de la dimensión servicio al cliente; se observa que el 17% de los clientes afirman que el personal técnico-comercial fue algo receptiva respecto a sus inquietudes, el 54% manifiesta que en efecto la empresa es muy receptiva y el 30% expresa total conformidad.

Interpretación

De acuerdo al resultado, la variable interviniente servicio al cliente tiene una fortaleza desde el punto de vista preventa, infiriendo que la empresa ha respondido oportunamente a través del personal del área técnico-comercial, quienes tienen cobertura presencial en los proyectos mineros, petroleros y rubros afines.

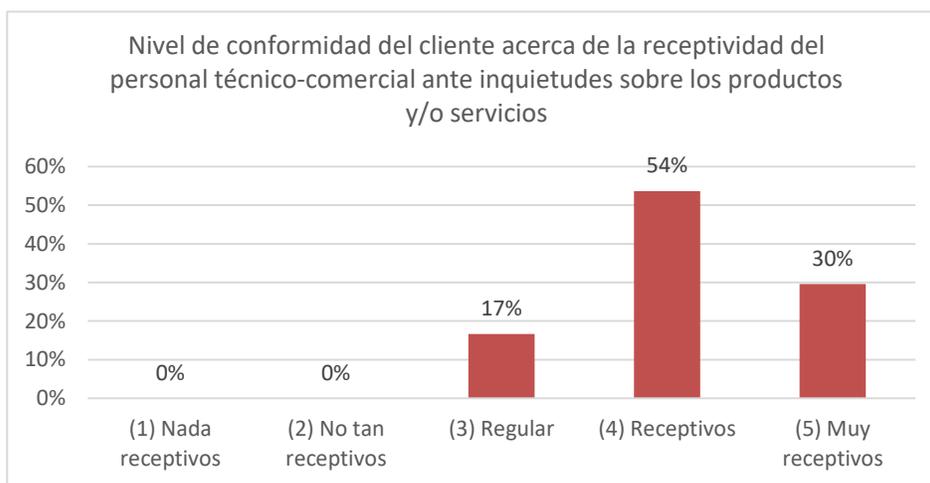


Figura N° 15. Nivel de conformidad del cliente acerca de la receptividad del personal técnico-comercial ante inquietudes sobre los productos y/o servicios

Fuente: Datos de la propia investigación

5.1.8 Indicador nivel de conformidad asociado a la calidad de las actividades de la venta

5.1.8.1 Sub-indicador nivel de conformidad del cliente acerca de la disponibilidad de productos y/o servicios

Tabla N° 14. Nivel de conformidad del cliente acerca de la disponibilidad de productos y/o servicios

Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
(1) Nada oportuno	0	0%	0.0
(2) No tan oportuno	3	6%	5.6
(3) Algo oportuno	15	28%	33.3
(4) Oportuno	23	43%	75.9
(5) Muy oportuno	13	24%	100.0
Total	54	100.0	

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

Respecto al sub-indicador nivel de conformidad del cliente acerca de la disponibilidad de productos y/o servicios, del indicador nivel de conformidad del cliente asociado a la calidad de las actividades de la venta, de la dimensión servicio al cliente; se observa que el 33.3% de los clientes encuentran la disponibilidad de productos como menudamente oportuno, mientras que el 43% afirma que el stock de la empresa es oportuno y el 24% menciona total conformidad.

Interpretación

De acuerdo al resultado, la variable interviniente servicio al cliente tiene una fortaleza durante la venta, infiriendo que la empresa ha definido buenas políticas sobre aseguramiento de stock de productos terminados, así como de los productos inherentes a los servicios brindados.

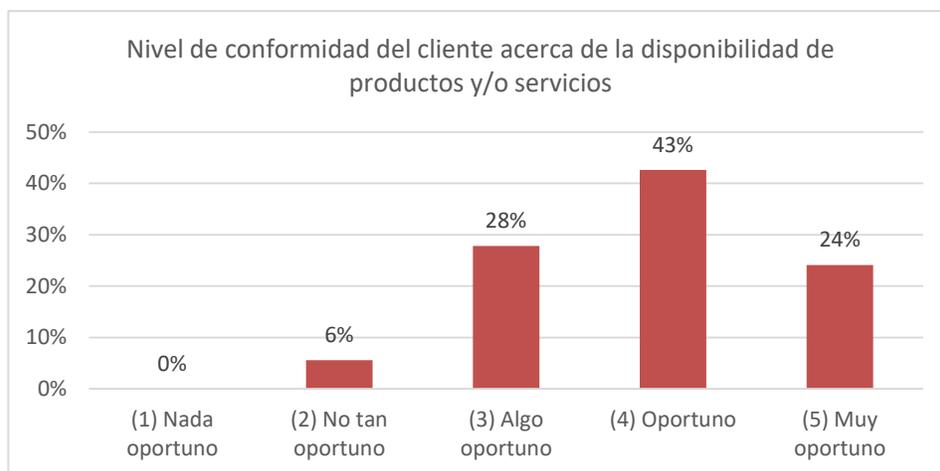


Figura N° 16. Nivel de conformidad del cliente asociado al horario de atención al cliente

Fuente: Datos de la propia investigación

5.1.8.2 Sub-indicador nivel de conformidad del cliente con respecto a la relación calidad-precio

Tabla N° 15. Nivel de conformidad del cliente con respecto a la relación calidad-precio

Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
(1) Mala	0	0%	0.0
(2) Por debajo del promedio	0	0%	0.0
(3) Promedio	6	11%	11.1
(4) Por encima del promedio	34	63%	74.1
(5) Excelente	14	26%	100.0
Total	54	100.0	

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

Respecto al sub-indicador nivel de conformidad del cliente con respecto a la relación calidad-precio, del indicador nivel de conformidad del cliente asociado a la calidad de las actividades de la venta, de la dimensión servicio al cliente; se observa que el 63% de los clientes

encuentran la relación calidad-precio por encima del promedio, el 11% de estos cree que la relación es promedio, y el 26% manifiesta total conformidad con la relación calidad-precio.

Interpretación

De acuerdo al resultado, la variable interviniente servicio al cliente tiene una fortaleza durante la venta, infiriendo que la empresa ha planificado y ejecutado en cierta medida sus operaciones a tal punto que buena parte de los clientes estarían dispuestos a pagar por lo que ofrece la empresa, complementando los resultados obtenidos con el nivel de conformidad por la disponibilidad oportuna de productos y las actividades realizadas en la preventa.

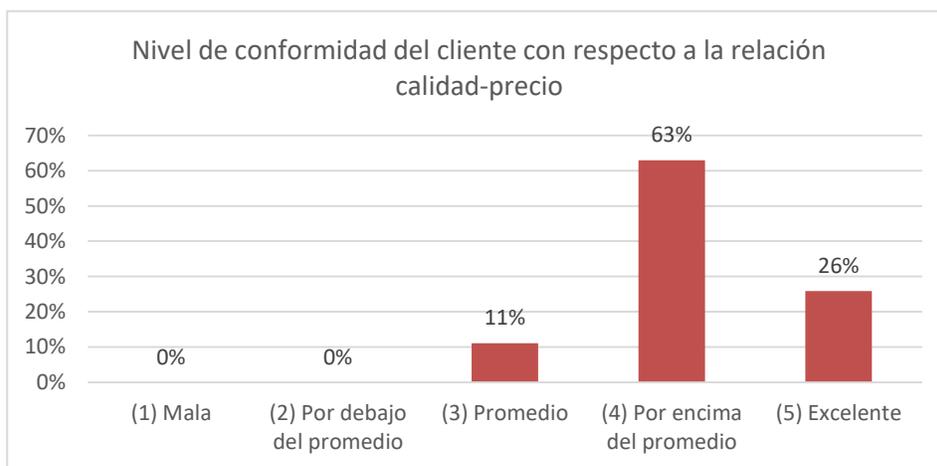


Figura N° 17. Nivel de conformidad del cliente con respecto a la calidad-precio

Fuente: Datos de la propia investigación

5.1.8.3 Sub-indicador nivel de conformidad del cliente asociado a la eficacia de la empresa por cumplir las especificaciones técnico-legales del producto

Tabla N° 16. Nivel de conformidad del cliente asociado a la eficacia de la empresa por cumplir las especificaciones técnico-legales del producto solicitado

Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
(1) Nada bien	0	0%	0.0
(2) No tan bien	0	0%	0.0
(3) Algo bien	2	4%	3.7
(4) Bien	28	52%	55.6
(5) Muy bien	24	44%	100.0
Total	54	100.0	

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

Respecto al sub-indicador nivel de conformidad del cliente asociado a la eficacia de la empresa por cumplir las especificaciones técnico-legales, del indicador nivel de conformidad del cliente asociado a la calidad de las actividades de la venta, de la dimensión servicio al cliente; se observa que el 4% de los clientes manifiestan cierta conformidad con el cumplimiento de las especificaciones, el 52% de los clientes cree que la empresa las cumple en buena medida y el 44% manifiesta que los requisitos se han cumplido en muy buena medida.

Interpretación

De acuerdo al resultado, la variable interviniente servicio al cliente tiene una fortaleza durante la venta, infiriendo que la empresa cumple con los estándares de seguridad industrial al ofrecer un producto que satisface los requisitos técnicos (estandarizados por la Norma Técnica ASME) y legales (certificados de calidad, manuales de operatividad) según los expuesto por el 96% de los clientes encuestados.

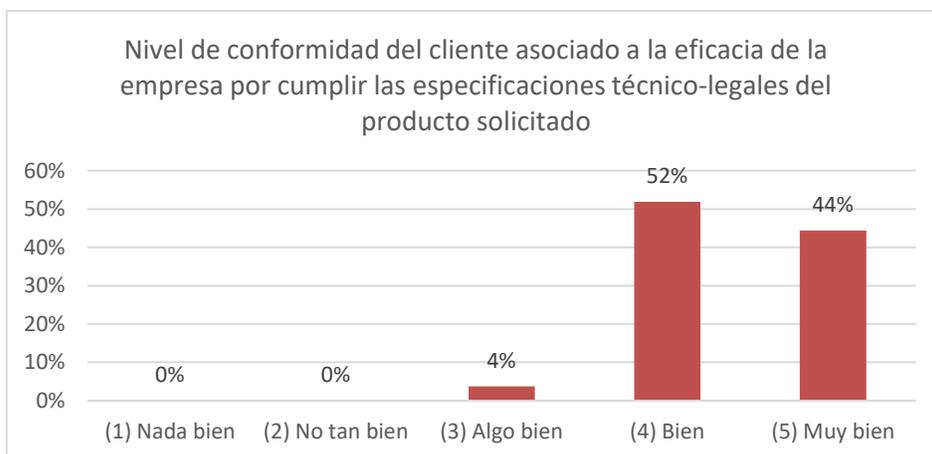


Figura N° 18. Nivel de conformidad del cliente asociado a la eficacia de la empresa por cumplir las especificaciones técnico-legales.

Fuente: Datos de la propia investigación

5.1.8.4 Sub-indicador nivel de conformidad del cliente por la calidad del producto

Tabla N° 17. Nivel de conformidad del cliente por la calidad del producto

Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
(1) Mala	0	0%	0.0
(2) Por debajo del promedio	0	0%	0.0
(3) Promedio	0	0%	0.0
(4) Por encima del promedio	22	41%	40.7
(5) Excelente	32	59%	100.0
Total	54	100.0	

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

Respecto al sub-indicador nivel de conformidad del cliente por la calidad del producto, del indicador nivel de conformidad del cliente asociado a la calidad de las actividades de la venta, de la dimensión servicio al cliente; se observa que el 41% de los clientes refieren que la

calidad del producto está por encima del promedio y el 59% manifiesta que estos productos cuentan con una excelente calidad.

Interpretación

De acuerdo al resultado, la variable interviniente servicio al cliente tiene una fortaleza importante durante la venta, infiriendo que los clientes manifiestan su alta conformidad con el producto, respaldado también por el resultado del sub-indicador cumplimiento de especificaciones técnico-legales. La diferencia en estos resultados es que la empresa no solo cumple con los requisitos técnico-legales, sino también, con los requisitos particulares de cada cliente. Por ejemplo, esto se da al suministrar eslingas con un color específico, proporcionar un único código de trazabilidad según lo estipule el cliente, fabricar un estrobo con una medida especial de ojo, embalar un producto de acuerdo a los parámetros de seguridad de una industria, entre otras necesidades particulares que el cliente estipule en el contrato u orden de compra.

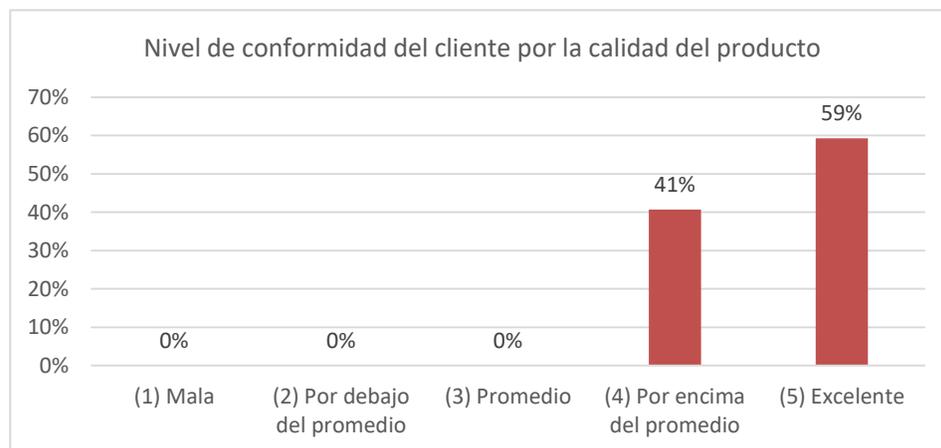


Figura N° 19. Nivel de conformidad del cliente por la calidad del producto
Fuente: Datos de la propia investigación

5.1.8.5 Sub-indicador nivel de conformidad del cliente sobre la proporción de información del estado y logística del producto

Tabla N° 18. Nivel de conformidad del cliente sobre la proporción de información del estado y logística del producto

Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
(1) Mala	0	0%	0.0
(2) Por debajo del promedio	3	6%	5.6
(3) Promedio	16	30%	35.2
(4) Por encima del promedio	24	44%	79.6
(5) Excelente	11	20%	100.0
Total	54	100.0	

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

Respecto al sub-indicador nivel de conformidad del cliente sobre la proporción de información del estado y logística del producto, del indicador nivel de conformidad del cliente asociado a la calidad de las actividades de la venta, de la dimensión servicio al cliente; se observa que el 6% de los clientes manifiestan que la calidad de la información está por debajo del promedio, el 30% de los clientes cree que la empresa tiene un nivel promedio, el 44% afirma conformidad con la calidad de la información proporcionada y el 20% afirma que la empresa proporciona un excelente nivel de información sobre el estado y logística de su producto.

Interpretación

De acuerdo al resultado, la variable interviniente servicio al cliente tiene una fortaleza aun por mejorar durante la venta, infiriendo que los clientes manifiestan cierta conformidad con el nivel de información que proporciona la empresa sobre el estado de producción (para preparación, en

proceso, en revisión o en liberación) y en que hito logístico (en almacén, en transporte o en cierto tiempo) se encuentra su producto a fin de repercutir

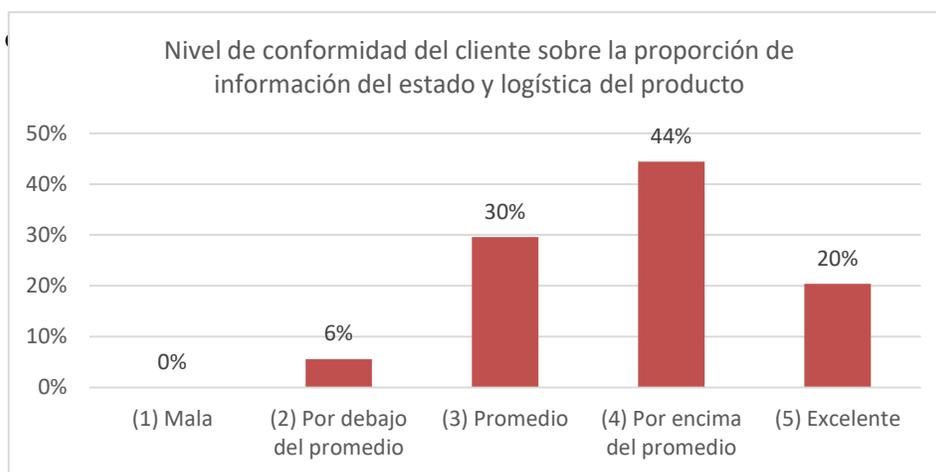


Figura N° 20. Nivel de conformidad del cliente sobre la proporción de información del estado y logística del producto

Fuente: Datos de la propia investigación

5.1.9 Indicador nivel de conformidad asociado a la calidad de las actividades postventa

5.1.9.1 Sub-indicador nivel de conformidad del cliente sobre la recepción de la empresa después de la venta

Tabla N° 19. Nivel de conformidad del cliente sobre la recepción de la empresa después de la venta

Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
(1) Nada receptivos	0	0%	0.0
(2) No tan receptivos	1	2%	1.9
(3) Algo receptivos	10	19%	20.4
(4) Receptivos	32	59%	79.6
(5) Muy receptivos	11	20%	100.0
Total	54	100.0	

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

Respecto al sub-indicador nivel de conformidad del cliente sobre la recepción de la empresa después de la venta, del indicador nivel de conformidad del cliente asociado a la calidad de las actividades postventa, de la dimensión servicio al cliente; se observa que el 2% de los clientes afirman que la empresa no es tan receptiva después de la venta, 19% de ellos creen que la empresa es algo receptiva, 59% manifiesta que la empresa es receptiva y el 20% afirma su conformidad total con la recepción de la empresa después de la venta.

Interpretación

De acuerdo al resultado, la variable interviniente servicio al cliente tiene una fortaleza en la postventa, infiriendo que la empresa ha planificado e implementado sus procesos de atención postventa, resultado de la necesidad de los clientes por recurrir al fabricante de un elemento de izaje para incurrir en datos de trazabilidad según las políticas de sus operaciones.

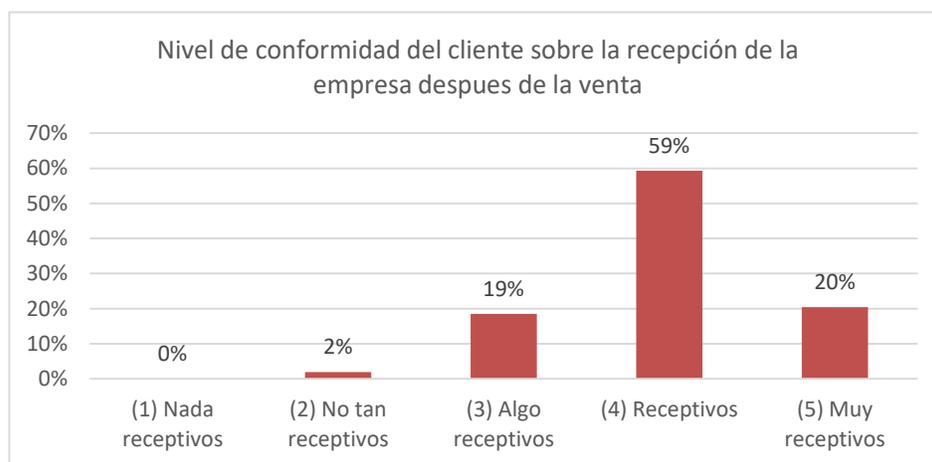


Figura N° 21. Nivel de conformidad del cliente sobre la recepción de la empresa después de la venta

Fuente: Datos de la propia investigación

5.1.9.2 Sub-indicador nivel de conformidad del cliente por las actividades de formación (Servicio de capacitación)

Tabla N° 20. Nivel de conformidad del cliente por las actividades de formación (Servicio de capacitación)

Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
(1) Mala	0	0%	0.0
(2) Por debajo del promedio	0	0%	0.0
(3) Promedio	18	33%	33.3
(4) Por encima del promedio	26	48%	81.5
(5) Excelente	10	19%	100.0
Total	54	100.0	

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

Respecto al sub-indicador nivel de conformidad del cliente por las actividades de formación, del indicador nivel de conformidad del cliente asociado a la calidad de las actividades postventa, de la dimensión servicio al cliente; se observa que el 33% de los clientes afirman que la empresa ofrece un nivel promedio de capacitación, el 48% cree el servicio de capacitación está por encima del promedio y el 19% considera un excelente nivel de servicio de capacitación postventa.

Interpretación

De acuerdo al resultado, la variable interviniente servicio al cliente tiene una fortaleza en la postventa, infiriendo que la empresa ha planificado e implementado un proceso de capacitación a clientes cuya finalidad es cubrir necesidades de actualización de los propios usuarios (quienes tiene contacto directo con el elemento de izaje), jefes de seguridad o SOMA,

logísticos, entre otros clientes; cuyo resultado manifiesta un buen índice de satisfacción.

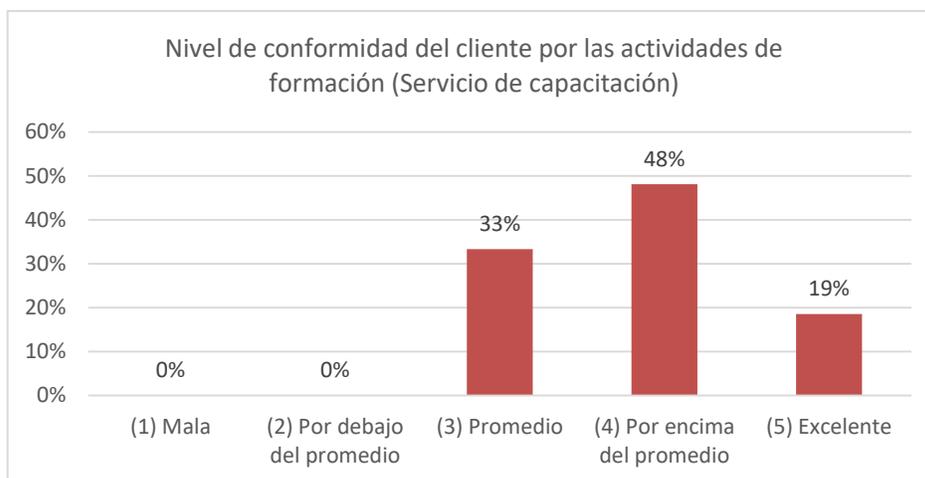


Figura N° 22. Nivel de conformidad del cliente por las actividades de formación o servicio de capacitación

Fuente: Datos de la propia investigación

5.1.9.3 Sub-indicador nivel de conformidad del cliente por el servicio de mantenimiento y/o recertificación

Tabla N° 21. Nivel de conformidad del cliente por el servicio de mantenimiento y/o recertificación

Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
(1) Mala	0	0%	0.0
(2) Por debajo del promedio	0	0%	0.0
(3) Promedio	11	20%	20.4
(4) Por encima del promedio	25	46%	66.7
(5) Excelente	18	33%	100.0
Total	54	100.0	

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

Respecto al sub-indicador nivel de conformidad del cliente por el servicio de mantenimiento y/o recertificación, del indicador nivel de

conformidad del cliente asociado a la calidad de las actividades postventa, de la dimensión servicio al cliente; se observa que el 20% de los clientes afirman que la empresa ofrece un nivel promedio de servicio, el 46% cree el servicio está por encima del promedio y el 33% considera un excelente nivel de servicio de mantenimiento y/o recertificación postventa.

Interpretación

De acuerdo al resultado, la variable interviniente servicio al cliente tiene una fortaleza en la postventa, infiriendo que la empresa ha planificado e implementado un proceso de mantenimiento y/o recertificación de elementos de izaje a clientes cuya finalidad es cubrir necesidades de renovación de certificados y manutención pertinentes a actividades preventivas o correctivas de las políticas de seguridad de los clientes.

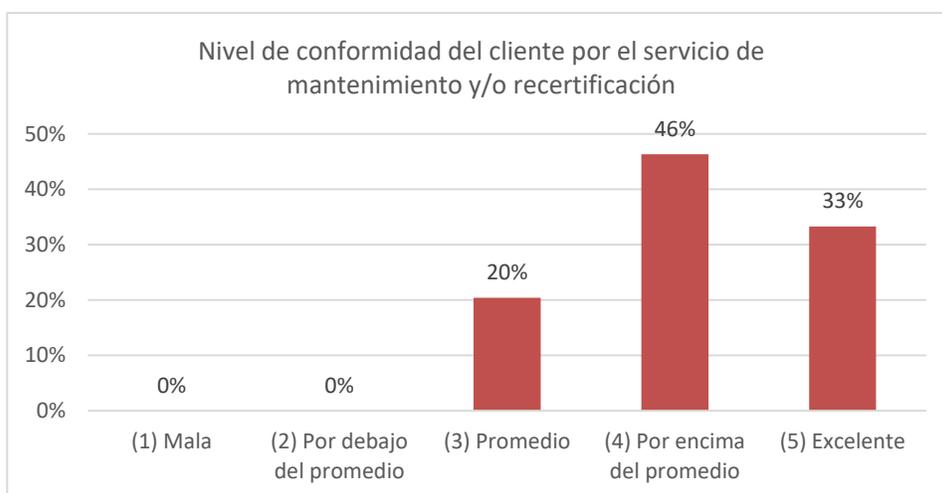


Figura N° 23. Nivel de conformidad del cliente por los servicios de mantenimiento y/o recertificación

Fuente: Datos de la propia investigación

5.1.10 Indicador nivel de satisfacción del cliente en aspectos concretos, según el requisito 9.2 de la Norma ISO 9001:2015

5.1.10.1 Sub-indicador nivel de satisfacción del cliente asociado a la calidad del producto

Tabla N° 22. Nivel de satisfacción del cliente asociado a la calidad del producto

Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
(1) Muy insatisfecho/a	0	0%	0.0
(2) Algo insatisfecho/a	0	0%	0.0
(3) Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a	0	0%	0.0
(4) Algo satisfecho/a	22	41%	40.7
(5) Muy satisfecho/a	32	59%	100.0
Total	54	100.0	

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

Respecto al sub-indicador nivel de satisfacción del cliente asociado a la calidad del producto, del indicador nivel de satisfacción de del cliente en aspectos concretos según el requisito 9.2 de la Norma ISO 9001:2015, de la dimensión confiabilidad; se observa que el 41% de los clientes afirman estar algo satisfechos y el 59% afirma estar muy satisfecho con la calidad del producto y/o servicio.

Interpretación

De acuerdo al resultado, la variable satisfacción del cliente a través de la dimensión confiabilidad logra un alto índice respaldado por el nivel de calidad del producto y/o servicio (a nivel técnico, comercial y particular) resultado de las actividades del servicio al cliente.



Figura N° 24. Nivel de satisfacción del cliente asociado a la calidad del producto

Fuente: Datos de la propia investigación

5.1.10.2 Sub-indicador nivel de satisfacción del cliente asociado al precio

Tabla N° 23. Nivel de satisfacción del cliente asociado al precio

Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
(1) Muy insatisfecho/a	0	0%	0.0
(2) Algo insatisfecho/a	4	7%	7.4
(3) Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a	12	22%	29.6
(4) Algo satisfecho/a	29	54%	83.3
(5) Muy satisfecho/a	9	17%	100.0
Total	54	100.0	

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

Respecto al sub-indicador nivel de satisfacción del cliente asociado al precio, del indicador nivel de satisfacción de del cliente en aspectos concretos según el requisito 9.2 de la Norma ISO 9001:2015, de la dimensión confiabilidad; se observa que el 7% de los clientes afirman estar algo insatisfechos, el 22% manifiesta su neutralidad, el 54% afirma esta

algo satisfecho y el 17% manifiesta estar muy satisfecho con el precio ofertado.

Interpretación

De acuerdo al resultado, la variable satisfacción del cliente a través de la dimensión confiabilidad logra cierto índice de respaldo por el precio ofertado, resultado de las actividades del servicio al cliente.

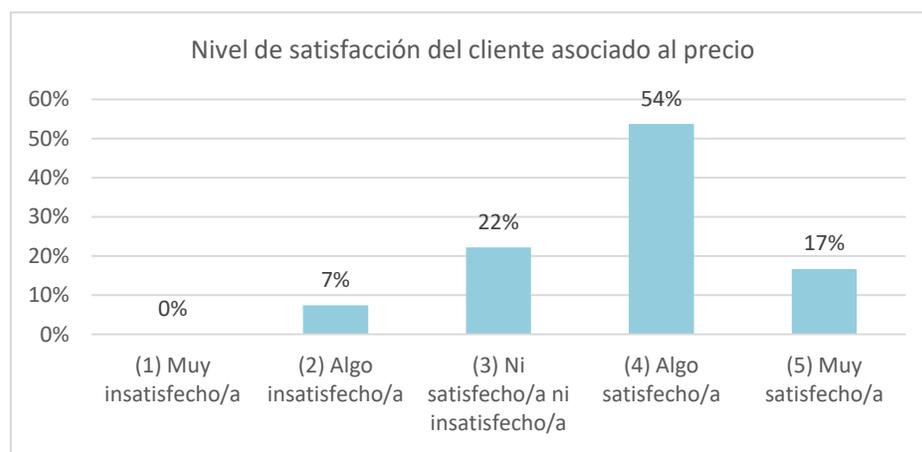


Figura N° 25. Nivel de satisfacción del cliente asociado al precio

Fuente: Datos de la propia investigación

5.1.10.3 Sub-indicador nivel de satisfacción del cliente asociado a la rapidez de cotización

Tabla N° 24. Nivel de satisfacción del cliente asociado a la rapidez de cotización

Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
(1) Muy insatisfecho/a	0	0%	0.0
(2) Algo insatisfecho/a	2	4%	3.7
(3) Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a	9	17%	20.4
(4) Algo satisfecho/a	22	41%	61.1
(5) Muy satisfecho/a	21	39%	100.0
Total	54	100.0	

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

Respecto al sub-indicador nivel de satisfacción del cliente asociado a la rapidez de cotización, del indicador nivel de satisfacción del cliente en aspectos concretos según el requisito 9.2 de la Norma ISO 9001:2015, de la dimensión confiabilidad; se observa que el 4% de los clientes afirman estar algo insatisfechos, el 17% demuestra neutralidad, el 41% se encuentra satisfecho y el 39% afirma estar muy satisfecho con la atención a cotizaciones.

Interpretación

De acuerdo al resultado, la variable satisfacción del cliente a través de la dimensión confiabilidad logra un alto índice respaldado por la rapidez de cotización, resultado de las actividades del servicio al cliente.

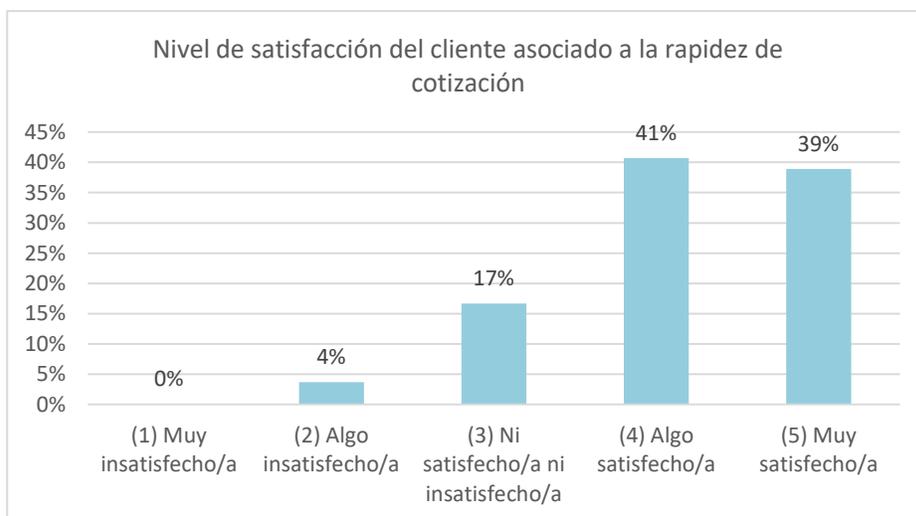


Figura N° 26. Nivel de satisfacción del cliente asociado a la rapidez de cotización

Fuente: Datos de la propia investigación

5.1.10.4 Sub-indicador nivel de satisfacción del cliente asociado a las certificaciones

Tabla N° 25. Nivel de satisfacción del cliente asociado a las certificaciones

Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
(1) Muy insatisfecho/a	0	0%	0.0
(2) Algo insatisfecho/a	0	0%	0.0
(3) Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a	0	0%	0.0
(4) Algo satisfecho/a	18	33%	33.3
(5) Muy satisfecho/a	36	67%	100.0
Total	54	100.0	

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

Respecto al sub-indicador nivel de satisfacción del cliente asociado a las certificaciones, del indicador nivel de satisfacción del cliente en aspectos concretos según el requisito 9.2 de la Norma ISO 9001:2015, de la dimensión confiabilidad; se observa que el 33% de los clientes afirman estar algo satisfechos y el 67% manifiesta estar muy satisfechos con las certificaciones emitidas por la empresa.

Interpretación

De acuerdo al resultado, la variable satisfacción del cliente a través de la dimensión confiabilidad logra un alto índice respaldado por las certificaciones, manuales de operatividades, ingeniería documentada, entre otros documentos relativos a calidad y seguridad emitidas por la empresa, resultado de las actividades del servicio al cliente.

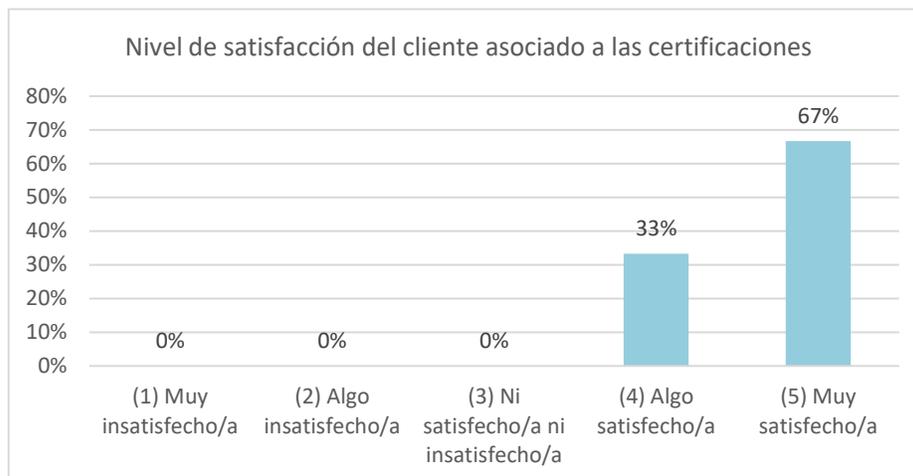


Figura N° 27. Nivel de satisfacción del cliente asociado a las certificaciones

Fuente: Datos de la propia investigación

5.1.10.5 Sub-indicador nivel de satisfacción del cliente asociado al tiempo de entrega

Tabla N° 26. Nivel de satisfacción del cliente asociado al tiempo de entrega

Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
(1) Muy insatisfecho/a	0	0%	0.0
(2) Algo insatisfecho/a	2	4%	3.7
(3) Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a	11	20%	24.1
(4) Algo satisfecho/a	30	56%	79.6
(5) Muy satisfecho/a	11	20%	100.0
Total	54	100.0	

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

Respecto al sub-indicador nivel de satisfacción del cliente asociado al tiempo de entrega, del indicador nivel de satisfacción del cliente en aspectos concretos según el requisito 9.2 de la Norma ISO 9001:2015, de la

dimensión confiabilidad; se observa que el 4% de los clientes afirman estar algo insatisfechos, el 20% manifiesta su neutralidad, el 56% infiere estar algo satisfecho y el 20% manifiesta estar muy satisfecho con el tiempo de entrega.

Interpretación

De acuerdo al resultado, la variable satisfacción del cliente a través de la dimensión confiabilidad logra cierto nivel respaldado por el tiempo de entrega el cual se deduce ser aceptable en su cumplimiento, resultado de las actividades del servicio al cliente.

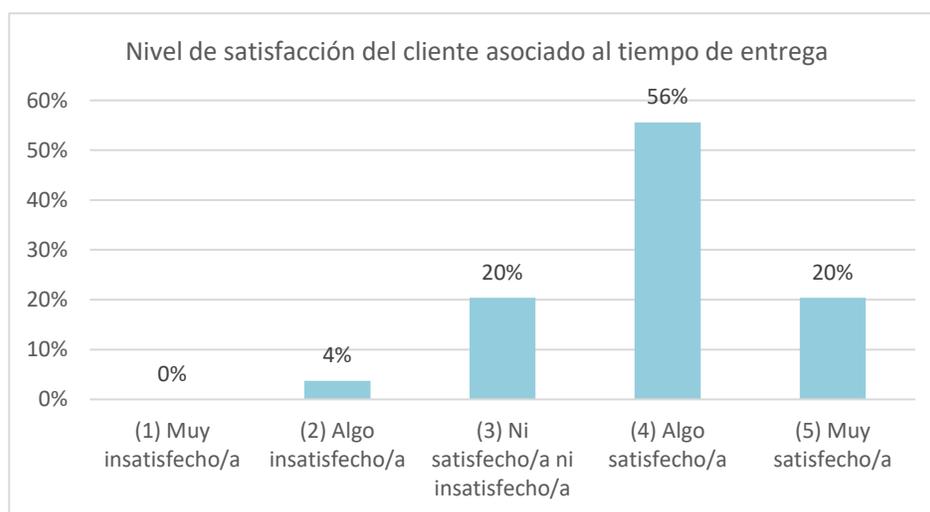


Figura N° 28. Nivel de satisfacción del cliente asociado al tiempo de entrega

Fuente: Datos de la propia investigación

5.1.10.6 Sub-indicador nivel de satisfacción del cliente asociado al profesionalismo

Tabla N° 27. Nivel de satisfacción del cliente asociado al profesionalismo

Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
(1) Muy insatisfecho/a	0	0%	0.0
(2) Algo insatisfecho/a	0	0%	0.0
(3) Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a	7	13%	13.0
(4) Algo satisfecho/a	27	50%	63.0
(5) Muy satisfecho/a	20	37%	100.0
Total	54	100.0	

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

Respecto al sub-indicador nivel de satisfacción del cliente asociado al profesionalismo, del indicador nivel de satisfacción del cliente en aspectos concretos según el requisito 9.2 de la Norma ISO 9001:2015, de la dimensión confiabilidad; se observa que el 13% de los clientes afirman su neutralidad, el 50% infiere estar algo satisfecho y el 37% manifiesta estar muy satisfecho con el profesionalismo que transmite el personal.

Interpretación

De acuerdo al resultado, la variable satisfacción del cliente a través de la dimensión confiabilidad logra un alto nivel respaldado por el profesionalismo. Se deduce que la empresa ha implementado y ejecutado correctamente el proceso de atención al cliente para cubrir las necesidades de los clientes en manos del personal técnico-comercial y ventas oficina, resultado de las actividades del servicio al cliente.



Figura N° 29. Nivel de satisfacción del cliente asociado al profesionalismo
Fuente: Datos de la propia investigación

5.1.11 Indicador quejas

5.1.11.1 Sub-indicador nivel de satisfacción del cliente asociado a la atención de quejas

Tabla N° 28. Nivel de satisfacción del cliente asociado a la atención de quejas

Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
(1) Muy insatisfecho/a	0	0%	0.0
(2) Algo insatisfecho/a	2	4%	3.7
(3) Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a	8	15%	18.5
(4) Algo satisfecho/a	30	56%	74.1
(5) Muy satisfecho/a	14	26%	100.0
Total	54	100.0	

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

Respecto al sub-indicador nivel de satisfacción del cliente asociado a la atención de quejas, del indicador quejas, de la dimensión confiabilidad;

se observa que el 4% de los clientes afirman estar algo insatisfechos, el 15% manifiesta su neutralidad, el 56% infiere que esta algo satisfecho y el 26% afirma estar muy satisfecho con la atención de sus quejas.

Interpretación

De acuerdo al resultado, la variable satisfacción del cliente a través de la dimensión confiabilidad logra un alto índice respaldado por el nivel de atención y resolución de quejas, dentro del proceso de atención al cliente resultado de las actividades del servicio al cliente.

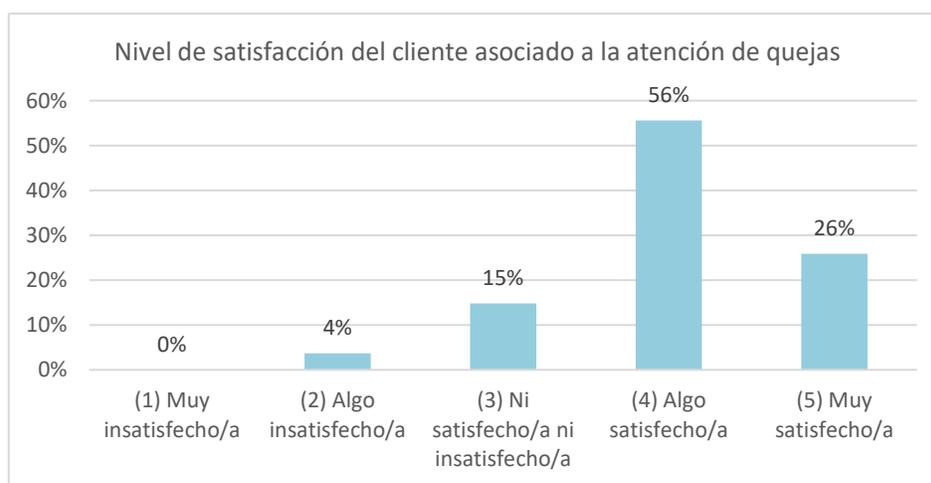


Figura N° 30. Nivel de satisfacción del cliente asociado a la atención de quejas

Fuente: Datos de la propia investigación

5.1.12 Indicador recompra

5.1.12.1 Sub-indicador nivel de probabilidad del cliente por realizar la recompra

Tabla N° 29. Nivel de probabilidad del cliente por realizar la recompra

Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
(1) Nada probable	0	0%	0.0
(2) No tan probable	0	0%	0.0
(3) Algo probable	4	7%	7.4
(4) Probable	23	43%	50.0
(5) Muy probable	27	50%	100.0
Total	54	100.0	

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

Respecto al sub-indicador nivel de probabilidad del cliente por realizar la recompra, del indicador recompra, de la dimensión confiabilidad; se observa que el 7% de los clientes afirman algo de probabilidad, el 43% manifiesta cierta probabilidad y el 50% infiere que es muy probable realizar la recompra en base a su nivel de satisfacción.

Interpretación

De acuerdo al resultado, la variable satisfacción del cliente a través de la dimensión confiabilidad se respalda por una alta probabilidad de regresar a la empresa para adquirir un producto o solicitar un servicio, resultado de las actividades del servicio al cliente.

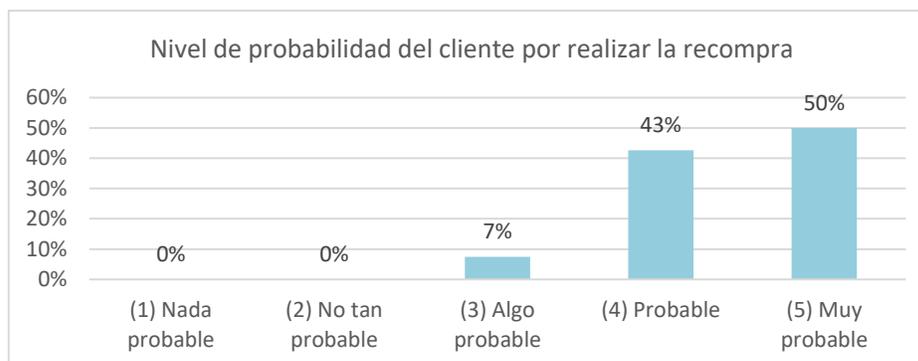


Figura N° 31. Nivel de probabilidad del cliente por realizar la recompra

Fuente: Datos de la propia investigación

5.1.13 Indicador recomendación

5.1.13.1 Sub-indicador nivel de probabilidad del cliente por recomendar la empresa

Tabla N° 30. Nivel de probabilidad del cliente por recomendar la empresa

Valores	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
(1) Nada probable	0	0%	0.0
(2) No tan probable	0	0%	0.0
(3) Algo probable	5	9%	9.3
(4) Probable	27	50%	59.3
(5) Muy probable	22	41%	100.0
Total	54	100.0	

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

Respecto al sub-indicador nivel de probabilidad del cliente por recomendar la empresa, del indicador recomendación, de la dimensión confiabilidad; se observa que el 9% de los clientes afirman algo de probabilidad, el 50% manifiesta cierta probabilidad y el 41% infiere que es muy probable recomendar a la empresa en base a su nivel de satisfacción.

Interpretación

De acuerdo al resultado, la variable satisfacción del cliente a través de la dimensión confiabilidad se respalda por una alta probabilidad de recomendar a la empresa a sus pares o colegas, resultado de las actividades del servicio al cliente.

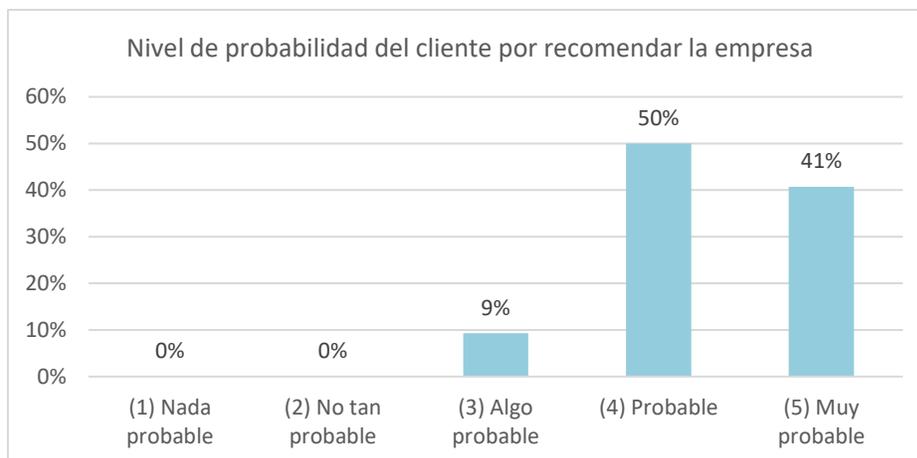


Figura N° 32. Nivel de probabilidad del cliente por recomendar la empresa

Fuente: Datos de la propia investigación

5.2 Análisis de resultados

5.2.1 Prueba de hipótesis general

Hipótesis planteada: Un Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015 incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

Hipótesis nula: Un Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015 no incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

Resultados

Ya que la organización objeto de estudio, a través de su Sistema de Gestión de Calidad logró implementar la Norma ISO 9001:2015 en un 96%, demostrado en la tabla n° 31.

Tabla N° 31. Índice global de eficacia de la variable independiente: Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015

Dimensiones del SGC según ISO 9001: 2015	Eficacia de las dimensiones
Dimensión Planificar (<i>Plan</i>) – Resultado de aplicar los requisitos de la Norma relacionados a planificación estratégica, liderazgo y objetivos de calidad.	94%
Dimensión Hacer (<i>Do</i>) – Resultado de aplicar los requisitos de la Norma relacionados a la gestión de RR.HH, recursos e infraestructura, planificación y ejecución de la producción, gestión de suministros y control de calidad.	96%
Dimensión Verificar (<i>Check</i>) – Resultado de aplicar los requisitos de la Norma relacionados a la evaluación del desempeño interno y externo.	98%
Dimensión Actuar (<i>Act</i>) – Resultado de aplicar los requisitos de la Norma relacionados a la acción correctiva y la Mejora Continua.	96%
Índice global de eficacia del Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015	96%

Fuente: Datos de la propia investigación

Se demuestra gráficamente la incidencia de la variable independiente Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015 con las dimensiones servicio al cliente y confiabilidad, de la variable dependiente satisfacción del cliente, en la figura n° 33:

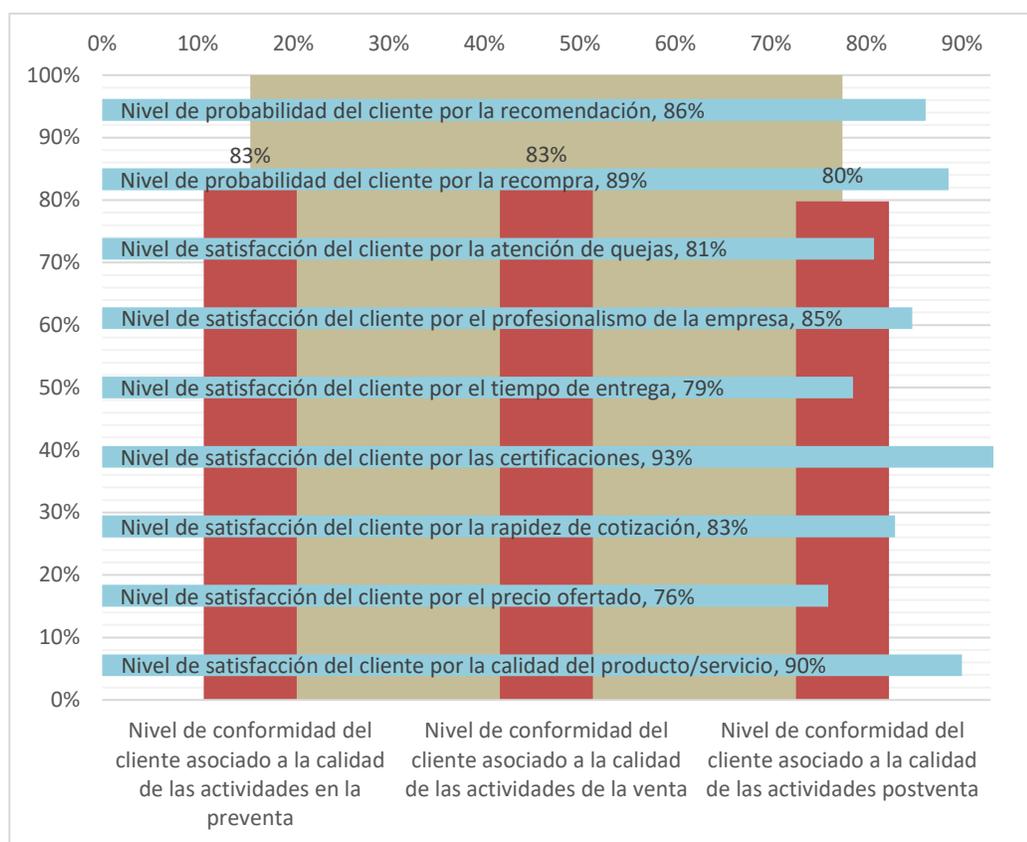


Figura N° 33. Incidencia de la variable independiente Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015 en el servicio al cliente y confiabilidad, de la variable dependiente satisfacción del cliente

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

El área sombreada en color gris expresa que el 96% de la Norma ISO 9001:2015 ha sido implementada eficazmente en el Sistema de Gestión de Calidad de la organización y por ende en los procesos de naturaleza estratégica, táctica-operativa y de soporte, cuyos resultados impactan en el servicio, la confiabilidad y por ende en la satisfacción del cliente.

Las barras verticales de color rojo representan el servicio al cliente, que viene a ser el esfuerzo de la empresa en cada una de las etapas de contacto con el cliente (preventa, venta y postventa), resultado de haber aplicado eficazmente un

Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015. Luego de haber encuestado a los clientes se puede apreciar que el servicio al cliente es calificado con una conformidad del 83% para las actividades de preventa y venta respectivamente, mientras que las actividades postventa fueron calificados con una conformidad del 80%.

Las barras horizontales de color celeste representan la confiabilidad que manifiesta la empresa con el cliente, expresado en niveles de satisfacción identificados, tras aplicar el Requisito 9.2 de la Norma ISO 9001:2015 cuyos parámetros de medición son la calidad de producto o servicio, precio, rapidez, certificaciones, tiempo de entrega y profesionalismo; entre otros aspectos que involucran quejas, recompra y recomendación. Los valores obtenidos en términos porcentuales están por encima de 3.80 (de 5.00) en la escala de Likert y su promedio arroja un índice global de 4.23 (de 5.00). Dicho esto, se puede observar incidencia entre confiabilidad y servicio al cliente, y por ende existe incidencia entre satisfacción del cliente y el Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015.

Estadísticamente, se detectaron 64 incidencias de rechazo de hipótesis de independencia entre las variables mencionadas quedando evidenciadas en la tabla n° 32;

Tabla N° 32. Rechazos de hipótesis de independencia entre servicio al cliente, resultado de implementar un Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015, y la variable satisfacción del cliente, expresado en términos de confiabilidad

		Confiabilidad/Satisfacción del Cliente									Total
		P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	
Servicio al Cliente, resultado de implementar ISO 9001:2015 en la organización	P01		XXX	XXX	XXX		XXX		XXX	XXX	6
	P02	XXX	XXX	XXX	XXX		XXX			XXX	6
	P03		XXX	8							
	P04	XXX		XXX	XXX	XXX	XXX		XXX	XXX	7
	P05	XXX	XXX	XXX	XXX		XXX	XXX			6
	P06	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	XXX	9
	P07	XXX	XXX		XXX	XXX			XXX		5
	P08		XXX	XXX		XXX	XXX		XXX	XXX	6
	P09		XXX				XXX		XXX	XXX	4
	P10	XXX			XXX		XXX		XXX	XXX	5
	P11				XXX				XXX		2
Total		6	8	7	9	5	9	3	9	8	64

Fuente: Datos de la propia investigación

Inferencia

Puesto que el valor de significancia es menor a 0.05 en 64 incidencias asociativas de un total de 99 cruces, existen razones suficientes para rechazar la hipótesis nula y se afirma que un Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015 incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

5.2.2 Prueba de hipótesis específica n° 1

Hipótesis planteada: El principio planificar incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

Hipótesis nula: El principio planificar no incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

Resultados

Tabla N° 33. Servicio al cliente en la dimensión planificar

Requisitos de Norma ISO 9001:2015	Interpretación de los resultados de auditoría	Valor (1 al 5)	Nivel de cumplimiento
	La organización identifica las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades clave para la dirección estratégica.	5	
Requisito N° 4, relacionado a la planificación estratégica	La organización identifica las partes interesadas (entre ellos clientes) y sus necesidades a nivel técnico (Estándar ASME) y legales (Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo 29783) respaldados con la debida documentación del fabricante.	5	95%
	La organización establece el alcance de su Sistema de Gestión de Calidad. Pretende extender este alcance incluyendo las actividades de diseño dentro del proceso de fabricación de estructuras de acero.	4	
	La organización establece sus procesos (entre estos los procesos comerciales que involucran actividades de preventa, venta y postventa), sus entradas y salidas.	5	
Requisito N° 5, relacionado al liderazgo	La organización garantiza que los requisitos de los clientes de determinan (se respalda con el 95% de cumplimiento del requisito N° 4).	5	100%
	La organización establece y comunica la Política de Calidad.	5	
	La organización establece los roles para todo el personal a fin del funcionamiento al SGC.	5	
Requisito N° 6, relacionado a los objetivos de calidad y los riesgos	La organización establece y mide sus objetivos de calidad (resultado de haber ejecutado el requisito N° 4).	5	
	La organización identifica y establece los métodos para afrontar los riesgos de sus procesos.	4	87%
	La organización define procedimientos ante los cambios del entorno.	4	
Valor Dimensión Planificar (<i>Plan</i>) - Requisitos N° 4, 5 y 6 de la Norma ISO 9001:2015			94%

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

En la tabla n° 33 sobre servicio al cliente en la dimensión planificar se aprecia el cumplimiento del Ciclo de Mejora Continua de los requisitos que lograron alcanzar los 5 puntos. Entre estos se encuentran: Identificación de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para aterrizar en un plan estratégico desglosado en objetivos estratégicos de calidad, sus procesos y su interacción. Otro aspecto corresponde a la identificación de las necesidades de partes interesadas, entre ellos los clientes, quienes exigen el cumplimiento de sus requisitos técnicos (cantidad, presentación, características, accesorios complementarios del producto, establecidos en general por el Estándar Internacional técnico ASME) y legales (Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo, certificación ISO, certificado de producto, certificados de trazabilidad, manual de operatividad, dossier de calidad e ingeniería documentada) pertinentes a los productos y/o servicios solicitados. Otro factor de planeamiento estratégico con una puntuación óptima de 5 involucra la definición de la política de calidad y el establecimiento de las funciones de todos los miembros de la organización. Dicho esto, se deduce el alto nivel de cumplimiento de los requisitos 4, 5 y 6 de la Norma ISO 9001:2015 correspondientes a la dimensión planificar, resultando en un índice de eficacia del 94%. Contando con un alto índice de eficacia en la dimensión planificar de la variable Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015, incide en las actividades de venta de la dimensión servicio al cliente, puesto que representa el esfuerzo que realiza la organización al aplicar la Norma ISO 9001:2015, dándose la comprobación del nivel de asociación con la dimensión confiabilidad de la variable satisfacción del cliente de la siguiente manera.

Tabla N° 34. Cruce principio planificar y satisfacción del cliente

		Satisfacción del cliente asociado a las certificaciones				Total	
		(4) Algo satisfecho/a		(5) Muy satisfecho/a			
		F	%	F	%	F	%
		Cumplimiento de especificaciones técnico-legales en las actividades de venta, resultado de la eficacia del principio Planificar según ISO 9001:2015	(3) Algo bien	2	4%	0	0%
(4) Bien	14		26%	14	26%	28	52%
(5) Muy bien	2		4%	22	41%	24	44%
Total		18	33%	36	67%	54	100%
Chi-cuadrado de Pearson		14,250 ^a	df	2	Significación asintótica (bilateral)	0.001	

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

En la tabla N° 34 sobre el cumplimiento de especificaciones técnico-legales en las actividades de venta, resultado de la eficacia del principio planificar según ISO 9001:2015 y satisfacción del cliente asociado a las certificaciones se observa que el 4% de los clientes encuestados califican el cumplimiento como algo bien, de éstos, el 4% afirma tener algo de satisfacción. Además, el 52% afirma que la organización cumple en buena medida dichas especificaciones, de estos el nivel de satisfacción incurre en el 26% como algo satisfecho al igual que muy satisfecho. Finalmente, el 44% de los encuestados afirma que la organización cumple de muy buena manera las especificaciones técnico-legales es y de éstos el 41% manifiesta total satisfacción y el 4% algo de satisfacción.

Inferencia

De acuerdo al valor Chi-cuadrado de 14.250 con 2 grados de libertad, un valor de significancia de 0.001 y como el valor de significancia es menor a 0.05 se deduce que existen razones suficientes para rechazar la hipótesis nula y se afirma que el principio planificar incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

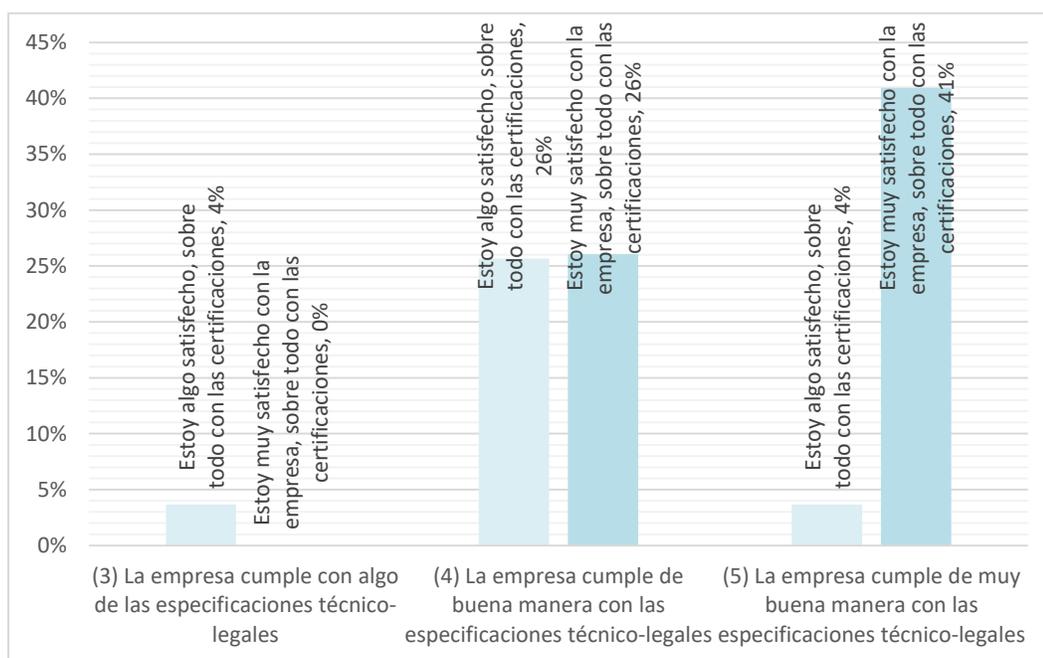


Figura N° 34. Incidencia del principio planificar en la satisfacción del cliente

Fuente: Datos de la propia investigación

5.2.3 Prueba de hipótesis específica n° 2

Hipótesis planteada: El principio hacer incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

Hipótesis nula: El principio hacer no incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

Resultados

Tabla N° 35. Servicio al cliente en la dimensión hacer

Requisitos de Norma ISO 9001:2015	Interpretación de los resultados de auditoría	Valor (1 al 5)	Nivel de cumplimiento
Requisitos N° 7.1 y 7.2 relacionados a la gestión de RR.HH.	La organización determina las funciones y conocimientos necesarios para el correcto funcionamiento de sus procesos (MOF).	5	100%
	La organización asegura que las personas sean competentes en cuestión de una adecuada educación, formación y experiencia. (Cronograma de capacitaciones)	5	
Requisitos N° 7.3, 7.4 y 7.5 relacionados a la gestión de la infraestructura y los recursos	La organización proporciona una adecuada infraestructura. (Iluminación, espacios definidos, maquinaria, herramientas, etc.)	5	100%
	La organización dispone de métodos eficaces para garantizar la trazabilidad.	5	
	La organización determina los recursos necesarios para garantizar una medición fiable (procedimientos y recursos para el mantenimiento de maquinaria y calibración de los instrumentos de medición).	5	
	La organización mantiene información documentada.	5	
Requisitos N° 8.1 y 8.2 relacionados a la planificación de la producción	La organización define, implementa y controla los procesos necesarios para cumplir los requisitos para la producción.	5	100%
	La organización establece las vías de comunicación con los clientes para incluir información relativa a los productos que surja antes de proceder con la producción de los mismos. (E-mail, Orden de compra y otros métodos relacionados a ERP's.	5	
	La organización determina los requisitos legales y reglamentarios para los productos que ofrece (resultado de la eficacia de la dimensión Planificar)	5	
	La organización revisa a detalle los requisitos del cliente antes de comprometerse a suministrarle productos (Especificaciones se definen en la Orden de compra y en los términos y condiciones del cliente).	5	
	La organización asegura que se resuelvan las diferencias entre lo ofertado y los requisitos en la solicitud del cliente.	5	

	La organización establece las acciones a tomar frente a los cambios en la solicitud del cliente.	5	
Requisito N° 8.4 relacionado a la gestión de suministros	La organización determina los controles a aplicar en los procesos, productos y servicios suministrados externamente.	4	
	La organización aplica criterios para la evaluación, selección, seguimiento y reevaluación de los proveedores externos.	4	80%
	La organización comunica a los proveedores externos sus requisitos para los procesos, productos y servicios.	4	
Requisito N° 8.5 relacionado a la ejecución de la producción	La organización controla la validación periódica de la capacidad para alcanzar los resultados planificados de la producción.	5	
	La organización implementa acciones para prevenir los errores humanos.	5	
	La organización implementa acciones de trazabilidad e identificación.	5	
	La organización implementa acciones para resguardar la propiedad del cliente.	5	
	La organización establece los requisitos para las actividades posteriores a la entrega asociadas con los productos. (A nivel interno existen una serie de parámetros estandarizados, sin embargo, no es del todo aplicable dada las condiciones particulares de cada cliente).	4	97%
Requisitos N° 8.6 y 8.7 relacionados al control de calidad	La organización considera la naturaleza, el uso y la vida útil prevista de sus productos. (Corresponde al ciclo de vida del producto cada vez que tenga contacto con el cliente, en la preventa, durante y postventa).	5	
	La organización implementa las disposiciones de verificación y aprobación de los productos.	5	100%
	La organización asegura que los productos no conformes se controlen para prevenir su uso o entrega.	5	
Valor Dimensión Hacer (Do) - Requisitos N° 7 y 8 de la Norma ISO 9001:2015			96%

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

En la tabla n° 35 sobre servicio al cliente en la dimensión hacer se aprecia el cumplimiento del Ciclo de Mejora Continua de los requisitos que lograron alcanzar los 5 puntos. Entre estos se encuentran: Aseguramiento de los perfiles de puesto y capacitación del personal en temas relacionados a la Norma ISO 9001 y específicas pertinentes al puesto de trabajo. También cuentan con esta calificación los aspectos relacionados al desarrollo de la infraestructura, mantenimiento, inspección y calibración de maquinaria y/o herramientas; así como los procesos y métodos para salvaguardar la trazabilidad de producto y control de calidad. Es importante resaltar la eficacia de los requisitos 8.1 y 8.2, los cuales enfatizan el grado de comunicación que debe tenerse con el cliente antes de darse la venta como tal, puesto que toda especificación técnica debe contemplarse y ser conforme para ambas partes. El cumplimiento de los requisitos mencionados aterriza en un procedimiento comercial que involucre asesoramiento (en caso el cliente lo solicite), la recepción oportuna de los requisitos del cliente para la producción, los controles de producción, las políticas de revisión y comparación entre los requisitos del cliente y las ofertas de la organización; y otras acciones que permitan garantizar la correcta administración e interpretación de las necesidades del cliente para un suministro correcto de producto. Dicho esto, se deduce el alto nivel de cumplimiento de los requisitos 7 y 8 de la Norma ISO 9001:2015 correspondientes a la dimensión Hacer, resultando en un índice de eficacia del 96%. Contando con un alto índice de eficacia en la dimensión hacer de la variable Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015, incide en las actividades preventa de la

dimensión servicio al cliente, puesto que representa el esfuerzo que realiza la organización al aplicar la Norma ISO 9001:2015, dándose la comprobación del nivel de asociación con la dimensión confiabilidad de la variable satisfacción del cliente de la siguiente manera.

Tabla N° 36. Cruce principio hacer y satisfacción del cliente

		Tabla Cruzada: Principio Hacer * Satisfacción del cliente							
		Satisfacción del cliente asociado al profesionalismo del personal						Total	
		(3) Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a		(4) Algo satisfecho/a		(5) Muy satisfecho/a		F	%
		F	%	F	%	F	%		
Recepción y asesoría preventiva, resultado del principio Hacer según ISO 9001:2015	(3) Regular	6	11%	3	6%	0	0%	9	17%
	(4) Receptivos	1	2%	20	37%	8	15%	29	54%
	(5) Muy receptivos	0	0%	4	7%	12	22%	16	30%
	Total	7	13%	27	50%	20	37%	54	100%
Valor Chi-cuadrado de Pearson		38,968a		df	4	Significación asintótica (bilateral)		0.000	

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

En la tabla n° 36 sobre la recepción y asesoría preventiva, resultado de la eficacia del principio hacer según ISO 9001:2015 y satisfacción del cliente asociado al profesionalismo se observa que el 17% de los clientes encuestados califican el nivel de recepción y asesoría preventiva de la organización como regular, de éstos, el 11% niega estar satisfecho o insatisfecho y el 6% manifiesta algo de satisfacción. Además, el 54% afirma que la organización tiene un buen nivel de recepción, de estos el nivel de satisfacción incurre en el 2% de

neutralidad, 37% con cierto nivel de satisfacción y el 15% manifiesta mucha satisfacción. Finalmente, el 30% de los encuestados afirma que la organización es muy receptiva al momento de la asesoría preventiva y cuya incidencia es del 7% de satisfacción mientras que el 22% afirma un alto índice de satisfacción con respecto al profesionalismo del área comercial en la etapa preventiva.

Inferencia

De acuerdo al valor Chi-cuadrado de 38.968 con 4 grados de libertad, un valor de significancia de 0.000 y como el valor de significancia es menor a 0.05 se deduce que existen razones suficientes para rechazar la hipótesis nula y se afirma que el principio hacer incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C

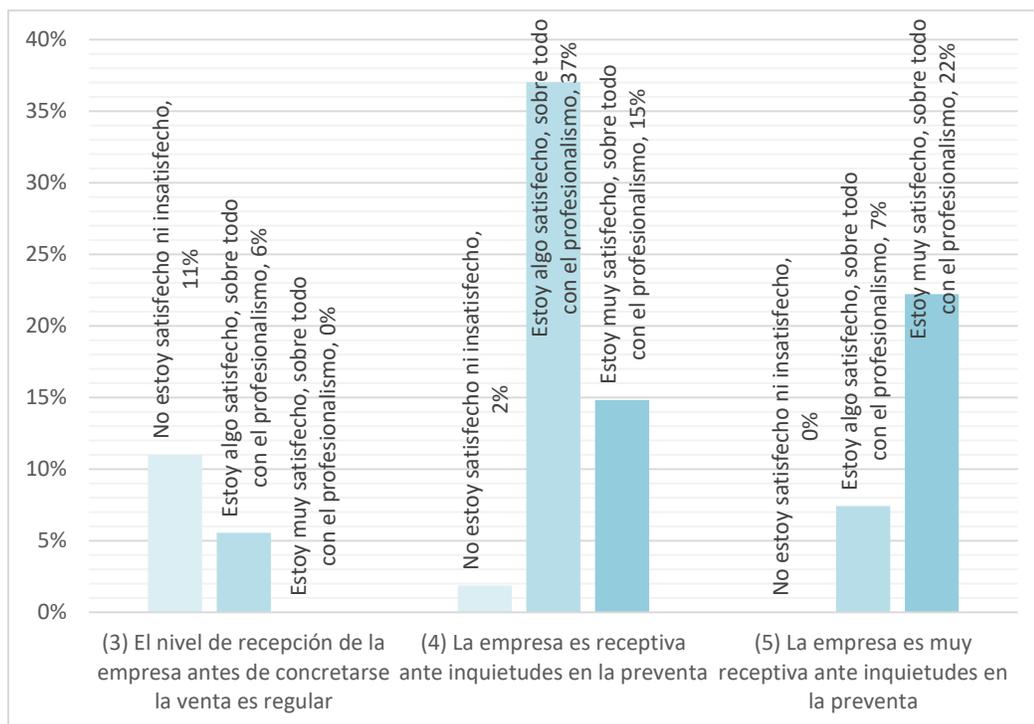


Figura N° 35. Incidencia del principio hacer en la satisfacción del cliente

Fuente: Datos de la propia investigación

5.2.4 Prueba de hipótesis específica n° 3

Hipótesis planteada: El principio verificar incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

Hipótesis nula: El principio verificar no incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

Resultados

Tabla N° 37. Servicio al cliente en la dimensión verificar

Requisitos de Norma ISO 9001:2015	Interpretación de los resultados de auditoría	Valor (1 al 5)	Nivel de cumplimiento
Requisito N° 9.1 relacionado a la evaluación del desempeño	La organización determina métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación. Estos métodos resultan del contacto de la empresa con el cliente y se dan generalmente en la postventa.	5	100%
	La organización determina cuando llevar a cabo el seguimiento y la medición. (Cuando evaluar el comportamiento de todos los procesos internos)	5	
	La organización determina cuándo analizar y evaluar los resultados del seguimiento y medición. (Cuando ejecutar auditorías internas y evaluar la satisfacción del cliente). La evaluación de la satisfacción del cliente se da en la postventa como en las encuestas bianuales.	5	
Requisitos N° 9.2 y 9.3 relacionados a la auditoría interna, satisfacción del cliente y sus revisiones por la dirección	La organización realiza el seguimiento de las percepciones de los clientes en la postventa.	5	95%
	La organización cumple con determinar los métodos para realizar el seguimiento y revisar la información. (Encuesta bianual de satisfacción del cliente)	5	
	La organización ejecuta auditorías internas en intervalos planificados.	4	
	La organización cumple con que la alta dirección revise los resultados de las auditorías y de la encuesta.	5	

Valor Dimensión Verificar (<i>Check</i>) - Requisito N° 9 de la Norma ISO 9001:2015

98%

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

En la tabla n° 37 sobre servicio al cliente en la dimensión verificar se aprecia el cumplimiento del Ciclo de Mejora Continua de los requisitos que lograron alcanzar los 5 puntos. Entre estos se encuentran: Aseguramiento de los métodos para la verificación de los indicadores de los procesos de la organización y del mismo Sistema de Gestión de Calidad a través de intervalos de auditoría interna, identificación de las dimensiones para medir la satisfacción del cliente en la postventa y su programación para las encuestas bianuales; el procesamiento y presentación de los datos a la alta dirección (ejecución del requisito Revisión por la dirección). Dicho esto, se deduce el alto nivel de cumplimiento del requisito 9 de la Norma ISO 9001:2015 correspondiente a la dimensión verificar, resultando en un índice de eficacia del 98%. Contando con un alto índice de eficacia en la dimensión verificar de la variable Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015, incide en las actividades postventa de la dimensión servicio al cliente, puesto que representa el esfuerzo que realiza la organización al aplicar la Norma ISO 9001:2015, dándose la comprobación del nivel de asociación con la dimensión confiabilidad de la variable satisfacción del cliente de la siguiente manera.

Tabla N° 38. Cruce principio verificar y satisfacción del cliente

		Satisfacción del cliente asociado a la probabilidad de recompra						Total	
		(3) Algo probable		(4) Probable		(5) Muy probable			
		F	%	F	%	F	%	F	%
Recepción y asesoría postventa, resultado del principio Verificar según ISO 9001:2015	(2) No tan receptivos	0	0%	1	2%	0	0%	1	2%
	(3) Algo receptivos	3	5%	2	4%	5	9%	10	19%
	(4) Receptivos	1	2%	18	34%	13	24%	32	59%
	(5) Muy receptivos	0	0%	2	4%	9	17%	11	20%
	Total	4	7%	23	43%	27	50%	54	100%
Chi-cuadrado de Pearson		16,774 ^a	df	6	Significación asintótica (bilateral)		0.010		

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

En la tabla n° 38 sobre la recepción y asesoría postventa, resultado de la eficacia del principio verificar según ISO 9001:2015 y satisfacción del cliente asociado a la probabilidad de recompra se observa que el 2% de los clientes encuestados califican a la empresa de no tan receptivos, de éstos, el 2% manifiesta probabilidad por regresar a la empresa. Además, el 19% afirma que la organización es algo receptiva en la postventa, de estos el 5% cree que es algo probable realizar la recompra, 4% de probabilidad y el 9% manifiesta alta probabilidad. El 59% de los encuestados afirma que la organización es receptiva y el 2% manifiesta algo de probabilidad de recompra, 34% de probabilidad y 24% de mucha probabilidad de recompra. Finalmente, el 20% de los clientes creen que la empresa es muy receptiva en la postventa, de estos el 4% manifiesta

probabilidad de recompra y el 17% mucha probabilidad de retomar las relaciones comerciales.

Inferencia

De acuerdo al valor Chi-cuadrado de 16,774 con 6 grados de libertad, un valor de significancia de 0.010 y como el valor de significancia es menor a 0.05 se deduce que existen razones suficientes para rechazar la hipótesis nula y se afirma que el principio verificar incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

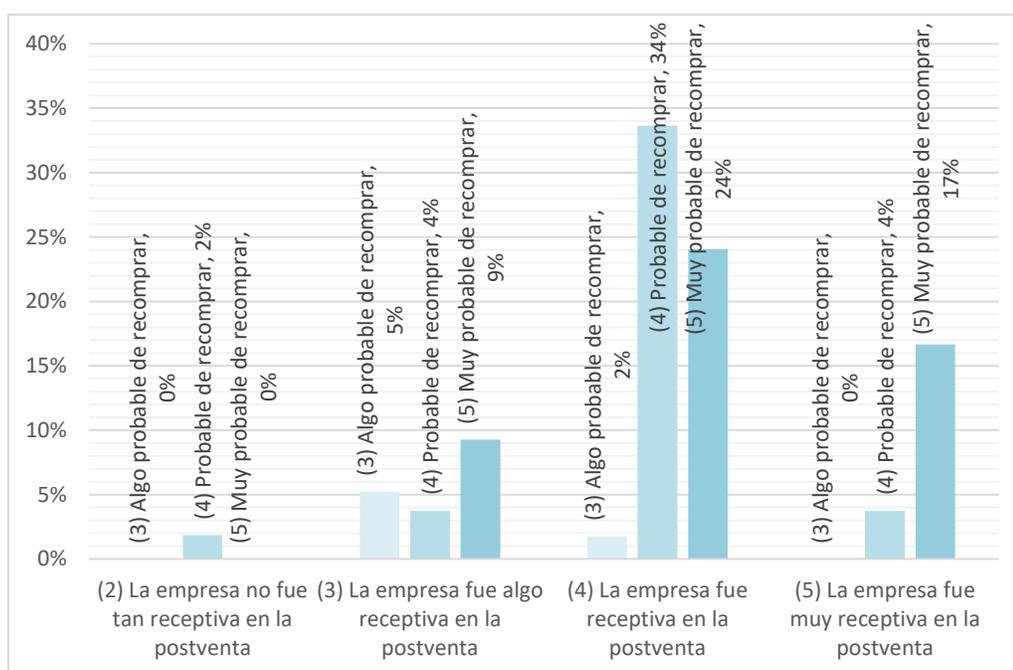


Figura N° 36. Incidencia del principio verificar en la satisfacción del cliente
Fuente: Datos de la propia investigación

5.2.5 Prueba de hipótesis específica n° 4

Hipótesis planteada: El principio actuar incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

Hipótesis nula: El principio actuar no incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

Resultados

Tabla N° 39. Servicio al cliente en la dimensión actuar

Requisitos de Norma ISO 9001:2015	Interpretación de los resultados de auditoría	Valor (1 al 5)	Nivel de cumplimiento
Requisito N° 10 relacionado a la acción correctiva y la Mejora Continua	La organización implementa acciones de mejora para cumplir oportunamente los requisitos del cliente en función del costo-beneficio que esperan obtener y mejorar su satisfacción, incluye la admisión de quejas y/o reclamo y las acciones correctivas.	5	96%
	La organización reacciona ante la no conformidad (interna o externa), toma acciones para su control y corrección.	5	
	La organización cumple con implementar cualquier acción necesaria, ante una no conformidad (interna o externa).	5	
	La organización revisa la eficacia de cualquier acción correctiva tomada	4	
	La organización conserva información documentada como evidencia de la naturaleza de las no conformidades, acciones tomadas y sus resultados.	5	
Valor Dimensión Actuar (<i>Act</i>) - Requisito N° 10 de la Norma ISO 9001:2015			96%

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

En la tabla n° 39 sobre servicio al cliente en la dimensión actuar se aprecia el cumplimiento del Ciclo de Mejora Continua de los requisitos que lograron alcanzar los 5 puntos. Entre estos se encuentran: Establecimiento de las acciones

de mejora o acciones correctivas frente a las no conformidades de todo nivel relacionadas al producto no conforme interno (resultado del proceso de producción), producto no conforme externo (resultado del proceso de compras locales o de importación), reclamos y quejas del cliente. La organización oportunamente implementa acciones de mejora para cumplir los requisitos del cliente en función del costo-beneficio que esperan obtener y mejorar su satisfacción. Otros aspectos involucran el procedimiento para el tratamiento de no conformidades, planes de contingencia y planes de mejora. Dicho esto, se deduce el alto nivel de cumplimiento del requisito 10 de la Norma ISO 9001:2015 correspondiente a la dimensión actuar, resultando en un índice de eficacia del 96%. Contando con un alto índice de eficacia en la dimensión actuar de la variable Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015, incide en las actividades postventa de la dimensión servicio al cliente, puesto que representa el esfuerzo que realiza la organización al aplicar la Norma ISO 9001:2015, dándose la comprobación del nivel de asociación con la dimensión confiabilidad de la variable satisfacción del cliente de la siguiente manera.

Tabla N° 40. Cruce principio actuar y satisfacción del cliente

Tabla cruzada: Principio Actuar * Satisfacción del cliente											
Satisfacción del cliente asociado al tratamiento de quejas											
		(2) Algo insatisfecho/a		(3) Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a		(4) Algo satisfecho/a		(5) Muy satisfecho/a		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Relación calidad-precio, resultado del principio Actuar según ISO 9001:2015	(3) Promedio	2	4%	2	4%	1	2%	1	2%	6	11%
	(4) Por encima del promedio	0	0%	5	9%	19	35%	10	19%	34	63%
	(5) Excelente	0	0%	1	2%	10	19%	3	6%	14	26%
Total		2	4%	8	15%	30	56%	14	26%	54	100%
Chi-cuadrado de Pearson		20,681 ^a		df		6		Significación asintótica (bilateral)		0.002	

Fuente: Datos de la propia investigación

Descripción

En la tabla n° 40 sobre la relación calidad-precio en las actividades de venta, resultado de la eficacia del principio actuar según ISO 9001:2015 y satisfacción del cliente asociado al tratamiento de quejas se observa que el 11% de los clientes encuestados creen que la empresa otorga una calidad promedio en función a lo que pagan, de éstos, el 4% manifiesta algo de insatisfacción por el tratamiento de quejas, 4% de neutralidad y 2% de satisfacción. Además, el 63% afirma que la organización ofrece un producto y servicio de calidad por encima del promedio en función de lo que pagan, de estos el 9% no afirma ni niega satisfacción, el 35% manifiesta satisfacción por el tratamiento de quejas y el 19% siente estar muy satisfecho. Finalmente, el 26% de los clientes afirman que la

empresa ofrece un excelente producto y servicio a tal punto que están dispuestos a pagar por lo cotizado, de estos el 2% no afirma ni niega satisfacción sobre el tratamiento de quejas, 19% manifiesta estar algo satisfecho; y el 6% manifiesta estar muy satisfecho o conforme por la absolución de las quejas y que el precio justifica la calidad tanto del producto como del servicio preventa, durante y postventa.

Inferencia

De acuerdo al valor Chi-cuadrado de 20,681 con 6 grados de libertad, un valor de significancia de 0.002 y como el valor de significancia es menor a 0.05, se deduce que existen razones suficientes para rechazar la hipótesis nula y se afirma que el principio "Actuar" incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

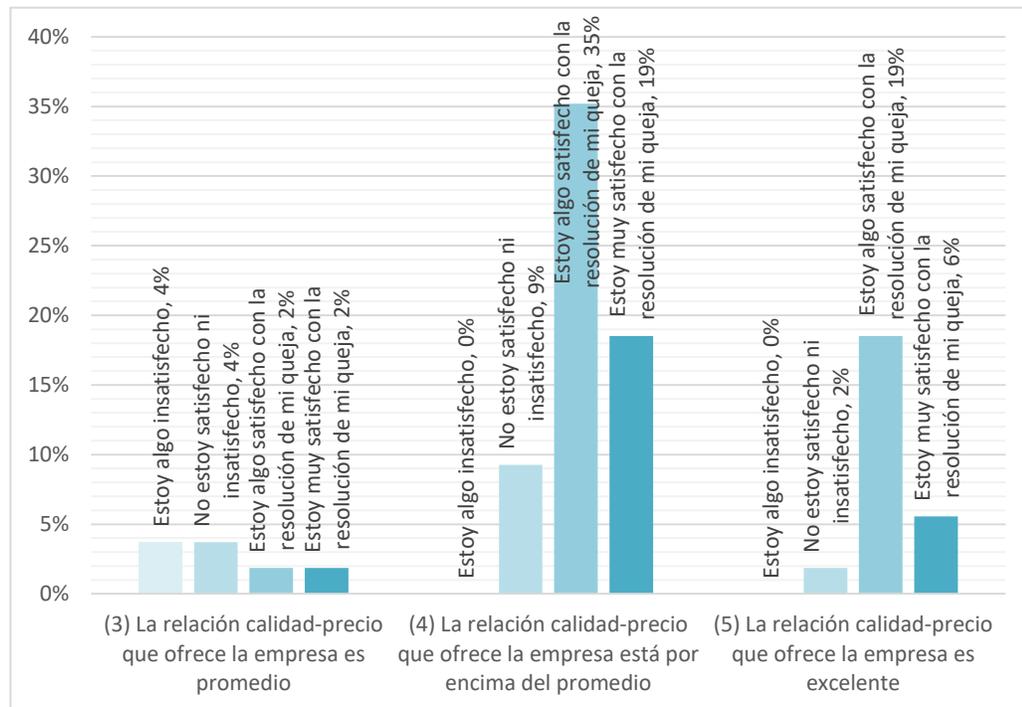


Figura N° 37. Incidencia del principio actuar en la satisfacción del cliente

Fuente: Datos de la propia investigación

5.3 Discusión de resultados

Confirmación de la hipótesis general

Un Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015 incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

Mientras se ejecuten los procesos relacionados a los principios planificar, hacer, verificar y actuar, correspondientes al Ciclo de Mejora Continua del Estándar Internacional ISO 9001:2015; como planificación estratégica, gestión de recursos y operaciones (producción, trazabilidad, suministros, servicios complementarios y control de calidad), la gestión de las mediciones (auditoría interna y percepción del cliente), el manejo de acciones correctivas y estas se logren concretar en un producto y/o servicio acorde a los requisitos específicos, técnicos y legales, se obtienen resultados positivos en el nivel de satisfacción del cliente.

Confirmación de la hipótesis específica n° 1

El principio planificar incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

Mientras se ejecuten las actividades relacionadas con el principio planificar de la Norma ISO 9001:2015; como la evaluación FODA, el establecimiento de objetivos estratégicos de calidad y de la política de calidad, el liderazgo de la alta gerencia por encaminar la organización hacia la Mejora Continua, la identificación de las necesidades específicas, técnicas y legales del cliente y estas se logren concretar durante la venta, se obtienen resultados positivos en el nivel de satisfacción del cliente asociado en mayor medida con la documentación que respalde la calidad del producto.

Confirmación de la hipótesis específica n° 2

El principio hacer incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

Mientras se ejecuten las actividades relacionadas con el principio hacer de la Norma ISO 9001:2015; como el aseguramiento de los requisitos específicos, técnicos y legales del producto y la conformidad/aceptación de los términos del contrato u orden de compra entre ambas partes, el nivel de recepción y asesoramiento técnico previo a la compra, entre otras actividades de comunicación con el cliente, y estas se logren concretar durante la preventa, se obtienen resultados positivos en el nivel de satisfacción del cliente asociado en mayor medida con el profesionalismo que transmite la organización.

Confirmación de la hipótesis específica n° 3

El principio verificar incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

Mientras se ejecuten las actividades relacionadas con el principio verificar de la Norma ISO 9001:2015; como la elección de los métodos y cronograma de revisión de los procesos internos de la organización relativos a la auditoría interna, se verifique el grado de satisfacción del cliente a través de encuestas y en lo posible, inmediatamente después de la entrega del producto, que los resultados de lo mencionado sean derivados a la alta gerencia para su revisión, y estas se logren concretar durante la preventa, se obtienen resultados positivos en el nivel de satisfacción del cliente asociado en mayor medida con la probabilidad de recompra.

Confirmación de la hipótesis específica n° 4

El principio actuar incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

Mientras se ejecuten las actividades relacionadas con el principio actuar de la Norma ISO 9001:2015; como el establecimiento de procedimientos para actuar ante la no conformidad interna (producción no conforme) y externa (reclamo de clientes), las acciones para el tratamiento de reclamos (acciones correctivas), y estas se logren concretar en la postventa, se obtienen resultados positivos en el nivel de satisfacción del cliente asociado en mayor medida con el tratamiento y resolución de quejas.

Contraste con los resultados de los antecedentes

Respecto al objetivo general, el cual corresponde a determinar la incidencia de un Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015 en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C, se observó en la prueba de hipótesis que existen 64 incidencias de rechazo de hipótesis de independencia, debido a que el valor de significancia es menor a 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se determina que un Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015 incide; a través de los principios planificar, hacer, verificar y actuar, en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

Los resultados obtenidos en esta investigación son similares a los observados en la tesis realizada por Ríos, S. (2018) en Propuesta metodológica para medir la satisfacción del cliente, basado en la Norma ISO 9001:2015 Numeral 5.1.2 para la Institución Educativa Trochas, cuyos resultados definieron que la mejora de la gestión es un proceso continuo y los clientes constantemente indicarán aspectos para mejorar el desempeño actual de la institución. Esto respalda el hecho que la gestión como tal es

un proceso planificado, ejecutado, medido y retroalimentado continuamente en base a las oportunidades de mejora impartidas en principio por el cliente. También se concluye que los resultados de las encuestas (aplicación del principio verificar) evidenciaron inconformidades para las partes interesadas, haciéndose necesario proponer planes de mejora (aplicación de principio actuar) con el fin de aumentar el grado de satisfacción en los clientes. Con esto se demuestra lo vital que es identificar las necesidades y expectativas de las partes interesadas (aplicación del principio planificar); sean los clientes, accionistas, el personal o el gobierno de turno, un aspecto a tomar en cuenta al momento de implementar la Norma ISO 9001:2015 en la organización.

Por otro lado, los resultados de la presente investigación guardan relación con los obtenidos en la tesis de Torres, A. y Lavayen, M. (2017) Diseño de un Sistema de Gestión de Calidad según las Normas ISO 9001:2015 para una empresa textil de la ciudad de Guayaquil, cuyos resultados fueron que en la empresa textil al no disponer de un Sistema de Gestión de Calidad considera una necesidad de implementación del manual de calidad más no como un requisito de acuerdo a la versión vigente (2015), el cual permite mejorar los procesos existentes con los requisitos establecidos por la normativa. Además, usando la metodología del manual de calidad se pretende integrar el Sistema de Gestión de Calidad en el contexto organizacional (principio planificar) siendo una guía para todos los procesos en base al diagnóstico de la situación actual. Finalmente, los resultados infieren que para fomentar la implementación del sistema, se presenta una propuesta con los correspondientes ítems del manual de funciones (Principio Hacer – Requisitos N° 7.1 y 7.2 de ISO 9001:2015), manual de

procedimientos (Principio Hacer – Requisitos N° 8.1 y 8.2 de ISO 9001:2015) e instructivos con el fin de establecer, ejecutar y optimizar (Planificar, hacer, verificar y actuar) los recursos propuestos para lograr una plena implementación del Sistema de Gestión de Calidad.

Otro antecedente nacional correspondiente a Gonzales, U. y Conde, J. (2017) El Sistema de Calidad ISO 9001:2015 como herramienta de gestión que oriente al alcance de la excelencia académica en el Colegio Santa María de la Providencia en el año 2016, tiene relación con esta investigación, puesto que se infiere que el sistema de calidad ISO 9001:2015 funciona y sirve como una herramienta de gestión que orienta al alcance de la excelencia. Basándose en la Norma ISO 9001:2015, la cual propone una serie de requisitos que ayuda a la gestión de la institución, la organización del trabajo, la eficiencia en los procesos, el liderazgo, la Mejora Continua y como resultado la mejora en la calidad del servicio educativo que conlleva a un nivel de satisfacción óptimo por parte de los clientes. Se afirma también que el sistema de calidad ISO 9001:2015 como herramienta de gestión le brindaría a la institución una imagen de prestigio, clientes satisfechos, garantía de un servicio de calidad y así competitividad en el mercado. Finalmente se concluye que el sistema de calidad ISO 9001:2015 es una herramienta la cual ayuda a la institución y a cualquier empresa a tener como objetivo al cliente y analizar de una manera profunda sus necesidades y expectativas acerca del servicio esperado.

Respecto al primer objetivo específico, el cual concierne a determinar la incidencia del principio planificar en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C, se observó en la prueba de hipótesis que el valor chi-cuadrado es de

14,250, con 2 grados de libertad y un valor de significancia de 0.001, en vista de que el valor de significancia es menor a 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se determina que el principio planificar incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

En relación al primer objetivo específico, los resultados obtenidos en la presente investigación son similares a los observados en la investigación realizada por Gonzales, U. y Conde, J. (2017) El Sistema de Calidad ISO 9001:2015 como herramienta de gestión que oriente al alcance de la excelencia académica en el Colegio Santa María de la Providencia en el año 2016, puesto que se concluye la existencia de relación directa entre la buena gestión de la institución y la calidad del servicio del mismo; ya que al tener una buena gestión a través de una buena planificación estratégica se logra un servicio de calidad en función del cumplimiento de las actividades previstas cubriendo con las expectativas de los clientes y evitando la mayor cantidad de errores posibles en los procesos.

De igual manera, existe relación con las conclusiones de la investigación realizada por Farfán, C. (2015) La gestión del servicio como propuesta de mejora para la satisfacción del cliente. Caso: Museo San Francisco de Lima, puesto que se infiere que la eficiente gestión del servicio necesita utilizar herramientas como el análisis situacional (Principio planificar – planificación estratégica) para poder determinar las necesidades y conocer la realidad, el diseño de una guía de gestión para implementar un Sistema de Gestión de Calidad que permita mejorar los procesos eficientemente y la propuesta de diseño de indicadores de gestión y satisfacción. Otra inferencia es que el análisis situacional puede realizarse en función a actores internos (trabajadores) y

externos (clientes). Permite tener información clara y objetiva sobre la situación, la que permite tomar acciones efectivas de acción y mejora. Los clientes sienten satisfacción cuando sus expectativas han sido cubiertas y superadas, mientras que los trabajadores ofrecen un servicio de calidad cuando el servicio es gestionado adecuadamente.

Respecto al segundo objetivo específico, el cual concierne a determinar la incidencia del principio hacer en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C, se observó en la prueba de hipótesis que el valor chi-cuadrado es de 38,968, con 4 grados de libertad y un valor de significancia de 0.000, en vista de que el valor de significancia es menor a 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se determina que el principio hacer incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

En relación al segundo objetivo específico, los resultados obtenidos en esta tesis son similares a los observados en la investigación realizada por Meléndez, A. (2017) Propuesta de Implementación del Sistema de Gestión de Calidad en una Industria Pesquera según la Norma ISO 9001:2015. Respecto a los resultados de dicha investigación, la información documentada (Requisito 7.5 – Principio hacer) cuya implementación contribuye en que se administren de una manera más adecuada los manuales, formatos, procedimientos instructivos, programas, documentos internos y registros de la empresa. Así mismo se concluye que la estandarización del proceso productivo por medio de instructivos o procedimientos, así como los controles asignados lograrán que se cumplan los requisitos del cliente, fortaleciendo así la relación de confianza (confiabilidad) de los clientes con la organización y se asegurará la fidelización de los mismos. También se menciona el compromiso de los trabajadores en sus respectivos puestos de trabajo, pues este mejorara debido a los programas de

sensibilización y capacitaciones que contribuirán en su crecimiento profesional (Requisitos 7.1 y 7.2).

Otra similitud con los resultados de esta investigación se da con lo estudiado por Farfán, C. (2015) La gestión del servicio como propuesta de mejora para la satisfacción del cliente. Caso: Museo San Francisco de Lima, cuyas conclusiones son el diseño de un manual de calidad alineado a la gestión del servicio para mejorar los procesos, actividades, tareas y procedimientos trae consigo satisfacer adecuadamente las necesidades y las expectativas de sus clientes, gestionar eficientemente el servicio, detallar el proceso y procedimientos del servicio, documentar las mejores prácticas, mejorar la gestión global, satisfacer los requisitos de la Norma Internacional ISO.

Por otra parte, se observa similitud con los resultados de Sánchez-Tembleque, R. (2016) Proyecto de Implantación de un Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015 en la empresa Pinatar Arena Football Center S.L cuyos resultados abarcan el logro de la elaboración de una política de calidad, manuales de procedimientos, gestión de auditorías internas y elaboración de la documentación, así como unos procedimientos (Principio Hacer – requisitos del numeral 7) basados en la Normativa UNE-EN ISO 9001:2015, para el Sistema de Gestión de Calidad de la organización. De esta manera se constituye un punto de partida para la implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad en una empresa real en base a la aplicación de la información documentada (Requisito N° 7.5 de ISO 9001:2015), logrando así una ventaja competitiva que tan importante es hoy en día para permitirle diferenciarse del resto de empresas dentro su sector.

Respecto al tercer objetivo específico, el cual concierne a determinar la incidencia del principio verificar en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C, se observó en la prueba de hipótesis que el valor chi-cuadrado es de 16,774, con 6 grados de libertad y un valor de significancia de 0.010, en vista de que el valor de significancia es menor a 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se determina que el principio verificar incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

En el contexto del tercer objetivo específico, el resultado tiene relación con la conclusión de Ríos, S. (2018). Propuesta metodológica para medir la satisfacción del cliente, basado en la Norma ISO 9001:2015 Numeral 5.1.2 para la Institución Educativa Trochas. Respecto al resultado de dicha investigación, dentro del contexto aplicativo, la investigación mencionada concluye que una manera de evaluar la satisfacción del cliente es por medio de las encuestas, herramienta importante a la hora de identificar las áreas de mejora.

De igual manera, existe semejanza con las observaciones de la investigación realizada por Meléndez, A. (2017) Propuesta de Implementación del Sistema de Gestión de Calidad en una Industria Pesquera según la Norma ISO 9001:2015. Cuya conclusión en relación al principio verificar, se manejan objetivos claros a los que se les dará seguimiento y se estarán controlando durante todo el año permitiendo a los trabajadores su alineación a lo propuesto por la gerencia de calidad, debido a que se medirá su rendimiento en base al cumplimiento de los mismos.

Otra similitud de resultados de esta investigación se da con lo estudiado por Farfán, C. (2015) La gestión del servicio como propuesta de mejora para la satisfacción

del cliente. Caso: Museo San Francisco de Lima; ya que la formulación y el diseño de indicadores son indispensables para evaluar y medir los niveles de satisfacción y gestión. Toda la información ha sido procesada medida y cuantificada en función a los indicadores, así también ha sido indispensable para tomar acciones de acción y mejora.

Respecto al cuarto objetivo específico, el cual concierne a determinar la incidencia del principio actuar en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C, se observó en la prueba de hipótesis que el valor chi-cuadrado es de 20,681, con 6 grados de libertad y un valor de significancia de 0.002, en vista de que el valor de significancia es menor a 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se determina que el principio actuar incide en la satisfacción del cliente de la empresa CS Beaver S.A.C.

En el contexto del cuarto objetivo específico, el resultado tiene similitud con la conclusión de Sánchez-Tembleque, R. (2016) Proyecto de Implantación de un Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015 en la empresa Pinatar Arena Football Center S.L, cuyas conclusiones contemplan que existe relación existente entre una mejora de los Sistemas de Gestión de Calidad y el incremento de la eficacia de una empresa (logro de los objetivos implantados). Esto resulta evidente ya que un Sistema de Gestión de la Calidad en base a la Norma UNE-EN ISO 9001:2015 se retroalimenta a sí mismo de forma que tiende a reducir las No Conformidades de sus servicios, incurriendo en menores costos de error.

Por otro lado, los resultados obtenidos en la investigación realizada por García, J. (2006) Diseño de un Sistema de Gestión de Calidad basado en un enfoque de costos de calidad para la empresa panificadora Bimbo Perú S.A, manifiestan cierta relación con

el resultado de la cuarta hipótesis específica, puesto que un sistema de costos de calidad deber ser una parte integral del Sistema de Gestión de Calidad de la empresa, tanto en su concepción como en su implementación, mantenimiento y uso cotidiano. Se deberá tener presente que los costos por fallas se reducirán solo si los procesos o actividades que los generan son controlados y mejorados continuamente mediante actividades de prevención y evaluación.

Finalmente, lo investigado por Coaguila, A. (2017) en Propuesta de Implementación de un modelo de Gestión por procesos y calidad en la empresa O&C Metals S.A.C sostiene que la propuesta de mejora ante el problema fue el desarrollo de la gestión por procesos con el soporte de normalización de los requisitos de la Norma ISO 9001:2015, al aplicarlas a la problemática se puede corroborar que es la más adecuada para su solución ya que provee ordenamiento a los procesos para una mejor gestión y enfoque de los mismos hacia la satisfacción del cliente (calidad).

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Habiendo culminado con el estudio de la incidencia del Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015 en la satisfacción de los clientes de la empresa CS Beaver S.A.C, se llegaron a las siguientes conclusiones:

- 1) El Sistema de Gestión de Calidad de la organización objeto de estudio ha logrado cumplir con el 96% de los requisitos expuestos en la Norma Internacional ISO 9001:2015. Esto permitió que el proceso servicio al cliente sea valorado positivamente por los clientes y al mismo tiempo manifiesten un índice global de satisfacción del 85% según las afirmaciones de 54 clientes encuestados, implicando un crecimiento de 9 puntos porcentuales en comparación con el año 2018 (76%) y considerando haber transcurrido solo 1 mes desde la implementación y acreditación del Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015. El índice de satisfacción del cliente en mención, es respaldada por el comportamiento de los indicadores de los procesos internos. Al mes de mayo del 2019, los procesos de producción arrojaron un índice ponderado de eficacia del 90%, el proceso de logística de igual modo logró mantener un 88% de eficacia, mientras que el área comercial superó su meta de ventas en 28 puntos porcentuales.
- 2) Implementar el 94% de los requisitos de la Norma ISO 9001:2015 correspondientes al principio planificar ha logrado que las actividades de

venta sean valoradas positivamente por los clientes y consecuentemente manifiesten un nivel de satisfacción del 93% asociado a las certificaciones y documentos pertinentes a cuestiones técnico-legales que respalden la calidad del producto.

- 3) Implementar el 96% de los requisitos de la Norma ISO 9001:2015 correspondientes al principio hacer ha logrado que las actividades de preventa sean valoradas positivamente por los clientes y consecuentemente manifiesten un nivel de satisfacción del 85%, asociado al profesionalismo que demuestra el personal técnico-comercial.
- 4) Implementar el 98% de los requisitos de la Norma ISO 9001:2015 correspondientes al principio verificar ha logrado que las actividades postventa sean valoradas positivamente por los clientes y consecuentemente manifiesten un nivel de satisfacción del 89% asociado a la probabilidad de recompra.
- 5) Implementar el 96% de los requisitos de la Norma ISO 9001:2015 correspondientes al principio actuar ha logrado que las actividades postventa sean valoradas positivamente por los clientes y consecuentemente manifiesten un nivel de satisfacción del 81% asociado al tratamiento de los reclamos.

6.2 Recomendaciones

Conforme a los resultados de la investigación, se presentan las recomendaciones detalladas a continuación:

- 1) La Gerencia General en asociación con las Gerencias de producción, logística, RR.HH y el Comité de Calidad deberán cumplir con el Ciclo de la Mejora Continua (P-H-V-A), expuesta en los siguientes párrafos, mediante el levantamiento de observaciones encontradas en posteriores auditorías internas y poder aplicar metodologías que subsanen los errores (No Conformidades) de origen interno o, a causa de reclamos de clientes.
- 2) En términos de planificación, La Gerencia General en coordinación con el Comité de Calidad deberán concluir el alcance del Sistema de Gestión de Calidad abarcando los aspectos de diseño y poder incluir el requisito 8.3 (Diseño y Desarrollo según ISO 9001:2015) lo cual permitirá aprovechar los recursos de esta unidad de negocio. Del mismo modo, se deberá planificar en coordinación con la Gerencia de RR. HH capacitaciones a toda la organización para concientizar al personal sobre acciones preventivas dentro de su puesto de trabajo y a través de un procedimiento, como responder frente a los cambios que puedan suscitarse dentro de sus actividades diarias.
- 3) En términos de ejecución u operaciones, la Gerencia General en coordinación con el Comité de Calidad y la Gerencia de Logística deberán reajustar el proceso de adquisiciones, modificando las actividades de búsqueda y selección de proveedores (Requisito 8.4 según ISO 9001:2015), puesto su detección de causa de retrasos en las actividades de logística de salida. Del mismo modo será importante capacitar al personal en cuanto a dichas modificaciones, con la finalidad de no repercutir negativamente en el profesionalismo que manifieste la empresa ante el cliente.

- 4) En términos de verificación, el Comité de Calidad deberá respetar el cronograma implementado en el Sistema de Gestión de Calidad para la ejecución de auditorías internas a medida que no dejen intervalos temporales entre auditorías. La desactualización tiene consecuencias negativas en el seguimiento de los procesos.
- 5) Finalmente, en términos de retroalimentación, se recomienda realizar el seguimiento de las recomendaciones mencionadas anteriormente a fin de no descuidar que su ejecución se haya logrado según los intereses de la organización. Si bien el tratamiento de acciones correctivas cuenta ya con un procedimiento definido, esto no bastará hasta que se haya estudiado la raíz causa de las observaciones y se monitoree la eficacia de la acción correctiva implementada. Cualquier reclamo de cliente oportunamente atendido repercutirá en poder disminuir la brecha de inconformidad y elevar el nivel de satisfacción del cliente.

REFERENCIAS

- Best, J. (2005). *Marketing Estratégico*. Madrid: Pearson Education.
- Bonilla, Díaz, Kleeberg, Noriega (2010) *Mejora Continua de los procesos: Herramientas y técnicas*. Lima: Fondo Editorial.
- Coaguila, A. (2017) *Propuesta de Implementación de un modelo de Gestión por procesos y calidad en la empresa O&C Metals S.A.C.* (Tesis para optar el Título Profesional de Ingeniero Industrial) Facultad de Ingeniería y Computación. Universidad Católica San Pablo. Arequipa, Perú.
- Cortés, J. M. (2017) *Sistema de Gestión de Calidad (ISO 9001:2015)*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Farfán, C. (2015) *La gestión del servicio como propuesta de mejora para la satisfacción del cliente. Caso: Museo San Francisco de Lima.* (Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Turismo) Facultad de Ciencias Administrativas. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú.
- García, J. (2006) *Diseño de un Sistema de Gestión de Calidad basado en un enfoque de costos de calidad para la empresa panificadora Bimbo Perú S.A.* (Tesis para optar por el Grado Académico de Magister en Administración). Escuela de Postgrado. Universidad del Pacifico. Lima, Perú.
- Gazsi, P. (2012). ¿Qué son las certificaciones de calidad? Gestipolis, Recuperado el 31 de mayo del 2019, desde <https://www.gestipolis.com/que-son-las-certificaciones-de-calidad/>

- Gonzales, U. y Conde, J. (2017) *El Sistema de Calidad ISO 9001:2015 como herramienta de gestión que oriente al alcance de la excelencia académica en el Colegio Santa María de la Providencia en el año 2016*. (Tesis para optar el Grado Académico de Licenciado en Administración) Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad San Ignacio de Loyola. Lima, Perú.
- Hayes, B. E. (1999) *Como medir la satisfacción del cliente: Diseño de encuestas, uso y métodos de análisis estadísticos*. México D.F: Oxford University Press.
- Hernández, R., Fernández C., y Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación. México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A.
- Kotler, P. y Keller, K. (2006) *Dirección de Marketing*. Mexico D.F: Pearson Education.
- Meléndez, A. (2017) *Propuesta de Implementación del Sistema de Gestión de Calidad en una Industria Pesquera según la Norma ISO 9001:2015* (Tesis para optar el Grado de Ingeniero Industrial) Facultad de Ciencias e Ingeniería. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima, Perú.
- Norma Internacional ISO 9000:2015. Sistemas de Gestión de la Calidad – Fundamentos y vocabulario. Recuperado de: <https://www.iso.org/obp/ui/es/#iso:std:iso:9000:ed-4:vl:es>
- Norma Internacional ISO 9001:2015. *Sistemas de Gestión de la Calidad – Requisitos*. Quinta edición 2015-09-15. Secretaría Central de ISO, Ginebra, Suiza
- O'Reilly, G. (2011). Una definición de calidad. Gestipolis, Recupero el 15 de abril del 2019, desde <https://www.gestipolis.com/una-definicion-de-calidad/>

- Ramírez, C. y Sánchez, M. (2006) *Implementación del Sistema de Gestión de Calidad, en base a la Norma ISO 9001:2000* (Grado de Licenciatura en Ingeniería Industrial) Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. México D.F.
- Ramos, J. A. (2019). Las certificaciones ISO en el Perú. Diario Oficial El Peruano, Recuperado el 31 de mayo del 2019, desde <https://elperuano.pe/noticia-las-certificaciones-iso-el-peru-74495.aspx>
- Real Academia Española (2018). “Calidad”. Diccionario de la RAE, Recuperado el 15 de abril del 2019, desde <https://dle.rae.es/?id=6nVpk8P|6nXVL1Z>
- Ríos, S. (2017) *Propuesta metodológica para medir la satisfacción del cliente, basado en la norma ISO 9001:2015 Numeral 5.1.2 para la Institución Educativa Trochas*. (Tesis para obtener la Especialización en Gerencia de Calidad de Servicio y Producto) Departamento de postgrados. Universidad Libre de Colombia, Bogotá.
- Sánchez, Reyes y Mejía (2018) *Manual de términos de investigación científica, tecnológica y humanística*. Lima: Universidad Ricardo Palma – Vicerrectorado de Investigación.
- Sánchez-Tembleque, R. (2016) *Proyecto de Implantación de un Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015 en la empresa Pinatar Arena Football Center S.L.* (Tesis para optar el Grado en Administración y Dirección de Empresas) Facultad de Ciencias de la Empresa. Universidad Politécnica de Cartagena, Cartagena.
- Torres, A. y Lavayen, M. (2017) *Diseño de un Sistema de Gestión de Calidad según las Normas ISO 9001:2015 para una empresa textil de la ciudad de Guayaquil*. (Tesis

para optar el grado de Ingeniero Industrial) Universidad Politécnica Salesiana,
Guayaquil.

APÉNDICE

AUDITORÍA PARA LA VERIFICACIÓN DEL GRADO DE CUMPLIMIENTO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD CON LOS REQUISITOS DE LA NORMA ISO 9001:2015 EN LA ORGANIZACIÓN OBJETO DE ESTUDIO

Sres. Miembros del Comité de Calidad de la empresa CS Beaver S.A.C
 Actualmente me encuentro realizando un estudio de investigación para elaborar una tesis sobre la incidencia de un Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015 en la satisfacción del cliente.
 Solicito su apoyo para acceder a la información pertinente al tema de investigación. Cabe resaltar que los hallazgos de auditoría obtenidos serán incluidos en la tesis.
 Le agradeceré la facilidad del acceso a la documentación del Sistema de Gestión de Calidad.
¡Muchas gracias por su aporte a la investigación!

Objetivo de auditoría:

Alcance de auditoría:

Fecha de auditoría: 24 de junio del 2019

Lugar de auditoría: Av. Elmer Faucett 281-283, San Miguel, Lima, Perú

Criterios de calificación

NC	1 punto - No cumple con el requisito: No se planifica, no se ejecuta, no se verifica, ni se retroalimenta.
P	2 puntos - Cumple con el mínimo del requisito: Se planifica, no se ejecuta, no se verifica, ni se retroalimenta (Corresponde a la fase de Planificación del SGC)
H	3 puntos - Cumple parcialmente con el requisito: Se planifica, se ejecuta, no se verifica, ni se retroalimenta (Corresponde a la fase Hacer del SGC)
V	4 puntos - Cumple parcialmente con el requisito: Se planifica, se ejecuta, se verifica, no se retroalimenta (Corresponde a la fase Verificar del SGC)
A	5 puntos - Cumple completamente con el requisito: Se planifica, se ejecuta, se verifica y se retroalimenta (Corresponde a las fases Actuar para la mejora del SGC)

Evaluación del principio Planificar (Plan) en la organización según la Norma ISO 9001:2015

Requisito de la Norma ISO 9001:2015	Preguntas para verificar el nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015	NC	P	H	V	A
Requisito N° 4 de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la planificación estratégica	1. ¿En qué nivel la organización cumple con determinar las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades clave para la dirección estratégica?					5
	2. ¿En qué nivel la organización cumple con determinar las partes interesadas y sus necesidades?					5
	3. ¿En qué nivel la organización cumple con establecer el alcance de su Sistema de Gestión de Calidad?				4	
	4. ¿En qué nivel la organización cumple con identificar sus procesos, entradas y salidas?					5
	<i>Subtotales:</i>	0	0	0	4	15
	<i>Indicador 1. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la planificación estratégica</i>	95%				
Requisito N° 5 de la Norma ISO 9001:2015 relacionado al liderazgo	5. ¿En qué nivel la organización cumple con garantizar que los requisitos de los clientes de determinan?					5
	6. ¿En qué nivel la organización cumple con establecer y comunicar la política de calidad?					5
	7. ¿En qué nivel la organización cumple con establecer y comunicar las funciones para los roles en toda la organización?					5

	<i>Subtotales:</i>	0	0	0	0	15
	<i>Indicador 2. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado al liderazgo</i>	100%				
Requisito N° 6 de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a los objetivos de calidad y los riesgos	8. ¿En qué nivel la organización cumple con establecer y medir sus objetivos de calidad?					5
	9. ¿En qué nivel la organización cumple con identificar y establecer los métodos para afrontar los riesgos de sus procesos?				4	
	10. ¿En qué nivel la organización cumple con definir procedimientos ante los cambios del entorno?				4	
	<i>Subtotales:</i>	0	0	0	8	5
	<i>Indicador 3. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a los objetivos de calidad y los riesgos</i>	87%				
Valor de la estructura Planificar (Plan) - Requisitos N° 4, 5 y 6 de la Norma ISO 9001:2015		94%				

Evaluación del principio Hacer (Do) en la organización según la Norma ISO 9001:2015

Requisito de la Norma ISO 9001:2015	Preguntas para verificar el nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015	NC	P	H	V	A
Requisitos N° 7.1 y 7.2 de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la gestión de RR.HH.	11. ¿En qué nivel la organización cumple con determinar los conocimientos necesarios para el funcionamiento de sus procesos?					5
	12. ¿En qué nivel la organización cumple con asegurar que las personas sean competentes en cuestión de una adecuada educación, formación y experiencia?					5
	<i>Subtotales:</i>	0	0	0	0	10
	<i>Indicador 4. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la gestión de RR.HH.</i>	100%				
Requisitos N° 7.3, 7.4 y 7.5 de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la gestión de la infraestructura y los recursos	13. ¿En qué nivel la organización cumple con proporcionar una adecuada infraestructura? (P.e. iluminación, espacios definidos, maquinaria, etc.)					5
	14. ¿En qué nivel la organización cumple con disponer de métodos eficaces para garantizar la trazabilidad?					5
	15. ¿En qué nivel la organización cumple con determinar los recursos necesarios para garantizar una medición fiable?					5
	16. ¿En qué nivel la organización cumple con mantener información documentada, manuales, procedimientos, instructivos y formatos?					5
	<i>Subtotales:</i>	0	0	0	0	20
	<i>Indicador 5. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la gestión de la infraestructura y los recursos</i>	100%				
Requisitos N° 8.1 y 8.2 de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la planificación de la producción	17. ¿En qué nivel la organización cumple con planificar, implementar y controlar los procesos necesarios para cumplir los requisitos para la producción?					5
	18. ¿En qué nivel la organización cumple con establecer la comunicación con los clientes para incluir información relativa a los productos?					5
	19. ¿En qué nivel la organización cumple con determinar los requisitos legales y reglamentarios para los productos que ofrece?					5
	20. ¿En qué nivel la organización cumple con revisar los requisitos del cliente antes de comprometerse a suministrar productos a este?					5
	21. ¿En qué nivel la organización cumple con asegurar que se resuelvan las diferencias entre lo ofertado y los requisitos en la solicitud del cliente?					5
	22. ¿En qué nivel la organización cumple con establecer las acciones a tomar frente a los cambios en la solicitud del cliente?					5

	<i>Subtotales:</i>	0	0	0	0	30
	Indicador 6. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la planificación de la producción	100%				
Requisito N° 8.4 de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la gestión de suministros	23. ¿En qué nivel la organización cumple con determinar los controles a aplicar en los procesos, productos y servicios suministrados externamente?				4	
	24. ¿En qué nivel la organización cumple con aplicar criterios para la evaluación, selección, seguimiento y reevaluación de los proveedores externos?				4	
	25. ¿En qué nivel la organización cumple con comunicar a los proveedores externos sus requisitos para los procesos, productos y servicios?				4	
	<i>Subtotales:</i>	0	0	0	12	0
	Indicador 7. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la gestión de suministros	80%				
Requisito N° 8.5 de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la ejecución de la producción	26. ¿En qué nivel la organización cumple con controlar la validación periódica de la capacidad para alcanzar los resultados planificados de la producción?					5
	27. ¿En qué nivel la organización cumple con implementar acciones para prevenir los errores humanos?					5
	28. ¿En qué nivel la organización cumple con implementar acciones de trazabilidad e identificación?					5
	29. ¿En qué nivel la organización cumple con implementar acciones para resguardar la propiedad del cliente?					5
	30. ¿En qué nivel la organización cumple con establecer los requisitos para las actividades posteriores a la entrega asociadas con los productos?				4	
	31. ¿En qué nivel la organización cumple con considerar la naturaleza, el uso y la vida útil prevista de sus productos?					5
	<i>Subtotales:</i>	0	0	0	4	25
	Indicador 8. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la ejecución de la producción	97%				
Requisito N° 8.6 y 8.7 de la Norma ISO 9001:2015 relacionado al control de calidad	32. ¿En qué nivel la organización cumple con implementar las disposiciones de verificación y aprobación de los productos?					5
	33. ¿En qué nivel la organización cumple con asegurar que los productos no conformes se controlen para prevenir su uso o entrega?					5
	<i>Subtotales:</i>	0	0	0	0	10
	Indicador 9. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado al control de calidad	100%				
Valor de la estructura Hacer (Do) - Requisitos N° 7 y 8 de la Norma ISO 9001:2015		96%				

Evaluación del principio Verificar (Check) en la organización según la Norma ISO 9001:2015

Requisito de la Norma ISO 9001:2015	Preguntas para verificar el nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015	NC	P	H	V	A
Requisito N° 9.1 de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la evaluación del desempeño	34. ¿En qué nivel la organización cumple con determinar los métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación?					5
	35. ¿En qué nivel la organización cumple con determinar cuándo llevar a cabo el seguimiento y la medición?					5
	36. ¿En qué nivel la organización cumple con determinar cuándo analizar y evaluar los resultados del seguimiento y medición?					5

	<i>Subtotales:</i>	0	0	0	0	15
	Indicador 10. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la evaluación del desempeño	100%				
Requisitos N° 9.2 y 9.3 de la Norma ISO 9001:2015 relacionados a la auditoría interna, satisfacción del cliente y sus revisiones por la dirección	37. ¿En qué nivel la organización cumple con realizar el seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplen sus necesidades?					5
	38. ¿En qué nivel la organización cumple con determinar los métodos para realizar el seguimiento y revisar la información?					5
	39. ¿En qué nivel la organización cumple con ejecutar auditorías internas en intervalos planificados?				4	
	40. ¿En qué nivel la organización cumple con que la alta dirección revise los resultados de las auditorías internas y de la satisfacción del cliente?					5
	<i>Subtotales:</i>	0	0	0	4	15
	Indicador 11. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la auditoría interna, satisfacción del cliente y sus revisiones por la dirección	95%				
Valor de la estructura Verificar (Check) - Requisito N° 9 de la Norma ISO 9001:2015		98%				

Evaluación del principio Actuar (Act) en la organización según la Norma ISO 9001:2015

Requisito de la Norma ISO 9001:2015	Preguntas para verificar el nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015	NC	P	H	V	A
Requisito N° 10 de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a la acción correctiva y la Mejora Continua	41. ¿En qué nivel la organización cumple con implementar acciones de mejora para lograr los requisitos del cliente y mejorar su satisfacción?					5
	42. ¿En qué nivel la organización cumple con reaccionar ante la no conformidad, tomar acciones para su control y corrección?					5
	43. ¿En qué nivel la organización cumple con implementar cualquier acción necesaria, ante una no conformidad?					5
	44. ¿En qué nivel la organización cumple con revisar la eficacia de cualquier acción correctiva tomada?				4	
	45. ¿En qué nivel la organización cumple con conservar información documentada como evidencia de la naturaleza de las no conformidades, acciones tomadas y sus resultados?					5
	<i>Subtotales:</i>	0	0	0	4	20
Indicador 12. Nivel de cumplimiento del requisito de la Norma ISO 9001:2015 relacionado a las acción correctiva y la Mejora Continua		96%				
Valor de la estructura Actuar (Act) - Requisito N° 10 de la Norma ISO 9001:2015		96%				

Índice de cumplimiento global del principio P-H-V-A / cumplimiento de los requisitos de la Norma ISO 9001:2015 en la organización

96%



UNIVERSIDAD RICARDO PALMA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA

**ENCUESTA SOBRE EL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD SEGÚN LA
 NORMA ISO 9001:2015 Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL
 CLIENTE DE LA EMPRESA CS BEAVER S.A.C.**

Estimado/a:

Actualmente me encuentro realizando un estudio de investigación para elaborar una tesis sobre la incidencia de un Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015 en la satisfacción del cliente. Caso: CS Beaver S.A.C

Solicito su apoyo para responder las preguntas relacionadas al tema de investigación. Cabe resaltar que las respuestas obtenidas serán confidenciales y anónimas. Además, los resultados del cuestionario serán incluidos en la tesis.

Le agradeceré responder las preguntas del cuestionario con la mayor sinceridad posible.

Por favor, previamente a responder las preguntas, se deberán leer las instrucciones.

INSTRUCCIONES

- En caso tenga el cuestionario físico utilizar lapicero para responder o de recibir la encuesta virtual escoja la opción que más le parezca acorde a la realidad.
- Marcar con claridad la opción elegida con un aspa (X) o toque, sola una opción.
- En el caso de alguna duda y/o consulta, preguntar al encuestador.

CONFIDENCIALIDAD

Las respuestas de cada participante serán anónimas y confidenciales. Además, las respuestas serán procesadas por personas externas a la organización objeto de estudio.

¡Muchas gracias por ser parte de esta investigación!

ESTRUCTURA DE LA ENCUESTA - TOTAL: 20 PREGUNTAS PARA SELECCIONAR / MARCAR

a) ¿Durante cuánto tiempo ha sido cliente de la empresa?

<input type="checkbox"/> Menos de 6 meses	<input type="checkbox"/> 6 meses a 1 año	<input type="checkbox"/> 1 año a 5 años	<input type="checkbox"/> 5 años a 10 años	<input type="checkbox"/> Más de 10 años
---	--	---	---	---

b) ¿A qué rubro pertenece su representada?

<input type="checkbox"/> Minería	<input type="checkbox"/> Transporte	<input type="checkbox"/> Contratista	<input type="checkbox"/> Distribuidor	<input type="checkbox"/> Otro
----------------------------------	-------------------------------------	--------------------------------------	---------------------------------------	-------------------------------

DIMENSIÓN SERVICIO AL CLIENTE

Preguntas relacionadas a la calidad de las actividades en la preventa (03 preguntas)

1. ¿Cómo calificaría el horario de atención al cliente?

(1) Nada bien	(2) No tan bien	(3) Regular	(4) Bien	(5) Muy bien
---------------	-----------------	-------------	----------	--------------

2. ¿Cómo calificaría la atención del back-office (Personal de oficina) antes de concretarse la venta?

(1) Nada bien	(2) No tan bien	(3) Regular	(4) Bien	(5) Muy bien
---------------	-----------------	-------------	----------	--------------

3. Antes de concretarse la venta, ¿Qué tan receptivo ha sido el personal técnico-comercial ante inquietudes sobre los productos/servicios?

(1) Nada receptivos	(2) No tan receptivos	(3) Regular	(4) Receptivos	(5) Muy receptivos
---------------------	-----------------------	-------------	----------------	--------------------

Preguntas relacionadas a la calidad de las actividades de la venta (05 preguntas)

4. ¿Cómo calificaría a la empresa de acuerdo a su disponibilidad de productos y/o servicios?

(1) Nada oportuno	(2) No tan oportuno	(3) Algo oportuno	(4) Oportuno	(5) Muy oportuno
-------------------	---------------------	-------------------	--------------	------------------

5. ¿Cómo calificaría la relación calidad-precio otorgada por la empresa?

(1) Mala	(2) Por debajo del promedio	(3) Promedio	(4) Por encima del promedio	(5) Excelente
----------	-----------------------------	--------------	-----------------------------	---------------

6. ¿Qué tan bien la empresa cumple con satisfacer las especificaciones técnico-legales del producto/servicio solicitado?

(1) Nada bien	(2) No tan bien	(3) Algo bien	(4) Bien	(5) Muy bien
---------------	-----------------	---------------	----------	--------------

7. ¿Qué nivel de calidad le otorgaría al producto/servicio suministrado por la empresa?

(1) Mala	(2) Por debajo del promedio	(3) Promedio	(4) Por encima del promedio	(5) Excelente
----------	-----------------------------	--------------	-----------------------------	---------------

8. ¿Qué nivel le otorgaría a la empresa en cuanto a la proporción de información del estado y logística de su producto?

(1) Mala	(2) Por debajo del promedio	(3) Promedio	(4) Por encima del promedio	(5) Excelente
----------	-----------------------------	--------------	-----------------------------	---------------

Preguntas relacionadas a la calidad de las actividades postventa (03 preguntas)

9. Después de la venta, ¿Qué tan receptiva fue la empresa ante sus preguntas acerca de los productos y/o servicios?

(1) Nada receptivos	(2) No tan receptivos	(3) Algo receptivos	(4) Receptivos	(5) Muy receptivos
---------------------	-----------------------	---------------------	----------------	--------------------

10. ¿Cómo calificaría las actividades de formación (Servicio de capacitación)?

(1) Mala	(2) Por debajo del promedio	(3) Promedio	(4) Por encima del promedio	(5) Excelente
----------	-----------------------------	--------------	-----------------------------	---------------

11. ¿Cómo calificaría el servicio de mantenimiento y/o recertificación?

(1) Mala	(2) Por debajo del promedio	(3) Promedio	(4) Por encima del promedio	(5) Excelente
----------	-----------------------------	--------------	-----------------------------	---------------

DIMENSIÓN CONFIABILIDAD

Aspectos concretos sobre satisfacción del cliente - Resultado de aplicar el requisito 9.2 de la Norma ISO 9001:2015 (06 preguntas)

12. Respecto a la calidad del producto, ¿Qué tan satisfecho/a o insatisfecho/a está con la empresa?

(1) Muy insatisfecho/a	(2) Algo insatisfecho/a	(3) Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a	(4) Algo satisfecho/a	(5) Muy satisfecho/a
------------------------	-------------------------	---------------------------------------	-----------------------	----------------------

13. Respecto al precio ofertado, ¿Qué tan satisfecho/a o insatisfecho/a está con la empresa?

(1) Muy insatisfecho/a	(2) Algo insatisfecho/a	(3) Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a	(4) Algo satisfecho/a	(5) Muy satisfecho/a
------------------------	-------------------------	---------------------------------------	-----------------------	----------------------

14. Respecto a la rapidez de cotización, ¿Qué tan satisfecho/a o insatisfecho/a está con la empresa?

(1) Muy insatisfecho/a	(2) Algo insatisfecho/a	(3) Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a	(4) Algo satisfecho/a	(5) Muy satisfecho/a
------------------------	-------------------------	---------------------------------------	-----------------------	----------------------

15. Respecto a las certificaciones, ¿Qué tan satisfecho/a o insatisfecho/a está con la empresa?

(1) Muy insatisfecho/a	(2) Algo insatisfecho/a	(3) Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a	(4) Algo satisfecho/a	(5) Muy satisfecho/a
------------------------	-------------------------	---------------------------------------	-----------------------	----------------------

16. Respecto al tiempo de entrega, ¿Qué tan satisfecho/a o insatisfecho/a está con la empresa?

(1) Muy insatisfecho/a	(2) Algo insatisfecho/a	(3) Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a	(4) Algo satisfecho/a	(5) Muy satisfecho/a
------------------------	-------------------------	---------------------------------------	-----------------------	----------------------

17. Respecto al profesionalismo del personal del área comercial y de servicios ¿Qué tan satisfecho/a o insatisfecho/a está con la empresa?

(1) Muy insatisfecho/a	(2) Algo insatisfecho/a	(3) Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a	(4) Algo satisfecho/a	(5) Muy satisfecho/a
------------------------	-------------------------	---------------------------------------	-----------------------	----------------------

Otros aspectos de confiabilidad (03 preguntas)

18. ¿Qué tan satisfecho/a o insatisfecho/a se encuentra con la empresa luego de atender sus quejas?

(1) Muy insatisfecho/a	(2) Algo insatisfecho/a	(3) Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a	(4) Algo satisfecho/a	(5) Muy satisfecho/a
------------------------	-------------------------	---------------------------------------	-----------------------	----------------------

19. ¿Qué tan probable es que usted vuelva a comprar alguno de los productos y/o servicios de la empresa?

(1) Nada probable	(2) No tan probable	(3) Algo probable	(4) Probable	(5) Muy probable
-------------------	---------------------	-------------------	--------------	------------------

20. ¿Qué tan probable es que recomiende esta empresa a sus amigos o colegas?

(1) Nada probable	(2) No tan probable	(3) Algo probable	(4) Probable	(5) Muy probable
-------------------	---------------------	-------------------	--------------	------------------

AUTORIZACIÓN EMITIDA POR LA EMPRESA CS BEAVER S.A.C PARA EL DESARROLLO DE LA TESIS



Lima, 10 de octubre del 2019

CARTA DE AUTORIZACIÓN

Yo, Charles Andrew Sucksmith Bayly – Gerente General de CS Beaver S.A.C, manifiesto que: Luis Enrique Quispe Avendaño – Ejecutivo de Proyectos, tiene la autorización por desarrollar su trabajo de investigación “**Sistema de Gestión de Calidad según la Norma ISO 9001:2015 y su incidencia en la satisfacción del cliente en la empresa CS Beaver S.A.C**” para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración y Gerencia, en las instalaciones de CS Beaver S.A.C, ubicada en la Av. Elmer Faucett 281-283, distrito de San Miguel, Lima, Perú, CP 15088. De esta manera, autorizo el levantamiento de información a través de cuestionarios de auditoría y encuestas a las áreas que se estimen pertinentes para la investigación.

Atentamente,

Charles Sucksmith Bayly
Gerente General
CS Beaver S.A.C

Oficina Principal
Av. Elmer Faucett 281 - 283 - San Miguel
Telf: (511) 452-0330 - (511) 452-6577 Fax: (511) 451-9289
RPC: 981319079

Oficina - Piura
Mz L Lote 35 -36
Zona Industrial II - 12

Oficina - Arequipa
Av. Ejército N° 101
Oficina - 508
Distrito Yanahuara

www.csbeaver.com
ventas@csbeaver.com

Planta
Calle Francisco Orellana 125 - San Miguel