



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

“LA NORMA ANDINA NA: 0079 EN LOS PROCESOS DE
LA EMPRESA MULTISERVICIOS VALVER'D SAC,
UBICADA EN EL PORVENIR Y SU CORRELACIÓN CON
LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES, TRUJILLO,
2020.”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autoras:

Bach. Pizarro Garcia, Maria De Fatima

Bach. Valverde Montoya, Keyly Somali

Asesor:

Ing. Mg. José Roberto Huamán Tuesta

Trujillo - Perú

2020

DEDICATORIA

Dedicamos nuestra tesis principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A nuestros padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que somos. Ha sido el orgullo y el privilegio de ser sus hijas, son los mejores padres.

A nuestros hermanos (as) por estar siempre presentes, acompañándonos y por el apoyo moral, que nos brindaron a lo largo de esta etapa de nuestras vidas

A todas las personas que nos han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por bendecirnos la vida, por guiarnos a lo largo de nuestra existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Gracias a nuestros padres por ser los principales promotores de nuestros sueños, por confiar y creer en nuestras expectativas, por los consejos, valores y principios que nos han inculcado.

Agradecemos a nuestros docentes de la Universidad Privada del Norte por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de nuestra profesión, de manera especial, al

Ing. Mg. José Roberto Huamán Tuesta

asesor de nuestro proyecto de investigación quien ha guiado con su paciencia, y su rectitud como docente, y a los trabajadores de la empresa Multiservicios Valver’D SAC por facilitarnos y ayudarnos con toda la información requerida.

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO.....	3
RESUMEN.....	8
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	9
1.1. Realidad problemática.....	9
1.2. Formulación del problema.....	18
1.3. Objetivos.....	18
1.3.1. Objetivo general.....	18
1.3.2. Objetivos específicos.....	19
1.4. Hipótesis.....	19
1.4.1. Hipótesis general.....	19
1.4.2. Hipótesis específica.....	19
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....	20
2.1. Tipo de investigación.....	20
2.2. Población y muestra	21
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos	22
2.4. Procedimiento.....	24
2.5. Aspectos Éticos	24
CAPÍTULO III: RESULTADOS	25
Dimensión de la Variable independiente.....	28
Dimensión de la Variables dependiente.....	28
Nivel de significancia.....	28
Coeficiente de correlación.....	28
Procesos de dirección	28
Atención al cliente	28
5%	28
Dimensión de la Variable independiente.....	31
Dimensión de la Variables dependiente.....	31
Nivel de significancia.....	31
Coeficiente de correlación.....	31
Procesos Operativos	31
Servicio al cliente.....	31
5%	31
Dimensión de la Variable independiente.....	34
Dimensión de la Variables dependiente.....	34
Nivel de significancia.....	34
Coeficiente de correlación.....	34
Procesos de apoyo.....	34

Producto/servicio	34
5%	34
Variable independiente.....	36
Variables dependiente.....	36
Nivel de significancia.....	36
Coeficiente de correlación.....	36
La Norma Andina 0079 en los procesos de la empresa	36
Satisfacción de los clientes	36
5%	36
0.71149629.....	36
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	38
DISCUSIÓN	38
CONCLUSIÓN	41
REFERENCIAS	43
ANEXOS.....	45
ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	45

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°01 Valoración del Coeficiente de correlación Pearson.....	21
Tabla N°02 Valoración del Coeficiente de correlación Pearson.....	23
Tabla N°03 Resultados dimensión: Procesos de Dirección	255
Tabla N°04 Resultados dimensión: Atención al cliente	266
Tabla N°05 Coeficiente de correlación de la dimensioe: Procesos de dirección y atención al cliente	287
Tabla N°06 Resultados dimensión: Procesos operativos.....	287
Tabla N°07 Resultados dimensión: Servicio al cliente	298
Tabla N°08 Coeficiente de correlación de la dimensioe: Procesos operativos y servicio al cliente	30
Tabla N°09 Resultados dimensión: Procesos de apoyo.....	30
Tabla N°10 Resultados dimensión: Producto/servicio.....	321
Tabla N°11 Coeficiente de correlación de la dimensioe: Procesos de apoyo y producto/servicio	342
Tabla N°12 Resumen de los resultados de la variable independiente	343
Tabla N°13 Resumen de los resultados de la variable dependiente	353
Tabla N°14 Coeficiente correlacional de las dos variables	364

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 01 Niveles de la dimensión: Procesos de Dirección.....	¡Error! Marcador no definido.5
Figura N° 02 Niveles de la dimensión: Atención al cliente	¡Error! Marcador no definido.6
Figura N° 03 Correlación entre los procesos de dirección y atención al cliente	¡Error! Marcador no definido.7
Figura N° 04 Niveles de la Dimensión: Procesos Operativos.....	¡Error! Marcador no definido.8
Figura N° 05 Niveles de la dimensión: Servicio al cliente.....	30
Figura N° 06 Correlación entre los procesos operativos y servicio al al cliente.....	30
Figura N° 07 Niveles de la dimensión: Procesos de Apoyo	32
Figura N° 08 Niveles de la dimension: Producto/Servicio	¡Error! Marcador no definido.33
Figura N° 09 Correlación entre los procesos de apoyo y producto/servicio.....	33
Figura N° 10 Correlación de las variables independiente y dependiente .	¡Error! Marcador no definido.36

RESUMEN

La mayoría de las empresas ponen mayor esfuerzo en estar acorde a las exigencias que se presentan en el mercado, por eso comienzan a implementar o regirse de normas que les ayuden en un mejor desarrollo, principalmente en sus procesos, como por ejemplo La Norma Andina 0079 que es un sistema de gestión de la calidad, para empresas pequeñas, teniendo como objetivo a la satisfacción de los clientes.

Es por ello que se desarrolló la siguiente investigación con el objetivo de determinar si la norma Andina NA: 0079 en los procesos de la empresa MULTISERVICIOS VALVER’D SAC, ubicada en el Porvenir tiene correlación con la satisfacción de los clientes, Trujillo 2020, teniendo como problemática que la empresa presentaba dificultades en alguna de sus áreas, conllevando un mal manejo de sus procesos internos. Por consiguiente, se tuvo que analizar a profundidad las causas mediante encuestas tanto a los trabajadores como a los clientes las cuales fueron redactadas en escala de Likert, teniendo un enfoque cuantitativo correlacional ya que se buscó la correlación que existe entre las dos variables, mediante el coeficiente de Pearson

Los resultados, dieron a saber que el proceso de la empresa basados en la Norma Andina tiene correlación con la satisfacción de los clientes de una manera positiva-media.

Palabras claves: Gestión de la calidad, servicios, Norma Andina 0079, procesos operativos, procesos de dirección y procesos de apoyo.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

A nivel mundial muchas organizaciones buscan constantemente brindar un mejor servicio al cliente a través de sus actividades y a la vez ofrecer un producto de calidad; ya que actualmente lograr la plena satisfacción del cliente es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la mente de los clientes y, por ende, en el mercado meta.

Para ello, cada miembro de la organización tiene que sentirse comprometido e interiorizar que su trabajo genere un valor agregado al producto o servicio final. De esta manera lo que se busca es incrementar la percepción del servicio, la atención del cliente y el producto por parte del consumidor final.

Para Alet, (2000). Existen tres factores fundamentales que un cliente valora al momento de sentirse satisfecho, la atención al cliente que enfoca la cordialidad, amabilidad y disposición del personal, el servicio al cliente medible a través de la capacidad y manejo de información y/o conocimiento por parte de los colaboradores de la empresa para brindarle un buen servicio o una óptima experiencia de compra al cliente. Y finalmente el producto/servicio que el cliente adquiere, en el cual influyen los procesos de producción, logística de insumos, empaque, etc.

Alet, (2000). La satisfacción del cliente no sólo se alcanza con una sonrisa o un “Buen día” por parte del vendedor, es necesario involucrar a todos y cada uno de los procesos de toda la organización para estandarizar, cuantificar y mejorar la actividad de agregar valor para el cliente.

Entonces para poder inspeccionar que cada proceso de la empresa se involucre en generar valor al producto o servicio final, es importante tomar en cuenta la gestión de la calidad y esto implica estar en una constante mejora, evaluando el progreso de la organización consecutivamente enfocados en brindarle una mejor experiencia al cliente y así asegurar su favoritismo hacia la organización. Estos avances deben ser cuantificables, estableciendo indicadores que permitan medir el avance, así mismo si es necesario, realizar cambios oportunos para encaminar a la organización a los lineamientos establecidos. Y de qué manera se benefician estas empresas al estandarizar sus procesos operativos, de apoyo y de dirección.

El Perú es uno de los países de la región con el menor número de empresas certificadas en gestión de calidad, y solo Bolivia está debajo de nosotros. Solo el 1% de las empresas formales en el país cuenta con sistemas de gestión de calidad, estos modelos de gestión

permiten a cualquier compañía administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios reveló el economista Walter Ramírez, jefe de la Oficina de Estudios Económicos del Instituto Nacional de Calidad (INACAL).

Lamentablemente contar con un proceso de estandarización de calidad, no está al alcance de todas las empresas, ya que una de los obstáculos para poder llegar a una estandarización es el costo de esta, son empresas grandes quienes buscan una mejora en su gestión de la calidad y buscan tener un proceso de estandarización ya que cuentan con los medios necesarios para financiar un proceso como este.

Sabiendo que en el Perú el 99,5% del total de empresas formales en la economía peruana, el 96,2% son microempresas, 3,2% pequeña y 0,1% mediana según el Ministerio de la Producción y Turismo (MINSETUR, 2017), es difícil que las microempresas lleguen a tener un proceso de estandarización por ser tan costoso.

Ante esta situación, La Comunidad Andina (CAN, 2009), propuso en el año 2009 La Norma Andina NA 0079: modelo de gestión para micro empresas y pequeñas empresas ,esta norma establece los requisitos fundamentales para implementar un Sistema de Gestión en micro empresas y pequeñas empresas de cualquier sector económico, tanto de bienes como de servicios, en un entorno de negocio actual que les permita demostrar la capacidad de cumplir las exigencias del mercado y los requisitos reglamentarios aplicables, fortalecer su competitividad, teniendo en cuenta el nivel de satisfacción de los clientes y la mejora continua.

Con este objetivo, la investigación se realizará mediante un estudio a la empresa Multiservicios Valver´D S.A.C. que es una microempresa, con 13 años en el mercado Trujillano en el distrito de El Porvenir, dedicada al rubro de servicios brindando soluciones de corte-grabado a láser, empedrado, pegado-planchado de mantas, cambrado, empedrado, e importación de maquinarias y accesorios para la industria del calzado, con la finalidad de evaluar los procesos de la empresa rigiéndonos de la Norma Andina NA 0079 y su correlación con la satisfacción del cliente para dar a conocer sus necesidades y mejorarlas para un futuro puedan implementar la NA0079.

Durante estos años la empresa ha buscado posicionarse como una de las mejores en su rubro en la que se desarrolla, enfocada siempre en ofrecer una experiencia agradable al cliente y calidad en sus productos, pero actualmente La dirección de la empresa se plantea expandir sus operaciones y diversificar sus líneas de negocios, pero es consciente de que necesita mejorar el sistema de gestión actual para asegurar un estándar de atención que permita seguir enfocados en la calidad y la satisfacción del cliente.

Siempre un servicio con la finalidad de evaluar los procesos de la empresa rigiéndonos de la Norma Andina NA 0079 y su correlación con la satisfacción del cliente para dar a conocer sus necesidades y mejorarlas para un futuro puedan implementar la NA0079.

Los autores de la tesis creen conveniente realizar un estudio de la empresa analizando el ambiente interno y externo de la organización para identificar La Norma Andina N 0079 en los procesos de la empresa Multiservicios Valver´D SAC, y su correlación en la satisfacción de los clientes, Trujillo, 2020.

JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

La presente investigación se realiza con el propósito de aportar el conocimiento existente sobre la correlación del desarrollo de los procesos de dirección, operativos y de apoyo de una empresa con la satisfacción del cliente basado en la atención del cliente, servicio al cliente y producto/servicio. Cuyos resultados podrán sistematizarse en el análisis de los procesos de la empresa MULTISERVICIOS VALVER´D SAC rigiéndonos de la Norma Andina 0079, donde se estaría demostrando que existe correlación entre el desarrollo de las procesos de la empresa con la satisfacción de los clientes.

JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

Esta investigación se da ya que existe la necesidad de determinar lo necesario que es la evaluación de los procesos basados en la norma andina NA 0079 para su mejora continua de los procesos de la empresa, y darle validez a la existencia de la correlación que existe entre el desarrollo de estos procesos con la satisfacción de los clientes.

ANTECEDENTES

En función a esto se tiene los siguientes antecedentes:

Fraile (2003), en su proyecto titulado:” Guía administrativa para implementar el sistema de gestión de calidad en las pymes en Boyacá”, producto del análisis de la información recolectada por la Facultad de Ciencias e Ingeniería de la Universidad de Boyacá, específicamente del programa Ingeniería Industrial de Medellín, Colombia: tuvo como objetivo analizar aspectos administrativos de organizaciones boyacenses y crear una guía para orientar al pequeño y mediano empresario en la implementación del Sistema de Gestión de Calidad (SGC). Tuvo como resultado un análisis de la información recolectada, de encuestas aplicadas a pequeñas y medianas empresas boyacenses para posteriormente comparar resultados e implementar un sistema de mejora en dos importantes organizaciones de la región de las cuales obtuvieron respuestas positivas. Este proyecto nos ayudará como guía para identificar fallas en la parte directiva y de esta manera obtener un análisis confiable para la empresa.

Valbuena, (2017) en su tesis titulada “Propuesta para la implementación de un sistema de gestión de calidad en la empresa INGENIERÍA GAS RS SAS según de la norma NTC 6001”,

para obtener el título de Ingeniero Industrial, en la Universidad Católica de Colombia, Bogotá, Colombia: tuvo como objetivo apoyar a la dirección de la empresa INGENIERÍA DE GAS RS SAS en el levantamiento de la documentación faltante del sistema de gestión de calidad. El proceso de elaboración de la documentación se inició con un diagnóstico en el cual se utilizó la herramienta ingenieril análisis de gap o también llamado análisis de brechas. Con el cual se determinó la capacidad de respuesta al sistema de gestión basado en la NTC 6001:2008, modelo de gestión para pequeñas y medianas empresas, con el cual se identificó la situación actual de la empresa frente a los requisitos que exige la norma y poder trabajar en sus mejoras. Esta tesis nos ayudará en el análisis documentario que le hace falta a la empresa y poder determinar de qué manera esto afecta en el desarrollo eficiente de los procesos operativos.

Barra, (2015), en su tesis titulada “Diagnóstico e implementación de un sistema de gestión de calidad basado en la Norma Andina NA0079:2009 y su efecto en la competitividad internacional de GRUPO PALERMO S.R.L. de la ciudad de Trujillo”, para obtener el título de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales, en la Universidad Privada Del Norte, Trujillo, Perú: tuvo como objetivo analizar la influencia que tiene al implementar un Sistema de Gestión de Calidad basada en la Norma Andina NA0079:2009 en la competitividad internacional en el GRUPO PALERMO S.R.L. para demostrar su necesidad al participar dentro de un mercado globalizado, los resultados fueron que al implementar un Sistema de Gestión de Calidad se observa una mejora en la Competitividad Internacional, permitiendo un ingreso de Grupo Palermo S.R.L. al mercado internacional a través de la empresa Keramikos de Ecuador. Desarrollándose como una empresa en crecimiento con ventajas frente a la competencia. Esta tesis nos ayudara en el análisis general sobre los procesos de apoyo, tomándolo como guía, también en la comparación de los resultados de las fallas que se encuentren en la empresa.

Gerónimo (2019) en su tesis titulada “La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurant, centro histórico, Trujillo” para obtener el título de Licenciado en Administración, en la Universidad Católica los Ángeles Chimbote, tuvo como objetivo determinar que la atención al cliente es un factor relevante en la gestión de la calidad, el plan de mejora consistía en llegar a cumplir las exigencias de la Norma de Calidad y en reparar algunos detalles observados en la investigación planteada en una encuesta realizada a los clientes, donde los resultados fueron que el sector de restaurantes se mantiene en cambios constantes, cada vez el mercado es más competitivo y se centra en la atención al cliente por que reconocen que de ellos depende el flote de su empresa, el consumidor es bastante exigente, cada vez es más difícil obtener su fidelidad, como lograr posicionarse y tener éxito. Se puso en práctica el uso de nuevas técnicas modernas de evaluación, en la mayoría deberían profundizar más las dificultades que no respondieron

adecuadamente, enfocarse en solucionar sobre la problemática. Por qué de allí dependerá una buena atención al cliente, se sabe que un cliente satisfecho, ayudará a que el cliente regrese y recomiende, al ser aplicadas todas las mejoras, se obtuvo porcentajes favorables para la empresa. Esta tesis nos ayudara como referencia al evaluar la atención de los clientes y relacionarla con Norma de calidad, el cual es uno de los objetivos de nuestra investigación.

Lavado, León (2012) – en su tesis titulada “Diagnostico e implementación de un sistema de gestión de calidad basado en la norma andina NA: 0079: 2009 y sus efectos en el desempeño laboral de los trabajadores y el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa SERCON A-1 S.A.C.”, para obtener el título de licenciado de Ingeniero Industrial en la Universidad San Martín de Porres en la Ciudad de Lima, Perú: tuvo como objetivo implementar la norma andina en el sector de confecciones y determinar el impacto sobre el desempeño laboral de los trabajadores y en nivel de satisfacción del cliente de la empresa, resaltando los beneficios que ofrece la implementación de la Norma Andina NA 0079 como una herramienta para estandarizar la gestión de las microempresas y mejorarla liberando de ciertas funciones a la cabeza de la empresa a fin de que pueda enfocarse en otros aspectos. Teniendo como resultados, que el desempeño de los trabajadores se incrementó en un 25%, tanto en aspectos de actitud como de aptitud. Por otro lado, el nivel de satisfacción de la empresa se elevó en un 15%. Así mismo se pudo concluir que se cumplieron con todos los requisitos aplicables a los procesos de la empresa SERCON A-1 S.A.C., por lo tanto, se implementó el sistema correctamente. Esta tesis nos ayudará como guía para analizar el servicio a los clientes, rigiéndonos de la norma de calidad.

Tinedo, (2018), en su tesis titulada “Implementación de un sistema de gestión de calidad bajo el enfoque de la Norma NA 0079:2009 para la empresa servicios de WIRELINE PERÚ S.R.L.”, para obtener el título de Ingeniero Industrial, en la Universidad Nacional de Piura, Perú: tuvo como objetivo implementar y certificar el sistema de gestión de calidad a la empresa WIRELINE PERU que le permita lograr los objetivos planteados por esta, satisfacer las necesidades de los clientes que implica seguimiento a reclamos o situaciones de no conformidad, agregar valor a los servicios prestados a través de la estandarización de los mismos, optimizar la productividad y la contribución que los colaboradores brindan a la organización, a su vez mejorar la posición que se tiene en cuanto al mercado competidor. Los resultados fueron que la certificación obtenida ha logrado que se pueda tener mayores oportunidades en los procesos de licitación para servicios de WIRELINE, esto representó un incremento de 40% en el número de clientes potenciales de la organización. El manual del sistema de gestión de la calidad que se elaboró, permitió que el sistema pueda ser entendido, manejado, mantenido y desarrollado por otros miembros de la organización, externos: al área de Calidad, Salud, Seguridad Industrial y Medio Ambiente. La percepción de los clientes de WIRELINE PERÚ, con respecto a los servicios brindados, ha mejorado,

reflejándose en una variación positiva de 1.08% entre el segundo semestre de 2014 y el 2015; y en 0.33% entre el 2015 y el primer semestre del 2016, en las evaluaciones que el cliente realizó a WIRELINE PERÚ. Esta tesis nos ayudará a analizar la relación que hay entre la Norma Andina en los procesos y la satisfacción de los clientes.

TEORÍA DE LA VENTAJA COMPETITIVA

El análisis hecho por Michael Porter, señala que los gobiernos deben desarrollar un entorno institucional y legal que promueva la competitividad y estimule a los empresarios en su gestión y en afrontar riesgos. Por su parte, los empresarios deben invertir constantemente en innovación y expansión de sus productos. Porter señala que las únicas fuentes de ventajas competitivas sostenidas son aprendizaje e innovación continuos.

(Buendía, 2013) El concepto de ventaja competitiva es un refinamiento del principio de las Ventajas Comparativas, que tiene un carácter más general. Esta ventaja se trata de que las empresas ganen participación en el mercado tanto nacional como internacional en función de precios y de calidad, por lo tanto, que la economía logre un crecimiento económico sostenido a largo plazo, Para que las empresas logren ventaja competitiva es necesario que se desenvuelvan en un ambiente propicio, ya sea contando con el capital humano necesario para satisfacer necesidades específicas, buena infraestructura económica, leyes o normas que fomenten la competencia, incentivos para el comercio internacional o centros de investigación especializados que trabajen en conjunto con el sector privado. Una vez que una empresa logra ventaja competitiva sólo puede mantenerla mediante una mejora constante, tiene que renovarse, porque si no lo hace, los competidores sobrepasarán a cualquier empresa que deje de mejorar e innovar.

(Porter, 1999) El entorno competitivo se logra mediante cuatro factores de competitividad, que individualmente y como sistema definen el entorno competitivo en el cual las empresas aprenden y desarrollan su competitividad. (Modelo del Diamante 1990)

Condiciones de los factores. Este determinante trata sobre la creación de factores especializados (mano de obra especializada, creación de infraestructura, etc.) necesarios para hacer competitiva a una nación o empresa, porque la carta fuerte del desarrollo no la constituye la dotación natural de los factores sino la capacidad de cómo se procesan éstos para hacer una producción más eficiente. Se necesita mano de obra especializada en temas específicos sobre las necesidades particulares de las empresas, así como contar con centros de investigación especializados para innovar en la generación, desarrollo, asimilación y aplicación del conocimiento de ciencia y tecnología, ya que estos factores son más escasos y más difíciles de imitar por los competidores nacionales y extranjeros, y se requiere una inversión sostenida para crearlos

Condiciones de la demanda. La composición y carácter del mercado interior suele tener un efecto desproporcionado sobre el modo en que las empresas perciben, interpretan y responden a las necesidades de los compradores. Las empresas empiezan la producción

cerca del mercado observado, es decir, las condiciones de la demanda interior ayudan a crear la ventaja competitiva cuando un segmento determinado del sector es mayor o más visible en el mercado interior que en los mercados extranjeros. Si los consumidores en una economía son exigentes y están bien informados la presión que ejercen sobre las empresas será mayor y las obligará a mejorar constantemente su competitividad; las empresas se beneficiarán de estos consumidores exigentes porque les abrirán los ojos a las nuevas necesidades de los mercados.

Sectores afines, disponibilidad de proveedores nacionales competitivos internacionalmente, mediante estos sectores afines y auxiliares se permite el acceso oportuno y eficaz a los principales insumos, la proximidad espacial entre los proveedores y usuarios finales facilita el intercambio de información y promueven un intercambio continuo de ideas e innovaciones. Las empresas tienen la oportunidad de influir en los esfuerzos técnicos de sus proveedores y pueden servir de lugares de ensayo, acelerando el ritmo de innovación. Las empresas se benefician al máximo cuando los proveedores son, a su vez, competidores a nivel mundial

Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas. las condiciones nacionales influyen fuertemente en el modo en que se crean, organizan y gestionan las empresas, así como la competencia interna. Ningún sistema de gestión es universalmente apropiado (ya sea japonés, alemán, italiano, etc.), estos sistemas son apropiados en diferentes contextos nacionales, Por otro lado, la competencia entre rivales nacionales estimula la creación y mejora de la ventaja competitiva, pues impulsa a las empresas a innovar y mejorar; esta competencia entre empresas obliga a reducir costos, mejorar la calidad de los productos, así como una nueva variedad y diversificación de productos. Además, la competencia interna ayuda a anular las ventajas de una cierta empresa por el simple hecho de estar en una nación determinada (costo de mano de obra, acceso al mercado, etc.) y esto la obliga a innovar y avanzar más allá de estas ventajas.

DEFINICIONES CONCEPTUALES Y DEFINICION DE LAS VARIABLES

NORMA ANDINA NA: 0079:2009

Esta Norma Andina establece los requisitos fundamentales para implementar un sistema de gestión en micro empresas y pequeñas empresas de cualquier sector económico, tanto de bienes como de servicios, en un entorno de negocios actual que les permita (CAN):

Demostrar la capacidad de cumplir las exigencias del mercado y los requisitos reglamentarios aplicables.

Fortalecer su competitividad, teniendo en cuenta el nivel de satisfacción de los clientes y la mejora continua.

La aplicación de esta norma facilita la implementación de los modelos internacionales de los sistemas de gestión, tales como ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001, entre otros.

La norma está estructurada en 3 tipos de procesos para abarcar todos los niveles de la empresa:

Procesos de Dirección: Nivel directivo y gerencial, donde se determinan las guías de acción, los valores y la cultura de la empresa

Procesos Operativos: Son la razón de ser de la empresa. Incluyen los procesos para la generación de productos o servicios, y las actividades que garanticen la satisfacción del cliente

Procesos de Apoyo: ayudan a la estructura y legalidad de la empresa. Dan soporte a la operación de la empresa

PROCESO DE DIRECCION

En todo proceso productivo se requiere de una dirección que sea capaz de ejecutar funciones generales necesarias e imprescindibles para establecer la unidad que permita la armonía e interrelación entre los diferentes procesos.

Marx, (1963, pág. 286) expresó “Todo trabajo directamente social o colectivo requiere en mayor o menor medida una dirección que establezca un enlace armónico entre las diversas actividades individuales y ejecute las funciones generales que brotan de los movimientos del organismo productivo total, a diferencia de las que realizan los órganos individuales”

PROCESO OPERATIVOS

Este proceso empieza con la recepción de un pedido del cliente y termina con la entrega del producto o servicio al cliente. Se resalta la entrega eficiente, consistente y oportuna de los productos y servicios existentes a los clientes existentes. Los indicadores financieros, tales como eficiencia de la mano de obra, eficiencia de las máquinas, desviaciones del precio de compra) se complementan con indicadores de calidad y duración del ciclo.

Según DEINSA, (2000), una firma de consultoría en administración y sistemas que implementa soluciones para la gestión de las empresas. Expone que los indicadores de calidad del proceso pueden ser: las tasas de defectos del proceso, la producción (ratio de productos conformes en relación al total de productos fabricados), los desperdicio, los reprocesos, las devoluciones, el porcentaje de procesos bajo control estadístico del proceso y los porcentaje de producción de primer pase (productos que terminan todo el proceso de producción a la primera, sin necesidad de que se les haga ninguna transformación o tengan que ser reelaboradas.

PROCESOS DE APOYO

Arias (2010) Son aquellos esenciales para una gestión de los procesos operativos, como el Reclutamiento del personal, formación, mantenimiento, satisfacción del cliente y compras. Se necesita integrar procesos estratégicos como el establecimiento de metas, el presupuesto y la distribución de los recursos, las auditorías y revisiones del sistema de la calidad y los procesos formales de planificación, y mantener un eficiente desarrollo de los procesos de apoyo.

SATISFACCION DEL CLIENTE

Philip Kotler define la satisfacción del cliente como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas". De este modo, sólo la percepción que el cliente tenga de la satisfacción de sus necesidades y expectativas define el nivel de calidad alcanzado por una organización.

Coherente con estos términos, la norma ISO 9001 promueve la adopción de un enfoque destinado a aumentar la satisfacción del cliente. Sobre la base de este enfoque, se definen requisitos que para las empresas constituyen la oportunidad de llevar adelante una gran variedad de iniciativas, pues ISO 9001 describe "QUÉ" es lo que debe hacerse, y deja que cada organización implemente el "CÓMO" mediante la técnica que le resulte más adecuada.

PRODUCTO

Stanton, Etzel y Walker (1962,) autores del libro "Fundamentos de Marketing", definen el producto como "un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea"

Bonta y Farber, (1960, pág. 37) expone que la primera dimensión de un producto es la que se refiere a sus características organolépticas, que se determinan en el proceso productivo, a través de controles científicos estandarizados, el productor del bien puede valorar esas características fisicoquímicas. La segunda dimensión se basa en criterios subjetivos, tales como imágenes, ideas, hábitos y juicios de valor que el consumidor emite sobre los productos. El consumidor identifica los productos por su marca. En este proceso de diferenciación, el consumidor reconoce las marcas, a las que le asigna una imagen determinada.

ATENCIÓN AL CLIENTE

Martínez (2007). El cliente es el núcleo en torno al cual debería girar siempre la política de cualquier empresa. Superadas las teorías que sitúan el producto como eje central, se impone un cambio radical en la cultura de las empresas hacia la retención y fidelización del cliente, concebido éste como el mayor valor de las organizaciones y ante el que se

supeditan todos los procesos, incluidos los referentes a la fabricación y selección de los productos y servicios que se ofertan y, por supuesto, la relación con el cliente

SERVICIO

Kotler, Bloom y Hayes, (2004) definen un servicio como una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico. Los servicios abarcan una amplia gama, que va desde el alquiler de una habitación de hotel, el depósito de dinero en un banco, el viaje en avión a la visita a un psiquiatra, hasta cortarse el cabello, ver una película u obtener asesoramiento de un abogado. Muchos servicios son intangibles, en el sentido de que no incluyen casi ningún elemento físico, como la tarea del consultor de gestión, pero otros pueden tener un componente físico, como las comidas rápidas

LA LINEA DE INVESTIGACIÓN DE LA CARRERA

La línea de investigación que se tomará para realizar la tesis será: Desarrollo sostenible y Gestión Empresarial. Ya que el proceso de la investigación se basará en la revisión de las operaciones, productos y servicios de la empresa, con el objetivo de identificar áreas que puedan requerir mejoras de calidad; proponiéndole a la empresa en estudio rigiéndose de la Norma Andina NA: 0079:2009, Modelo de gestión para micro empresas y pequeñas empresas (MYPES), la cual establece los requisitos fundamentales de un sistema de gestión en micro empresas y pequeñas empresas de cualquier sector económico, tanto de bienes como de servicios, en un entorno de negocios actual que les permita: demostrar la capacidad de cumplir las exigencias del mercado y los requisitos reglamentarios aplicables, también fortalecer su competitividad, teniendo en cuenta el nivel de satisfacción de los clientes y la mejora continua.

1.2. Formulación del problema

¿La Norma Andina NA: 0079 en los procesos de la empresa MULTISERVICIOS VALVER'D SAC, ubicada en el Porvenir se correlaciona con la satisfacción de los clientes, Trujillo 2020?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar si la norma Andina NA: 0079 en los procesos de la empresa MULTISERVICIOS VALVER'D SAC, ubicada en el Porvenir se correlaciona con la satisfacción de los clientes, Trujillo 2020.

1.3.2. Objetivos específicos

Objetivo Específico 1: Determinar si los Procesos de Dirección de la empresa MULTISERVICIOS VALVER’D SAC, ubicada en el Porvenir se correlacionan con la atención al cliente, Trujillo 2020.

Objetivo Específico 2: Determinar si los Procesos Operativos de la empresa MULTISERVICIOS VALVER’D SAC, ubicada en el Porvenir, se correlacionan con el servicio al cliente, Trujillo 2020.

Objetivo Específico 3: Determinar si los Procesos de Apoyo de la empresa MULTISERVICIOS VALVER’D SAC, ubicada en el Porvenir se correlacionan con el producto/servicio, Trujillo 2020.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

H1: La Norma Andina NA: 0079 en los procesos de la empresa MULTISERVICIOS VALVER’D SAC, ubicada en el Porvenir se correlaciona de manera positiva-media con la satisfacción de los clientes, Trujillo 2020

1.4.2. Hipótesis específica

Los Procesos de Dirección de la empresa MULTISERVICIOS VALVER’D SAC, ubicada en el Porvenir se correlacionan de manera positiva-fuerte con la atención al cliente clientes, Trujillo 2020.

Determinar si los Procesos Operativos de la empresa MULTISERVICIOS VALVER’D SAC, ubicada en el Porvenir, se correlacionan de manera-positiva. Fuerte con el servicio al cliente, Trujillo 2020.

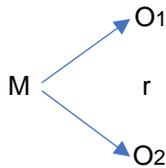
Determinar si los Procesos de Apoyo de la empresa MULTISERVICIOS VALVER’D SAC, ubicada en el Porvenir se correlacionan de manera positiva- moderada con el producto/servicio, Trujillo 2020.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

Esta Investigación tiene un enfoque cuantitativo; ya que se analizará y describirá el comportamiento de la empresa elegida para la investigación y con esto poder determinar las mejoras que necesita rigiéndose de la Norma Andina 0079., El diseño de investigación tiene el alcance de un estudio transversal-correlacional; ya que se relacionará las variables a estudiar que será el sistema de gestión de la calidad basada en la norma andina 0079 y su correlación con la satisfacción del cliente.

Siendo su diagrama:



Donde:

M: Muestra (Gerente general, ejecutivo de ventas y 44 clientes).

O1: Norma Andina NA 0079

O2: Satisfacción del Cliente

r: relación entre los dos objetivos

Correlación de las variables

Se utilizó el coeficiente de correlación “r” de Pearson, que se define como una prueba que mide la relación estadística entre dos variables continuas. Si la asociación entre los elementos no es lineal, entonces el coeficiente no se encuentra representado adecuadamente.

El coeficiente de correlación puede tomar un rango de valores de +1 a -1. Un valor de 0 indica que no hay asociación entre las dos variables. Un valor mayor que 0 indica una asociación positiva. Es decir, a medida que aumenta el valor de una variable, también lo hace el valor de la otra. Un valor menor que 0 indica una asociación negativa; es decir, a medida que aumenta el valor de una variable, el valor de la otra disminuye.

La fórmula del coeficiente de correlación de Pearson es la siguiente:

$$r_{xy} = \frac{\sum z_x z_y}{N}$$

r : Coeficiente de correlación entre "X" y "Y"

S_x : Desviación típica de "X"

S_y : Desviación típica de "Y"

$S_{x,y}$: Covarianza entre "X" y "Y"

Teniendo como referencia a Hernández, Roberto y otros (2006:453), se tiene lo siguiente:

Tabla N°01

Valoración del Coeficiente de correlación Pearson

Valoración del coeficiente de correlación de Pearson	Intervalos
Correlación negativa perfecta	-1
Correlación negativa muy fuerte	-0,90 a -0,99
Correlación negativa fuerte	-0,75 a -0,89
Correlación negativa media	-0,50 a -0,74
Correlación negativa débil	-0,25 a -0,49
Correlación negativa muy débil	-0,10 a -0,24
No existe correlación alguna	-0,09 a +0,09
Correlación positiva muy débil	+0,10 a +0,24
Correlación positiva débil	+0,25 a +0,49
Correlación positiva media	+0,50 a +0,74
Correlación positiva fuerte	+0,75 a +0,89
Correlación positiva muy fuerte	+0,90 a +0,99
Correlación positiva perfecta	+1

Elaboración Propia

2.2. Población y muestra

Población

La población de estudio está constituida por dos grupos, uno de 14 miembros que es el personal de la Empresa Multiservicios Valver'D y el otro de 50 donde se encuentran los clientes.

Muestra

Se realizó en criterio de los tesisistas, ya que serán elegidos según el juicio del propio investigador, quien se encargará de buscar los casos más relevantes para abordar su tema de tesis, se tomó en cuenta a los 3 miembros de personal que más aporten en datos: el gerente general, el ejecutivo de ventas y jefe de operaciones

Y dentro de los clientes se tomó en cuenta los 15 principales clientes de la empresa Multiservicios Valver'D SAC.

Será de tipo no probabilística estratificada; ya que subdividirá en estratos o subgrupos según los directivos de la empresa a seleccionar para investigar.

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

Instrumentos

Para la obtención de la información necesaria para el desarrollo del proyecto, se hará uso de la herramienta cuestionario, la cual será un tipo de encuesta para cada variable (Norma Andina 0079 y Satisfacción de los clientes). El cuestionario fue validado por tres expertos en el tema, docentes de la Universidad Privada Del Norte, teniendo su aprobación en ambas encuestas. Los temas de las preguntas están relacionadas a los procesos de la empresa rigiéndonos de la Norma Andina y satisfacción del cliente, buscando la respuesta tanto de los trabajadores como de los clientes respectivamente, por lo que las preguntas de cada encuesta serán redactadas de dos maneras, pero con el mismo propósito y así poder analizar la correlación de ambas variables.

Recolección y Análisis de Datos

Primero se llevó a cabo una primera encuesta a los principales directivos: gerente general, jefe de operarios y ejecutiva de ventas con la finalidad de obtener una visión más complementaria y fiable de la variable NA 0079 para así poder resolver la problemática del proyecto, las cuales estarán relacionadas con los procesos de dirección, operación y apoyo dentro de la empresa. La cual estuvo compuesta por 9 preguntas relacionadas al desarrollo de sus procesos internos.

La segunda encuesta fue dada a los 15 principales clientes en donde se resalta las dimensiones para alcanzar los objetivos específicos planteados y obtener información primaria de la variable de satisfacción de los clientes dentro de la empresa Multiservicios Valver´D SAC. Esta encuesta fue realizada de manera virtual, constituida por 9 preguntas, cada una con 5 opciones, de esta manera ser respondidas con facilidad.

Se utilizó este instrumento debido a que fue validado por expertos del tema, además es de fácil aplicación y permite obtener información concreta y directa de las personas involucradas para observar el grado de confiabilidad en sus respuestas.

Confiabilidad de Instrumentos

Se utilizó El Método de cálculo Alfa de Cronbach, en ambos casos requiere solo una administración de instrumentos de medición y produce valores que oscilan entre 0 y 1. La ventaja indica que no es necesario que se dividan en dos a los ítems de instrumento de medición, solamente se aplica la medición y se calcula el coeficiente (Hernández 2010). Como mínimo valor aprobado en el coeficiente alfa de Cronbach es 0.7; pues la consistencia interna de la escala utilizada es baja cuando está por debajo de ese valor mencionado” (Celina y Campo, 2005). Dicho valor muestra la estabilidad interna, se puede indicar que muestra la correlación de cada pregunta; un valor mayor a 0.7 indica alto correlación entre las preguntas, un valor menor señala una débil relación entre ellas.

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_j^2} \right]$$

Donde:

K: El número de ítems

Si2: Sumatoria de Varianzas de los Ítems

St2: Varianza de la suma de los Ítems

α : Coeficiente de Alfa de Cronbach

Tabla N° 02

Valoración del Coeficiente alfa Crombach

Intervalos al que pertenece el coeficiente alfa Crombach	Valoración de la fiabilidad de los ítems analizados
0 – 0.5	Inaceptable
0.5 – 0.6	Pobre
0.6 -0.7	Débil
0.7 – 0.8	Aceptable
0.8 – 0.9	Bueno
0.9 - 1	Excelente

Elaboración Propia

Muestra 1

(alfa)=0.778846154

k(número de ítems)=9

Vi(varianza de cada ítem)=0.888888889

Vt(varianza total)=2.888888889

El resultado de la muestra 1 fue aceptable ya que el valor de alfa es 0.7788

Muestra 2

(alfa)= 0.740519663

k(número de ítems)= 9

Vi(varianza de cada ítem)=3.244444444

Vt(varianza total)=9.493333333

El resultado de la muestra 2 fue aceptable ya que el valor de alfa es 0.7405

2.4. Procedimiento

Se procede a la aplicación de dicho instrumento de forma contextual al proyecto a investigar, señalando y describiendo los pasos a seguir.

Primero se procedió a realizar el cuestionario a los directivos de la empresa para saber a profundidad lo que genera la problemática dentro esta, además poder saber que tanto cumple con lo que rige la Norma Andina 0079. El cuestionario constó de 9 preguntas en escala Likert (procesos de dirección, de operación y de apoyo);

Como segundo paso se realizó la otra encuesta, la cual estaba dirigida a los 15 clientes, los cuales fueron contactados de manera virtual y de esta manera responder un total de 9 preguntas cerradas en escala Likert (atención al cliente, servicio al cliente y producto).

Además, en los resultados se determinaron si los procesos basados en la Norma Andina tienen correlación con la satisfacción del cliente con ayuda del coeficiente de correlación de Pearson, la cual ayudará a realizar las conclusiones del proyecto.

2.5. Aspectos Éticos

En la presente investigación realizada por las bachilleras, se deja constancia que los datos obtenidos son netamente confidenciales y de orden metodológico y no serán utilizados con otros fines, las personas que participaron en las entrevistas lo hicieron por voluntad propia sin ninguna coerción. Asimismo, se declara que no tiene similitudes ni copias en lo que respecta otras investigaciones de la misma particularidad de proyecto

CAPÍTULO III: RESULTADOS

Objetivo Específico 1: Determinar si los Procesos de Dirección de la empresa MULTISERVICIOS VALVER'D SAC, ubicada en el Porvenir se correlacionan con la atención al cliente, Trujillo 2020.

Tabla N°03

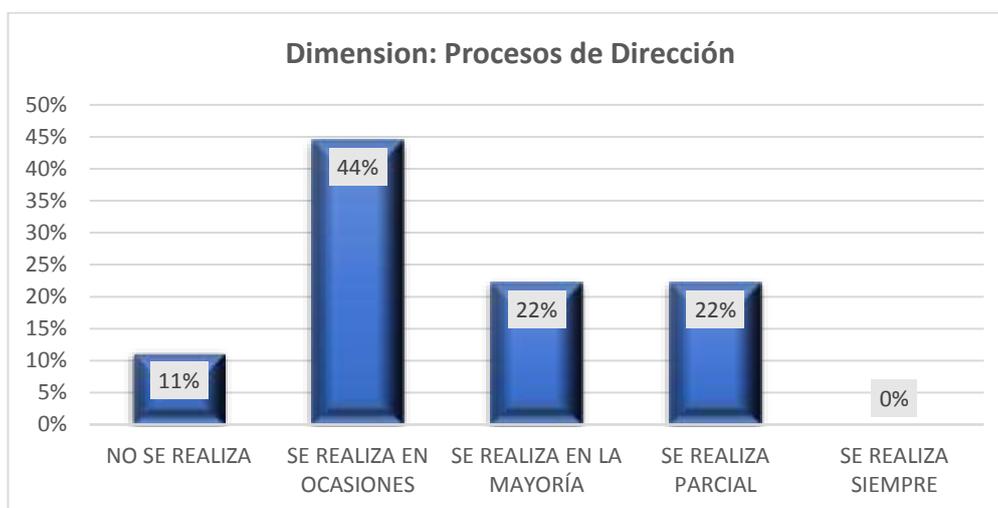
Resultados dimensión: Procesos de Dirección

PROCESOS DE DIRECCION	ITEMS	NO SE REALIZA (1)	SE REALIZA EN OCASIONES (2)	SE REALIZA EN LA MAYORÍA (3)	SE REALIZA PARCIAL (4)	SE REALIZA SIEMPRE (5)	TOTAL	PONDERADO
	¿Se llevan a cabo estrategias organizacionales por la dirección?		1	2			3	8
	¿Están los procesos orientados a los clientes obteniendo información de éstos midiendo su grado de satisfacción con respecto a la empresa?		1		2		3	10
	¿Impulsa la dirección actividades de mejora continua dentro de la empresa, con clientes, proveedores y otras entidades externas?	1	2				3	5
	TOTAL	1	4	2	2	0	9	
	%	11%	44%	22%	22%	0%	100%	

Fuente: encuesta realizada a los directivos de la empresa MULTISERVICIOS SAC
Elaboración Propia

Figura N° 01

Niveles de la dimensión: Procesos de Dirección



Fuente: Tabla N°03

En la tabla N°03 Y Figura N° 01 podemos observar que el 44% de los directivos manifiestan que las actividades acordes a los procesos de dirección regidas por la Norma Andina 0079 se realizan en ocasiones, el 22% se realiza en su mayoría, el otro 22 % que se realiza parcial y el 11% que no se realiza.

Tabla N°04

Resultados dimensión: Atención al cliente

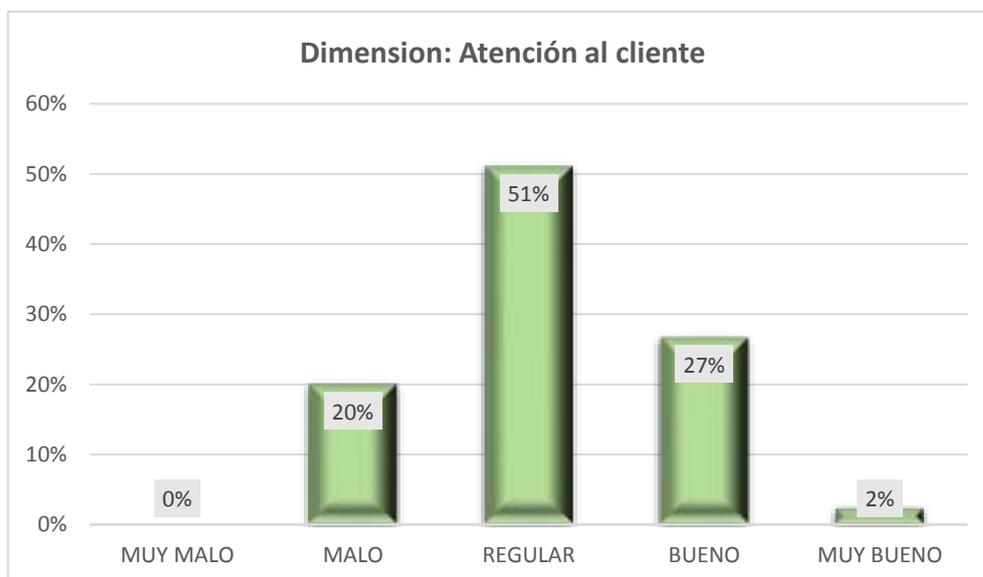
ATENCIÓN AL CLIENTE	ITEMS	MUY MALO (1)	MALO (2)	REGULAR (3)	BUENO (4)	MUY BUENO (5)	TOTAL	PONDERADO
	¿Cómo evaluaría la claridad sobre la información que se le proporciona al cliente?		4	7	4		15	45
	¿Cómo evaluaría la respuesta a una sugerencia para mejora de la empresa? (lo han tomado en cuenta o no)			10	4	1	15	51
	¿Cómo definiría la reacción y solución de la empresa frente a una queja, preguntas o dudas?		5	6	4		15	44
	TOTAL	0	9	23	12	1	45	
	%	0%	20%	51%	27%	2%	100%	

Fuente: encuesta realizada a los clientes de la empresa MULTISERVICIOS SAC

Elaboración Propia

Figura N° 02

Niveles de la dimensión: Atención al cliente



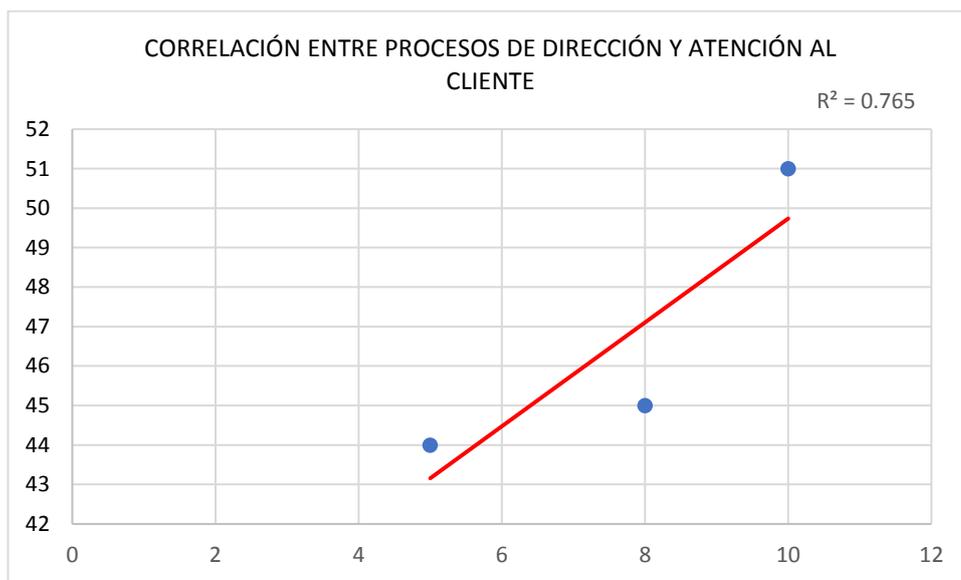
Fuente: Tabla N°04

En la tabla N°04 Y Figura N° 02 podemos observar que el 51% de los clientes manifiestan que la atención que recibe en la empresa es regular, el 27% bueno y el 20% que recibe un trato malo.

Para determinar la correlación de los procesos de dirección con la atención al cliente, fue mediante la aplicación del coeficiente de correlación de Pearson. Primero se procedió en obtener un ponderado por cada dimensión, es decir una sumatoria de la multiplicación de los resultados obtenidos de cada valor de la alternativa (1-5) con el número de encuestados por cada muestra (como se puede ver en las tablas N° 03 y 04), y así al conseguirlo, utilizarlo en Excel junto con la fórmula de Pearson, obteniendo lo siguiente:

Figura N° 03

Correlación entre los procesos de dirección y atención al cliente



Fuente: Tabla N°03 y N°04

Podemos ver en el gráfico de dispersión, los puntos correlacionados se acercan mucho a la línea, lo que podemos deducir que el modelo es lineal; además si observamos el coeficiente de determinación $R^2 = 0.765$ nos explica que aproximadamente el 76.50% de la satisfacción de los clientes se ve influenciado por el desarrollo de los procesos de dirección.

Tabla N°05
Coefficiente de correlación de las dimensiones: Procesos de dirección y atención al cliente

Dimensión de la Variable independiente	Dimensión de la Variables dependiente	Nivel de significancia	Coefficiente de correlación
Procesos de dirección	Atención al cliente	5%	0.87463929

Elaboración Propia

En la tabla N° 05, presentamos el coeficiente de correlación lineal de Pearson $r=0.87463929$, lo que indica que existe una relación fuerte positiva entre los procesos de dirección y la atención al cliente.

Objetivo Específico 2: Determinar si los Procesos Operativos de la empresa MULTISERVICIOS VALVER'D SAC, ubicada en el Porvenir, se correlacionan con el servicio al cliente, Trujillo 2020.

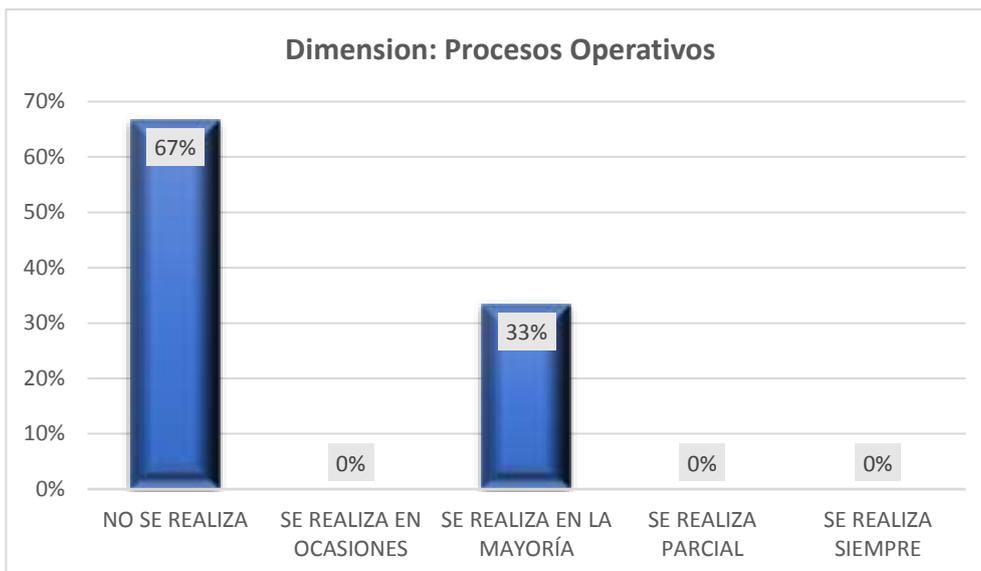
Tabla N°06
Resultados dimensión: Procesos operativos

PROCESOS OPERATIVOS	ITEMS	NO SE REALIZA	SE REALIZA EN OCASIONES	SE REALIZA EN LA MAYORÍA	SE REALIZA PARCIAL	SE REALIZA SIEMPRE	TOTAL	PONDERADO
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)		
	¿Están establecidos y controlados los documentos del proceso de realización de los servicios?	3					3	3
	¿Se dispone de una financiación eficiente utilizando los recursos financieros para apoyar los planes de la organización?			3			3	9
	¿Existe un sistema de información documentado en que todas las personas dispongan de la información adecuada para realizar su trabajo y se garantiza la precisión de la misma así como su adecuación en los procesos correspondiente?	3					3	3
	TOTAL	6	0	3	0	0	9	
	%	67%	0%	33%	0%	0%	100%	

Fuente: encuesta realizada a los directivos de la empresa MULTISERVICIOS SAC

Elaboración Propia

Figura N° 04
Niveles de la dimensión: Procesos Operativos



Fuente: Tabla N°06

En la tabla N°06 Y Figura N° 03 podemos observar que el 67% de los directivos manifiestan que las actividades acordes a los procesos operativos regidas por la Norma Andina 0079 no se realiza y el 33% se realiza en su mayoría.

Tabla N°07

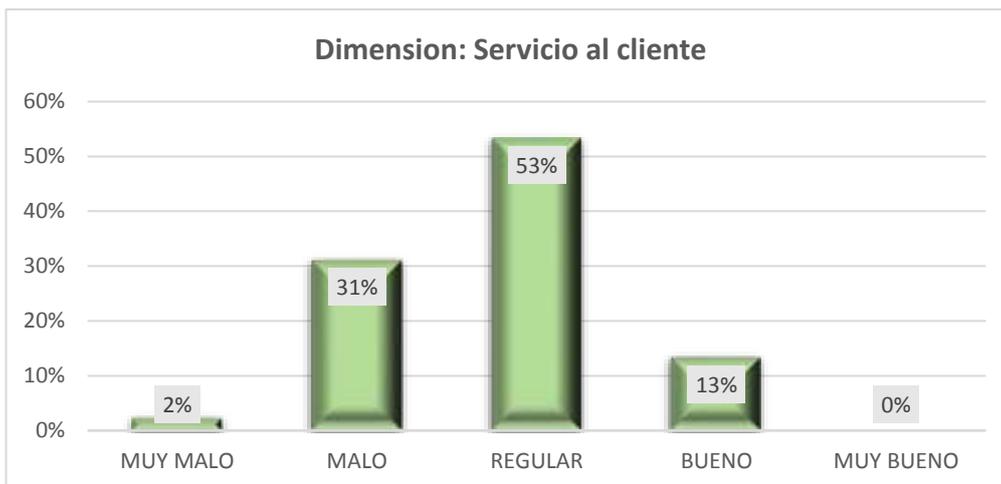
Resultados dimensión: Servicio al cliente

SERVICIO AL CLIENTE	ITEMS	MUY MALO (1)	MALO (2)	REGULAR (3)	BUENO (4)	MUY BUENO (5)	TOTAL	PONDERADO
	¿Cómo evalúa el tiempo y la rapidez al recibir algún servicio de la empresa?	1	5	7	2		15	40
	¿Cómo evaluaría la calidad del servicio que recibe?		3	10	2		15	44
	¿Cómo evaluaría la experiencia que muestran los trabajadores de cada área?		6	7	2		15	41
	TOTAL	1	14	24	6	0	45	
	%	2%	31%	53%	13%	0%	100%	

Fuente: encuesta realizada a los clientes de MULTISERVICIOS SAC
Elaboración Propia

Figura N° 05

Niveles de la dimensión: Servicio al cliente



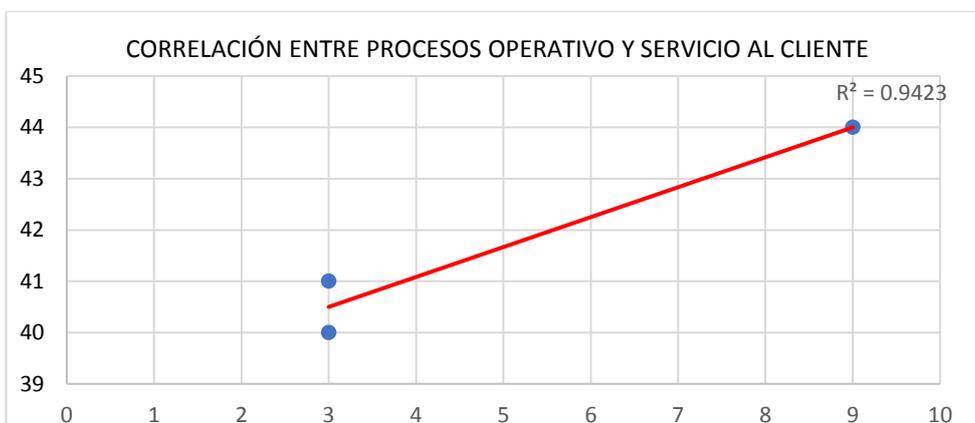
Fuente: Tabla N°07

En la tabla N°05 Y Figura N° 04 podemos observar que el 53% de los clientes manifiestan que el servicio que ofrece la empresa es regular, el 31% malo y el 13% que ofrece un servicio bueno.

Para determinar la correlación de los procesos operativos con el servicio al cliente, fue mediante la aplicación del coeficiente de correlación de Pearson. Primero se procedió en obtener un ponderado por cada dimensión, es decir una sumatoria de la multiplicación de los resultados obtenidos de cada valor de la alternativa (1-5) con el número de encuestados por cada muestra (como se puede ver en las tablas N° 06 y 07), y así al conseguirlo, utilizarlo en Excel junto con la fórmula de Pearson, obteniendo lo siguiente:

Figura N° 06

Correlación entre los procesos operativos y servicio al cliente



Fuente: Tabla N°06 y N°07

Podemos ver en el gráfico de dispersión, los puntos correlacionados se acercan mucho a la línea, lo que podemos deducir que el modelo es lineal; además si observamos el coeficiente de determinación $R^2 = 0.9423$ nos explica que aproximadamente el 94.23% de la satisfacción de los clientes se ve influenciado por el desarrollo de los procesos operativos.

Tabla N°08

Coefficiente de correlación de las dimensiones: Procesos operativos y servicio al cliente

Dimensión de la Variable independiente	Dimensión de la Variables dependiente	Nivel de significancia	Coefficiente de correlación
Procesos Operativos	Servicio al cliente	5%	0.97072534

Elaboración Propia

En la tabla N° 08, presentamos el coeficiente de correlación lineal de Pearson $r=0.97072534$, lo que indica que existe una correlación fuerte positiva entre los procesos operativos y el servicio al cliente.

Objetivo Específico 3: Determinar si los Procesos de Apoyo de la empresa MULTISERVICIOS VALVER'D SAC, ubicada en el Porvenir se correlacionan con el producto/servicio, Trujillo 2020.

Tabla N°09

Resultados dimensión: Procesos de apoyo

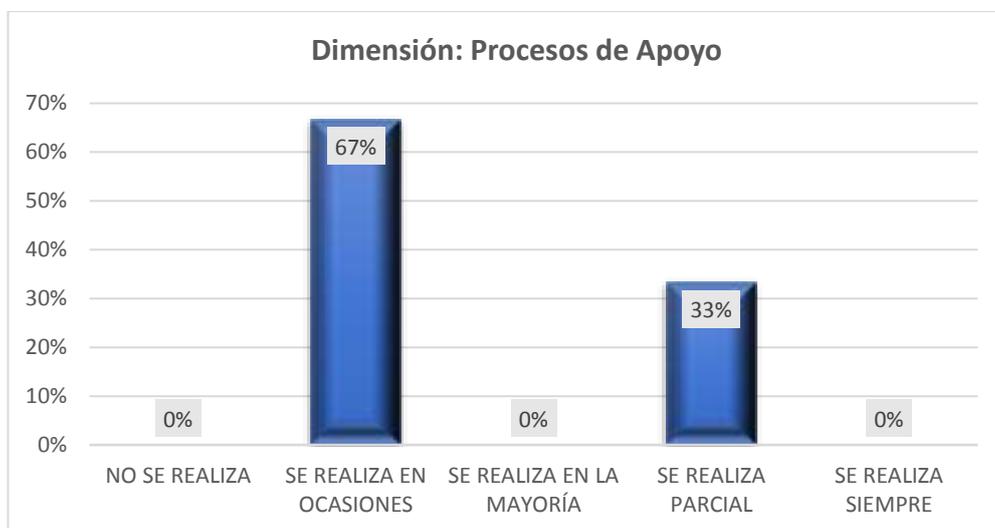
PROCESOS OPERATIVOS	ITEMS	NO SE REALIZA (1)	SE REALIZA EN OCASIONES (2)	SE REALIZA EN LA MAYORÍA (3)	SE REALIZA PARCIAL (4)	SE REALIZA SIEMPRE (5)	TOTAL	PONDERADO
	¿Se mide de forma sistemática la satisfacción del personal teniendo en cuenta sus necesidades, expectativas tales como ambiente de trabajo, comunicación, formación, reconocimiento, etc.?				3		3	12
	¿Reconoce la dirección los logros y el compromiso del personal que se esfuerzan en mejorar dentro de la empresa?		3				3	6
	¿Se realizan evaluaciones de desempeño para el personal sobre el rendimiento y las necesidades de desarrollo de todas las personas?		3				3	6
	TOTAL	0	6	0	3	0	9	
	%	0%	67%	0%	33%	0%	100%	

Fuente: encuesta realizada a los directivos de la empresa MULTISERVICIOS SAC

Elaboración Propia

Figura N° 07

Niveles de la dimensión: Procesos de apoyo



Fuente: Tabla N°09

En la tabla N°09 Y Figura N° 05 podemos observar que el 67% de los directivos manifiestan que las actividades acordes a los procesos de apoyo regidas por la Norma Andina 0079 se realiza en ocasiones y el 33% se realiza parcial.

Tabla N°10

Resultados dimensión: Producto/servicio

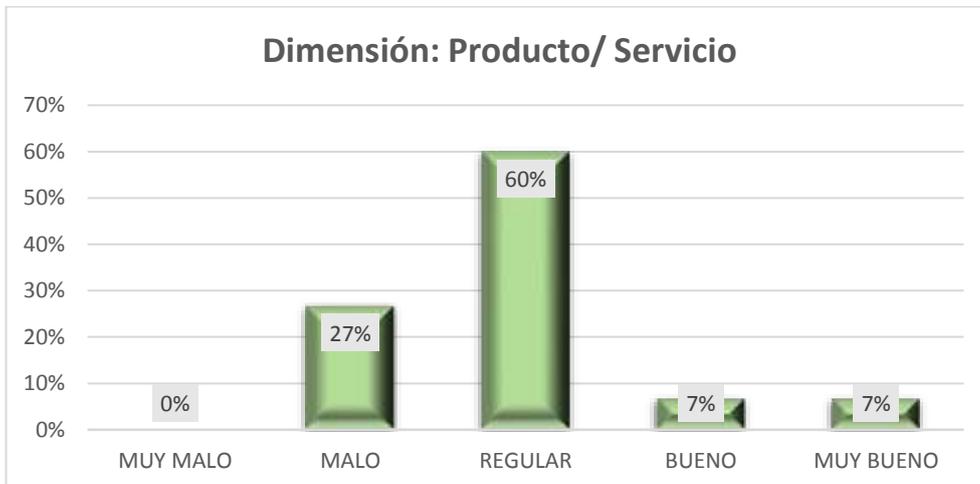
PRODUCTO	ITEMS	MUY MALO (1)	MALO (2)	REGULAR (3)	BUENO (4)	MUY BUENO (5)	TOTAL	PONDERADO
	¿Cómo evaluaría al servicio, al momento de cumplir con las indicaciones o requisitos pactados?		4	8	2	1	15	45
	¿Cómo definiría la adaptación a sus necesidades como cliente de nuestra empresa?		3	10	1	1	15	45
	¿Cómo evaluaría la innovación y desarrollo de la empresa, con respecto a nuevos servicios o procesos?		5	9		1	15	42
	TOTAL	0	12	27	3	3	45	
	%	0%	27%	60%	7%	7%	100%	

Fuente: encuesta realizada a los clientes de la empresa MULTISERVICIOS SAC

Elaboración Propia

Figura N° 08

Niveles de la dimensión: Producto/servicio



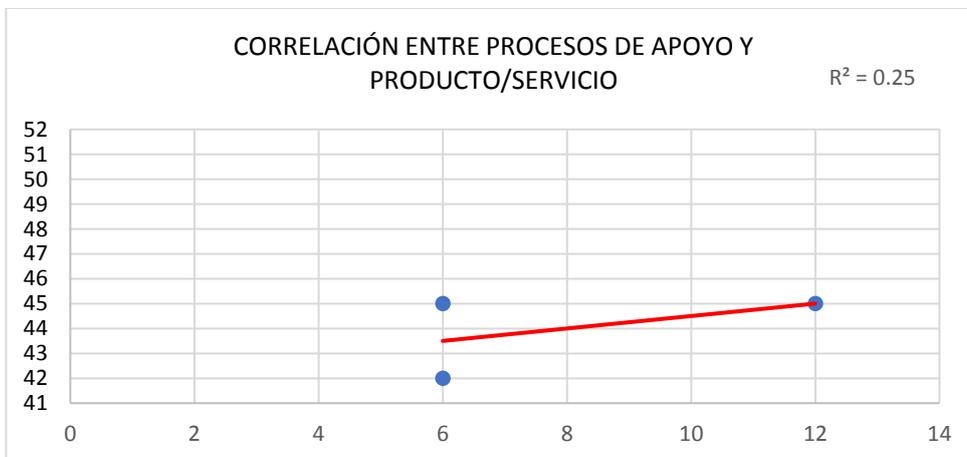
Fuente: Tabla N°10

En la tabla N°10 Y Figura N° 06 podemos observar que el 60% de los clientes manifiestan que el producto/servicio que ofrece la empresa es regular, el 27% malo y el 7% que ofrece un producto bueno.

Para determinar la correlación de los procesos de apoyo con la de producto/servicio, fue mediante la aplicación del coeficiente de correlación de Pearson. Primero se procedió en obtener un ponderado por cada dimensión, es decir una sumatoria de la multiplicación de los resultados obtenidos de cada valor de la alternativa (1-5) con el número de encuestados por cada muestra (como se puede ver en las tablas N° 09 y 10), y así al conseguirlo, utilizarlo en Excel junto con la fórmula de Pearson, obteniendo lo siguiente:

Figura N° 09

Correlación entre los procesos de apoyo y producto/servicio



Fuente: Tabla N°09 y N°10

Podemos ver en el gráfico de dispersión, los puntos correlacionados se acercan mucho a la línea, lo que podemos deducir que el modelo es lineal; además si observamos el coeficiente de determinación $R^2 = 0.25$ nos explica que aproximadamente el 25% de la satisfacción de los clientes se ve influenciado por el desarrollo de los procesos de apoyo.

Tabla N°11

Coeficiente de correlación de las dimensiones: Procesos de apoyo y producto/servicio

Dimensión de la Variable independiente	Dimensión de la Variables dependiente	Nivel de significancia	Coeficiente de correlación
Procesos de apoyo	Producto/servicio	5%	0.50

Elaboración Propia

En la tabla N° 11, presentamos el coeficiente de correlación lineal de Pearson $r=0.50$, lo que indica que existe una correlación moderada positiva entre los: procesos de apoyo y el producto/servicio.

Determinar si la norma Andina NA: 0079 en los procesos de la empresa MULTISERVICIOS VALVER'D SAC, ubicada en el Porvenir tiene correlación con la satisfacción de los clientes, Trujillo 2020

Tabla N°12

Resumen de los resultados de la variable independiente

ITEMS	NO SE REALIZA (1)	SE REALIZA EN OCASIONES (2)	SE REALIZA EN LA MAYORÍA (3)	SE REALIZA PARCIAL (4)	SE REALIZA SIEMPRE (5)	TOTAL	PONDERADO
PROCESOS DE DIRECCIÓN	¿Se llevan a cabo estrategias organizacionales por la dirección?		1	2		3	8
	¿Están los procesos orientados a los clientes obteniendo información de éstos midiendo su grado de satisfacción con respecto a la empresa?		1		2	3	10
	¿Impulsa la dirección actividades de mejora continua dentro de la empresa, con clientes, proveedores y otras entidades externas?	1	2			3	5
PROCESOS OPERATIVOS	¿Están establecidos y controlados los documentos del proceso de realización de los servicios?	3				3	3
	¿Se dispone de una financiación eficiente utilizando los recursos financieros para apoyar los planes de la organización?			3		3	9
	¿Existe un sistema de información documentado en que todas las personas dispongan de la información adecuada para realizar su trabajo y se garantiza la precisión de la misma así	3				3	3

	como su adecuación en los procesos correspondiente?						
	¿Se mide de forma sistemática la satisfacción del personal teniendo en cuenta sus necesidades, expectativas tales como ambiente de trabajo, comunicación, formación, reconocimiento, etc.?			3		3	12
PROCESOS DE APOYO	¿Reconoce la dirección los logros y el compromiso del personal que se esfuerzan en mejorar dentro de la empresa?		3			3	6
	¿Se realizan evaluaciones de desempeño para el personal sobre el rendimiento y las necesidades de desarrollo de todas las personas?		3			3	6
	TOTAL	7	10	5	5	0	27
	%	26%	37%	19%	19%	0%	100%

Fuente: encuesta realizada a los directivos de la empresa MULTISERVICIOS SAC

Elaboración Propia

Tabla N°13
Resumen de los resultados de la variable dependiente

	ITEMS	MUY MALO (1)	MALO (2)	REGULAR (3)	BUENO (4)	MUY BUENO (5)	TOTAL	PONDERADO
	¿Cómo evaluaría la claridad sobre la información que se le proporciona al cliente?		4	7	4		15	45
ATENCION AL CLIENTE	¿Cómo evaluaría la respuesta a una sugerencia para mejora de la empresa? (lo han tomado en cuenta o no)			10	4	1	15	51
	¿Cómo definiría la reacción y solución de la empresa frente a una queja, preguntas o dudas?		5	6	4		15	44
	¿Cómo evalúa el tiempo y la rapidez al recibir algún servicio de la empresa?	1	5	7	2		15	40
SERVICIO AL CLIENTE	¿Cómo evaluaría la calidad del servicio que recibe?		3	10	2		15	44
	¿Cómo evaluaría la experiencia que muestran los trabajadores de cada área?		6	7	2		15	41
	¿Cómo evaluaría al servicio, al momento de cumplir con las indicaciones o requisitos pactados?		4	8	2	1	15	45
PRODUCTO / SERVICIO	¿Cómo definiría la adaptación a sus necesidades como cliente de nuestra empresa?		3	10	1	1	15	45
	¿Cómo evaluaría la innovación y desarrollo de la empresa, con respecto a nuevos servicios o procesos?		5	9		1	15	42
	TOTAL	1	35	74	21	4	135	
	%	1%	26%	55%	16%	3%	100%	

Fuente: encuesta realizada a los clientes de la empresa MULTISERVICIOS SAC

Elaboración Propia

Para determinar la correlación de las dos variables se hizo uso del coeficiente de correlación de Pearson, Primero se procedió en obtener un ponderado por cada variable, es decir una sumatoria de la multiplicación de los resultados obtenidos de cada valor de la alternativa (1-5) con el número de encuestados por cada muestra (como se puede ver en las tablas N° 12 y 13), y así al conseguirlo, utilizarlo en Excel junto con la fórmula de Pearson, obteniendo lo siguiente:

Tabla N°14

Coefficiente correlacional de las dos variables

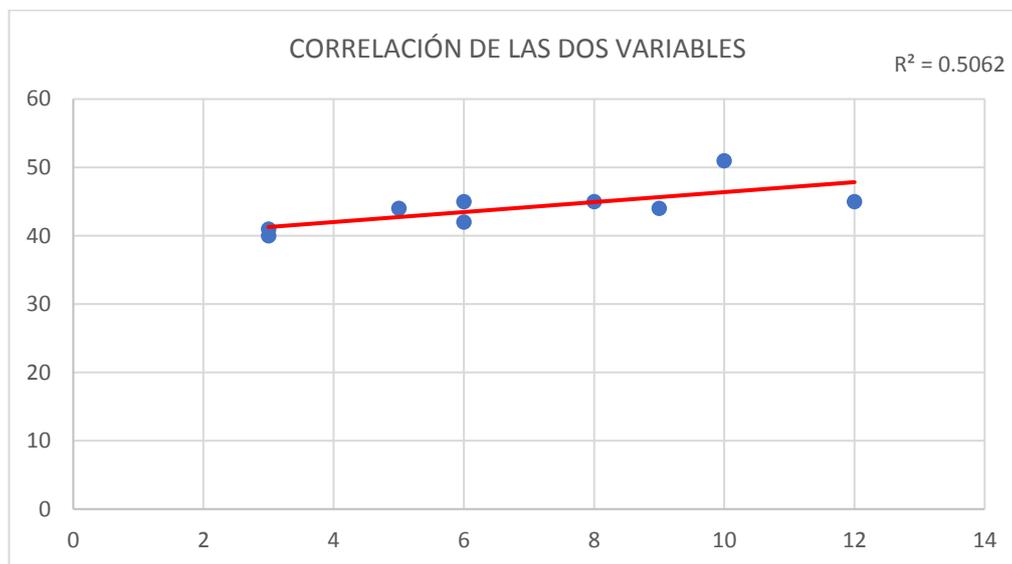
Variable independiente	Variabes dependiente	Nivel de significancia	Coefficiente de correlación
La Norma Andina 0079 en los procesos de la empresa	Satisfacción de los clientes	5%	0.71149629

Elaboración Propia

En la tabla N° 14, presentamos el coeficiente de correlación lineal de Pearson $r = 0.7114962$, lo que indica que existe una correlación significativa positiva entre las dos variables.

Figura N° 10

Correlación de la variable independiente y dependiente



Fuente: Tabla N°12 u N°13

Podemos ver en el gráfico de dispersión entre las dos variables, los puntos correlacionados se acercan mucho a la línea, lo que podemos deducir que el modelo es lineal; además si observamos el coeficiente de determinación $R^2 = 0.5062$, nos explica que aproximadamente el 50.62% de la satisfacción de los clientes se ve influenciado por el desarrollo de los procesos.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

DISCUSIÓN

Con respecto al objetivo general: la Norma Andina NA: 0079 en los procesos de dirección, operativos y de apoyo de la empresa se correlacionan con la satisfacción de sus clientes, al regirse la norma en todos los procesos por mejorar la empresa tendrá un desarrollo sostenible, ya que todo proceso o estrategia estará documentada, las funciones y roles serán archivados para que todos los trabajadores sepan y puedan regirse sin ningún inconveniente, también el mejor control y evaluación de eficiencia de cada área, además llevar un control de la satisfacción de los clientes, Todo esto en conjunto tendrá como resultado la mayor satisfacción de sus clientes y resultados positivos para la empresa. Según Lavada, León (2012) los aspectos que traen más satisfacción a los clientes son: calidad, rapidez y atención que recibe por parte de recepción, es por eso que al regirse de la Norma Andina NA 0079 la cual es un sistema de gestión de calidad, en los procesos de cualquier empresa, traerá consigo mejor la eficiencia los trabajadores, y buenos resultados con respecto a la satisfacción de sus clientes. Además, la teoría de la ventaja competitiva habla sobre que las empresas tienen que desenvolverse en un ambiente propicio, ya sea contando con el capital humano necesario para satisfacer necesidades específicas, buena infraestructura económica, leyes o normas que fomenten la competencia, incentivos para el comercio internacional. La creación de factores especializados (mano de obra especializada, creación de infraestructura, etc.) necesarios para hacer competitiva a una nación o empresa, porque la carta fuerte del desarrollo no la constituye la dotación natural de los factores sino la capacidad de cómo se procesan éstos para hacer una producción más eficiente.

Con respecto al primer objetivo específico: los procesos de dirección de la empresa se correlacionan con la atención al cliente, el impulso de estrategias organizacionales de desarrollo e innovación por la dirección, también el buscar la mejora e innovación competitiva, tiene como consecuencia poder retener a sus clientes y atraer nuevos. Pero al contrario el no tomar en cuenta la perspectiva de sus clientes en relación a sus preferencias, sus gustos y solo enfocarse en diferenciarse de su competencia dejando de lado lo que en realidad necesita sus clientes en el rubro involucrado ocasiona muchas veces que las empresas no obtengan la buena satisfacción al cliente.

Según Fraile (2007), La importancia de implementar un sistema de gestión de calidad se basa en que es indispensable revisar en cada organización cómo funciona cada uno de los procesos, las estrategias y conocer si las organizaciones cuentan con un programa

educacional continuo el cual contemple capacitación desde la alta dirección hasta el nivel operativo. Además, la dirección debe tener compromiso con la calidad, de tal forma que evalúe la información y asigne los recursos necesarios para el mejoramiento. Es fundamental que el desarrollo de estrategias organizacionales sea con métodos modernos para el mejoramiento continuo y para el buen desempeño de los colaboradores en la organización con la finalidad de permitir entregarle un producto al cliente buscando la satisfacción de sus necesidades y deseos, los cuales se convierten en requisitos para la organización. La Teoría de la ventaja competitiva habla sobre que las empresas empiezan la producción cerca del mercado observado, es decir, las condiciones de la demanda interior ayudan a crear la ventaja competitiva. Si los consumidores en una economía son exigentes y están bien informados la presión que ejercen sobre las empresas será mayor y las obligará a mejorar constantemente su competitividad; las empresas se beneficiarán de estos consumidores exigentes porque les abrirán los ojos a las nuevas necesidades de los mercados.

Con respecto al segundo objetivo específico: los procesos operativos se correlacionan con el servicio al cliente, Los procesos operativos son punto clave para el desarrollo de la empresa, para comenzar a tener un mejor control de estos procesos es necesario la existencia de información documentada de los procesos de producción de las áreas que tiene la empresa, como de las funciones de cada colaborador, deben estar correctamente planificadas y documentadas de manera estandarizada, también los procesos de producción, uso de maquinarias, responsabilidades por cada operario, control de calidad por cada operatividad, conllevando a una ineficiencia organizacional, Todo esto ayudará principalmente a que los trabajadores tengan lo necesario para poder desenvolverse en sus actividades, y claro está a la empresa le traerá mejores resultados y sobre todo clientes satisfechos.

Según Valbuena, (2017) La implementación de la documentación de la empresa tiene un mayor control de los procesos y claridad sobre todos los productos y servicios ofrecidos lo que resultará tener una mayor capacidad de cumplir las exigencias del mercado y mayor capacidad de innovación, es importante que el coordinador de calidad encargado realice las respectivas actualizaciones de los documentos y el adecuado estudio de los registros para la revisión por la dirección ya que se sabe que el proceso es extenso y sobre todo continuo, por tal razón la documentación elaborada es tan solo una base o el pilar que alimentará el sistema de gestión en su inicio.

Con respecto al tercer objetivo específico: los procesos de apoyo de una empresa se correlacionan con el producto/servicio, el seguimiento del grado de satisfacción, la evaluación de desempeño y reconocimiento de logros por parte del personal, son unos

de los motores para el desarrollo eficiente de la empresa, la cual integrando todo esto con cada uno de los trabajadores, de las diferentes áreas, generará que ellos realicen sus actividades con todas las exigencias que son necesarias, dando a la empresa resultados favorables, y uno de ellos sería la satisfacción de los clientes. Barra (2015) indica que, para ofrecer una mejor calidad, es importante trabajar en el compromiso de todos los colaboradores en los conceptos de calidad, en la importancia del cumplimiento de los procesos y en establecer responsabilidades para la supervisión y seguimiento del cumplimiento del Sistema de Gestión de Calidad. Ya que de este modo los colaboradores estarán desempeñándose eficientemente enfatizando sus logros organizacionales y la empresa dará favorablemente satisfacción a los clientes.

Limitaciones

La falta de organización; en información de los procesos como también de la distribución de las áreas, por lo que toda información requerida y archivada de la empresa, fue recibida directamente en reuniones, por el gerente general y la administradora.

El tiempo; contratiempos con la asignación de horarios para las reuniones virtuales con los directivos, ya que teníamos que adaptarnos a sus tiempos libres y así puedan brindar la información necesaria.

Implicancias

Realizándose en esta investigación el análisis y estudio de los procesos de dirección, operativos y de apoyo de la empresa, así como de cada área que intervenga directamente en el proceso de la entrega final del servicio, se encontró relación entre las variables participantes de la tesis, que son la Norma Andina en los procesos de la empresa con la satisfacción de los clientes. En donde se hallaron los puntos críticos de la empresa Multiservicios Valver'D SAC, que han generado la insatisfacción de sus clientes, en los últimos años, los cuales fueron identificados rigiéndose de la Norma Andina 0079, ya que esta se podría implementar como certificado de calidad a futuro, con esto generar valor agregado a la empresa, diferenciándola de su competencia, como también ayudándole a involucrarse en nuevos mercados.

Recomendaciones

Se recomienda los siguientes puntos a mejorar sobre el sistema de gestión de calidad dentro de los procesos de Dirección, Operativo y de Apoyo, rigiéndonos de la norma NA: 0079

Contar con una estrategia organizacional orientada a la satisfacción del cliente y a la mejora continua con respecto a sus clientes y colaboradores ya que es fundamental documentar y ejecutar un plan de acción.

Definir las responsabilidades, procedimientos de selección, contratación, capacitación o entrenamiento, de acuerdo con las necesidades de cada operario para crear conciencia sobre la importancia de un buen sistema de gestión de calidad.

La empresa debe identificar el mercado objetivo, las necesidades que este exija y actualizar sus ventajas competitivas.

Definir las políticas y estrategias de ventas y establecer un sistema de comercialización del servicio además formalizar los acuerdos y compromiso con el cliente.

Planificar y documentar el proceso de realización del servicio en función a las necesidades y proyección de innovación, identificando las etapas, actividades críticas o puntos de control, recursos y responsabilidades.

Tener una evaluación periódica del desempeño del personal y mantener registros de los resultados, como también actividades de motivación y reconocimiento hacia los trabajadores.

CONCLUSIÓN

Se validó la Hipótesis General, ya que existe correlación entre la Norma Andina 0079 en los procesos de la empresa Multiservicios Valver'D SAC y la satisfacción de sus clientes, esto se confirmó usando el coeficiente de correlación lineal de Pearson $r= 0.7114962$, lo que indica que existe una relación significativa positiva entre las dos variables Al regirse de la Norma y darle las mejorar necesarias traerá mejores resultados, tanto para la mayor eficiencia de todo su personal, ya que se llevará a cabo una reorganización sobre funciones, responsabilidad, roles, y todo eso controlado, además tener evaluaciones constantes tanto de las actividades que se realizan como de las necesidades que también exigen los trabajadores para poder realizar sus funciones como deben ser. Todo esto traería consigo la satisfacción de sus clientes, ya que depende de cómo se lleve el proceso para ofrecer el servicio final, y el buen desempeño y compromiso del personal es el punto clave para conseguirlo. Por lo cual se ha analizado que existe correlación entre la Norma Andina en los procesos de la empresa Multiservicios Valver'D SAC con la satisfacción de los clientes.

Se validó la Hipótesis específica 1, ya que existe correlación entre los procesos de dirección y la atención al cliente, esto se confirmó con el coeficiente de correlación lineal de Pearson $r= 0.87463929$, lo que indica que existe una relación fuerte positiva entre las dos dimensiones Si bien la empresa busca una mejora continua ya que es una herramienta

NOTA DE ACCESO:

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos
confidenciales

REFERENCIAS

- Apaolaza, V., Forcada, F. "y" Hartmann, P. (2002). El efecto del posicionamiento en la lealtad del cliente: Un análisis empírico para el caso de Iberdrola. Cuadernos de Gestión, 2(2),103-108.
- Apaolaza, V., Forcada, F. "y" Hartmann, P. (2002). *El efecto del posicionamiento en la lealtad del cliente: Un análisis empírico para el caso de Iberdrola*. Cuadernos de Gestión, 2(2).103-117.
- Arce J., Meléndez A., "y" Villegas E. (2017). *Desarrollo de un sistema integrado de gestión para micro, pequeñas y medianas empresas a partir de la norma inte 01-01-09:2013*. Tec Empresarial,11(2),17-26.
- Arias, A (2010). *La Gestión de los Procesos*. Recuperado de: <https://webs.ucm.es/centros/cont/descargas/documento10142.pdf>
- Benzaquen, J., (2014). *La ISO 9001 y TQM en las empresas latinoamericanas: Perú*. GCG Georgetown University – Universia,8(1), 67-89.
- Bonta, V., y Farber. M, (1960) *199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad*. Grupo Editorial Norma, Pág. 37-178.
- Buendía, E. (Diciembre de 2013). *El papel de la Ventaja Competitiva en el desarrollo económico de los países*. Análisis Económico.
- CAN. (17 de octubre de 2009). *Norma Andina Na0079: Modelo De Gestión Para Micro Empresas Y Pequeñas Empresas (Mypes)*. Recuperado de <http://www.comunidadandina.org/StaticFiles/Reglamentos/NA0079-2009.htm>
- Deinsa.(2000) *Proceso operativo*, Recuperado de https://www.deinsa.com/cmi/module_2_3_1_2.htm
- Deming, W., (1989). *Calidad, productividad y competitividad*. La salida de la crisis. Ediciones Díaz de Santos, 17-131
- Deming. W (1989). *Calidad, Productividad y Competitividad*. Recuperado de: <https://books.google.com.pe>
- Gerónimo, C. (2019). *La atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurant, centro histórico, Trujillo, 2019*. (Tesis Pregrado). Universidad Católica los Ángeles Chimbote, Chimbote, Perú.
- Gutiérrez, H (2010), *Calidad Total y Productividad*. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/tatyanasaltos/calidad-total-y-productividad-3edi-gutierrez>

- Hernández, R (2006). *"Metodología de la Investigación"*. Recuperado de: <https://seminariodemetodologiadelainvestigacion.files.wordpress.com/2012/03/metodolog3ada-de-la-investigacic3b3n-roberto-hernc3a1ndez-sampieri.pdf>
- Kotler, Bloom y Hayes, (2004), *El marketing de servicios profesionales*. Recuperado de: <https://books.google.com.pe>
- Kotler, P., Bloom, P., "y" Hayes, T., (2004). *El marketing de Servicios Profesionales*. Editorial Paidós SAICF, 13(1), 9- 10.
- Krugman, P. (2001) *"El Nuevo Comercio Internacional"*. Recuperado de: <file:///C:/Users/FATIMA/Desktop/Dialnet-PaulKrugmanYEINuevoComercioInternacional-4547087.pdf>
- Lavado, I., & León, B. (2012). *Diagnostico E Implementación De Un Sistema De Gestión De Calidad Basado En La Norma Andina Na: 0079: 2009 Y Sus Efectos En El Desempeño Laboral De Los Trabajadores Y: El Nivel De Satisfacción De Los Clientes De La Empresa Sercon A-1 S.A.C.* (Tesis Pregrado). Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Marx, C, (1963) "El Capital" Tomo I, Editorial Nacional de Cuba, La Habana. Recuperado de <http://www.ataun.eus/bibliotecagratis>
- Porter, M. E. (1999). *La ventaja competitiva de las naciones*. Deusto. Obtenido de <https://www.uic.org.ar/IntranetCompetitividad>.
- Prieto, G. Delgado, A. (2010) FIABILIDAD Y VALIDEZ, Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/778/77812441007.pdf>
- Smith, A. (1790). *La riqueza de las naciones*. Recuperado de: <http://pdfhumanidades.com/sites>
- Stanton, E., "y" Walker (1962,) *Fundamentos de Marketing*, The McGraw-Hill Companies 14(1),3-687.
- Tinedo, A. (2018). *Implementación de un sistema de gestión de calidad bajo el enfoque de la norma na 0079:2009 para la empresa servicios de WIRELINE PERÚ S.R.L.* (Tesis Pregrado). Universidad Nacional de Piura, Piura, Perú.
- Alet, J. (2000). *Marketing Relacional*. Ediciones DEUSTO.

ANEXOS

ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
1. Problema General:	1. Objetivo General:	1. Hipótesis General:	cuantitativa	1. Tipo de Investigación Descriptiva-correlacional 2. Método: Cuantitativo 3. Universo: MULTISERVICIOS VALVER'D SAC 4. Población: Gerente y Directivos de la empresa MULTISERVICIOS VALVER'D SAC y clientes 5. Técnicas: encuesta 6. Instrumentos: encuesta 7. Indicadores: Procesos de dirección, Procesos de apoyo, procesos operativos, satisfacción del cliente
¿La Norma Andina NA: 0079 en los procesos de la empresa MULTISERVICIOS VALVER'D SAC, ubicada en el Porvenir se correlaciona con la satisfacción de los clientes, Trujillo 2020?	Determinar si la norma Andina NA: 0079 en los procesos de la empresa MULTISERVICIOS VALVER'D SAC, ubicada en el Porvenir tiene correlación con la satisfacción de los clientes, Trujillo 2020.	La norma Andina NA: 0079 en los procesos de la empresa MULTISERVICIOS VALVER'D SAC, ubicada en el Porvenir, se correlaciona de manera positiva-media con la satisfacción de los clientes, Trujillo 2020	NORMA ANDINA 0079 EN LOS PROCESOS DE LA EMPRESA	
2. Problemas Específicos:	2. Objetivos Específicos	2. Hipótesis específica	Cuantitativa	
<p>¿Los Procesos de Dirección de la empresa MULTISERVICIOS VALVER'D SAC, ubicada en el Porvenir se correlacionan con la atención al cliente, Trujillo 2020?</p> <p>¿Los Procesos Operativos de la empresa MULTISERVICIOS VALVER'D SAC, ubicada en el Porvenir, se correlacionan con el servicio al cliente, Trujillo 2020?</p> <p>¿Los Procesos de Apoyo de la empresa MULTISERVICIOS VALVER'D SAC, ubicada en el Porvenir se correlacionan con el producto/servicio, Trujillo 2020?</p>	<p>Objetivo Específico 1: Determinar si los Procesos de Dirección de la empresa MULTISERVICIOS VALVER'D SAC, ubicada en el Porvenir se correlacionan con la atención al cliente, Trujillo 2020.</p> <p>Objetivo Específico 2: Determinar si los Procesos Operativos de la empresa MULTISERVICIOS VALVER'D SAC, ubicada en el Porvenir, se correlacionan con el servicio al cliente, Trujillo 2020.</p> <p>Objetivo Específico 3: Determinar si los Procesos de Apoyo de la empresa MULTISERVICIOS VALVER'D SAC, ubicada en el Porvenir se correlacionan con el producto/servicio, Trujillo 2020.</p>	<p>Los Procesos de Dirección de la empresa MULTISERVICIOS VALVER'D SAC, ubicada en el Porvenir se correlacionan de manera positiva-fuerte con la atención al cliente, Trujillo 2020.</p> <p>Determinar si los Procesos Operativos de la empresa MULTISERVICIOS VALVER'D SAC, ubicada en el Porvenir, se correlacionan de manera-positiva. Fuerte con el servicio al cliente, Trujillo 2020.</p> <p>Determinar si los Procesos de Apoyo de la empresa MULTISERVICIOS VALVER'D SAC, ubicada en el Porvenir se correlacionan de manera positiva- moderada con el producto/servicio, Trujillo 2020.</p>	SARTISFACCIÓN DE LOS CLIENTES	

ANEXO 02: CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLE	TIPO DE VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	CATEGORÍAS O DIMENSIONES	DEFINICIÓN	INDICADOR	NIVEL DE MEDICIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR
NORMA ANDINA NA: 0079 EN LOS PROCESOS DE LA EMPRESA	Cuantitativa	CAN (2009) Permite demostrar la capacidad de cumplir las exigencias del mercado y los requisitos reglamentarios aplicables; además fortalecer su competitividad, teniendo en cuenta el nivel de satisfacción de los clientes y la mejora continua	Implementar un sistema de gestión en micro empresas y pequeñas empresas de cualquier sector económico, tanto de bienes como de servicios	PROCESO DE DIRECCIÓN	El compromiso de la Alta dirección es determinante para esta etapa y el éxito del Proyecto. Aquí se definen las políticas, valores y objetivos empresariales.	Porcentaje de cumplimiento de la planificación y dirección de las estrategias.	Ordinal	Nivel	Del 1 al 5
						Porcentaje de cumplimiento en el progreso continuo, en base a las evaluaciones anteriores de gestión.	Ordinal	Nivel	Del 1 al 5
				PROCESO OPERATIVO	El propósito de esta etapa es formalizar la manera en que se producen los productos o servicios. Se analizan los riesgos, requisitos, actividades, controles y mediciones para garantizar productos y servicios de calidad constante.	Porcentaje de cumplimiento de las estrategias basadas en información del mercado objetivo y políticas de venta.	Ordinal	Nivel	Del 1 al 5
						Porcentaje de cumplimiento de la planificación del proceso de realización del producto.	Ordinal	Nivel	Del 1 al 5
						Porcentaje de cumplimiento en la evaluación y ejecución del diseño y desarrollo de productos.	Ordinal	Nivel	Del 1 al 5
						Porcentaje de cumplimiento en la definición y documentación del proceso de compra y almacenamiento.	Ordinal	Nivel	Del 1 al 5
						Porcentaje de cumplimiento en la definición de las etapas y programa de producción.	Ordinal	Nivel	Del 1 al 5
						PROCESO DE APOYO	Centrados en dar soporte a los procesos operativos. Formalizando el reclutamiento, la contratación, las hojas de vida, las competencias, la inducción, la evaluación de desempeño y capacitación.	Porcentaje de cumplimiento en la evaluación y documentación del proceso de gestión humana.	Ordinal
				Porcentaje de cumplimiento en la documentación requerida, además registro y almacenamiento de estos.	Ordinal			Nivel	Del 1 al 5
				Porcentaje de cumplimiento con la documentación e identificación de la situación financiera de la empresa	Ordinal			Nivel	Del 1 al 5
				Porcentaje de cumplimiento en la verificación y planificación de estrategias para el mantenimiento de los recursos físicos de la empresa	Ordinal			Nivel	Del 1 al 5
				SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES	Cuantitativa	Philip Kotler (2001) Es el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de componer el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas. La lealtad de un cliente nace cuando este se encuentra satisfecho con los servicios y productos.	Valoración de sus clientes en el momento y lugar correcto sobre sus experiencias de compra. La ejecución en tiempo real de las mediciones permite conocer los comentarios de estos sobre los puntos conflictivos durante el proceso.	ATENCIÓN AL CLIENTE	Contribuye a realizar las previsiones de venta e interviene en el control y seguimiento de la red de ventas.
SERVICIO AL CLIENTE	Los métodos que emplea una empresa para ponerse en contacto con su clientela, para garantizar entre otras cosas que el bien o servicio ofrecido llegue a sus consumidores y sea empleado de manera correcta.	Porcentaje de valoración positiva de clientes con respecto a la rapidez del servicio	Ordinal					Nivel	Del 1 al 5
		Porcentaje de valoración positiva de los clientes sobre los conocimientos de los colaboradores	Ordinal					Nivel	Del 1 al 5
		Porcentaje de valoración positiva de clientes que consideran que la empresa brinda soluciones a sus problemas de forma rápida y eficiente.	Ordinal					Nivel	Del 1 al 5
PRODUCTO/SERVICIO	Resultado de un proceso, puede ser un servicio, Software o materiales procesados.	Porcentaje de valoración positiva de clientes sobre la presentación del producto o servicio final	Ordinal					Nivel	Del 1 al 5
		Porcentaje de valor positiva de clientes sobre el cumplimiento de las características y requisitos pactados.	Ordinal					Nivel	Del 1 al 5
		Porcentaje de valoración positiva de clientes sobre la mejora e innovación de empresa.	Ordinal					Nivel	Del 1 al 5

ANEXO 03: CUESTIONARIOS DE SATISFACIÓN DE LOS CLIENTES

SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

Esta encuesta nos ayudará con la investigación y análisis de la situación actual de la empresa con respecto a la satisfacción de sus clientes, y poder mejorar los procesos dentro de esta.

A continuación, se le presentaran 9 preguntas referentes al servicio que ofrece la empresa, donde tendrá que escoger entre las 5 opciones de acuerdo a su experiencia. (Marca con X dentro de la casilla)

Responda con sinceridad, esta encuesta será de manera anónima.

¡¡Gracias por su apoyo y tiempo brindado!!

PREGUNTAS	MUY MALA	MALA	REGULAR	BUENO	MUY BUENO
¿Cómo evaluaría la innovación y desarrollo de la empresa, con respecto a nuevos servicios o procesos?					
¿Cómo definiría la reacción y solución de la empresa frente a una queja, preguntas o dudas?					
¿Cómo evaluaría la respuesta a una sugerencia para mejora de la empresa? (lo han tomado en cuenta o no)					
¿Cómo evaluaría la calidad del servicio que recibe?					
¿Cómo definiría la adaptación a sus necesidades como cliente de nuestra empresa?					
¿Cómo calificaría la claridad sobre la información que se le proporciona al cliente?					
Cómo evaluaría al servicio, al momento de cumplir con las indicaciones o requisitos pactados					
¿Cómo evaluaría la experiencia que muestran los trabajadores de cada área?					
¿Cómo evalúa el tiempo y la rapidez al recibir algún servicio de la empresa?					

ANEXO 04: CUESTIONARIO AL GERENTE GENERAL, JEFE DE VENTAS Y LIDER DE OPERARIOS.

Por favor, dedique unos momentos a completar este cuestionario. La información que nos proporcione servirá para el proyecto "La Norma Andina NA 0079 en la mejora de los procesos de la empresa Multiservicios Valver'D y su correlación con la satisfacción del cliente, Trujillo 2020"

PREGUNTAS	SE REALIZA SIEMPRE	SE REALIZA EN OCASIONES	SE REALIZA EN LA MAYORÍA	SE REALIZA PARCIAL	NO SE REALIZA
¿Se llevan a cabo estrategias organizacionales por la dirección?					
¿Están los procesos orientados a los clientes obteniendo información de éstos midiendo su grado de satisfacción con respecto a la empresa?					
¿Impulsa la dirección actividades de mejora continua dentro de la empresa, con clientes, proveedores y otras entidades externas?					
¿Están establecidos y controlados los documentos del proceso de realización de los servicios?					
¿Se dispone de una financiación eficiente utilizando los recursos financieros para apoyar los planes de la organización?					
¿Existe un sistema de información documentado en que todas las personas dispongan de la información adecuada para realizar su trabajo y se garantiza la precisión de la misma así como su adecuación en los procesos correspondiente?					
¿Se mide de forma sistemática la satisfacción del personal teniendo en cuenta sus necesidades, expectativas tales como ambiente de trabajo, comunicación, formación, reconocimiento, etc.?					
¿Reconoce la dirección los logros y el compromiso del personal que se esfuerzan en mejorar dentro de la empresa?					
¿Se realizan evaluaciones de desempeño para el personal sobre el rendimiento y las necesidades de desarrollo de todas las personas?					

ANEXO 03: FICHA DE DIAGNOSTICO DE LA NA 0079

Apoyo para poder dar recomendaciones a la empresa

PROCESO	INDICADORES	DIAGNOSTICO	CUMPLE	CASI CUMPL E	NO CUMPL E	
PROCESO DE DIRECCION	Cumplimiento de la planificación y dirección de las estrategias.	Cuenta con una estrategia organizacional orientada a la satisfacción del cliente y a la mejora continua.		<input type="radio"/>		
		Cuenta con procedimientos para evaluar la capacidad de cumplir con los requisitos legales y reglamentarios			<input type="radio"/>	
		La dirección define y planifica sus procesos, considerando que éstos son de dirección, operacionales y de apoyo			<input type="radio"/>	
		Los objetivos, las interacciones, los requisitos y las responsabilidades de cada proceso están definidos y documentados			<input type="radio"/>	
		Los procesos de la organización son suficientes y coherentes con la estrategia organizacional que se determine.		<input type="radio"/>		
	Cumplimiento en el progreso continuo, en base a las evaluaciones anteriores de gestión.	Analiza y evalúa el cumplimiento de la estrategia organizacional, incluyendo el uso de indicadores.				<input type="radio"/>
		Analiza y evalúa la satisfacción de sus clientes constantemente.				<input type="radio"/>
		Analiza el desempeño de los procesos para la organización y evalúa la implementación de mecanismos de control necesarios para la mejora continua de los procesos				<input type="radio"/>
		La dirección implementa proyectos para mejorar el desempeño				<input type="radio"/>
		Planea acciones correctivas para eliminar o evitar las causas de los problemas detectados			<input type="radio"/>	
RESULTADOS			0%	15 %	0%	

PROCESO	INDICADORES	DIAGNOSTICO	CUMPLE 10 %	CASI CUMPLE 5 %	NO CUMPLE 0 %	
PROCESO OPERATIVO	Cumplimiento de las estrategias basadas en información del mercado objetivo y políticas de venta	La empresa identifica el mercado objetivo, investiga las necesidades y expectativas del mercado objetivo y analiza la competencia para determinar las ventajas competitivas.	<input type="radio"/>			
		Define las políticas y estrategias de ventas; establece el sistema de comercialización de producto y formaliza los acuerdos y compromisos con los clientes		<input type="radio"/>		
	Cumplimiento de la planificación del proceso de realización del producto.	La empresa define y documenta las especificaciones, teniendo en cuenta las necesidades del mercado, los requisitos técnicos y las necesidades del cliente, aspectos legales y reglamentarios de los productos			<input type="radio"/>	
		Planifica y documenta el proceso de realización del producto en función de las necesidades de los procesos y de las proyecciones de innovación, identificando las etapas, actividades críticas o los puntos de control, recursos y responsables.				<input type="radio"/>

	Cumplimiento en la evaluación y ejecución del diseño y desarrollo de productos.	La empresa documenta y ejecuta un plan de diseño que incluya: objetivo del diseño, etapas, cronograma, responsabilidades, recursos y resultados esperados de cada etapa.			<input type="radio"/>
		En la ejecución del plan de diseño, se realizan registros de revisión de cada etapa frente a los objetivos del diseño, verificación y validación de los resultados finales del mismo.			<input type="radio"/>
	Cumplimiento en la definición y documentación del proceso de compra y almacenamiento.	Define y documenta el proceso de compra, las especificaciones y las necesidades o requerimientos del producto, además de los criterios de selección de proveedores y registro de su cumplimiento			<input type="radio"/>
		Define y mantiene las condiciones adecuadas de almacenamiento para la preservación y conservación de los productos adquiridos.	<input type="radio"/>		
	Cumplimiento en la definición de las etapas y programa de producción.	La empresa establece un programa de producción de bienes o de prestación del servicio documentado.			<input type="radio"/>
		Definir las etapas del proceso productivo, de los métodos de control de proceso, de la validación del proceso productivo y del control de los inventarios de materia prima.			<input type="radio"/>
RESULTADOS			20 %	15 %	0%

PROCESO	INDICADORES	DIAGNOSTICO	CUMPLE 10 %	CASI CUMPLE 5 %	NO CUMPLE 0 %	
PROCESO DE APOYO	Cumplimiento en la evaluación y documentación del proceso de gestión humana.	Cuenta con un proceso de gestión humana donde define las funciones y responsabilidades, necesidades de competencia.			<input type="radio"/>	
		Establecer, define y documenta los procedimientos de selección, contratación, capacitación o entrenamiento, de acuerdo con sus necesidades.		<input type="radio"/>		
		Evalúa periódicamente el desempeño del personal y mantiene registros, de los resultados			<input type="radio"/>	
	Cumplimiento en la documentación requerida, además registro y almacenamiento de estos.	Los documentos requeridos por la norma y los que la empresa determine o la ley se lo exija como necesarios, están formalmente aprobados por la autoridad, vigentes y disponibles para su consulta y aplicación por las personas que lo requieran.			<input type="radio"/>	
		Los registros que evidencian la operación conforme y eficaz del sistema de gestión frente a los requisitos de esta norma, y los que la empresa determine como necesarios, son legibles, identificables y recuperables, además están almacenados en forma segura y ordenada durante el tiempo de conservación que se defina en la empresa o defina la ley			<input type="radio"/>	
	Cumplimiento con la documentación e identificación de la situación financiera de la empresa	La empresa cuenta con información actualizada sobre la identificación de riesgos, los costos de sus bienes o servicios y los informes periódicos de la situación financiera, oportunos y confiables			<input type="radio"/>	
		Tiene identificado el nivel mínimo de operación (punto de equilibrio) para no generar pérdidas.			<input type="radio"/>	
	Cumplimiento en la verificación y planificación de estrategias, para el mantenimiento de los recursos físicos de la empresa	Dispone de una infraestructura, maquinaria y equipos en condiciones necesarias para cumplir los requisitos de los procesos de los productos			<input type="radio"/>	
		Determina y planifica el mantenimiento de la infraestructura y de los equipos que le permitan su funcionamiento adecuado			<input type="radio"/>	
		Verificar y calibrar los equipos de medición y los correspondientes registros.			<input type="radio"/>	
	RESULTADOS			0 %	25 %	0%

ANEXO 04: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

1° VALIDACION: EVALUADOR AVENDAÑO DELGADO, ENRIQUE M.

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

Instrucciones: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A= Adecuado / PA= Poco adecuado / NA= No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

Nº	Preguntas Items	Valoración					Observaciones
		MA	BA	A	PA	NA	
1	¿Cómo definiría la actitud en el área de recepción al cliente?	X					
2	¿Cómo le parece el aspecto profesional de nuestra compañía?	X					
3	¿Cómo evaluaría al representante de nuestro servicio al cliente con respecto a sus conocimientos?		X				el desempeño
4	¿Cómo calificaría la claridad sobre la información que se le proporciona al cliente?	X					
5	¿Cómo evaluaría la disposición en ayudar a los clientes, de los trabajadores?	X					
6	¿Cómo evaluaría el nivel de confianza que muestran nuestros trabajadores?	X					
7	¿Cómo calificaría la explicación de los términos del financiamiento y los pagos?	X					
8	¿Cómo calificaría el horario de atención al público?	X					
9	¿Cómo evaluaría el lugar de espera o recepción? (mobiliario adecuado)	X					
10	¿Cómo evaluaría la respuesta a una sugerencia para mejora de la empresa? (lo han tomado en cuenta o no)	X					
11	¿Cómo definiría la facilidad contactarnos y comunicarse con nosotros?	X					
12	¿Cómo definiría la reacción y solución de la empresa frente a una queja, preguntas o dudas?	X					
13	¿Cómo evalúa el tiempo y la rapidez al recibir algún servicio de la empresa?	X					
14	¿Cómo evaluaría la calidad del servicio que recibe?						
15	¿Cómo evaluaría el desempeño de los trabajadores de cada área de la empresa?	X					
16	¿Cómo evaluaría la experiencia que muestran los trabajadores de cada área?	X					
17	¿Cómo evaluaría la infraestructura del lugar de operación (laser, cambrado, empedrado)?	X					
18	¿Cómo evaluaría las máquinas utilizadas para ofrecer el servicio? (realizan lo que necesita, son las adecuadas)	X					
19	¿Cómo evaluaría las medidas de protección tanto hacia los clientes como trabajadores?	X					
20	¿Cómo evaluaría el servicio en general en comparación con la competencia?	X					
21	¿Cómo evaluaría al servicio, al momento de cumplir con las indicaciones o requisitos pactados?	X					
22	¿Cómo evaluaría el empaque o modo de entrega?	X					
23	¿Cómo definiría la adaptación a sus necesidades como cliente de nuestra empresa?	X					
24	¿Cómo evalúa la relación precio - calidad?	X					

UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE							
25	¿Cómo calificaría el precio de nuestro servicio a comparación de la competencia?		X				cambiar evaluación
26	¿Cómo evaluaría el proceso de entrega del servicio o producto?	X					
27	¿Cómo evaluaría la innovación y desarrollo de la empresa, con respecto a nuevos servicios o procesos?		X				cambiar evaluación
28	¿Cómo nos calificaría al recomendarnos con otros clientes, que busquen los mismos servicios?	Y					
29	¿Cómo evaluaría de manera general, la entrega final del servicio o producto?	X					
30	¿Cómo calificaría la calidad de nuestros servicios en comparación con las compañías de competencia?	X					
Total:		27	3	0	0	0	

Evaluado por: (Apellidos y nombres) Avendaño Delgado Enrique M.

D.N.I.: 18087740 Fecha: 22/04/2020 Firma: [Firma]

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Enrique Avendaño Delgado, con Documento Nacional de Identidad N° 18087740, de profesión Ing Industrial, grado académico Magister, con código de colegiatura 77891, labor que ejerzo actualmente como Docente Universitario, en la Institución Universidad Privada del Norte

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento Cuestionario de Satisfacción de los Clientes, denominado _____, cuyo propósito es medir la Satisfacción de los Clientes, a los efectos de su aplicación a los Clientes, de la Institución Multiservicios Valver'D SAC

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.	X				

Amplitud del contenido a evaluar.	X				
Congruencia con los indicadores.	X				
Coherencia con las dimensiones.	X				
Nivel de aporte parcial:	X				
Puntaje total: (máximo 24 puntos)	15				No aporta

Apreciación total: (16) puntos No aporta: ()

Trujillo, a los 22 días del mes de Abril del 2020

Apellidos y nombres: Emique Avendaño Drg DNI: 18087740 Firma: Eto

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

Instrucciones: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A = Adecuado / PA= Poco adecuado / NA= No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

N°	Preguntas Items	Valoración					Observaciones
		MA	BA	A	PA	NA	
1	¿Se llevan a cabo estrategias organizacionales por la dirección?	X					
2	¿Están los procesos orientados a los clientes obteniendo información de éstos midiendo su grado de satisfacción con respecto a la empresa?	X					
3	¿Impulsa la dirección actividades de mejora continua dentro de la empresa, con clientes, proveedores y otras entidades externas?	X					
4	¿Están establecidos y controlados los documentos del proceso de realización de los servicios?	X					
5	¿Se dispone de una financiación eficiente utilizando los recursos financieros para apoyar los planes de la organización?	X					
6	¿Existe un sistema de información documentado en que todas las personas dispongan de la información adecuada para realizar su trabajo y se garantiza la precisión de la misma así como su adecuación en los procesos correspondiente?	X					
7	¿Se llevan a cabo estrategias organizacionales por la dirección?	X					
8	¿Están los procesos orientados a los clientes obteniendo información de éstos midiendo su grado de satisfacción con respecto a la empresa?	X					
9	¿Impulsa la dirección actividades de mejora continua dentro de la empresa, con clientes, proveedores y otras entidades externas?	X					
Total:		9	0	0	0	0	

Evaluated por: (Apellidos y nombres)

D.N.I.: 18087740

Fecha: 22/Abr/2020

Firma: Eto

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Enrique Arendano Dlgado, con Documento
Nacional de Identidad N° 18087740, de profesión Ing. Indust:al,
grado académico Magister, con código de
colegiatura 77891, labor que ejerzo actualmente como
Docente Universitario, en la Institución
UPN

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento
Cuestionario al Gerente General y Jefe de Ventas, denominado
Cuestionario al Gerente General y Jefe de Ventas, cuyo propósito es
medir Conocimiento Norma Andina N0079 a los efectos de su aplicación a
Gerente de Ventas y Gerente General, de la Institución
Multiservicios Valver'D SAC

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes
apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.	X				
Amplitud del contenido a evaluar.	X				
Congruencia con los indicadores.	X				
Coherencia con las dimensiones.	✓				
Nivel de aporte parcial:	X				
Puntaje total: (máximo 24 puntos)	15			No aporta	

Apreciación total: (16) puntos No aporta: ()

Trujillo, a los 22 días del mes de abril del 2020

Apellidos y nombres: Enrique Arendano Dlgado DNI: 18087740 Firma: EC

2° VALIDACION: EVALUADOR MANTILLA RODRIGUEZ, LUIS ALFREDO

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

Instrucciones: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= *Muy adecuado* / BA= *Bastante adecuado* / A = *Adecuado* / PA= *Poco adecuado* / NA= *No adecuado*

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

Preguntas		Valoración					Observaciones
Nº	Items	MA	BA	A	PA	NA	
1	¿Cómo definiría la actitud en el área de recepción al cliente?		X				
2	¿Cómo le parece el aspecto profesional de nuestra compañía?		X				
3	¿Cómo evaluaría al representante de nuestro servicio al cliente con respecto a sus conocimientos?		X				
4	¿Cómo calificaría la claridad sobre la información que se le proporciona al cliente?		X				
5	¿Cómo evaluaría la disposición en ayudar a los clientes, de los trabajadores?		X				
6	¿Cómo evaluaría el nivel de confianza que muestran nuestros trabajadores?		X				
7	¿Cómo calificaría la explicación de los términos del financiamiento y los pagos?		X				
8	¿Cómo calificaría el horario de atención al público?		X				
9	¿Cómo evaluaría el lugar de espera o recepción? (mobiliario adecuado)		X				
10	¿Cómo evaluaría la respuesta a una sugerencia para mejora de la empresa? (lo han tomado en cuenta o no)		X				
11	¿Cómo definiría la facilidad contactarnos y comunicarse con nosotros?		X				
12	¿Cómo definiría la reacción y solución de la empresa frente a una queja, preguntas o dudas?		X				
13	¿Cómo evalúa el tiempo y la rapidez al recibir algún servicio de la empresa?		X				
14	¿Cómo evaluaría la calidad del servicio que recibe?		X				
15	¿Cómo evaluaría el desempeño de los trabajadores de cada área de la empresa?		X				
16	¿Cómo evaluaría la experiencia que muestran los trabajadores de cada área?		X				
17	¿Cómo evaluaría la infraestructura del lugar de operación (laser, cambrado, empedrado)?		X				
18	¿Cómo evaluaría las máquinas utilizadas para ofrecer el servicio? (realizan lo que necesita, son las adecuadas)		X				
19	¿Cómo evaluaría las medidas de protección tanto hacia los clientes como trabajadores?		X				
20	¿Cómo evaluaría el servicio en general en comparación con la competencia?		X				
21	¿Cómo evaluaría al servicio, al momento de cumplir con las indicaciones o requisitos pactados?		X				
22	¿Cómo evaluaría el empaque o modo de entrega?		X				
23	¿Cómo definiría la adaptación a sus necesidades como cliente de nuestra empresa?		X				
24	¿Cómo evalúa la relación precio – calidad?		X				
25	¿Cómo calificaría el precio de nuestro servicio a comparación de la competencia?		X				
26	¿Cómo evaluaría el proceso de entrega del servicio o producto?		X				
27	¿Cómo evaluaría la innovación y desarrollo de la empresa, con respecto a nuevos servicios o procesos?		X				
28	¿Cómo nos calificaría al recomendarnos con otros clientes, que busquen los mismos servicios?		X				
29	¿Cómo evaluaría de manera general, la entrega final del servicio o producto?		X				
30	¿Cómo calificaría la calidad de nuestros servicios en comparación con las compañías de competencia?		X				
Total:							

Evaluado por: (Apellidos y nombres) : MANTILLA RODRIGUEZ LUIS ALFREDO

D.N.I.: 18066188

Fecha: 23 ABRIL 2020

Firma:



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, LUIS ALFREDO MANTILLA RODRIGUEZ, con Documento Nacional de Identidad N° 18066188, de profesión ING. INDUSTRIAL, grado académico MAESTRO, con código de colegiatura 193995, labor que ejerzo actualmente como DOCENTE TIEMPO COMPLETO, en la Institución UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE SAC

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento CUESTIONARIO, denominado CUESTIONARIO DE SATISFACCION DE LOS CLIENTES, cuyo propósito es medir LA SATISFACCION DE LOS CLIENTES, a los efectos de su aplicación a clientes de la empresa, de la Institución MULTISERVICIOS VALVER'D SAC

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.	X				
Amplitud del contenido a evaluar.	X				
Congruencia con los indicadores.	X				
Coherencia con las dimensiones.	X				
Nivel de aporte parcial:	X			No aporta	
Puntaje total: (máximo 24 puntos)	15				

Apreciación total: (15) puntos No aporta: ()

Trujillo, a los 23 días del mes de ABRIL del 2020

Apellidos y nombres: MANTILLA RODRIGUEZ LUIS ALFREDO DNI: 18066188 Firma:



JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

Instrucciones: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A = Adecuado / PA= Poco adecuado / NA= No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

Preguntas		Valoración					Observaciones
Nº	Items	MA	BA	A	PA	NA	
1	¿Se llevan a cabo estrategias organizacionales por la dirección?	X					
2	¿Están los procesos orientados a los clientes obteniendo información de éstos midiendo su grado de satisfacción con respecto a la empresa?		X				
3	¿Impulsa la dirección actividades de mejora continua dentro de la empresa, con clientes, proveedores y otras entidades externas?	X					
4	¿Están establecidos y controlados los documentos del proceso de realización de los servicios?	X					
5	¿Se dispone de una financiación eficiente utilizando los recursos financieros para apoyar los planes de la organización?	X					
6	¿Existe un sistema de información documentado en que todas las personas dispongan de la información adecuada para realizar su trabajo y se garantiza la precisión de la misma, así como su adecuación en los procesos correspondiente?	X					
7	¿Se mide de forma sistemática la satisfacción del personal teniendo en cuenta sus necesidades, expectativas tales como ambiente de trabajo, comunicación, formación, reconocimiento, etc.?	X					
8	¿Reconoce la dirección los logros y el compromiso del personal que se esfuerzan en mejorar dentro de la empresa?	X					
9	¿Se realizan evaluaciones de desempeño para el personal sobre el rendimiento y las necesidades de desarrollo de todas las personas?		X				
Total:		7	2	0	0	0	

Evaluado por: (Apellidos y nombres) : MANTILLA RODRIGUEZ LUIS ALFREDO

D.N.I.: 18066188

Fecha: 23 ABRIL 2020

Firma:



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, LUIS ALFREDO MANTILLA RODRIGUEZ, con Documento Nacional de Identidad Nº 18066188, de profesión ING. INDUSTRIAL, grado académico MAESTRO, con código de colegiatura 193995, labor que ejerzo actualmente como DOCENTE TIEMPO COMPLETO, en la Institución UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE SAC

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento CUESTIONARIO, denominado CUESTIONARIO AL GERENTE GENERAL Y JEFE DE VENTAS, cuyo propósito es medir los conocimientos sobre la Norma Andina NA0079 y si se rigen por esta sus procesos operativos, de dirección y apoyo de la empresa, a los efectos de su aplicación al Gerente general y Jefe de ventas, de la Institución MULTISERVICIOS VALVER'D SAC

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.	X				
Amplitud del contenido a evaluar.	X				
Congruencia con los indicadores.	X				
Coherencia con las dimensiones.	X				
Nivel de aporte parcial:	X			No aporta	
Puntaje total: (máximo 24 puntos)	15				

Apreciación total: (15) puntos **No aporta:** ()

Trujillo, a los 23 días del mes de ABRIL del 2020

Apellidos y nombres: MANTILLA RODRIGUEZ LUIS ALFREDO DNI: 18066188 Firma: 

3° VALIDACIÓN : EVALUADOR QUIROZ VELIZ, LUIS ENRIQUE

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

Instrucciones: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= *Muy adecuado* / BA= *Bastante adecuado* / A = *Adecuado* / PA= *Poco adecuado* / NA= *No adecuado*

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

Preguntas		Valoración					Observaciones
Nº	Items	MA	BA	A	PA	NA	
1	¿Se llevan a cabo estrategias organizacionales por la dirección?		X				
2	¿Están los procesos orientados a los clientes obteniendo información de éstos midiendo su grado de satisfacción con respecto a la empresa?		X				
3	¿Impulsa la dirección actividades de mejora continua dentro de la empresa, con clientes, proveedores y otras entidades externas?	X					
4	¿Están establecidos y controlados los documentos del proceso de realización de los servicios?		X				
5	¿Se dispone de una financiación eficiente utilizando los recursos financieros para apoyar los planes de la organización?		X				

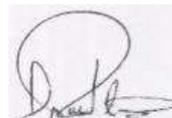
6	¿Existe un sistema de información documentado en que todas las personas dispongan de la información adecuada para realizar su trabajo y se garantiza la precisión de la misma, así como su adecuación en los procesos correspondiente?	X					
7	¿Se mide de forma sistemática la satisfacción del personal teniendo en cuenta sus necesidades, expectativas tales como ambiente de trabajo, comunicación, formación, reconocimiento, etc.?		X				
8	¿Reconoce la dirección los logros y el compromiso del personal que se esfuerzan en mejorar dentro de la empresa?		X				
9	¿Se realizan evaluaciones de desempeño para el personal sobre el rendimiento y las necesidades de desarrollo de todas las personas?		X				
Total:		2	7	0	0	0	

Evaluado por: (Apellidos y nombres) QUIROZ VELIZ, LUIS ENRIQUE

D.N.I.: 17806730

Fecha: 30 de Abril 2020

Firma:



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, __LUIS ENRIQUE QUIROZ VELIZ, con Documento Nacional de Identidad N° 17806730, de profesión INGENIERO INDUSTRIAL, grado académico MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES, con código de colegiatura CIP 42056, labor que ejerzo actualmente como DOCENTE A TIEMPO COMPLETO, en la Institución UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento CUESTIONARIO, denominado CUESTIONARIO AL GERENTE GENERAL Y JEFE DE VENTAS, cuyo propósito es medir los conocimientos sobre la Norma Andina NA0079 y si se rigen por esta sus procesos operativos, de dirección y apoyo de la empresa, a los efectos de su aplicación al Gerente general y Jefe de ventas, de la Institución MULTISERVICIOS VALVER'D SAC

Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.	X				
Amplitud del contenido a evaluar.	X				
Congruencia con los indicadores.	X				

Coherencia con las dimensiones.		X			
Nivel de aporte parcial:		X			
Puntaje total: (máximo 24 puntos)	13				No aporta

Apreciación total: (13) puntos No aporta: ()

Trujillo, a los _30 días del mes de Abril del 2020.



Apellidos y nombres: Quiroz Veliz, Luis Enrique DNI: 17806730 Firma:

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

Instrucciones: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondiente al aspecto cualitativo que según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A = Adecuado / PA= Poco adecuado / NA= No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

Preguntas		Valoración					Observaciones
Nº	Items	MA	BA	A	PA	NA	
1	¿Cómo definiría la actitud en el área de recepción al cliente?		X				
2	¿Cómo le parece el aspecto profesional de nuestra compañía?		X				
3	¿Cómo evaluaría al representante de nuestro servicio al cliente con respecto a sus conocimientos?		X				
4	¿Cómo calificaría la claridad sobre la información que se le proporciona al cliente?		X				
5	¿Cómo evaluaría la disposición en ayudar a los clientes, de los trabajadores?		X				
6	¿Cómo evaluaría el nivel de confianza que muestran nuestros trabajadores?		X				
7	¿Cómo calificaría la explicación de los términos del financiamiento y los pagos?		X				
8	¿Cómo calificaría el horario de atención al público?		X				
9	¿Cómo evaluaría el lugar de espera o recepción? (mobiliario adecuado)		X				
10	¿Cómo evaluaría la respuesta a una sugerencia para mejora de la empresa? (lo han tomado en cuenta o no)		X				
11	¿Cómo definiría la facilidad contactarnos y comunicarse con nosotros?		X				
12	¿Cómo definiría la reacción y solución de la empresa frente a una queja, preguntas o dudas?		X				
13	¿Cómo evalúa el tiempo y la rapidez al recibir algún servicio de la empresa?		X				
14	¿Cómo evaluaría la calidad del servicio que recibe?		X				
15	¿Cómo evaluaría el desempeño de los trabajadores de cada área de la empresa?		X				
16	¿Cómo evaluaría la experiencia que muestran los trabajadores de cada área?		X				
17	¿Cómo evaluaría la infraestructura del lugar de operación (laser, cambrado, empedrado)?		X				
18	¿Cómo evaluaría las maquinas utilizadas para ofrecer el servicio? (realizan lo que necesita, son las adecuadas)		X				
19	¿Cómo evaluaría las medidas de protección tanto hacia los clientes como trabajadores?		X				
20	¿Cómo evaluaría el servicio en general en comparación con la competencia?		X				
21	¿Cómo evaluaría al servicio, al momento de cumplir con las indicaciones o requisitos pactados?		X				
22	¿Cómo evaluaría el empaque o modo de entrega?		X				

23	¿Cómo definiría la adaptación a sus necesidades como cliente de nuestra empresa?		X				
24	¿Cómo evalúa la relación precio – calidad?		X				
25	¿Cómo calificaría el precio de nuestro servicio a comparación de la competencia?		X				
26	¿Cómo evaluaría el proceso de entrega del servicio o producto?		X				
27	¿Cómo evaluaría la innovación y desarrollo de la empresa, con respecto a nuevos servicios o procesos?		X				
28	¿Cómo nos calificaría al recomendarnos con otros clientes, que busquen los mismos servicios?		X				
29	¿Cómo evaluaría de manera general, la entrega final del servicio o producto?		X				
30	¿Cómo calificaría la calidad de nuestros servicios en comparación con las compañías de competencia?		X				
Total:		0	30	0	0	0	

Evaluado por: (Apellidos y nombres) QUIROZ VELIZ, LUIS ENRIQUE

D.N.I.: 17806730

Fecha: 30 de Abril 2020

Firma:



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, LUIS ENRIQUE QUIROZ VELIZ, con Documento Nacional de Identidad N° 17806730, de profesión INGENIERO INDUSTRIAL, grado académico MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES, con código de colegiatura CIP 42056, labor que ejerzo actualmente como DOCENTE A TIEMPO COMPLETO, en la Institución UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento CUESTIONARIO, denominado CUESTIONARIO DE SATISFACCION DE LOS CLIENTES, cuyo propósito es medir LA SATISFACCION DE LOS CLIENTES, a los efectos de su aplicación a clientes de la empresa, de la Institución MULTISERVICIOS VALVER'D SAC Luego de hacer las observaciones pertinentes a los ítems, concluyo en las siguientes apreciaciones.

Criterios evaluados	Valoración positiva			Valoración negativa	
	MA (3)	BA (2)	A (1)	PA	NA
Calidad de redacción de los ítems.	X				
Amplitud del contenido a evaluar.	X				
Congruencia con los indicadores.	X				
Coherencia con las dimensiones.	X				
Nivel de aporte parcial:	X			No aporta	
Puntaje total: (máximo 24 puntos)	15				

Apreciación total: (15) puntos

No aporta: ()

 Trujillo, a los 30 días del mes de Abril del 2020.

Apellidos y nombres: Quiroz Veliz, Luis Enrique DNI: 17806730 Firma:

