

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CALLAO
ESCUELA DE POSGRADO
UNIDAD DE POSGRADO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



TESIS

**“APLICACION DEL SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD ISO
9001:2008 Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN
LA EMPRESA SCHNEIDER ELECTRIC PERÚ S.A. (PERIODO 2014-
2015)”**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADEMICO DE MAESTRO EN
ADMINISTRACION ESTRATEGICA DE EMPRESAS**

Bach. JOSE RAMIRO PEREZ PAREDES

Callao, 2017

PERU

HOJA DE REFERENCIA DE JURADO Y APROBACION:

Título de tesis: "APLICACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD ISO 9001:2008 Y SU INCIDENCIA EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LA EMPRESA SCHNEIDER ELECTRIC PERÚ S.A. (PERIODO 2014-2015)"

Sustentante: Bach. José Ramiro Pérez Paredes

Acta de Sustentación: Nro. 019 registrada en el libro N°01 de Actas de Sustentación por Ciclo Taller de Tesis para la obtención del Grado de Maestro o Doctor de la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Nacional del Callao, de fecha 27 de Junio del 2018 (aprobada con calificación cuantitativa 16 y calificación cualitativa muy buena)

Siendo el jurado examinador:

- | | |
|---|--------------|
| ✓ Dr. José Leonor Ruiz Nizama | : Presidente |
| ✓ Dr. Félix Alejandro Bonilla Rodríguez | : Secretario |
| ✓ Dr. Luis Alberto Chunga Olivares | : Miembro |
| ✓ Dr. Víctor Hugo Duran Herrera | : Miembro |
| ✓ Dra. Ana Maritza Boy Barreto | : Asesora |

DEDICATORIA

A Dios, por permitirme cumplir siempre las metas que me he propuesto y estar siempre bajo su cobertura, guiándome en todo momento.

A mi madre que está en el cielo que con su infinito amor y sencillez supo inculcarme los deseos de superación.

A mi padre, que está en el cielo también, por su rectitud, firmeza y por haberme inculcado valores con su ejemplo, que me han servido toda mi vida.

RESUMEN.

El objeto de esta investigación, fue determinar si la aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 (variable independiente) influyó en la satisfacción de los clientes (variable dependiente) en la empresa Schneider Electric Perú S.A. en el periodo 2014-2015. Esta investigación corresponde al tipo pre-experimental-aplicada-correlacional,

En esta investigación no se detalla el proceso de implementación de la norma ISO 9001; la investigación consistió en revisar y tomar como base, el estado del sistema de gestión de calidad existente en el año 2014 y compararlo con los parámetros de la ISO 9001: 2008, encontrando una brecha de 51.36%; para ello se utilizó el mismo cuestionario para realizar la encuesta a los clientes, antes y después de haber logrado la certificación ISO 9001: 2008.

En dicha encuesta se plantearon 15 preguntas considerando las principales dimensiones de gestión de la variable independiente a los clientes de diferentes perfiles, con los que la empresa tiene relación directa.

Los resultados, obtenidos, iniciaron con la comprobación de Alfa de Cronbach, que, arrojó un valor de 0.61, es decir, que el instrumento demostró confiabilidad.

Los resultados inferenciales indicaron que la prueba de normalidad obtuvo puntajes de distribución normal.

Tres de las cuatro hipótesis planteadas, dieron como resultado que la aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 influyó positivamente en la satisfacción del cliente en la empresa Schneider Electric Perú en el periodo 2014-2015.

Las conclusiones indican que el ordenamiento de los procesos de atención al cliente, así como los cambios en los procesos logísticos, ayudaron a la mejora en la satisfacción del cliente. Igualmente, el ordenamiento y mejora en los procesos del

servicio post venta, aportaron para que la satisfacción del cliente muestre un aumento en sus indicadores.

La calidad de los productos, no determinan una mejora en la satisfacción, pero ayudan mucho como imagen y garantía a la empresa.

Finalmente, se plantean recomendaciones en los ámbitos comercial, logístico, sobre la calidad de los productos y en el servicio pos venta con miras a mantener y / o aumentar la satisfacción del cliente en la empresa.

Palabras clave: sistema, gestión, calidad, ISO 9001

ABSTRACT

The purpose of this research was to determine if the application of the ISO 9001: 2008 quality management system (independent variable) influenced customer satisfaction (dependent variable) in the company Schneider Electric Perú S.A. in the period 2014-2015. This investigation corresponds to the pre-experimental-applied-correlational type,

This research does not detail the implementation process of the ISO 9001 standard; the investigation consisted of reviewing and taking as a basis, the state of the existing quality management system in 2014 and comparing it with the parameters of ISO 9001: 2008, finding a gap of 51.36%; For this purpose, the same questionnaire was used to conduct the customer survey, before and after achieving ISO 9001: 2008 certification.

In this survey, 15 questions were raised considering the main dimensions of management of the independent variable to customers of different profiles, with which the company has a direct relationship.

The results, obtained, began with the Cronbach's Alpha test, which yielded a value of 0.61, that is, the instrument demonstrated reliability.

The inferential results indicated that the normality test obtained normal distribution scores.

Three of the four hypotheses stated that the application of the ISO 9001: 2008 quality management system positively influenced customer satisfaction in the company Schneider Electric Peru in the period 2014-2015.

The conclusions indicate that the ordering of customer service processes, as well as changes in logistics processes, helped improve customer satisfaction. Likewise, the ordering and improvement of the post-sale service processes contributed to the customer's satisfaction to show an increase in their indicators.

The quality of the products does not determine an improvement in satisfaction, but they help a lot as an image and guarantee for the company.

Finally, recommendations are made in the commercial, logistical, on the quality of the products and in the after sale service with a view to maintaining and / or increasing customer satisfaction in the company.

Keywords: system, management, quality, ISO 9001

ÍNDICE

DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
RESUMEN.....	V
INDICE.....	IX
INDICE DE TABLAS	XI
INDICE DE GRAFICOS	XII
INTRODUCCION	XIII
CAPITULO I.....	1
1. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACION	1
1.1 Identificación del problema	6
1.2 Formulación del problema	6
1.2.1 Pregunta General:.....	6
1.2.2 Preguntas específicas:	6
1.3 Objetivos de la investigación	7
1.3.1 Objetivo general:	7
1.3.2 Objetivos específicos:	7
1.4 Justificación	7
1.4.1 Justificación teórica.....	7
1.4.2 Justificación metodológica.....	8
1.4.3 Justificación personal.....	8
2. MARCO TEORICO.....	9
2.1 Antecedentes de investigaciones.....	9
2.1.1 Investgaciones internacionales.....	9
2.2. Marco conceptual	16
2.3. Definición de términos:.....	37
CAPITULO III.....	38
3.VARIABLES E HIPOTESIS	38
3.1. Definición de las variables	38

3.2 Operacionalización de las variables	39
3.3.1 Hipótesis general:.....	39
3.3.2 Hipótesis específicas:	40
CAPITULO IV	41
4. METODOLOGÍA	41
4.1 Diseño de investigación	41
4.2 Tipo de investigación	41
4.3 Población y muestra	41
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	42
4.5 Procedimiento de recolección de datos	43
4.6 Procesamiento estadístico y análisis de datos	43
CAPITULO V	44
5. RESULTADOS	44
CAPITULO VI.....	64
6. DISCUSION DE RESULTADOS	64
6.1 Contrastación de hipótesis con los resultados.....	65
6.2 Contrastación de resultados con otros estudios similares	67
CAPITULO VII	70
7. CONCLUSIONES	70
CAPITULO VIII	71
8. RECOMENDACIONES	71
CAPITULO IX.....	73
9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	73
CAPITULO X	76
10.ANEXOS	76
DETERMINACION DE LA BRECHA VS ISO 9001:2008.....	77
INSTRUMENTO DE MEDICION DE SATISFACCION DEL CLIENTE	79
MATRIZ DE CONSISTENCIA	79

INDICE DE TABLAS

TABLA N° 2. 1: DIFERENCIAS EN LA ESTRUCTURA DE ISO 9001:2008 E ISO 9001:2015.....	28
TABLA N° 2.2 NORMAS DISEÑADAS PARA SISTEMAS DE GESTIÓN....	29
TABLA N° 3. 1: OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	39
TABLA N° 4. 1: CRITERIOS DE INTERPRETACIÓN DEL COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD	42
TABLA N° 4. 2: COEFICIENTE ALFA DE CRONBACH PARA EVALUAR LA CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.	43
TABLA N° 5. 1: NIVELES DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES 2014-2015	44
TABLA N° 5. 2: MEDIDAS DESCRIPTIVAS DE LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES 2014-2015.....	46
TABLA N° 5. 3: PRUEBA DE NORMALIDAD PARA LOS PUNTAJES DE SATISFACCIÓN 2014-2015.....	47
TABLA N° 5. 4: COMPARACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE 2014-2015.....	48
TABLA N° 5. 5: COMPARACIÓN DE LA SATISFACCIÓN CON LA GESTIÓN COMERCIAL 2014-2015.....	50
TABLA N° 5. 6: COMPARACIÓN DE LA SATISFACCIÓN CON LA GESTIÓN LOGÍSTICA 2014-2015	52
TABLA N° 5. 7: COMPARACIÓN DE LA SATISFACCIÓN CON LA CALIDAD DE PRODUCTOS 2014-2015.....	54
TABLA N° 5. 8: COMPARACIÓN DE LA SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO POST -VENTA 2014-2015.....	56
TABLA N° 10.1: DETERMINACIÓN DE LA BRECHA DEL SGC ACTUAL VS. ISO 9001:2008.....	77
TABLA N° 10.2: INSTRUMENTO DE MEDICIÓN DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.....	79

INDICE DE GRAFICOS

GRAFICO N° 1.1: ORGANIGRAMA	3
GRAFICO N° 1.2: DISTRIBUCION DE VENTAS POR CANAL.....	4
GRAFICO N° 5.1: NIVELES DE SATISFACCION ANTES Y DESPUES DE ISO 9001:2008, EN 2014 Y 2015.....	45
GRAFICO N°5.2: COMPARACION DE LA SATISFACCION DEL CLIENTE.....	49
GRAFICO N° 5.3: COMPARACION DE LA SATSIFACCION EN LA GESTION COMERCIAL.....	51
GRAFICO N° 5.4: COMPARACION DE LA SATSIFACCION EN LA GESTION LOGISTICA.....	53
GRAFICO N° 5.5: COMPARACION DE LA SATSIFACCION DE LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS.....	55
GRAFICO N° 5.6: COMPARACION DE LA SATSIFACCION EN EL SERVICIO POST VENTA.....	57
GRAFICO N° 5.7 NPS DE LA GESTION COMERCIALPOR TIPO DE CLIENTE 2014 - 2015	58
GRAFICO N° 5.8 NPS DE LOS CLIENTES CON RESPECTO A LA GESTION COMERCIAL 2014-2015.....	58
GRAFICO N° 5.9 NPS DE LA GESTION LOGISTICA POR TIPO DE CLIENTE 2014 - 2015	59
GRAFICO N° 5.10 NPS DE LOS CLIENTES CON RESPECTO A LA GESTION LOGISTICA 2014-2015.....	60
GRAFICO N° 5.11 NPS DE LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS POR TIPO DE CLIENTE 2014 - 2015	61
GRAFICO N° 5.12 NPS DE LOS CLIENTES CON RESPECTO A LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS 2014-2015.....	61
GRAFICO N°5.13 NPS DEL SERVICIO POST VENTA POR TIPO DE CLIENTE 2014 - 2015	62
GRAFICO N° 5.14 NPS DE LOS CLIENTES CON RESPECTO AL SERVICIO POPST VENTA 2014 - 2015.....	63

INTRODUCCION

La mejor estrategia de venta de productos, es conservar a los clientes manteniendo alto su nivel de satisfacción; es por ello, que en la empresa Schneider Electric Perú S.A; en el año 2014 se decidió mejorar el sistema de gestión de calidad que se tenía, por la aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008.

El objeto de esta investigación, fue conocer como la aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008 influyó en la satisfacción de los clientes en la empresa Schneider Electric Perú S.A. en el periodo 2014-2015.

En la metodología utilizada se consideró un diseño pre-experimental y el tipo descriptiva explicativa correlacional.

Para obtener una comparación real, se utilizó el mismo instrumento antes y después de la aplicación de ISO 9001:2008, de cuyos resultados se obtuvo que aplicando este sistema en los procesos de gestión comercial, logística y servicio post venta, mejoran el nivel de satisfacción de los clientes.

En el capítulo I se plantea el problema motivo por el cual se realizó esta investigación. En el capítulo II se muestran los antecedentes internacionales y nacionales con los cuales se contrastan los resultados, además de mostrar los más importantes sistemas de gestión existentes, además del más completo como ISO 9001.

En el capítulo III se describen las variables utilizadas y como se operacionalizaron, en el capítulo IV se explica la metodología usada.

En los capítulos finales se muestran los resultados estadísticos obtenidos, el análisis de los mismos, las conclusiones y recomendaciones.

CAPITULO I

1. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACION

“Schneider Electric, en una compañía transnacional de capitales franceses especialista global en gestión de la energía, que ofrece soluciones integradas para hacer la energía segura, confiable, eficiente y productiva para diferentes segmentos de mercado, ostentando posiciones de liderazgo en energía e infraestructura, edificios y centros de datos, así como una amplia presencia en el sector industrial. Schneider Electric generó a nivel mundial ingresos de €24.000 millones en ventas en 2012 con 140,000 empleados operando en más de 100 países y 41% de retorno, a través de un compromiso activo que ayudó a las personas y organizaciones alrededor del mundo a aprovechar al máximo su energía” (Resumen descriptivo Schneider Electric, 2013, p.2); en el Perú se registraron ventas por más de 120 millones de soles.

A continuación, la visión, misión y valores de la empresa.

Visión

Alcanzar más con menos. Schneider Electric apuesta por ser más eficiente en la gestión, reduciendo la complejidad de sus procesos y aumentando su potencial como empresa, reduciendo al mismo tiempo el impacto medioambiental de su actividad en pro del desarrollo sostenible

Misión

Maximizar el rendimiento de la energía. Schneider Electric ayuda a las personas y las organizaciones a ser más productivas y más sostenibles, a través de una oferta de productos, servicios y soluciones que cumple con las expectativas de los clientes y es más segura, más sencilla, más eficiente y más innovadora.

Valores

Schneider Electric cuenta con personas apasionadas, abiertas, íntegras y eficientes. Cuatro valores que definen la manera de hacer negocios, el acercamiento al cliente y quién es como empresa.

Schneider Electric inició sus actividades en Perú en el año 1999 como filial peruana del grupo, brindando productos, servicios y soluciones al mercado que permitan promover la eficiencia energética. Schneider Electric Perú opera en el país con oficinas en Lima, Chiclayo y Arequipa y con agentes de contacto en Trujillo y Piura. Cuenta además con un equipo de más de 180 profesionales constantemente capacitados tanto en el país como en el extranjero, stock permanente de los productos más utilizados en mercado actual.

Schneider Electric cuenta con cuatro grandes unidades de negocios donde se desarrollan estrategias para la venta de productos fabricados con características similares y complementarias entre sí:

UN Energía: equipos de media tensión: (de 1 000 a 30 000 voltios), que reciben la energía de los concesionarios de energía y la reducen a un nivel de tensión menor a 1000 voltios. Estos son: celdas compactas, transformadores secos, relés de protección, etc.

UN Potencia: equipos de baja tensión (menor a 1 000 voltios) que distribuyen, miden y compensan la energía a través de las instalaciones eléctricas, como interruptores termomagnéticos, analizadores de redes eléctricas, equipos de compensación de energía reactiva, etc; así como productos para uso residencial como interruptores domiciliarios y placas de pared.

UN Industria: equipos para la supervisión, control y automatización de procesos industriales, como arrancadores electrónicos, variadores de velocidad, PLC, software SCADA, relés de control, etc.

UN ITB: equipos para la provisión de energía estabilizada ininterrumpida para redes LAN así como para centros de datos, como UPS, aire acondicionado de precisión, software de supervisión, etc.

A continuación, el organigrama, de la empresa, (ver gráfico N°1.1)

GRAFICO N° 1.1

ORGANIGRAMA DE SCHNEIDER ELECTRIC PERU S.A.

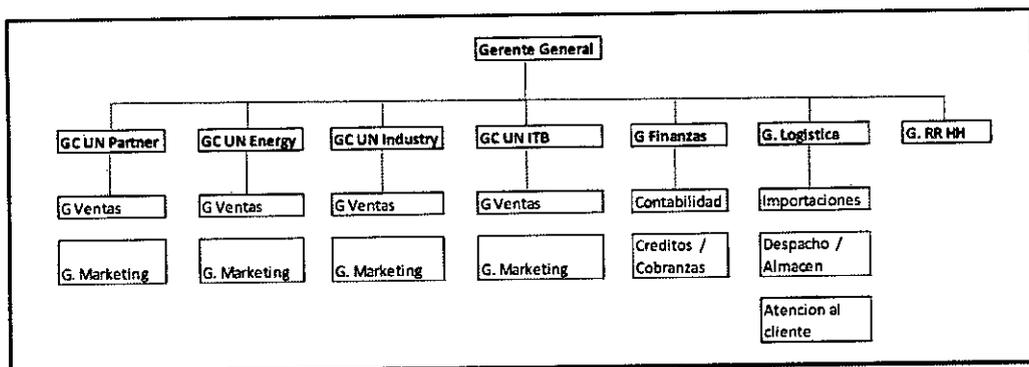


Gráfico N°1: Organigrama de la empresa Schneider Electric Perú S.A. Fuente: Plan de acción 2014, Schneider Electric Perú S.A.

Schneider Electric Perú, mantiene sociedades estratégicas con empresas intermediarias en la distribución de material eléctrico y fabricación de tableros eléctricos y es a través de ellos que se llega a los usuarios finales.

Estos socios o partners seleccionados por Schneider Electric, son las empresas más reconocidas en el mercado tales como: Distribuidores industriales, distribuidores ferreteros, retailers, fabricantes de tableros. (Ver gráfico N° 1.2, pag. 4).

Si bien es cierto, todos son empresas que cumplen la principal labor de intermediación con el usuario final, cada uno cumple una función diferente que se detalla a continuación:

Distribuidor Industrial, empresa que cuenta con amplio stock de productos industriales y de distribución eléctrica en sus almacenes y hacen la venta de productos sueltos a los clientes finales de la gran y mediana industria.

Distribuidor residencial, empresa que cuenta con amplio stock de productos residenciales en sus almacenes y hacen la distribución horizontal a las ferias de material eléctrico y a las ferreterías y estos a su vez la venta de productos sueltos a los usuarios.

Retail, empresa del rubro de autoservicio, que cuentan con amplio stock de productos residenciales en sus góndolas y anaqueles, para la selección y venta directa de productos sueltos al usuario de la auto construcción.

Tablerista, empresa dedicada a la fabricación de tableros eléctricos, no hace stock, compran los productos sueltos en cantidades específicas, realizan la integración y hacen la venta de una solución integrada a los usuarios de la industria y la construcción.

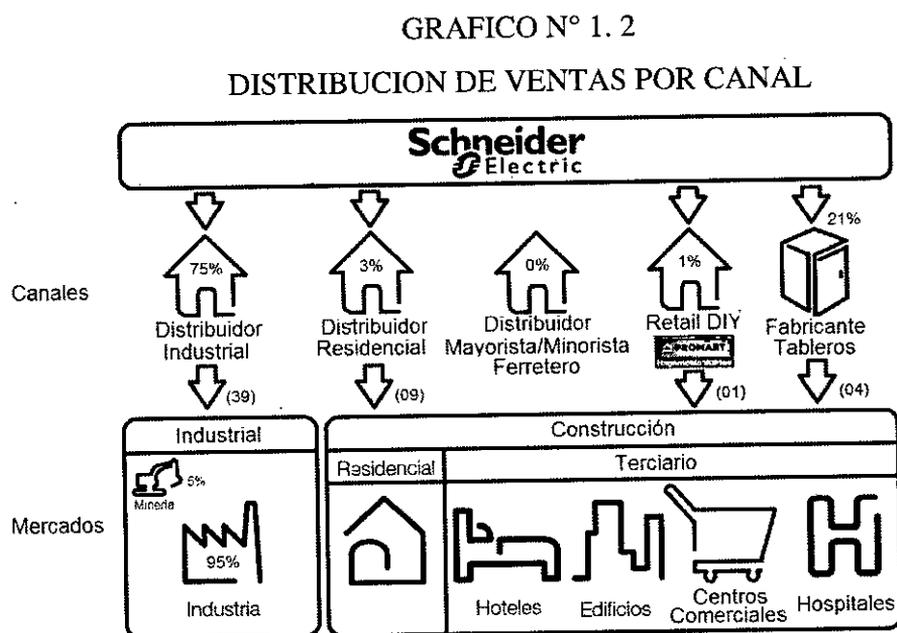


Gráfico N°1.2: Distribución ventas por cliente y mercado. Fuente: Plan de acción 2014, Schneider Electric Perú S.A.

La empresa Schneider Electric, comparte el mercado industrial y de la construcción con otras empresas europeas presentes en el país como ABB, Siemens y Legrand, así como las americanas Eaton y General Electric.

Objetivos de la aplicación del sistema de gestión de calidad.

Con la aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008, la empresa pretendió como objetivo principal incrementar el nivel de satisfacción de los clientes, entender y encontrar cuáles eran los puntos de mejora y establecerlos dentro de los procesos de la empresa. Se trabajó en cuatro ejes principales:

Gestión comercial:

Entender cuál es la mejor forma de relacionarse con los clientes.

Encontrar como proporcionar respuesta a las necesidades de los clientes

Gestión logística:

Entender/mejorar los procesos logísticos, así como los plazos de entrega.

Encontrar la forma de optimizar las entregas de los productos desde los almacenes existentes.

Productos:

Conocer los requerimientos técnicos de los clientes.

Encontrar como facilitar la entrega de información técnica y comercial de los productos.

Servicio pos venta:

Encontrar como agilizar la revisión de los productos fallados.

Encontrar como enfrentar fallas de productos especiales.

1.1 Identificación del problema

Habiendo revisado la información sobre satisfacción del cliente, elaborada por el departamento de calidad de la empresa, se verificó que se tenía un valor inaceptable de NPS, Net Promoter Score en inglés, sistema de evaluación de la satisfacción del cliente que usa el grupo Schneider a nivel mundial, siendo este su valor en el año 2014 de 36.4%, cuando se espera un valor de por lo menos 45%.

Se revisó también que el sistema de gestión de calidad con el que contaba la empresa y en comparación con ISO 9001 en su versión del año 2008, tenía una brecha de 51.36 %; esto evidenció que el sistema de gestión de calidad era insuficiente. (Ver gráfico N° 10.1 en anexos, pag. 77).

Se concluyó entonces la necesidad de implementar y aplicar el sistema de calidad ISO 9001:2008 en la empresa con la intención de recuperar e incrementar el nivel de satisfacción del cliente.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Pregunta General:

¿De qué manera la aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 incide en la satisfacción del cliente, en Schneider Electric Perú S.A. en el periodo 2014 - 2015?

1.2.2 Preguntas específicas:

- 1 ¿De qué manera la aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 en la gestión comercial, incide en la satisfacción del cliente en Schneider Electric Perú S.A, en el periodo 2014 – 2015?
- 2 ¿De qué manera la aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 en la gestión logística, incide en la satisfacción del cliente en Schneider Electric Perú S.A, en el periodo 2014 – 2015?
- 3 ¿De qué manera la aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 en la calidad de los productos, incide en la satisfacción del cliente en Schneider Electric Perú S.A, en el periodo 2014 – 2015?

- 4 ¿De qué manera la aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008 en el servicio post-venta, incide en la satisfacción del cliente en Schneider Electric Perú S.A, en el periodo 2014 – 2015?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general:

Determinar, la incidencia de la aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008, en la satisfacción del cliente en Schneider Electric Perú S.A en el período 2014 – 2015.

1.3.2 Objetivos específicos:

Determinar, si la aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008, en la gestión comercial, incide en la satisfacción del cliente en Schneider Electric Perú S.A en el periodo 2014 – 2015.

Determinar, si la aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008, en la gestión logística, incide en la satisfacción del cliente en Schneider Electric Perú S.A en el periodo 2014 – 2015.

Determinar, si la aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008, en la calidad de los productos, incide en la satisfacción del cliente en Schneider Electric Perú S.A en el periodo 2014 – 2015.

Determinar, si la aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008, en el servicio post venta, incide en la satisfacción del cliente en Schneider Electric Perú S.A en el periodo 2014 – 2015.

1.4 Justificación

1.4.1 Justificación teórica.

Se ha tomado investigaciones nacionales e internacionales previas que nos permiten saber qué conociendo el nivel de satisfacción del cliente, es posible tomar acciones para mejorarla.

Además, la Norma Internacional, preparada por el Comité Técnico ISO/TC 176, *Gestión y aseguramiento de la calidad*, Subcomité SC 2, *Sistemas de la calidad*, promueve la adopción de un enfoque basado en procesos cuando se desarrolla, implementa y mejora la eficacia de un sistema de gestión de la calidad, para aumentar la satisfacción del cliente como consecuencia del cumplimiento de sus requisitos.

Es entonces, válida la investigación, que nos proporciona importantes elementos de análisis.

1.4.2 Justificación metodológica

La empresa Schneider Electric utiliza el método NPS en la evaluación de la satisfacción del cliente, es por eso que, se considera pertinente conocer el uso de este método. El método NPS (Net Promoter Score) implica una valoración en una escala de 0 a 10, considerando 9 y 10 como muy satisfecho, 7 y 8 como pasivo y 1 a 6 como Insatisfecho. La resta de los muy satisfechos menos los insatisfechos, se obtiene el valor NPS. Del 1 al 6 se consideran pasivos y no se toman en cuenta.

Este método nos permite tomar acciones en cada uno de los elementos indicados como dimensiones e indicadores. Además, se compara con los resultados obtenidos a través de del análisis estadístico con el software SPSS.

1.4.3 Justificación personal

La presente investigación pretendió encontrar la relación entre la aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008 y la satisfacción del cliente; siendo gerente de ventas, esta investigación me permite tomar acciones directas en busca de la mejora de la satisfacción de los clientes.

Además, esta investigación me permite optar el grado de magister en administración lo que me abre muchas oportunidades de crecimiento profesional.

CAPITULO II

2. MARCO TEORICO

2.1 ANTECEDENTES DE INVESTIGACIONES.

A continuación, detallaremos investigaciones similares realizadas dentro y fuera del Perú

2.1.1 INVESTGACIONES INTERNACIONALES

MORELOS J; Fontalvo J; y Vergara J. (2013) “Incidencia de la certificación ISO 9001 en los indicadores de productividad y utilidad financiera de empresas de la zona industrial de Mamonal en Cartagena”. Estudios Gerenciales, vol. 29, Universidad ICESI Cali, Colombia.

RESUMEN

En esta investigación se presenta los resultados de evaluación de indicadores de productividad de las empresas certificadas en ISO 9001 y su incidencia en la utilidad financiera de las empresas de la Zona Industrial Mamonal en Cartagena. En la metodología utilizada se calcularon los indicadores financieros y de productividad a las 25 empresas certificadas en calidad. Luego se utilizó la técnica de análisis multivariante de datos, para poder explicar la pertenencia y discriminación de cada grupo de indicadores de productividad y financieros, obteniéndose como resultado, el mejoramiento en la eficiencia productiva de los indicadores razón: utilidad bruta/valor agregado (IP1) y razón: utilidad neta/capital de trabajo (IP4) entre 2006 y 2010, y por ende la positiva incidencia.

CONCLUSION:

Se identificaron las variables que mayor incidencia tienen en la eficiencia de operativa y financiera de las organizaciones de la zona de análisis.

Se logro elaborar un modelo para la evaluación de los indicadores financieros utilizando el análisis discriminante para las empresas de la zona de Mamonal.

Existe suficiente información estadística para afirmar que la certificación en calidad ISO 9001 de las empresas del sector de Mamonal incide positivamente en los índices de productividad, y en en las utilidades financieras.

SALVADOR, Y. (2008) *La satisfacción del cliente interno base primordial para el desarrollo empresarial*. Cuba, Centro de Información y Gestión Tecnológica de Santiago de Cuba.

RESUMEN:

En esta investigación se aborda la utilización de un método de fácil aplicación para el cálculo de la satisfacción del cliente interno utilizando técnicas estadísticas, partiendo de la determinación de la importancia y la valoración que le conceden los clientes a cada una de las variables claves que se decidan estudiar. El problema detectado fue, que las empresas no toman en cuenta que los clientes internos requieren de reconocimiento en sentirse satisfechos como clientes.

Los métodos utilizados fueron empíricos, entre los que se destacan: la observación directa, la entrevista y la consulta a expertos. No dejan de estar presentes los métodos teóricos tales como el histórico- lógico para estudiar la trayectoria en años de la organización, y el análisis y síntesis que posibilita la descomposición del problema en sus partes para poder analizarlos y luego integrarlos.

CONCLUSION:

1.El método para el cálculo del índice de satisfacción del cliente interno, es un método de optimización efectivo y sirve de base para el desarrollo de procedimientos más sofisticados.

2.Este método constituye una herramienta útil para realizar diagnósticos empresariales sobre el ambiente organizacional.

3. Este método es perfectamente utilizable para la investigación y el análisis en empresas tanto en desarrollo como para aquellas que se encuentren más consolidadas pues es de fácil aplicación.

4. Los directivos, comprendieron lo que sus clientes internos quieren en su trabajo, cuáles son sus objetivos y cómo quieren desarrollarlos, pueden aumentar el sentido de la autoestima de sus trabajadores

BAEZ, L (2013). “Mejoramiento de la gestión pública con ISO 9001:2008, estudio de caso”. Colombia. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Sogamoso.

RESUMEN:

En esta investigación se estudia el mejoramiento de la gestión en la Gobernación de Boyacá es una entidad pública del estado colombiano que gestiona el desarrollo del territorio y la población del departamento de Boyacá, el cual registra una población de 1.267.597 habitantes.

La integración de la academia, la ingeniería industrial y la gestión pública, a través de proyectos de diseño e implementación de modelos de gestión basados en ISO 9001 han permitido mejorar los niveles de eficiencia, eficacia y efectividad en la gestión pública.

El método usado fue de aplicación práctica en base al sistema de gestión de calidad existente.

CONCLUSION:

1. El estudio de caso evidencia que el sector público puede mejorar sus índices de gestión, transparencia y buen gobierno mediante la implementación adecuada de modelos de gestión de calidad basados en el estándar ISO 9001.

2. La Norma Técnica de Calidad en la Gestión Pública NTCGP 1000 amplía el alcance de ISO 9001 en tres aspectos de fondo:

- Incorpora el diseño de indicadores para medir eficiencia, eficacia y efectividad.
- Integra la planificación de la entidad con la planificación de la calidad.
- Incorpora la gestión de riesgos desde el diseño de los planes y los procesos.

3. Se traza la ruta de acciones estratégicas para garantizar la mayor probabilidad de éxito en proyectos de SGC para entidades del sector público.

2.1.2 INVESTIGACIONES NACIONALES

MONZÓN, W (2011). *Optimización de las facilidades del servicio en una entidad bancaria*. Perú. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

RESUMEN:

En esta investigación se pretende optimizar las facilidades del servicio al cliente en una entidad bancaria.

Se evidenció la ausencia de un diseño de facilidades en una empresa bancaria, desde el punto del servicio al cliente, las herramientas de la gestión de la calidad, y el diseño de instalaciones.

Los resultados del trabajo permiten establecer que la metodología de estudio de colas, es factible y aplicable a otras empresas de servicio, donde se tiene colas.

CONCLUSION:

1. El concepto de servicio y estrategia para proveer un servicio con facilidades, permiten diferenciarse de la competencia.

2. Toda empresa necesita someterse a un proceso de mejora continua para incrementar sus niveles competitivos, y generar nuevos negocios, reduciendo sus costos e incrementando sus niveles de rentabilidad.

3. La disposición de un sistema de colas, tiene un profundo efecto en la imagen, congestión y eficiencia en el servicio.

ALVA V. Cabanillas K. Suárez M. y Vásquez H. (2015), *Calidad en las Empresas del Sector Comercial de Estaciones de Servicio de Combustible Líquido de Lima Metropolitana*. Perú. Pontificia Universidad Católica del Perú.

RESUMEN:

En esta investigación se comparó los niveles de calidad percibidos en las empresas del sector comercial de estaciones de servicio de combustible líquido en Lima Metropolitana, que cuentan con un Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001, con las que no.

En tal sentido, se empleó una encuesta basada en el modelo de los nueve factores de éxito para adoptar la Administración de Calidad Total (TQM) propuesto por Benzaquen (2013). Se trabajó con una muestra de 219 empresas, de las cuales 121 contaban con un Sistema de Gestión de Calidad. La encuesta fue aplicada a 38 distritos de Lima Metropolitana.

CONCLUSION:

Como resultado del estudio, se obtuvo una diferencia significativa de los niveles de calidad percibidos entre las empresas del sector comercial de estaciones de servicio de combustible líquido que cuentan con un Sistema de Gestión de Calidad en comparación con las que no.

CASTILLO J. y Vicencio S. (2016) Propuesta de mejora del sistema de medición de indicadores de gestión de la calidad de la empresa BYLL SRL contratistas generales certificada bajo la norma ISO 9001 – 2008, Perú. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).

RESUMEN:

En esta investigación se buscó obtener una mejora en la medición de los indicadores de los objetivos de la calidad y de los procesos de ByLL SRL Contratistas Generales, empresa dedicada a la construcción, con 22 años de experiencia, quien obtuvo la certificación ISO 9001:2008 en el año 2011; fecha desde la cual no logró la medición de sus procesos con la eficacia esperada.

La metodología usada fue el análisis documentario del estado del sistema en vigencia.

CONCLUSION:

1. Se implementaron indicadores de eficacia de los procesos del 13% al 100% a medir en el año 2016, estos indicadores ya han sido aprobados por la Alta Dirección de la empresa.
2. Se implementó 34 indicadores, obteniéndose un 68% de resultados medidos en el año 2015 en comparación de los 23 indicadores existentes.
3. Se resolvió que para el año 2016-2017, la organización enfocaría todos sus esfuerzos hacia la consecución de 02 objetivos relacionados con la satisfacción del cliente y la satisfacción de los colaboradores.

RODRÍGUEZ M. 2016), Diseño de un sistema de gestión en base a la norma ISO 9001:2008 para una organización que realiza la distribución de gas natural por red de ductos en el Perú, Perú. Universidad Nacional Mayor De San Marcos.

RESUMEN:

Este proyecto hace una contribución teórica en la definición de una ruta metodológica para el diseño de Sistemas de Gestión de Calidad basándose en la norma ISO 9001:2008 para organizaciones dedicadas a la distribución de gas

natural por red de ductos, considerando las fases de Diseño, Construcción, Operación y Mantenimiento del Sistema de Distribución.

Esta investigación es del tipo proyectiva, y descriptiva, ya que según Hurtado (2010) “propone soluciones a una situación determinada a partir de un proceso de indagación. Implica explorar, describir, explicar y proponer alternativas de cambio, más no necesariamente ejecutar la propuesta”; y” buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”.

La selección de la muestra se realizó a través de un muestreo no probabilístico. Las técnicas de recolección de datos que utilizadas fueron la observación directa, revisión documental y entrevistas semi-estructurada.

CONCLUSION:

1. Contribuye teóricamente en la definición de una ruta metodológica para el diseño de Sistemas de Gestión de Calidad basado en la norma ISO 9001:2008 para organizaciones que realiza la distribución de gas natural por red de ductos.

2. La alta dirección debe considerar como factor estratégico el diseño, la implementación y operación de un Sistema de Gestión de Calidad, ya que de esta manera podrán proporcionar los recursos y liderar el cumplimiento de los objetivos propuestos.

MONTALVÁN L, Jurado R. y Condori S. (2015) *Calidad en las Empresas del Sector Seguridad Privada en Lima Metropolitana*. Pontificia Universidad Católica Del Perú.

RESUMEN:

La investigación se dedicó a identificar el nivel de cumplimiento de los factores de éxito del TQM (Total Quality Management) en la gestión de calidad del sector seguridad privada en Lima Metropolitana, y como examinar la existencia de una

asociación positiva entre las empresas del sector seguridad privada en Lima Metropolitana que tengan implementado un SGC basado en el ISO 9001 y la medición del nivel de calidad.

El diseño del estudio aplicó un enfoque cuantitativo debido a la facilidad de cambiar el énfasis del diagnóstico que permite el análisis de políticas para temas más específicos como costos y efectos de riesgo, así como ofrece la posibilidad de generalizar resultados ampliamente, controlando los fenómenos con el conteo y las magnitudes además de aportar información con la complejidad que no es representada en palabras así como permite el uso de representaciones.

El instrumento de recolección de datos utilizado fue la encuesta con preguntas en su mayoría cerradas, referidas a la hipótesis y al problema propuesto.

CONCLUSION:

1. La comparación de los factores con y sin SGC basado en el ISO 9001, arrojó que solo el factor "Diseño del producto", obtuvo un valor promedio menor.
2. En el análisis del resultado de la prueba T, los factores planeamiento de la calidad, enfoque y satisfacción al usuario, demuestra que no necesariamente es por implementación de la norma ISO 9001, pudiendo ser que las empresas ya tengan una cultura de calidad y desde sus inicios.
3. Se muestra que los factores de éxito del TQM del sector seguridad privada en Lima Metropolitana tienen una relación positiva en la existencia de un mayor nivel de calidad entre las empresas que si cuentan con un SGC basado en el ISO 9001.

2.2. Marco conceptual

2.2.1 SISTEMAS Y MODELOS DE GESTIÓN DE CALIDAD

Sistema

En significados.com, se indica que la palabra sistema procede del latín *systema*, y este del griego *σύστημα* (*systema*, identificado en español como unión de cosas de manera organizada).

La palabra sistema tiene un significado muy amplio y se puede aplicar a muchas cosas, por ejemplo, en significados.com, indica también, que un sistema es un conjunto de elementos relacionados entre sí y que funcionan como un todo

Los elementos que componen un sistema pueden ser variados, como una serie de principios o reglas estructurados sobre una materia o una teoría, por ejemplo, sistema político, sistema económico, sistema de gestión, etc.

Gestión

Según Pérez J (2012), del latín *gestio*, el concepto de gestión hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo. Gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera. Administrar, por otra parte, abarca las ideas de gobernar, disponer dirigir, ordenar u organizar una determinada cosa o situación.

La noción de gestión, por lo tanto, se extiende hacia el conjunto de trámites que se llevan a cabo para resolver un asunto o concretar un proyecto. La gestión es también la dirección o administración de una compañía o de un negocio.

Calidad

El diccionario de la Real Academia Española define el concepto de calidad como “la propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permite apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su misma especie”. Esta definición muestra las dos características esenciales del término, de una parte la subjetividad de su valoración y de la otra su relatividad.

Si nos centramos en un producto, el término calidad se entiende como un concepto relativo al binomio producto/cliente. Reúne un conjunto de cualidades relacionadas entre sí que todos los bienes y servicios poseen en mayor o menor medida.

Sistema de Gestión de Calidad

Según la ISO: International Organization for Standardization, la “Gestión de la Calidad” es el conjunto de acciones, planificadas y sistemáticas, que son necesarias para proporcionar la confianza adecuada de que un producto o servicio va a satisfacer los requisitos dados sobre la calidad.

En la página web: ISO 9001, calidad.com se define a un sistema de gestión de calidad (certificado o no), aquel que debe estar documentado con un manual de calidad y con procedimientos e instrucciones técnicas y debe revisarse su cumplimiento a través de auditorías.

Los principios de la gestión de la calidad son los siguientes:

- 1. Enfoque al cliente:** Comprender las necesidades de los clientes y exceder sus expectativas
- 2. Liderazgo:** Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización, crear y mantener un ambiente interno, y lograr que el personal se involucre totalmente con los objetivos de la empresa.
- 3. Participación del personal:** Comprometer al personal en todos sus niveles y potenciar sus habilidades en beneficio de la organización.
- 4. Enfoque basado en procesos:** Los recursos y actividades deben ser gestionados como un proceso
- 5. Enfoque de sistema para la gestión:** Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos.
- 6. Mejora continua:** La mejora continua del desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de ésta.
- 7. Enfoque basado en hechos para la toma de decisión:** Las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y la información.
- 8. Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor:** Una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor.

Modelo de los nueve factores del TQM

Benzaquen, (2013), indica que el modelo, es una metodología que mide el estado de la implementación de la administración de la calidad total (Total Quality Management) TQM en inglés, en empresas latinoamericanas en base a nueve factores de éxito de calidad.

Los nueve factores propuestos para la medición de la implementación de la administración de la calidad total son.

- 1.- Gestión de calidad del proveedor,** que tiene que compartir la visión de la empresa en la satisfacción del cliente, el proveedor es también responsable del producto o servicio entregado al cliente
- 2.- Alta gerencia:** De estar comprometida con todos los procesos y líder de ellos en su cumplimiento, así como responsable de lograr los objetivos de la empresa.
- 3.- Planeamiento de la calidad:** El departamento de calidad debe verificar el cumplimiento a cabalidad en todos los procesos internos de producción y servicios.
- 4.- Auditoria y evaluación de la calidad:** Es necesario verificar siempre tanto los procesos como el producto final entregado al cliente.
- 5.- Diseño del producto:** Es necesario un buen diseño y eliminar las posibles fallas del mismo, procurando lograr la satisfacción del cliente.
- 6.- Control y mejoramiento de procesos.** Los procesos deben verificarse y mejorarse en todas las áreas involucradas.
- 7.- Educación y entrenamiento:** Todos los empleados deben estar en constante formación y superación de sus habilidades.
- 8.- Círculos de calidad:** La empresa debe ser parte y socia de otras empresas que comparten los principios sobre calidad y satisfacción del cliente.

9. Enfoque hacia la satisfacción del cliente: Todas las áreas de la empresa deben desarrollar sus actividades en vías de identificar las necesidades del cliente y buscar siempre su satisfacción.

Modelo de Deming

Según Universidad Tec Virtual del Sistema Tecnológico de Monterrey (2012), el Ciclo PHVA (planear, hacer, verificar y actuar) es un concepto gerencial que potencializa la relación entre el ser humano y los procesos.

Indica además, que se constituye como el concepto central de la administración por calidad total y el eje sobre el que giran todas sus metodologías y prácticas y, aunque inicialmente se aplicó en el desarrollo de nuevos productos, en la actualidad es aplicable en cualquier entorno, para el control de los procesos tanto en la empresa, como en la vida personal.

En su seminario de 1950 el Dr. Edwards Deming transmitió este ciclo a los directores de empresas japonesas quienes, en su honor, le cambiaron el nombre al de ciclo de Deming. En forma general, el ciclo PHVA opera de la siguiente forma:

Planear: Las políticas son el marco para el establecimiento de los objetivos y las metas, que a su vez obligan al desarrollo de estrategias, programas y métodos de trabajo.

Hacer: Implica la comunicación de los resultados de la planeación (políticas, objetivos, metas, estrategias, programas y métodos de trabajo) a todos los involucrados y la ejecución coordinada de las actividades y el registro de los datos.

Verificar: Periódicamente se comparan los avances, las tendencias y los resultados obtenidos con relación a lo proyectado.

Actuar: Implica la toma de decisiones relacionada con el estado de cosas determinado en la verificación.

Modelo de Malcom Baldrige

Benzaquem (2013) describe al modelo Malcom Baldrige como no normativo, cuyo concepto fundamental es la autoevaluación basada en un análisis detallado del funcionamiento del sistema de gestión de la organización. Esto supone la integración con otros enfoques en un esquema más amplio y completo de gestión.

Este modelo toma en cuenta siete puntos clave para evaluar el sistema de gestión de la calidad:

- 1. Liderazgo:** La alta dirección comunica y establece al personal la dirección empresarial y las estrategias y busca oportunidades de innovación y aprendizaje.
- 2. Planificación Estratégica:** La organización plantea la estratégica del negocio y principales acciones, así como del control de resultados.
- 3. Enfoque al Cliente:** Conocer las expectativas y exigencias de los clientes e implementar todos los procesos de la empresa para lograr la satisfacción del cliente.
- 4. Información y Análisis:** Analiza los datos e información que apoye los procedimientos principales de la organización.
- 5. Enfoque al Recurso Humano:** Permite a los empleados desarrollar su potencial y alinearse a los objetivos de la organización.
- 6. Proceso Administrativo:** Examina los diseños de los procesos claves de la empresa, se administran y se mejoran.
- 7. Resultados del negocio:** Escudriña el progreso de la empresa y procesos de mejora en sus áreas claves.

Modelo EFQM de la excelencia

Según la propia fundación EFQM, cuando hablamos de EFQM solemos referirnos al modelo de calidad definido por la fundación que lleva dicho nombre.

Precisamente es la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad, EFQM en inglés, una fundación sin ánimo de lucro y con sede en Bruselas que cuenta con más de 500 socios repartidos en más de 55 países.

Esta fundación define el modelo EFQM de calidad y excelencia como vía para la autoevaluación y la determinación de los procesos de mejora continua en entornos empresariales tanto privados como públicos.

Los principales conceptos que conforman el modelo EFQM son los siguientes:

- 1.- **Orientación hacia los resultados.** Debe haber un equilibrio en los grupos relacionados con la organización: el personal, proveedores, clientes, accionistas, y sociedad en general.
- 2.- **Orientado al cliente.** Concentrarse en como satisfacer las necesidades del cliente actuales y futuras e involucrar a toda la empresa en esta tarea.
- 3.- **Liderazgo.** El líder debe dirigir a la empresa en el logro de los objetivos. Y transmitir confianza a todo el equipo.
- 4.- **Gestión por procesos y hechos.** La organización funciona mejor si todas las áreas tienen bien identificados sus procesos y la información es fiable.
- 5.- **Desarrollo e implicación de las personas.** Se explota mejor el potencial de todos los empleados si se comparten valores y se difunde una cultura de confianza y cada una asume su responsabilidad.
- 6.- **Aprendizaje, innovación y mejora continuos.** La organización funciona mejor cuando se comparte el conocimiento y se hace gestión dentro de una cultura de aprendizaje continuo.
- 7.- **Desarrollo de alianzas.** La organización debe establecer alianzas con otras organizaciones basadas en la confianza mutua, y compartir conocimientos en búsqueda de la integración.
- 8.- **Responsabilidad social.** Se refiere que la organización debe adoptar un enfoque

ético, sirviendo así a los intereses de largo plazo a las personas y a la empresa.

Six Sigma

Según Lean Solution, Six Sigma es una metodología de mejora de procesos creada en Motorola por el ingeniero Bill Smith en la década de los 80, esta metodología está centrada en la reducción de la variabilidad, consiguiendo reducir o eliminar los defectos o fallos en la entrega de un producto o servicio al cliente. La meta de six sigma es llegar a un máximo de 3,4 *defectos* por millón de eventos u oportunidades (DPMO), entendiéndose como *defecto* cualquier evento en que un producto o servicio no logra cumplir los requisitos del cliente.

Para entender que es Six Sigma conviene primero entender que es variación y como se mide:

Sigma (σ) es una letra griega que significa una unidad estadística de medición, usada para definir la desviación estándar de una población, esta mide la variabilidad o dispersión de un conjunto de datos y se calcula con la desviación estándar.

El nivel sigma corresponde a cuantas desviaciones estándar caben entre los límites de especificación del proceso.

Método 5'S

Lean solutions indica también, que es una metodología / filosofía para organizar el trabajo de una manera que minimice el desperdicio, asegurando que las zonas de trabajo estén sistemáticamente limpias y organizadas, mejorando la productividad, la seguridad y proveyendo las bases para la implementación de procesos.

Las 5S se refieren a 5 palabras de origen japonés, cuyos fonemas inician cada una con la letra S, de allí el nombre de las 5S.

Los objetivos de las 5S se indican a continuación:

Seiri (Clasificar), separar lo innecesario, eliminar del espacio de trabajo lo que no sea útil.

Seiton (ordenar), ubicar lo necesario, organizar el trabajo en forma eficaz.

Seisō (Limpiar, suprimir la suciedad, mejorar el nivel de limpieza de los lugares de trabajo).

Seiketsu (estandarización), señalar anomalías, prevenir la aparición de la suciedad y el desorden.

Shitsuke (Disciplina), seguir mejorando, fomentar los esfuerzos de mejora permanente.

Método Kaizen

Según Mas Empresa, Kaizen es lo opuesto a la complacencia. Kaizen es un sistema enfocado en la mejora continua de toda la empresa y sus componentes, de manera armónica y proactiva. El Kaizen surgió en el Japón como resultado de su necesidad de superarse a sí misma, para poder alcanzar a las potencias industriales de occidente y así ganar el sustento para una gran población que vivía en un país de escaso tamaño y recursos.

Hacer posible la mejora continua, es poner en marcha los seis sistemas fundamentales siguientes:

1. Control de calidad total / Gerencia de Calidad Total: Es una manera de mejorar constantemente la performance en todos los niveles operativos, en cada área funcional de una organización, utilizando todos los recursos humanos y de capital disponibles.

- 2. Un sistema de producción justo a tiempo:** Sistema que se orienta a la eliminación de las actividades que no agregan valor, y lograr un sistema de producción ágil y suficientemente flexible que responda a las posibles modificaciones en los pedidos de los clientes.
- 3. Mantenimiento productivo total:** El mantenimiento productivo total está dirigido a la maximización de la efectividad del equipo durante toda la vida del mismo.
- 4. Despliegue de políticas:** se refiere al proceso de introducir las políticas para Kaizen en toda la compañía, desde el nivel más alto hasta el más bajo.
- 5. Un sistema de sugerencias:** orientado a individuos, haciendo énfasis en los beneficios de elevar el estado de ánimo mediante la participación positiva de los empleados.
- 6. Actividades de grupos pequeños:** siendo el más común el Círculo de Calidad. Estos persiguen temas sobre la calidad, y cuestiones relativas a costos, seguridad y productividad.

ISO

Según la definición de la propia entidad, ISO es la Organización Internacional de Normalización. Los 159 miembros que la componen son los organismos nacionales de normalización de países industrializados, en desarrollo y en transición, de todos los tamaños y de todas las regiones del mundo. El portafolio de ISO, con más de 18100 normas, provee de herramientas prácticas a las empresas, los gobiernos y la sociedad, para el desarrollo sostenible de las variables económicas, ambientales y sociales. Las Normas Internacionales ISO aportan una contribución positiva al mundo en que vivimos. Las Normas Internacionales ISO representan un consenso global sobre el estado del arte en la tecnología o las buenas prácticas en estudio.

Norma Internacional ISO 9000:2005

Es la versión previa a la ISO 9001.

La Norma Internacional ISO 9000 ha sido preparada por el Comité Técnico ISO/TC 176, *Gestión y aseguramiento de la calidad*, Subcomité SC 1, *Conceptos y terminología*.

Esta tercera edición anula y reemplaza a la segunda edición (ISO 9000:2000). Incluye los cambios aceptados en el borrador de modificación ISO/DAM 9000:2004.

La ISO indica que, para conducir y operar una organización en forma exitosa se requiere que ésta se dirija y controle en forma sistemática y transparente. La gestión de una organización comprende la gestión de la calidad entre otras disciplinas de gestión.

Se han identificado ocho principios de gestión de la calidad que pueden ser utilizados por la alta dirección con el fin de conducir a la organización hacia una mejora en el desempeño:

- 1. Enfoque al cliente:** Comprender las necesidades de los clientes y exceder sus expectativas
- 2. Liderazgo:** Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización, crear y mantener un ambiente interno, y lograr que el personal se involucre totalmente con los objetivos de la empresa.
- 3. Participación del personal:** Comprometer al personal en todos sus niveles y potenciar sus habilidades en beneficio de la organización.
- 4. Enfoque basado en procesos:** Los recursos y actividades deben ser gestionados como un proceso
- 5. Enfoque de sistema para la gestión:** Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos.
- 6. Mejora continua:** La mejora continua del desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de ésta.
- 7. Enfoque basado en hechos para la toma de decisión:** Las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y la información.

8. Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor: Una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor.

Norma Internacional ISO 9001:2008

La Norma ISO 9001 ha sido preparada por el Comité Técnico ISO/TC 176, *Gestión y aseguramiento de la calidad*, Subcomité SC 2, *Sistemas de la calidad*.

Esta cuarta edición anula y sustituye a la tercera edición (ISO 9000:2005), que ha sido modificada para clarificar puntos en el texto y aumentar la compatibilidad con la Norma ISO 14001:2004.

Esta Norma Internacional promueve la adopción de un enfoque basado en procesos cuando se desarrolla, implementa y mejora la eficacia de un sistema de gestión de la calidad, para aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos.

Una ventaja del enfoque basado en procesos es el control continuo que proporciona sobre los vínculos entre los procesos individuales dentro del sistema de procesos, así como sobre su combinación e interacción.

Las Normas ISO 9001 e ISO 9004 son normas de sistema de gestión de la calidad que se han diseñado para complementarse entre sí, pero también pueden utilizarse de manera independiente.

La Norma ISO 9001 especifica los requisitos para un sistema de gestión de la calidad que pueden utilizarse para su aplicación interna por las organizaciones, para certificación o con fines contractuales. Se centra en la eficacia del sistema de gestión de la calidad para satisfacer los requisitos del cliente.

ISO 9001:2015

Es la versión siguiente de la ISO 9001 que reemplaza a la versión 2008.

La norma ISO 9001:2015 se publicó el 23 de septiembre de 2015, trajo cambios muy importantes, aunque el más destacado es la incorporación de la gestión del riesgo o el enfoque basado en riesgos en los Sistemas de Gestión de la Calidad. Aunque es una técnica normalmente aplicada en las organizaciones hasta ahora no estaba alineada con el SGC. Las diferencias entre las versiones 2008 y 2015 se observan en la tabla siguiente. (Ver tabla N° 2.1)

TABLA N° 2. 1

DIFERENCIAS EN LA ESTRUCTURA DE ISO 9001:2008 E ISO 9001:2015

ISO 9001:2008	ISO 9001:2015
1. Objeto y campo de aplicación	1. Alcance
2. Normas para la consulta	2. Referencias normativas
3. Términos y definiciones	3. Términos y definiciones
4. Sistema de gestión de la calidad	4. Contexto de la organización
5. Responsabilidad de la dirección	5. Liderazgo
6. Gestión de los recursos	6. Planificación
7. Realización del producto	7. Soporte
8. Medición, análisis y mejora	8. Operaciones
	9. Evaluación del desempeño
	10. Mejora

Tabla 2.1: Diferencias entre ISO 9001 versiones 2008 y 2015. Fuente: Organización ISO

La norma ISO 9001 versión 2015 ya puede ser implantada en una organización, aunque existe un periodo de transición de 3 años especialmente relevante para aquellas que tengan un certificado vigente bajo ISO 9001:2008.

La norma ISO 9001:2008, como vemos tuvo una actualización en el año 2015; así como esta norma, existen muchas otras que ha diseñado la organización ISO, con todos sus miembros, en base a sistemas de gestión, no solo con respecto a la calidad; por ello, a continuación, se menciona algunas de las principales normas ISO sobre gestión. (ver tabla N° 2.2 pag. 29).

TABLA 2.2
NORMAS DISEÑADAS PARA SISTEMAS DE GESTION

Normas ISO	Nombre
ISO 8402	Sistemas de Gestión de la Calidad - Gestión de la calidad
ISO 9000	Sistemas de Gestión de la Calidad – Fundamentos y vocabulario
ISO 9001	Sistemas de Gestión de la Calidad – Requisitos
ISO 9004	Sistemas de Gestión de la Calidad – Directrices para la mejora del desempeño
ISO/IEC 9126	Calidad del Producto de Software
ISO 10011	Sistemas de Gestión de la Calidad - Directrices para auditorías
ISO 14000	Estándares de Gestión Medioambiental en entornos de producción
ISO 19011	Sistema de Gestión de Calidad - Auditoría de Calidad
ISO/IEC 20000	Tecnología de la información - Gestión del servicio
ISO 20121	Sistema de gestión sostenible para eventos
ISO 22000	Sistemas de Gestión de Seguridad Alimentaria
ISO 22320	Seguridad de la Sociedad. Gestión de emergencias.
ISO/IEC 27000	Sistemas de Gestión de la Seguridad de la Información
ISO 30000	Sistemas de gestión para el reciclaje de los barcos
ISO 31000	Gestión de riesgos
ISO/IEC 38500	Gobierno Corporativo de Tecnología de la Información
ISO 37001	Sistema de Gestión Anti soborno
ISO 39001	Sistemas de gestión de la seguridad vial. Requisitos y recomendaciones de buenas prácticas
ISO 50001	Sistema de gestión de la calidad en cuanto a la eficiencia energética

Fuente: Organización ISO

Los sistemas de gestión detallados, son las últimas versiones referidas a la gestión de calidad; sin embargo, previas a esta, ya existen normas previas, que han ido marcando el paso para llegar hasta la última versión 2015.

En esta tabla (ver tabla 2.2 pag. 29), se observa las últimas versiones de los sistemas ISO de gestión, que además de calidad también se desarrollan en el medio ambiente, seguridad alimentaria, seguridad vial, eficiencia energética , etc.

2.2.3 DEFINICION DE LAS VARIABLES INDEPENDIENTES

Gestión comercial

Según, GestioPolis.com Experto. (2001). *¿Qué es gestión comercial?* la gestión comercial es la función encargada de hacer conocer y abrir la organización al mundo exterior, se ocupa de dos problemas fundamentales, la satisfacción del cliente y la participación o el aumento de su mercado, dado esto, es necesario desarrollar, un sistema adecuado de calidad, un departamento de servicio al cliente eficiente y productos o servicios de calidad.

De acuerdo con Herrera J. (2001) *Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa*, la gestión comercial es la que lleva a cabo la relación de intercambio de la empresa con el mercado. Al analizar esto, la gestión comercial constituye la última etapa del proceso, ya que, a través de esta, se provee al mercado los productos que las empresas fabrican, a razón de beneficios económicos a la empresa.

La gestión comercial comprende:

Estudio de mercado.

Venta.

Estrategias de venta,

Política de ventas.

Fijación de objetivos.

Incentivos a la fuerza de ventas.

Seguimiento de las ventas.

Explica De Borja, F. (2008) *Sistematización de la Función Comercial*, que la gestión comercial forma parte esencial del funcionamiento de las organizaciones: decisiones relativas a qué mercados acceder; con qué productos; qué política de precios aplicar; cómo desarrollar una sistemática comercial eficaz, forman parte del día a día de las organizaciones, además de ser aspectos que emanan directamente de las decisiones derivadas de la estrategia corporativa.

De Borja indica que la gestión comercial debe asumir un doble rol:

- Un papel en la planificación comercial y de marketing, de donde se definen los objetivos y futuras decisiones de planificación en la estratégica de la empresa.
- Dar la solución a los problemas comerciales y de marketing que se deriven de las decisiones previamente tomadas.

Gestión logística

Según el blog EAE Business School Harvard Deusto, “Retos para ser directivos” (2016), entendemos por gestión logística todas aquellas acciones o conocimientos que posee una empresa para captar, acceder o hacer uso de los recursos necesarios que hacen posible el desarrollo de su actividad empresarial.

Indica que, se busca optimizar el uso de los recursos, tomando como referencia los principios de productividad, rendimiento e integración.

La logística tiene como objetivos principales los siguientes:

- Aumentar la competitividad de la empresa, haciendo uso adecuado de los recursos haciéndolos más eficientes, obteniendo mejores resultados.
- Disminuir costos, sin sacrificar la calidad.
- Buscar siempre mejorar los niveles de calidad del producto.
- Velar por la eficacia de los procesos.

Calidad de los productos

En el artículo sobre calidad de las empresas, en la página virtual de aula fácil, se define a los productos como bienes tangibles que poseen características propias que satisfacen las necesidades de los consumidores.

Los productos pasan por un proceso de fabricación de materias primas que se transforman en un producto final.

En el producto final se incluyen los medios de acondicionamiento, embalajes, protección, transporte y distribución desde el centro de fabricación hasta el consumidor o usuario final.

Un producto está definido por sus especificaciones. La descripción de estas especificaciones debe contener por lo menos la siguiente información:

- Denominación.
- Aplicaciones.
- Condiciones de instalación, almacenamiento y uso.
- Características físicas.
- Características de fiabilidad.
- Instrucciones de mantenimiento.
- Métodos de ensayo y criterios de aceptación.
- Embalaje y protección.
- Informaciones especiales y de servicio postventa.

Y como ya habíamos definido, la calidad es: “la propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa que permite apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su misma especie”.

Es decir, que la calidad es la apreciación que la de un usuario a un producto catalogándolo como que tan bueno o malo es y en qué grado está satisfecho con el mismo. Esta apreciación dependerá del usuario o cliente que ha hecho su primera compra o ya es un cliente regular.

Servicio post venta

Según el blog Shopify, Pierce J. (2014) *Cómo vender on line*, el servicio post venta es seguir ofreciendo atención al cliente después de la compra y es tan fundamental como las demás estrategias que se implementan en el proceso de venta.

El servicio post venta es una increíble fuente de ingresos, pues este nos ayuda a fidelizar clientes y brinda la posibilidad de conseguir nuevos. La recomendación “de boca en boca” es la mejor publicidad que puede tener un producto.

Indica Pierce, que este servicio incluye todas las actividades que se hagan después de la venta del producto o servicio que ofreces, y las principales razones por las que se tiene que dar la importancia son las siguientes:

- Un buen servicio post venta es la mejor manera de crear lealtad a la marca.
- Un cliente satisfecho es la mejor publicidad que se tiene.
- Es más sencillo ofrecer un nuevo producto a clientes satisfechos que conseguir nuevos clientes.
- Otorga una segunda oportunidad para venderles.
- Son fuente de información valiosa, ya que dan su real apreciación sobre el producto.

Dentro del servicio post venta pueden identificarse algunas áreas que son importantes atender para saber qué pasa después de la compra:

Promoción: Es cuando se otorga ofertas y descuentos especiales por una segunda compra o por ser clientes frecuentes.

Comunicación personalizada: Está ligado a la motivación, otorgar un seguimiento más personalizado sobre la experiencia del producto.

Seguridad: Brinda cambios, devoluciones y hasta garantías del producto en caso de que ocurra algo que no esperaban.

Soporte: Ofrece ayuda y mantenimiento sobre el producto.

2.2.2 DEFINICION DE LA VARIABLE DEPENDIENTE.

La variable dependiente es la satisfacción del cliente. A continuación, se mencionan conceptos al respecto del cliente y como medir su satisfacción.

Cliente.

Según Mak Consult (2012), la creación de clientes se logra a través de dos mecanismos fundamentales: la satisfacción y la fidelización. Satisfacción en el sentido de lograr bienestar, y fidelización en el sentido de lograr construir un vínculo que vaya más allá de lo netamente comercial.

De esta forma, crear y fidelizar clientes constituye el objetivo central de todo servicio.

Tipos de clientes:

En la literatura del marketing de servicios, se establece que existen cuatro tipos de clientes, las cuales se desprenden de la conjugación de los dos factores mencionados: satisfacción y fidelización:

- 1. Cliente terrorista:** Es aquel que presenta un nivel bajo de satisfacción y de fidelización. Son aquellos clientes que constituyen la peor publicidad (y la más efectiva) de la institución. Son clientes insatisfechos y no dudan en demostrarlo.
- 2. Cliente rehén:** Es aquel que a pesar de sentirse insatisfecho por el servicio se mantiene aparentemente fiel a él debido a muchos factores, generalmente por no encontrar mayores alternativas en el mercado. En pocas palabras, no escogen un servicio, simplemente se resignan a aceptarlo.
- 3. Cliente mercenario:** Es aquel que a pesar que, se encuentra satisfecho por el servicio, no son "clientes fieles". Esto se debe a que este tipo de clientes buscan siempre maximizar sus conveniencias y pueden cambiar de servicio con mucha facilidad.

4. Cliente apóstol: Estos clientes son los satisfechos y fieles. Han generado un vínculo con la institución y no cambiarían de servicio fácilmente.

MODELO KANO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Según Torrijos P. (2012), Noriaki Kano era un profesor japonés experto en el campo de la gestión de la calidad, que a finales de los 70 ideó una herramienta que desde entonces se utiliza para priorizar las necesidades del cliente y determinar qué atributos le aportan mayor satisfacción.

Clasificó las necesidades del cliente en cuatro categorías:

1. Calidad esperada. (Must be)

Son características básicas mínimas que se exigen, cuando están presentes el cliente no las valora, pero cuando no se cubren el descontento es total.

2. Calidad deseada. (Performance)

Son las características que el cliente pide de manera explícita, cuantos más atributos se cumplen, más satisfecho está el cliente, y cuando no se cumplen, las expectativas del cliente disminuyen.

3. Calidad motivante. (Delighter)

Son características del producto o servicio que el cliente no esperaba encontrar, cuando están presentes son muy valoradas, pero si están ausentes al cliente no le causa insatisfacción.

4. Calidad indiferente. (Indifferent)

Son atributos que no se consideran ni buenos ni malos y que por tanto no afectan a la satisfacción/insatisfacción del cliente.

NET PROMOTER SCORE NPS

Net Promoter Score es un indicador para medir la lealtad del cliente y una marca comercial registrada de Frederick Reicheld, Bain& Company y Satmetrix fue

introducido en 2003 por Reichheld en su artículo *The One Number You Need to Grow* (El único número que necesita para crecer) publicado en la revista Harvard Business Review. El índice NPS puede ser tan bajo como -100 (todo el mundo es un detractor) o tan alto como 100 (todo el mundo es un promotor). Un NPS superior a 0 se percibe como bueno y un NPS de 50 es excelente.

El net promoter score se basa en una sola pregunta: “¿Qué tan probable es que recomiende el producto o servicio a un familiar o amigo?”. Para ello se les pide calificar en una escala de 0 a 10, donde 0 es “Muy improbable” y 10 es “Definitivamente lo recomendaría”. Según los resultados, los clientes se clasifican en promotores, pasivos y detractores:

Los que responden asignando 9 o 10 puntos: promotores.

Los que asignan 7 u 8 puntos: pasivos.

Los que otorgan 6 puntos o menos: detractores.

Para obtener un resultado se restan los detractores a los promotores y se consigue un porcentaje, de manera de medir la calidad del servicio.

En los últimos años, el NPS ha cosechado una gran popularidad entre las empresas, llegando a convertirse dada su expansión, en prácticamente un estándar de facto como indicador en materia de satisfacción y lealtad.

Entre sus virtudes, los expertos en *Customer Experience* destacan:

Es un indicador sencillo de obtener, lo cual favorece su adopción por parte de las compañías.

Es una métrica fácil de interpretar y explicar, lo cual favorece su utilización como herramienta a todos los niveles dentro de una organización: marketing, calidad, investigación de mercados, etc.

Ofrece la posibilidad de realizar fácilmente un *benchmark* con empresas y sectores, simplemente comparando las métricas NPS de cada organización.

2.3. Definición de términos:

Ciente:

Organización o persona que recibe un producto.

Distribuidor:

Empresa intermediaria autorizada por el fabricante, que realiza la comercialización de productos a los usuarios finales.

ISO:

International standardization organization (Organización internacional de normalización)

Partner:

Socio estratégico de la empresa, intermediario a través de quien se comercializan los productos al cliente final.

Retailer DIY:

Empresa dedicada al negocio del auto servicio, “Do It Yourself”, (hágalo usted mismo), donde acuden los clientes finales y maestros de la auto construcción para comprar herramientas y materiales.

Satisfacción del cliente:

Percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos.

Sistema de gestión de la calidad:

Sistema de gestión para dirigir y controlar una organización con respecto a la calidad

Tablerista:

Empresa dedicada a la integra productos dentro de tableros eléctricos que fabrican, entregando una solución al usuario final.

CAPITULO III

3.VARIABLES E HIPOTESIS

3.1Definición de las variables

3.1.1 Sistema de Calidad ISO 9001: 2008

Es la variable independiente, es la norma que especifica los requisitos para un sistema de gestión de la calidad que pueden utilizarse para su aplicación interna por las organizaciones, para certificación o con fines contractuales. Se centra en la eficacia del sistema de gestión de la calidad para satisfacer los requisitos del cliente.

Esta variable es la que originó los resultados comparativos luego de su aplicación

3.1.2 Satisfacción del cliente

La variable dependiente es la satisfacción del cliente, que nos proporciona anticipadamente información sobre el comportamiento de compra del consumidor y su lealtad. Los datos de satisfacción del cliente es uno de los indicadores recopilados con mayor frecuencia sobre la percepción del mercado y/o clientes.

Esta variable se midió en 4 dimensiones:

Gestión comercial.

Gestión logística.

Calidad de los productos, y

Servicio post venta.

Y sus correspondientes indicadores, mostrados en 15 preguntas utilizadas en el instrumento de recolección de datos.

3.1.3 Operacionalización de la variable

TABLA N° 3. 1

OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM
SATISFACCION DEL CLIENTE	Gestión Comercial	Atención al cliente	1,2,3,4
		Información de la oferta	5,6
	Calidad de los productos	Calidad de los productos	7,8,9
	Gestión Logística	Información de plazos de entrega	12
		Entregas a tiempo	10,11,13
	Servicio Post Venta	Respuesta ante una falla	14
		Suministro de repuestos	15

Tabla N° 3.1 Operacionalización de las variables. Fuente: Resumen de instrumento usado para la encuesta de satisfacción.

3.3 Hipótesis general e hipótesis específicas.

A continuación, se mencionan las hipótesis consideradas

3.3.1 Hipótesis general:

La aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 incide directamente en la satisfacción del cliente, en Schneider Electric Perú S.A, en el periodo 2014 – 2015.

3.3.2 Hipótesis específicas:

1. La aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008, en la gestión comercial, incide en la satisfacción del cliente en Schneider Electric Perú S.A en el periodo 2014 – 2015.
2. La aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008, en la gestión logística, incide en la satisfacción del cliente en Schneider Electric Perú S.A en el periodo 2014 – 2015.
3. La aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008, en la calidad de los productos, incide en la satisfacción del cliente en Schneider Electric Perú S.A en el periodo 2014 – 2015.
4. La aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008, en el servicio pos venta, incide en la satisfacción del cliente en Schneider Electric Perú S.A en el periodo 2014 – 2015.

CAPITULO IV

4. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de investigación

El diseño de la presente investigación corresponde al modelo experimental en la categoría pre-experimental aplicada, ya que tiene un grado de control mínimo y analiza el efecto producido por la acción de la variable independiente: Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2008 sobre la variable dependiente de mejora continua: expresando el grado en que satisfacen de los clientes.

4.2 Tipo de investigación

El tipo de investigación corresponde según Hernández Fernández y Baptista, como descriptiva explicativa correlacional, donde se miden los conceptos y se muestra la relación entre las variables.

4.3 Población y muestra

Característica: El objeto de la investigación fue determinar la incidencia de la aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008 en la satisfacción del cliente.

Delimitación: Se investigó la incidencia de la aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008 en la satisfacción del cliente, en la empresa Schneider Electric Perú S.A.

Tiempo: Análisis de datos obtenidos durante el año 2014 y comparación con los resultados obtenidos en el año 2015.

Población: La investigación se enfoca en un universo de 58 clientes directos.

Tamaño de la muestra: No probabilística, tomándose la totalidad de los 58 clientes correspondiente a los siguientes estratos:

Distribuidores industriales: 35

Distribuidores residenciales: 11

Retail: 1

Tableristas: 11

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se utilizó el análisis documentario con la información siguiente:

Análisis:

- Resultado global de la encuesta del año 2014, donde se registra el nivel de satisfacción del cliente.
- Sistema de calidad propio
- Lista de verificación en el marco de la Norma Internacional ISO 9001:2008.

Se realizó la técnica de encuesta telefónica, aplicada a los 58 clientes directos de la empresa.

El instrumento de recolección de datos está conformado por 15 preguntas en escala Likert (1 – 10); por ello la confiabilidad se midió con el coeficiente Alfa de Cronbach, la misma que permite conocer la consistencia interna de los ítems en el instrumento. La escala de valores que determina la confiabilidad está dada por los siguientes valores indicados en la tabla (Ver tabla N° 4.1).

TABLA N° 4. 1

CRITERIOS DE INTERPRETACIÓN DEL COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD

Bolívar, 2002 y Pallella y Martins, 2003	
➤ Muy Baja	: 0.01 a 0.20
➤ Baja	: 0.21 a 0.40
➤ Moderada	: 0.41 a 0.60
➤ Alta	: 0.61 a 0.80
➤ Muy Alta	: 0.81 a 1.00

Fuente: Bolívar, 2002 y Pallella y Martins, 2003

TABLA N° 4.2

COEFICIENTE ALFA DE CRONBACH PARA EVALUAR LA
CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.61	15

Fuente: Definición de Alfa de Cronbach

Se observa los resultados de confiabilidad para, el instrumento que mide la satisfacción de cliente considerando los 15 ítems. El coeficiente Alfa de Cronbach es igual a 0.61, que se encuentra en el rango de 0.61 – 0.80; por lo tanto, el instrumento tiene alta confiabilidad para medir la variable en el estudio. (ver tabla N° 4.2).

El instrumento utilizado con las 15 preguntas se muestra en los anexos. (ver tabla N° 10.2, pag. 79).

4.5 Procedimiento de recolección de datos

Se realizaron dos encuestas telefónicas con el mismo instrumento (cuestionario), obteniéndose una base de datos de antes y después de la aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008.

4.6 Procesamiento estadístico y análisis de datos

Las encuestas se llenaron en una matriz Excel debidamente ordenada en filas (58 clientes) y columnas (15 preguntas de acuerdo a las variables e indicadores de investigación), ingresando en la parte central la puntuación respondida de cada cliente por cada pregunta.

Esto se hizo para los resultados tanto del año 2014 como del año 2015.

Esta matriz fue ingresada al software SPSS y su análisis se detalla en el capítulo V.

CAPITULO V

5. RESULTADOS

A continuación, los resultados obtenidos con el software SPSS

ANÁLISIS DESCRIPTIVOS.

1) Niveles de satisfacción.

Análisis:

TABLA N° 5. 1

TABLA N° 5. 1: NIVELES DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES 2014-2015

Niveles	2014		2015	
	N°	%	N°	%
Insatisfecho	63	7.2%	42	4.8%
Satisfecho	427	49.1%	378	43.4%
Muy satisfecho	380	43.7%	450	51.7%
Total	870	100.0%	870	100.0%

Fuente: elaboración propia.

En los niveles de satisfacción se observa la distribución de las respuestas de los clientes según niveles de satisfacción. En el año 2014, el 49.1% de las respuestas son satisfechas; seguido un 43.7% con nivel de muy satisfecho; solo el 7.2% fueron respuestas insatisfechas. (ver tabla N°5.1 y gráfico N°5.1 pag. 45).

En el año 2015, luego de la implementación del sistema ISO 9001:2008; se observa que el 51.7% de las respuestas son muy satisfechas, seguido de un 43.4% de respuestas satisfechas; solo el 4.8% fueron insatisfechas.

Esto demuestra que la aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008 incide directamente en la satisfacción del cliente en la empresa Schneider Electric Perú S.A.

GRAFICO N° 5.1

NIVELES DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES ANTES Y DESPUÉS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD ISO 9001: 2008.

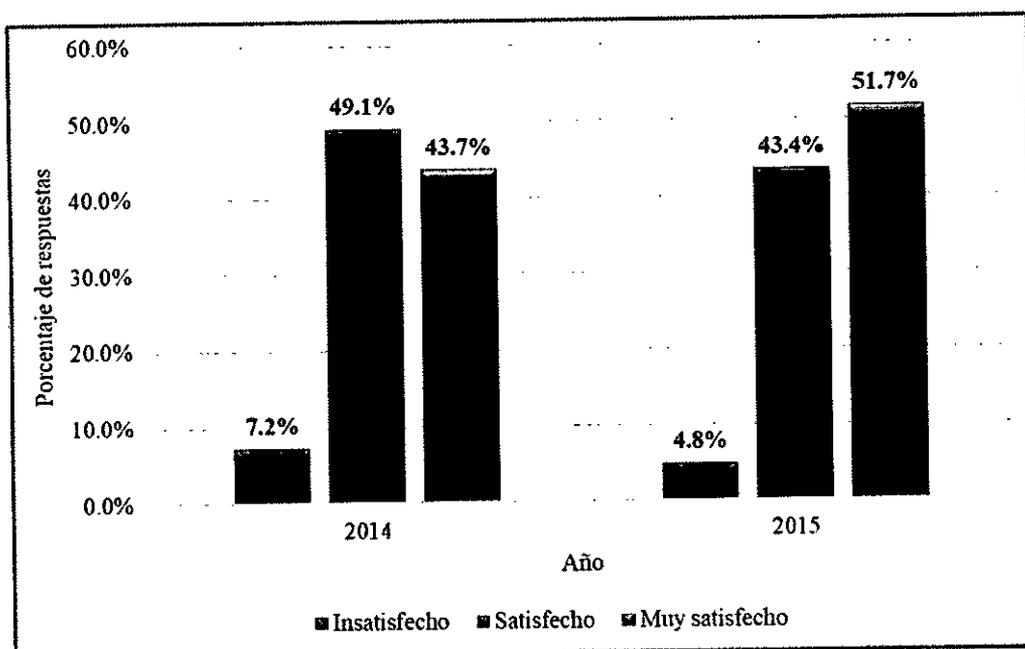


Gráfico N° 5.1. Niveles de satisfacción de los clientes antes y después de la implementación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008. Empresa Schneider Electric Perú S.A en el periodo 2014-2015. Fuente : Informe de satisfacción 2014-2015.

2) Medidas descriptivas.

Análisis:

Se observa algunas medidas descriptivas para los puntajes de satisfacción y cada una de sus dimensiones, considerando los periodos 2014 y 2015. (ver tabla N° 5.2, pag, 46)

En el año 2014, antes de la implementación del sistema ISO 9001:2008, el puntaje promedio de satisfacción de cliente fue 121.8 con una desviación estándar de 4.4 puntos; asimismo, los valores oscilaban de 114 a 131 puntos. En cuanto a las dimensiones, la gestión comercial tuvo un promedio de 49.7 puntos y una variabilidad de 2.3 puntos. En la calidad de productos, gestión logística y servicio post venta los valores promedio fueron 26.3, 28.9 y 16.9 puntos respectivamente.

TABLA N° 5. 2

EDIDAS DESCRIPTIVAS DE LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES 2014-2015

Variable / dimensiones	2014				2015			
	X	DS	Mínimo	Máximo	X	DS	Mínimo	Máximo
Satisfacción del cliente	121.8	4.4	114.0	131.0	124.6	4.6	116.0	136.0
Satisfacción con la gestión comercial	49.7	2.3	46.0	55.0	50.7	1.8	47.0	55.0
Satisfacción con la calidad de productos	26.3	0.7	25.0	27.0	26.4	0.7	25.0	27.0
Satisfacción con la gestión logística	28.9	2.8	23.0	35.0	30.5	3.4	23.0	36.0
Satisfacción con el servicio post venta	16.9	0.7	16.0	18.0	17.0	0.7	16.0	18.0

Fuente: elaboración propia. // X: media; DS: Desviación estándar

En el año 2015, después de la implementación del sistema ISO 9001:2008, el puntaje promedio de satisfacción del cliente fue 124.6 puntos y una variabilidad de 4.6 puntos. En el caso de las dimensiones siguientes, se observa incremento del promedio respecto al año 2014.

RESULTADOS INFERENCIALES.

Prueba de normalidad:

Análisis:

Se observa los resultados de la prueba de normalidad mediante el estadístico de Kolmogorov-Smirnov; donde, para el caso de los puntajes de la satisfacción del cliente (2014: $p=0.086$; 2015: $p=0.200$) y la dimensión gestión logística (2014: $p=0.200$; 2015: $p=0.200$) los valores de probabilidad de ambos años de comparación superiores a 0.05, por lo tanto, los puntajes tienen distribución normal. (ver tabla N° 5.3).

TABLA N° 5.3

PRUEBA DE NORMALIDAD PARA LOS PUNTAJES DE SATISFACCIÓN
2014-2015

Variable / dimensiones	2014			2015		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Satisfacción del cliente	.109	58	.086	.099	58	.200
Satisfacción con la gestión comercial	.129	58	.017	.131	58	.014
Satisfacción con la calidad de productos	.285	58	.000	.314	58	.000
Satisfacción con la gestión logística	.101	58	.200	.102	58	.200
Satisfacción con el servicio post-venta	.255	58	.000	.243	58	.000

Fuente: elaboración propia.

En el caso de las dimensiones gestión comercial (2014: $p=0.017$; 2015: $p=0.014$), calidad de productos (2014: $p=0.000$; 2015: $p=0.000$) y servicio post-venta (2014: $p=0.000$; 2015: $p=0.000$) los valores de probabilidad son menores que 0.05, entonces los puntajes no tienen distribución normal.

Resultado para la hipótesis general:

Análisis:

H1: La aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 incide directamente en la satisfacción del cliente, en Schneider Electric Perú S.A, en el periodo 2014 – 2015.

H0: La aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 NO incide directamente en la satisfacción del cliente, en Schneider Electric Perú S.A, en el periodo 2014 – 2015.

TABLA N° 5. 4:

COMPARACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE 2014-2015.

>	Año	Media	Prueba		
			t	gl	Sig. (bilateral)
Satisfacción del cliente	2014	121.8	-6.872	57	.000
	2015	124.6			

Fuente: elaboración propia.

Se observan los resultados de la comparación del puntaje promedio de satisfacción entre los años 2014 y 2015. El estadístico de prueba t es igual a -6.872 y el p valor es igual a 0.000 (<0.05), entonces se rechaza la hipótesis nula; por lo tanto, hay incidencia en la satisfacción del cliente antes y después de la implementación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 en la empresa Schneider Electric Perú S.A. (ver tabla N° 5.4).

Se observa que los puntajes de satisfacción en el año 2015, después de implementación del sistema ISO 9001:2008; tienen puntajes más altos en comparación al año 2014; por ello, considerando la significancia de la prueba de comparación de medias, se puede afirmar que la implementación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 incide directamente en la satisfacción del cliente en la empresa Schneider Electric Perú S.A. (ver gráfico N° 5.2 pag. 49).

GRAFICO N° 5.2

COMPARACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE ANTES Y DESPUÉS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD ISO 9001: 2008

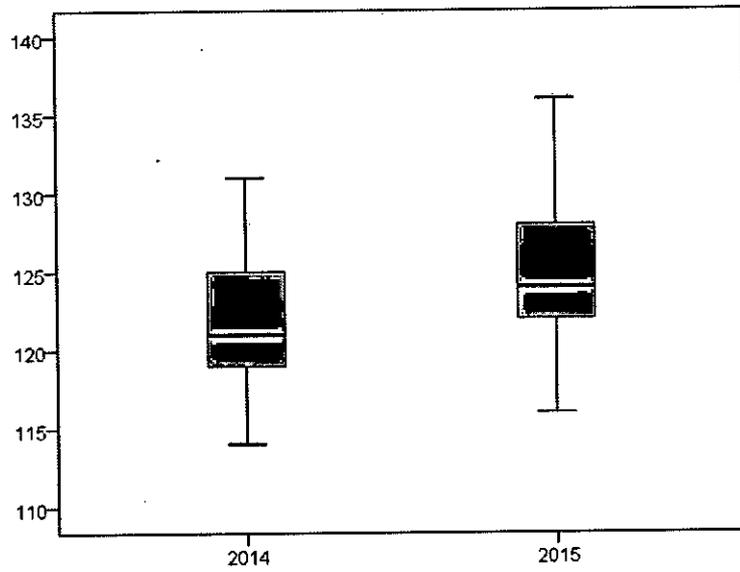


Figura 5.2. Comparación de la satisfacción del cliente antes y después de la implementación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008. Empresa Schneider Electric Perú S.A en el periodo 2014-2015. Fuente: Resultado SPSS

Esta es el principal análisis con respecto a la satisfacción del cliente, a continuación se detalla los resultados con respecto a cada una de las hipótesis específicas adjuntando igualmente la tabla de datos y el gráfico correspondiente

Resultado para la hipótesis específica 1:

H1: La aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 en la gestión comercial, incide directamente en la satisfacción del cliente, en Schneider Electric Perú S.A, en el periodo 2014 – 2015.

Ho: La aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 en la gestión comercial, NO incide directamente en la satisfacción del cliente, en Schneider Electric Perú S.A, en el periodo 2014 – 2015.

Análisis

Se observan los resultados de la comparación del puntaje promedio de satisfacción con la gestión comercial entre los años 2014 y 2015. El estadístico estandarizado Z para la prueba de Wilcoxon es igual a -4.122 y el p valor es igual a 0.000 (<0.05), entonces se rechaza la hipótesis nula; por lo tanto, hay incidencia en la satisfacción con la gestión comercial antes y después de la implementación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 en la Empresa Schneider Electric Perú S.A. (ver tabla N° 5.5).

TABLA N° 5. 5:
COMPARACIÓN DE LA SATISFACCIÓN CON LA GESTIÓN COMERCIAL
2014-2015

	Año	Media	Prueba de Wilcoxon	
			Z	Sig. asintót. (bilateral)
Satisfacción con la gestión comercial	2014	49.7	-4.122	.000
	2015	50.7		

Fuente: elaboración propia.

Se observa que los puntajes de satisfacción con la gestión comercial en el año 2015, después de implementación del sistema ISO 9001:2008; tienen puntajes más altos en comparación al año 2014; por ello, considerando la significancia de la prueba de Wilcoxon, se puede afirmar que la implementación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 incide directamente en la satisfacción con la gestión comercial en la empresa Schneider Electric Perú S.A. (ver gráfico N°5.3, pag 51).

GRAFICO N° 5.3

COMPARACIÓN DE LA SATISFACCIÓN CON LA GESTIÓN COMERCIAL ANTES Y DESPUÉS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD ISO 9001: 2008

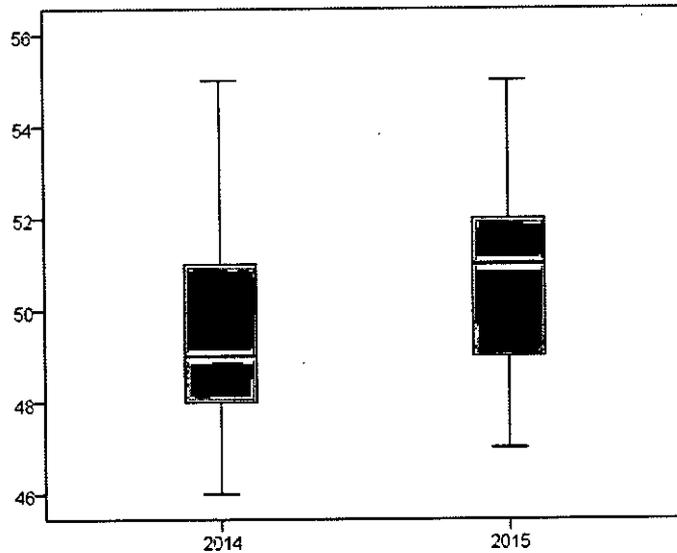


Gráfico N° 5.3. Comparación de la satisfacción con la gestión comercial antes y después de la implementación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008. Empresa Schneider Electric Perú S.A en el periodo 2014-2015. Fuente: Resultado SPSS.

Resultado para la hipótesis específica 2:

H1: La aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 en la gestión logística, incide directamente en la satisfacción del cliente, en Schneider Electric Perú S.A, en el periodo 2014 – 2015.

Ho: La aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 en la gestión comercial, NO incide directamente en la satisfacción del cliente, en Schneider Electric Perú S.A, en el periodo 2014 – 2015.

Análisis

Se observan los resultados de la comparación del puntaje promedio de satisfacción con la gestión logística entre los años 2014 y 2015. El estadístico t es igual a -4.482 y el p valor es igual a 0.000 (<0.05), entonces se rechaza la hipótesis nula; por lo tanto, hay incidencia en la satisfacción con la gestión logística antes y después de la implementación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 en la Empresa Schneider Electric Perú S.A. (ver tabla 5:6).

TABLA N° 5. 6
COMPARACIÓN DE LA SATISFACCIÓN CON LA GESTIÓN LOGÍSTICA
2014-2015

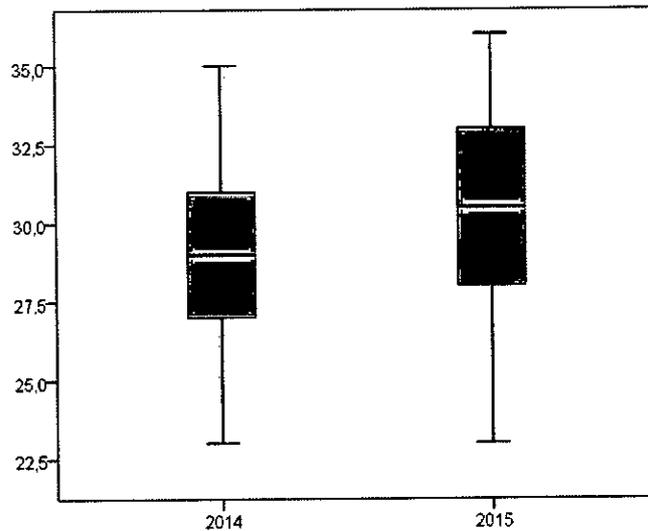
	Año	Media	Prueba		
			t	gl	Sig. (bilateral)
Satisfacción con la gestión logística	2014	28.9	-4.482	57	.000
	2015	30.5			

Fuente: elaboración propia.

Se observa que los puntajes de satisfacción con la gestión logística en el año 2015, después de implementación del sistema ISO 9001:2008; tienen puntajes más altos en comparación al año 2014; por ello, considerando la significancia de la prueba de comparación de medias, se puede afirmar que la implementación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 incide directamente en la satisfacción con la gestión logística en la empresa Schneider Electric Perú S.A. (ver gráfico N°5.4, pag 53).

GRAFICO N° 5.4

COMPARACIÓN DE LA SATISFACCIÓN CON LA GESTIÓN LOGÍSTICA
ANTES Y DESPUÉS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA DE
GESTIÓN DE CALIDAD ISO 9001: 2008



GráficoN° 5.4. Comparación de la satisfacción con la gestión logística antes y después de la implementación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008. Empresa Schneider Electric Perú S.A en el periodo 2014-2015. Fuente: Resultado SPSS.

Resultado para la hipótesis específica 3:

H1: La aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 en la calidad de los productos, incide directamente en la satisfacción del cliente, en Schneider Electric Perú S.A, en el periodo 2014 – 2015.

H1: La aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 en la calidad de los productos, NO incide directamente en la satisfacción del cliente, en Schneider Electric Perú S.A, en el periodo 2014 – 2015.

Análisis:

Se observan los resultados de la comparación del puntaje promedio de satisfacción con la calidad de productos entre los años 2014 y 2015.

El estadístico estandarizado Z para la prueba de Wilcoxon es igual a -1.732 y el p valor es igual a 0.083 (>0.05), entonces no se rechaza la hipótesis nula; por lo tanto, no hay incidencia en la satisfacción con la calidad de productos antes y después de la implementación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 en la Empresa Schneider Electric Perú S.A. (ver tabla N°5.7, pag. 54).

TABLA N° 5. 7
COMPARACIÓN DE LA SATISFACCIÓN CON LA CALIDAD DE PRODUCTOS 2014-2015

	Año	Media	Prueba de Wilcoxon	
			Z	Sig. asintót. (bilateral)
Satisfacción con la calidad de productos	2014	26.3	-1.732	.083
	2015	26.4		

Fuente: elaboración propia.

Se observa que los puntajes de satisfacción con la calidad de productos en el año 2015, después de implementación del sistema ISO 9001:2008; tienen puntajes similares al año 2014; por ello, considerando que no existe significancia con la prueba de Wilcoxon, se puede afirmar que la implementación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 no incide directamente en la satisfacción con la calidad de productos en la empresa Schneider Electric Perú S.A. (ver gráfico N° 5.5.pag 55).

GRAFICO N° 5.5
COMPARACIÓN DE LA SATISFACCIÓN CON LA CALIDAD DE PRODUCTOS ANTES Y DESPUÉS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD ISO 9001: 2008

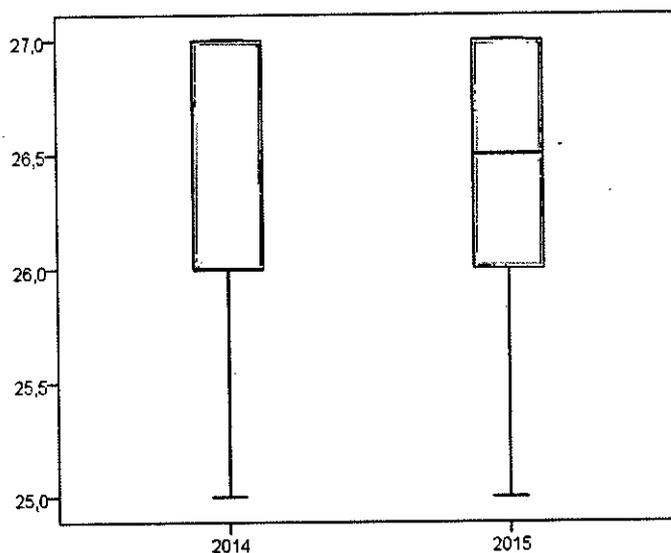


Figura 5.5. Comparación de la satisfacción con la calidad de productos antes y después de la implementación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008. Empresa Schneider Electric Perú S.A en el periodo 2014-2015. Fuente: Resultado SPSS.

Resultado para la hipótesis específica 4:

H1: La aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 en el servicio pos venta, incide directamente en la satisfacción del cliente, en Schneider Electric Perú S.A, en el periodo 2014 – 2015.

H0: La aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 en el servicio pos venta, NO incide directamente en la satisfacción del cliente, en Schneider Electric Perú S.A, en el periodo 2014 – 2015.

Análisis

Se observan los resultados de la comparación del puntaje promedio de satisfacción con el servicio post venta entre los años 2014 y 2015. El estadístico estandarizado Z para la prueba de Wilcoxon es igual a -1.342 y el p valor es igual a 0.180 (>0.05),

entonces no se rechaza la hipótesis nula; por lo tanto, no hay incidencia en la satisfacción con el servicio post-venta antes y después de la implementación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 en la empresa Schneider Electric Perú S.A. (ver tabla N° 5.8)

TABLA N° 5. 8:
COMPARACIÓN DE LA SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO POST -
VENTA 2014-2015

	Año	Media	Prueba de Wilcoxon	
			Z	Sig. asintót. (bilateral)
Satisfacción con el servicio post-venta	2014	16.9	-1.342	.180
	2015	17.0		

Fuente: elaboración propia.

Se observa que los puntajes de satisfacción con el servicio pos venta en el año 2015, después de implementación del sistema ISO 9001:2008; tienen puntajes similares en comparación al año 2014; por ello, considerando la no significancia con la prueba de Wilcoxon, se puede afirmar que la implementación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 no incide directamente en la satisfacción con el servicio post-venta en la empresa Schneider Electric Perú S.A. (ver gráfico 5.6, pag. 57).

RESULTADOS SEGÚN NPS

La empresa Schneider Electric, tiene todo su análisis sobre satisfacción de cliente en base al uso del método ya descrito: Net Promoter Score o NPS.

Se presentan a continuación los resultados según este método en forma general sobre la satisfacción del cliente en cuanto a las cuatro variables de investigación: gestión comercial, gestión logística, calidad de los productos y servicio pos venta, analizando además los resultados en forma individual por tipo de cliente: distribuidor industrial, distribuidor residencial, retail y tablerista.

GRAFICO N° 5.6

COMPARACIÓN DE LA SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO POST -VENTA ANTES Y DESPUÉS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD ISO 9001: 2008

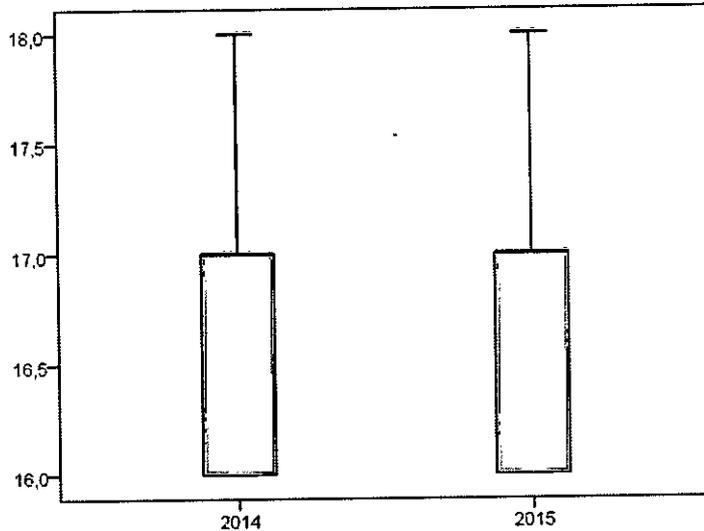


Gráfico 5.6. Comparación de la satisfacción con el servicio post -venta antes y después de la implementación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008. Empresa Schneider Electric Perú S.A en el periodo 2014-2015. Fuente: Resultado SPSS.

Resultado NPS Gestión comercial

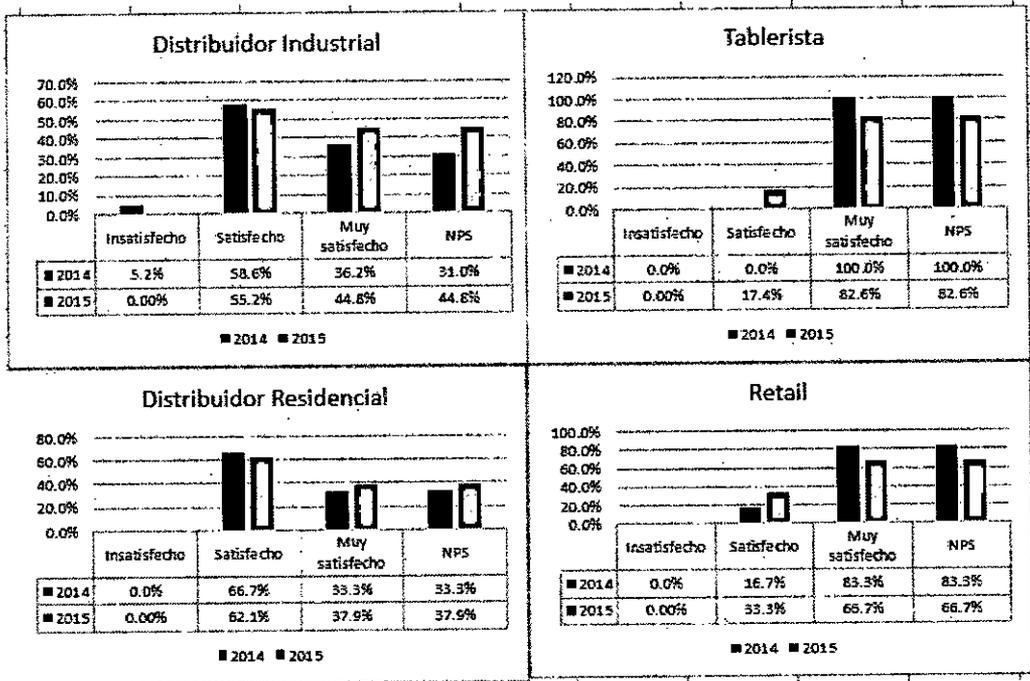
Se muestra que los clientes distribuidores incrementaron su NPS mientras que los tableristas y retail se redujeron. (ver gráfico 5.7, pag 58).

Esto debido a que se dio mayor importancia al perfil de cliente con mayor número de participantes y con mayor representatividad en la venta global y mayor peso en la satisfacción global. Para Schneider Electric, los distribuidores son el principal perfil de cliente y por donde ingresa la mayor facturación.

Se muestra el valor total de clientes, un incremento del NPS de 6.6 % pasando de 39.7% a 46.3%, como ya se mencionó, por el mayor número de distribuidores muy satisfechos que aporta mucho más que el número de tableristas y retailers satisfechos y/o insatisfechos. (ver gráfico N° 5.8, pag. 58).

GRAFICO N° 5.7

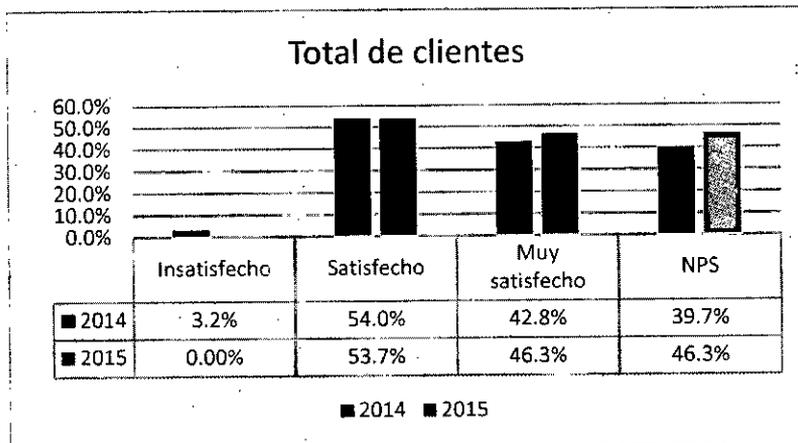
NPS DE LA GESTION COMERCIALPOR TIPO DE CLIENTE 2014 - 2015



Fuente: Informe de Resultado NPS 2014 -2015

GRAFICO N°5.8

NPS DE LOS CLIENTES CON RESPECTO A LA GESTION COMERCIAL 2014-2015



Fuente: Informe de Resultado NPS 2014 -2015

Resultado NPS Gestión logística

Se muestra que en todos los tipos de cliente incrementaron su NPS, debido a que se realizaron notorias mejoras en la atención al cliente, así como reducción en el número de almacenes externos. (ver gráfico 5.9).

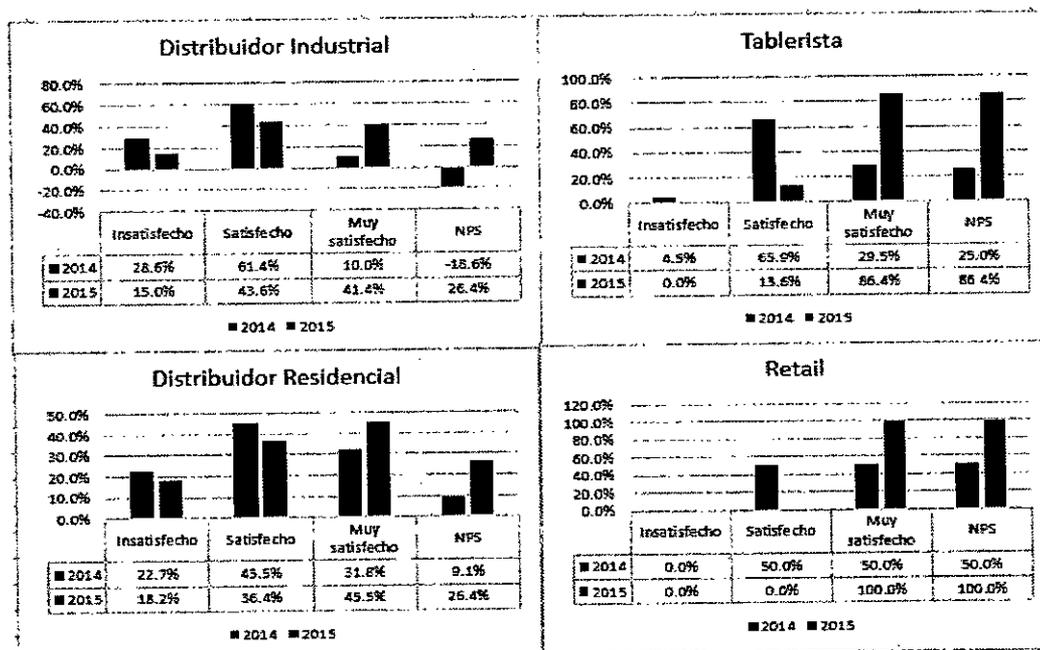
Se evidencia que el mayor problema de la empresa era la gestión logística.

Para ello se hizo una preferencia de despacho al perfil de cliente distribuidor industrial, más aun con preferencia a los distribuidores de la ciudad de Lima, con mayores montos de compra.

De esta forma, se muestra el valor total de clientes, con un incremento del NPS de 43.1%, pasando de -3.9% a 39.2%, siendo este el mayor incremento registrado. (ver gráfico N° 5.10, pag 60).

GRAFICO N° 5.9

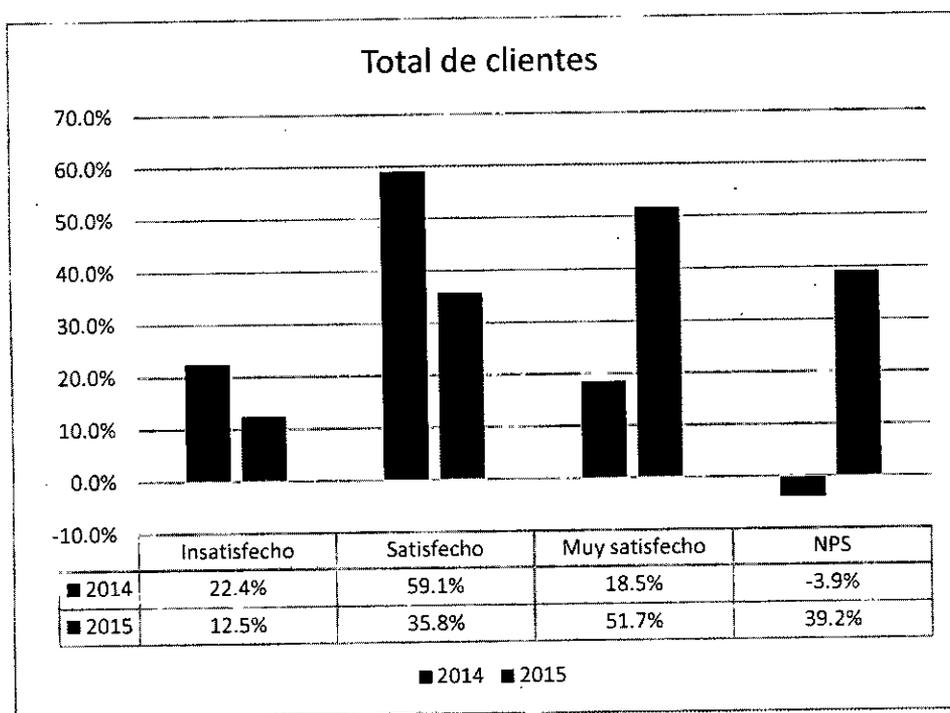
NPS DE LA GESTION LOGISTICA POR TIPO DE CLIENTE 2014 - 2015



Fuente: Informe de Resultado NPS 2014 -2015

GRAFICO N°5.10

NPS DE LOS CLIENTES CON RESPECTO A LA GESTION LOGISTICA
2014-2015



Fuente: Informe de Resultado NPS 2014 -2015

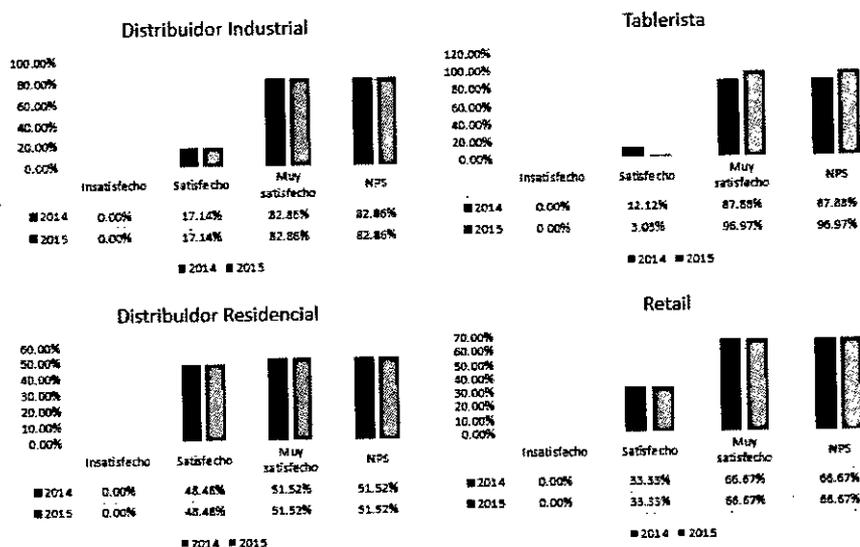
Resultado NPS Calidad de los productos

Se muestra que 3 de los 4 tipos de clientes mantuvieron su NPS sin variación, incrementándose en el cliente tablerista un 9.09%. (ver gráfico 5.11 pag. 61).

Esto debido a que los clientes distribuidores y los de autoservicio, son aquellas empresas donde el cliente va y compra por propia voluntad y conociendo de antemano la calidad del producto y/o por reposición de un mismo modelo, mientras que el tablerista es aquella empresa que hace la labor de introducción de marca y crea base instalada para qué en un futuro mediano, el cliente que compra ahora, pueda comprar el mismo modelo por reposición, al distribuidor.

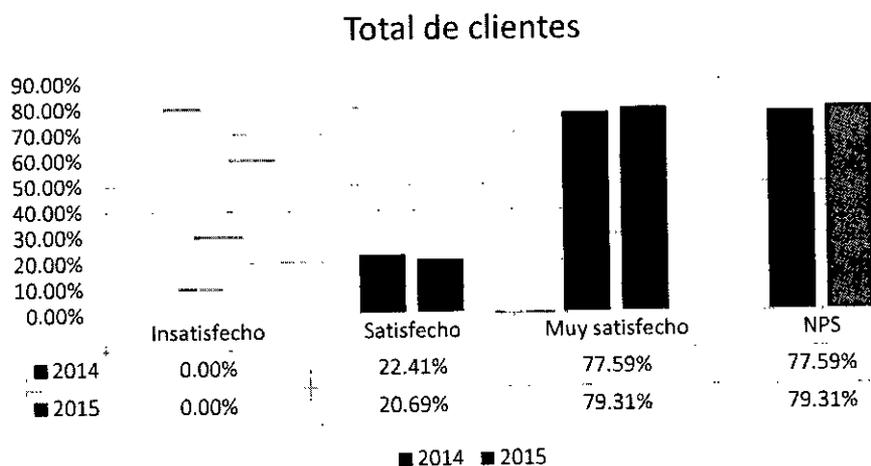
Se muestra el valor total de clientes, con un incremento del NPS de 1.72%, pasando de 77.59 a 79.31 (ver gráfico N° 5.12, pag 61).

GRAFICO N°5.11
NPS DE LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS POR TIPO DE CLIENTE 2014
- 2015



Fuente: Informe de Resultado NPS 2014 -2015

GRAFICO N°5.12
NPS DE LOS CLIENTES CON RESPECTO A LA CALIDAD DE LOS
PRODUCTOS 2014-2015



Fuente: Informe de Resultado NPS 2014 -2015

Resultado NPS Servicio Pos Venta

Se muestra que 3 de los 4 tipos de clientes mantuvieron su NPS, incrementándose en 13.64% el correspondiente a tablerista. (ver gráfico 5.13).

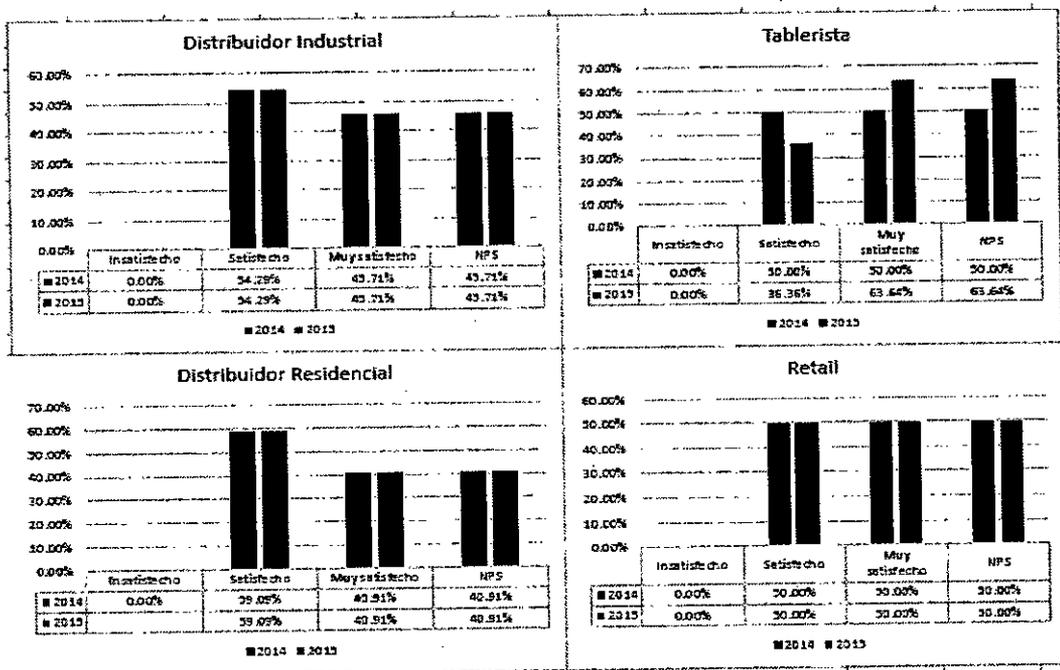
Esto debido a que se decidió dar preferencia en la atención a reclamos a las situaciones ocurridas con los clientes finales atendidos por los y tableristas, ya que esta situación ocurría previa a la entrega o en una modificación casi inmediata después de la entrega, cabe señalar que en ninguna circunstancia se produjo falla.

Para casos de falla también se dio la preferencia en la atención a las ventas registradas a través de los tableristas.

Se muestra el valor total de clientes, con un incremento del NPS de 2.59%, pasando de 45.69 a 48.28. (ver gráfico N° 5.14, pag 63).

GRAFICO N°5.13

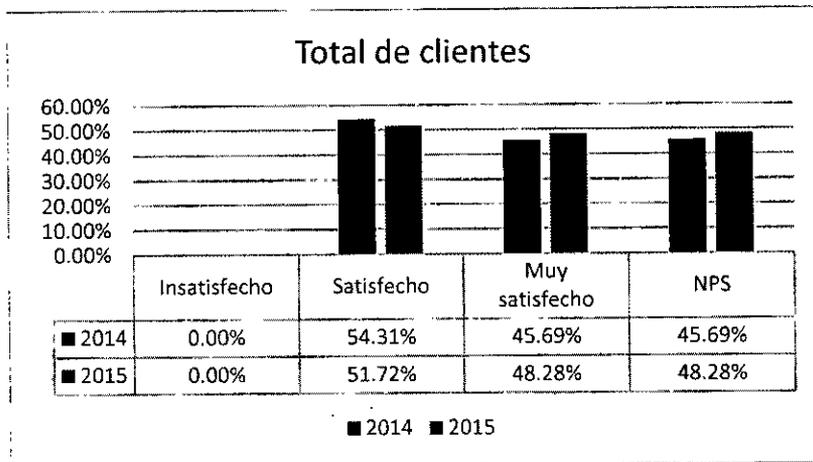
NPS DEL SERVICIO POST VENTA POR TIPO DE CLIENTE 2014 - 2015



Fuente: Informe de Resultado NPS 2014 -2015

GRAFICO N°5.14

NPS DE LOS CLIENTES CON RESPECTO AL SERVICIO POPST VENTA
2014-2015



Fuente: Informe de Resultado NPS 2014 -2015

CAPITULO VI

6. DISCUSION DE RESULTADOS

Los resultados obtenidos demuestran que la aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008 en la empresa Schneider Electric Perú S.A. en el año 2014, permitió obtener un incremento general en la satisfacción del cliente en el año 2015; esto debido a que este sistema obliga a tener un orden en todos los procesos, esto se evidenció cuando se hizo la obtención de la brecha con su sistema previo vs. ISO 9001:2008.

Se logró reducir el número de clientes insatisfechos y a la vez pasar de satisfechos a muy satisfechos, obteniéndose el incremento del valor NPS de 36.4% en el año 2014 a 46.9% en el año 2015.

Los aportes más significativos son en el crecimiento de satisfacción del cliente en la gestión comercial y mucho más en la gestión logística, lo que demuestra un marcado crecimiento en la satisfacción debido a estos 2 aspectos.

La calidad de los productos se mantuvo sin variación, lo que se quería medir era si los productos con los que cuenta la empresa son los requeridos por la mayoría de clientes en sus soluciones y el resultado fue que sí.

El servicio post venta no se vio una mayor mejora, ya que se mantuvo en un nivel aceptable antes y después de la aplicación de ISO 9001:2008.

En la gestión comercial se registra incremento global, debido a los altos porcentajes en las empresas distribuidoras que mantienen un contrato, mientras que los tableristas y retail no. La empresa tomo un plan de acción más enfocado en los distribuidores que tenían un mayor índice de satisfechos que podrían pasar a muy satisfechos.

En la gestión logística, se realiza un cambio radical en el manejo logístico, registrándose incrementos en todos los tipos de clientes, básicamente en el software de ingreso de pedidos y mejorando los plazos de entrega.

Con respecto a la calidad de los productos no se obtuvo mayor variación, salvo en los tableristas a quienes se les dio como oferta exclusiva un producto que solo se vendía a través de ellos, esto origino una sensación de mejora en la calidad de los productos.

Finalmente, en lo referente al servicio post venta, se mantuvo sin variación con tres de los cuatro tipos de clientes, registrándose un incremento en los clientes tableristas, debido al cambio inmediato de productos fallados, para que estos queden para una posterior revisión, siendo entregados productos nuevos.

6.1 Contrastación de hipótesis con los resultados.

1. La aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 gestión comercial incide directamente en la satisfacción del cliente en Schneider Electric Perú S.A, en el periodo 2014 – 2015.

Se observan los resultados de la comparación del puntaje promedio de satisfacción con la gestión comercial entre los años 2014 y 2015. El estadístico estandarizado Z para la prueba de Wilcoxon es igual a -4.122 y el p valor es igual a 0.000 (<0.05), entonces se rechaza la hipótesis nula; por lo tanto, hay incidencia en la satisfacción con la gestión comercial antes y después de la implementación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 en la Empresa Schneider Electric Perú S.A. (ver tabla N° 5.5 pag 51).

Se observa que los puntajes de satisfacción con la gestión comercial en el año 2015, después de implementación del sistema ISO 9001:2008; tienen puntajes más altos en comparación al año 2014; por ello, considerando la significancia de la prueba de Wilcoxon, se puede afirmar que la implementación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 incide directamente en la satisfacción con la gestión comercial en la empresa Schneider Electric Perú S.A. (ver gráfico N° 5.3, pag. 52).

2. La aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 en la gestión logística incide directamente en la satisfacción del cliente en Schneider Electric Perú S.A, en el periodo 2014 – 2015.

Se observan los resultados de la comparación del puntaje promedio de satisfacción con la gestión logística entre los años 2014 y 2015. El estadístico t es igual a -4.482 y el p valor es igual a 0.000 (<0.05), entonces se rechaza la hipótesis nula; por lo tanto, hay incidencia en la satisfacción con la gestión logística antes y después de la implementación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 en la Empresa Schneider Electric Perú S.A. (ver tabla N°5.6, pag. 52).

Se observa que los puntajes de satisfacción con la gestión logística en el año 2015, después de implementación del sistema ISO 9001:2008; tienen puntajes más altos en comparación al año 2014; por ello, considerando la significancia de la prueba de comparación de medias, se puede afirmar que la implementación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 incide directamente en la satisfacción con la gestión logística en la empresa Schneider Electric Perú S.A. (ver gráfico N° 5.4 pag. 53).

3. La aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 en la calidad de los productos, incide directamente en la satisfacción del cliente en Schneider Electric Perú S.A, en el periodo 2014 – 2015.

Se observan los resultados de la comparación del puntaje promedio de satisfacción con la calidad de productos entre los años 2014 y 2015. El estadístico estandarizado Z para la prueba de Wilcoxon es igual a -1.732 y el p valor es igual a 0.083 (>0.05), entonces no se rechaza la hipótesis nula; por lo tanto, no hay incidencia en la satisfacción con la calidad de productos antes y después de la implementación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 en la Empresa Schneider Electric Perú S.A. (ver tabla N° 5.7 pag. 54).

Se observa que los puntajes de satisfacción con la calidad de productos en el año 2015, después de implementación del sistema ISO 9001:2008; tienen puntajes similares al año 2014; por ello, considerando que no existe significancia con la

prueba de Wilcoxon, se puede afirmar que la implementación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 no incide directamente en la satisfacción con la calidad de productos en la empresa Schneider Electric Perú S.A. (ver gráfico N° 5.5, pag. 55).

4. La aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 en el servicio post venta incide directamente en la satisfacción del cliente en Schneider Electric Perú S.A, en el periodo 2014 – 2015

En la tabla N° 5.8, pag. 56, se observan los resultados de la comparación del puntaje promedio de satisfacción con el servicio post venta entre los años 2014 y 2015. El estadístico estandarizado Z para la prueba de Wilcoxon es igual a -1.342 y el p valor es igual a 0.180 (>0.05), entonces no se rechaza la hipótesis nula; por lo tanto, no hay incidencia en la satisfacción con el servicio post venta antes y después de la implementación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 en la empresa Schneider Electric Perú S.A.

Se observa que los puntajes de satisfacción con el servicio post venta en el año 2015, después de implementación del sistema ISO 9001:2008; tienen puntajes similares en comparación al año 2014; por ello, considerando la no significancia con la prueba de Wilcoxon, se puede afirmar que la implementación del sistema de gestión de calidad ISO 9001: 2008 no incide directamente en la satisfacción con el servicio post venta en la empresa Schneider Electric Perú S.A. (ver gráfico N° 5.6, pag. 57).

6.2 Contrastación de resultados con otros estudios similares

A continuación, se menciona las investigaciones donde se ha encontrado similares resultados con esta investigación.

En la investigación de MORELOS J; Fontalvo J; y Vergara J. (2013) “Incidencia de la certificación ISO 9001 en los indicadores de productividad y utilidad financiera de empresas de la zona industrial de Mamonal en Cartagena”. Estudios Gerenciales, vol. 29, Universidad ICESI Cali, Colombia., en el puto 4 de sus

conclusiones indica que existe suficiente información para afirmar que la certificación ISO 9001 en las empresas de Mamonal incide positivamente en los índices de productividad y utilidades.

En la investigación de BAEZ, L (2013). “Mejoramiento de la gestión pública con ISO 9001:2008, estudio de caso”. Colombia. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Sogamoso, indica en el numeral 1 de sus conclusiones qué del estudio de caso, se evidencia que el sector público puede mejorar sus índices de gestión, transparencia y buen gobierno mediante la implementación adecuada de modelos de gestión de calidad basados en el estándar ISO 9001.

En la investigación de CASTILLO J. y Vicencio S. (2016) Propuesta de mejora del sistema de medición de indicadores de gestión de la calidad de la empresa BYLL SRL contratistas generales certificada bajo la norma ISO 9001 – 2008, Perú. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), concluye en su primer punto que los indicadores de medición de eficacia de los procesos, se incrementó de 13% al 100% y además de logró la aprobación de la alta dirección de la empresa, debido a que contaban con certificación ISO 9001:2008.

En la investigación de ALVA V. Cabanillas K. Suárez M. y Vásquez H. (2015), *Calidad en las Empresas del Sector Comercial de Estaciones de Servicio de Combustible Líquido de Lima Metropolitana*. Perú. Pontificia Universidad Católica del Perú., al comparar los niveles de satisfacción de los clientes entre las empresas que cuentan con certificación ISO 9001 y las que no, concluye que existe una diferencia significativa a favor en la satisfacción de los clientes de las empresas que cuentan con un Sistema de Gestión de Calidad en comparación con las que no.

En la investigación de RODRIGUEZ M. 2016), *Diseño de un sistema de gestión en base a la norma ISO 9001:2008 para una organización que realiza la distribución de gas natural por red de ductos en el Perú*, Perú. Universidad Nacional Mayor de San Marcos, concluye en su numeral 1, que contribuye teóricamente en la definición de una ruta metodológica para el diseño de Sistemas de Gestión de Calidad basado

en la norma ISO 9001:2008 para organizaciones que realiza la distribución de gas natural por red de ductos.

En la investigación de Montalván L, Jurado R. y Condori S (2015) *Calidad en las Empresas del Sector Seguridad Privada en Lima Metropolitana*. Pontificia Universidad Católica Del Perú, se concluye en su numeral 3 que los factores de éxito del TQM del sector seguridad privada en Lima Metropolitana tienen una relación positiva en la existencia de un mayor nivel de calidad entre las empresas que si cuentan con un SGC basado en el ISO 9001.

CAPITULO VII

7. CONCLUSIONES

1. El ordenamiento en los procesos de atención al cliente y la inclusión de nuevos documentos de registro, dentro del proceso de venta de acuerdo a ISO 9001:2008, dan como resultado la mejora en el nivel de satisfacción del cliente en cuanto a la gestión comercial.
2. El sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008, ordenó e implementó procesos en la cadena de atención al cliente, desde la obtención de la orden de compra hasta su despacho, esto ha permitido que el nivel de satisfacción del cliente se haya incrementado, reconociendo la mejora de la gestión logística.
3. La calidad de los productos no define la satisfacción del cliente, sin embargo, que la empresa cuente con productos de calidad ayuda dentro del proceso de pre venta.
4. El servicio post venta es una de las áreas más importantes de cara al cliente, con la aplicación de ISO 9001:2008 se ha mejorado los procesos, lo que ha aportado en el incremento de la satisfacción del cliente.

CAPITULO VIII

8. RECOMENDACIONES

Si bien es cierto que con la aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008 en la empresa Schneider Electric Perú en el año 2015, se ha podido registrar un incremento de más de 10% en el NPS, con un deseo de seguir aplicando la mejora continua, se sugiere adoptar las siguientes recomendaciones para su pronta implementación:

En cuanto a la gestión comercial:

Implementar un rol de reuniones con los clientes para que conozcan a las personas responsables y los procesos de pre venta, y transmitir a los clientes los tiempos de respuesta, así como saber con quién contactarse en cada caso.

Implementar un rol de capacitaciones y simplificar el proceso de cotización de equipos de media tensión que permita al cliente tener la información de los productos, así como agilidad en las cotizaciones solicitadas.

En cuanto a la gestión logística:

Establecer un método de seguimiento de las importaciones, que permita informar al cliente, brindándole fechas más confiables, sin tener que reprogramar fechas ya otorgadas.

Centralizar el almacén principal y los dos almacenes externos en uno solo más amplio, de manera que se optimice y simplifique el proceso de despacho al cliente y sea atendido en forma más eficiente.

En cuanto a los productos:

Elaborar una base de datos con fichas técnicas uniformizadas al servicio del cliente, de tal manera que no reciba información obsoleta o contradictoria.

Brindar acceso vía la página web de la empresa, con información técnica como fichas y catálogos técnicos a clientes que se tengan que registrar previamente.

En cuanto al servicio post venta:

Adquirir maletas de prueba para revisar los productos recibidos con alguna falla y poder tener en forma rápida el diagnóstico técnico y añadir mayor detalle técnico cuando la garantía no sea aplicada.

Identificar y hacer stock de los productos especiales, que tengan mayor incidencia en fallas, para acortar el tiempo de suministro de productos en caso de falla.

CAPITULO IX

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1.- Alva V. Cabanillas K. Suárez M. y Vásquez H. (2015), Calidad en las Empresas del Sector Comercial de Estaciones de Servicio de Combustible Líquido de Lima Metropolitana. Perú. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- 2.- Baez, L (2013). Mejoramiento de la gestión pública con ISO 9001:2008, estudio de caso. Colombia. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Sogamoso.
- 3.- Benzaquen J. (2013), El ISO 9001 y TQM en las empresas latinoamericanas: Perú. GCG: Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad, 8(1), 67-89.
4. Calidad en los productos, (27 de Octubre del 2017), recuperado de : <http://www.aulafacil.com/cursos/120146/empresa/organizacion/calidad-en-la-empresa-y-organizaciones/la-calidad-en-los-productos-los-productos>
- 5.- Castillo J. y Vicencio S. (2016) Propuesta de mejora del sistema de medición de indicadores de gestión de la calidad de la empresa BYLL SRL contratistas generales certificada bajo la norma ISO 9001 – 2008, Perú. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
- 6.- Comité Técnico ISO/TC 176, Gestión y aseguramiento de la calidad, Subcomité SC 1, Conceptos y terminología.
- 7.- Comité Técnico ISO/TC 176, Gestión y aseguramiento de la calidad, Subcomité SC 2, Sistemas de la calidad.
- 8.- De Borja, F. (2008) Sistematización de la Función Comercial. Netbiblo, GestioPolis.com Experto. (27 Octubre 2017), ¿Qué es gestión comercial?. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/que-es-gestion-comercial/>.
- 9.- EAE Business School Harvard Deusto, *Retos para ser directivos* (27 de Octubre de 2017), Recuperado de : <https://retos-directivos.eae.es/gestion-logistica-definicion-y-objetivos-principales/>.

- 10.- El ciclo PHVA: planear, hacer, verificar y actuar, México, Universidad TecVirtual del Sistema Tecnológico de Monterrey (2012).
- 11.- Espinoza R, (22 de Diciembre del 2017) Benchmarking, Welcome to the new marketing, recuperado de <http://robertoespinosa.es/2017/05/13/benchmarking-que-es-tipos-ejemplos/>.
- 12.- Herrera J. (2001) Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa, Editorial Paraninfo.
- 13.- ISO 9001 calidad.com, (10 de Diciembre del 2017) recuperado de <http://iso9001calidad.com/que-es-la-gestion-de-la-calidad-23.html>.
- 14.- Informática médica, (10 de Diciembre del 2017), Qué es la calidad, recuperado de <http://www.facmed.unam.mx/emc/computo/infomedic/presentac/modulos/ftp/documentos/calidad.pdf>.
- 15.- Kaizen, Mas empresa, (22 de Diciembre de 2017), recuperado de <http://www.creararmas.com/udocumentos/KAIZEN.pdf>.
- 16.- Mak Consultores, Marketing educativo y los tipos de clientes (22 de diciembre del 2017), recuperado de <https://makconsultores.wordpress.com/2012/04/13/marketing-educativo-y-los-tipos-de-cliente-fidelizando-clientes-para-el-crecimiento-de-la-institucion-educativa/>.
- 17.- Modelo EFQM, (22 de Diciembre del 2017), recuperado de <http://www.efqm.es/>.
- 18.- Monzón, W (2011). Optimización de las facilidades del servicio en una entidad bancaria. Perú. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- 19.- Montalva L, Jurado R. y Condori S (2015) *Calidad en las Empresas del Sector Seguridad Privada en Lima Metropolitana*. Pontificia Universidad Católica Del Perú.

- 20.- Morelos J, Fontalvo José. y Vergara J. (2013) Incidencia de la certificación ISO 9001 en los indicadores de productividad y utilidad financiera de empresas de la zona industrial de Mamonal en Cartagena. Estudios Gerenciales, Universidad ICESI Cali, Colombia.
- 21.- Normas ISO, Anexo, (26 de Marzo del 2018) recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Normas_ISO
- 22.- Nueva Norma ISO 9001:2015, (22 de Diciembre del 2017), recuperado de : <http://www.nueva-iso-9001-2015.com/>,
- 23.- Pérez J. y Merino M. (10 de Diciembre del 2017), Definición de Concepto de Gestión, recuperado de <https://definicion.de/gestion/>,
- 24.- Pierce J. (27 de Octubre de 2017), Shopify, Cómo vender on line Recuperado de: <https://es.shopify.com/blog/17011080-lo-que-debes-saber-sobre-el-servicio-post-venta>.
- 25.- Qué es Six Sigma, Lean Solutions (22 de Diciembre de 2017), recuperado de <http://www.leansolutions.co/conceptos/que-es-six-sigma/>.
- 26.- Resumen descriptivo Schneider Electric, (2013).
- 27.- Rodríguez M. (2016), Diseño de un sistema de gestión en base a la norma ISO 9001:2008 para una organización que realiza la distribución de gas natural por red de ductos en el, Perú, Perú. Universidad Nacional Mayor de San Marcos
- 28.- Salvador, Y. (2008) La satisfacción del cliente interno base primordial para el desarrollo empresarial. Cuba, Centro de Información y Gestión Tecnológica de Santiago de Cuba.
- 29.- Significados.com, (10 de Diciembre del 2017), recuperado de <https://www.significados.com/sistema/>, el.
- 30.- Torrijos P. (22 de diciembre del 2017), El blog del mando medio, El modelo Kano y la satisfacción del cliente, recuperado de : <http://elblogdelmandointermedio.com/2015/02/04/cambios-que-anaden-valor-modelo-kano-y-la-satisfaccion-del-cliente/>.

CAPITULO X

10.ANEXOS

TABLA N° 10.1
DETERMINACION DE LA BRECHA DEL SGC ACTUAL VS. ISO
9001:2008

ITEM	CODIGO	DESCRIPCION	SITUACION	CLAUSULA	ALCANCE
1	AC-4-2	Documentación	53.11%	4	Documentación
2	AC-4-2-1	Proceso: Gestión de la Dirección	63.00%	5	Dirección
3	AC-4-2-1-1	Gestión de la Dirección (P-01)	90.00%	5	Dirección
4	AC-4-2-1-2	Filosofía Organizacional	66.00%	5	Dirección
5	AC-4-2-1-3	Política de Gestión Integrada a disposición de los interesados	90.00%	5	Dirección
6	AC-4-2-1-4	Documentos de Gestión	36.00%	4	Documentación
7	AC-4-2-2	Proceso: Gestión de la Calidad	62.06%	5	Dirección
8	AC-4-2-2-1	Objetivos y Metas (P-02-01)	33.33%	5	Dirección
9	AC-4-2-2-2	Satisfacción del cliente (P-02-02)	90.00%	8	Análisis de Mejora
10	AC-4-2-2-3	Servicio No Conforme (P-02-03)	0.00%	8	Análisis de Mejora
11	AC-4-2-2-4	Auditoría Interna (P-02-04)	90.00%	8	Análisis de Mejora
12	AC-4-2-2-5	Acciones Correctivas y Preventivas (P-02-05)	90.00%	8	Análisis de Mejora
13	AC-4-2-3	Procesos principales	82.50%	8	Análisis de Mejora

14	AC-4-2-3-2	Marketing (P-03-01)	0.00%	8	Análisis de Mejora
15	AC-4-2-3-3	Atención al Cliente (P-02-02)	90.00%	8	Análisis de Mejora
16	AC-4-2-3-4	Ventas (P-03-03)	0.00%	8	Análisis de Mejora
17	AC-4-2-3-5	Gestión - Logística (P-23)	41.25%	8	Análisis de Mejora
18	AC-4-2-3-9	Almacén y Despacho (P-23-04)	12.00%	8	Análisis de Mejora
19	AC-4-2-3-11	Servicio Post Venta (P-14)	82.50%	8	Análisis de Mejora
20	AC-4-2-4	Procesos de Apoyo	4.88%	8	Análisis de Mejora
21	AC-4-2-4-1	Gestión IPO (P-22)	7.50%	8	Análisis de Mejora
22	AC-4-2-4-3	Control de Gestión (P-24)	12.00%	8	Análisis de Mejora
23	AC-4-2-5-1	Gestión Humana (P-21)	18.46%	6	Gestión de Recursos
		PROMEDIO	48.46%		

Tabla N° 10.1: Valoración del Sistema de calidad vigente antes de la implementación vs. ISO 9001:2008, Fuente: Informe de Calidad Q2-2014 Schneider Electric Perú S.A.

TABLA N°10.2

INSTRUMENTO DE MEDICION DE SATISFACCION DEL CLIENTE

Item	Consulta	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	La facilidad para llegar a la persona adecuada.										
2	La actitud y la consideración mostrada en la atención.										
3	La eficiencia de la empresa al responder sus preguntas o resolver problemas										
4	La disponibilidad, capacidad de respuesta y efectividad del equipo comercial										
5	La disponibilidad y relevancia de la documentación, herramientas y sitios web proporcionados por la empresa										
6	La información que recibe de la empresa sobre nuevos productos, servicios y soluciones.										
7	La capacidad de las soluciones y servicios de productos de la empresa para satisfacer sus necesidades										
8	La facilidad de instalar, operar y mantener los productos y soluciones de la empresa										
9	La fiabilidad de los productos y soluciones de la empresa										
10	La flexibilidad de la empresa y la adaptación a una solicitud de entrega especial, como la solicitud de envío anticipado o los cambios de última hora.										
11	La confiabilidad en las entregas de la empresa en términos de líneas de tiempo y cumplimiento										
12	La información proporcionada por la empresa si un compromiso de entrega no se puede cumplir										
13	El grado en que la capacidad de entrega de la empresa satisface sus necesidades										
14	La empresa tiene la capacidad de reaccionar rápidamente y trabajar eficientemente en caso de una falla en la solución o el producto.										
15	La eficiencia de la empresa al proporcionar piezas de repuesto o productos excluidos										

Tabla N°10.2 Cuestionario utilizado para las encuestas antes y después de la implementación de SGC ISO 9001:2008. Fuente: Encuesta de satisfacción, informe de calidad 2014

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO	PROBLEMA	JUSTIFICACIÓN	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>Aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008 y su influencia en la satisfacción del cliente en la empresa Schneider Electric Perú S. A. en el periodo 2014 - 2015.</p>	<p>PRINCIPAL</p> <p>¿De qué manera la aplicación del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2008 incide en la satisfacción del cliente, en Schneider Electric Perú S. A. en el periodo 2014-2015?</p> <p>ESPECIFICAS</p> <ol style="list-style-type: none"> ¿De qué manera la aplicación del sistema ISO 9001:2008 en la gestión comercial incide en la satisfacción del cliente en Schneider Electric Perú S. A.? ¿De qué manera la aplicación del sistema ISO 9001:2008 en la gestión logística incide en la satisfacción del cliente en Schneider Electric Perú S. A.? ¿De qué manera la aplicación del sistema ISO 9001:2008 en la calidad de los productos incide en la satisfacción del cliente en Schneider Electric Perú S. A.? ¿De qué manera la aplicación del sistema ISO 9001:2008 en el servicio post venta incide en la satisfacción del cliente en Schneider Electric Perú S. A.? 	<p>TEÓRICA</p> <p>La presente investigación permitirá demostrar la relación que existe entre la aplicación de ISO 9001:2008 y la satisfacción del cliente.</p> <p>METODOLÓGICA</p> <p>El método de evaluación NPS se pone como herramienta de fácil y rápido análisis con respecto a la satisfacción del cliente.</p> <p>PERSONAL</p> <p>Esta investigación me permite ahondar en las decisiones en la administración de clientes y la mejora de su satisfacción. Obtener el grado de magister en administración estratégica de empresas.</p>	<p>GENERAL</p> <p>Determinar de qué manera la Aplicación del sistema ISO 9001:2008 incide en la satisfacción del cliente en la empresa Schneider Electric Perú S. A. en el periodo 2014 - 2015.</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <ol style="list-style-type: none"> Determinar de qué manera la aplicación del sistema ISO 9001:2008 en la gestión comercial incide en la satisfacción del cliente en Schneider Electric. Determinar de qué manera la aplicación del sistema ISO 9001:2008 en la gestión logística incide en la satisfacción del cliente en Schneider Electric. Determinar de qué manera la aplicación del sistema ISO 9001:2008 en la calidad de los productos incide en la satisfacción del cliente en Schneider Electric. Determinar de qué manera la aplicación del sistema ISO 9001:2008 en el servicio post venta incide en la satisfacción del cliente en Schneider Electric. 	<p>GENERAL</p> <p>La Aplicación del sistema ISO 9001:2008 incide directamente en la satisfacción del cliente en la empresa Schneider Electric Perú S. A. en el periodo 2014 - 2015.</p> <p>ESPECÍFICAS</p> <ol style="list-style-type: none"> La aplicación del sistema ISO 9001:2008 en la gestión comercial incide directamente en la satisfacción del cliente en Schneider Electric Perú S.A. La aplicación del sistema ISO 9001:2008 en la gestión logística incide directamente en la satisfacción del cliente en Schneider Electric Perú S.A. La aplicación del sistema ISO 9001:2008 en la calidad de los productos incide directamente en la satisfacción del cliente en Schneider Electric Perú S.A. La aplicación del sistema ISO 9001:2008 en el servicio post venta, incide directamente en la satisfacción del cliente en Schneider Electric Perú S.A. 	<p>INDEPENDIENTE</p> <p>X: SGC ISO 9001:2008 X1.1: Gestión Comercial X1.2: Gestión logística. X1.3: Calidad de los productos X1.4 Servicio Post venta.</p> <p>DEPENDIENTE</p> <p>Y: SATISFACCION DEL CLIENTE</p>	<p>INDEPENDIENTE</p> <p>X1.1.1: Atención al cliente X1.1.2: Información de la oferta. X1.2.1: Información de los plazos de entrega X1.2.2: Entregas a tiempo. X1.3.1: Calidad de los productos X1.4.1: Respuesta ante una falla. X1.4.2: Suministro de repuestos.</p> <p>DEPENDIENTE</p> <p>Y1.1: Nivel de satisfacción.</p>	<p>TIPO</p> <p>Descriptiva - explicativa - correlacional</p> <p>MÉTODO</p> <p>Modelo Mixto</p> <p>DISEÑO</p> <p>Pre-experimental aplicada</p> <p>UNIVERSO</p> <p>Clientes que compran en forma directa a la empresa.</p> <p>POBLACIÓN</p> <p>Todos los clientes que compran en directo: 58 clientes</p> <p>MUESTRA</p> <p>No probabilística, censal con 58 clientes directos, en los siguientes estratos: Distribuidores industriales: 35 Distribuidores residenciales: 11 Retail: 1 Tableristas: 11</p> <p>TÉCNICAS</p> <p>Evaluación por medio de software estadístico SPSS y tablas Excel. Evaluación según NPS.</p> <p>INSTRUMENTO</p> <p>Encuesta de 15 preguntas, realizadas por teléfono.</p>