

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA

Facultad de Ciencias Empresariales

**ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE LA
PRODUCCIÓN Y ADMINISTRACIÓN**



“GESTIÓN DE LA CALIDAD Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA DE SEGURIDAD TACNA SAC, 2018”

TESIS

PRESENTADO POR:

Br. DANTE REYNALDO FERRERO BOURONCLE

ASESOR:

MAG. ÁNGEL ULISES ESPINOZA CASANOVA

Para optar el Título de:

INGENIERO DE LA PRODUCCIÓN Y ADMINISTRACIÓN

TACNA-PERU

2019

DEDICATORIA

Ser hucha de la “U” nos obliga a tener una mentalidad positiva sin importar los obstáculos que se tengan en el camino, ser hucha de la “U” aumenta el apetito de superación, ser hucha de la “U” es querer ir más allá del horizonte. Aquí estoy culminando esta etapa en mi vida como buen hombre “U”.

Este trabajo de investigación se lo dedico a mi abuelo Manuel Luis Bouroncle Suarez por ser alguien especial en mi vida, por hacer de mí una persona de bien.

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la vida, a mis padres Mónica y Dante por darme la oportunidad de estudiar y formarme profesionalmente, a mi familia y amigos que fueron mis soportes en cada paso que di para llegar a la meta, en especial a mi abuelo Manuel Luis Bouroncle Suarez por ser la persona que me motiva todos los días a crecer y superarme.

INDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA.....	I
AGRADECIMIENTO.....	II
RESUMEN.....	XI
ABSTRACT.....	XII
INTRODUCCIÓN.....	XIII
CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	15
1.1.1. EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL.....	15
1.1.2. EN EL CONTEXTO NACIONAL.....	16
1.1.3. EN EL CONTEXTO LOCAL.....	16
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	16
1.2.1. PROBLEMA GENERAL.....	16
1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS.....	17
1.3. OBJETIVOS.....	17
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	17
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	17
1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
1.4.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.....	17
1.4.2. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.....	18
1.4.3. JUSTIFICACIÓN SOCIAL.....	18
1.5. HIPÓTESIS.....	18
1.5.1. HIPÓTESIS GENERAL.....	18
1.5.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS.....	18

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO.....	19
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	19
2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES	19
2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES	20
2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES	22
2.2. BASES TEÓRICO-CIENTÍFICAS	23
2.2.1. DEFINICIÓN DE GESTIÓN DE CALIDAD.....	23
2.2.1.1 ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD	25
2.2.1.2 FORTALEZAS DE LOS SISTEMAS DE GESTIÓN DE CALIDAD	29
2.2.1.3. ANÁLISIS INTERNO PREVIO A LA IMPLEMENTACIÓN DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD	29
2.2.1.4 NORMAS DE CALIDAD Y LA CERTIFICACIÓN (ISO 9000).....	30
2.2.1.5. RECURSO HUMANO	32
2.2.1.6 INFRAESTRUCTURA/EQUIPO	36
2.2.1.7. NORMATIVAS.....	37
2.2.2. SATISFACCION DE LOS CLIENTES.....	42
2.2.2.1. CONCEPTO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.....	42
2.2.2.2 ¿CUÁLES SON LOS ELEMENTOS QUE CONFORMAN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE?.....	43
2.2.2.3. ATENCION AL CLIENTE	44
2.2.2.4. RAPIDEZ EN EL SERVICIO	45
2.2.2.5 DIMENSIONES DE LA SATISFACCIÓN.....	46

2.2.2.6. FÓRMULA PARA DETERMINAR EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE:	46
.....	46
2.2.3 EMPRESA DE SEGURIDAD TACNA S.A.C.	47
2.2.3.1 REPRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	47
2.2.3.2 ORGANIZACIÓN ESTRATÉGICA	48
2.2.3.3 MODELO DE ORGANIZACIÓN	49
2.2.3.4. POLÍTICA DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	52
2.2.3.5. OBJETIVOS DE CALIDAD SETA S.A.C	53
2.3. DEFINICIONES OPERACIONALES	53
CAPÍTULO III METODOLOGÍA	56
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	56
3.2. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	56
3.3. NIVEL DE INVESTIGACIÓN	56
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA DE ESTUDIO	56
3.4.1. POBLACIÓN	56
3.4.2 MUESTRA	57
3.5. VARIABLES E INDICDORES	58
3.5.1 IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES	58
3.5.2 OPERACIONLIZACIÓN DE LAS VARIABLES	58
3.6. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	59
3.7. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS	59
CAPITULO IV RESULTADOS	60
4.1. TRATAMIENTO ESTADÍSTICO E INTERPRETACIÓN DE CUADROS	60

4.1.1. ESTABLECIMIENTO DE LA INFLUENCIA DEL RECURSO HUMANO EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA DE SEGURIDAD TACNA SAC, AÑO 2018.....	60
4.1.2. DETERMINACIÓN DE LA INFLUENCIA DE LAS NORMATIVAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA DE SEGURIDAD TACNA SAC, AÑO 2018	80
4.2. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	86
4.2.1. VERIFICACIÓN LA HIPÓTESIS GENERAL	86
4.2.2. VERIFICACIÓN DE LA HIPOTESIS ESPECÍFICA 1	88
4.2.3. VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2.....	91
5. CONCLUSIONES.....	94
6. RECOMENDACIONES.....	95
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	96
APÉNDICES.....	98

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: RELACIÓN DE CLIENTES DE LA EMPRESA DE SEGURIDAD TACNA S.A.C.	57
TABLA 2. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	58
TABLA 3. BAREMO DE MEDICIÓN PARA EL INSTRUMENTO RELACIONADO A LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.....	60
TABLA 4. ¿LA EMPRESA CUENTA CON EQUIPAMIENTO MODERNO Y ADECUADO PARA ATENDER A SUS CLIENTES?	61
TABLA 5. ¿LOS AMBIENTES DE LA EMPRESA SON AMPLIOS Y CÓMODOS PARA RECIBIR ATENCIÓN?	62
TABLA 6. ¿ESTÁN UNIFORMADOS E IDENTIFICADOS LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA?	63
TABLA 7. ¿LA EMPRESA CUMPLE CON LAS CLAUSULAS Y ESPECIFICACIONES DEL CONTRATO DE SERVICIO?	64
TABLA 8. ¿EXISTE FIABILIDAD EN CUANTO A LOS SERVICIOS E INFORMES QUE REALIZA LA EMPRESA?.....	65
TABLA 9. ¿ES EL TIEMPO DE ESPERA EL ADECUADO PARA SER ATENDIDO?.....	66
TABLA 10. ¿LOS RECLAMOS Y SUGERENCIAS DE LOS CLIENTES SON ATENDIDOS INMEDIATAMENTE?.....	67
TABLA 11. ¿SE ATIENDE DE MANERA INMEDIATA A LOS CLIENTES POR PARTE DEL PERSONAL DE LA EMPRESA?	68
TABLA 12. ¿EL PERSONAL DE LA EMPRESA INSPIRA A LOS CLIENTES CONFIANZA Y SEGURIDAD EN LA INFORMACIÓN QUE TRANSMITE?	69

TABLA 13. ¿EXISTE SEGURIDAD Y CONFIABILIDAD EN LOS SERVICIOS QUE BRINDA LA EMPRESA?	70
TABLA 14. ¿EL PERSONAL DE LA EMPRESA SE ENCUENTRA CAPACITADO PARA BRINDAR UN SERVICIO SEGURO Y FIABLE?.....	71
TABLA 15. ¿EXISTE PREOCUPACIÓN POR ATENDER LOS INTERESES DE LOS CLIENTES POR PARTE DEL PERSONAL DE LA EMPRESA?.....	72
TABLA 16. ¿EL PERSONAL DE LA EMPRESA BRINDA UN SERVICIO AMABLE Y CORTES?.....	73
TABLA 17. ¿EL SERVICIO RECIBIDO EN LA EMPRESA HA SUPERADO SUS EXPECTATIVAS?.....	74
TABLA 18. ¿UD. VOLVERÍA A SOLICITAR LOS SERVICIOS DE LA EMPRESA?.....	75
TABLA 19. ¿LOS PRECIOS DEL SERVICIO SON ACEPTABLES DE SU PARTE?	76
TABLA 20. ¿EXISTE COHERENCIA CON LO QUE PUBLICITA LA EMPRESA?.....	77
TABLA 21. ¿SI ALGUIEN REQUIERE LOS SERVICIOS DE LA EMPRESA, RECOMENDARÍA USTED?	78
TABLA 22. ¿ESTÁ COMPLETAMENTE SATISFECHO POR EL SERVICIO BRINDADO?	79
TABLA 23. BAREMO DE MEDICIÓN PARA EL INSTRUMENTO RELACIONADO A LA GESTIÓN DE LA CALIDAD.....	80
TABLA 24. RESUMEN DE LA ENCUESTA SOBRE GESTIÓN DE CALIDAD	81
TABLA 25. RESUMEN DE CONFORMIDAD DE LOS ENCUESTADOS	85

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA.1. MODELO EURIPEO DE GESTION DE LA CALIDAD TOTAL.....	24
FIGURA 2. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA EMPRESA.....	49
FIGURA 3. LA EMPRESA CUENTA CON EQUIPAMIENTO MODERNO Y ADECUADO PARA ATENDER A SUS CLIENTES.	61
FIGURA 4. LOS AMBIENTES DE LA EMPRESA SON APLIOS	62
FIGURA 5.ESTAN UNIFORMADOS E IDENTIFICADOS LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA.....	63
FIGURA 6. LA EMPRESA CUMPLE CON LAS CLAUSULAS Y ESPECIFICACIONES DEL CONTRATO DE SERVICIO	64
FIGURA 7. EXISTE FIABILIDAD EN CUANTO A LOS SERVICIOS E INFORMES QUE REALIZA LA EMPRESA.....	65
FIGURA 8. ES EL TIEMPO DE ESPERA EL ADECUADO PARA SER ATENDIDO	66
FIGURA 9. LOS RECLAMOS Y SUGERENCIAS DE LOS CLIENTES SON ATENDIDOS IMEDIATAMENTE.....	67
FIGURA 10. SE ATIENDE DE MANERA INMEDIATA A LOS CLIENTES POR PARTE DEL PERSONAL DE LA EMPRESA	68
FIGURA 11. EL PERSONAL DE LA EMPRESA INSPIRA A LOS CLIENTES CONFIANZA Y SEGURIDAD EN LA INFORMACIÓN QUE TRANSMITE.....	69
FIGURA 12. EXISTE SEGURIDAD Y CONFIABILIDAD EN LOS SERVICIOS QUE BRINDA LA EMPRESA.....	70
FIGURA 13. EL PERSONAL DE LA EMPRESA SE ENCUENTRA CAPACITADO PARA BRINDAR UN SER UN SERVICIO SEGURO Y FIABLE.....	71
FIGURA 14. EXISTE PREOCUPACIÓN POR ATENDER LOS INTERESES DE LOS CLIENTES POR PARTE DEL PERSONAL DE LA EMPRESA	72

FIGURA 15. EL PERSONAL DE LA EMPRESA BRINDA UN SERVICIO AMABLE Y CORTES.....	73
FIGURA 16. EL SERVICIO DE LA EMPRESA HA SUPERADO LAS EXPECTATIVAS DEL CLIENTE.....	74
FIGURA 17. UD. VOLVERIA A SOLICITAR LOS SERVICIOS DE LA EMPRESA.....	75
FIGURA 18. LOS PRECIOS DEL SERVICIO SON ACEPTABLES DE SU PARTE	76
FIGURA 19. EXISTE COHERENCIA CON LO QUE PUBLICITA LA EMPRESA	77
FIGURA 20 SI ALGUIEN REQUIERE LOS SERVICIOS DE LA EMPRESA, RECOMENDARÍA USTED.....	78
FIGURA 21. ESTÁ COMPLETAMENTE SATISFECHO EL CLIENTE POR EL SERVICIO BRINDADO	79
FIGURA 22. PROMEDIO TOTAL DEL NIVEL DE CONFORMIDAD DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD.....	82
FIGURA 23. INFORMACIÓN SOBRE GESTIÓN DE SISTEMA DE CALIDAD DE LA ORGANIZACIÓN.....	83
FIGURA 24. PROMEDIO DE CONFORMIDAD DE INFRAESTRUCTURA Y EQUIPO	84
FIGURA 25.PROMEDIO DE CONFORMIDAD RESPECTO A NORMATIVAS.....	84
FIGURA 26. PROMEDIO DE PORCENTAJE DE CONFORMIDAD DE LOS CLIENTES ENCUESTADOS.....	85
FIGURA 27. GRÁFICO DEL MODELO AJUSTADO ENTRE LA SATISFACCIONDEL CLIENTE Y GESTION DE LA CALIDAD	88
FIGURA 28. GRÁFICO DEL MODELO AJUSTADO ENTRE LA SATISFACCION DEL CLIENTE Y EL RECURSO HUMANO.....	90
FIGURA 29. GRÁFICO DEL MODELO AJUSTADO ENTRE LA SATISFACCION DEL CLIENTE Y LAS NORMATIVAS.....	93

RESUMEN

La investigación se titula Gestión de la calidad y su influencia en la satisfacción de los clientes de la empresa de seguridad Tacna SAC, tuvo como objetivo determinar la influencia de la gestión de la calidad en la satisfacción de los clientes de la empresa de Seguridad Tacna SAC; la metodología empleada en la investigación fue la aplicación del instrumento cuestionario con una escala de Likert que va de totalmente de acuerdo a totalmente en desacuerdo a once clientes sobre la satisfacción del cliente y la gestión de la calidad de la empresa. Los resultados obtenidos respecto a la satisfacción del cliente son que el 80% de los encuestados manifiestan que la empresa cuenta con equipamiento moderno y adecuado para atender a sus clientes, el 100% señala se atiende de manera inmediata a los clientes por parte del personal de la empresa; asimismo en cuanto a la gestión de calidad se observa que el 93% manifiesta que la organización establece, documenta, implementa y mantiene un sistema de gestión de la calidad y mejorar continuamente su eficacia, así como el 97% sostiene que la empresa tiene establecidos los objetivos de calidad, procedimientos requeridos en la norma y estar documentados. Se concluye que la gestión de la calidad no influye significativamente al 95% de probabilidad en la satisfacción del cliente; asimismo el recurso humano influye en la satisfacción del cliente al 95% de probabilidad y la normatividad no influye significativamente al 95% de probabilidad en la satisfacción del cliente.

Palabras claves: Calidad de Servicio, Cliente, Gestión de la calidad, Infraestructura, Normatividad.

ABSTRACT

The research is entitled Quality management and its influence on customer satisfaction of the security company Tacna SAC, aimed to determine the influence of quality management on customer satisfaction of the security company Tacna SAC ; The methodology used in the research was the application of the questionnaire instrument with a Likert scale that ranges from totally agree to totally disagree with eleven clients about customer satisfaction and the quality management of the company. The results obtained with regard to customer satisfaction are that 80% of the respondents state that the company has modern and adequate equipment to serve its customers, 100% indicates that it is attended immediately to the clients by the staff of the company; Likewise, in terms of quality management, 93% state that the organization establishes, documents, implements and maintains a quality management system and continuously improves its effectiveness, as well as 97% that the company has established the quality objectives, procedures required in the standard and be documented. It is concluded that quality management does not significantly influence the 95% probability of customer satisfaction; Likewise, human resources influence customer satisfaction at 95% probability and the regulations do not significantly influence the 95% probability of customer satisfaction.

Keywords: Quality of Service, Client, Quality Management, Infrastructure, Regulations.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad las empresas para que logren obtener una identificación propia deben enfocarse en la calidad del servicio al cliente, con el cambio constante de la prestación de servicios y la innovación se tiene que lograr que los clientes se encuentren satisfechos, más aún si es una empresa de seguridad donde la calidad es un factor primordial en la empresa. Si en las organizaciones, todos estuvieran conscientes que la calidad es un progreso que de alguna manera asegura la permanencia en el mercado e incrementa las utilidades, puede lograrse que todos conviertan a esta en un estilo de vida, que conlleva en familiarizarse y conocer a los clientes en sus gustos, comodidades, preferencias y lo más importante poder obtener una opinión de ellos para lograr mejoras continuas en la empresa. La empresa de seguridad Tacna SAC durante el tiempo abarcado en la investigación se mencionó que existe fiabilidad en cuanto a los servicios e informe que realiza la empresa, además cuenta con las cláusulas y especificaciones del contrato de servicio, se atiende de manera inmediata a los clientes por parte del personal de la empresa así como que el personal de la empresa inspiran confianza y seguridad en la información que transmite, por ende mejora en la satisfacción de los clientes; de la investigación se obtuvieron los siguientes resultados: existe seguridad y confiabilidad en los servicios que brinda la empresa, existe preocupación por atender los intereses de los clientes por parte del personal de la empresa, el personal de la empresa brinda un servicio amable y cortés. Respecto a la gestión de calidad se evaluó la investigación desde cuatro dimensiones como; información sobre sistema de gestión de la calidad, responsabilidad de la dirección, realización del servicio, medición y análisis y mejora de la organización. Se determinó que la organización garantiza los requerimientos de los clientes, se implementa disposiciones

eficaces para la comunicación con los clientes, así como la dirección se asegura de entender los requerimientos del cliente.

La Calidad del Servicio al Cliente es un factor cualitativo dentro de la empresa por ello es necesario medirla para poder controlarla, y al no evaluarla puede generar pérdidas cuantiosas de dinero y genera aspectos negativos en los objetivos que se desean lograr. El problema de la investigación fue ¿Influye la gestión de la calidad en la satisfacción de los clientes en la empresa de seguridad Tacna SAC? El objetivo general de la investigación fue determinar la influencia de la gestión de la calidad en la satisfacción de los clientes de la empresa de seguridad Tacna SAC establecer la influencia de recurso humano en la satisfacción de los clientes y por último determinar la influencia de las normativas de la gestión de calidad en la satisfacción de los clientes. Como hipótesis se planteó que la Gestión de la Calidad del Servicio influye en la satisfacción de los clientes de la empresa de seguridad Tacna SAC. La investigación se desarrolló en cuatro partes: la primera parte se describió el planteamiento del problema; en la segunda parte se trabajó el marco teórico donde se mostraron los conceptos relacionados con la investigación; en el tercer capítulo, abarcó el diseño metodológico, empleándose los elementos necesarios para recopilar información, el procesamiento y el medio para analizarla, en el cuarto capítulo se analizó los resultados de la investigación, por último se realizó la contrastación de la hipótesis, las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del problema

1.1.1. En el contexto internacional

Antiguamente las empresas de vigilancia pensaban que eran muy sensibles a la calidad en especial a la seguridad que debe tener frente a sus clientes (Moliner, 2010) menciona que la satisfacción del cliente forma para la organización una insuficiencia y para el ser humano constituye una aspiración

En efecto la gestión de la calidad es un factor de competencia en los escenarios de captación de clientes de los mercados locales, nacionales e internacionales y por ello existe la urgencia de enfocar las necesidades hacia los usuarios, y para ello se debe pasar a un segundo escenario los enfoques antiguos donde se consideraba ver el aspecto interno de la organización (Pérez J. , 1994).

(Gonzalez., 2006), manifiesta que la calidad se empezó a aplicar a los servicios de seguridad porque se requería prestar atención a la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes siendo estos los más importantes. Además el hecho de implantar un servicio de calidad demanda de una inyección en el ámbito cultural de la empresa donde se integra a diversos participantes directos de la empresa.

1.1.2. En el contexto nacional

Conviene subrayar que el escenario de terrorismo que existió en la nación fue causa para que haya un elevado índice de organizaciones empresariales dedicadas a la vigilancia privada y de luego la competencia entre los mismos. Ello, obliga a tener que perfeccionar los procedimientos de operatividad de las empresas de seguridad.

1.1.3. En el contexto local

Cabe resaltar que el hecho de no contar con un buen servicio de calidad causará un desmedro en la satisfacción del cliente de la empresa, por tanto no permite un desempeño organizativo por ello la empresa debe gestionar eficazmente la calidad recogiendo quejas de clientes insatisfechos que permita fidelizar a los clientes.

Asimismo varios autores analizan la calidad de servicio como un desequilibrio entre las expectativas y las percepciones de los resultados por parte de los clientes. De modo tal que un usuario percibe un servicio de alta calidad cuando sienta que su experiencia con el servicio prestado iguale ó supere las expectativas creadas, de lo contrario el servicio será descrito como de mala calidad.

Por otro lado la unidad de estudio, está ubicado en un sector en evolución, altamente competitivo y riguroso con normas de calidad que cumplir. Ello conlleva a evaluar la gestión de la calidad que permita efectuar mejoras en el bienestar del usuario.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema general

¿Influye la gestión de la calidad en la satisfacción de los clientes en la empresa de seguridad Tacna SAC, año 2018?

1.2.2. Problemas específicos

¿Cómo influye el recurso humano en la satisfacción de los clientes de la empresa de seguridad Tacna SAC, año 2018?

¿Cómo influyen las normativas de la gestión de calidad en la satisfacción de los clientes de empresa de seguridad Tacna SAC, año 2018?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar la influencia de la gestión de la calidad en la satisfacción de los clientes de la empresa de Seguridad Tacna SAC año 2018.

1.3.2 Objetivos específicos

Establecer la influencia del recurso humano en la satisfacción de los clientes de la empresa de seguridad Tacna SAC, año 2018

Determinar la influencia de las normativas de la gestión de calidad en la satisfacción de los clientes de la empresa de seguridad Tacna SAC, año 2018.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1. Justificación teórica

Proporcionará información para optimizar la gestión de calidad con un enfoque hacia los procesos operativos o de gestión empresarial como una clave para la correcta gestión de calidad para mejorar la satisfacción de los clientes.

1.4.2. Justificación Metodológica.

Permitirá utilizar instrumentos específicos para ambas variables como el uso de un cuestionario para evaluar la gestión de la calidad y otro cuestionario elaborado para una unidad de estudio de seguridad que permitirá evaluar la satisfacción del cliente. Asimismo, cada uno de ellos serán previamente validados para su aplicación.

1.4.3. Justificación Social.

Se permitirá el compromiso y la participación de todo el personal, nombramiento de responsable, además de ser la calidad una herramienta de la responsabilidad social empresarial

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis general

La gestión de la calidad del servicio influye en la satisfacción de los clientes de la empresa de seguridad Tacna SAC, año 2018.

1.5.2. Hipótesis específicas

El recurso humano influye en la satisfacción de los clientes de la empresa de seguridad Tacna SAC, año 2018.

Las normativas de la gestión de calidad influyen en la satisfacción de los clientes de la empresa de seguridad Tacna SAC, año 2018.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes internacionales

El estudio de (Camison, Boronat, Villar, & y Puig, 2009) titulado “Sistemas de gestión de calidad y desempeño: Importancia de las prácticas de gestión del conocimiento y de I+D: En este trabajo se estudia la influencia de la implantación de sistemas de gestión de la calidad en la adopción de prácticas de gestión del conocimiento y de la gestión de la I+D y, a su vez, los efectos individuales y conjuntos de los distintos tipos de prácticas de gestión sobre el desempeño. A través de un modelo de ecuaciones estructurales y utilizando la metodología Partial Least Squares (PLS), se demuestra que los sistemas de gestión de la calidad integrados con la gestión del conocimiento y de gestión de I+D son elementos fundamentales que aseguran una mejora de los resultados empresariales.

Además (Hernández & Quintana, 2008) en la investigación titulado Influencia de la cultura organizacional en la calidad del servicio en el Hospital “Mario Muñoz Monroy” realizado en Cuba, aborda la influencia de la cultura organizacional en la calidad del servicio hospitalario en la entidad objeto de estudio. Se utilizan métodos y técnicas de la estadística descriptiva y no paramétrica y el tipo de muestreo empleado es el probabilístico estratificado por afijación proporcional para clientes externos (pacientes, familiares) e internos (médicos, enfermeros). Se destacan aspectos de la cultura organizacional que favorecen el logro de los retos que enfrentan las instituciones hospitalarias y la elevación de indicadores de calidad

que deben ser mejorados, así como los aspectos de cultura que pudieran convertirse en barreras para el desempeño exitoso del centro, de no atenderse con prioridad por la dirección del centro con la implicación de todos los trabajadores, además de algunas líneas de actuación. Se concluye que la cultura organizacional reinante en la entidad permite enfrentar los retos y la elevación de la calidad de la asistencia hospitalaria.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

También (Delgado, 2016), en la investigación titulado Gestión de la calidad y su influencia en la satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad del Norte CLINIFER Chiclayo Perú; realizó una investigación cuyo diseño fue no experimental cuantitativa descriptiva correlacional, con una población y muestra de 9 trabajadores y 32 clientes, utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento de investigación el cuestionario estructurado de 26 ítems con opción única y de calificación que miden los indicadores y las variables tanto independiente como dependiente, validado por especialistas, se comprobó la hipótesis que concluyó que la gestión de la calidad influye de manera significativa en la satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad del Norte.

Asimismo (Rojas, 2008), en la investigación denominada; “Clima organizacional y satisfacción laboral del personal de salud del Hospital Daniel Alcides Carrión de Huancayo 2007”. (Tesis para obtener el Grado de Maestría de Enfermería en la Universidad Alas Peruanas). La cual tuvo como objetivo general: Determinar la relación entre el clima organizacional y la satisfacción laboral del personal de salud del hospital Daniel Alcides Carrión de Huancayo.

Cabe resaltar que para esta investigación se utilizó como muestra total a 12 médicos, 30 enfermeras y 36 técnicos de enfermería que laboraron en este establecimiento de salud, así mismo se procedió a la aplicación de los instrumentos que fueron: cuestionario tipo Likert para evaluar el clima organizacional que fue aplicado a los grupos de estudio. Y el segundo un cuestionario de satisfacción laboral.

La validez y confiabilidad de dichos instrumentos fueron debidamente demostradas, y los datos fueron procesados con el SPSS versión 15.0. De la cual se concluye; se evidencia que el clima organizacional en los servicios de hospitalización es poco favorable para el trabajador de salud lo cual determina que su satisfacción laboral sea poco satisfecha e insatisfecha.

Además (Esquivez, 2012), Chiclayo, en su estudio sobre “Relación de la calidad de servicio con la satisfacción del cliente en la empresa Hipermercados Plaza Veja de Chiclayo 2012” señala que la calidad de servicio es vital dentro de una organización, para que esta se mantenga en el mercado; Tiene como objetivo principal relacionar la calidad de servicio con la satisfacción del cliente, su hipótesis: La calidad de servicio se relaciona significativamente con la satisfacción del cliente. El tipo de investigación aplicado es de carácter descriptivo y correlacional; en la que se analizó la información y estudió la relación entre variables, Hoy en día, frente a la llegada de los grandes competidores como Tottus y Metro, la competencia aumenta cada vez más para toda empresa, para el propósito de esta investigación se aplicó un cuestionario SERVQUAL a una muestra de 312 clientes con el fin de obtener los datos precisos que puedan responder a los objetivos propuestos y al problema planteado, podremos saber si existe satisfacción de los clientes y realizamos una entrevista al Gerente Junior Espinoza, llegando a la conclusión que existe una relación entre las variables, calidad de

servicio y satisfacción del cliente con una correlación (80%) según el estadígrafo Chi cuadrado y en cuanto a la calidad de servicio que se practica en Plaza Vea es buena ya que cumplen con las expectativas de los clientes manifestando 61% estar satisfechos, de esta manera logran la repetición de la compra, recomendación del servicio, es uno de los factores clave para alcanzar el éxito en los negocios.

2.1.3. Antecedentes Locales

Según (Zevallos, 2017), en la investigación titulado las satisfacción laboral y el estrés laboral de los trabajadores de los servicios de alojamiento de la asociación de empresarios y emprendedores del Distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa de Tacna tuvo como objetivo determinar la relación entre la satisfacción laboral y el estrés laboral de los trabajadores, se empleó la metodología correlacional dirigido a 17 trabajadores de las 7 empresas socias de la asociación en estudio; se concluye la existencia de una relación entre la satisfacción laboral y el estrés laboral de los trabajadores de los servicios de alojamiento de la asociación de empresarios y emprendedores del distrito en mención dado un p-valor de 0.0239, que explica la existencia de tal relación, un coeficiente de correlación de -0.54 que explica la relación negativa y un R-cuadrado que nos indica que la satisfacción laboral genera la variabilidad del estrés laboral en 29.616%. Ello nos da a entender que el estrés laboral se está viendo afectado en gran medida y de forma negativa debido a la satisfacción laboral.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Definición de calidad y gestión de calidad

La calidad, inicialmente, se relacionó con acciones de inspección ya que interesaba comprobar la conformidad del producto con respecto a una norma, con posterioridad, la inspección dio paso al control estadístico de la calidad, extendiendo los métodos de control a todas las fases de la producción. El objetivo de las acciones de control de la calidad en las organizaciones consiste en identificar las causas y la magnitud de la variabilidad para establecer métodos de corrección (Joaquín, 1998).

Por otro lado en el sector servicios, la calidad pasó a ser definida como la diferencia entre lo que el cliente espera/desea y lo que percibe. La puesta en práctica de este enfoque de la calidad, con raíces en el concepto de calidad como adecuación al uso, requería que el diseño del producto o servicio contemple las expectativas y necesidades del cliente. La voz del cliente se incorpora, entonces como método para determinar el nivel de excelencia alcanzado (Joaquín, 1998).

La gestión de calidad es el conjunto de actividades que han sido previamente planificadas y sistematizadas que producirá confianza y satisfacción al adquirir un producto o servicio y se grupa en tres funciones básicas: la identificación de oportunidades de mejora, la elaboración de indicadores y su monitorización y el diseño de nuevos productos o servicios o su re-elaboración. (Arraut, 2010)

Cabe resaltar que en Europa 14 empresas líderes tomaron, en setiembre del año 1988, la iniciativa de crear la Fundación Europea para la Gestión de la calidad (EFQM), estableciendo en 1991 el premio Europeo a la calidad , este modelo se basa en la siguiente premisa: la satisfacción del cliente, la satisfacción de los empleados y un impacto positivo

en la sociedad se consiguen mediante el liderazgo en política y estrategia, una acertada gestión de personal, el uso eficiente de los recursos y una adecuada definición de los procesos, lo que conduce formalmente a la excelencia de los resultados empresariales. Cada uno de estos nueve elementos (criterios) del modelo (Figura 1) se evalúa otorgando un máximo de puntos para cada criterio y ponderan (porcentualmente) para determinar el progreso de la organización hacia la excelencia.

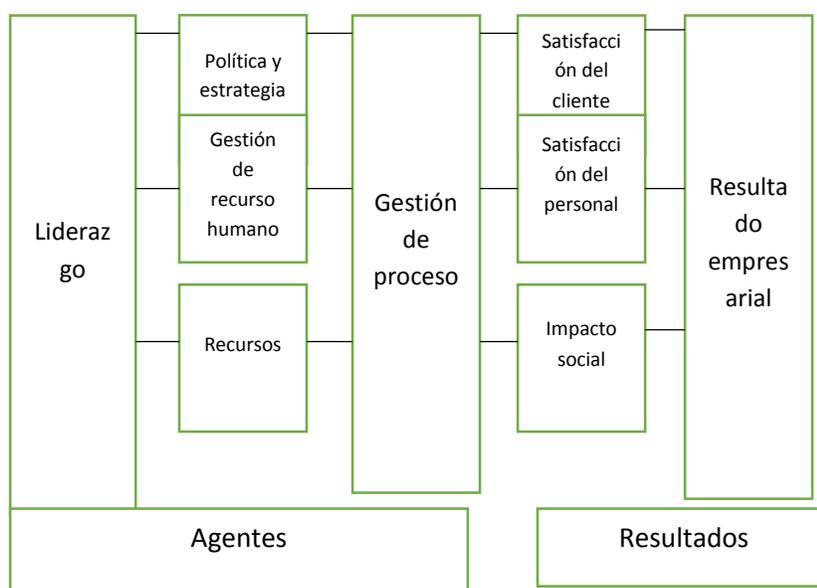


Figura 1. Modelo Europeo de Gestión de Calidad Total

Sin embargo la UNE en ISO 9000:2005, indica que la gestión de la calidad es un aspecto de la función general de la gestión que aplica la política de calidad. Por ello la implantación exitosa del mismo requiere de conocimientos de un especialista, ya que los expertos en calidad pueden ser directores de sistemas de gestión de la calidad o del medioambiente, auditores, especialistas entrenados en el diseño de procesos para el

control y análisis de los productos y procesos ó especialistas en el servicio al cliente con un enfoque comercial.

La calidad como estrategia es un proceso, algunos lo definen como un sistema de dirección que implica imponer un modelo directivo ecléctico. Según Spencer (1994) menciona que es la captura de aspectos ó modelos ya establecidos de organización y lo único que aporta es la metodología de su uso. Abarca los siguientes aspectos: reducir variabilidad, satisfacer las necesidades de los clientes, mejorar permanentemente y cambiar la cultura de la organización, para conseguir los niveles más altos de calidad con los recursos disponibles. Los servicios deben procurar satisfacer no solo las necesidades técnicas (eficacia, efectividad, adecuación, etc.) sino también otros aspectos relativos a la calidad percibida como: seguridad, fiabilidad, accesibilidad, capacidad de respuesta, o empatía.

2.2.1.1 Aseguramiento de la calidad

Es una actividad metódica y probada que busca asegurar a los productos, procesos, servicios que se ejecutan de manera vigilada conforme a las normas establecidas para ello.

Cualquier organización que se involucra en el aseguramiento de la calidad tiene la convicción de realizar la gestión organizativa de los involucrados bajo responsabilidad de cada tarea que realiza (Pérez J. , 1994).

Toda empresa competitiva jamás puede descuidar lo que involucra el aseguramiento de la calidad debe tomar en cuenta todos los factores que ello comprende, desde su recurso humano, tecnología, procedimientos, gestión, procesos, normativas.

Desafortunadamente, muchas empresas, especialmente las pymes, descuidan lo que ello representa, además, que hay en muchas, ausencia de cultura de la calidad, especialistas comprometidos en que esto se considere. Es una realidad, el no estar identificado con el alcance y repercusiones que se suscitan con asegurar la calidad puede perjudicar significativamente a las empresas en su competitividad, captación de mercados, satisfacción de sus clientes y muchas pérdidas reflejadas en altos costos de producción. (Pérez J. , 1994)

El aseguramiento de la calidad se puede definir, como el esfuerzo total para plantear, organizar, dirigir y controlar la calidad en un sistema de producción con el objetivo de dar al cliente productos con la calidad adecuada. Es simplemente, asegurar que la calidad sea lo que debe ser (Joaquín, 1998).

Lo cierto, que una gerencia visionara, innovadora, estratega, plenamente identificada con los escenarios comerciales del presente, no puede ignorar lo que representa el aseguramiento de la calidad y al respecto nos indica, que este es el conjunto de acciones planificadas y sistemáticas, implementadas en el sistema de calidad, que son necesarias para proporcionar la confianza adecuada de que un producto o servicio satisfará los requisitos dados sobre la calidad. Dicho de otra manera, aseguramiento de calidad es un enfoque de procesos con pasos específicos que ayudan a definir y lograr las metas. Es simplemente asegurar que la calidad sea lo que debe ser. (Joaquín, 1998)

Una de las herramientas más utilizadas cuando se maneja el concepto de aseguramiento de calidad en los negocios es el ciclo PDCA (Plan, Do, Check, Act).

(Deming, 1989). Este ciclo de aseguramiento de calidad según Deming consiste en cuatro pasos:

Plan (Planificar): Establecer objetivos y procesos requeridos para entregar los resultados, de acuerdo a lo esperado.

Do (Hacer): Implementar los procesos desarrollados.

Check (Verificar): Monitorear y evaluar el proceso implementado vía revisión de resultados contra los objetivos predeterminados.

Act (Actuar): Acciones correctivas y preventivas para la mejora de ciertos puntos

Téngase en cuenta, que los pioneros del aseguramiento de calidad fueron Walter Shewhart, Harold Dodge y George Edwards. La elaboración de gráficas de control por parte de Shewhart, de técnicas de muestreo por Dodge y de técnicas de análisis económicos para resolver problemas fue la base del moderno aseguramiento de la calidad.

Ahora bien, las empresas innovadoras, altamente competitivas jamás descuidan lo que representa el aseguramiento de la calidad en los costos, beneficios y satisfacción de sus consumidores, sabe su gerencia, que las normas del sistema de calidad identifican los rasgos que pueden ayudar a que la empresa satisfaga consistentemente los requisitos de sus clientes. No tratan de imponer algo totalmente nuevo, y saben además, que los sistemas de calidad tratan sobre la evaluación de cómo y porqué se hacen las cosas. Por tanto, no es extraño que un gran número de

empresas pequeñas ya están realizando muchas de las operaciones que especifican las normas (Jurán, 1990).

Tómese muy en cuenta, además, que un sistema de calidad, en sí mismo, no conduce automáticamente a mejorar los procesos de trabajo o la calidad del producto. No resuelve todos los problemas. Esto significa, que se debe dar un enfoque más sistemático a la empresa. Los sistemas de calidad no son solo para grandes compañías. Ya que tratan de cómo se maneja una empresa, se pueden aplicar a todos los tamaños de empresas y a todos los aspectos de la administración, como mercadeo, ventas y finanzas, así como el negocio básico. Le corresponde a cada cual decidir el alcance de la aplicación (Delgado, 2016).

Las normas sobre calidad no se deben confundir con las normas sobre productos. La mayoría de organizaciones, para las cuales los conceptos de sistemas de calidad y en particular la serie ISO 9000 son nuevos, confunden la calidad del producto con el concepto de administración de la calidad. El uso de normas sobre productos, normas sobre sistemas de calidad y aproximaciones- al mejoramiento de la calidad, son medios para aumentar la satisfacción del cliente y la competitividad de la empresa y no se excluyen uno del otro. (Delgado, 2016)

Concretamente, un sistema de calidad, en sí mismo, no conduce automáticamente a mejorar los procesos de trabajo o la calidad del producto. No resuelve todos los problemas. Esto significa que se debe dar un enfoque más sistemático a la empresa.

2.2.1.2 Fortalezas de los sistemas de gestión de calidad

Según (Gonzalez., 2006), menciona que las fortalezas del sistema de gestión de calidad son:

- Analiza y resuelve problemas de calidad y participa en proyectos de mejora de la calidad.
- Enfoque en los objetivos de la empresa y los beneficios de los clientes
- Utiliza herramientas de calidad para el mantenimiento de la calidad del producto o servicio.
- Seguridad de pertenencia de los clientes actuales y potenciales.
- Comienzo de ocasiones de mercado para su participación
- Posibilidad competir en comercio justo.
- Producción bajo estándares de calidad
- Introducción de nuevas estrategias de marketing como aspecto distintivo para distinguirse de otras empresas.

2.2.1.3 Análisis interno previo a la implementación de la gestión de la calidad

Asimismo (Pérez J. , 1994) señala que en un diagnóstico interno antes de iniciar una implementación se debe considerar los siguientes aspectos:

- Conocimiento empresarial
- Gestión del cambio
- Estructura empresarial

- Capacitación
- Gestión del talento humano

Cabe resaltar que el establecimiento y ejercicio de un Sistema de Gestión de Calidad en una institución conlleva a un perfeccionamiento de los factores productivos y de gastos. Por último el Sistema de Gestión de Calidad provocará el aumento de la competitividad de la empresa.

2.2.1.4 Normas de calidad y la certificación (ISO 9000)

La International Organization for Standardization (ISO). Es el organismo internacional que elabora los estándares que llevan su nombre y que luego se publica como normas internacionales, dentro de ello está la familia de normas ISO 9000 que se creó para elaborar normas para la gestión de la calidad en las empresas.

A continuación algunas normas:

-Norma ISO 9000.1:1994: gestión de calidad y normas de aseguramiento de la calidad. Su objetivo era facilitar una guía para poner en acción un sistema de gestión y aseguramiento de la calidad, siendo una norma de alcance general.

-Norma ISO 9001:1994: Modelo para la garantía de calidad en el diseño, desarrollo, producción, instalación y el servicio postventa. Se tiene una descripción de los componentes que debe tener un Sistema de Gestión de calidad, dicha norma se aplica a empresas que deben asegurar la conformidad con los requisitos durante todo el proceso del producto o servicio.

-Norma ISO 9002:1994: Modelo para la garantía de calidad en la producción y la instalación. Se da una descripción de los componentes que tiene un SGC basado en la producción e instalación, pero que no se usa para empresas que no desarrollaban tareas de diseño y desarrollo de productos.

- Norma ISO 9004.1:1994. Gestión de calidad y elementos de un sistema de calidad. Desarrolla una guía para diseñar e implantar un SGC interno, y la gestión de aspectos como la satisfacción de los clientes o herramientas orientadas a recolectar datos a fin de mejorar la calidad.

-Normas ISO 9004.2:1994. Gestión de calidad y elementos de un sistema de calidad. Guía para los servicios. Ofrece una guía para diseñar e implantar un SGC interno específico para servicios desde el estudio de mercado hasta el análisis del servicio del cliente.

Los principios que reflejan las mejores prácticas de gestión de la calidad según Norma ISO 9000.1:1994:

Organización enfocada al cliente. Las organizaciones dependen de sus clientes por ende deben entender sus necesidades actuales y futuras, satisfacer sus requisitos y preocuparse por mejorar sus expectativas.

Enfoque basado en la gestión. Contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización y por ende el logro de sus objetivos el hecho de entender, identificar y gestionar todos los procesos como un sistema integral.

Enfoque basado en el resultado. Algún componente del producto los hace diferente de modo que la calidad se basa de la variable que la diferencia y la hace única.

Liderazgo de la dirección. Debe lograr el líder que el personal se involucre o empodere de los objetivos de la organización.

Mejora continua. La mejora continua del desempeño global de la organización deberá ser un objetivo permanente.

Enfoque basado en hechos para la toma de decisión. Las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y de toda la información necesaria.

Por otro lado el sistema SGC busca la satisfacción del cliente ó usuario otorgándole productos ó servicios que satisfagan sus expectativas o requerimientos.

2.2.1.5. Recurso humano

Se denomina recursos humanos a las personas con las que una organización (con o sin fines de lucro, y de cualquier tipo de asociación) cuenta para desarrollar y ejecutar de manera correcta las acciones, actividades, labores y tareas que deben realizarse y que han sido solicitadas a dichas personas (Bedoya, 2003).

Es un aspecto que brinda un aporte esencial para implementar con éxito un sistema de gestión, sea éste de calidad, medio ambiente, salud y seguridad ocupacional, inocuidad alimentaria, etc., ya que permite alcanzar la participación y el compromiso de los miembros de la organización en el logro de los objetivos planteados. Peter Drucker menciona que el factor esencial para el éxito de una

organización es la participación completa de todos sus miembros. Sean estos de niveles superiores o de nivel operativo (Bedoya, 2003).

Las personas son la parte fundamental de una organización, y junto con los recursos materiales y económicos conforman el “todo” que dicha organización necesita.

Es por esto que, en la mayoría de las empresas por ejemplo, se realizan exhaustivos análisis y evaluaciones a los candidatos que desean ocupar un puesto de trabajo en la empresa convocante. Incluso, existen áreas dentro de la empresa destinadas a la gestión de los recursos humanos y profesionales especializados en esta disciplina, que abarca desde conocimiento legal de contrataciones hasta principios de psicología y desempeño actitudinal (Bedoya, 2003).

En síntesis, podemos decir que estas áreas se encargan de elegir al recurso humano más apropiado para la empresa, de acuerdo no sólo con sus habilidades y destrezas para desempeñar el trabajo requerido, si no también evaluando otras condiciones y actitudes personales que impacten o puedan impactar de manera positiva en la organización: responsabilidad, emprendedurismo, compañerismo, respeto, honestidad, transparencia, etc.

Claro que para esto, también la empresa u organización debe ofrecer buenas condiciones laborales: en principio, un correcto ambiente de trabajo que permita el desarrollo normal y cómodo de las actividades, y algunas otras condiciones que los futuros trabajadores siempre considerarán: posibilidades de progreso dentro de la

organización, capacitación permanente, premios por logros, incentivos, entre otras cosas.

En este sentido, quienes están a cargo de gestionar el área de recursos humanos, en contacto permanente con las personas que trabajan en la organización, deben ser capaces de vincular las inquietudes de los trabajadores y los intereses de la empresa a fin de lograr un beneficio y equilibrio laboral hacia ambas partes (Bedoya, 2003).

También (Delgado, 2016) menciona que hay dos aspectos a considerar como función del recurso humano como metas y objetivos que a continuación se detalla:

a. Metas de la función de Recurso humano

- Alta calidad/productividad/satisfacción del cliente
- Relación de los recursos humanos con la estrategia de la organización.
- Captar gente calificada.
- Retener gente calificada
- Conformar una fuerza de trabajo flexible
- Estructurar una fuerte cultura organizacional.
- Alcanzar índices de satisfacción altos, y procesos de gestión de evaluación de desempeño en escenarios competitivos.
- Desarrollo y entrenamiento gerencial.
- Tener un buen lugar de trabajo.

b. Objetivos de la función de recurso humano

- Productividad/calidad/servicio al cliente
- Fuerte cultura organizacional
- Enlace de los recursos humanos con la empresa
- Satisfacción de los empleados
- Atracción de personal capacitado
- Retención y permanencia.

Además (Camison, Boronat, Villar, & y Puig, 2009) señala que la gestión de las personas es una de las áreas empresariales que más ha tenido cambios y transformaciones en los recientes años. Se basa en tres aspectos.

-Las personas como seres humanos: datados de personalidad propia, profundamente diferentes entre sí, con una historia personal particular y diferenciada, poseedora de conocimientos, habilidades, destrezas y capacidades indispensables a la adecuada gestión de los recursos organizacionales.

-Las personas como activadores inteligentes de recursos organizacionales: como elementos impulsores de la organización y capaces de dotar de inteligencia, talento y aprendizaje indispensables a su constante renovación y competitividad en un mundo de cambios y retos.

-Las personas como socios de la organización: capaces de conducir a la excelencia y al éxito. Como socios, las personas hacen inversiones en la organización como esfuerzo, dedicación, responsabilidad, compromiso, riesgos, etc.

En conclusión, el recurso humano es la función en la organización que está relacionada con la provisión, entrenamiento, desarrollo, motivación y mantenimiento de los empleados, gerencia personas y competencias humanas representa una cuestión estratégica para las empresas.

2.2.1.6 Infraestructura/equipo

Lo que se pide en la norma es que desde la calidad se tengan controlados aquellos equipos, recursos, tecnologías que tengan que ver con la calidad del producto y servicio.

Con esto no se quiere decir que sea competencia del departamento de calidad tener el control sobre las empresas que hacen los mantenimientos preventivos, correctivos, etc. Sino más bien que sean capaces de identificar cuáles son esos recursos de la infraestructura en ISO 9001:2015 que si no reciben un mantenimiento en tiempo y forma pueden afectar a la calidad del producto y servicio que presta (Fontalvo, 2009).

2.2.1.7. Normativas

Las Normas de Gestión de La Calidad son modelos de gestión que reúnen una serie de pautas genéricas que debe cumplir cualquier empresa, con independencia de su tamaño o actividad, para garantizar la calidad de sus productos o servicios

brindados, siendo hoy en día pilar indispensable en el camino de mejora continua y la gestión de proyectos (Fontalvo, 2009).

El propósito final de la gestión por procesos es asegurar que todos los procesos de una organización se desarrollen de forma coordinada, mejorando la efectividad y la satisfacción de todas y cada una de las partes interesadas, ya sean clientes, accionistas, personal, proveedores, así como la sociedad en general.

Las Normas de Gestión de La Calidad más reconocida a nivel mundial son las establecidas por la “International Organization for Standardization”, normalmente conocida como Normas ISO (Fontalvo, 2009).

Actualmente existen estándares y normas que nos permiten establecer niveles de calidad en los procesos que se desarrollan en nuestra empresa. Este es el caso de la ISO 9001. Además de ser una plataforma ideal desde la que avanzar hacia otras certificaciones de sistemas de gestión del medio ambiente, la seguridad o la responsabilidad social, ISO 9001 permite a la pequeña y mediana empresa situarse al nivel de las más grandes, equiparándose en eficiencia y compitiendo en igualdad de posibilidades en el agresivo mercado actual.

Gracias a la implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad según la norma UNE-EN ISO 9001, la organización demuestra su capacidad para proporcionar de forma coherente productos o servicios que satisfacen los requisitos del cliente y los reglamentarios aplicables.

Entre otras ventajas, ofrece la posibilidad de cumplir con clientes que, cada vez más, requieren proveedores certificados, aumentar la posibilidad de incrementar sus ventas en la Unión Europea, mejorar los sistemas de calidad propios, así como la documentación y los proveedores en cuanto a desempeño, e igualmente generar una mayor confianza entre proveedores y clientes.

Esta norma internacional promueve la adopción de un enfoque basado en procesos cuando se desarrolla, implanta y mejora la eficacia de un sistema de gestión de la calidad, basado a su vez en el ciclo de mejora continua PDCA (Planificar, Hacer, Comprobar, Actuar).

Por otra parte menciona (Fontalvo, 2009), que genera diversos beneficios como:

a. Beneficios ante el mercado:

- Mejorar la imagen de los productos y/o servicios ofrecidos.
- Favorecer su desarrollo y afianzar su posición.
- Ganar cuota de mercado y acceder a mercados exteriores gracias a la confianza que genera entre los clientes y consumidores.

b. Beneficios ante los clientes:

- Aumento de la satisfacción de los clientes.
- Eliminar múltiples auditorías.

-Acceder a acuerdos de calidad concertada con los clientes.

c. Beneficios para la gestión de la empresa:

-Servir como medio para mantener y mejorar la eficacia y adecuación del sistema de gestión de la calidad, al poner de manifiesto los puntos de mejora.

-Cimentar las bases de la gestión de la calidad y estimular a la empresa para entrar en un proceso de mejora continua.

-Aumentar la motivación y participación de personal, así como mejorar la gestión de los recursos.

Por otra parte (Delgado, 2016) subraya que a la hora de implementar la norma ISO 9001:2015 es necesario tener en cuenta tres conceptos importantes:

a. Necesidad del liderazgo

No hay sistema de gestión eficaz sin un colectivo de personas trabajando con un propósito común, y para que esto sea posible es necesario el liderazgo de la alta dirección. Los requisitos del Sistema de Gestión de la Calidad deben integrarse con los procesos esenciales de la organización, y sus objetivos deben ser parte de la planificación estratégica. Para conseguir este alineamiento es fundamental la involucración de la alta dirección y su capacidad para implicar al resto de personas en la eficacia de su trabajo. Ahora más que nunca, es necesario atender a lo que ocurre a nuestro alrededor, tanto fuera como dentro de la propia organización. Existen factores que requieren ser considerados a la hora de planificar los procesos: el entorno

competitivo, las tecnologías existentes, el marco legal en el que operamos, los valores corporativos, etc.

También (Jurán, 1990) señala que cualquiera de estos elementos puede afectar al logro de nuestros objetivos, y al grado en que ofrecemos productos y servicios conformes a nuestros clientes. El cliente seguirá siendo el foco esencial de la ISO 9001, y para garantizar que se cumplen sus requisitos debe contemplarse por parte de cada organización que pueden existir otras partes interesadas, cuyas expectativas o requisitos podrían afectar al producto o servicio que le ofrecemos.

b. Gestión del cambio

Tanto una buena identificación del contexto en el que se opera, como una clara demostración de liderazgo y compromiso por parte de la alta dirección son claves para afrontar las situaciones de constante cambio a las que actualmente se enfrenta cualquier organización: nuevas prácticas de negocio, tecnologías en permanente evolución, internacionalización de los mercados, todo ello obliga a adoptar una predisposición al cambio.

Por ejemplo (Pérez C. , 2014) manifiesta que el borrador de la norma incide muy especialmente en el modo en que se actúa ante estas situaciones, tanto desde el punto de vista de la planificación (considerando de manera sistemática y planificada, las posibles consecuencias del cambio, la disponibilidad de recursos, asignación de responsabilidades, etc.) como en lo que respecta a la revisión y control de los cambios cuando se han producido de forma no planificada.

c. El riesgo como parte del enfoque a procesos

A través de este concepto se pretende que la organización identifique aquellos escenarios posibles en los que podrían no cumplirse los resultados esperados, y establezca las acciones pertinentes para abordar tales riesgos. En otras palabras, es necesario tener en cuenta el carácter preventivo que debe aportar un sistema de gestión de la calidad, y que parecía haberse simplificado en exceso con la aplicación de las “acciones preventivas” como herramienta a tal efecto. Con este planteamiento, no resulta necesario incorporar ningún requisito específico sobre la actual acción preventiva.

El autor (Joaquín, 1998), opina que es importante recordar, que el enfoque basado en riesgos incorporado en el ámbito de ISO 9001 reconoce la diversidad de procesos que pueden definirse, y las diferentes consecuencias que una situación de riesgo puede tener sobre los requisitos de los productos y servicios, o sobre la satisfacción del cliente. Por tanto, la aplicación de este enfoque debe ser lo suficientemente flexible. No se incluyen requisitos específicos sobre metodologías de evaluación de riesgos, sino que se establece un marco genérico para que cada organización lo adopte en función de su actividad y las particularidades de su modo de gestión.

2.2.2. Satisfacción de los clientes

2.2.2.1 Concepto de Satisfacción del cliente

(Kotler, 1991), define la satisfacción del cliente como el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.

Es la percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos, aclarando además un aspecto muy importante sobre las quejas de los clientes: su existencia es un claro indicador de una baja satisfacción, pero su ausencia no implica necesariamente una elevada satisfacción del cliente, ya que también podría estar indicando que son inadecuados los métodos de comunicación entre el cliente y la empresa, o que las quejas se realizan pero no se registran adecuadamente, o que simplemente el cliente insatisfecho, en silencio, cambia de proveedor (Kotler, 1991)

Es posible definir la satisfacción del cliente como el nivel del estado de ánimo de un individuo que resulta de la comparación entre el rendimiento percibido del producto o servicio con sus expectativas. Esto quiere decir que el objetivo de mantener satisfecho al cliente es primordial para cualquier empresa. Los especialistas en mercadotecnia afirman que es más fácil y barato volver a vender algo a un cliente habitual que conseguir un nuevo cliente (Harrington, 1997).

2.2.2.2 ¿Cuáles son los elementos que conforman la satisfacción del cliente?

Según (Esquivéz, 2012) contemplan tres componentes en la satisfacción del cliente que se pasa a explicar a continuación:

- a. Rendimiento percibido.** Se refiere al desempeño que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el resultado que el cliente percibe que obtuvo en el producto o servicio que adquirió

El rendimiento distinguido posee las siguientes particularidades.

- Es determinado desde el enfoque del cliente, más no de la empresa
- Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio
- Mejora la imagen y el prestigio del producto
- Obedece al estado de ánimo del cliente y de sus consideraciones.

- b. Las Expectativas.** Son las expectativas que los clientes tienen por lograr lo propuesto. Generalmente producidas como consecuencia de estos aspectos.

- Ofrecimientos que realiza la empresa relacionado a los beneficios que ofrece el producto o servicio.
- Hábitos anteriores de adquisición
- Informes de allegados, medios de comunicación y familiares.
- Ofrecimientos que realiza la competencia.

- c. Los grados de satisfacción.** Una vez de logrado el intercambio comercial de un producto o servicio, los usuarios perciben cualquiera de los niveles de satisfacción.

Desagrado/ insatisfacción: Las expectativas del cliente no son satisfechas por la percepción del producto.

Agrado/satisfacción: Las expectativas del cliente compensa la percepción que se tiene del producto.

Simpatía/complacencia: Las expectativas del cliente son superadas por la percepción del producto.

2.2.2.3. Atención al cliente

La atención al cliente crea agrado y complacencia por la realización completa de las necesidades y expectativas creadas. (Kotler, 1991), lo define como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas".

Según (Moliner, 2010), el servicio de atención al cliente, es aquel utilizado por una empresa o institución para establecer una conexión con sus clientes, con vistas a mejorar la calidad de sus productos o, en caso de ser un establecimiento comercial, el cuidado que se le brinda al consumidor al ser atendido por el personal. Dentro del marketing, esta herramienta puede ser muy útil, puesto que pone en contacto al productor con el consumidor, poniéndose el último al tanto de las necesidades de sus compradores y amoldándose a estas exigencias. Cabe destacar, algunas innovaciones han hechos que estos servicios, que a veces están destinadas a responder preguntas al cliente, sean pagos.

Dentro de una compañía, de igual forma, existe un cliente interno. La finalidad de este es la de tratar de satisfacer a los clientes externos; su función dentro de la empresa, sin embargo, es la de recibir los productos en cierta etapa del proceso de manufacturación, para realizar su propio proceso, entregando, después, el resultado a otro trabajador, quien continuará con la línea de producción. Para que este proceso se de en armonía, es necesario capacitar al personal para atender las necesidades del

cliente interno, quien, a fin de cuentas, será el que se encargue de establecer a qué público será dirigido el producto (Harrington, 1997).

En el campo del mercadeo, el servicio al cliente es indispensable para lograr entablar nuevos negocios, que se mantengan a largo plazo. El comprender al cliente, promocionar su producto y coordinar al personal para que logren dar con una campaña favorable, es su tarea fundamental. Además de esta unidad, también puede encontrarse el servicio prestado, aquel destinado a resolver las dudas, conflictos, problemas técnicos, reclamos o garantías de los clientes externos.

2.2.2.4. Rapidez en el servicio

Responder a tiempo no depende sólo de disponer de gente lista para descolgar el teléfono o para interactuar desde el ordenador. Requiere tener todos los datos y los elementos de la respuesta. Las empresas deben diseñar una estrategia de atención al cliente que incluya un protocolo de actuación y que permita la recogida y seguimiento de todos los datos esenciales en la actuación con el cliente. Por ello un pedido independientemente del canal elegido es introducido inmediatamente al sistema de gestión de la empresa y direccionado a la persona precisa que lo debe atender, esa empresa tendrá muchas posibilidades de ofrecer una respuesta rápida y, sobre todo, en los plazos comprometidos que se esperan de ella (Pérez C. , 2014).

2.2.2.5 Dimensiones de la Satisfacción

La satisfacción de los clientes abarca los siguientes aspectos: Aceptación, relaciones positivas, perspectivas. Propósito en la vida, autonomía. Cumplir con el tiempo pactado, verificación de recomendaciones, integración social, solicitud rápida, tiempo de desembolso, información, relaciones positivas, factible de entendimiento (Zevallos, 2017).

2.2.2.6. Fórmula para determinar el nivel de satisfacción del cliente

Por ejemplo (Esquivez, 2012), establece la fórmula que permite evaluar la satisfacción del cliente que a continuación se menciona:

Rendimiento percibido – Expectativas = Nivel de satisfacción

Para aplicar esta fórmula se requiere acudir a la fuente primaria de información que son los mismos clientes para averiguar (mediante una investigación de mercados): 1) el resultado que obtuvieron al adquirir el producto o servicio y 2) las expectativas que tenían antes de realizar la compra. Luego, se debe determinar el nivel de satisfacción para tomar decisiones que permitan corregir las deficiencias (cuando existe insatisfacción en los clientes), mejorar la oferta (cuando el cliente está satisfecho) o mantenerla (cuando el cliente está complacido).

Dentro de todo este contexto, surge el reto para todos los mercadólogos de lograr clientes complacidos mediante el incremento en la entrega de valor, pero de una forma que sea rentable para la empresa, porque al final de cuentas, toda empresa justifica su existencia al conseguir un determinado beneficio.

Finalmente, cabe recordar si una empresa quiere lograr sus objetivos a corto, mediano y largo plazo, debe establecer una cultura organizacional en la que el trabajo de todos los integrantes esté enfocado en complacer al cliente.

2.2.3. Empresa de Seguridad Tacna SAC

2.2.3.1 Representación de la organización

Seguridad Tacna S.A.C., es una Empresa Tacneña que cuenta con 32 años ininterrumpidos de prestar servicio de vigilancia privada a instituciones públicas y privadas.

SETA SAC, está conformada por experimentados profesionales del Orden y la Seguridad, con oficinas administrativas y operativas en las ciudades de Tacna, Moquegua e Ilo, brindando servicios de alta calidad a distinguidos clientes de la Banca, Comercio e Industria, lo que nos acredita como una Empresa Líder, por el conocimiento, experiencia, destreza y sólido prestigio en la actividad de Seguridad y Vigilancia Privada, en la zona Sur del País.

La seriedad de nuestras operaciones se ve garantizada con el eficiente y permanente control que ejecutan nuestros supervisores, además de contar con toda la documentación en regla exigida por la SUCAMEC, así como del Ministerio de Trabajo y SUNAT. Del mismo modo nuestro servicio se encuentra garantizado y respaldado con las respectivas Pólizas de Seguro de Deshonestidad, Responsabilidad Civil y Accidentes personales, cuya vigencia se controla y verifica constantemente.

2.2.3.2 Organización estratégica

La organización objeto de estudio define su misión, visión y valores como a continuación se menciona.

a) Misión

Búsqueda permanente de bienestar de los usuarios mediante un servicio de alta calidad otorgando la tranquilidad y complacencia mediante la otorgación de seguridad y guardia privada a organizaciones empresariales.

b) Visión

Lograr ser líder entre las empresas del sector de seguridad con un sostenimiento de permanencia en el mercado

c) Valores

Liderazgo, Honestidad, Orden, Probidad, compromiso, ponderación, cautela, sigilosidad.

d) Prácticas morales que ejerce los empleados

Conocimiento, paciencia, ánimo de abnegación, eficacia, participación y espíritu de cuerpo.

2.2.3.3 Modelo de organización

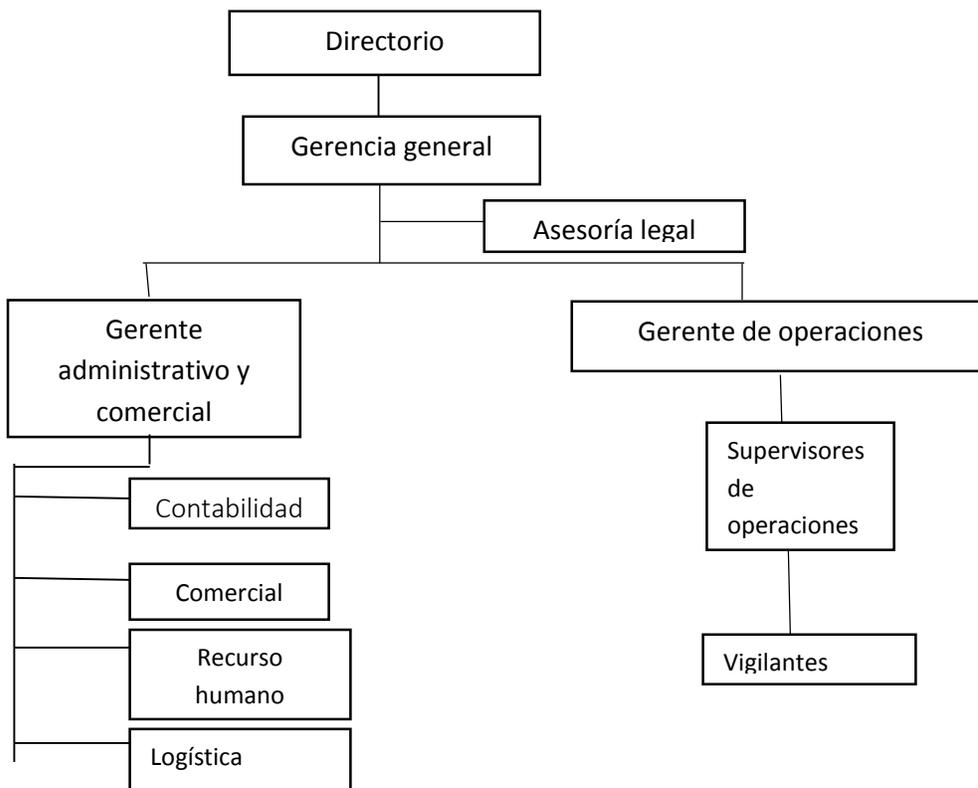


Figura.2. Estructura organizativa de la empresa

De la estructura orgánica empresarial: El Directorio es designado por la Junta General de Accionistas, integrado por tres miembros, encargados de administrar y dirigir los negocios de la empresa. Su composición fluctuará en razón del desarrollo y necesidades de la empresa.

- El Directorio nombra al Gerente General y le otorga facultades para dirigir la empresa, siendo el encargado de la contratación del personal necesario para efectuar las actividades administrativas y operativas propias de la empresa.

De la estructura orgánica funcional-laboral: El gerente general.- Representa a la empresa, ejecuta los acuerdos de Directorio, tiene atributos, derechos y obligaciones

establecidos en los estatutos de la sociedad. Es el único miembro de la empresa que tiene autonomía para la toma de decisiones empresariales y cuenta con el apoyo de la Sub-Gerencia y la Gerencia de Administración.

- La Gerencia Administrativa y Comercial es la encargada de ejecutar las decisiones del Gerente General y tiene bajo su control las áreas de: Recursos Humanos, Administración, Comercial y Logística, realizando coordinaciones relacionadas al Servicio con la Gerencia de Operaciones.

- La Gerencia Administrativa y Comercial tiene a su cargo la conducción y control de los bienes de la empresa y organiza, dirige, coordina y controla las actividades del personal que labora en la oficina central así como los representantes de Seguridad Tacna S.A.C. en Moquegua e Ilo.

- El Área de Recursos Humanos está a cargo de un Jefe de RRHH, encargado de los asuntos laborales con los trabajadores desde su postulación hasta el término de la relación contractual. Es responsable de mantener la operatividad de la empresa con el personal suficiente, manteniendo la disciplina y la moral laboral de los trabajadores.

- La Gerencia General tiene la misión de preservar la estructura integral de la empresa, manejando las informaciones concurrentes al prestigio, proyección y desarrollo de la empresa.

- La Gerencia de Operaciones y Jefatura de RRHH organiza, dirige y controla los servicios, evaluando el desempeño de supervisores y vigilantes. Paralelamente, coordina, proyecta, ejecuta y controla cursos de formación y reentrenamiento, según las necesidades del servicio, siendo responsable de la ejecución del plan anual de instrucción.

- la Gerencia de Operaciones y la Jefatura de RRHH planifican, ejecutan y controlan la aptitud física del personal mediante la obligatoria participación en sesiones de readiestramiento físico programados.
- El Área de Administración y Jefatura de Logística tramitan, ordenan y aseguran los documentos de la empresa; se encarga de la provisión de uniformes, equipos y todos los medios necesarios para el cumplimiento de la misión de la empresa.
- Según los requerimientos y necesidades del servicio, se cuenta con diferentes asesoramientos vinculados y dependientes a las áreas básicas mencionadas en los artículos anteriores: Asesoría Legal, Contador, Asistente Social, etc., que serán accionados por el Gerente y el Sub Gerente respectivamente.
- En la organización de las áreas funcionales, los cargos son de Jefes, supervisores y empleados: Los Asesores son profesionales o técnicos especializados designados por el Gerente General, según convenga a los intereses de la empresa; los Supervisores son empleados con jerarquía funcional administrativa y operativa.
- Los Jefes y Encargados de área son los responsables de las diferentes áreas de la organización con autoridad sobre los vigilantes para dirigirlos, instruirlos, corregirlos y sancionarlos; los supervisores de operaciones son los que laboran en turnos rotativos, pudiendo desempeñar paralelamente funciones administrativas; los supervisores de base, circunscriben sus acciones a una instalación específicamente asignada.
- El personal de apoyo y auxiliares de oficina, cumplen labores complementarias en el control de accesos, comunicaciones y roles específicos que se les asigna.

- El asistente de logística es el supervisor encargado de aprovisionar prendas, equipos y material necesario para el cumplimiento de la misión empresarial, cuenta con la colaboración de apoyos.
- Los vigilantes son trabajadores que tienen la obligación intelectual, física y moral de proteger personas e instalaciones de las empresas o particulares que contratan los servicios de la empresa.

2.2.3.4. Política del sistema de gestión de calidad

La política de gestión de calidad corresponde a la dirección de la empresa de SETA SAC y se enfoca en dar calidad a los servicios, para satisfacer las necesidades y exceder las expectativas de nuestros clientes.

Busca la continua superación de los estándares de servicio. Para ello SETA SAC se compromete a:

- Servir eficientemente a nuestros clientes, brindando personal, recursos y medios necesarios para realizar servicios ordenados, disciplinados y controlados, con procesos preestablecidos.
- Efectuar permanente vinculación con quienes nos dan su confianza, con el firme propósito de establecer relaciones contractuales a largo plazo en el marco de una alianza estratégica de mutuo beneficio.
- Total cumplimiento de la normatividad legal, relacionada al desarrollo de nuestras operaciones y procedimientos internos que garanticen la seriedad y responsabilidad de nuestras actividades empresariales.

-Actuar comprometidos con nuestras normas y procedimientos buscando el mejoramiento continuo del sistema de gestión de calidad, para satisfacer las expectativas de nuestros clientes sustentados en la puntualidad y el buen servicio.

2.2.3.5. Objetivos de calidad SETA SAC

-Desarrollar una relación de prevención y colaboración con los clientes orientada a satisfacer sus necesidades y expectativas.

-Asegurar la calidad de los servicios prestados procurando la mejora continua a través de la formación, motivación y desarrollo profesional de nuestros trabajadores y el control adecuado de los recursos que brindamos para el desarrollo de nuestras actividades.

-Promover la educación y tecnificación de los trabajadores privilegiando la conciencia de seguridad, prevención funcional y vocación del servicio.

-Definir y revisar periódicamente los objetivos y metas de calidad.

2.3. Definiciones operacionales

a. Servicios

Se define como un conjunto de acciones que busca satisfacer las necesidades del usuario. Estos involucran múltiples actividades que se pueden programar por el recurso humano ya sean públicos ó privados (Hernández & Quintana, 2008).

b. Vigilante

Se define a aquel profesional de índole privado que se encarga de resguardar la seguridad en principio de las personas, infraestructuras y bienes materiales de cuyo cuidado está encargado por la organización cualquiera (Joaquín, 1998).

c. Seguridad

Es la impresión de resguardo frente a un peligro externo y que éste perturbe en forma negativa la calidad de vida de las personas (Hernández & Quintana, 2008).

d. Puesto de vigilancia

Es el espacio que ocupa una persona o cosa que le servirá para la supervisión de las cosas que están a cargo de uno (Hernández & Quintana, 2008).

e. Productividad.

Medida de la eficiencia con la cual se utiliza un recurso (humano ó físico) considerando su rendimiento o resultados: La productividad se obtiene de la relación: Resultados sobre recursos (Gonzalez., 2006).

f. Satisfacción.

La acción de satisfacer o satisfacerse se conoce como satisfacción. El término puede referirse a saciar un apetito, compensar una exigencia, pagar lo que se debe, deshacer un agravio o premiar un mérito (Zevallos, 2017).

g. Cliente.

Es la persona que realiza un determinado pago y accede a un producto o servicio. El cliente, por lo tanto, puede ser un usuario (quien usa un servicio), un comprador (el sujeto que adquiere un producto) o un consumidor (la persona que consume un servicio o producto). La noción de satisfacción del cliente refiere al nivel de conformidad de la persona cuando realiza una compra o utiliza un servicio. La lógica indica que, a mayor satisfacción, mayor posibilidad de que el cliente vuelva a comprar o a contratar servicios en el mismo establecimiento (Delgado, 2016).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Tipo de investigación

Corresponde al tipo de investigación básica ya que pretende aportar al conocimiento.

3.2. Diseño de investigación

El diseño es observacional de acuerdo con la interferencia del investigador en el estudio, transversal porque se realiza una sola medición por cada variable involucrada y descriptiva de acuerdo con el número de poblaciones estudiadas.

3.3. Nivel de investigación

Por la naturaleza de este trabajo de investigación, le corresponde un nivel de investigación explicativo o causal, porque consiste en determinar las causas de los fenómenos físicos o sociales, además se estudia el porqué de las cosas, hechos y fenómenos o situaciones.

3.4. Población y muestra de estudio

3.4.1. Población

La población estuvo conformada por once empresas denominado clientes de la empresa objeto de estudio y que tienen sede en la ciudad de Tacna, Ilo y Moquegua que a continuación se detalla.

Tabla 1.

Relación de clientes de la empresa de seguridad Tacna SAC

Nº	Nombre o Razón social	Sedes
1	CENTRO CULTURAL PERUANO NORTEAMERICANO	TACNA / ILO
2	CLINICA LA LUZ	TACNA
3	ELECTROSUR SA	TACNA / ILO / MOQUEGUA
4	JHON VON NEUMANN	TACNA
5	PENSION 65	TACNA / MOQUEGUA
6	PLAN COPESCO NACIONAL	TACNA
7	ROSET DISTRIBUCIONES	TACNA / ILO
8	SENATI	TACNA / ILO
9	SEGURO INTEGRAL DE SALUD	TACNA / MOQUEGUA
10	TOP RANK HOTEL SAC	TACNA
11	TOTAL GENIUS IRON MINING	TACNA

Nota: Datos de clientes de la Empresa de Seguridad Tacna SAC, 2018

3.4.2 Muestra

Para la muestra de estudio se consideró al total de empresas denominado clientes que contrata con la empresa de Seguridad Tacna SAC sede Tacna y que consta de 11 empresas.

3.5. Variables e Indicadores

3.5.1. Identificación de las variables

Variable Independiente: Gestión de la calidad.

Variable Dependiente: Satisfacción del cliente.

3.5.2. Operacionalización de las variables

Tabla 2:

Operacionalización de las variables

Variables	Concepto	Indicadores	Instrumentos	Escala
Variable Independiente Gestión de la calidad.	Es el conjunto de actividades que han sido previamente planificadas y sistematizadas que producirá confianza y satisfacción al adquirir un producto o servicio.	-Recurso humano -Infraestructura y equipo. -Normativas	-Cuestionario	Ordinal
Variable dependiente Satisfacción del cliente	Es el estado de satisfacción personal o de comodidad que le da a la persona una satisfacción económica, psicológica y biológica	-Expectativas -Atención al cliente. -Rapidez del servicio	-Cuestionario	Ordinal

3.6. Técnicas de recolección de datos

3.6.1 Técnica

La información se recopiló mediante la técnica de encuesta con el fin recolectar la información de la cartera de clientes que cuenta la empresa en estudio.

3.6.2 Instrumentos

El instrumento que se utilizó fue un cuestionario que contiene dos componentes, uno para cada variable de estudio.

3.6.3. Validación de los instrumentos de investigación

Para el análisis de fiabilidad se utilizó el criterio de expertos donde los ítems de los indicadores fueron validados por tres expertos con amplia experiencia profesional en el área de estudio (ver apéndice G).

3.7. Procesamiento y análisis de datos

Se utilizó las herramientas de la estadística descriptiva como promedios, gráfico de barras, porcentajes, frecuencias. Los instrumentos a aplicar fueron validados previamente.

La contrastación de la hipótesis se realizó mediante el análisis de regresión, ya que es un modelo estadístico que se recomienda si se quiere investigar la influencia entre dos variables.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Tratamiento estadístico e interpretación de cuadros

4.1.1. La satisfacción del cliente en la empresa de seguridad Tacna SAC, año 2018

Para el logro de los objetivos específicos se tomó en cuenta la opinión de los 11 clientes. Conteniendo el instrumento un total de 19 ítems relacionados a la satisfacción del cliente. Donde la escala utilizada fue de totalmente en desacuerdo, desacuerdo, indiferente, de acuerdo y totalmente de acuerdo (Ver apéndice C).

La tabla de baremo para la medición del instrumento fue la siguiente:

Tabla 3.

Baremo de medición para el instrumento relacionado a la satisfacción del cliente

RANGO DE SUMA DE PUNTOS	GRADO DE SATISFACCION DEL CLIENTE
19-44	Insatisfacción
45-69	Satisfacción
70-95	Complacencia

Nota: Puntos obtenidos de los 19 ítems del cuestionario aplicado a cada cliente

Tabla 4.

¿La empresa cuenta con equipamiento moderno y adecuado para atender a sus clientes?

Ítem/Alternativa	Cientes	%
Totalmente de acuerdo	0	0
De acuerdo	9	81.82
Indiferente	2	18.18
Desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	0	0
Totales	11	100

Nota: Encuesta aplicado a los clientes de la empresa de Seguridad Tacna SAC

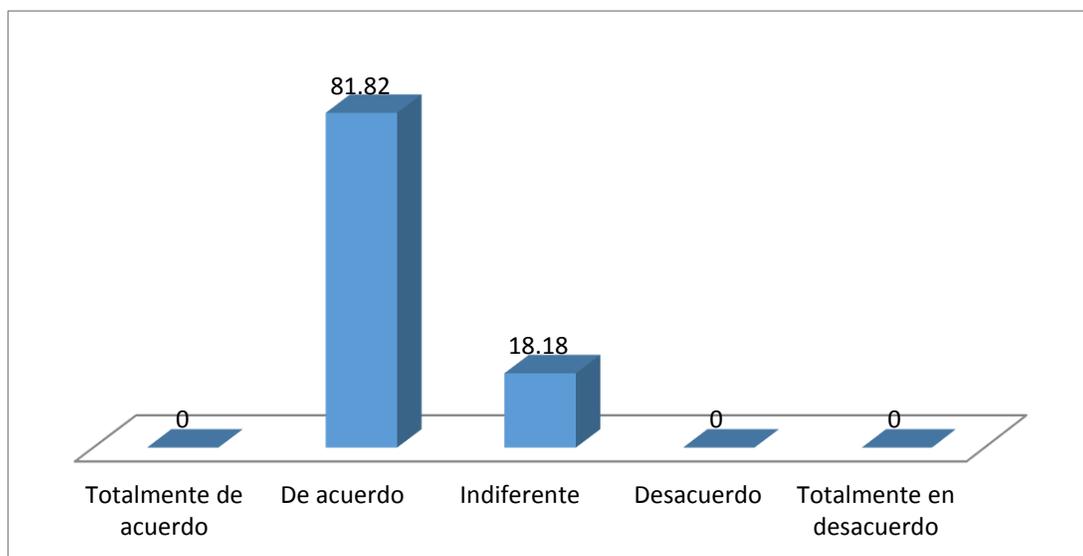


Figura 3. La empresa cuenta con equipamiento moderno y adecuado para atender a sus clientes.

Según la figura 3 se observa que el 81.82 % de los clientes encuestados manifiestan que están de acuerdo con que la empresa cuenta con equipamiento moderno y adecuado para atender a sus clientes y el 18.18 % sostiene que le es indiferente dicha afirmación.

Tabla 5.

¿Los ambientes de la empresa son amplios y cómodos para recibir atención?

Item/Alternativa	Cientes	%
Totalmente de acuerdo	3	27.27
De acuerdo	4	36.36
Indiferente	4	36.36
Desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	0	0
Totales	11	100

Nota: Encuesta aplicado a los clientes de la empresa de Seguridad Tacna SAC

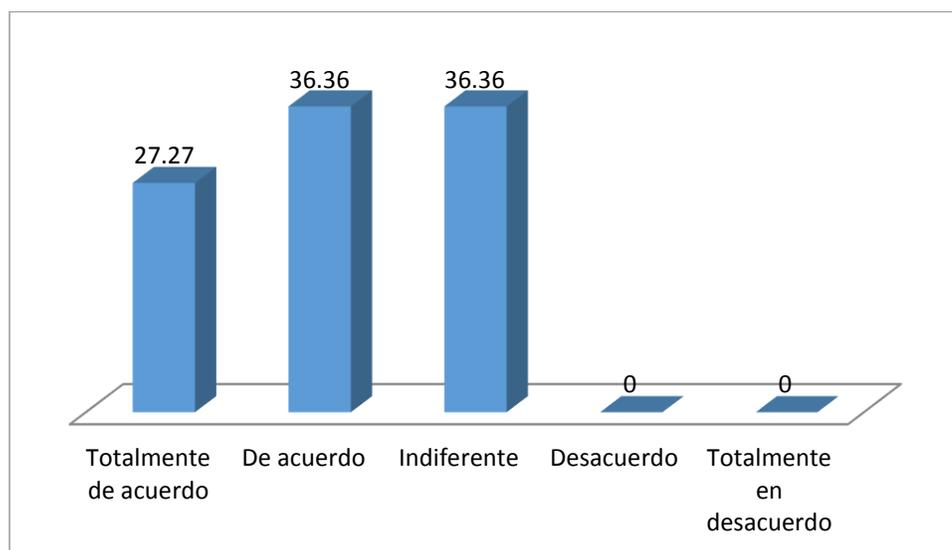


Figura 4. Los ambientes de la empresa son amplios y cómodos para recibir atención

Según la figura 4 se observa que el 36.36 % de los encuestados manifiestan estar de acuerdo y el otro 36.36 % que le es indiferente la afirmación de que los ambientes de la empresa son amplios y cómodos para recibir atención y el 27.27 % está totalmente de acuerdo con dicha afirmación.

Tabla 6.

¿Están uniformados e identificados los colaboradores de la empresa?

Item/Alternativa	Clientes	%
Totalmente de acuerdo	6	54.55
De acuerdo	5	45.45
Indiferente	0	0
Desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	0	0
Totales	11	100

Nota: Encuesta aplicado a los clientes de la empresa de Seguridad Tacna SAC

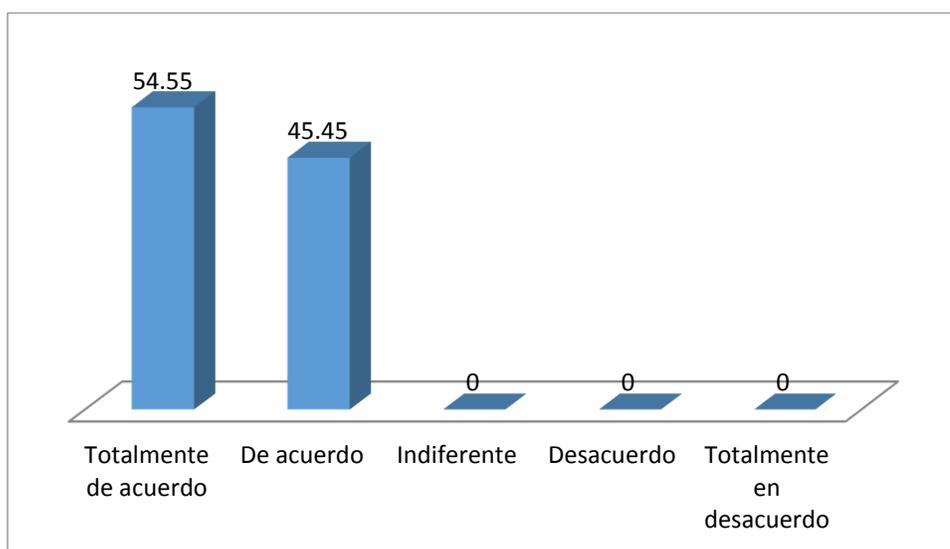


Figura 5. Están uniformados e identificados los colaboradores de la empresa

En la figura 5 se observa que el 54.55 % de los clientes manifiestan estar totalmente de acuerdo con la afirmación de que están uniformados e identificados los colaboradores de la empresa y el 45.45 % está de acuerdo con dicha afirmación.

Tabla 7.

¿La empresa cumple con las cláusulas y especificaciones del contrato de servicio?

Item/Alternativa	Clientes	%
Totalmente de acuerdo	5	45.45
De acuerdo	6	54.55
Indiferente	0	0
Desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	0	0
Totales	11	100

Nota: Encuesta aplicado a los clientes de la empresa de Seguridad Tacna SAC

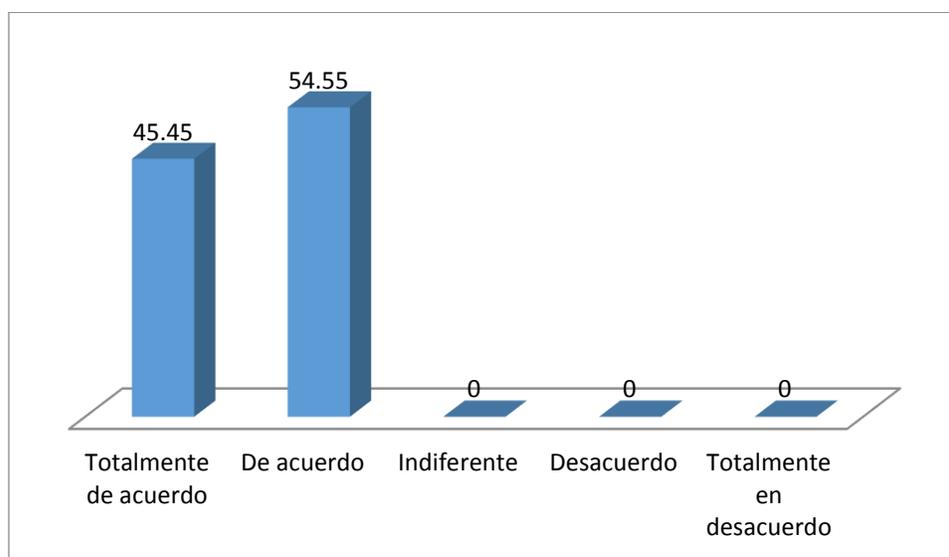


Figura 6. La empresa cumple con las cláusulas y especificaciones del contrato de servicio

Se observa que el 54.55 % de los clientes menciona estar de acuerdo con que la empresa cumpla con los cláusulas y especificaciones del contrato de servicio y el 45.45 % de los mismos están totalmente de acuerdo con dicha afirmación.

Tabla 8.

¿Existe fiabilidad en cuanto a los servicios e informes que realiza la empresa?

Item/Alternativa	Clientes	%
Totalmente de acuerdo	2	18.18
De acuerdo	9	81.82
Indiferente	0	0
Desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	0	0
Totales	11	100

Nota: Encuesta aplicado a los clientes de la empresa de Seguridad Tacna SAC

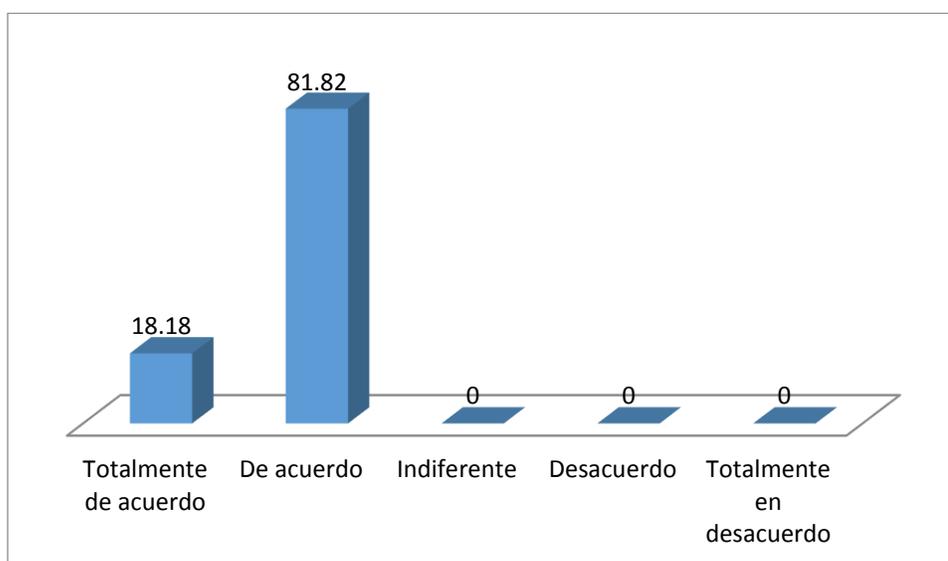


Figura 7. Existe fiabilidad en cuanto a los servicios e informes que realiza la empresa

Se observa que el 81.82 % de los clientes encuestados manifiesta que existe fiabilidad en cuanto a los servicios e informes que realiza la empresa y el 18.18 % manifiesta estar totalmente de acuerdo.

Tabla 9.

¿Es el tiempo de espera el adecuado para ser atendido?

Item/Alternativa	Clientes	%
Totalmente de acuerdo	0	0
De acuerdo	5	45.45
Indiferente	6	54.55
Desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	0	0
Totales	11	100

Nota: Encuesta aplicado a los clientes de la empresa de Seguridad Tacna SAC

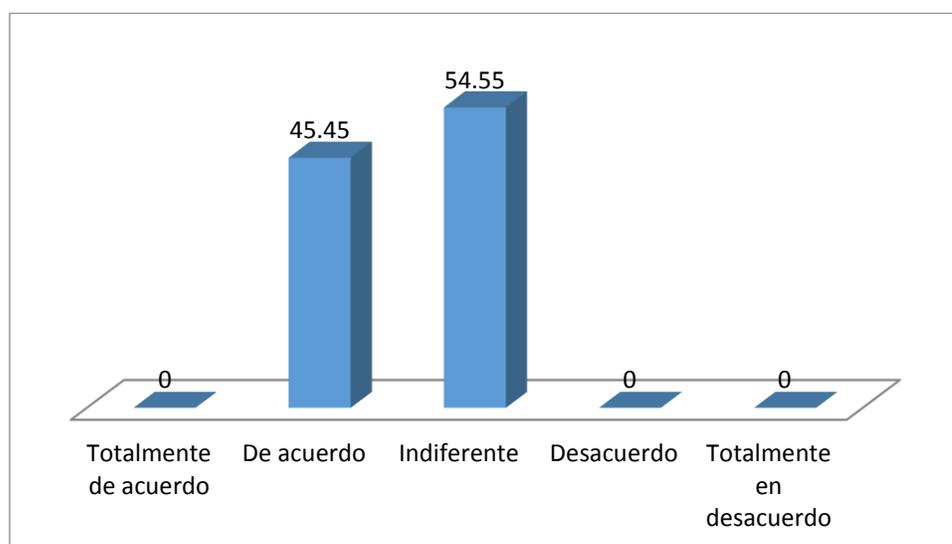


Figura 8. Es el tiempo de espera el adecuado para ser atendido

Se puede ver que el 54.55 % de los clientes mencionan que le es indiferente con la afirmación de que es el tiempo de espera el adecuado para ser atendido y 45.45 % manifiesta estar de acuerdo con dicha afirmación.

Tabla 10.

Los reclamos y sugerencias de los clientes son atendidos inmediatamente?

Item/Alternativa	Clientes	%
Totalmente de acuerdo	6	54.55
De acuerdo	5	45.45
Indiferente	0	0
Desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	0	0
Totales	11	100

Nota: Encuesta aplicado a los clientes de la empresa de Seguridad Tacna SAC

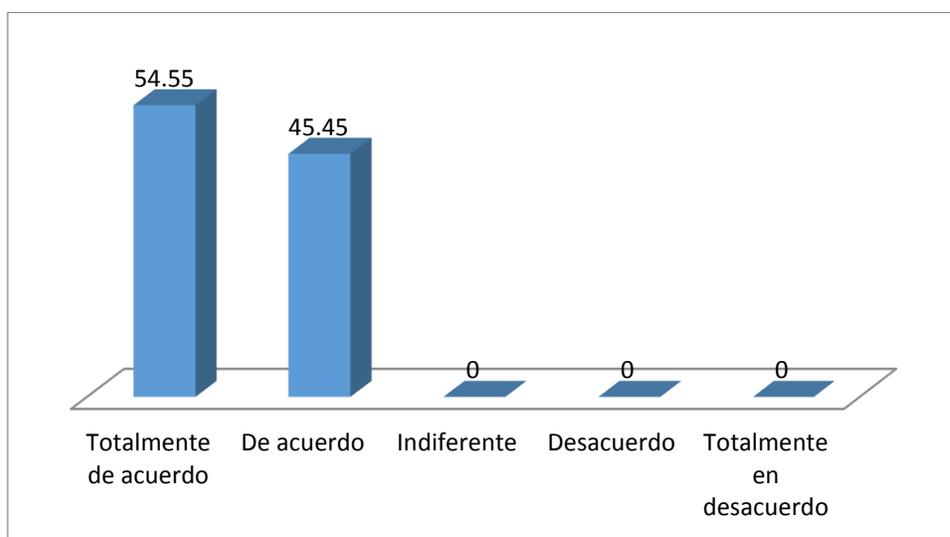


Figura 9. Los reclamos y sugerencias de los clientes son atendidos inmediatamente

En la figura 9 se observa que el 54.55 % de los clientes manifiestan que están totalmente de acuerdo con que los reclamos y sugerencias de los clientes son atendidos inmediatamente, el 45.45 % manifiesta estar de acuerdo con dicha afirmación.

Tabla 11.

¿Se atiende de manera inmediata a los clientes por parte del personal de la empresa?

Item/Alternativa	Clientes	%
Totalmente de acuerdo	6	54.55
De acuerdo	5	45.45
Indiferente	0	0
Desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	0	0
Totales	11	100

Nota: Encuesta aplicado a los clientes de la empresa de Seguridad Tacna SAC

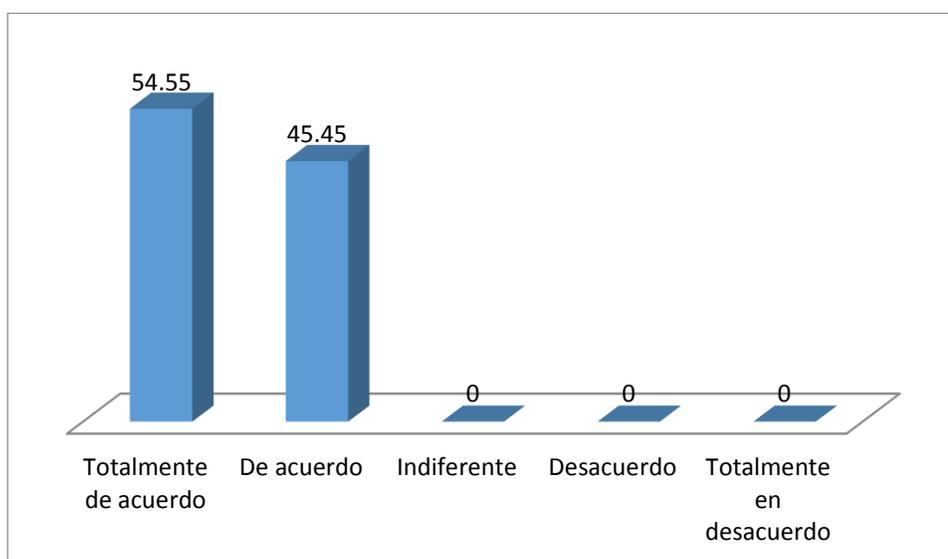


Figura 10. Se atiende de manera inmediata a los clientes por parte del personal de la empresa

En la figura 10 se observa que el 54.55 % de los clientes manifiestan estar totalmente de acuerdo con la afirmación de que se atiende de manera inmediata a los clientes por parte del personal de la empresa, el 45.45 % menciona que está de acuerdo con dicha afirmación

Tabla 12.

¿El personal de la empresa inspira a los clientes confianza y seguridad en la información que transmite?

Item/Alternativa	Clientes	%
Totalmente de acuerdo	5	45.45
De acuerdo	6	54.55
Indiferente	0	0
Desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	0	0
Totales	11	100

Nota: Encuesta aplicado a los clientes de la empresa de Seguridad Tacna SAC

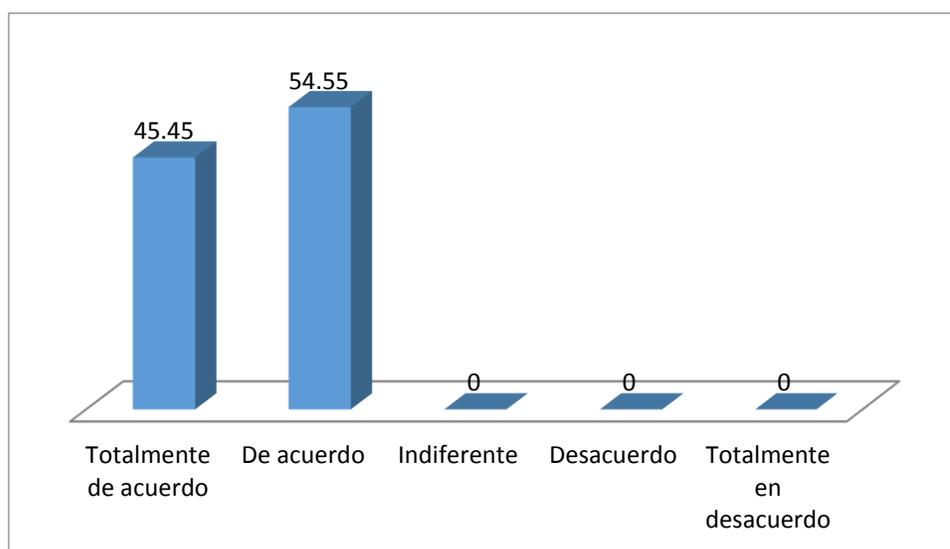


Figura 11. El personal de la empresa inspira a los clientes confianza y seguridad en la información que transmite

En la figura 11, se observa que el 54.55 % de los clientes mencionan que están de acuerdo con que el personal de la empresa inspira a los clientes confianza y seguridad en la información que transmite y el 45.45 % está totalmente de acuerdo con lo afirmado.

Tabla 13.

¿Existe seguridad y confiabilidad en los servicios que brinda la empresa?

Item/Alternativa	Clientes	%
Totalmente de acuerdo	6	54.55
De acuerdo	5	45.45
Indiferente	0	0
Desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	0	0
Totales	11	100

Nota: Encuesta aplicado a los clientes de la empresa de Seguridad Tacna SAC

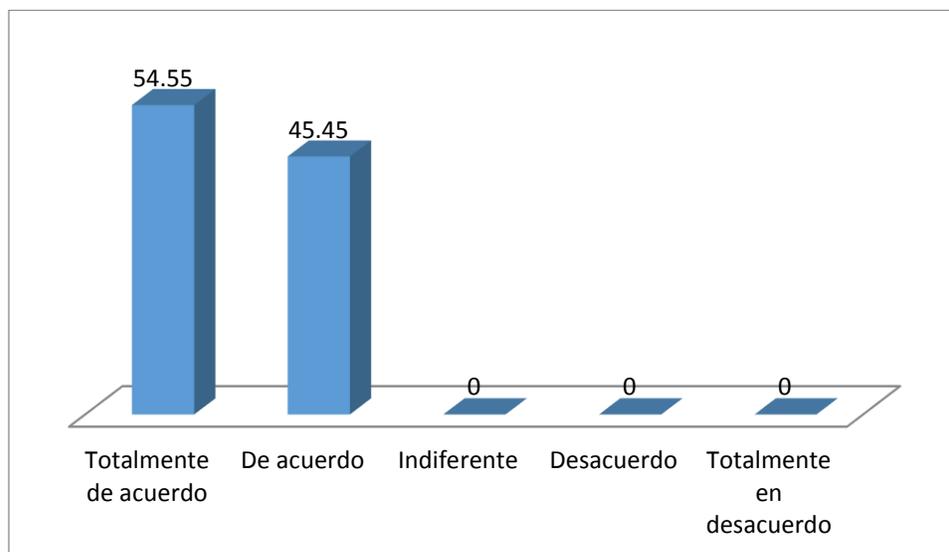


Figura 12. Existe seguridad y confiabilidad en los servicios que brinda la empresa

En la figura 12 se observa que el 54.55 % de los clientes mencionan que están totalmente de acuerdo con que existe seguridad y confiabilidad en los servicios que brinda la empresa y el 45.45% manifiesta que están de acuerdo con lo sostenido.

Tabla 14.

¿El personal de la empresa se encuentra capacitado para brindar un servicio seguro y fiable?

Item/Alternativa	Clientes	%
Totalmente de acuerdo	0	0
De acuerdo	9	81.82
Indiferente	2	18.18
Desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	0	0
Totales	11	100

Nota: Encuesta aplicado a los clientes de la empresa de Seguridad Tacna SAC

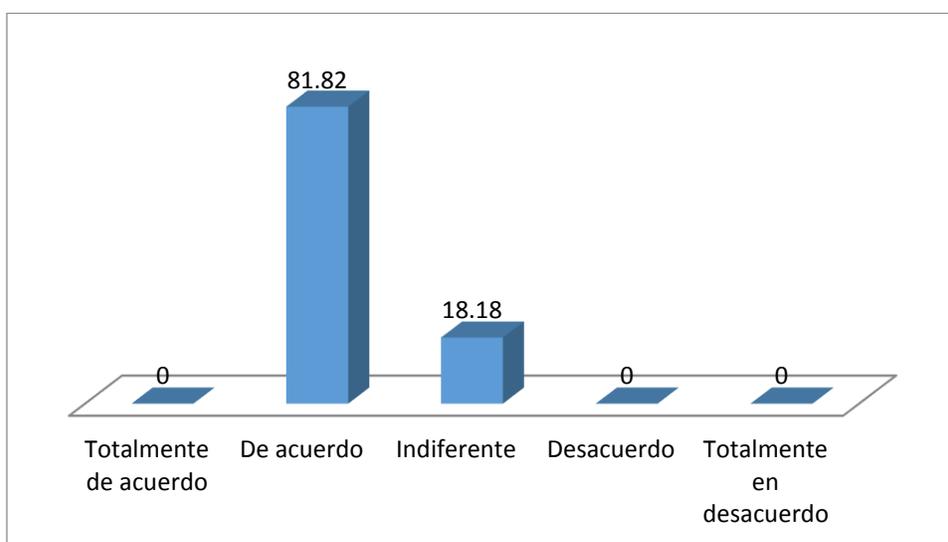


Figura 13. El personal de la empresa se encuentra capacitado para brindar un servicio seguro y fiable

En la figura 13 se observa que el 81.82 % de los clientes manifiestan estar de acuerdo con que el personal de la empresa se encuentra capacitado para brindar un servicio seguro y fiable y al 18.18 % le es indiferente lo manifestado.

Tabla 15.

¿Existe preocupación por atender los intereses de los clientes por parte del personal de la empresa?

Item/Alternativa	Cientes	%
Totalmente de acuerdo	5	45.45
De acuerdo	6	54.55
Indiferente	0	0
Desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	0	0
Totales	11	100

Nota: Encuesta aplicado a los clientes de la empresa de Seguridad Tacna SAC

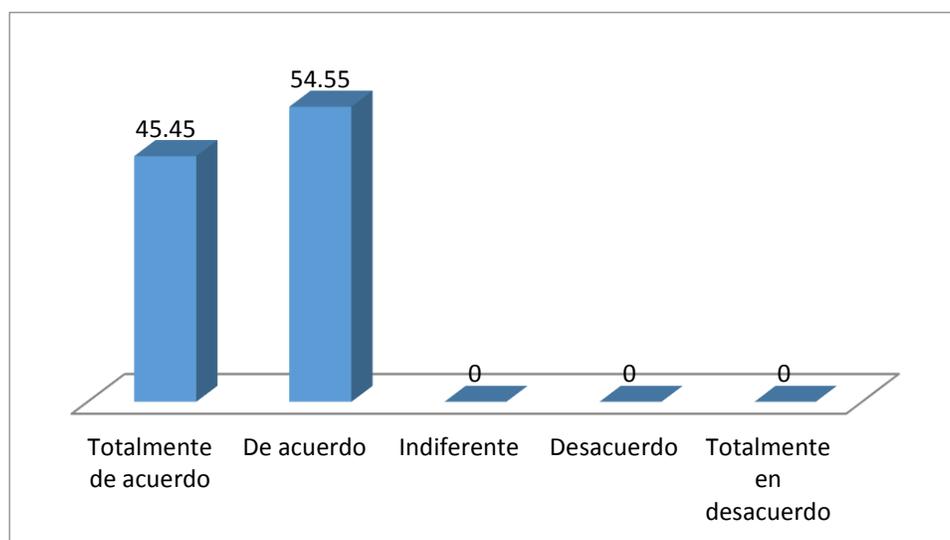


Figura 14. Existe preocupación por atender los intereses de los clientes por parte del personal de la empresa

En la figura 14 se observa que el 54.55 % de los clientes encuestados manifiesta que existe preocupación por atender los intereses de los clientes por parte del personal de la empresa.

Tabla 16.

¿El personal de la empresa brinda un servicio amable y cortés?

Item/Alternativa	Clientes	%
Totalmente de acuerdo	6	54.55
De acuerdo	5	45.45
Indiferente	0	0
Desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	0	0
Totales	11	100

Nota: Encuesta aplicado a los clientes de la empresa de Seguridad Tacna SAC

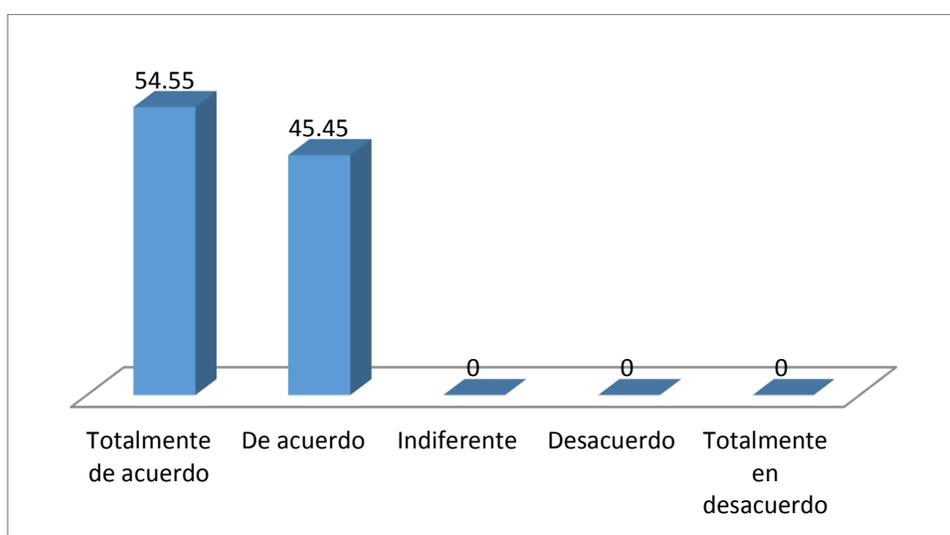


Figura 15. El personal de la empresa brinda un servicio amable y cortés

En la figura 15 se observa que el 54.55 % de los clientes encuestados mencionan que el personal de la empresa brinda un servicio amable y cortés y el 45.45 % menciona que está de acuerdo con lo afirmado.

Tabla 17.

¿El servicio recibido en la empresa ha superado sus expectativas?

Item/Alternativa	Clientes	%
Totalmente de acuerdo	0	0
De acuerdo	6	54.55
Indiferente	5	45.45
Desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	0	0
Totales	11	100

Nota: Encuesta aplicado a los clientes de la empresa de Seguridad Tacna SAC

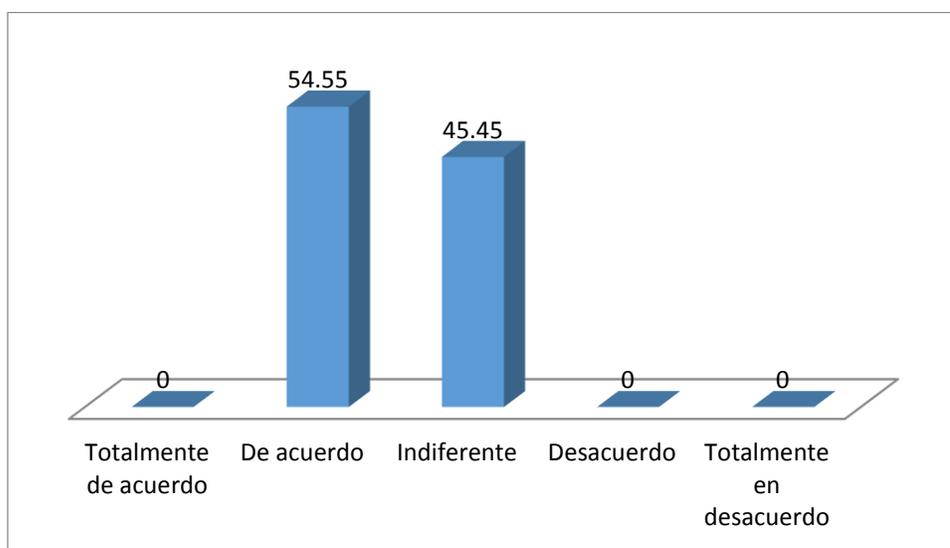


Figura 16. El servicio recibido en la empresa ha superado sus expectativas

En la figura 16 se observa que el 54.55 % de los clientes sostiene que el servicio recibido en la empresa ha superado sus expectativas y el 45.45 % manifiesta que le es indiferente lo afirmado.

Tabla 18.

¿Ud. Volvería a solicitar los servicios de la empresa?

Item/Alternativa	Clientes	%
Totalmente de acuerdo	2	18.18
De acuerdo	9	81.82
Indiferente	0	0
Desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	0	0
Totales	11	100

Nota: Encuesta aplicado a los clientes de la empresa de Seguridad Tacna SAC

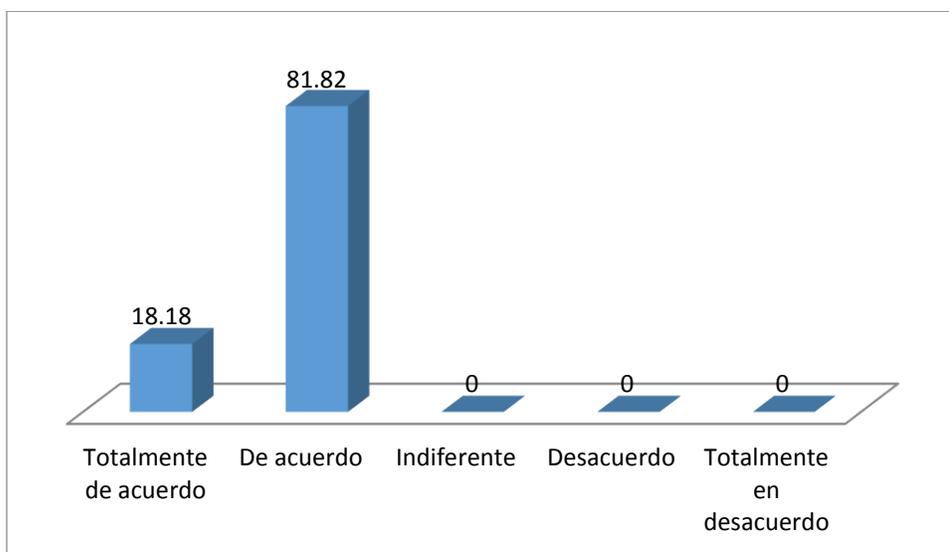


Figura 17. Ud. Volvería a solicitar los servicios de la empresa

En la figura se observa que el 81.82 % de los clientes encuestados menciona que están de acuerdo con que volvería a solicitar los servicios de la empresa y el 18.18 % menciona que está totalmente de acuerdo con solicita los servicios de la empresa.

Tabla 19.

¿Los precios del servicio son aceptables de su parte?

Item/Alternativa	Clientes	%
Totalmente de acuerdo	0	0
De acuerdo	11	100
Indiferente	0	0
Desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	0	0
Totales	11	100

Nota: Encuesta aplicado a los clientes de la empresa de Seguridad Tacna SAC

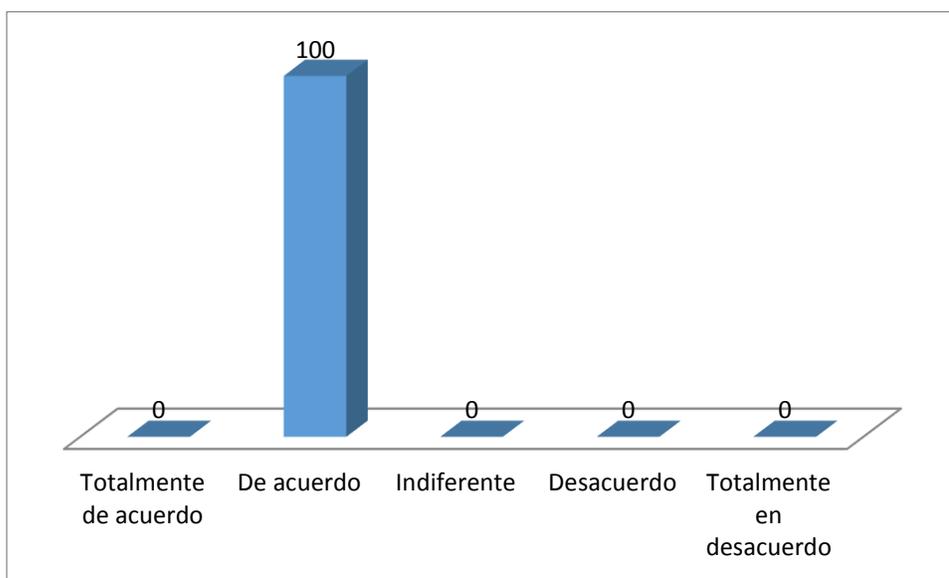


Figura 18. Los precios del servicio son aceptables de su parte

En la figura 18 se observa que el 100 % de los clientes encuestados sostienen estar de acuerdo con que los precios del servicio son aceptables de su parte.

Tabla 20.

¿Existe coherencia con lo que publicita la empresa?

Item/Alternativa	Clientes	%
Totalmente de acuerdo	0	0
De acuerdo	9	81.82
Indiferente	2	18.18
Desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	0	0
Totales	11	100

Nota: Encuesta aplicado a los clientes de la empresa de Seguridad Tacna SAC

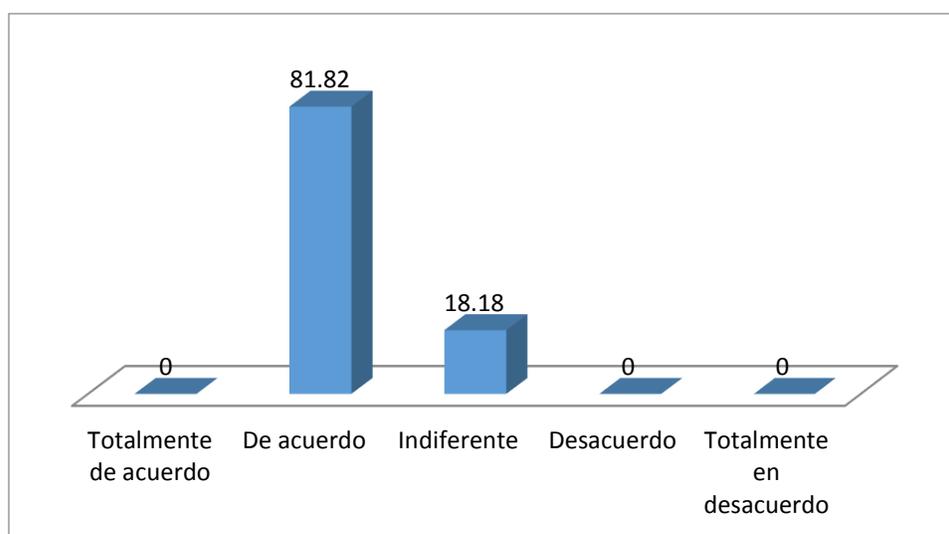


Figura 19. Existe coherencia con lo que publicita la empresa

En la figura 19 se observa que el 81.82 % de los clientes menciona que está de acuerdo con que existe coherencia con lo que publica la empresa y el 18.18 % sostiene que le es indiferente.

Tabla 21.

¿Si alguien requiere los servicios de la empresa, recomendaría usted?

Item/Alternativa	Cientes	%
Totalmente de acuerdo	6	54.55
De acuerdo	5	45.45
Indiferente	0	0
Desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	0	0
Totales	11	100

Nota: Encuesta aplicado a los clientes de la empresa de Seguridad Tacna SAC

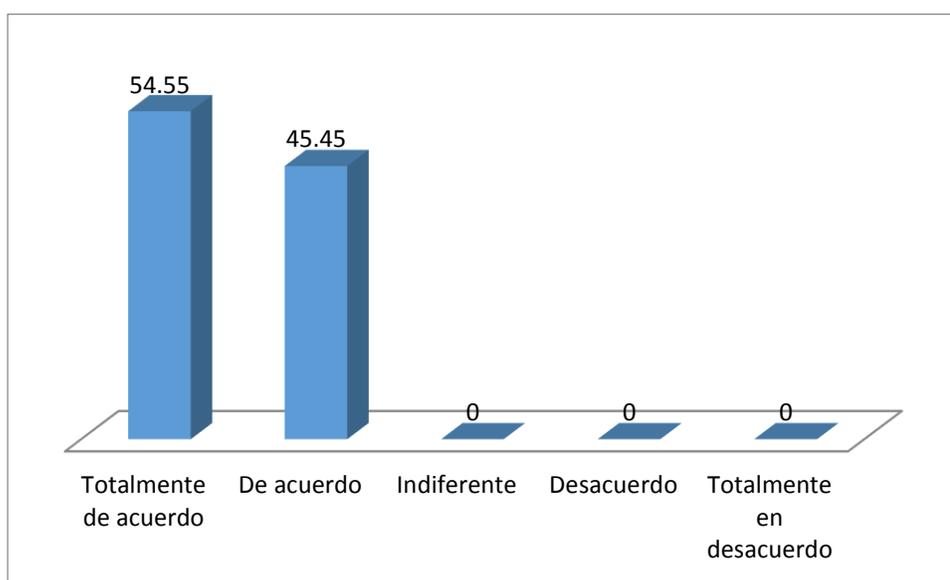


Figura 20 Si alguien requiere los servicios de la empresa, recomendaría usted

En la figura 20 se observa que el 54.55 % de los clientes encuestados menciona que están totalmente de acuerdo con la afirmación de que si alguien requiere los servicios de la empresa y lo recomendaría y el 45.45 % menciona que está de acuerdo con la recomendación.

Tabla 22.

¿Está completamente satisfecho por el servicio brindado?

Item/Alternativa	Clientes	%
Totalmente de acuerdo	5	45.45
De acuerdo	6	54.55
Indiferente	0	0
Desacuerdo	0	0
Totalmente en desacuerdo	0	0
Totales	11	100

Nota: Encuesta aplicado a los clientes de la empresa de Seguridad Tacna SAC

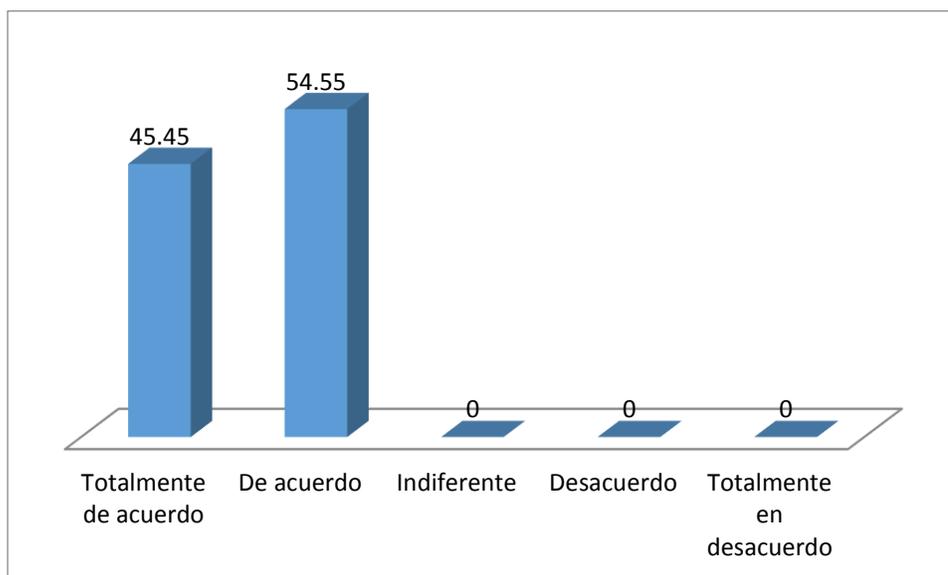


Figura 21. Está completamente satisfecho por el servicio brindado

En la figura 21 se observa que el 54.55 % de los clientes encuestados menciona que están de acuerdo con la afirmación de que está completamente satisfecho por el servicio brindado y el 45.45 % está totalmente de acuerdo con lo referido.

4.1.2. Determinación de la gestión de calidad por los clientes de la empresa de seguridad Tacna SAC, año 2018

Para el logro de los objetivos específicos, se tomó en cuenta la opinión de los 11 clientes. Conteniendo el instrumento un total de 26 ítems relacionados a la gestión de calidad, el cual se dividió en tres partes correspondientes a los indicadores: Recurso humano, infraestructura y equipo así como las normativas. Donde la escala utilizada fue de Totalmente en desacuerdo, desacuerdo, indiferente, de acuerdo y totalmente de acuerdo (Ver Apéndice D).

La tabla de baremo para la medición del instrumento fue la siguiente:

Tabla 23.

Baremo de medición para el instrumento relacionado a la gestión de la calidad

RANGO DE SUMA DE PUNTOS	GRADO DE GESTION DE LA CALIDAD
16-60	Mala
61-95	Regular
96-130	Buena

Nota: Puntos obtenidos de los 26 ítems del cuestionario aplicado a cada cliente

Tabla 24.

Resumen de la encuesta sobre gestión de calidad

Items relacionados con Gestión de calidad	Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
I. Recurso humano						
1. La organización establece, documenta, implementa y mantiene un sistema de gestión de la calidad y mejora continuamente su eficacia.		2	18	16		36
2. La empresa tiene establecidos los objetivos de calidad, los procedimientos requeridos en la norma y deben estar documentados, así como los otros documentos necesitados			12	24		36
3. La alta dirección debe proporcionar evidencia de su compromiso con el desarrollo e implementación del sistema de gestión de la calidad, así como con la mejora continua de su eficacia.			15	24		39
4. La dirección se asegura de entender los requerimientos del cliente			15	20	5	35
5. La empresa establece unas políticas de calidad, apropiadas y entendidas por la organización.			15	24	5	44
6. La empresa establece objetivos de calidad			9	24	10	43
7. La dirección asegura que las responsabilidades y autoridades están definidas y son comunicadas dentro de la organización			18	16	5	39
8. Se elige el responsable de la dirección ante la implementación del Sistema de gestión de calidad			6	32	5	43
9. Existe comunicación continua dentro de la organización con el fin de hacer efectivo el sistema de calidad y la mejora del mismo			21	28		49
10. La organización cuenta con los recursos suficientes para cumplir con el sistema de calidad y cumplir con las expectativas de los clientes			9	28	5	42
11. La organización determina la competencia necesaria para el personal y el nivel de formación que se debe dar a éste en la empresa			12	28		40
Sub total		2	150	264	35	416
II. Infraestructura y equipo						
12. La organización planifica y desarrolla los procesos necesarios para la realización del servicio teniendo en cuenta los requisitos de los otros procesos del sistema de gestión de calidad			18	20		38
13. La organización garantiza que entiende los requerimientos de los clientes			24	12		36
14. Se determina e implementa disposiciones eficaces para la comunicación con los clientes			27	4	5	36
15. La empresa planifica y controla el diseño y desarrollo del producto			27	8		35
16. La empresa realiza una revisión de los resultados del diseño realizado			18	20		38
17. Se realiza una validación del diseño para comprobar que éste cumple con los requerimientos de los clientes			21	16		37
18. La organización asegura efectuar compras que permitan ofrecer un servicio adecuado			18	16	5	34
19. Se mantiene la calidad del servicio prestado hasta la entrega del mismo			18	20		38
Sub total			171	116	10	297

III. Normativas				
20. La organización realiza el seguimiento de la información relativa a la percepción del cliente con respecto al cumplimiento de sus requisitos por parte de la organización	12	24	5	41
21. Se lleva a cabo a intervalos planificados auditorías internas para determinar la conformidad y eficiencia del sistema de gestión de calidad	15	24		39
22. La organización asegura de que el servicio que no sea conforme con los requisitos se identifique y controle para prevenir su uso o entrega no intencional	12	28		40
23. La organización determina, recopila, y analiza los datos apropiados para demostrar la idoneidad y la eficacia del sistema de gestión de calidad y evaluar las mejoras posibles	21	16		37
24. La organización mejora continuamente la eficacia del sistema de gestión de calidad	18	20		38
25. La organización toma acciones para eliminar la causa de las no conformidades potenciales y así prevenir que ocurran	21	12		33
26. La organización toma acciones para eliminar la causa de las no conformidades y así prevenir que vuelvan a ocurrir	21	16		37
Sub total	120	140	5	
Total	441	520	50	
Promedio Total	11.21	16.10	1.59	

Nota: Normas ISO: 9001:2015

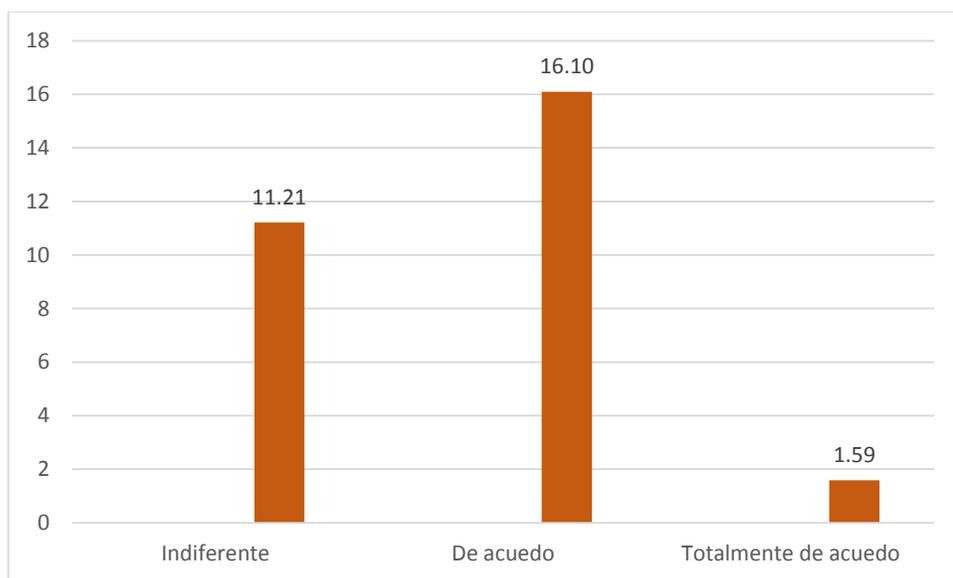


Figura 22. Promedio Total del Nivel de conformidad de la gestión de la calidad

Se observa en la figura 22 que el promedio de nivel de indiferente tiene un valor de 11.21, de acuerdo un promedio de 16.10 y totalmente de acuerdo adopta un valor de 1.59 puntos de promedio, lo que indica que los clientes se inclinan en mayor puntaje en alternativa de acuerdo.

Luego se hará un análisis desglosado de los valores de los indicadores de la gestión de calidad como recurso humano, infraestructura y equipo finalmente las normativas.

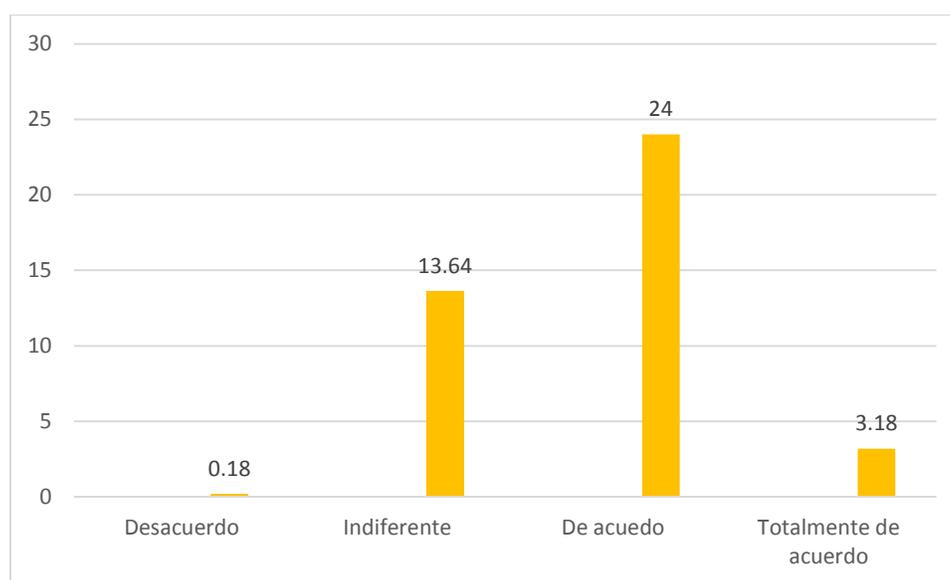


Figura 23. Información sobre promedio de conformidad de recurso humano

De la figura 23 la alternativa de acuerdo tiene un valor promedio de 24 puntos, seguido de 13.64 correspondiente a indiferente.

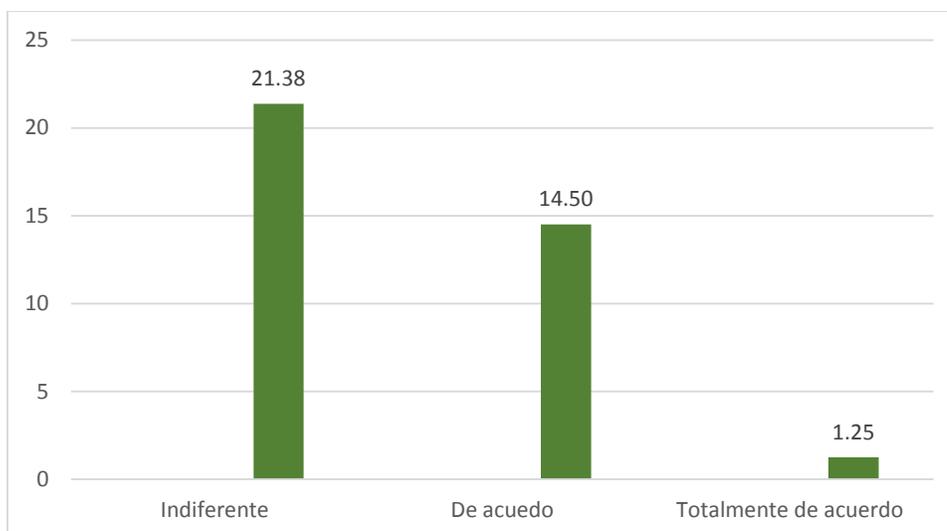


Figura 24. Promedio de conformidad de infraestructura y equipo

Respecto a la figura 24 se observa que el promedio de conformidad de infraestructura con un valor de 21.38 corresponde a indiferente, seguido la alternativa de acuerdo con el promedio de 14.50 puntos.

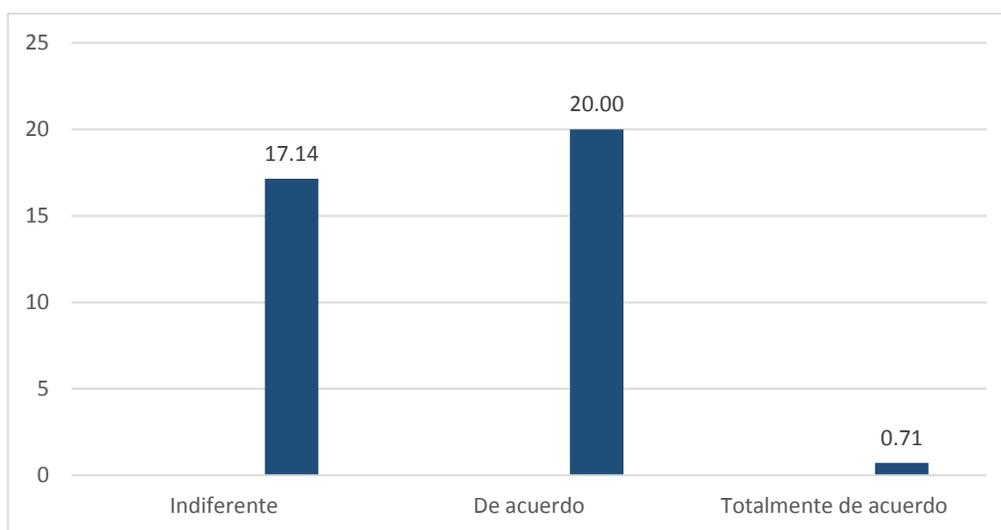


Figura 25. Promedio de conformidad respecto a normativas

La figura 25 señala que los clientes valoran en promedio con 20 puntos la alternativa estar de acuerdo y 17.24 puntos estar indiferente.

Tabla 25.

Resumen de conformidad de los clientes encuestados

N° Encuestado	Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total	% indiferente	% de acuerdo	% totalmente de acuerdo
1			30	64	0	94	0	31.91	68.09
2			12	72	20	104	11.54	69.23	19.23
3			6	80	20	106	5.66	75.47	18.87
4			42	48	0	90	46.67	53.33	0.00
5			48	40	0	88	54.55	45.45	0.00
6			42	44	0	86	48.84	51.16	0.00
7			36	56	0	92	39.13	60.87	0.00
8			57	28	0	85	67.06	32.94	0.00
9			63	24	0	87	72.41	27.59	0.00
10			2	60	20	82	2.44	73.17	24.39
11			36	52	5	93	38.71	55.91	5.38

Nota: Cuestionario de gestión de la calidad aplicado a los clientes de la empresa

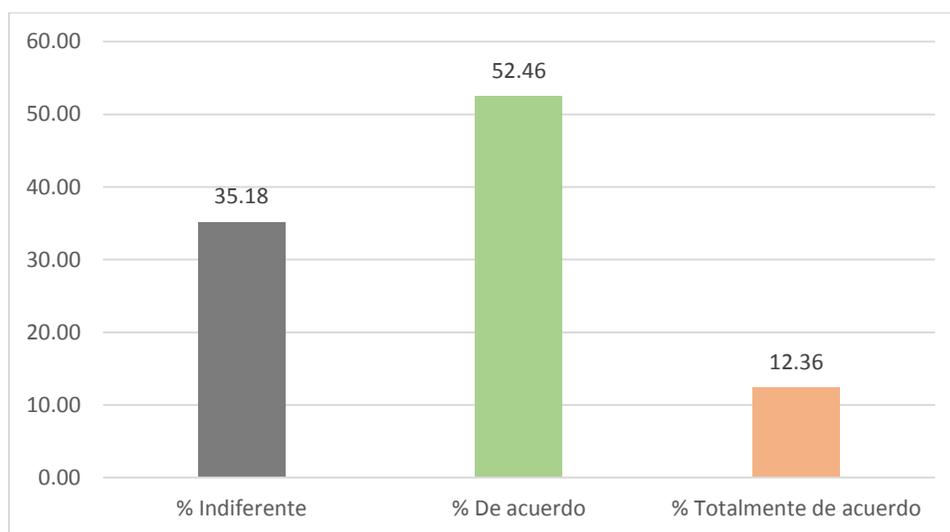


Figura 26. Promedio de porcentaje de conformidad de los clientes encuestados

Se observa en la figura 26 que los clientes respondieron en un promedio de 52.46% la alternativa de acuerdo y el 35.18% evaluó como alternativa indiferente frente a un valor de 12.36% que tuvo la alternativa de totalmente de acuerdo.

4.2. Verificación de hipótesis

4.2.1. Verificación de la hipótesis general

La gestión de la calidad del servicio influye en la satisfacción de los clientes de la empresa de seguridad Tacna SAC, año 2018.

Para la contrastación de la hipótesis general se recurrió al análisis de regresión cuyos resultados fueron los siguientes:

Coefficientes

	<i>Mínimos Cuadrados</i>	<i>Estándar Error</i>	<i>Estadístic o T</i>	<i>Valor-P</i>
<i>Parámetro</i>	<i>Estimado</i>			
Intercepto	10.9458	1.50336	7.28086	0.0000
Pendiente	-0.0489458	0.0668814	-0.73183	0.4742

Análisis de Varianza

<i>Fuente</i>	<i>Suma de Cuadrados</i>	<i>Gl</i>	<i>Cuadrado Medio</i>	<i>Razón-F</i>	<i>Valor-P</i>
Modelo	2.00935	1	2.00935	0.54	0.4742
Residuo	63.7801	17	3.75177		
Total (Corr.)	65.7895	18			

Coefficiente de Correlación = -0.174763

R-cuadrada = 3.05422 porciento

R-cuadrado (ajustado para g.l.) = -2.64848 porciento

Error estándar del est. = 1.93695

Error absoluto medio = 1.4962

Estadístico Durbin-Watson = 2.31266 (P=0.7190)

Autocorrelación de residuos en retraso 1 = -0.167415

El StatAdvisor

La salida muestra los resultados de ajustar un modelo lineal para describir la relación entre Satisfacción del cliente y Gestión de la Calidad. La ecuación del modelo ajustado es

$$\text{Satisfacción del cliente} = 10.9458 - 0.0489458 * \text{Gestión de la Calidad}$$

Puesto que el valor-P en la tabla ANOVA es mayor o igual a 0.05, no hay una relación estadísticamente significativa entre Satisfacción del cliente y Gestión de la Calidad con un nivel de confianza del 95.0% ó más.

El estadístico R-Cuadrada indica que el modelo ajustado explica 3.05422% de la variabilidad en Satisfacción del cliente. El coeficiente de correlación es igual a -0.174763, indicando una relación relativamente débil entre las variables. El error estándar del estimado indica que la desviación estándar de los residuos es 1.93695. Este valor puede usarse para construir límites de predicción para nuevas observaciones, seleccionando la opción de Pronósticos del menú de texto.

El error absoluto medio (MAE) de 1.4962 es el valor promedio de los residuos. El estadístico de Durbin-Watson (DW) examina los residuos para determinar si hay alguna correlación significativa basada en el orden en el que se presentan en el archivo de datos. Puesto que el valor-P es mayor que 0.05, no hay indicación de una autocorrelación serial en los residuos con un nivel de confianza del 95.0.

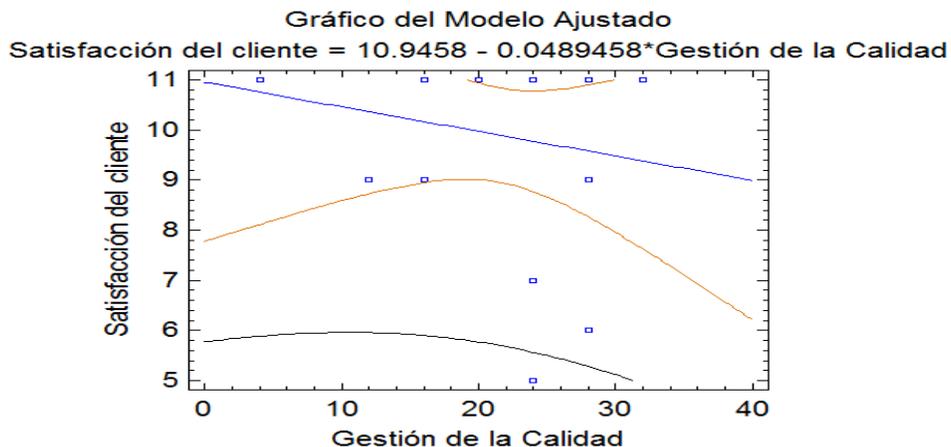


Figura 27. Grafico del modelo ajustado entre satisfacción del cliente y gestión de la calidad

El valor p es mayor que 0,05. Por lo que no se puede rechazar la hipótesis nula. Esto significa que no se alcanza el umbral mínimo del 95% de certeza que se decide por ser capaces de decir que la gestión de calidad del servicio influye en la satisfacción de los clientes a un grado que es significativamente diferente.

4.2.2. Verificación de la hipótesis específica 1

El recurso humano influye en la satisfacción de los clientes de la empresa de seguridad Tacna SAC, año 2018.

Para la constatación de la hipótesis específica 1 se considera a los ítems relacionado al recurso humano del instrumento de gestión de calidad y satisfacción del cliente

Coefficientes

	<i>Mínimos Cuadrados</i>	<i>Estándar Error</i>	<i>Estadístico T</i>	<i>Valor-P</i>
<i>Parámetro</i>	<i>Estimado</i>			
Intercepto	-5.70239	13.0857	-0.435774	0.6733
Pendiente	0.73257	0.321192	2.28078	0.0485

Análisis de Varianza

<i>Fuente</i>	<i>Suma de Cuadrados</i>	<i>Gl</i>	<i>Cuadrado Medio</i>	<i>Razón-F</i>	<i>Valor-P</i>
Modelo	93.769	1	93.769	5.20	0.0485
Residuo	162.231	9	18.0257		
Total (Corr.)	256.0	10			

Coefficiente de Correlación = 0.605215

R-cuadrada = 36.6285 por ciento

R-cuadrado (ajustado para g.l.) = 29.5872 por ciento

Error estándar del est. = 4.24566

Error absoluto medio = 3.2837

Estadístico Durbin-Watson = 2.29722 (P=0.6505)

Autocorrelación de residuos en retraso 1 = -0.275488

El StatAdvisor

La salida muestra los resultados de ajustar un modelo lineal para describir la relación entre Recurso humano y Satisfacción del cliente. La ecuación del modelo ajustado es

$$\text{Satisfacción del cliente} = -5.70239 + 0.73257 * \text{Recurso Humano}$$

Puesto que el valor-P en la tabla ANOVA es menor que 0.05, existe una relación estadísticamente significativa entre Satisfacción del cliente y Recurso Humano con un nivel de confianza del 95.0%.

El estadístico R-Cuadrada indica que el modelo ajustado explica 36.6285% de la variabilidad en Satisfacción del cliente. El coeficiente de correlación es igual a 0.605215, indicando una relación moderadamente fuerte entre las variables. El error estándar del estimado indica que la desviación estándar de los residuos es 4.24566. Este valor puede usarse para construir límites de predicción para nuevas observaciones, seleccionando la opción de Pronósticos del menú de texto.

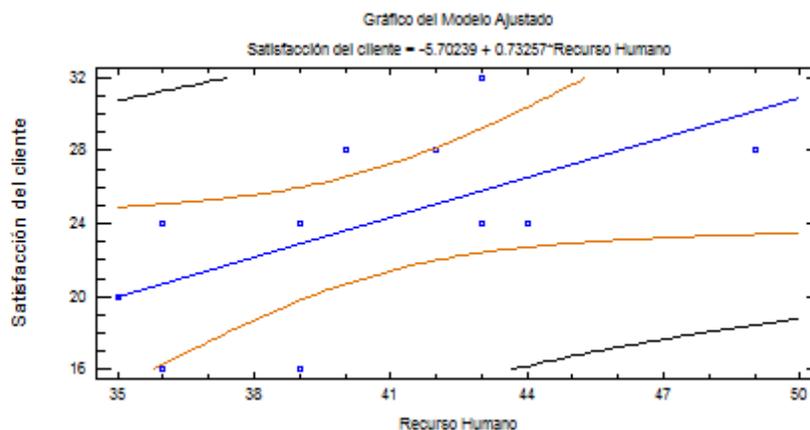


Figura 28. Grafico del modelo ajustado entre satisfacción del cliente y el recurso humano

De acuerdo al análisis de varianza el P valor es menor que 0.05 por ende se rechaza la hipótesis nula al 95% de probabilidad.

4.2.3. Verificación de la hipótesis específica 2

-Las normativas de la gestión de calidad influyen en la satisfacción de los clientes de la empresa de seguridad Tacna SAC, año 2018.

Para la contrastación de la hipótesis específica 2 se consideró a los ítems relacionados a normativas de la gestión de calidad y satisfacción de los clientes

Coefficientes

	<i>Mínimos Cuadrados</i>	<i>Estándar Error</i>	<i>Estadístico T</i>	<i>Valor-P</i>
<i>Parámetro</i>	<i>Estimado</i>	<i>Error</i>	<i>T</i>	<i>Valor-P</i>
Intercepto	34.9091	23.9535	1.45737	0.2048
Pendiente	-0.363636	0.63145	-0.575876	0.5896

Análisis de Varianza

<i>Fuente</i>	<i>Suma de Cuadrados</i>	<i>Gl</i>	<i>Cuadrado Medio</i>	<i>Razón-F</i>	<i>Valor-P</i>
Modelo	5.4026	1	5.4026	0.33	0.5896
Residuo	81.4545	5	16.2909		
Total (Corr.)	86.8571	6			

Coefficiente de Correlación = -0.249401

R-cuadrada = 6.2201 por ciento

R-cuadrado (ajustado para g.l.) = -12.5359 por ciento

Error estándar del est. = 4.0362

Error absoluto medio = 3.11688

Estadístico Durbin-Watson = 1.76948 (P=0.2501)

Autocorrelación de residuos en retraso 1 = -0.165584

El StatAdvisor

La salida muestra los resultados de ajustar un modelo lineal para describir la relación entre Satisfacción del cliente y Normativas. La ecuación del modelo ajustado es

$$\text{Satisfacción del cliente} = 34.9091 - 0.363636 * \text{Normativas}$$

Puesto que el valor-P en la tabla ANOVA es mayor o igual a 0.05, no hay una relación estadísticamente significativa entre Satisfacción del cliente y Normativas con un nivel de confianza del 95.0% ó más.

El estadístico R-Cuadrada indica que el modelo ajustado explica 6.2201% de la variabilidad en Satisfacción del cliente. El coeficiente de correlación es igual a -0.249401, indicando una relación relativamente débil entre las variables. El error estándar del estimado indica que la desviación estándar de los residuos es 4.0362. Este valor puede usarse para construir límites de predicción para nuevas observaciones, seleccionando la opción de Pronósticos del menú de texto.

El error absoluto medio (MAE) de 3.11688 es el valor promedio de los residuos. El estadístico de Durbin-Watson (DW) examina los residuos para determinar si hay alguna correlación significativa basada en el orden en el que se presentan en el archivo de datos. Puesto que el valor-P es mayor que 0.05, no hay indicación de una autocorrelación serial en los residuos con un nivel de confianza del 95.0%.

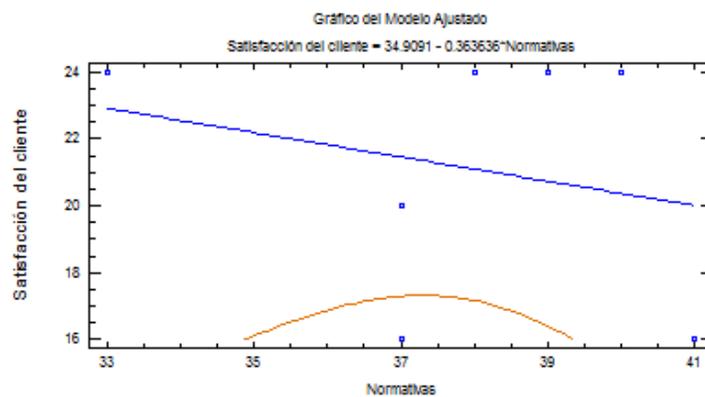


Figura 29. Grafico del modelo ajustado entre satisfacción del cliente y las normativas

De acuerdo al Análisis de varianza el P valor es mayor que 0,05 por ende se acepta la hipótesis nula al 95% de probabilidad, ya que existe una pequeña pero estadísticamente posibilidad significativa de que no lo sea.

CONCLUSIONES

PRIMERA

Los resultados estudiados para la determinación de la influencia de la gestión de la calidad en la satisfacción de los clientes de la empresa de Seguridad Tacna SAC año 2018, concluye que no existe una influencia estadísticamente significativa, puesto que el valor-P en la tabla ANOVA es mayor o igual a 0.05, por lo tanto no hay una influencia estadísticamente significativa entre la gestión de la calidad y la satisfacción de los clientes con un nivel de confianza del 95.0%.

SEGUNDA

Respecto al establecimiento de la influencia del recurso humano en la satisfacción de los clientes de la empresa de seguridad Tacna SAC, año 2018. Se concluye que existe una influencia estadísticamente significativa puesto que el valor-P en la tabla ANOVA es menor a 0.05, por lo tanto existe una influencia estadísticamente significativa entre el recurso humano y la satisfacción de los clientes con un nivel de confianza del 95.0%.

TERCERA

En cuanto a la determinación de la influencia de las normativas de la gestión de calidad en la satisfacción de los clientes de la empresa de seguridad Tacna SAC, año 2018. Se concluye que no existe una influencia estadísticamente significativa, puesto que el valor-P en la tabla ANOVA es mayor o igual a 0.05, por lo tanto no hay una influencia estadísticamente significativa entre las normativas de la gestión de calidad y la satisfacción de los clientes con un nivel de confianza del 95.0%.

RECOMENDACIONES

PRIMERA

Para lograr una satisfacción completa de los clientes se recomienda a la gerencia de la empresa abarcar todos los puntos que implican lograr la calidad total del servicio al cliente, que no sólo se centra en la atención directa del personal con el público, sino también el que percibe el cliente en la infraestructura del local, la implementación, el mantenimiento del inmueble, asimismo el cumplimiento de cláusulas y especificaciones del contrato.

SEGUNDA

El área de recursos humanos conjuntamente con la gerencia de operaciones son las encargadas de mantener los planes de capacitación al personal, que permitan mantener la calidad del servicio al cliente. Es recomendable conservar los incentivos brindados por la gerencia para mantener la motivación de los trabajadores para que puedan brindar un mejor servicio al cliente.

TERCERA

Finalmente la empresa a través del área de operaciones debe estar en la capacidad de verificar los procesos y servicios mediante auditorías internas para determinar la conformidad y la eficiencia del sistema de gestión de calidad, logrando su aseguramiento y mejora continua.

CUARTA

Se sugirió aportar a la gerencia de la empresa un plan de capacitación con actividades hacia los trabajadores para mejorar la gestión de la calidad y la satisfacción del cliente.

(Ver apéndice A)

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arraut, L. C. (2010). *La gestion de la calidad como innovacion organizacional para la productividad en la empresa*. Bogota.
- Bedoya, E. (2003). *La nueva gestión de personas y su evaluación de desempeño en empresas competitivas*. Lima: UNMSM. Biblioteca de la facultad de ciencias administrativas.
- Camison, C., Boronat, M., Villar, A., & y Puig, A. (2009). Sistemas de gestión de calidad total y desempeño. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, vol 18 N°1, 123-134.
- Delgado, J. (2016). *Gestión de la calidad y su influencia en la satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad del Norte "Clinifer"*. Chiclayo: Universidad Señor de Sipán. Tesis.
- Deming, W. E. (1989). *Calidad Productividad y competitividad*. (D. d. Santos, Ed.) La salida de la crisis.
- Esquivez, Y. &. (2012). *Relación de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa hipermercados Plaza Veá de Chiclayo*. Chiclayo: Tesis. universidad de Sipán.
- Fontalvo, T. (2009). *La norma ISO 9000:2000*. Perú.: Managment en salud. Segunda edición.
- Gonzalez., C. C. (2006). *Gestión de calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid: Pearson.
- Harrington, H. (1997). *Soluciones de calidad a su servicio: Enfoque en el cliente*. España.

- Hernández, V., & Quintana, L. &. (2008). Influencia de la cultura organizacional en la calidad del servicio en el Hospital "Mario Muñoz Monrot". *Revista Cubana Médica*. Vol. 37. N° 3.
- Joaquín, J. &. (1998). La aplicación del modelo europeo de gestión de la calidad total al sector sanitario: ventajas y limitaciones. *Revista Calidad Asistencial*. Vol 13, 92-97.
- Jurán, J. (1990). *Planificación para la calidad*. Madrid-España: Diaz de santos.
- Kotler, P. (1991). *Marketing social: estrategias para cambiar la conducta pública*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos SA.
- Moliner, B. &. (2010). Causas y Consecuencias de la insatisfacción en consumidores con atribuciones externas. *Cuadernos de gestión*, 37-58.
- Pérez, C. (2014). *La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa rstantante campestre SAC Chiclayo*. Chiclayo-Perú: niversidad católica Santo Toribio de Mogrovejo. Tesis.
- Pérez, J. (1994). *Gestión de la calidad empresarial: Calidad en los servicios y atención al cliente*. Madrid: ESIC.
- Rojas, M. (2008). *Clima organizacional y satisfaccion laboral del personal de salud del Hospital Daniel Alcides Carrrios de Huancayo*. Huancayo.
- Zevallos, F. (2017). *la satisfacción laboral y el estrés laboral de los trabajadores de los servicios de alojamiento de la asociación de empresarios y emprendedores del Distrito Coronel Gregorio Albarracín lanchipa*. Tacna: Universidad Privada de Tacna. Tesis.

APÉNDICES

Apéndice A: Aporte de mejora y plan de capacitación

4.1.3. Propuesta de acciones de mejora para la optimización de la calidad de servicio y satisfacción del cliente en la empresa de seguridad Tacna SAC año 2017

A. Informe

Se implementó un programa de calidad de servicio basado en un diagnóstico preliminar mediante la matriz FODA que se presenta a continuación:

EMPRESA SEGURIDAD TACNA S.A

FORTALEZAS:

- Visión, misión, objetivos y metas bien definidos.
- Personal cuenta con todos los beneficios acuerdo a ley (CTS, vacaciones, etc.)
- La empresa cuenta con 24 horas de supervisión presencial versus empresas que no tienen seguimiento con sus operarios
- Presencia en el mercado de seguridad por más de 30 años
- Ronda inopinadas
- Posicionamiento de lema “Si no hay control, no hay seguridad”
- Plan de seguridad para cada cliente de acuerdo a la zona de ubicación

DEBILIDADES:

- No se mapean los procesos de control interno
- Falta de parqueo
- Actitud conservadora por parte de la gerencia
- Falta de involucramiento por los gerentes delegados

AMENAZAS:

- Presencia de MYPES que ofrecen bajos costos por el servicio
- Autorización de la SUCAMEC se limita Tacna y Moquegua

OPORTUNIDADES:

- Lograr el posicionamiento en el sur del país ampliando el mercado (Puno, Arequipa, etc)
- Ampliación de los años de vigencia de la licencia

B. Propuesta

Implementación de un programa de calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente en la empresa de seguridad Tacna SAC.

C. Introducción:

En la actualidad la competencia cada día es mayor y para mantener la competitividad se debe innovar la calidad del servicio para satisfacer las necesidades del cliente, ya que el cliente cada día exige más, ya no busca solamente precio, sino también una buena atención, trato personalizado, un servicio rápido, un ambiente agradable, por lo que la organización debe caracterizarse con un excelente nivel para lograr la satisfacción del cliente, y con ello lograr que el cliente adquiera los servicios que se le ofrecen. Por ello es importante que la organización inicie con sus colaboradores, la implementación de capacitación de calidad del servicio; para que se diferencie de la competencia. Al llevar a cabo la propuesta es necesario mejorar la actitud de sus colaboradores, y que puedan transmitir al cliente confianza al momento de ofrecer los servicios que brindan.

D. Justificación:

Con el diagnóstico recopilado de calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la organización, determinó que existen deficiencias en donde los clientes no están satisfechos. Por lo que se implementó un programa de calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente, donde se involucró al coordinador y empleados, para que todos se identificaran con la asociación y así lograr con ello la satisfacción del cliente.

Objetivo General

Implementar un programa de calidad del servicio para aumentar la satisfacción del cliente en la organización.

Objetivos Específicos

- Enriquecer los conocimientos y habilidades de los empleados referente a calidad del servicio y satisfacción del cliente.
- Motivar al empleado, para lograr los objetivos de la empresa, basados en calidad del servicio y satisfacción del cliente.
- Brindar formatos para medir la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de manera periódica.
- Establecer un protocolo de servicio.
- Fortalecer la cultura de servicio en la organización

Plan de capacitación			
Tema: Calidad de servicio y satisfacción del cliente			
Lugar de realización: Empresa de Seguridad Tacna SAC			
Tipo de evento (Estrategia)			
Número de participantes:20			
Tiempo	Actividad a desarrollar	Equipo, herramienta o material a utilizar	Objetivo
20 minutos	<p>Introducción ó apertura</p> <p>Sensibilización (dinámica participativa). Para despertar el interés y entusiasmo por seguir participando en la actividad y lograr, de esta manera, un compromiso sostenible. Se procedió a:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Repartir papel a cada uno de los participantes, en donde anotó una de las cualidades que lo identifica ante los demás. 2. Se reunieron todos los papeles. 3. Se repartieron nuevamente al grupo ya revueltos. 4. Cada participante leyó la cualidad y trató de adivinar quien escribió la misma. 	Papel, marcadores y lapiceros	Crear un ambiente de confianza
20 minutos	<p>Desarrollo</p> <p>Filosofía de la Empresa: Misión: Inspiramos a las personas al mejoramiento de su calidad de vida, a través del desarrollo de sus competencias y aprovechamiento sostenible de sus recursos Visión: Ser una organización líder, innovadora y sólida que impulsa el desarrollo; integrada por personal comprometido, leal, competente y motivado, que inspira a las personas hacia la búsqueda de oportunidades; incidiendo en la construcción de una sociedad próspera y equitativa. Valores: - Creatividad - Excelencia - Espíritu de servicio - Integridad - Fe en el potencial humano (Dinámica con recortes de papel para armar la misión y visión)</p>	Presentación por medio de equipo multimedia, y utilización de papel	Que el participante tenga claro la filosofía, y que se identifique con ella.
	<p>Calidad del servicio: Es exceder las expectativas de clientes a través de conocimiento de los servicios, mercancías e información en general, además de la cordialidad, respeto y empatía hacia el cliente. El Cliente es:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El que recibe un servicio. - Quien tiene una necesidad. - Quien tiene poder de decir. - El que define la calidad. - El que evalúa tu desempeño como proveedor. - El que justifica tu existencia. - El que no siempre tiene la razón, pero va primero. - El que busca la mejor opción. <p>Imagen del Personal:</p>	<p>Presentación por medio de equipo multimedia.</p> <p>Se realizará discusión de grupos a través de los mismos.</p>	<p>Que el colaborador aplique la cultura de calidad de servicio, y que su trabajo lo realice con dedicación.</p> <p>Que los participantes proporciones críticas</p>

90 minutos	<p>La imagen de una empresa, la hacen las personas que la forman. Una imagen positiva se crea con: la imagen personal, el lenguaje corporal y verbal y una vestimenta adecuada.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Limpieza personal <p>La higiene personal habla bien de las personas que la aplican, denotan cuidado, interés y aspiración profesional.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Limpieza de instalaciones <p>Mantener cada módulo de la institución en óptimas condiciones en cuanto a limpieza.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Limpieza y orden en puesto de trabajo <p>Aplicar orden, limpieza, organización, conservación y disciplina en el puesto de trabajo, para dar una imagen.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Utilización de uniforme <p>Administrativo, de Mantenimiento, y de Campo, El uniforme utilizado por el colaborador refleja la imagen profesional de la empresa. Es importante saber elegir la vestimenta, que sea cómoda, elegante y respetable, para facilitar el trabajo, y sea acorde al puesto que desempeña dentro de la empresa.</p> <p>Conocimiento de los servicios que presta su empresa (para brindar información correcta)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Como empleado debe conocer todo lo relacionado a su empresa. - Atención inmediata al cliente. <p>Protocolo personal y telefónico.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Debe utilizarse para distinguirse de otras empresas y brindar una imagen excepcional <p>Protocolo telefónico: Saludo: “Buenos días o tardes, Gracias por llamar a la empresa, le atiende XX, ¿En qué puedo Ayudarle?”</p> <p>Despedida: ¿Le puedo ayudar en algo más?</p> <p>Protocolo personal: Saludo: “Buenos días o tardes, mi nombre es XX. ¿En qué puedo ayudarle?” Despedida: ¿Le puedo ayudar en algo más? (Esperar que responda, si necesita algo, si no despídase con: Fue un gusto atenderle)</p> <p>Atención al cliente con valor agregado.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Acompañamiento (al momento que un cliente llegue a la oficina, debe ser abordado, y si necesita dirigirlo con otra persona, no solo indicarle en donde lo encuentra, por educación debe acompañarlo) - Brindar café o agua. <p>Cultura de servicio: Que es servicio: Conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de los clientes. Qué es Cultura de Servicio: Es la que Influye en la gente para comportarse y relacionarse con métodos orientados hacia el servicio o hacia la premisa “El cliente es primero”.</p>	<p>Se solicitará la participación de un colaborador para que se exponga la forma de brindar información de su empresa.</p> <p>Solicitar a la recepcionista de la empresa de Seguridad Tacna SAC como realiza la recepción de llamadas y clientes externos.</p> <p>Dar a conocer los estándares que se debe en la cultura de servicio.</p>	<p>constructivas.</p> <p>Que los participantes apliquen la forma correcta de contestar el teléfono o las visitas personales.</p> <p>Que todo el personal aplique siempre el valor agregado</p>
------------	---	---	--

	<p>Estándares de la cultura de servicio: Son directrices que establecen como debe brindarse el servicio al cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cortesía <p>Trate al cliente como lo más importante de su trabajo. Sea asertivo Maneje las situaciones Escuchar con atención Cuidar su imagen personal Practique el hábito de la cortesía.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad <p>Administración del tiempo Puntualidad Solucionar imprevisto</p> <ul style="list-style-type: none"> - Efectividad <p>No prometa en exceso</p> <ul style="list-style-type: none"> - Consistencia <p>Aplicación correcta de los estándares. Expectativas de los clientes Niveles de expectativas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Básico: Es lo mínimo indispensable que se espera - Esperado: Estará representado de acuerdo al precio que ha pagado. - Deseado: Es el que le gustaría recibir - Inesperado: Es cuando se mejora o incrementa el valor. 		<p>Un mejor conocimiento sobre la cultura de calidad de servicio.</p>
	<p>Satisfacción y retención de clientes Satisfacción del Cliente: Es el componente esencial para incrementar la competitividad de las organizaciones. La identificación de las necesidades y expectativas de los clientes es fundamental para alcanzar su satisfacción. Formas de Satisfacción del Cliente y retención:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ofrecer un servicio o producto de calidad - Cumplir con lo ofrecido - Brindar un buen servicio al cliente - Brindar atención personalizada - Brindar una atención rápida - Brindar un servicio extra <p>Medición de satisfacción del cliente: Objetivo: Medir algunos aspectos de fallas de la empresa, para mejorarlas e implementar nuevas estrategias, para alcanzar el éxito de la empresa. Instrumentos de evaluación</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cliente oculto: Es una técnica utilizada por las empresas para evaluar y medir la calidad en la atención al cliente . - Boleas de satisfacción del cliente. <p>Son utilizadas por las empresas para determinar el nivel de satisfacción de sus clientes.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Buzón de sugerencias Tiene como objetivo recoger las sugerencias, quejas y reclamaciones de los clientes, sobre el funcionamiento de los servicios que se brinda, con el fin de mejorar su funcionamiento o corregir las necesarias. 		
15 minutos	<p>Recapitulación Comprobación de aprendizaje -Ejercicio de atención al cliente</p>		

	-Aplicación de estándares		
5 minutos Total: 180 minutos	Evaluación Preguntas sobre el tema		

Presupuesto

Unidad	Concepto	Total
	Alquiler de equipo multimedia	200.00
	Refrigerio	200.00
10	Papelotes	10.00
4	Marcadores	10.00
15	Lapiceros	15.00
5	Cartulina a colores	2.50
3	Juego de tijeras	15.00
1	Cinta Masking tape	5.00
45	Fotocopias	5.00
1	Buzon de sugerencias	200.00
	Total	s/. 662.50

Las medidas de evaluación aplicadas en la organización se diseñaron en base a la información recabada de la misma, para obtener un resultado real.

Las mismas se describen a continuación:

Responsable: Coordinador

Tiempo sugerido para su aplicación: Trimestral

Resultados obtenidos: Analizar los resultados para toma de decisiones.

Evaluación capacitación calidad del servicio y satisfacción del cliente

Instrucciones: A continuación se le presenta una serie de preguntas, las cuales deberá responder en forma clara y precisa.

1. ¿Cuáles son los valores de la empresa de Seguridad Tacna SAC?

2. ¿Cuál es la visión y misión de la empresa?

3. ¿Cuál es el protocolo que debe utilizar para la atención de un cliente en forma telefónica y personal?

4. ¿Qué valor agregado brinda al cliente?

5. ¿Qué mejoras considera que se lograría al aplicar la calidad del servicio?

6. ¿Qué mejoras se lograrían con la implementación del buzón de sugerencias?

7. ¿En qué aspectos le ayudará esta capacitación para el desempeño de sus labores diarias?

Responsable: Coordinador de empresa de Seguridad Tacna SAC

Tiempo sugerido para su aplicación: cada 15 días.

Resultados obtenidos: Analizar los resultados para el fortalecimiento en la calidad del servicio que brinda empresa de seguridad Tacna SAC.

Boleta de medición de calidad de servicio para buzón de sugerencias

Empresa de seguridad Tacna SAC

Fecha : / /

Agradecemos su colaboración, calificando el servicio que utiliza, para brindarle la atención que se merece.

CALIDAD DEL SERVICIO

Item	Malo	Bueno	Excelente
¿Recibió un trato cortés?			
¿El colaborador utilizó palabras claras para darle la información solicitada?			
¿Cómo calificaría la imagen personal del colaborador?			
El puesto de trabajo estaba ordenado y limpio?			
¿El colaborador demostró que conocía sobre los servicios de la empresa de seguridad Tacna SAC?			
¿El colaborador le ofreció opciones al servicio solicitado?			
¿Le atendió el colaborador con prontitud?			
¿El colaborador comprendió realmente su necesidad?			
¿Percibe que se le dio un trato equitativo?			
¿Considera que los ambientes de SETAC son siempre seguros?			
¿Se le da siempre seguimiento a sus requerimientos?			
¿La información escrita, personal o telefónica que se le da, es adecuada?			
¿Observa que los colaboradores de la empresa de seguridad Tacna SAC trabajan en equipo?			
Indique el área donde fue atendido (sólo una)			
Indique el nombre del colaborador que lo atendió			

Responsable: Coordinador de empresa de seguridad Tacna SAC

Tiempo sugerido para su aplicación: Trimestral.

Resultados obtenidos: Con la implementación de esta boleta se desea evaluar la satisfacción del cliente para luego tomar decisiones sobre las debilidades encontradas, para el fortalecimiento en la calidad del servicio que brinda la empresa de seguridad Tacna SAC.

Apéndice B: Matriz de consistencia

Título: Gestión de calidad y la satisfacción de los clientes de la empresa de seguridad Tacna SAC, 2018

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Indicadores	Instrumentos
<p>Problema general</p> <p>¿Influye la gestión de la calidad en la satisfacción de los clientes en la empresa de seguridad Tacna SAC, año 2018?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>¿Cómo influye el recurso humano en la satisfacción de los clientes de la empresa de seguridad Tacna SAC, año 2018?</p> <p>¿Cómo influyen las normativas de la gestión de calidad en la satisfacción de los clientes de la empresa de seguridad Tacna SAC, año 2018?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar la influencia de la gestión de la calidad en la satisfacción de los clientes de la empresa de Seguridad Tacna SAC año 2018.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>-Establecer la influencia del recurso humano en la satisfacción de los clientes de la empresa de seguridad Tacna SAC, año 2018</p> <p>-Determinar la influencia de las normativas de la gestión de calidad en la satisfacción de los clientes de la empresa de seguridad Tacna SAC, año 2018</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>La gestión de la calidad del servicio influye en la satisfacción de los clientes de la empresa de seguridad Tacna SAC, año 2018.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>-El recurso humano influye en la satisfacción de los clientes de la empresa de seguridad Tacna SAC, año 2018</p> <p>- Las normativas de la gestión de calidad influyen en la satisfacción de los clientes de la empresa de seguridad Tacna SAC, año 2018</p>	<p>Variable Independiente</p> <p>Gestión de la calidad</p> <p>(X)</p> <p>Variable Dependiente</p> <p>Satisfacción del cliente</p> <p>(Y)</p>	<p>-Recurso humano</p> <p>-Infraestructura/equipo</p> <p>-Normativas</p> <p>- Expectativa</p> <p>-Atención al cliente</p> <p>-Rapidez en el servicio.</p>	<p>-</p> <p>Cuestionario</p> <p>-Cuestionario</p>

Apéndice C. Encuesta de satisfacción de los clientes de la empresa de seguridad empresa de seguridad Tacna SAC de la provincia de Tacna.

Estimado Sr. Sírvase responder con toda sinceridad los ítems relacionados a la satisfacción de los clientes de la empresa de Seguridad Tacna SAC

Objetivo: El objetivo principal de este cuestionario es recolectar información de los clientes de la empresa en aspectos que permita determinar la satisfacción del cliente.

Instrucciones: Conteste adecuadamente las preguntas planteadas y sea lo más objetivo posible.

N°	Ítems relacionados a la satisfacción del cliente	Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
1	¿La empresa cuenta con equipamiento moderno y adecuado para atender a sus clientes?					
2	¿Los ambientes de la empresa son amplios y cómodos para recibir atención?					
3	¿Están uniformados e identificados los colaboradores de la empresa?					
4	¿La empresa cumple con las cláusulas y especificaciones del contrato de servicio?					
5	¿Existe fiabilidad en cuanto a los servicios e informes que realiza la empresa?					
6	¿Es el tiempo de espera el adecuado para ser atendido?					
7	¿Los reclamos y sugerencias de los clientes son atendidos inmediatamente?					
8	¿Se atiende de manera inmediata a los clientes por parte del personal de la empresa?					
9	¿El personal de la empresa inspiran confianza y seguridad en la información que transmiten?					
10	¿Existe seguridad y confiabilidad en los servicios que brinda la empresa?					
11	¿El personal de la empresa se encuentra capacitado para brindar un servicio seguro y fiable?					
12	¿Existe preocupación por atender los intereses de los clientes por parte del personal de la empresa?					
13	¿El personal de la empresa brinda un servicio amable y cortes?					
14	¿El servicio recibido en la empresa ha superado sus expectativas?					
15	¿Ud volvería a solicitar los servicios de la empresa?					
16	¿Los precios del servicio son aceptables de su parte?					
17	¿Existe coherencia con lo que publicita la empresa?					
18	¿Si alguien requiere los servicios de la empresa, recomendaría usted?					
19	¿Está completamente satisfecho por el servicio brindado?					
Puntaje parcial						
Puntaje total						

Apéndice D. Encuesta de gestión de calidad aplicado a los clientes de la empresa de seguridad

Tacna SAC

Estimado Sr. Sírvase responder con toda sinceridad los ítems relacionados a gestión de la calidad de la empresa de Seguridad Tacna SAC

Objetivo: El objetivo principal de este cuestionario es recolectar información de la empresa en aspectos que permita determinar la gestión de la calidad y el bienestar del cliente.

Instrucciones: Conteste adecuadamente las preguntas planteadas y sea lo más objetivo posible.

Items relacionados con Gestión de calidad	Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
I. Recurso humano	1	2	3	4	5
1. La organización establece, documenta, implementa y mantiene un sistema de gestión de la calidad y mejora continuamente su eficacia					
2. La empresa tiene establecidos los objetivos de calidad, los procedimientos requeridos en la norma y deben estar documentados, así como los otros documentos necesitados					
3. La alta dirección debe proporcionar evidencia de su compromiso con el desarrollo e implementación del sistema de gestión de la calidad, así como con la mejora continua de su eficacia.					
4. La dirección se asegura de entender los requerimientos del cliente					
5. La empresa establece unas políticas de calidad, apropiadas y entendidas por la organización.					
6. La empresa establece objetivos de calidad					
7. La dirección asegura que las responsabilidades y autoridades están definidas y son comunicadas dentro de la organización					
8. Se elige el responsable de la dirección ante la implementación del Sistema de gestión de calidad					
9. Existe comunicación continua dentro de la organización con el fin de hacer efectivo el sistema de calidad y la mejora del mismo					
10. La organización cuenta con los recursos suficientes para cumplir con el sistema de calidad y cumplir con las expectativas de los clientes					
11. La organización determina la competencia necesaria para el personal y el nivel de formación que se debe dar a éste en la empresa					
II. Infraestructura y equipo					
12. La organización planifica y desarrolla los procesos necesarios para la realización del servicio teniendo en cuenta los requisitos de los otros procesos del sistema de gestión de calidad					
13. La organización garantiza que entiende los requerimientos de los clientes					
14. Se determina e implementa disposiciones eficaces para la comunicación con los clientes					

15.	La empresa planifica y controla el diseño y desarrollo del producto					
16.	La empresa realiza una revisión de los resultados del diseño realizado					
17.	Se realiza una validación del diseño para comprobar que éste cumple con los requerimientos de los clientes					
18.	La organización asegura efectuar compras que permitan ofrecer un servicio adecuado					
19.	Se mantiene la calidad del servicio prestado hasta la entrega del mismo					
III. Normativas						
20.	La organización realiza el seguimiento de la información relativa a la percepción del cliente con respecto al cumplimiento de sus requisitos por parte de la organización					
21.	Se lleva a cabo a intervalos planificados auditorías internas para determinar la conformidad y eficiencia del sistema de gestión de calidad					
22.	La organización asegura de que el servicio que no sea conforme con los requisitos se identifique y controle para prevenir su uso o entrega no intencional					
23.	La organización determina, recopila, y analiza los datos apropiados para demostrar la idoneidad y la eficacia del sistema de gestión de calidad y evaluar las mejoras posibles					
24.	La organización mejora continuamente la eficacia del sistema de gestión de calidad					
25.	La organización toma acciones para eliminar la causa de las no conformidades potenciales y así prevenir que ocurran					
26.	La organización toma acciones para eliminar la causa de las no conformidades y así prevenir que vuelvan a ocurrir					

Apéndice E. Relación de clientes de la empresa de seguridad Tacna SAC

Nº	Nombre o Razón social	Sedes	Fecha de inicio de servicio
1	CENTRO CULTURAL PERUANO NORTEAMERICANO	TACNA / ILO	01/01/2010
2	CLINICA LA LUZ	TACNA	01/05/2017
3	COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO CUAJONE	MOQUEGUA / ILO	01/03/2003
4	COSMOS AGENCIA MARITIMA	ILO	01/04/2014
5	ELECTROSUR SA	TACNA / ILO / MOQUEGUA	27/10/2006
6	J A S ALMACENES	ILO	21/07/2014
7	JHON VON NEUMANN	TACNA	01/08/2014
8	MSA DEL PERU	ILO	29/08/2014
9	PENSION 65	TACNA / MOQUEGUA	01/04/2015
10	PLAN COPESCO NACIONAL	TACNA	08/09/2018
11	ROSET DISTRIBUCIONES	TACNA / ILO	03/07/2015
12	SENATI	TACNA / ILO	01/06/2017
13	SEGURO INTEGRAL DE SALUD	TACNA / MOQUEGUA	02/11/2018
14	TOP RANK HOTEL SAC	TACNA	15/11/2016
15	TOTAL GENIUS IRON MINING	TACNA	01/04/2015

Fuente: Empresa de Seguridad Tacna SAC, 2018

Apéndice F. Documentos y formatos de la empresa de seguridad Tacna SAC

Tacna, XX de XXXXX del 20XX

SETA S.A.C. C. N° XXXX- 20XX

Señores:

Atención: _____

Presente.-

De nuestra consideración:

Me dirijo a Uds. para saludarlos y al mismo tiempo presentarle a Seguridad Tacna S.A.C., Empresa Tacneña que cuenta con 30 años ininterrumpidos de prestar servicios a empresas e instituciones públicas y privadas.

SETA SAC, está conformada por experimentados Profesionales del Orden y la Seguridad, con oficinas administrativas y operativas en las ciudades de Tacna, Moquegua e Ilo, brindando sus servicios a distinguidos clientes de la Banca, Comercio e Industria, con la calidad debida lo que nos acredita como Empresa Líder, por el conocimiento, experiencia, destreza y sólido prestigio en la actividad de Seguridad y Vigilancia Privada, en la zona Sur del País.

La seriedad de nuestras operaciones se ve garantizada con el eficiente control permanente de nuestros supervisores, además de contar con toda la documentación en regla exigida por la DICSCAMEC así como del Ministerio de Trabajo y SUNAT. Asimismo nuestro servicio se encuentra garantizado y respaldado con las respetivas Pólizas de Seguro de Deshonestidad, Responsabilidad Civil y Accidentes personales, las que se encuentran vigentes a la fecha.

Adjunto a la presente remitimos nuestra cotización. De requerir cualquier información adicional o documentación complementaria estamos a sus órdenes al telefax N° 052-424949,

Agradeciendo su atención a la presente.

Atentamente

GERENCIA ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL

SETA SAC

COTIZACIÓN N° XXX-20XX/SEGTAC

Tacna, XX de XXXXXX del 20XX

Señores:

Atención: _____

Presente.-

ITEM	CANT	DESCRIPCION	PRECIO UNIT	PRECIO TOTAL

IMPORTANTE:

- El precio indicado **incluye IGV** y está sujeto a variación únicamente cuando el Gobierno Central incremente la R.M.V. de los trabajadores.

COBERTURA:

- Los precios indicados coberturan sueldos, gratificación (2 al año), vacaciones, feriados, CTS, ESSALUD, Uniformes, Gastos Administrativos, Pólizas de seguro, supervisión permanente, Impuestos de Ley, y Utilidad.

Atentamente,

GERENCIA ADMINISTRATIVA Y COMERCIAL

SETA SAC

TOMA DE DATOS

AGENTE (<i>quien recepciona la solicitud</i>)							
CLIENTE							
RUC				PERSONA DE CONTACTO			
FECHA				ENCARGADO Y CARGO			
DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO							
PUESTO DE VIGILANCIA							
8 HRS		12 HRS		24 HRS		OTROS HRS	OBSERVACIONES
CON ARMAS		SIN ARMA		LUN-VIER		LUN-SAB	
ALOJAMIENTO		ALIMENTACIÓN		LUN-DOM		OTROS DIAS	
TRANSPORTE		3/8					
# AGENTES		12/12					

REGISTRO DE QUEJAS

Nº	
1. DESCRIPCIÓN	
Recibido por: _____	
2. ANÁLISIS DE CAUSA	
3. ACCIONES A TOMAR	
Responsable: _____	
4. COMUNICACIÓN DE LA SOLUCION AL CLIENTE	
COMUNICADA A : _____	
Responsable: _____	
5. OBSERVACIONES	

ACTA DE INSTALACION DEL SERVICIO DE SEGURIDAD Y VIGILANCIA PRIVADA POR LA
EMPRESA "SEGURIDAD TACNA SAC." EN LAS INSTALACIONES DE LA CONTRATISTA
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

En el distrito de _____, siendo las _____ horas del día __ de _____ del año _____, en las instalaciones de _____, ubicado en _____, del Distrito de _____, Provincia de _____ y Departamento de _____; los suscritos dan conformidad de la instalación del servicio de Seguridad y Vigilancia Privada a cargo de la Empresa "SEGURIDAD TACNA SAC.", para tal efecto se procede a la recepción de los enseres propios del servicio y materiales Propiedad de la Empresa _____; Se adjunta relación. (Anexo 01)

Firmando los suscritos el presente documento en señal de conformidad.

p/ LA CONTRATISTA

p/ SEGURIDAD TACNA SAC.

ARTICULOS Y ENSERES EN SITUACIÓN DE RECEPCION

Nº	ARTICULOS
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	
19	

_____, _____ de _____ de 20__

Apéndice G. Validación del instrumento por criterio de expertos.



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): 1.2. Grado Académico.....
- 1.3 Profesión:
- 1.4. Institución donde labora: 1.5. Cargo que desempeña.....
- 1.6 Denominación del Instrumento:
.....

II. VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS Sobre los ítems del instrumento	Muy Malo	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Están formulados con lenguaje apropiado que facilita su comprensión					
2. OBJETIVIDAD	Están expresados en conductas observables, medibles					
3. CONSISTENCIA	Existe una organización lógica en los contenidos y relación con la teoría					
4. COHERENCIA	Existe relación de los contenidos con los indicadores de la variable					
5. PERTINENCIA	Las categorías de respuestas y sus valores son apropiados					
6. SUFICIENCIA	Son suficientes la cantidad y calidad de ítems presentados en el instrumento					
SUMATORIA PARCIAL						
SUMATORIA TOTAL						



III. RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

a) Valoración cualitativa:

Deficiente () Regular () Bueno ()

Lugar y fecha.....

Nombre:

DNI N°

Teléfono: