



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

TESIS

**“PERCEPCIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD DEL ÁREA
ADMINISTRATIVA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO Y
EXTERNO DEL MUNICIPIO DE PARCONA EN LA CIUDAD DE ICA,
PERIODO 2015 ”**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO
DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

PRESENTADO POR: SHARON ELIZABETH GUEVARA JUSCAMAYTA

ICA – PERÚ

2015

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad hasta ahora; en segundo lugar a cada uno de los que son parte de mi familia

por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me han ayudado y llevado hasta donde estoy ahora.

RECONOCIMIENTO

A mis maestros por sus enseñanzas y experiencias y poder guiarme en el desarrollo de mis capacidades.

RESUMEN

Esta investigación que lleva por título: **“PERCEPCIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD DEL ÁREA ADMINISTRATIVA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO Y EXTERNO DEL MUNICIPIO DE PARCONA EN LA CIUDAD DE ICA, PERIODO 2015”**. En la cual se estableció el siguiente objetivo: Analizar la percepción de la gestión de calidad del área administrativa y su influye en la satisfacción del cliente interno y externo del Municipio de Parcona en la ciudad de Ica, periodo 2015. Además el estudio comprendió a los empleados del área administrativa del Municipio de Parcona, que en su totalidad son 23. Y también se tuvo en cuenta la población del distrito de Parcona que según el INEI aproximadamente son 50.349 habitantes, con un nivel de confianza de 93% y un error muestral de 7%., obteniéndose para ello una muestra de 167 de usuarios a encuestar.

Se llegó a las siguientes conclusiones:

- Que existe influencia parcial entre la percepción de la gestión de calidad del área administrativa y la satisfacción del cliente interno y externo del Municipio de Parcona en la ciudad de Ica, periodo 2015.
- Que no existe influencia directa entre la percepción sobre las herramientas de gestión de la calidad aplicadas en el área administrativa y la satisfacción del cliente interno en el Municipio de Parcona en la ciudad de Ica, periodo 2015. A un nivel de significancia de un 0.288 con un mínimo de error del 0.05, resulta

ser mayor, por lo tanto no existe relación significativa entre gestión de la calidad y satisfacción del cliente interno.

▪ Que existe influencia directa entre la percepción sobre la gestión de la calidad aplicadas en el área administrativa y la satisfacción del cliente externo del Municipio de Parcona de la ciudad de Ica, periodo 2015. Con un nivel de significancia del 0.008, es menor al nivel mínimo de error al 5%, por lo que existe una relación significativa de la gestión de la calidad y satisfacción al cliente externo.

Palabras claves: Gestión de la calidad, Satisfacción del cliente interno y externo, Marketing estratégico.

ABSTRACT

This research entitled: **"PERCEPTION OF QUALITY MANAGEMENT AREA ADMINISTRATIVE AND INTERNAL CUSTOMER SATISFACTION AND TOWNSHIP EXTRENO PARCONA IN THE CITY OF ICA, PERIOD 2015"** in which the next target was established. Analyze the perception quality management of the administrative area and influences the satisfaction of internal and external customer Parcona Township in the city of Ica, 2015. In addition the study period comprised employees of the administrative area of the Municipality of Parcona, which in its 23. And all are Parcona district population that according to the INEI are approximately 50,349 inhabitants, with a confidence level of 93% and a sampling error of 7% was also taken into account, obtaining for it a sample of 167 surveying users.

He reached the following conclusions:

- That there is partial influence between the perception of the quality management of the administrative area and the satisfaction of internal and external customer Parcona Township in the city of Ica, 2015 period.

- That there is no direct influence between perceptions about the tools of quality management applied in the administrative area and internal customer satisfaction in the Municipality of Parcona in the city of Ica, period 2015. A significance level of 0.288 with a minimum of error of 0.05, it turns out to be higher, so there is no significant relationship between quality management and internal customer satisfaction.

▪ That there is direct influence between the perceptions of the quality management applied in the administrative area and external customer satisfaction Township Parcona city of Ica, period 2015. With a significance level of 0.008, it is less than the level Error least 5%, so there is a significant relationship between quality management and external customer satisfaction.

Keywords: Quality management, satisfaction of internal and external customers, Strategic Marketing.

ÍNDICE

	Págs.
Dedicatoria.....	III
Agradecimiento.....	IV
Reconocimiento.....	V
Resumen.....	VI
Abstract.....	VIII
Índice.....	X
INTRODUCCIÓN.....	XIV

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

1.1. Descripción de la Realidad Problemática.....	1
1.2. Delimitación de la Investigación.....	12
1.3. Formulación del Problema.....	13
1.3.1. Problema Principal.....	13
1.3.2. Problemas Secundarios.....	13
1.4. Objetivos de la Investigación.....	14
1.4.1. Objetivo General.....	14
1.4.2. Objetivos Secundarios.....	14

1.5.	Hipótesis de la Investigación	14
1.5.1.	Hipótesis General.....	14
1.5.2.	Hipótesis Secundarias.....	15
1.5.3.	Variables e Indicadores (definición conceptual y operacional)	15
1.6.	Diseño de la Investigación	16
1.6.1.	Tipo y Nivel de Investigación	17
a)	Tipo de Investigación.	17
b)	Nivel de Investigación.	17
1.6.2.	Método y diseño de Investigación	17
a)	Método de Investigación.	17
b)	Diseño de investigación.	17
1.7.	Población y Muestra de la Investigación.....	17
.....	Cliente Interno.....	17
a)	Población del cliente interno	17
b)	Muestra del cliente interno	17
	Cliente Externo:	18
c)	Población del cliente externo	18
d)	Muestra del cliente externo	18
1.8.	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	19
a)	Técnicas.....	19
b)	Instrumentos	19
1.9.	Justificación e Importancia de la Investigación	19
a)	Justificación	19
b)	Importancia	19

c) Limitaciones de la Investigación.	20
---	----

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación	21
2.1.1. A Nivel Internacional	21
2.1.2. A Nivel Nacional	27
2.2. Bases Teóricas	31
2.2.1. Gestión de la Calidad	31
2.2.2. Satisfacción	55
2.3. Definición de Términos Básicos.....	74

CAPÍTULO III

PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1. Técnicas para el procesamiento y análisis de datos.....	77
3.2. Contrastación de Hipótesis	82

CONCLUSIONES	84
---------------------------	-----------

RECOMENDACIONES	85
------------------------------	-----------

ANEXOS

1. FUENTES DE INFORMACIÓN.....	87
2. Matriz de consistencia.....	89
3. Encuesta.....	91

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación titulado **“PERCEPCIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD DEL ÁREA ADMINISTRATIVA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO Y EXTERNO DEL MUNICIPIO DE PARCONA EN LA CIUDAD DE ICA, PERIODO 2015.”** Tiene como finalidad de conocer y analizar la problemática del estudio y en base a los resultados poder sugerir algunas alternativas de solución sobre el caso, además de conocer la relación que existe entre la Gestión de la Calidad y la Administración Pública basada en mejorar los servicios que ofrecen a la población del distrito de Parcona,

En este entorno la Calidad Total se proyecta vigorosa como un nuevo sistema de gestión empresarial y factor de primer orden para la competitividad.

Podemos decir que el concepto de calidad está tradicionalmente relacionado con la calidad del producto y actualmente ha evolucionado identificándose con toda la actividad empresarial y con todo tipo de organizaciones.

Muchas de nuestras empresas, si bien reconocen la importancia de la calidad, no se encuentran preparadas para aceptar nuevos desafíos.

Toda organización de carácter privado ha sido creada por sus propietarios para obtener lucro. Este constituye el motor que motiva a cada uno de los miembros de la organización, por ello si no es rentable la organización deberá desaparecer. La empresa obtendrá lucro en la medida que venda sus productos o servicios a un número determinado de clientes a un precio establecido.

Observamos dos puntos importantes; el obtener lucro y vender productos o servicios. Para venderlos se requiere que estos llamen la atención del cliente, deben poseer características que coincidan con los requisitos del cliente, sus necesidades y expectativas.

CAPÍTULO I:

PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

1.1. Descripción de la Realidad Problemática.

Los principios de la gestión de calidad presentados en ISO 9004:2000 definen una estructura que permite que las organizaciones mejoren su rendimiento. Estos principios se originan en las mejores prácticas y la experiencia de numerosas compañías e instituciones internacionales.

ISO 9004:2000 definen ocho principios fundamentales que constituyen las reglas y consejos orientados a ayudar a las organizaciones a mejorar continuamente su rendimiento concentrándose en la satisfacción del cliente (beneficiario en el sentido amplio del término) mientras consideran las necesidades de los diferentes participantes involucrados.

Los ocho principios de la gestión de calidad son:

Enfoque en el cliente: Dado que las organizaciones dependen de sus clientes, deben comprender sus necesidades actuales y futuras, satisfacer las mismas y luchar para superar las expectativas de los clientes.

La organización debe ver al cliente no sólo como un consumidor sino, particularmente, como el usuario de los productos y servicios producidos por la organización y debe asegurarse de que esto se ajuste a los objetivos de la compañía. Por lo tanto, debe establecerse un sistema centrado en el cliente, de manera que la organización pueda tener un mejor panorama de las necesidades y expectativas del cliente para poder satisfacerlas de la mejor manera posible. Además, debe evaluarse regularmente la satisfacción del cliente, de modo que se puedan identificar las oportunidades y/o riesgos tan pronto como sea posible.

Liderazgo: Los directores de la organización definen coherentemente los objetivos y la orientación de la organización. Deben crear y mantener la atmósfera interna adecuada para que los empleados se sientan totalmente comprometidos en el logro de los objetivos de la organización.

El objetivo de este principio es asegurar que se tomen en cuenta las necesidades de todos los participantes en el momento de definir y formalizar una visión clara para el futuro de la organización estableciendo objetivos que satisfagan a todos. Deben crearse valores compartidos, de manera a reemplazar los posibles temores por una relación de confianza.

Compromiso de las personas: Los empleados de todos los niveles constituyen la esencia de una organización. Al involucrar a todos, las aptitudes de cada individuo trabajan para la organización.

Los empleados deben comprender que juegan un rol importante en la organización y deben involucrarse en el proceso de establecer objetivos motivadores para sí mismos. Las habilidades del empleado deben evaluarse regularmente y deben implementarse planes de capacitación para ayudar a los empleados a evolucionar en su trabajo. A la inversa, también puede resultar útil permitir que los empleados evalúen el estilo de gestión de sus superiores y su relación de trabajo. En ese contexto, cada empleado se inclinará cada vez más a mejorar sus habilidades para lograr sus objetivos personales y, por lo tanto, para compartir su experiencia y conocimientos.

Enfoque del proceso: Un resultado esperado se logra con más eficacia cuando se administran las acciones y los recursos correspondientes como procesos.

Por lo tanto, las actividades necesarias para lograr un resultado deben identificarse claramente como procesos y cada persona debe hacerse responsable de uno de estos procesos. La identificación de actividades puede resultar más fácil si se compromete a las partes involucradas. Sobre esta base, es posible evaluar el desempeño de cada proceso y analizar el modo en que puede ser mejorado para satisfacer mejor los objetivos estratégicos de la compañía.

Enfoque del sistema de administración: Identificar, comprender y administrar un sistema de procesos interdependientes para objetivos específicos permite que las organizaciones mejoren su efectividad y su eficacia.

La idea de este principio es considerar que el acto de estructurar y documentar claramente las acciones que contribuyen a los objetivos de la organización permite mejorar su efectividad y eficacia. Para esto, la organización primero debe identificar las dependencias existentes para reducir los conflictos entre

procesos y el trabajo repetido. Esto debe llevar a la formalización de un sistema de gestión de calidad claramente documentado. Capacitar o informar a los participantes necesarios puede ser esencial para asegurar que todos cumplan con este paso.

Mejoras continuas: Mejorar de manera continua debe ser uno de los objetivos permanentes de la organización.

Se deben controlar los diferentes procesos y analizar su rendimiento cíclicamente para sugerir e implementar mejoras. Esto se puede llevar a cabo a través de una revisión de administración regular y con auditorías internas y externas. Es muy importante saber cómo detectar mejoras y hacer que todos las conozcan.

Enfoque de toma de decisiones Basado en hechos Las decisiones eficaces se basan en el análisis de datos e información tangible.

Este principio consiste en tomar decisiones basadas en el análisis fáctico de información corroborada por la experiencia y la intuición. Según este enfoque, después del hecho es más fácil argumentar sobre una decisión bien fundada refiriéndose a documentos disponibles. Esto brinda los medios para que todas las personas involucradas entiendan el modo en que se toman las decisiones.

Relaciones con proveedores de beneficio mutuo: Una organización y sus proveedores son interdependientes y una relación de beneficio mutuo mejora su capacidad para crear valores.

La relación con los proveedores se debe pensar de modo de conciliar logros a corto plazo con consideraciones futuras. Para lograr esto, una organización

debe comprender los intereses de sus socios, definir claramente sus obligaciones en un contrato y evaluar regularmente su desempeño. Cuando este principio se aplica correctamente, una organización puede mejorar notablemente su relación con los proveedores con respecto al tiempo de respuesta y, por lo tanto, al costo total.

En estos dos últimos decenios de siglo que nos ha tocado vivir, tan importantes por los avances del management (la “famosa” Gestión de empresas y de organizaciones), un fenómeno a escala mundial, y sobremanera en las naciones más desarrolladas, se ha implantado con fuerza y vigor: la calidad, concepto en continua evolución y sobrevenido a nuestros días como Calidad Total (o más rigurosamente denominado Gestión Total de la Calidad), utilizando la totalidad de los capitales puestos y disponibles en la empresa, el Capital Humano y el Capital Financiero. Dicha pretendida mejora se dirige a la consecución de objetivos ambiciosos en relación con la calidad de lo que se produce, con su coste de obtención y con el más evolucionado posible servicio a los Clientes.

En la Calidad Total se usan herramientas y técnicas específicas orientadas al avance continuo de todo aquello que tiene que ver con lo que se trabaja. Ahora bien, para ello cualquier Organización (que no se debe olvidar no solo está condicionada básicamente por el capital financiero sino que también dependerá del potencial creativo de sus Recursos Humanos y de su grado de involucración en la misma), requerirá de unas serias dosis de planificación.

En alguna ocasión, seguro que más de un gerente o un alto directivo se habrá preguntado: “Si mi empresa hoy me da beneficios económicos, ¿por qué preocuparme “de eso” de la calidad total, si encima va a darnos más trabajo?”. Parece en principio una pregunta bastante razonable, pero que cuando la formuló no tuvo en cuenta lo siguiente:

- La aparición de un nuevo producto mejor y más barato que haga tambalear nuestra Empresa.
- Un cambio rápido en la forma de vida, que convierta a nuestros productos en obsoletos (p. ej., los ordenadores “enterraron” a las máquinas de escribir en muy poco tiempo).
- La irrupción de nuevas leyes medioambientales puede condicionar los procesos de producción y nuestros productos.
- La reducción de tiempos de operación (p. ej., Toyota bajó de horas a minutos los tiempos de montaje de sus automóviles hace unos años).
- Mejorar hasta conseguir el “Cero Defectos” en poco tiempo (p. ej. Xerox pasó en seis años del 8% al 0.03% de defectos).

En relación al tema de investigación existen distintas definiciones que giran en torno a la calidad. Para Deming calidad significa ofrecer a los clientes productos y servicios confiables y satisfactorios a bajo costo. En tanto que para Juran, lo importante es que el producto o servicio sea adecuado para su uso, para Crosby, la calidad es el cumplimiento de los requerimientos de calidad de cada compañía, o dicho de otra forma, dar cumplimiento a las especificaciones.

Partiendo de una perspectiva diferente podemos definir la calidad como el compromiso ético con la excelencia, porque sólo una empresa que ha definido en sus valores supremos el generar productos y servicios de calidad, estará realmente comprometida en su consecución.

La excelencia debe perseguirse como un objetivo estratégico a los efectos de mantener la competitividad, pero también constituye una filosofía de vida y una ética de trabajo. Llevar a la empresa a la cima mediante la generación de productos y servicios de alto nivel con un uso eficiente de los recursos debe ser el objetivo supremo de directivos y personal de la empresa.

Cada directivo y empleado debe sentirse orgulloso de los productos y servicios que genera, de tal forma la calidad se convierte en un fuerte elemento motivador, con lo cual da lugar a una espiral de crecimiento en los niveles de calidad y satisfacción.

La calidad debe comprender todos los rincones de la empresa. Si no se genera calidad interna, mal puede ofrecerse una calidad apropiada a los agentes externos. Por ello la calidad se construye y genera en cada actividad, tarea y proceso de la compañía. Cada diseño, cada componente, cada tarea, cada producto, cada servicio, debe ser mejorado día a día. Para lograr ello los líderes deben modelar su mente y luego hacer otro tanto con la del resto del personal. Así a la manera de un deportista que debe mejorar cada día para poder aspirar al podio, de igual forma sólo aquellas organizaciones que tengan el firme propósito de mejorar de manera continua podrán triunfar en los actuales mercados.

Calidad comprende sí o sí la mejora continua. Si no pensemos en un “excelente” médico pero con conocimientos y tratamientos de hace no ya veinte, sino cinco años atrás. Éste médico no les podrá prestar a sus pacientes el mismo servicio que aquellos que están plenamente actualizados, por lo tanto su servicio no será de calidad. Los pacientes reciben de tal forma un servicio de menor calidad por parte del primero de los profesionales. Cabe acotar que ésta situación es lamentablemente algo bastante común en muchos profesionales que una vez obtenido el título no actualizan como corresponde sus conocimientos, revalidando de tal forma sus niveles de competitividad.

De igual forma las empresas deben todos los días mejorar la calidad, porque mejorando la misma logran obtener menores costes, aumentar la satisfacción de los clientes y llegar a una mayor cuota de mercado.

Edificar la excelencia implica dar cumplimiento a siete puntos fundamentales.

1. Concientización de propietarios, directivos y empleados acerca de la importancia crucial de la calidad como base y fundamento de la productividad, los costos, la diferenciación, la cuota de mercado, el nivel de ventas, la supervivencia de la empresa, la competitividad y la rentabilidad del capital.
2. Tomar la calidad definida por los clientes y/o consumidores, en función a sus necesidades y deseos, procediendo a fijar las especificaciones de los productos y servicios en función de aquellos.
3. Determinar los parámetros de los insumos, componentes y procesos a los efectos de lograr cumplir con las especificaciones de los productos y servicios.
4. Planificar a los efectos de fijar objetivos y políticas en materia de calidad, y determinar consecuentemente las estrategias, tácticas y acciones pertinentes para hacerlas realidad.
5. Organizar la empresa a los efectos de establecer las relaciones entre los diversos miembros de la empresa de manera de hacer factible los objetivos en materia de calidad.
6. Dirigir y liderar a las fuerzas humanas de la empresa para inspirarlas y motivarlas en la búsqueda de la excelencia.
7. Implementar sistemas de control a los efectos de medir y corregir el desempeño individual y organizacional para asegurar que los acontecimientos se adecuen a los objetivos trazados.

El procedimiento completo de la calidad total abarca cuatro fases. En la primera, que se enfoca en el diseño general del producto o servicio, se relacionan y evalúan los atributos requeridos por el cliente con las

características técnicas del producto, lo cual da como resultado las especificaciones de diseño.

Esta filosofía se basa en que resulta mucho más sencillo incorporar la calidad en esta etapa que forzar a que la tengan productos con diseños complicados y procesos excesivamente complejos. Difícil resulta que los productos alcancen un alto nivel de calidad a bajo costo si desde un principio no se han analizado y evaluado convenientemente las características del producto, y por lo tanto el efecto que ello tiene en el diseño de los procesos.

Gestión de la calidad en los municipios

El municipio es el primer espacio de la vida en sociedad, espacio primigenio en que los hombres se relacionan para hacer vida en grupo, es la esfera más cercana entre el individuo, la comunidad a la que pertenece y los gobernantes que delinear el destino de la sociedad. Sin embargo, la deficiente conducción de los asuntos públicos, el manejo irresponsable e inexperto que padece la administración pública en la mayoría de los municipios, los inconvenientes immanentes al sistema político y administrativo, ocasionan una ineficiencia e insuficiencia en los servicios que el gobierno presta a la ciudadanía. La ausencia de servidores públicos profesionales en la mayoría de los gobiernos municipales; el corto periodo del gobierno municipal para materializar los planes, programas y proyectos; las restricciones presupuestales; la falta de una visión nacional por parte de los gobernantes y encargados de los despachos administrativos; preferir la coyuntura y la inmediatez en lugar de los proyectos a gran escala, a mediano y largo plazos; la sobre posición de intereses personales o de grupo; la corrupción en el seno de los ayuntamientos; la falta de una cultura cívica y de participación ciudadana; entre muchos otros factores, son la raíz de las contrariedades que aquejan a los municipios.

Los municipios distritales como el de Parcona, al presentar mayor concentración poblacional y un acelerado crecimiento demográfico, están

expuestos al incremento constante en las necesidades de servicios públicos, por parte de la ciudadanía. Pero la capacidad de las estructuras administrativas municipales se ve sobrepasada. Es entonces cuando se piensa en cambiar las prácticas administrativas que no permiten dar atención oportuna a las carencias municipales. Los cambios son inmanentes a las organizaciones, aunque no sean perceptibles por tratarse de modificaciones graduales efectuadas por los miembros de la organización y no mediante procesos planificados, en la mayoría de las ocasiones.

Las organizaciones, sistemas y procedimientos administrativos no pueden permanecer inmutables debido a que la sociedad y la economía se encuentran en constante transformación, por tanto son temporales y requieren ser renovados. Es base de la racionalidad administrativa buscar mecanismos para que las acciones del gobierno se realicen de forma óptima: reducir tiempos de espera, incrementar el valor del producto final, buscar la calidad de los servicios públicos. Para lo que se utilizan procedimientos simplificados, maximización de recursos humanos, materiales y financieros, flexibilización de métodos de control y evaluación, entre otros.

La búsqueda de la calidad y mejora continua en las prácticas gubernamentales es una tendencia reciente de orden mundial. La adopción de sistemas de gestión basados en teorías de calidad es una tendencia que rápidamente se populariza dentro de la administración pública nacional y los municipios no son la excepción. Al aplicarse sistemas de calidad dentro de las organizaciones gubernamentales, también se desea certificar las capacidades gerenciales que soportan. Se aspira a demostrar la excelencia en la gestión pública sustentada en normas internacionales de calidad, siendo la ISO 9001:2000 la más recurrente. La certificación de la calidad mediante las normas internacionales ISO 9000 fue originalmente implantada por firmas comerciales europeas que mantenían relaciones mercantiles continuas, para garantizar la calidad entre los productos negociados.

Y la Municipalidad de Parcona desea en el distrito elevar la calidad de vida y el desarrollo integral del vecino de Parcona, liderando el proceso de construcción del desarrollo local y el ejercicio pleno de una democracia participativa, orientado al desarrollo humano sostenible, mediante la ejecución de un modelo de Gestión Municipal moderna, utilizando tecnología de punta, contando con personal con valores y capacitados en el ejercicio de una Gestión de Calidad.

En la práctica, (Problema principal)

- Recursos insuficientes.
- Los gastos internos son mayores a la recaudación mensual.
- La atención al cliente es inadecuada al usuario en cuanto a orientación a respectivos trámites.
- El personal contratado (cas), en general no es capacitado sobre las labores que se realizan en cada oficina y que servicios dan.
- La base de datos que se maneja no es adecuada y es muy tedioso y lento al no accederse a las tecnologías modernas.
- En los servicios de limpieza pública si se ha dado resultados positivos pero aun faltos mejorar.
- La mayor parte de las secretarias no tienen estudios técnicos y por ende no saben cómo adecuarse a la tecnología por ejemplo como manipular una computadora, una impresora, una fotocopidora y entre otros, estas personas la mayor parte son personal permanente y son ellos los que deberían estar más capacitados que el personal contratado y lograr un mejor ambiente de trabajo.
- El ambiente laboral se empaña de malas intenciones, chismes, corrupción, es una situación de jerarquía más horizontal que vertical, se pierde la autoridad del representante municipal.

- Existen particularidades en cada municipio, lo cual los hace diferentes entre sí, cada uno posee diferencias sociales, económicas, políticas, se enfrentan a diversas necesidades; sin embargo, los problemas que acontecen en los municipios como común denominador son la insuficiencia de recursos económicos, servicios públicos inadecuados, deficiente desempeño en la administración pública municipal debido a la falta de profesionalismo en algunos puestos públicos, entre otros.
- La administración pública municipal, necesita trabajar dentro del marco legal por la paz, la justicia y el desarrollo social, generando en forma continua y creciente, servicios y obras de calidad, basados en la participación social y en una administración responsable, honesta y eficiente, respetando la dignidad de las personas y del medio ambiente, fomentando compromisos para fortalecer nuestra cultura, tener bien enfocados los problemas de la comunidad, trabajar de forma constante y sistemáticamente y, contar con información adecuada.

1.2. Delimitación de la Investigación

1.2.1. Delimitación Geográfica.- La investigación se realizó en el distrito de Parcona, ciudad de Ica.

1.2.2. Delimitación Temporal.- Se desarrolló en el presente año 2015; entre los meses de Setiembre-Diciembre.

1.2.3. Delimitación Social.- Comprendió a empleados de la Municipalidad distrital de Parcona, además de los usuarios de los servicios que brinda este municipio.

1.2.4. Delimitación Conceptual.- Se estudiaron los conceptos siguientes.

Gestión de la calidad.- La gestión de la calidad, denominada también como sistema de gestión de la calidad, es aquel conjunto de normas correspondientes a una organización, vinculadas entre sí y a partir de las cuales es que la empresa u organización en cuestión podrá administrar de manera organizada la calidad de la misma. La misión siempre estará enfocada hacia la mejora continua de la calidad. ¹

Satisfacción.- La satisfacción es un estado de la mente, generado por una mayor o menor, según corresponda, optimización de la retroalimentación cerebral, por la cual las diferentes zonas cerebrales compensan el potencial energético dando una sensación de plenitud, en tanto, la menor o mayor sensación de satisfacción que alguien presente dependerá de la optimización del consumo energético que lleve a cabo el cerebro, es decir, cuanto mayor sea la capacidad de neurotransmitir mayor será la posibilidad de satisfacción..²

1.3. Formulación del Problema

1.3.1. Problema Principal

¿De qué manera la percepción de la gestión de calidad del área administrativa influye en la satisfacción del cliente interno y externo del Municipio de Parcona en la ciudad de Ica, periodo 2015?

1.3.2. Problemas Secundarios

Problema Secundario 1

¿En qué medida la percepción sobre las herramientas de gestión de la calidad aplicadas en el área administrativa influyen en la satisfacción del cliente interno del Municipio de Parcona en la ciudad de Ica, periodo 2015?

¹http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1158/definicion_clima_organizacional.html

²[definicion.de/satisfacción-laboral/](http://definicion.de/satisfaccion-laboral/)

Problema Secundario 2

¿De qué manera la percepción sobre la gestión de la calidad aplicada en el área administrativa influye en la satisfacción del cliente externo en el Municipio de Parcona en la ciudad de Ica, periodo 2015?

1.4. Objetivos De La Investigación

1.4.1. Objetivo General

Analizar la percepción de la gestión de calidad del área administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente interno y externo del Municipio de Parcona en la ciudad de Ica, periodo 2015.

1.4.2. Objetivos Específicos

Objetivo Especifico 1

Analizar la percepción sobre las herramientas de gestión de la calidad aplicadas en el área administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente interno del Municipio de Parcona en la ciudad de Ica, periodo 2015

Objetivo Especifico 2

Analizar la percepción sobre la gestión de la calidad aplicadas en el área administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente externo del Municipio de Parcona en la ciudad de Ica, periodo 2015.

1.5. Hipótesis de la Investigación.

1.5.1. Hipótesis General

Existe influencia directa entre la percepción de la gestión de calidad del área administrativa y la satisfacción del cliente interno y externo del Municipio de Parcona en la ciudad de Ica, periodo 2015.

1.5.2. Hipótesis Secundarias

Hipótesis Secundaria 1.

Existe influencia directa entre la percepción sobre las herramientas de gestión de la calidad aplicadas en el área administrativa y la satisfacción del cliente interno del Municipio de Parcona en la ciudad de Ica, periodo 2015.

Hipótesis Secundaria 2.

Existe influencia directa entre la percepción sobre la gestión de la calidad aplicadas en el área administrativa y la satisfacción del cliente externo en el Municipio de Parcona en la ciudad de Ica, periodo 2015.

1.5.3. Variables indicadores (definición conceptual y definición operacional)

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	INDICADORES
Variable Independiente Gestión de la calidad	La gestión de calidad se centra no solo en la calidad de un producto, servicio o la satisfacción de sus clientes, sino en los medios para obtenerla. Por lo tanto, la gestión de calidad utiliza al aseguramiento de la calidad y el control de los procesos para obtener una calidad más consistente.	<ul style="list-style-type: none">▪ Percepción del cliente interno sobre las herramientas de gestión de la calidad▪ Percepción del cliente externo sobre la gestión de la calidad.
Variable Dependiente Satisfacción	La satisfacción es un estado del cerebro producido por una mayor o menor optimización de la retroalimentación cerebral, en donde las diferentes regiones compensan su potencial energético, dando la sensación de plenitud e inapetencia extrema.	<ul style="list-style-type: none">▪ Nivel de satisfacción del cliente interno▪ Percepción de la calidad del cliente externo.

1.6. Diseño de la Investigación

1.6.1. Tipo y Nivel de la Investigación

a) Tipo de investigación. El tipo de investigación que se propuso fue la investigación científica Aplicada, donde se propone transformar el conocimiento 'puro' en conocimiento útil. Tiene por finalidad la búsqueda y consolidación del saber y la aplicación de los conocimientos para el enriquecimiento del acervo cultural y científico, así como la producción de tecnología al servicio del desarrollo integral de las naciones. La investigación aplicada puede ser Fundamental o Tecnológica.

b) Nivel de Investigación. La presente investigación fue de nivel **Descriptivo-transversal**, porque nos permitió una interacción con los investigados además de permitirnos utilizar encuestas para recolectar la información necesaria, además de recoger los datos en un solo momento dado.³

1.6.2. Método y diseño de investigación

a) Método de Investigación. El método de investigación propuesto fue el método científico es un proceso destinado a explicar fenómenos, establecer relaciones entre los hechos y enunciar leyes que expliquen los fenómenos físicos del mundo y permitan obtener, con estos conocimientos, aplicaciones útiles al hombre.

b) Diseño e Investigación. El diseño aplicado fue descriptivo-transversal miden de manera más bien independiente los conceptos o variables con los que tienen que ver. Aunque, desde luego, pueden integrar las

³www.ecured.cu/index.php/Investigación_Correlacional

mediciones de cada una de dichas variables para decir cómo es y se manifiesta el fenómeno de interés, su objetivo no es indicar cómo se relacionan las variables medidas. Además de aplicar el cuestionario en solo momento de la investigación.

1.7. Población y Muestra de la Investigación

Cliente Interno:

a) Población. El estudio comprendió a los empleados del área administrativa del Municipio de Parcona., que en su totalidad son 23.

Además se tendrá en cuenta la población del distrito de Parcona que según el INEI aproximadamente son 50.349 habitantes.

b) Muestra. En el caso de los empleados del área administrativa se encuestaran a todos dado el número pequeño de esa población.

Para determinar la muestra a encuestar se realizaron los cálculos correspondientes donde se obtuvo la siguiente muestra para el estudio será de 382 empleados a encuestar.

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

Dónde:

z = Grado de confiabilidad (95 %)

p = Número de éxitos (0.50)

q = Número de fracasos (0.50)

N = Población = 50.349

E = Margen de error = 5%

n= 382

Cliente Externo:

c) Población. la población del distrito de Parcona que según el INEI aproximadamente son 50.349 habitantes.

d) Muestra. Para determinar la muestra a encuestar se realizaron los cálculos correspondientes donde se obtuvo la siguiente muestra para el estudio será de 167 usuarios a encuestar.

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

Dónde:

z = Grado de confiabilidad (93%)

p = Número de éxitos (0.50)

q = Número de fracasos (0.50)

N = Población = 50.349

E = Margen de error = 7%

n= 167

1.8. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

a) Técnicas de Recolección de Datos. Las técnicas específicas para recolectar información primaria fueron las siguientes: La encuesta y el análisis documental.

b) Instrumentos de Recolección de datos. Las técnicas específicas para recolectar información primaria fueron las siguientes: el cuestionario y guía el análisis documental.

1.9. Justificación e Importancia de la Investigación

a) Justificación de la Investigación

La presente investigación buscará conocer diversos aspectos teóricos de la variable la gestión de calidad a partir de sus dimensiones como: percepción ambiental y estructural dentro de la empresa.

Explicará la necesidad que tiene el municipio de adoptar y utilizar conceptos de calidad total con el fin de mejorar la gestión que realizan

La presente investigación seguirá las pautas de la investigación científica actual; utilizará el método inductivo partiendo de conclusiones particulares para hacer generalizaciones y plantear conclusiones generales, también utilizará el método; descriptivo y explicativo, además de aplicar las encuestas y el análisis documental.

b) Importancia de la Investigación

La importancia de la investigación radica en lo siguiente, la implantación de esta estrategia de calidad ocasiona un esfuerzo importante para la empresa ya que la innovación representa un elevado desembolso económico para la empresa, que debe ser considerado como una inversión. Al afirmar que la mejora del servicio, la empresa tendrá que

mejorar la calidad en todas sus áreas, esto traerá como consecuencia una mejora competitiva.

La Calidad total es una estrategia que busca garantizar, a largo plazo, la supervivencia, el crecimiento y la rentabilidad de una organización optimizando su competitividad, mediante: el aseguramiento permanente de la satisfacción de los clientes y la eliminación de todo tipo de desperdicios. Esto se logra con la participación activa de todo el personal, bajo nuevos estilos de liderazgo; siendo la estrategia que bien aplicada, responde a la necesidad de transformar los productos, servicios, procesos estructuras y cultura de las empresas, para asegurar su futuro. Para ser competitiva a largo plazo y lograr la sobrevivencia, una empresa necesitará prepararse con un enfoque global, es decir, en los mercados internacionales y no tan sólo en mercados regionales o nacionales. Pues ser excelente en el ámbito local ya no es suficiente; para sobrevivir en el mundo competitivo actual es necesario serlo en el escenario mundial. Para adoptar con éxito esta estrategia es necesario que la organización ponga en práctica un proceso de mejoramiento permanente

c) Limitaciones de la Investigación

No hay limitaciones que pongan en riesgo el desarrollo del estudio ya que el investigador cuenta con un presupuesto propio y la institución municipal está brindando todas las facilidades para la investigación tanto como para recolección de información y también para el levantamiento de la información archivada.

CAPÍTULO II:

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

2.1.1. Antecedentes Internacionales.

“Gestión de la Calidad de la Enseñanza Artística a través de la Certificación de Competencias Docentes, presentada por Rosa Isela Gluyas Fitch”, tesis para optar el grado de Doctor en Formación del Profesorado en la Didáctica y Organización de las Áreas del Currículum y Evaluación de las Instituciones Educativas. España-2010.⁴

Este trabajo de investigación, Modelo de Gestión de la Calidad de la Enseñanza Artística a través de la Certificación de Competencias Docentes, es una propuesta abierta y un parteaguas para explorar

⁴ e-spacio.uned.es/fez/eserv/tesisuned:Educacion.../Documento.pdf

diversas implicaciones del desarrollo de competencias de los docentes de las artes y de su impacto en la profesionalización de la enseñanza artística en México, así como en las competencias de egreso determinadas por las instituciones educativas. A lo largo de cuatro años de intenso trabajo bajo la metodología de investigación acción, se logró sensibilizar a los docentes de los cursos y talleres artísticos del Tecnológico de Monterrey sobre la importancia de profesionalizar su labor como docentes, y reconocer las competencias para dicha función de manera formal a través de un proceso de certificación. A continuación se presentan las conclusiones correspondientes a cada uno de los aspectos indagados en el desarrollo de este proyecto a partir del problema de investigación: ¿El estudiante que ha cursado un taller artístico con base en el Modelo de Educación Holística para el Desarrollo de Competencias Institucionales (MEHDCI) podrá dar evidencia de las competencias o valores institucionales? 618 Sobre la hipótesis El supuesto planteado con base en la pregunta de investigación, consideraba como hipótesis que al diseñar y aplicar un modelo de capacitación para los maestros a partir de las normas educativas basadas en el MEHDCI, para la certificación de competencias docentes en la enseñanza artística, éste tendría impacto en el desarrollo de competencias institucionales en los alumnos.

“La Calidad Total en Organizaciones y Entornos Complejos: Análisis en una Aerolínea de Bandera”, presentada por: Roncalli Silva Maranhão, tesis para optar el grado de Doctor en Contabilidad y Organización de Empresas. España-2011.⁵

El modelo de la gestión de la calidad total – TQM bien como otros modelos y programas de gestión que han promovidos importantes cambios en las organizaciones en las últimas décadas, han presentado resultados positivos, aunque algunos expertos y investigadores han publicado los resultados de sus estudios que muestran los puntos débiles

⁵ https://repositorio.uam.es/.../48695_silva_maranhao_roncalli.pdf?...1

de tales programas. Aún así sabemos que muchos de los más importantes modelos de excelencia adoptados por organizaciones en todo el mundo tienen por base los principios del TQM en su forma tradicional. Este trabajo se enmarca en la misma línea elegida por varios autores (Adamson, 2005; Gómez Gras y Verdú Jover, 2005; Singh y Smith, 2006; Tari, 2006) que sugieren una reevaluación sobre la efectividad de los modelos que tienen como base la filosofía y principios de calidad total, pero con la diferencia que el marco conceptual de aproximación es el paradigma de la complejidad aplicado en las ciencias sociales. Es decir, intentamos con nuestro estudio presentar la necesidad de actualización o cambio de la filosofía, de algunos de los principios y la metodología del TQM y de los modelos por él soportados, considerando los aspectos de complejidad incidentes en los sistemas complejos adaptativos y apoyado por un enfoque del comportamiento humano. Según Morgan (1980), los teóricos de organizaciones, así como los científicos de otras disciplinas, con frecuencia abordan su objeto de investigación a partir de un marco de referencia determinado. Como cuestión interesante de investigación, independientemente de los resultados, es interesante analizar nuevas perspectivas teóricas que puedan arrojar nueva luz sobre los objetos de estudio (Prahalad y Bettis, 1986). Sobre esta base surge la motivación de este trabajo, es decir, hacer una aproximación que cuestione el marco de referencia basado en las presuposiciones existentes de los modelos de TQM a través del paradigma de la complejidad. Se puede considerar que se ha pretendido avanzar en la misma línea del cambio del paradigma vigente en el análisis de los diversos aspectos de la teoría de la organización La calidad total en organizaciones y entornos complejos: análisis en una aerolínea de bandera 166 defendida por Bueno (2011), quien considera que esto responde ontológicamente a la lógica y a los métodos y lenguajes de los actuales programas de investigación, derivados de la nueva metamorfosis de la ciencia moderna, llevada a cabo en el siglo pasado y caracterizada por una convergencia científica y multidisciplinar entre las ciencias de la naturaleza y las sociales En la misma línea, Salmador (2001) destaca que a un nivel abstracto, el interfaz entre el enfoque de la complejidad y las organizaciones es que ambas

tratan con conceptos similares como el cambio dinámico, la adaptación, y la evolución en sistemas complejos. Así, este trabajo ha examinado los problemas de adopción de los modelos tradicionales de calidad basados en el TQM y su inadecuación para las organizaciones del tipo sistema complejo adaptativo tipo IV. Los resultados sugieren que el modelo puede ser adaptado con conceptos de complejidad para mejor efectividad. En particular, parece que una aproximación mecanicista puede ser sustituida por un enfoque más orgánico (Beyer, Ashmos y Osborn, 1997; Macleod y Baxter, 2001) que incorpore una mayor flexibilidad y tome en cuenta las características de los sistemas complejos adaptativos del tipo estudiado en entornos de elevada incertidumbre y complejidad tanto interna como externa.

“Relación entre el Enfoque de Gestión de la Calidad y el Desempeño Organizativo. Una Aproximación desde la Perspectiva Basada en los Recursos”, presentado por; Sonia Cruz Ros, tesis optar el grado de Doctor en Dirección de Empresas, España-2011.⁶

Esta investigación ha partido de la consideración de la calidad como una importante fuente de ventaja competitiva para la organización, teniendo como principal objetivo observar si existe relación y el carácter de ésta entre el enfoque de gestión de la calidad y el desempeño organizativo, interpretado en nuestro caso como sinónimo de resultados empresariales. Para el desarrollo del trabajo, hemos considerado como enfoque teórico básico la perspectiva basada en los recursos y capacidades analizando el efecto que producen las diferentes competencias distintivas adquiridas por la organización tras la implantación del sistema de calidad. Las variadas definiciones o formas de entender la calidad han dado lugar a diversos enfoques o modelos de gestión de la calidad, como también se les denomina en la literatura, que sirven de referencia a la hora de llevar a cabo diferentes formas de aplicación de la calidad en las organizaciones. Entre los distintos enfoques de gestión de la calidad (Dale, Boaden y

⁶ www.tdx.cat/bitstream/10803/9663/1/cruz.pdf

Lascelles, 1994), únicamente los dos más recientes en el tiempo, el aseguramiento de la calidad y Relación entre el enfoque de gestión de la calidad y el desempeño organizativo 246 la gestión de la calidad total, son considerados como enfoques de dirección propiamente dichos (Moreno-Luzón, Peris y González, 2000), ya que poseen una orientación proactiva y un carácter sistémico, a la vez que incorporan principios básicos y una serie de técnicas operativas de la calidad. Por otro lado, hemos creído interesante comparar dos tipos de organizaciones: aquéllas que adoptan un enfoque reactivo o de control de la calidad, frente a las que adoptan una orientación proactiva o estratégica. La diferencia fundamental entre ambas orientaciones es que, mientras la primera utiliza técnicas operativas con el único fin de controlar la calidad, sin desarrollar planes de gestión de la misma, el enfoque proactivo desarrolla una clara planificación de la calidad y percibe la misma como una fuente de ventajas competitivas sostenibles que le permite diferenciarse de la competencia y mejorar así los resultados empresariales. A su vez, dentro de las empresas que tienen una orientación proactiva, distinguimos aquéllas que siguen un enfoque de aseguramiento de la calidad, de aquellas que siguen un enfoque de gestión de la calidad total. Las principales diferencias entre estos dos enfoques son que el primero se centra en mayor medida en la regulación técnica de los procesos, mientras el segundo incorpora, además, aspectos intangibles o culturales de la gestión de la calidad. Por tanto, la gestión de la calidad total se constituye como un enfoque directivo mucho más amplio en sus consideraciones que el enfoque de aseguramiento de la calidad.

“Evaluación Financiera por la Implementación de un Sistema de Gestión De Calidad ISO 9001:2000 en Empresas de Metrología”, presentada por Luis Manuel Barrera Custodio, tesis para optar el grado de Maestría en Administración Financiera. Guatemala -2009.⁷

⁷ biblioteca.usac.edu.gt/tesis/13/13_2093.pdf

La implementación del Sistema ISO 9001:2000 surge como una necesidad de estandarización de los procesos productivos de la organización, teniendo a la satisfacción del cliente y precios competitivos como uno de los pilares de la misma.

Con este estudio se determinó la rentabilidad de la implementación y certificación de un Sistema de Gestión de la Calidad basado en normativa ISO 9001:2000, dicha implementación representó costos adicionales que la organización afrontó de manera responsable y ordenada durante el tiempo que duró el proyecto de implementación.

La investigación delimitó el problema a los aspectos financieros antes y después de la implementación del sistema en la organización, bajo la siguiente premisa "TODA ORGANIZACIÓN QUE ESTANDARICE, MIDA, ANALICE Y TOME ACCIONES SOBRE SUS PROCESOS PRODUCTIVOS PUEDE INCREMENTAR LA EFICIENCIA DEL PROCESO Y POR LO TANTO PUEDE DISMINUIR SUS COSTOS DE OPERACIÓN DE MANERA SUSTANCIAL". Para la realización del estudio se utilizó el método deductivo, pues fue necesario el segmentar y analizar toda la información financiera de la empresa y de esta forma se determinaron los indicadores financieros adecuados para el estudio realizado.

El presente estudio incluye aportes significativos a los modelos de gestión, ya que al establecer el control de procesos de una manera adecuada se logró una disminución del costo de operación de un 16.72%; con este dato se puede concluir que el sistema implementado demuestra que la aplicación correcta de los requisitos básicos de la normativa ISO 9001:2000 puede generar ahorros significativos y básicamente controles adecuados de proceso que permitirán reunir mejor información para el análisis de datos y toma de decisiones

2.1.2. Antecedentes nacionales

“Calidad de Servicio y Lealtad de Compra del Consumidor en Supermercados Limeños”, presentada por presentada por; Luis Humberto Roldán Arbieto; Jorge Luis Balbuena Lavado; Yanela Karin Muñoz Mezarina, tesis para obtener el Grado de Magíster en Administración Estratégica de Empresas. Perú-2010.⁸

La calidad de servicio es un concepto complejo que comprende tanto a los elementos tangibles como intangibles que perciben los consumidores al recibir un servicio. De igual manera, representa una de las variables más importantes en la formulación de las estrategias de marketing, la cual ayuda a mejorar la competitividad de la empresa. La lealtad es otro concepto complejo que permite conocer la intención o decisión que asume el consumidor ante el estímulo calidad de servicio. Ambos conceptos se encuentran estrechamente relacionados, según lo muestra Heskett (1997) en su modelo del Service Profit Chain, el cual forma parte de la información esencial de las empresas, principalmente las de servicios, para el diseño de sus estrategias de calidad de servicio y fidelización de sus clientes, que, finalmente, impactará en sus resultados financieros. La investigación se enfocó en establecer la asociación entre ambos conceptos, calidad de servicio y la lealtad, en clientes de supermercados de Lima, considerando su percepción e intención de comportamiento. La metodología de investigación aplicada correspondió a un estudio cuantitativo de corte transversal del tipo descriptivo-Correlacional. Se utilizó el método de encuestas para obtener la información a través de un cuestionario estructurado y validado, basado en el instrumento de medición del cuestionario CALSUPER. Este se aplicó a una muestra aleatoria de 415 clientes. Los resultados de la investigación permitieron establecer que hay una fuerte relación entre la calidad de servicio percibida por el cliente y su lealtad de compra. Los consumidores de los supermercados limeños mostraron una v percepción

⁸ esis.pucp.edu.pe/.../Tesis_Munoz_Balbuena_Roldan_Corrección%20fin...

favorable hacia la calidad de servicio recibida, así como altos niveles de lealtad, considerando la amplia oferta existente de este tipo de empresas. La calidad de servicio fue medida en las dimensiones, evidencias físicas, políticas, interacción personal y fiabilidad. De estas, las dos primeras son las que se encuentran más relacionadas con la lealtad medida como intención de comportamiento. Finalmente, se recomienda que las gerencias de los supermercados pongan mayor énfasis a estas dos dimensiones al momento de definir estrategias orientadas a mejorar la calidad de servicio, lo que traerá como consecuencia mayores niveles de fidelización de los actuales y nuevos clientes.

“Medición de la Satisfacción del Cliente Interno en una Empresa de Transformación”, presentada por: Rafael Gómez Rodríguez tesis para optar el grado Maestría en Gestión de la Calidad. Perú- 2013.⁹

En el presente trabajo se busca la identificación y la medición de la satisfacción del cliente interno dentro de una empresa de transformación, ya que este es tan prioritario como el cliente externo. En el pasado, se creía que el cliente externo era el único y el más importante, actualmente se tiene la concepción de que no solamente dicho cliente es importante, sino también depende directamente del cliente interno. La utilidad de este trabajo, es el de conocer de forma concreta el nivel de satisfacción del cliente interno, cuáles son sus percepciones del ambiente laboral y las percepciones del puesto laboral, al igual de percatarse cuáles son las áreas de oportunidad para lograr un mayor nivel de satisfacción de los clientes internos. La definición de cliente interno y/o proveedor interno dentro de esta investigación es: el receptor del trabajo de otra persona, sección o departamento dentro de una organización y a la que deben satisfacer requerimientos tal como sucede con el cliente externo o consumidor. El compañero de trabajo es también un cliente en cualquier organización. Las actividades de esta persona se ven afectadas por el

⁹ www.uv.mx/gestion/files/2013/01/uriel-ladron-de-guevara-acuna.pdf

entorno, la formación y las herramientas con la que él o ella trabajan. Si el entorno no es satisfactorio (por ejemplo, mal iluminado, temperatura inadecuada, aire contaminado) la formación es inadecuada o las herramientas están defectuosas (por ejemplo, teclado averiado, teléfonos que no funcionan, datos imprecisos), el trabajador se sentirá probablemente insatisfecho, por lo que difícilmente proporcionará un servicio o producto de calidad, tanto a clientes internos como externos. Los fabricantes y vendedores son también clientes de los diseñadores. Si un diseño no es valorado por el cliente final, el mejor fabricante y el mejor vendedor serán incapaces de alcanzar el éxito. El administrador de una escuela tiene como clientes al conjunto de profesores, al consejo escolar; el responsable de reservaciones y el capitán de vuelo tienen como clientes a los trabajadores de las agencias de viaje ¿por qué? si fuera usted el trabajador de la agencia de viajes, se sentiría mucho más 2 satisfecho al trabajar con una compañía que ofreciera óptimos servicios al cliente que usted está atendiendo. Toda organización, está llena de relaciones cliente – proveedor. La determinación de quiénes son, cuáles son sus necesidades y cómo satisfacerlas es un objetivo interesante y desafiante. Éste es uno de los aspectos más importantes en el desarrollo del sistema de calidad total. Las mejores compañías son aquellas que han creado una excelente cadena de clientes internos con el objetivo de encontrar y satisfacer las necesidades de los clientes externos. Dentro de cualquier sistema se forman constantemente cadenas de insumos – productos y de productos – insumos; el resultado de un proceso se convierte en el insumo para otro proceso, a esto se le conoce como cadena cliente – proveedor.

“Influencia de la Calidad del Servicio al Cliente en el Nivel de Ventas de Tiendas de Cadenas Claro Tottus - Mall, de la Ciudad de Trujillo 2014”, presentada por: Vela Mori Rafael; Zavaleta Cuevas Lizdey Milagros, tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración. Peru-2014.¹⁰

¹⁰ www.uv.mx/gestion/files/2013/01/uriel-ladron-de-guevara-acuna.pdf

El presente escrito contiene los resultados del proceso investigativo que desarrolló en tiendas de cadenas claro tottus mall. Estudio denominado bajo el nombre "Como influye la calidad de servicio en las ventas de tiendas de cadenas claro tottus mall de la ciudad de Trujillo 2014 ", para así mejorar y darnos cuenta de las necesidades de los clientes, para brindar buenas soluciones de valor agregado y un nivel de excelencia que los satisfaga, y de esta manera garantice su lealtad y maximice el valor generado por cada uno de los cliente que visitan tiendas de cadenas claro tottus mall, ya que para toda proyección en el mundo moderno, implica partir del cliente y de conocer sus expectativas sobre las cuales se montan los servicios de excelencia, que en última instancia es el objetivo finalista de la investigación, porque se recomienda enmarcar los resultados en una buena calidad de servicio como una actividad reiterativa, donde cobra más valor la investigación en la medida que se constituye en el punto de partida del diseño de los servicios como procesos de mejoramiento continuo.

“Influencia entre el nivel de Satisfacción Laboral y el nivel de Satisfacción del Cliente Externo en las Pollerías del Distrito de la Victoria en la Ciudad De Chiclayo”, presentada por: Uceda Pintado, Indira Lizeth, tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración. Perú-2014.¹¹

La presente investigación permitirá determinar la influencia entre el nivel de satisfacción laboral y la satisfacción del cliente externo de las pollerías del distrito de La Victoria para lo cual se utilizará como instrumento de encuesta la Escala de Likert cuyos resultados medirán las escalas: significación de tareas, condiciones de trabajo, reconocimiento personal y/o social, beneficios económicos, calidad de servicio, calidad de producto y confort y ambiente. Después de aplicado los instrumentos y recolectado

¹¹ tesis.usat.edu.pe > ... > Escuela de Administración de Empresas

los datos, obtendremos los resultados a través del programa Spss Statics 19, el cual nos permitirá poder concluir que la satisfacción laboral se encuentra ampliamente influenciada con la satisfacción del cliente interno, cada vez que un trabajador se encuentra satisfecho se encuentra en mejores condiciones de prestar un servicio de calidad.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. La Gestión de la Calidad.

La gestión de calidad, denominada también como sistema de gestión de la calidad, es aquel conjunto de normas correspondientes a una organización, vinculadas entre sí y a partir de las cuales es que la empresa u organización en cuestión podrá administrar de manera organizada la calidad de la misma. La misión siempre estará enfocada hacia la mejora continua de la calidad.

Entre las mencionadas normas se destacan las siguientes: existencia de una estructura organizacional, en la cual se jerarquizan tanto los niveles directivos como los de gestión; estructuración de las responsabilidades de los individuos y de los departamentos en los que se halla dividida la empresa; los procedimientos que resultarán del plan de pautas destinado a controlar las acciones de la organización; los procesos que persiguen el objetivo específico; y los recursos, técnicos, humanos, entre otros.

Un buen sistema de gestión de calidad, siempre le garantizará a la empresa la satisfacción de los requerimientos de sus clientes, tanto en lo que respecta a la prestación del servicio o a lo que ofrece el producto en sí.

En el mercado existen una gran variedad de estándares de gestión de calidad, los cuales han sido definidos por un organismo normalizador, tal

es el caso de ISO, EN o DIN. Estos le permitirán a una empresa x que pueda validar su sistema de calidad a través de la ejecución de una auditoría por parte de algunos de estos estándares. Una de las normas más populares es la ISO 9001.¹²

"La gestión de la calidad es una filosofía de gestión empresarial que considera inseparables las necesidades del cliente y las metas de la empresa asegura eficacia máxima dentro de la empresa y afianza el liderazgo comercial mediante la puesta en funcionamiento de procesos y de sistemas que favorecen la excelencia, al tiempo que impiden los errores y aseguran que todas las metas de la firma se logren sin despilfarrar esfuerzos".

El concepto de calidad ha evolucionado hasta convertirse prácticamente en sinónimo de satisfacción del cliente la introducción de un sistema de gestión de la calidad en una organización, pone al cliente como el foco de toda su actividad. Este concepto, por ejemplo, está en los orígenes de la "International Organization for Standardization" (I.S.O.) que define la calidad como el "grado en que un conjunto de características inherentes (a un producto o servicio) cumple con los requisitos", destacando que dentro de estos requisitos, las necesidades y expectativas de los clientes cobran un rol fundamental.

Es en torno al concepto de calidad como se constituye el movimiento acerca de la gestión de la calidad. Dicha gestión ha evolucionado mucho en los últimos cincuenta años. En un principio la lógica tayloriana aplica la inspección para medir la calidad del producto en la etapa final de su fabricación, sin orientación a clientes ni a procesos, por tanto la calidad se identifica con la actividad de inspección de los productos (esto es, comprobar la inexistencia de defectos). Posteriormente surge el control estadístico de calidad, que se realizaba en muestras representativas de

¹² definicion.de/sistema-de-gesti3n-de-calidad/

lotes de productos durante el proceso productivo. Las tendencias posteriores indican que el objetivo de la calidad afecta a todos los miembros de la empresa. Esta idea adquiere impulso con el establecimiento de normas internacionales como marco para la garantía de la calidad.

Actualmente la calidad es considerada parte integrante de la estrategia global de la empresa, y se gestiona como factor estratégico. Y es que la gestión de la calidad “tiene impacto estratégico en la empresa y representa una oportunidad competitiva, poniendo especial énfasis en el mercado y en las necesidades del cliente. Así, la gestión de la Calidad ya no es un método para evitar reclamos de clientes insatisfechos, sino para crear sistemas y actividades para hacer bien las cosas a la primera y no esperar a que se produzca el error para corregirlo, sino que se mueve en un contexto de proactividad (detectar las cosas mal hechas antes de que se produzcan) y de mejora continua de la Calidad de todos los procesos de la empresa”

La calidad, y su gestión en la empresa, han evolucionado en la actualidad, de mayor o menor aplicación dependiendo del tipo de empresa de que se trate:

a) Inspección: la inspección nace como consecuencia de la división y especialización del trabajo, y que configuró el modelo de producción convencional (producción en masa o taylorista-fordista) en el que cada trabajador efectúa la tarea asignada y, a continuación, entrega el resultado al siguiente trabajador según la secuencia de actuaciones que se llevan a cabo durante el proceso de transformación. El concepto de gestión de la calidad incluye la inspección con la finalidad de confirmar que el sistema de calidad funciona según lo previsto, esto es, impedir que al cliente se le proporcionen productos o servicios inadecuados. Se asumen planteamientos de gran trascendencia tales como la adopción de

un conjunto de especificaciones que han de medirse, examinarse o verificarse de forma metódica.

La mayoría de las características de los productos se inspeccionan por muestreo y aplicando técnicas estadísticas en el análisis y evaluación de los resultados. Además, las auditorías de calidad proporcionan un examen sistemático, normalmente mediante cuestionarios previamente establecidos sobre la eficacia del sistema de calidad.

Esta concepción del control tiene, como desarrollan Fernández et al (2003), las siguientes limitaciones:

1. la inspección es una actividad que no añade valor al producto, pero que incrementa los costos de producción;
2. desde la detección del problema, mediante la inspección, hasta el ajuste de la anomalía en el proceso de producción, transcurre un período de tiempo (a veces, demasiado largo) durante el cual se siguen fabricando productos y piezas defectuosas;
3. la inspección crea la falsa imagen de ser la responsable de la calidad, lo que fomenta la despreocupación de los operarios;
4. la inspección simplemente distingue los productos defectuosos de los no-defectuosos y emite un certificado post-mortem;
5. la inspección no atiende procesos ajenos al área de fabricación, pero de igual importancia, tales como la capacitación, la inversión en maquinaria o el diseño de nuevos productos, entre otros;
6. un nivel mínimo de calidad aceptable puede resultar insuficiente para una empresa con productos de alto valor agregado, por lo que se hace necesario prevenir cualquier defecto de fabricación;

7. la inspección realmente puede revelar la presencia de defectos, sin que el resultado final sea una verdadera garantía de la calidad. Por más que se esfuercen, los inspectores no pueden estar seguros de haber eliminado todas y cada una de las unidades defectuosas. Además, pueden haber rechazado, sin darse cuenta, unidades de buena calidad;
8. los productos ajustados o reprocesados son más propensos a dañarse, y esto es todo lo contrario de una garantía de la calidad;
9. dos supervisores que controlen en diferente turno la misma actividad pueden aplicar criterios de evaluación distintos, lo que afectará a la moral, e incluso el salario, de los operarios supervisados;
10. la inspección rutinaria se hace no fiable debido a la fatiga que ocasiona el aburrimiento y la monotonía;
11. los inspectores pasan por alto algunos defectos dado que, a veces, los empleados los engañan como parte de juegos que realizan para dar mayor interés a un trabajo tedioso;
12. la automatización de la inspección tampoco soluciona el problema de la calidad. En un análisis final, el hecho de que las inspecciones en la empresa se automaticen puede reducir los costos del personal de inspección, pero no tiene efecto alguno en eliminar la tasa de defectos de la fábrica. En consecuencia, en lugar de hacer hincapié en la inspección, la empresa debería ocuparse de la prevención de defectos o en hacerlo bien la primera vez.

b) Control estadístico del proceso: un avance respecto a la anterior etapa lo constituye el control estadístico del proceso, que consiste en anticiparse y actuar sobre el proceso de fabricación cuando aparecen los primeros síntomas de la existencia de defectos.

Para ello se controla el proceso utilizando técnicas de muestreo estadístico, que indican si el proceso está o no bajo control. Este control

es considerado una herramienta de mejora continua de la calidad, y se orienta a la obtención de piezas y productos con una dispersión mínima respecto de su valor objetivo. Ya no sólo preocupa que las características de calidad se cumplan en la prestación del servicio al cliente sino que se exige una gestión de los procesos normalizada que garantice a los clientes que recibirán el servicio esperado. De hecho, el control de la calidad se traslada a las distintas etapas de la fabricación, a través del cumplimiento de una normativa y de las técnicas estadísticas de control de los procesos productivos.

c) Control integral de calidad: la inspección y el control de procesos no resultan suficientes, es necesario garantizar la calidad en contacto con los clientes. Para ello, el enfoque que se da a la calidad considera la cadena de producción completa, desde el diseño al mercado, ya que hay que incorporar la voz del cliente en el desarrollo del producto. Se considera que la calidad del producto no depende tan sólo de la fabricación, sino del propio proyecto, las compras, los requisitos de los clientes, la asistencia al cliente, etc. La gestión de calidad integral engloba todas las áreas de la empresa relacionadas con el proyecto, las cuales deben tener bien definidas sus misiones y responsabilidades en relación con la calidad.

Debe existir, además, un autocontrol con el fin de que cada trabajador disponga de medios para controlar aquello que produce, y se responsabilice de la calidad obtenida. La coordinación de todas estas actuaciones forma parte del ámbito de responsabilidad de la dirección.

d) Calidad Total: la Calidad Total es una filosofía de cultura empresarial que surge cuando se comprende la importancia de la calidad para el éxito de los negocios por lo hacia 1930 Shewart crea y aplica el Control Estadístico de Procesos (SPC) con objeto de reducir de forma sistemática la variabilidad de los procesos fabriles y mejorar así la calidad. Con posterioridad un discípulo suyo, Deming, asumiría y desarrollaría los

principios del SPC. Que su objetivo básico es la mejora de la gestión y los resultados de la organización en el más amplio sentido del término. Al respecto, la calidad total asume todos los ingredientes de la gestión integral de la calidad y los amplía con los siguientes criterios:

- a)** se ha de considerar la calidad de todas las actividades que se realizan en la empresa;
- b)** la calidad es responsabilidad de todas y cada una de las personas que forman la empresa;
- c)** el factor humano es fundamental para alcanzar la calidad total: tan sólo con formación, instalaciones y máquinas adecuadas, y motivación es posible obtener los resultados de calidad;
- d)** participación, información y comunicación son condiciones básicas para alcanzar el objetivo de la calidad;
- e)** la actitud de prevención de errores tiene prioridad frente a la actitud de corrección cuando éstos ya se han producido;
- f)** hay que poner el énfasis en el cliente interno, que es la persona que en la empresa recibirá el resultado de nuestro trabajo.

Calidad Total equivale al conjunto de actividades para el logro de la calidad. Desde esta perspectiva cabe destacar las normas ISO 9000 del año 2000, y en particular la norma ISO 9001:2000. La norma ahora es conocida como Requisitos de un Sistema de Gestión de la Calidad, y su enfoque es totalmente compatible con los criterios del Modelo EFQM de Excelencia, pudiéndose considerar un subconjunto del mismo. A lo largo de los últimos 10 o 15 años se han ido asumiendo ambos sistemas, mayoritariamente los sistemas de calidad ISO 9000. Puede afirmarse que aquellas organizaciones que han evolucionado hacia la calidad total, han tenido en general su inicio en las ISO 9000. El Comité Técnico encargado de la revisión de las normas ISO 9000 aparecidas en 1987 (con ligeras

modificaciones en 1994) tuvo en cuenta especialmente los siguientes argumentos que debían ser contemplados en las nuevas normas:

- a)** Enfoque y lenguaje típicos de entornos industriales;
- b)** Dificultades para aplicarlas a los servicios y a las Pymes;
- c)** No enfatizaban las necesidades/satisfacción de clientes/usuarios;
- d)** Estandarizaban la situación presente sin orientarse hacia la mejora continua y;
- e)** Era difícil la integración con otros sistemas (ISO 14001) y modelos de gestión (EFQM).

La revisión efectuada de las normas ISO 9000 en 2000 sirvió para reducir las tres normas existentes relativas a certificación por tercera parte, que quedaron englobadas en una sola, la ISO 9001/2000, que junto con la norma ISO 9004/2000 (Recomendaciones para llevar a cabo la mejora), forma un par coherente, cuyo principal objetivo es relacionar la gestión moderna de la calidad con los procesos y actividades de una organización, incluyendo la promoción de la mejora continua y el logro de la satisfacción del cliente.

A modo de síntesis, en la siguiente tabla podemos observar la evolución que ha seguido el concepto de calidad:

Cabe destacar que dicha evolución de la gestión de la calidad continúa, ya que se está pasando de un enfoque de calidad defensivo y táctico a otra aproximación ofensiva y estratégica. Se trata de reconocer que la calidad, entendida como valor estratégico, no ocurre al azar, sino que debe ser adecuadamente gestionada. La razón está en que es necesario considerar la estrategia de la calidad como un plan, elaborado con anterioridad a la ejecución de determinadas actuaciones y resultado de

una acción consciente con un objetivo predeterminado. La calidad debe ser gestionada, lo que significa que la empresa trabaja para informarse, educarse y motivarse a ella misma y a todos aquellos con los que interactúa con el objeto de mejorar continuamente y reforzar los recursos humanos y los procesos, interacciones, dependencias, relaciones y resultados que conforman la empresa y el sistema al cual pertenece.

Teniendo en cuenta que la calidad debe ser gestionada en el sentido que debe abarcar a todos los miembros de la empresa, es importante entender que la Calidad Total implica una filosofía de trabajo y un camino hacia la excelencia. En este sentido, la Calidad Total es un paradigma o modelo de gestión que persigue centrar la estrategia de la empresa en dar al cliente lo que necesita y cuando lo necesita, con un precio competitivo y de la manera más eficaz posible. La implementación de la Calidad Total implica, entonces, “una gestión a medio y largo plazo que apoya la supervivencia y el éxito de las compañías que saben aplicarla íntegramente. En un mercado cada vez más competitivo, es una de las únicas alternativas para muchas empresas. Además, la Calidad Total exige un cambio en la gestión de la empresa centrada en el cliente, en el personal y en el progreso continuo basado en criterios de rentabilidad del negocio. Para ello, la Calidad Total se despliega a partir de una decisión de la dirección de la empresa, que deberá conseguir un compromiso de todas las personas; se aprende mediante la formación, y se construye y se gestiona a través de su planificación, implantación y desarrollo, seguimiento y mejora”

Características de la calidad total

- Un control de los errores que se van cometiendo para edificar un sistema que los evite antes de que sucedan.
- Consiste en el apoyo total de la dirección de la empresa hacia una dinámica de mejora en la calidad y productividad.

- Se trata de medir la calidad con instrumentos o métodos adecuados y conseguir que cada una de las personas de la empresa se sienta comprometida personalmente en una nueva forma de trabajar hacia la fiabilidad.
- Asegurar en cada fase del proceso productivo que las acciones llevadas a cabo y las características incorporadas en el producto van a contribuir a un resultado final que esté conforme con las necesidades del cliente.
- Establecer un lenguaje y unas comunicaciones tales entre personas y empresas que permita transmitir los conceptos sin que existan malentendidos.
- Optimización continúa del proceso de forma que se vaya reduciendo la variabilidad de los parámetros que intervienen.
- Tolerancia cada vez inferior en cuanto a las variaciones del nivel de calidad final de la imagen de los productos.
- Un seguimiento estadístico de los resultados obtenidos, a ser posible por Departamento, para valorar el éxito del progreso
- Cumplir con los plazos de entrega convenidos con el cliente.
- Disponer de una atmósfera de cordialidad y trato satisfactorio con proveedores y clientes.
- Conseguir una mejora creciente de los resultados económicos
- Aumentar la propia capacidad de producción reduciendo progresivamente las ineficacias en los tiempos muertos.
- Aumentar la satisfacción personal de los empleados de la empresa.
- Crear una actitud para dar preferencia a la calidad por encima de la productividad.
- Detener los errores antes de que sucedan

- Es un programa global de la empresa en el que cada persona y departamento asume que es cliente y proveedor.
- Progreso continuo hacia la obtención de cero defectos en los impresos, cero retrasos en las entregas, cero defectos en las oficinas, cero averías en las máquinas y cero stocks en los almacenes.

Principios de la Calidad Total

1. Crear una visión y demostrar un compromiso
2. Aprender la nueva filosofía
3. Comprender la auto-inspección de resultados
4. Dejar de tomar decisiones únicamente basadas en el costo. Invertir para superarnos
5. Mejorar constantemente y para siempre
6. Contar con el conocimiento necesario
7. Instituir el auto-liderazgo
8. Elimine el miedo
9. Optimizar los esfuerzos de los equipos
10. Analizar a profundidad la raíz de los obstáculos
11. Calidad antes que cantidad
12. Eliminar barreras para estar orgullosos de un trabajo bien hecho
13. Educación y auto-superación
14. Entrar en acción

Ventajas de Calidad Total

El uso de la calidad total conlleva ventajas, pudiendo citar como ejemplos las siguientes:

- Si existe reducción de productos defectuosos, trae como consecuencia una reducción en los costos, como resultado de un consumo menor de materias primas o sea los productos son de mejor calidad.
- Incrementa la productividad y dirige a la organización hacia la competitividad, lo cual es de vital importancia para las actuales organizaciones.
- Contribuye a la adaptación de los procesos a los avances tecnológicos.
- Permite eliminar procesos repetitivos de poco rendimiento evitando así gastos innecesarios.

Desventajas de Calidad Total

- Cuando el mejoramiento se concentra en un área específica de la organización, se pierde la perspectiva de la interdependencia que existe entre todos los miembros de la empresa.
- Requiere de un cambio en toda la organización, ya que para obtener el éxito es necesaria la participación de todos los integrantes de la organización y a todo nivel.
- En vista de que los gerentes en la pequeña y mediana empresa son muy conservadores, el Mejoramiento Continuo se hace un proceso muy largo.
- Hay que hacer inversiones importantes.

Importancia de la Calidad Total

La calidad total en la organización de una empresa, debe ser el nervio y motor de la misma; si de verdad la empresa desea alcanzar el éxito debe cimentarse en estas dos palabras.

El mensaje de la calidad total debe ser comunicado a tres audiencias que son complementarias entre sí:

- Los Trabajadores.
- Los Proveedores
- Los Clientes.

Los fundamentos de la calidad total son los siguientes:

- El objetivo básico: la competitividad
- El trabajo bien hecho.
- La Mejora continuada con la colaboración de todos: responsabilidad y compromiso individual por la calidad.
- El trabajo en equipo es fundamental para la mejora permanente
- Comunicación, información, participación y reconocimiento.
- Prevención del error y eliminación temprana del defecto.
- Fijación de objetivos de mejora.
- Seguimiento de resultados.
- Indicadores de gestión.
- Satisfacer las necesidades del cliente: calidad, precio, plazo.

Los obstáculos que impiden el avance de la calidad pueden ser:

- El hecho de que la dirección no defina lo que entiende por calidad.

- No se trata de hacer bien las cosas, sino de que el cliente opine igual y esté satisfecho.
- Todos creen en su concepto, pocos en su importancia y son menos los que la practican.¹³

El costo de la Administración de Calidad Total

Muchas empresas creen que los costos de la introducción de la TQM son mucho mayores que los beneficios que producirá. Sin embargo, la investigación ha demostrado que los costos directos e indirectos de los problemas de calidad son mucho mayores que los costos de implementarlo.

Los costos de prevención son asociados al diseño, implementación y mantenimiento del sistema de calidad total. Son costos en los que se incurre antes de la operación, los que pueden incluir:

- **Requerimientos de producto:** Las especificaciones de materiales, procesos, productos/servicios terminados.
- **Planificación de la calidad:** Creación de planes para la calidad, confiabilidad, operaciones, producción e inspecciones.
- **Aseguramiento de la calidad:** La creación y mantenimiento del sistema de calidad.
- **Entrenamiento:** El desarrollo, preparación y mantenimiento de los procesos.

Los costos de evaluación están asociados a la evaluación de proveedores y clientes acerca de los materiales y servicios comprados para asegurar de que se ajustan a las especificaciones:

¹³ <https://luisschiavino.files.wordpress.com/.../control-de-calidad-unidad-i-2...>

- **Verificación:** Inspección de materiales que llegan contra las especificaciones. Auditorías de calidad: Verificar que el sistema de calidad funciona correctamente.
- **Evaluación de proveedores:** Verificación y aprobación de proveedores.

Los costos de los fallos pueden dividirse en los que resultan de los fallos internos y externos. Los fallos internos pueden ocurrir cuando los resultados no logran los estándares de calidad y son detectados antes de que los bienes o servicios sean entregados al cliente. Estos pueden incluir:

- **Desperdicio:** Trabajo innecesario o paradas como resultado de errores, organización pobre o mala comunicación.
- **Desechos:** Productos o materiales defectuosos que no pueden ser reparados, usados o vendidos.
- **Trabajo extra:** Corrección de materiales defectuosos o errores.
- **Análisis de las fallas:** Esto es requerido para establecer las causas de las fallas internas.

Los costos de fallas externas pueden ocurrir cuando los productos o servicios no alcanzan los estándares de calidad, pero no son detectados hasta después de que el cliente los recibe. Estos pueden incluir:

- **Reparaciones:** Reparar productos devueltos o en el lugar.
- **Reclamos de garantía:** Los ítems son reemplazados y los servicios son vueltos a llevar a cabo bajo garantía.
- **Quejas:** Todo el trabajo y costos asociados a lidiar con las quejas de los clientes.

- **Devoluciones:** Transporte e investigación de los productos devueltos.¹⁴

¿Qué es la ISO 9000?

La ISO 9000 no deja de ser un estándar de Calidad, es decir una norma aplicada por todos igual para que todos los que la poseen y pasan una certificación por una entidad registrada dicen que tú cumples esa norma y por tanto eres igual a todos los que la poseen. En concreto, las normas ISO 9000 son referentes a los Sistemas de Calidad y permiten certificar que la empresa que posee el certificado tiene implementado un Sistema de Calidad en toda su estructura, es decir, que se orienta de cara a satisfacer las expectativas de sus clientes.

En español, el término calidad señala un conjunto de características de una persona o de una cosa, importancia, calificación, carácter, índole, superioridad, condición social, civil o jurídica, nobleza, prendas morales, propiedad, clase, cualidad, casta, excelencia, ralea, calaña, linaje, lustre, nobleza, importancia, condición.

El sustantivo inglés quality indica una persona de un alto nivel social, algo excepcionalmente bueno en su clase, un nivel de superioridad, un elemento distintivo, una medida de excelencia, atributo, carácter, característica, peculiaridad, propiedad.

Ambos términos derivan de la palabra latina qualitas, atis, que indica cualidad, manera de ser, propiedad de las cosas y que a su vez deriva del adjetivo también latino qualis, e, que significa cuál, de qué género, de qué clase, de qué calidad, de qué especie.

¹⁴www.lamolina.edu.pe/capacitacion/calidadtotal/somos.html

Sin embargo, los sistemas administrativos actuales han utilizado tanto el concepto "calidad" que lo han evolucionado, hasta llegar a significar mucho más que las definiciones originales de los diccionarios.¹⁵

Es también conocido como la Gestión de Calidad Total (abreviada TQM, del inglés Total Quality Management) es una estrategia de gestión orientada a crear conciencia de calidad en todos los procesos organizacionales. La TQM ha sido ampliamente utilizada en manufactura, educación, gobierno e industrias de servicio. Se le denomina «total» porque en ella queda comprendida la organización de la empresa globalmente considerada y las personas que trabajan en ella. Este proceso moderno implica la participación continua de todos los trabajadores de una organización en la mejoría del desarrollo, diseño, fabricación y mantenimiento de los productos y servicios que ofrece una organización. De igual manera esta participación debe verse reflejada en las actividades que se realizan dentro de la misma. Este concepto va mucho más allá del enfoque tradicional de la calidad solamente basada en normas, que atribuye importancia sólo al cumplimiento de ciertos requisitos y características de los productos o servicios. En el concepto de calidad se incluye la satisfacción del cliente y se aplica tanto al producto como a la organización. La Calidad Total pretende, teniendo como idea final la satisfacción del cliente, obtener beneficios para todos los miembros de la empresa. Por tanto, no sólo se pretende fabricar un producto con el objetivo de venderlo, sino que abarca otros aspectos tales como mejoras en las condiciones de trabajo y en la formación del personal.

El concepto de la calidad total es una alusión a la mejora continua, con el objetivo de lograr la calidad óptima en la totalidad de las áreas dentro de una organización. El profesor Japonés Kaoru Ishikawa, un autor reconocido de la gestión de la calidad, proporcionó la siguiente definición respecto a la Calidad Total: "Filosofía, cultura, estrategia o estilo de

¹⁵www.iso.org/

gerencia de una empresa según la cual todas las personas en la misma, estudian, practican, participan y fomentan la mejora continua de la calidad". La calidad total puede entenderse como la satisfacción global aplicada a la actividad empresarial. Según W. Edwards Deming (1900 – 1993) La calidad consiste en producir bienes o servicios que tengan aptitud para el uso. Otros autores de manera similar definen la calidad total cómo: el conjunto de acciones ejecutadas en una organización para garantizar permanentemente las políticas y objetivos de calidad establecidos, buscando el mejoramiento sistemático de las necesidades y expectativas de los clientes internos y externos de la empresa, con la participación y para el beneficio de todos en la empresa y en la sociedad.

El cumplir con los requerimientos

Deming, Juran, Crosby y las normas ISO 9000 están de acuerdo en que los requerimientos son los indicadores de si se cumple o no con la calidad. Por razones prácticas, calidad es cumplir con los requerimientos.

Cumplir con los requerimientos negociados, a un costo que representa valor para el cliente. A la organización le cuesta tanto el añadir a los servicios características o lujos que no son apreciados ni pagados por el cliente, como el mantener servicios que no tienen demanda. En la prestación de los servicios y en la compra-venta de los mismos, los requerimientos son los indicadores para conocer si se cumple o no con la calidad.

Los requerimientos son las características solicitadas por el cliente.

El satisfacer al cliente

Calidad también denota, como lo señala Juran, "aquellas características del servicio que responden a las necesidades del cliente".

Un cliente con sus necesidades y expectativas cubiertas es un cliente satisfecho.

Calidad es satisfacer al cliente.

¿Cómo? Cumpliendo con los requerimientos del servicio.

¿Hasta dónde? Hasta donde la acción tomada ayude a la permanencia de la empresa en el mercado. Ese es el límite.

El conjunto de sistemas administrativos para la calidad

Así mismo, el término calidad es usado en la administración de nuestros tiempos para calificar, aquí ya como adjetivo, a un conjunto de sistemas surgidos de los modelos administrativos para la calidad, como son:

- Los inventarios justo a tiempo,
- Los círculos de calidad,
- El control estadístico del proceso y
- Las operaciones a prueba de errores.

El conjunto de procesos administrativos para la calidad y finalmente en el mercado internacional actual, la palabra calidad también adjetiva técnicamente los procesos que genera la implementación de los modelos administrativos para la calidad como son:

- La mejora continua y
- El proceso administrativo para la calidad.

La administración para la calidad no es una panacea

La administración para la calidad es el conjunto de principios, sistemas, procesos, métodos y técnicas, cuya aplicación permite el cumplimiento sistemático de los requerimientos y la reducción sistemática de los errores.

La administración para la calidad no es una panacea ni mucho menos una receta mágica universal. Aplicada en algunas circunstancias, tiene éxito mientras que fracasa en otras, tiene sus limitaciones y sus riesgos y no sustituye a la mercadotecnia ni a la publicidad; pero en la práctica es el mejor modelo administrativo que existe en nuestros días y ha demostrado que puede ser un arma competitiva decisiva para algunas organizaciones, en algunas circunstancias.

El proceso de implementación de un modelo administrativo para la calidad permite que cada organización implemente y desarrolle un modelo propio, adecuado a las características de la organización y a las del mercado.

¿Qué es entonces la calidad en el servicio?

Como resultado de investigaciones, tanto bibliográficas como de mercado, hemos podido entender que todos los clientes evaluamos el servicio que recibimos a través de la suma de las evaluaciones que realizamos a cinco diferentes factores, a saber.

1. Elementos tangibles: Se refiere a la apariencia de las instalaciones de la organización, la presentación del personal y hasta los equipos utilizados en determinada compañía (de cómputo, oficina, transporte, etc.). Una evaluación favorable en este rubro invita al cliente para que realice su primera transacción con la empresa.

No son pocos los clientes del ramo industrial que con sólo visitar la planta manufacturera o conociendo su sistema de cómputo, se deciden a realizar

su primer pedido. Ni qué decir de las empresas del sector comercio: Una exhibición adecuada de los productos que comercializa influye en un cliente potencia.

De la misma forma, si su empresa es del sector servicios, también logrará un beneficio con el buen uso de los elementos tangibles, como es el caso de los nuevos talleres automotrices (franquiciados), que revoluciona nuestra costumbre de ver talleres para autos con demasiada grasa y muy descuidados: asesores e instalaciones limpias invitan a más de un cliente, día con día, a experimentar con dicha organización.

Es importante mencionar que los aspectos tangibles pueden provocar que un cliente realice la primera operación comercial con nosotros, pero no lograrán convencer al cliente de que vuelva a comprar.

2. Cumplimiento de promesa: Significa entregar correcta y oportunamente el servicio acordado. Es decir, que si usted prometió entregar un pedido de 30 toneladas de materia prima a su cliente industrial el viernes de las 8 de la mañana, deberá cumplir con esas dos variables. Entregar a las 8 de la mañana 20 toneladas es incumplimiento, lo mismo que entregar las 30 toneladas el sábado.

Aunque ambos requisitos (entrega correcta y oportuna) pueden parecer diferentes, los clientes han mencionado que ambos tienen igual importancia, pues provocan su confianza o desconfianza hacia la empresa. En opinión del cliente, la confianza es lo más importante en materia de servicio. El cumplimiento de promesa es uno de los dos factores más importantes que orilla a un cliente a volver a comprar en nuestra organización.

3. Actitud de servicio: Con mucha frecuencia los clientes perciben falta de actitud de servicio por parte de los empleados; esto significa que no sienten la disposición quienes los atienden para escuchar y resolver sus problemas o emergencias de la manera más conveniente. Este es el factor que más critican los clientes, y es el segundo más importante en su evaluación. Después del cumplimiento, las actitudes influyen en el cliente para que vuelva a nuestra organización.

4. Competencia del personal: El cliente califica qué tan competente es el empleado para atenderlo correctamente; si es cortés, si conoce la empresa donde trabaja y los productos o servicios que vende, si domina las condiciones de venta y las políticas, en fin, si es capaz de inspirar confianza con sus conocimientos como para que usted le pida orientación.

Muchos clientes saben bien lo que quieren comprar, pero aquellos que requieren de orientación o de consejos y sugerencias pueden no tomarlas en cuenta aunque sean acertadas si no perciben que quien los atiende es lo suficientemente competente.

5. Empatía: Aunque la mayoría de las personas define a la empatía como ponerse en los zapatos del cliente (lo vemos hasta en comerciales de televisión), nosotros hemos obtenido de parte de los clientes que evalúan este rubro de razonamientos de acuerdo con tres aspectos diferentes que son:

- **Facilidad de contacto:** ¿Es fácil llegar hasta su negocio? ¿Cuándo llaman a sus vendedores o empleados los encuentran, se reportan o sus números telefónicos son de los que siempre están ocupados o de los que nunca contestan y encima, cuando contestan, el cliente no puede encontrar a quien busca y nadie pueden ayudarlo?

- **Comunicación:** Algo que buscan los clientes es un mayor nivel de comunicación de parte de la empresa que les vende, además en un idioma que ellos puedan entender claramente.
- **Gustos y necesidades:** El cliente desea ser tratado como si fuera único, que le brindemos los servicios que necesita y en las condiciones más adecuadas para él y ¿por qué no? Que le ofrezcamos algo adicional que necesite; esto es, que superemos sus expectativas.

Las 7 Herramientas Básicas de la Calidad

Las siete herramientas básicas de calidad es una denominación dada a un conjunto de técnicas gráficas identificadas como las más útiles en la solución de problemas enfocados a la calidad de los productos. Se conocen como “herramientas básicas” ya que son adecuadas para personas con poca formación en materia de estadísticas.

Las siete herramientas básicas son:

1. **Diagrama de Ishikawa:** también llamado diagrama de causa-efecto o diagrama causal, se trata de un diagrama que por su estructura ha venido a llamarse también: diagrama de espina de pez, que consiste en una representación gráfica sencilla en la que puede verse de manera relacional una especie de espina central, que es una línea en el plano horizontal, representando el problema a analizar, que se escribe a su derecha. Es una de las diversas herramientas surgidas a lo largo del siglo XX en ámbitos de la industria y posteriormente en el de los servicios, para facilitar el análisis de problemas y sus soluciones en esferas como lo son; calidad de los procesos, los productos y servicios.
2. **Hoja de Verificación:** también llamada hoja de control o de chequeo, es un impreso con formato de tabla o diagrama, destinado a registrar y compilar datos mediante un método sencillo y sistemático, como la anotación de marcas asociadas a la ocurrencia de determinados

sucesos. Esta técnica de recogida de datos se prepara de manera que su uso sea fácil e interfiera lo menos posible con la actividad de quien realiza el registro.

- 3. Gráfico de Control:** es una representación gráfica de los distintos valores que toma una característica correspondiente a un proceso. Permite observar la evolución de este proceso en el tiempo y compararlo con unos límites de variación fijados de antemano que se usan como base para la toma de decisiones.

- 4. Histograma:** es una representación gráfica de una variable en forma de barras, donde la superficie de cada barra es proporcional a la frecuencia de los valores representados. En el eje vertical se representan las frecuencias, y en el eje horizontal los valores de las variables, normalmente señalando las marcas de clase, es decir, la mitad del intervalo en el que están agrupados los datos. Los histogramas son más frecuentes en ciencias sociales, humanas y económicas que en ciencias naturales y exactas. Y permite la comparación de los resultados de un proceso.

- 5. Diagrama de Pareto:** también llamado curva 80-20 o distribución C-A-B, es una gráfica para organizar datos de forma que estos queden en orden descendente, de izquierda a derecha y separados por barras. Permite asignar un orden de prioridades. El diagrama permite mostrar gráficamente el principio de Pareto (pocos vitales, muchos triviales), es decir, que hay muchos problemas sin importancia frente a unos pocos graves. Mediante la gráfica colocamos los “pocos vitales” a la izquierda y los “muchos triviales” a la derecha.

6. Diagrama de Dispersión: también llamado gráfico de dispersión, es un tipo de diagrama matemático que utiliza las coordenadas cartesianas para mostrar los valores de dos variables para un conjunto de datos. Los datos se muestran como un conjunto de puntos, cada uno con el valor de una variable que determina la posición en el eje horizontal y el valor de la otra variable determinado por la posición en el eje vertical.

7. Muestreo Estratificado: también conocida como estratificación, es una herramienta estadística que clasifica los elementos de una población que tiene afinidad para así analizarlos y determinar causas comunes de su comportamiento. La estratificación contribuye a identificar las causas que hacen mayor parte de la variabilidad, de esta forma se puede obtener una comprensión detallada de la estructura de una población de datos, examinando así la diferencia en los valores promedio y la variación en los diferentes estratos.¹⁶

2.2.2. Satisfacción

Satisfacción, del latín satisfactio, es la acción y efecto de satisfacer o satisfacerse. Este verbo refiere a pagar lo que se debe, saciar un apetito, sosegar las pasiones del ánimo, cumplir con ciertas exigencias, premiar un merito o deshacer un agravio.

La satisfacción, por lo tanto, puede ser la acción o razón con que se responde a una queja o razón contraria.

Satisfacer a los demás es muy importante, pero sólo debe hacerse una vez que logramos sentirnos a gusto con nosotros mismos y cubrir nuestras necesidades. No es sano preocuparse exclusivamente por el

¹⁶ boards5.melodysoft.com/CFE001/calidad-total-16.html

prójimo, sin importar cuánto signifique para nosotros; la falta de amor propio sólo puede conducir a relaciones nocivas, que acaban por destruirse y destruirnos. Para estar en condiciones de ayudar a nuestro entorno debemos aprender a respetarnos y darnos lo que nos hace bien.

Se entiende la satisfacción como un estado mental que se produce por la optimización de la retroalimentación cerebral. Diferentes regiones del cerebro compensan su potencial energético y brindan la sensación de plenitud.

Al alcanzar la satisfacción, el funcionamiento mental del ser humano se encuentra en armonía. La satisfacción contribuye a la felicidad mientras que, por el contrario, la insatisfacción genera sufrimiento.

Un ámbito en el cual se suele utilizar el término satisfacción es la sexualidad. Cuando dos personas mantienen relaciones sexuales, se espera que ambas alcancen un estado de satisfacción, que se sientan a gusto con la experiencia y que sacien su necesidad de estar juntos. Sin embargo, éste no siempre es el caso, ya que por diversas razones suele ocurrir que la unión no sea producto de la mutua voluntad, o que una de las partes no se preocupe porque la otra disfrute del acto sexual tanto como ella.

Lamentablemente, la satisfacción no se asocia a la vocación tan comúnmente como a la sexualidad. Encontrar el propio camino en la vida es necesario para alcanzar la plenitud como persona, pero la falta de incentivo por parte de padres y educadores suele dificultar considerablemente este descubrimiento, tan esencial para la vida como el propio oxígeno. Cuando nos sentimos a gusto con nuestra profesión nos

predisponemos positivamente para encarar el resto de los aspectos de nuestra existencia.

Esto no significa que la vocación sea el único punto fundamental para sentirnos satisfechos con nuestra vida; es tan importante como las relaciones interpersonales y como nuestros principios. Para ser felices necesitamos encontrar sentido a nuestro día a día, tener con quién compartirlo y basar nuestra existencia en la compasión por los demás y en la búsqueda de la justicia. Si falta alguno de esos elementos, la satisfacción es pasajera, ya que no conseguimos un equilibrio.

Elementos para la satisfacción y la calidad

1. Elementos para la satisfacción y la calidad

- Encuentros de servicio. “Momento de la verdad”.
- Importancia de los encuentros. Todos importan.

Tipos de encuentros:

- Encuentros a distancia.
- Encuentros por teléfono.
- Encuentros personales.

2. Elementos para la satisfacción y la calidad o la satisfacción o insatisfacción determinan temas comunes como:

- Recuperación
- Adaptabilidad
- Espontaneidad

- Respuesta de los empleados a clientes difíciles

Satisfacción Laboral

La organización es un sistema cooperativo que requiere conocer de manera fehaciente sobre la eficacia de sus integrantes a través de algunos indicadores tales como: motivación, características de la organización, comunicación y satisfacción laboral, los cuales permiten lograr una mayor vinculación con el objeto de tomar las decisiones correctas sobre la prevención o solución de las diversas problemáticas que puedan presentar los trabajadores.

La satisfacción laboral puede ser determinada por el tipo de actividades que se realizan (es decir, que el trabajo tenga la oportunidad de mostrar tus habilidades y que ofrezcan un cierto grado de desafío para que exista el interés). Que los empleados sean bien recompensados a través de sus salarios y sueldos acordes obviamente a las expectativas de cada uno. Que las condiciones del trabajo sean adecuadas, no peligrosas o incómodas lo cual hace mejor su desempeño. Además los empleados buscan dentro del trabajo que su jefe inmediato sea amigable y comprensible y que los escuche cuando sea necesario. La insatisfacción en el trabajo se refleja en la salida de los empleados inminente (como en el caso de la organización a investigar) o que expresen situaciones que ayuden a mejorar las relaciones obrero-organización, también de forma leal esperar que las condiciones mejoren. La satisfacción laboral ha sido estudiada por parte de investigadores con el objeto de mejorar los resultados laborales, debido que mediante la misma facilitaría la consecución y los objetivos de los trabajadores, lo cual produce satisfacción y cuando no se produce el logro previsto se presenta la insatisfacción. Según Fleisman y Bass conceptúan la satisfacción laboral en los siguientes términos:

Es una respuesta afectiva que da el trabajador a su puesto como resultado o consecuencia de la experiencia del mismo en su cargo, en relación a sus valores, es decir con lo que desea o espera de este. Consideran los mismos que la satisfacción tiene el mismo sentido que el placer. En definitiva la satisfacción es una actitud general, como resultado de varias actitudes más específicas. (1979:34).

El mencionado concepto está centrado en la satisfacción de las necesidades dependiendo de ciertos y determinados factores laborales, pero siempre enunciando que la satisfacción se logra a través de los diversos factores motivacionales, de ahí se desprende que el bienestar laboral se descompone en dos columnas básicas: la satisfacción de las necesidades y las aspiraciones de los individuos, ambos en relación con el trabajo.

La satisfacción laboral es el resultado de diversas actitudes que tienen los trabajadores en relación al salario, la supervisión, el reconocimiento, oportunidades de ascenso (entre otros) ligados a otros factores como la edad, la salud, relaciones familiares, posición social, recreación y demás actividades en organizaciones laborales, políticas y sociales.

Según la definición de Blum y Naylor, podemos deducir que la satisfacción laboral, surgirá o dependerá de las diferencias y discrepancias entre las aspiraciones que el trabajador tiene y las oportunidades que presenta la organización, así como las diferencias existentes entre las expectativas y los logros, afectando la motivación del trabajador, hasta el extremo de que éste se sienta en libertad de actuar conforme a diversas alternativas para seguir trabajando. Sobre la base de lo antes expuesto podemos deducir que la definición que se adapta mejor al estudio a realizar es la planteada por Milton Blum, debido a que éste autor expone algunas de las expectativas de dichos trabajadores, que a

mi juicio están relacionadas con las características de dicho personal, tales como: oportunidad y desarrollo en la organización, ambiente laboral, sueldos y salarios, supervisión, características del trabajo y demás actividades que desarrolla en el ambiente laboral.

La satisfacción laboral está basada en la satisfacción de las necesidades como consecuencia del ámbito y factores laborales y siempre estableciendo que dicha satisfacción se logra mediante diversos factores motivacionales y lo describe como: el resultado de diversas actitudes que tienen los trabajadores en relación al salario, la supervisión, el reconocimiento, oportunidades de ascensos (entre otros) ligados a otros factores como la edad, la salud, relaciones familiares, posición social, recreación y demás actividades en organizaciones laborales, políticas y sociales.

El concepto holístico de satisfacción laboral, donde la salud no es únicamente ausencia de dolor, sino que es el estado general de bienestar de la persona. Físico, espiritual, moral y emocional. No puede haber buen clima organizacional, si el individuo está enfermo moralmente, si la persona es excluida, estigmatizado, es subvalorado. No puede haber buen clima organizacional para un individuo que se le vulnera sus fundamentos religiosos, en tanto que, diariamente hace un aporte significativo a la organización. No puede haber clima organizacional en un escenario donde la persona no ve posible un mundo de realizaciones acorde con sus expectativas de existencia, entendida como niveles idóneos de Calidad de Vida en el Trabajo. La eliminación de las fuentes de insatisfacción conlleva en cierta medida a un mejor rendimiento del trabajador, reflejado en una actitud positiva frente a la organización. Existiendo insatisfacción en el trabajo, estaremos en presencia de un quiebre en las relaciones síndico - patronales.

La satisfacción en el trabajo está en función de las discrepancias percibidas por el individuo entre lo que él cree debe darle el trabajo y lo que realmente obtiene como producto o gratificación. Es producto de la comparación entre los aportes que hace el individuo al trabajo y el producto o resultado obtenido. Esta misma tendencia llamada equidad plantea también que esta satisfacción o insatisfacción es un concepto relativo y depende de las comparaciones que haga el individuo en términos de aporte y los resultados obtenidos por otros individuos en su medio de trabajo o marco de referencia.

Sobre la base de los conceptos emitidos, podríamos emitir un concepto que comprende nuestro sentir con respecto a la satisfacción laboral, cuya definición sería: Es la actitud del trabajador de cómo enfocan y reaccionan ante la satisfacción de sus necesidades como consecuencia de la interacción con los diversos factores presentes en el ambiente laboral.

El mencionado concepto está centrado en la satisfacción de las necesidades dependiendo de ciertos y determinados factores laborales, pero siempre tomando en alta importancia a que la satisfacción se logra a través de los diversos factores motivacionales, de ahí se desprende que la satisfacción laboral se descompone en tres columnas básicas: la satisfacción de las necesidades y las aspiraciones de los individuos, ambos en relación con el trabajo.

Causas de Satisfacción Laboral

Existen diversos modelos explicativos sobre el concepto de satisfacción laboral, los cuales proponen que la misma está basada en diferentes causas, entre las que podemos mencionar: satisfacción de las necesidades, cumplimiento positivo de las expectativas y valores, obtención de resultados mediante encuestas, comparación entre diferentes estudios, etc.

Jhon Perry (1961), especifica que entre las causas que producen satisfacción o insatisfacción se tienen:

Reconocimiento: la mayoría de los hombres quieren y buscan el reconocimiento; en realidad ellos consagran gran parte de su vida a buscarlo. No hay mejor causa de insatisfacción que desvalorizar al trabajador.

Buen Ambiente: el medio tiene un efecto directo sobre la productividad. Las condiciones de trabajo deficiente pueden ser causa de insatisfacción.

Competencia de la Dirección: es decir sí la dirección es incompetente hallaran poco incentivo en cumplir con sus actividades y no se sentirán orgullosos de pertenecer a la organización.

Seguridad en el Empleo: el grado de satisfacción que el trabajador encuentre en la organización donde trabaja será el grado de sentimiento de grupo en la empresa, de su participación, de sus creencias en que puede trabajar junto con la dirección en los logros de los objetivos.¹⁷

Satisfacción en el Trabajo

La satisfacción en el trabajo, se puede definir de manera muy genérica, como la actitud general de la persona hacia su trabajo. Los trabajos que las personas desempeñan son mucho más que actividades que realizan, pues además requiere interacción con los colegas y con los gerentes, cumplir con los reglamentos organizacionales así como con sus políticas, cumplir con los estándares de desempeño, sobrevivir con las condiciones

¹⁷ www.eumed.net/tesis.../Conceptos%20de%20Satisfaccion%20Laboral.ht...

de trabajo, entre muchas otras cosas. Con esto lo que se quiere expresar es que la evaluación de la satisfacción de un empleado, es una suma complicada de un número de elementos del trabajo.

Medición de la satisfacción en el trabajo

Existen dos métodos para esto:

1. Escala global única: consiste en medir a los individuos, que respondan una pregunta cómo qué tanto se encuentra satisfecho con su trabajo, indicando luego en una escala que va desde altamente satisfecho, hasta altamente insatisfecho.

2. Calificación de la suma: este es el método más complejo, pues identifica los elementos claves en un determinado trabajo y cuestiona a los empleados, sobre sus sentimientos hacia cada uno de ellos. Los factores incluidos por lo general son su salario actual, oportunidades para ascender en la organización, entre otros, estos se estiman sobre la escala estandarizada, para luego proceder a sumar para crear así la calificación total sobre la satisfacción en el trabajo.

Determinantes de la satisfacción en el trabajo

Entre ellas podremos encontrar:

- Trabajo mentalmente desafiante, es decir aquel trabajo que le exija al empleado la realización de un esfuerzo mental por realizarlo, será preferido por este, ya que podrá poner en práctica todas sus habilidades.
- Recompensas justas, cuando un empleado percibe que recibe que en la organización en la que trabaja existen políticas de ascensos justas, y que además su sueldo es el justo por la labor que desempeña, su satisfacción será menor.

- Condiciones favorables de trabajo, cuando los empleados trabajan en condiciones seguras y cómodas de trabajo, se sentirán más satisfechos.
- Colegas que brinden apoyo, tener colegas amigables que brinden apoyo, va a tener como consecuencia una mayor satisfacción del empleado.
- Compatibilidad entre personalidad y puesto
- La genética.

Efectos de la satisfacción en el trabajo sobre el desempeño del empleado

- Satisfacción y productividad: Una revisión muy cuidadosa acerca de esta relación demostró que es positiva, y las correlaciones son relativamente bajas. Con esto se quiere decir que no más del 2% de una variación en la producción, puede ser atribuida a la satisfacción del empleado.
- Satisfacción y Ausentismo: Se encuentran negativamente relacionados, pero dicha correlación es atenuada. Suena lógico que los empleados insatisfechos falten más al trabajo, pero no se puede olvidar que además existen otros factores que poseen un impacto en esta relación y que disminuyen la correlación que existe entre ambos.
- Satisfacción y Rotación: Ambas se encuentran relacionadas de manera negativa, esta relación es más fuerte que la que se observa con el ausentismo. La investigación demuestra que un moderador importante en esta relación, es el desempeño del empleado. Para los individuos que muestran un desempeño superior, la satisfacción es menor relevante en el pronóstico de la rotación; esto porque como es lógico si un individuo muestra un alto desempeño, la organización querrá conservarlo de cualquier manera, ya sea aumentando su sueldo, brindándole recompensas, ascendiéndolo, entre otros. Otro aspecto interesante que se concluye de las investigaciones es que si existen dos empleados insatisfechos igualmente con su trabajo, el que es más probable de

renunciar, es el que posea una mayor propensión a sentirse insatisfecho genéricamente.

Formas en que los empleados demuestran su insatisfacción

Por lo general la manera en que los empleados de las organizaciones demuestran su insatisfacción son las siguientes:

- **Salida:** Se da cuando la insatisfacción se dirige hacia el abandono del lugar de trabajo.
- **Expresión:** Se da cuando la insatisfacción se expresa, hacia tratar activa y constructivamente de mejorar las actuales condiciones.
- **Lealtad:** Se refiere a la insatisfacción que se expresa a través de la espera paciente o pasiva de que las cosas mejoren.
- **Negligencia:** Se refiere a la insatisfacción que se expresa accediendo que las condiciones empeoren.¹⁸

La satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente es un término propio del marketing que hace referencia a la satisfacción que tiene un cliente con respecto a un producto que ha comprado o un servicio que ha recibido, cuándo éste ha cumplido o sobrepasado sus expectativas.

Cuando un cliente compra un producto o recibe un servicio y luego éste no llega a cumplir con sus expectativas, entonces quedará insatisfecho, difícilmente volverá a comprarnos o visitarnos, y muy probablemente hablará mal de nosotros en frente de otros consumidores.

¹⁸ www.eumed.net/libros-gratis/2007a/231/36.htm

Cuando un cliente compra un producto o recibe un servicio y luego éste llega a cumplir con sus expectativas, entonces quedará satisfecho y muy probablemente volverá a comprarnos o visitarnos, aunque es posible que decida acudir a la competencia si llega a encontrar una mejor oferta.

Pero cuando un cliente compra un producto o recibe un servicio que no sólo llega a cumplir con sus expectativas, sino que las sobrepasa, entonces quedará complacido y no sólo volverá a comprarnos o visitarnos, sino que muy probablemente se convertirá en un cliente fiel a nuestro producto, empresa o marca, y nos recomendará con otros consumidores.

Por tanto, lograr la plena satisfacción del cliente, brindándole un producto o servicio que cumpla con sus expectativas (o mejor aún que las sobrepase) es una de las claves del éxito de toda empresa.

Formas de lograr la satisfacción del cliente

Veamos a continuación algunas formas de lograr la satisfacción del cliente:

- Ofrecer un producto de calidad: Ofrecer un producto que cuente con insumos de primera, que cuente con un diseño atractivo, que sea durable en el tiempo, que satisfaga necesidades, gustos y preferencias.
- Cumplir con lo ofrecido: procurar que el producto cuente con las características mencionadas en la publicidad, hacer efectivas las promociones de ventas, respetar las condiciones pactadas, cumplir con los plazos de entrega.
- Brindar un buen servicio al cliente: ofrecer una buena atención, un trato amable, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, una rápida atención.

- Ofrecer una atención personalizada: ofrecer promociones exclusivas, brindar un producto que satisfaga necesidades particulares, procurar que un mismo trabajador atienda todas las consultas del un mismo cliente.
- Brindar una rápida atención: brindar una rápida atención al atender un pedido, al entregar un producto, al brindar un servicio, al atender y resolver los problemas, quejas y reclamos del cliente.
- Resolver problemas, quejas y reclamos: atender y resolver problemas, quejas y reclamos de manera rápida y efectiva.

- Brindar servicios extras: brindar servicios adicionales tales como la entrega del producto a domicilio, la instalación gratuita del producto, servicio técnico gratuito, garantías, etc.

Percepción y expectativas

Algo a tomar en cuenta con respecto a la satisfacción del cliente es que ésta no depende exclusivamente del producto o servicio brindado, sino que también depende de dos factores: la percepción del valor o desempeño del producto que el cliente tenga, y sus expectativas.

Un producto podría no ser realmente de buena calidad, pero si la percepción del valor o del desempeño que un cliente tiene del producto es de las mejores, entonces para dicho cliente sí será un producto de buena calidad.

Lo mismo en el caso de las expectativas, si las expectativas de un cliente no son muy altas, entonces un producto de una calidad regular, podría ser suficiente para lograr su plena satisfacción.

En el caso de la percepción del valor o desempeño que un cliente podría tener de un producto, ésta podría estar basada en sus necesidades, sus preferencias, sus gustos, su estado de ánimo, las opiniones que reciba de otras personas, etc.

Mientras que en el caso de las expectativas, éstas podrían estar basadas en lo ofrecido o prometido por la empresa, sus experiencias con compras similares, los productos o servicios de la competencia, las opiniones de otras personas, etc.

De ahí que una forma de ir más allá de la satisfacción del cliente y llegar a complacerlo, es ofreciéndole menos de lo que podríamos darle (aunque no menos que lo ofrecido por la competencia), y luego darle más de lo ofrecido (superando así sus expectativas).

Medición de la satisfacción del cliente

Siendo la satisfacción del cliente un factor determinante para el éxito de toda empresa, es necesario medirla constantemente para saber si la estamos logrando o si es necesario mejorar nuestros productos o servicios.

Para ello es posible utilizar medios que permitan y animen a los clientes a que nos hagan llegar sus quejas o reclamos, por ejemplo, un buzón de quejas o sugerencias, un número gratuito para reclamos, o una sección de sugerencias en nuestra página web.

Aunque teniendo en cuenta que la gran mayoría de clientes insatisfechos no suelen comunicar sus quejas o reclamos sino que simplemente dejan

de comprarnos y terminan por pasarse a la competencia, se hace necesario contar con otras herramientas o métodos.

Estas herramientas o métodos podrían estar conformadas por entrevistas informales que les hagamos a nuestros clientes en donde casualmente les pidamos su opinión sobre el producto que ha comprado o servicio que ha recibido. Por llamadas telefónicas en donde les preguntemos cómo les está yendo con el producto adquirido, por ejemplo, una semana luego de haberse realizado la compra.

O por pequeñas encuestas que realicemos periódicamente en donde, por ejemplo, les pidamos clasificar del uno al cinco el nivel de satisfacción que han tenido sobre diversos aspectos de nuestro producto o servicio, por ejemplo, sobre la calidad del producto, la atención, la higiene del local, etc.¹⁹

Satisfacción del cliente

En la actualidad, lograr la plena "*satisfacción del cliente*" es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la "mente" de los clientes y por ende, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener satisfecho a cada cliente ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos, etc.) de las empresas exitosas.

Por ese motivo, resulta de vital importancia que tanto mercadólogos, como todas las personas que trabajan en una empresa u organización, conozcan cuáles son los beneficios de lograr la satisfacción del cliente, cómo definirla, cuáles son los niveles de satisfacción, cómo se forman las

¹⁹ <https://excelencemanagement.wordpress.com/calidad/>

expectativas en los clientes y en qué consiste el rendimiento percibido, para que de esa manera, estén mejor capacitadas para coadyuvar activamente con todas las tareas que apuntan a lograr la tan anhelada *satisfacción del cliente*.

Beneficios de lograr la satisfacción del cliente

Si bien, existen diversos beneficios que toda empresa u organización puede obtener al lograr la satisfacción de sus clientes, éstos pueden ser resumidos en tres grandes beneficios que brindan una idea clara acerca de la importancia de lograr la *satisfacción del cliente*:

Primer Beneficio: El cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro.

Segundo Beneficio: El cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos.

Tercer Beneficio: El cliente satisfecho deja de lado a la competencia. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar (participación) en el mercado.

En síntesis, toda empresa que logre la satisfacción del cliente obtendrá como beneficios:

1) La lealtad del cliente (que se traduce en futuras ventas),

2) difusión gratuita (que se traduce en nuevos clientes) y

3) una determinada participación en el mercado.

Elementos que conforman la *satisfacción del cliente*:

Como se vio en la anterior definición, la satisfacción del cliente está conformada por tres elementos:

1. El Rendimiento Percibido: Se refiere al desempeño (en cuanto a la entrega de valor) 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 percibido tiene las siguientes características:

- Se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa.
- Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio.
- Está basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad.
- Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente.
- Depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos.

Dada su complejidad, el "rendimiento percibido" puede ser determinado luego de una exhaustiva investigación que comienza y termina en el "cliente".

2. Las Expectativas: Las expectativas son las "esperanzas" que los clientes tienen por conseguir algo. Las expectativas de los clientes se producen por el efecto de una o más de éstas cuatro situaciones:

- Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.
- Experiencias de compras anteriores.
- Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión (p.ej.: artistas).
- Promesas que ofrecen los competidores.

En la parte que depende de la empresa, ésta debe tener cuidado de establecer el nivel correcto de expectativas. Por ejemplo, si las expectativas son demasiado bajas no se atraerán suficientes clientes; pero si son muy altas, los clientes se sentirán decepcionados luego de la compra.

Un detalle muy interesante sobre este punto es que la disminución en los índices de satisfacción del cliente no siempre significa una disminución en la calidad de los productos o servicios; en muchos casos, es el resultado de un aumento en las expectativas del cliente [2] situación que es atribuible a las actividades de mercadotecnia (en especial, de la publicidad y las ventas personales).

En todo caso, es de vital importancia monitorear "regularmente" las "expectativas" de los clientes para determinar lo siguiente:

- Si están dentro de lo que la empresa puede proporcionarles.
- Si están a la par, por debajo o encima de las expectativas que genera la competencia.

- Si coinciden con lo que el cliente promedio espera, para animarse a comprar.

3. Los Niveles de Satisfacción: Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

- **Insatisfacción:** Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.
- **Satisfacción:** Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.
- **Complacencia:** Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

Dependiendo el nivel de satisfacción del cliente, se puede conocer el grado de lealtad hacia una marca o empresa, por ejemplo: Un cliente insatisfecho cambiará de marca o proveedor de forma inmediata (deslealtad condicionada por la misma empresa). Por su parte, el cliente satisfecho se mantendrá leal; pero, tan solo hasta que encuentre otro proveedor que tenga una oferta mejor (lealtad condicional). En cambio, el cliente complacido será leal a una marca o proveedor porque siente una afinidad emocional que supera ampliamente a una simple preferencia racional (lealtad incondicional).

Por ese motivo, las empresas inteligentes buscan complacer a sus clientes mediante prometer solo lo que pueden entregar, y entregar después más de lo que prometieron ²⁰

²⁰ www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html

La satisfacción del cliente es la base de los sistemas de gestión de la calidad. Los clientes necesitan productos y servicios que satisfagan sus necesidades y expectativas. Los requisitos del cliente pueden estar especificados por el cliente de forma contractual o pueden ser determinados por la propia organización, pero en cualquier caso, es finalmente el cliente el que determina la aceptabilidad del producto.

La orientación de los sistemas de gestión de la calidad a lograr la satisfacción del cliente requiere medir el grado de satisfacción conseguido. Para medir la satisfacción del cliente disponemos de distintas metodologías y modelos. Fundamentalmente distinguimos entre metodologías cualitativas y cuantitativas:

- **Las metodologías cualitativas** (grupos focales, paneles de clientes, cliente misterioso, etc.) no requieren grandes muestras de población a analizar aunque normalmente tienen un coste más elevado y sus resultados son más complicados de tratar de manera estadística.

- **Las metodologías cuantitativas** (encuestas) requieren mayores muestras de población aunque normalmente tienen un menor coste y sus resultados son más sencillos de tratar de manera estadística.

2.3. Definición de términos Básicos

- **Calidad:** Grado en que el conjunto que características inherentes cumple con los requisitos.
 - **Requisito:** Necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria.
 - **Satisfacción del cliente:** Percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos.
 - **Capacidad:** Aptitud de una organización, sistema o proceso para realizar un producto que cumple con los requisitos para ese producto.
-

- **Sistema:** Conjunto de elementos mutuamente relacionados o que interactúan.
- **Sistema de Gestión:** Sistema para establecer la política y los objetivos y para lograr dichos objetivos.
- **Sistema de Gestión de la Calidad:** Sistema de gestión para dirigir y controlar una organización con respecto a la calidad.
- **Política de la Calidad:** Intenciones globales y orientación de una organización relativas a la calidad tal como se expresan formalmente por la alta dirección.
- **Objetivo de la Calidad:** Algo ambicionado, o pretendido, relacionado con la calidad.
- **Gestión:** Actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización.
- **Alta dirección:** Persona o grupo de personas que dirigen y controlan al más alto nivel una organización.
- **Gestión de la Calidad:** actividades Coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la calidad,
- **Planificación de la Calidad:** Parte de la gestión de la calidad enfocada al establecimiento de los objetivos de la calidad y a la especificación de los procesos operativos necesarios y de los recursos relacionados para cumplir con los objetivos de la calidad.
- **Control de la Calidad:** Parte de la gestión de la calidad orientada al cumplimiento de los requisitos de la calidad.
- **Aseguramiento de la Calidad:** Parte de la gestión de la calidad orientada a proporcionar confianza en que se cumplirán los requisitos de la calidad.
- **Mejora de la Calidad:** Parte de la gestión de la calidad orientada a aumentar la capacidad de cumplir con los requisitos de la calidad.
- **Mejora continua:** Actividad recurrente para aumentar la capacidad para cumplir los requisitos.

- **Eficacia:** Extensión en la que se realizan las actividades planificadas y se alcanzan los resultados planificados.
 - **Eficiencia:** Relación entre el resultado alcanzado y los recursos utilizados.
 - **Estructura de la organización:** Disposición de responsabilidades,
 - autoridades y relaciones entre el personal.
 - **Infraestructura:** Sistema de instalaciones, equipos y servicios necesarios para el funcionamiento de una organización.
 - **Ambiente de trabajo:** Conjunto de condiciones bajo las cuales se realiza el trabajo.
 - **Cliente:** Organización o persona que recibe un producto / servicio.
 - **Proveedor:** Organización o persona que proporciona un producto o servicio.
 - **Parte interesada:** Persona o grupo que tenga un interés en el desempeño o éxito de una organización.
 - **Proyecto:** Proceso único consistente en un conjunto de actividades coordinadas y controladas con fechas de inicio y finalización, llevadas a cabo para lograr un objetivo conforme con requisitos específicos, incluyendo las limitaciones de tiempo, costo y recursos.
 - **Diseño y desarrollo:** Conjunto de procesos que transforma los requisitos en características especificadas o en la especificación de un producto, proceso o sistema.
 - **Procedimiento:** Forma especificada para llevar a cabo una actividad o un proceso.
 - **Trazabilidad:** Capacidad para seguir la historia, aplicación o localización de todo aquello que está bajo consideración.
 - **Conformidad:** Cumplimiento de un requisito.
 - **No conformidad:** Incumplimiento de un requisito.
-

- **Defecto:** Incumplimiento de un requisito asociado a un uso previsto o especificado.
- **Acción preventiva:** Acción tomada para eliminar la causa de una no conformidad potencial u otra situación potencialmente indeseable.
- **Acción correctiva:** Acción tomada para eliminar la causa de una no conformidad detectada u otra situación indeseable.

CAPÍTULO III:

PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1. Técnicas para el procesamiento y análisis de datos

TABLA N° 01 Percepción del cliente interno sobre las herramientas de gestión de la calidad		
	SI	No
¿Recibió usted adiestramiento especial para realizar este tipo de trabajo?	30.0%	70.0%
¿Tiene conocimiento, si la Alcaldía tiene algún plan de gestión para el mejoramiento de la prestación de servicio al ciudadano?	.0%	100.0%
¿Se siente identificado con la visión y misión de esta organización?	30.0%	70.0%
¿Sus actuaciones, son regidas por un manual de normas y procedimientos?	.0%	100.0%
¿Realiza algún tipo de control de calidad para realizar el seguimiento y determinar la percepción del usuario en los servicios prestados?	.0%	100.0%

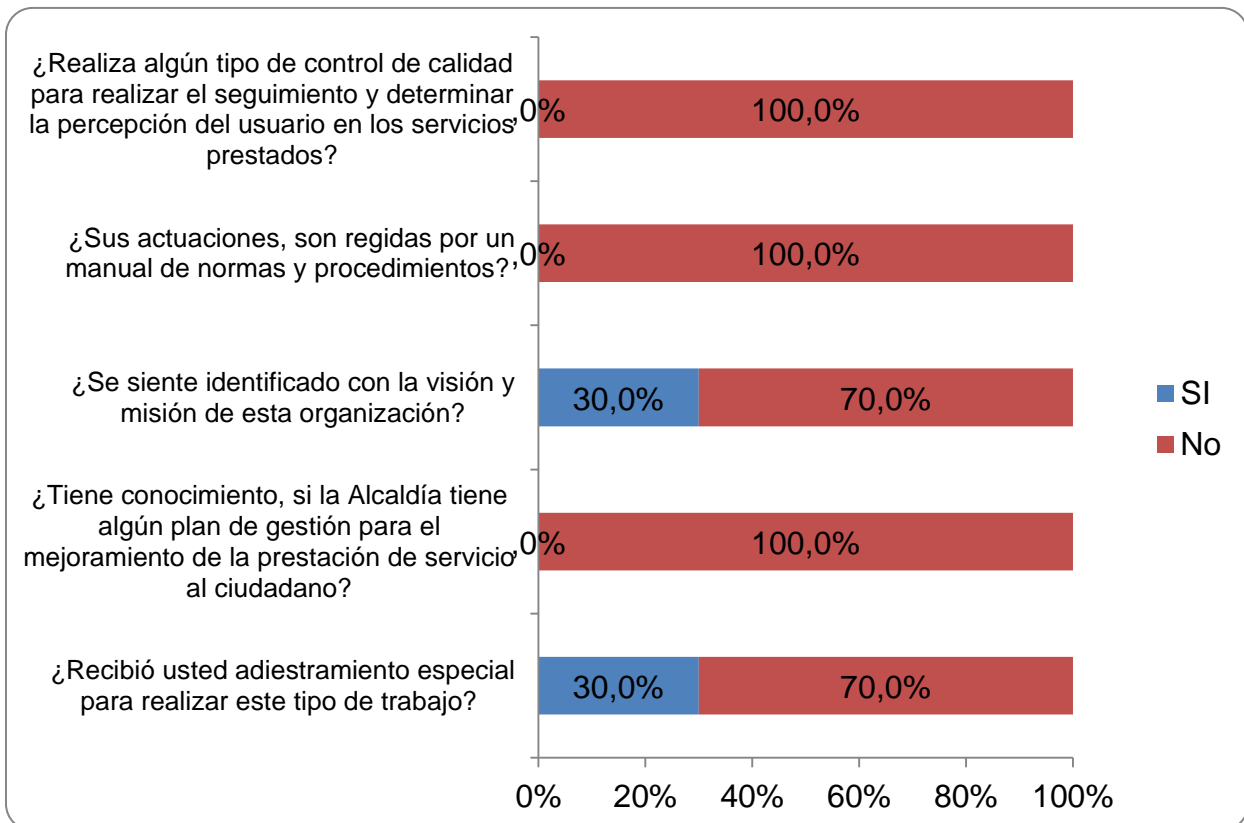
Fuente: Encuesta realizada

Autor: Elaboración Propia

Interpretación

- En cuanto a si recibió adiestramiento especial para realizar este tipo de trabajo EL 70% de los encuestados manifiesto que no y solo el 30% estableció que sí.
- En cuanto si tiene conocimiento sobre la alcaldía tiene algún plan de gestión para el mejoramiento de la prestación de servicio al ciudadano el 100% de los encuestados manifiesto que no,
- En cuanto si tiene se siente identificado con la visión y misión de esta organización el 100% de los encuestados manifiesto que no.
- En cuanto si sus actuaciones, son regidas por un manual de normas y procedimientos el 100% de los encuestados manifiesto que no
- En cuanto a si realiza algún tipo de control de calidad para realizar el seguimiento y determinar la percepción del usuario sobre los servicios prestados el 100% de los encuestados manifiesta que no.

GRÁFICO N° 01 Percepción del cliente interno sobre las herramientas de gestión de la calidad



Fuente: tabla N°1

Autor: Elaboración propia

TABLA N° 02 Precepción de la satisfacción del cliente interno		
	SI	No
¿Existen canales de participación internos, donde el empleado exprese sus necesidades y expectativas vinculadas a la ejecución de sus funciones?	.0%	100.0%
¿Se siente usted satisfecho con el trabajo que realiza?	40.0%	60.0%
¿Se siente tomado en cuenta en el proceso de toma de decisiones para la mejora de la Calidad del Servicio?	45.0%	55.0%
¿Considera que su remuneración es evaluada acorde a la calidad del servicio prestado?	17.5%	82.5%

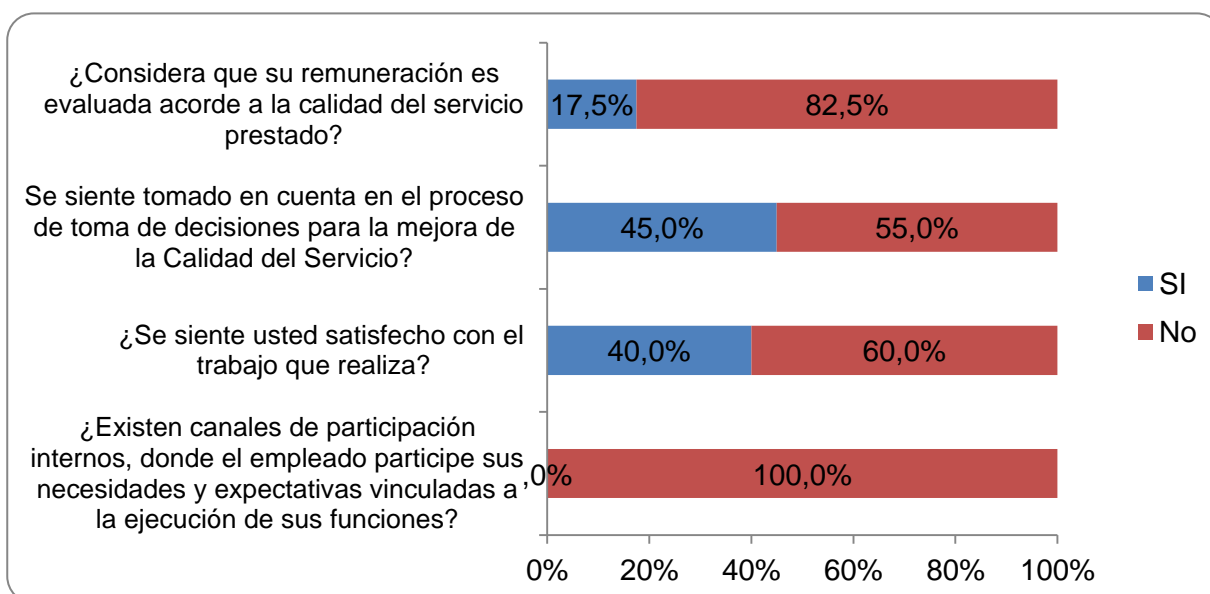
Fuente: Encuesta realizada

Autor: Elaboración Propia

Interpretación

- En relación a la existencia de canales de participación internos, donde el empleado exprese sus necesidades y expectativas vinculadas a la ejecución de sus funciones, el 100% de los encuestados dijo que no.
- En relación a si se siente satisfecho con el trabajo que realiza el 60% de los encuestados dijo que no a su vez el 40% estableció que sí.
- En relación a si se siente tomado en cuenta en el proceso de toma de decisiones para la mejora de la calidad del servicio, el 55% de los encuestados dijo que no a su vez el 45% estableció que sí.
- En relación a si considera que su remuneración es evaluada acorde a la calidad del servicio prestado, el 82.5% de los encuestados dijo que no a su vez el 17.5% estableció que sí.

GRÁFICO N° 02 Precepción de la satisfacción del cliente interno



Fuente: tabla N°2

Autor: Elaboración propia

CUADRO N° 03 Percepción del cliente externo sobre la gestión de la calidad				
	Excelente	Muy buena	Regular	Deficiente
Califique la disponibilidad de información sobre los requisitos solicitados para algún trámite.	.0%	.6%	63.7%	35.7%
Califique la calidad de la comunicación en el área administrativa del municipio	.0%	.6%	67.7%	31.7%

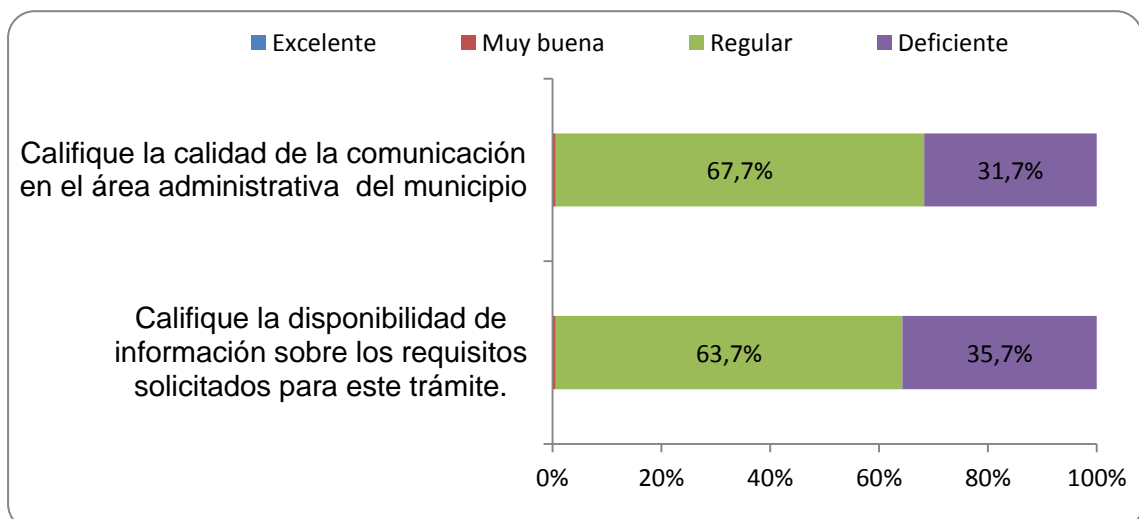
Fuente: tabla N°3

Autor: Elaboración propia

Interpretación

- En relación a la disponibilidad de información sobre los requisitos solicitados para algún tramites, el 63.7% de los encuestados establece que es regular y el 35.7% la califico como deficiente.
- En relación a la calidad comunicación en el área administrativa del municipio, el 67.7% de los encuestados establece que es regular y el 31.7% la califico como deficiente.

GRÁFICO N° 03 Percepción de la calidad del cliente externo



Fuente: tabla N°3

Autor: Elaboración propia

CUADRO N° 04 Precepción de la satisfacción del cliente externo				
	Excelente	Muy buena	Regular	Deficiente
Califique la capacidad de respuesta a su solicitud:	.0%	29.8%	47.0%	23.2%
Califique la disponibilidad de los funcionarios de la Alcaldía:	.0%	.0%	96.4%	3.6%

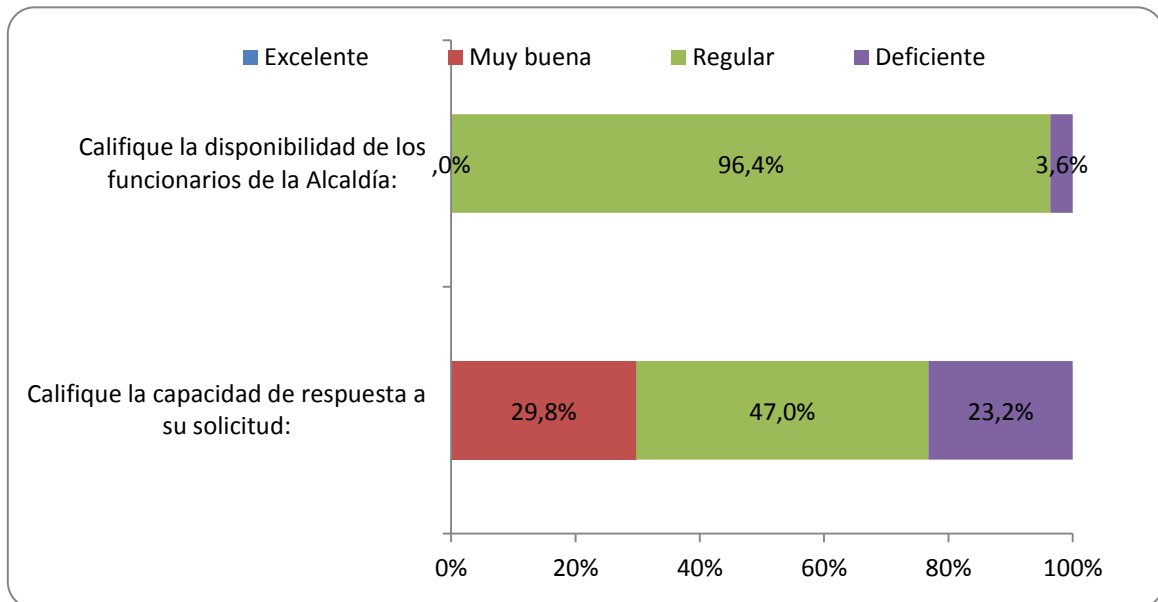
Fuente: tabla N°4

Autor: Elaboración propia

Interpretación

- En relación a la calificación de la disponibilidad (predisposición) de los funcionarios, el 47% de los encuestados establece que es regular, también el 29.8% de los entrevistados dijo que la califica como muy buena y el 23.2% la califico como deficiente.

GRÁFICO N° 04 Precepción de la satisfacción del cliente externo



Fuente: tabla N°4

Autor: Elaboración propia

3.2. Contratación de Hipótesis

La contratación de la Hipótesis se efectuó comparando el enunciado formulado en la hipótesis con el resultado obtenido en el procedimiento chi cuadrado llevado a cabo. De verificarse la existencia de una relación positiva y significativa entre cada uno de los indicadores gestión de la calidad influiría en la satisfacción del cliente interno externo en la empresa mencionada y el período señalado, siendo posible elaborar un constructo teórico en el cual, la satisfacción laboral sería una función de motivación. Se aplicó el chi cuadrado de Pearson a un nivel de significación de 0.05.

En primer lugar se recabaron datos a través de cuestionario gestión de calidad y satisfacción del cliente interno externo. Las calificaciones fueron ingresadas a un programa estadístico computarizado (Statistical Package for Social Science, SPSS Ver. 22 para Windows). El "tratamiento de los datos" se efectuó aplicando el análisis de correlación producto-momento de Pearson asumiendo un nivel de significación de 0.05.

Tabla de contingencia Gestión de Calidad * Satisfacción Cliente Interno			
% del total			
		SATISFACCIÓN	
		SI	No
GESTIÓN DE CALIDAD	SI	17.5%	32.5%
	No	10.0%	40.0%

A un nivel de significancia de un 0.288 con un mínimo de error del 0.05, resulta ser mayor, por lo tanto no existe relación significativa entre gestión de la calidad y satisfacción del cliente interno.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,129 ^a	1	0.288

Tabla de contingencia Gestión de la Calidad * Satisfacción Cliente Externo			
% del total			
		Satisfacción Cliente Externo	
		Regular	Deficiente
GESTIÓN DE LA CALIDAD	Regular	32.1%	43.5%
	Deficiente	4.8%	19.6%

Con un nivel de significancia del 0.008, es menor al nivel mínimo de error al 5%, por lo que existe una relación significativa de la gestión de la calidad y satisfacción al cliente externo.

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7,046 ^a	1	0.008

CONCLUSIONES

Se llegó a las siguientes conclusiones:

- Que existe influencia parcial entre la percepción de la gestión de calidad del área administrativa y la satisfacción del cliente interno y externo del Municipio de Parcona en la ciudad de Ica, periodo 2015.

- Que no existe influencia directa entre la percepción sobre las herramientas de gestión de la calidad aplicadas en el área administrativa y la satisfacción del cliente interno en el Municipio de Parcona en la ciudad de Ica, periodo 2015. A un nivel de significancia de un 0.288 con un mínimo de error del 0.05, resulta ser mayor, por lo tanto no existe relación significativa entre gestión de la calidad y satisfacción del cliente interno.

- Que existe influencia directa entre la percepción sobre la gestión de la calidad aplicadas en el área administrativa y la satisfacción del cliente externo del Municipio de Parcona de la ciudad de Ica, periodo 2015. Con un nivel de significancia del 0.008, es menor al nivel mínimo de error al 5%, por lo que existe una relación significativa de la gestión de la calidad y satisfacción al cliente externo.

RECOMENDACIONES

Se recomienda lo siguiente.

- Se recomienda mejorar la gestión de calidad del área administrativa y la satisfacción del cliente interno y externo del Municipio de Parcona. Para ello se debe evaluar la gestión de los empleados además de medir el clima laboral y hacer encuestas cotidianas internas y externas con la intención de tener una visión más clara de aquellos aspectos en cuales se está fallando y dirigir específicamente los esfuerzos y solucionarlos,

- Mejorar la percepción del empleado en cuanto a las herramientas de gestión de la calidad aplicadas en el área administrativa. Para ello se establece lo siguiente.
 - Capacitar al personal

 - Implementar un plan para mejorar la prestación del servicio

 - Comprometer al empleado con la organización

 - Hacer un seguimiento de los usuarios y tener en cuenta su percepción.

Además se propone en mejorar el nivel de satisfacción del cliente interno

- Remunerar al empleado teniendo en cuenta la labor que realiza

- Hacer partícipe al empleado en el proceso de toma de decisiones
 - Medir constante mente el nivel de satisfacción en el trabajo
 - Mejorar los canales de participación en la organización.
-
- Mejorar la percepción del cliente extremo sobre aspectos de gestión de la calidad para ello se requiere.
 - Mejorar los sistemas de información interna y externa
 - Mejorar sistema de comunicación en el área administrativa

Además se propone mejorar el nivel la satisfacción del cliente externo para ello se requiere.

- Mejorar la capacidad de respuesta de los empelados en los tramites o algunos problemas que surjan
- Mejorar la disponibilidad de los funcionarios de la Alcaldía en la atención al cliente

ANEXOS

1. Fuentes de Información.

- ÁVILA, R. (2001) Metodología de la Investigación. Lima – Perú: Editorial estudios y ediciones R.A.
- BARON R. & BYRNE D. (1999.) Psicología Social. Madrid-España: Editorial Prentice Hall;
- BARON R. & BYRNE D. (1999) Psicología Social. Madrid-España: Editorial Prentice Hall.
- BERNAL C. (2000) Metodología de la Investigación. Bogotá Colombia: Editorial PRENTICE – HALL,
- CABALLERO A. Metodología de la Investigación Científica. Lima – Perú: Editorial UDEGRAF S.A., 2000.
- DAVID F. (1997). “Conceptos de Administración Estratégica”, Editorial Pearson Educación, México.

Referencias bibliográficas de internet

- http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1158/definicion_clima_organizacional.html
- definicion.de/satisfacción-laboral/
- www.uv.mx/gestión/proyectos/.../UrielLadronDeGuevaraAcuna.pdf
- www.biblioteca.uma.es/bbldoc/tesisuma/17114111.pdf
- [www.dspace.espol.edu.ec/.../...](http://www.dspace.espol.edu.ec/.../)
- ¹ es.slideshare.net/.../mejora-de-la-calidad-y-productividad-caso-sterling-p
- ¹ www.monografias.com › *Administración y Finanzas*
- www.buenastareas.com/materias/tesis-de-satisfaccion-al-cliente
- definicion.de/sistema-de-gestión-de-calidad/
- www.lamolina.edu.pe/capacitacion/calidadtotal/somos.html
- www.iso.org/
- boards5.melodysoft.com/CFE001/calidad-total-16.html
- rosy-gestion-de-marketing.blogspot.com/.../44-elementos-para-la-satisfac...
- www.eumed.net/tesis.../Conceptos%20de%20Satisfaccion%20Laboral.ht...
- www.eumed.net/libros-gratis/2007a/231/36.htm
- <https://excelencemanagement.wordpress.com/calidad/>
- www4.ujaen.es/~eramirez/Descargas/tema5

2. Matriz de Consistencia:

“PERCEPCIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD DEL ÁREA ADMINISTRATIVA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO Y EXTREMO DEL MUNICIPIO DE PARCONA EN LA CIUDAD DE ICA, PERIODO 2015 ”

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES
<p>Problema General</p> <p>¿De qué manera la percepción de la gestión de calidad del área administrativa influye en la satisfacción del cliente interno y externo del Municipio de Parcona en la ciudad de Ica, periodo 2015?</p>	<p>Objetivos General.</p> <p>Analizar la percepción de la gestión de calidad del área administrativa y su influye en la satisfacción del cliente interno y externo del Municipio de Parcona en la ciudad de Ica, periodo 2015</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Existe influencia directa entre la percepción de la gestión de calidad del área administrativa y la satisfacción del cliente interno y externo del Municipio de Parcona en la ciudad de Ica, periodo 2015.</p>	<p>V.I</p> <p>La gestión de calidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Percepción del cliente interno sobre las herramientas de gestión de la calidad ▪ Percepción del cliente externo sobre la gestión de la calidad.
<p>Problemas Secundarios</p> <p>Problema Secundario 1</p> <p>¿En qué medida la percepción sobre las herramientas de gestión de la</p>	<p>Objetivos Específicos</p> <p>Objetivo Especifico 1</p> <p>Analizar la percepción sobre las herramientas de gestión de la calidad</p>	<p>Hipótesis Secundarias</p> <p>Hipótesis Secundaria 1.</p> <p>Existe influencia directa entre la percepción sobre las herramientas de gestión</p>		

<p>calidad aplicadas en el área administrativa influyen en la satisfacción del cliente interno del Municipio de Parcona de la ciudad de Ica, periodo 2015?</p> <p>Problema Secundario 2</p> <p>¿De qué manera la percepción sobre la gestión de la calidad aplicada en el área administrativa influye en la satisfacción del externo del Municipio de Parcona de la ciudad de Ica, periodo 2015?</p>	<p>aplicadas en el área administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente interno del Municipio de Parcona de la ciudad de Ica, periodo 2015.</p> <p>Objetivo Especifico 2</p> <p>Analizar la percepción sobre la gestión de la calidad aplicadas en el área administrativa y su influencia en la satisfacción del cliente externo del Municipio de Parcona de la ciudad de Ica, periodo 2015</p>	<p>de la calidad aplicadas en el área administrativa y la satisfacción del cliente interno del Municipio de Parcona de la ciudad de Ica, periodo 2015.</p> <p>Hipótesis Secundaria 2.</p> <p>Existe influencia directa entre la percepción sobre la gestión de la calidad aplicadas en el área administrativa y la satisfacción del cliente externo del Municipio de Parcona de la ciudad de Ica, periodo 2015</p>	<p>V.D.</p> <p>Satisfacción del cliente</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Percepción de la satisfacción del cliente externo.
---	--	---	--	--

3. Encuesta o Entrevista.



CUESTIONARIO SOBRE: "PERCEPCIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD DEL ÁREA ADMINISTRATIVA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO Y EXTERNO DEL MUNICIPIO DE PARCONA EN LA CIUDAD DE ICA, PERIODO 2015 "

Estimado señor(a) se le solicita su colaboración, contestando las siguientes preguntas. La información sólo tiene validez para sustentar un trabajo de investigación y se le pide dar su respuesta con la mayor objetividad, marcando con una X o subrayando su respuesta. Agradeciéndole por anticipado su colaboración:

ENCUESTA (CLIENTE INTERNO)

1. ¿Recibió usted adiestramiento especial para realizar este tipo de trabajo?

SI NO

2. ¿Se siente usted satisfecho con el trabajo que realiza?

SI NO

3. ¿Tiene conocimiento, si la Alcaldía tiene algún plan de gestión para el mejoramiento de la prestación de servicio al ciudadano?

SI NO

4. ¿Se siente tomado en cuenta en el proceso de toma de decisiones para la mejora de la Calidad del Servicio?

SI NO

5. ¿Se siente identificado con la visión y misión de esta organización?

SI NO

6. ¿Considera que su remuneración es evaluada acorde a la calidad del servicio prestado?

SI NO

7. ¿Sus actuaciones, son regidas por un manual de normas y procedimientos?

SI NO

8. ¿Realiza algún tipo de control de calidad para realizar el seguimiento y determinar la percepción del usuario en los servicios prestados?

SI NO

De qué tipo:

- a) Encuestas.
- b) Buzón de sugerencias.
- c) Internet.
- d) Seguimiento de las tramitaciones.

9. ¿Existen canales de participación internos, donde el empleado participe sus necesidades y expectativas vinculadas a la ejecución de sus funciones?

SI No

**CUESTIONARIO SOBRE: "PERCEPCIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD DEL
ÁREA ADMINISTRATIVA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE INTERNO Y EXTERNO
DEL MUNICIPIO DE PARCONA EN LA CIUDAD DE ICA, PERIODO 2015 "**

Estimado señor(a) se le solicita su colaboración, contestando las siguientes preguntas. La información sólo tiene validez para sustentar un trabajo de investigación y se le pide dar su respuesta con la mayor objetividad, marcando con una X o subrayando su respuesta. Agradeciéndole por anticipado su colaboración:

MODELO DE ENCUESTA (CLIENTE EXTERNO)

1. ¿Se siente usted satisfecho (a) con el servicio que presta el área administrativa del Municipio?

SI

NO

2. Califique la capacidad de respuesta a su solicitud:

a) Excelente

c) Regular

b) Muy buena

d) Deficiente

3. Califique la disponibilidad de información sobre los requisitos solicitados para este trámite.

a) Excelente

c) Regular

b) Muy buena

d) Deficiente

4. Califique la calidad de la comunicación en el área administrativa del Municipio

a) Excelente

c) Regular

b) Muy buena

d) Deficiente

5. Califique la disponibilidad de los funcionarios de la Alcaldía:

a) Excelente

c) Regular

b) Muy buena

d) Deficiente

6. Las formas o plantillas utilizadas para la realización de este trámite, a su manera de ver son:

a) Fácilmente Entendibles

c) Confusas

b) Entendibles

d) Extremadamente confusas

7. Considera Usted que la tasa exigida por el Municipio para la realización de este trámite, responde a la calidad del servicio prestado:

SI

NO