

FACULTAD DE INGENIERÍA

Carrera de **INGENIERÍA EMPRESARIAL**

“ESTANDARIZACIÓN DE PROCESOS EN BASE A
CRITERIOS DE LA NORMA ISO 9000 PARA LA
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA
GUIVAR S.A.C.”

Tesis para optar al título profesional de:

Ingeniero Empresarial

Autor:

Luis Alberto Guillen Moran

Asesor:

Mg. Odar Roberto Florian Castillo

<https://orcid.org/0000-0002-5938-8850>

Trujillo - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Betty Lizby Suarez Torres	18121158
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Elizabeth Kristina Bravo Huivin	71058874
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Jorge Luis Alfaro Rosas	18127518
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

DEDICATORIA

A mi madre, a mi padre y a mi hermana que han brindado su apoyo desde que inicié mi etapa de la vida universitaria, además de agradecer al director de poder convencerme que la carrera de ingeniería empresarial es una carrera que tiene un futuro muy prometedor tanto para la gestión, planificación, innovación y la tecnología de la información.

“Estandarización de procesos en base a criterios de la norma ISO 9000 para la satisfacción del cliente de la empresa GUIVAR S.A.C.”

AGRADECIMIENTO

A Dios por brindarme la salud, la fe y la esperanza de poder llegar a esta etapa que me costó demasiado esfuerzo.

A mi madre, padre y hermana que me brindaron su apoyo.

Al Ing. Odar Roberto Florian Castillo por el asesoramiento en el desarrollo de mi trabajo de investigación

TABLA DE CONTENIDO

JURADO CALIFICADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
TABLA DE CONTENIDO	5
ÍNDICE DE TABLAS	7
INDICE DE FIGURAS	9
RESUMEN	11
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	12
1.1. Realidad problemática	12
1.2. Problema de investigación	30
1.3. Objetivos	30
1.4. Hipótesis	31
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	33
2.1. Tipo de investigación	33
2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)	35
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos	36
2.4 Validación de instrumentos de recolección de datos	39
2.5 Aspectos éticos	41
2.6 Código de ética de la CIP (Colegio de Ingenieros del Perú)	41

CAPÍTULO III: RESULTADOS	42
3.1 Diagnóstico situacional de la empresa	42
3.2. Planteamiento de la estandarización de procesos con base a criterios de la norma ISO 9000 referente al 9001:2015 en la empresa.	58
3.3. Determinar el nivel de satisfacción del cliente de la empresa	79
3.4. Identificación de los procesos core de la empresa	88
3.5. Diagramación a los procesos a mejorar	89
3.6. Estimación de los costos de la implementación	97
3.7. Determinación del impacto social y el medio ambiente	99
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	101
4.1. Limitaciones	101
4.2. Discusión	101
4.3. Implicancias	104
4.4. Conclusiones	106
4.5. Recomendaciones	108
REFERENCIAS	109
ANEXOS	116

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características del rendimiento percibido.....	27
Tabla 2. Características que influyen en las expectativas de los clientes	27
Tabla 3. Niveles de satisfacción	28
Tabla 4. Tipos de clientes.....	28
Tabla 5. Número de clientes principales que respondieron la encuesta	36
Tabla 6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	38
Tabla 7. Grupo de interés, Stakeholders externo.....	46
Tabla 8. Grupo de interés, Stakeholders interno	46
Tabla 9. Matriz de evaluación de factores internos (EFI).....	48
Tabla 10. Matriz de evaluación de factores externos (EFE).....	49
Tabla 11. Matriz FODA	51
Tabla 12. Análisis Pestel	55
Tabla 13. Check list Estandarización	58
Tabla 14. Criterios del nivel de cumplimiento de los procesos estandarizados.....	59
Tabla 15. Programación de planes de acciones correctivas a la estandarización de procesos.....	60
Tabla 16. Descripción del procedimiento de servicio al cliente	67
Tabla 17. Descripción del procedimiento de elaboración de cartas a los futuros clientes	69
Tabla 18. Descripción del procedimiento de digitalización	72
Tabla 19. Procedimiento de la bioseguridad.....	74
Tabla 20. Indicador de capacitación.....	75

Tabla 21. Periodo de Capacitación.....	75
Tabla 22. Listado de cursos por capacitar 2021	76
Tabla 23. Ficha de indicadores de procesos	77
Tabla 24. La relación entre la norma ISO 9001:2015 y la estandarización de procesos	78
Tabla 25. Listado de activos tangibles.....	97
Tabla 26. Inversión de activos tangibles	98
Tabla 27. Otros gastos	98

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Certificaciones ISO en sudamérica.....	14
Figura 2. Procesos para la muestra de investigación.....	35
Figura 3. Organigrama.....	43
Figura 4. Cadena de valor.....	45
Figura 5. Análisis de fuerzas competitivas (Fuerzas de Porter).....	52
Figura 6. ¿Está satisfecho con el servicio brindado?	80
Figura 7. ¿Es útil el uso de nuestros servicios para usted?	81
Figura 8. ¿La atención recibida del consultor pudo resolver sus dudas?.....	81
Figura 9. ¿Considera que el servicio de la empresa resolvió su problema?.....	82
Figura 10. ¿Usará nuestros servicios para satisfacer tus necesidades en el futuro? 82	
Figura 11. ¿Está interesado en recibir información adicional sobre nuestros futuros servicios?	83
Figura 12. ¿Ha tenido algún inconveniente al respecto al servicio brindado por la empresa?.....	84
Figura 13. ¿El aspecto profesional de la empresa cumplió con sus expectativas? ..	85
Figura 14. ¿Volvería requerir de nuestros servicios?	86
Figura 15. ¿Recomendaría nuestros servicios?	87
Figura 16. Mapa de procesos	88
Figura 17. Proceso de servicio al cliente.....	89
Figura 18. Proceso de servicio al cliente To – Be	90
Figura 19. Proceso de elaboración de cartas de presentación a futuros clientes.....	91
Figura 20. Proceso de elaboración de cartas para futuros clientes To - Be.....	92

Figura 21. Proceso de Digitalización	93
Figura 22. Proceso de digitalización To – Be	94
Figura 23. Proceso de Bioseguridad.....	95
Figura 24. Proceso de Bioseguridad To – Be	96

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo diseñar la estandarización de procesos en base a criterios de la norma ISO 9000 para determinar la satisfacción del cliente de la empresa GUIVAR S.A.C, 2021. El estudio fue mixto, de manera aplicada, según el diseño, no experimental de grado transeccional descriptivo. La metodología de investigación se realizó de manera no experimental y se estudió con una muestra de 4 procesos y 15 clientes. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta, la entrevista y la observación. Por lo consiguiente, se determinó los principales procesos como: Servicio al cliente, Elaboración de presentación de cartas a futuros clientes, La digitalización y el Proceso de bioseguridad. Además, se tuvo que realizar una estimación de costos lo cual ha resultado un costo de S/. 9,901. y en una proyección de 5 años se estima costos de S/.3,890. Finalmente, en las conclusiones es que se diseñó la estandarización a base a criterios de la norma ISO 9000, se logró encontrar los core de negocio de la empresa, se pudo visualizar la situación actual de la empresa, se estimó el costo de la proyección de la investigación y se determinó el impacto social y ambiental.

PALABRAS CLAVES: Estandarización de procesos, ISO 9000, Satisfacción del cliente.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Ishikawa (1986) define la calidad en desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el útil y siempre satisfactorio para el consumidor. Sea el servicio o producto, Ishikawa menciona que debe ser muy útil siempre y cuando mantenga su calidad para que al final salga satisfecho el cliente una vez que haya adquirido su producto o servicio. Adicionalmente, para Juran citado en Hernández, Chumaceiro y Atencio (2009) calidad en el servicio se define como: “la capacidad de satisfacer al cliente en sus necesidades, expectativas y requerimientos es la satisfacción que se le proporciona al cliente a través del servicio”.

En cambio, la relevancia que le tienen la norma ISO 9000, según los autores Weckenmann, Akkasoglu, & Werner (2015) debido a la creciente complejidad de las organizaciones y sus relaciones comenzaron a ser tener en cuenta en la gestión de calidad, se hizo necesario establecer documentación y actividades para asegurar la confianza mutua entre las partes, esto dio origen a la serie ISO 9000 en donde se definieron los requisitos básicos para la gestión de la calidad, esta estandarización y la posibilidad de una certificación, generó un ambiente de confianza entre las diferentes partes de una organización como sus proveedores y clientes.

Además, según Palapa (2012) la estandarización de procesos proporcionará de manera organizativa los procesos y esfuerzos que se diseñen de forma común, es decir, que todos los departamentos de la entidad e incluso sus afiliaciones, sucursales o centros de trabajo

observen e insisten en lo mismo. Será un lenguaje único donde permitirá mejorar la comunicación y brindará soporte en todo momento en la toma de decisiones.

La estandarización de procesos define y sigue alineamientos de los procedimientos, con lleva que desde el capital humano de todos los departamentos o áreas de la entidad sigan con el proceso y lo repitan llegando a un mismo objetivo por cumplir en la entidad, volviéndose más productivo y gestionar de buena manera los recursos.

Respecto a la satisfacción del cliente, según Ibarra, Espinoza y Casas (2014) plantea que es la evaluación que permite conocer sobre las expectativas que tiene cada uno de los clientes interesados, lo que es de utilidad debido a que ayuda mejorar el servicio, por lo consiguiente, se tiene que tomar en cuenta algunos factores que influyen en la calidad del servicio que se le brinda al cliente.

Las certificaciones del año 2018 en Sudamérica, refleja que Brasil, Argentina, Colombia y Chile este entre los más posicionados al respecto sobre la certificación ISO 9001 que forma parte de la familia ISO 9000, en cambio, en el Perú, está un paso atrás de Chile, lo cual, convierte entre los cinco más posicionados al respecto sobre la certificación ISO 9001.

Actualmente, hay varias empresas que se dedican al rubro de la consultoría, solo que algunos que poseen diferentes actividades, las cuales pueden brindar diferentes soluciones a las empresas dependiendo al sector que se dedican y también de estar de acuerdo con los requerimientos que solicita el cliente.

Pero, no se sabe si alguna de las empresas consultoras puede brindar un trabajo de manera eficiente. Por lo cual, deben estar certificadas bajo los criterios de la norma ISO 9000 u alguna otra ISO.

Por lo consiguiente, si se quiere lograr un buen resultado de los clientes, se debe estandarizar los procesos para determinar si hay una influencia en el grado de la satisfacción del cliente, además, se tendrá que verificar si es que los procesos que realiza la empresa consultora sigan en base a criterios de la norma para poder observar los próximos resultados de los clientes y saber sobre sus opiniones al respecto por el servicio brindado.

La empresa Guivar S.A.C. que tiene más 10 años de actividad en el rubro de las consultorías, necesita estandarizar sus procesos y un plus adicional de que deba aplicar una norma ISO, en este caso, tendrá que seguir los criterios de la norma ISO 9000:2015 para poder determinar la satisfacción del cliente.

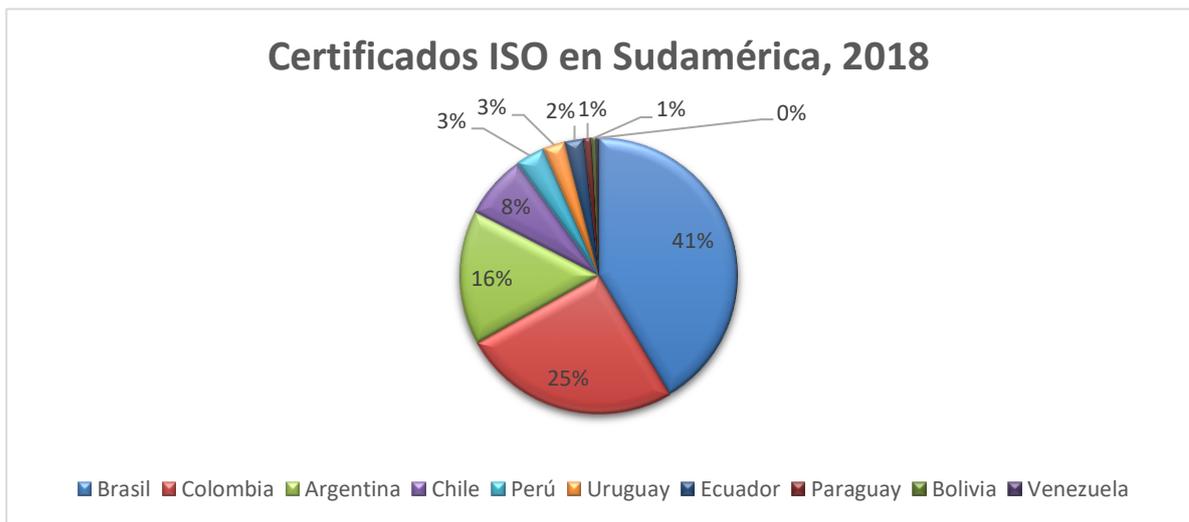


Figura 1. Certificaciones ISO en sudamérica.

Fuente: ISO Survey of Certification, 2018

Antecedentes

Andrade, M., Urresta, R. (2013) en su tesis de grado previa la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas y Marketing en la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Ecuador. Titulado “Gestión de Marketing en las Cafeterías de la Provincia del Carchi y la Satisfacción del Cliente”, cuyo objetivo general es determinar la aplicación de gestión de marketing en el servicio de cafeterías de la Provincia del Carchi y su influencia en la satisfacción del cliente.

Una de sus conclusiones determinó que la percepción que tienen los clientes respecto a la calidad servicio, es regular aceptable en un 44,1%, por otra parte respecto a las dimensiones de calidad de servicio se determinó que los elementos tangibles, confiabilidad, y seguridad obtuvo una percepción con tendencia baja respecto al promedio, en 26,2%, 27,6% y 29,4%, esto de igual manera se determinó en la investigación de otros ámbitos como el sector hospitalario, bancario entre otros; en cuanto a las dimensiones capacidad de respuesta y empatía se obtuvo una percepción con tendencia alta respecto al promedio, en un 24,4% y

26,9%, lo cual se relaciona con otras investigaciones donde indican la importancia de estas dimensiones, debido a la sofisticación de cliente en satisfacer cada vez nuevas necesidades.

Ariza, E. (2020) en su trabajo de grado para optar el título de Administración de empresas en la Universidad Agustiniana, Colombia. Titulado “Estandarización de los procesos de la empresa Diseños Exan SAS”, cuyo objetivo general es estandarizar los procesos en la empresa Diseños Exan S.A.S para un crecimiento organizado y sostenido a corto, mediano y largo plazo.

Su conclusión fue que el trabajo de la pasantía ha logrado un 100% de la estandarización en la empresa, con relación a los procesos reflejados en el mapa de procesos final, reducción en los costos relacionados con los procesos productivos permitiendo a la empresa ser más competitiva, generando así un incremento en las ventas y una mejor rentabilidad en su operación.

Mancero, S. (2016) en su trabajo previo para la obtención del título de Ingeniero de Alimentos en la Universidad Tecnológica Equinoccial, Ecuador. Titulado “ESTANDARIZACIÓN DE PROCESOS EN LA EMPRESA FIT FOOD”, cuyo objetivo general del presente estudio fue estandarizar los procesos productivos en la empresa Fit Food.

Su conclusión fue que al implementar la estandarización de los procesos en la empresa Fit Food, con los indicadores de gestión se pudo determinar que el proceso de compras cumple con la meta del 5%, en el que se busca mantener los costos adecuados en el proceso de compras con un valor de 4.92%, mientras que los procesos de Gestión Gerencial,

Calificación de Producto, Producción y Gestión de la Calidad, se encuentran el alerta con un valor moderadamente alejado de la meta y por último los procesos de Ventas y Marketing se encuentran muy alejados de la meta propuesta y necesitan mayor atención por parte de gerencia para reajustar la meta. Lo que significa 71 que aproximadamente el 29% de los procesos deben ser atendidos con urgencia.

Pérez, E. (2018) en su trabajo de Titulación, previo a la obtención del Grado Académico de Magíster en Administración de Empresas Mención Sistemas Integrados de Gestión, Calidad, Seguridad y Ambiente en la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. Titulado “La gestión de la calidad en la estandarización de procesos en empresas procesadoras de alimentos” cuyo objetivo general es analizar la gestión de calidad en la estandarización de procesos en la empresa procesadora de alimentos PROMILAC.

Una de sus conclusiones es que al aplicar la matriz de autodiagnóstico del cumplimiento de las cláusulas de la norma ISO 9001:2015. La escala de calificación de cada ítem se establece en tres niveles, según el grado de cumplimiento. En términos generales se cumplen el 63% de los requisitos de la norma de calidad. En cuanto a la cláusula Contexto de la Organización se cumplen el 40% de los requisitos, para el Liderazgo el 60% y de la Planificación el 50%, por lo que se requiere la implementación de acciones de mejoramiento. Mientras que para la cláusula Apoyo el cumplimiento equivale al 71% de los requerimientos, de la Operación el 73% y de la Evaluación del Desempeño el 63%, siendo necesario en todos estos casos mejorar las condiciones actuales. Por otra parte, respecto a la cláusula Mejora se cumplen el 88% de los requisitos, por lo que es necesario mantener las condiciones actuales.

Toniut, H. (2013) en su tesis para optar el título de maestría en Administración de Negocios en la Universidad Nacional de Mar de Plata, Argentina. Titulado “La medición de la satisfacción del cliente en supermercados de la ciudad de Mar de Plata” cuyo objetivo general es diseñar e implementar un modelo para medir la satisfacción del cliente en supermercados Mar de Plata.

Una de sus conclusiones es que con el objeto de conocer el formato de negocios en el que se tenía que realizar la evaluación de la satisfacción, se determinó la preferencia de los clientes a comprar alimentos. Los clientes manifiestan comprar alimentos en los supermercados preferente en un 67.27% de los casos, mientras que otro rubro como perfumería el porcentaje fue de 56.36%, productos de limpieza 77.58% y fiambres y lácteos el 32.73%.

Caycho, J., Mendoza, C. (2019) en su trabajo de tesis para optar el título profesional de Ingeniero Industrial en la Universidad Ricardo Palma, Perú. Titulado “ESTANDARIZACIÓN DE PROCESOS PARA MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD EN UNA LÍNEA DE ENSAMBLE DE UNA EMPRESA FABRICANTE DE BATERÍAS AUTOMOTRICES”, cuyo objetivo es cuantificar en qué medida la estandarización de procesos mejora la productividad de la línea de ensamble.

Una de sus conclusiones es que mediante la aplicación de todas las etapas del ciclo de estandarización o ciclo SDCA se llegó a incrementar la productividad, logrando obtener como primera instancia reducir el tiempo estándar de ensamblaje de una batería automotriz de 53.52 segundos por batería (promedio del tiempo de ciclo Antes) a 44.45 segundos por batería (promedio del tiempo de ciclo Después). Sin embargo, no se llegó a alcanzar el objetivo de 40.76 segundos por batería, descrito en la etapa planear del ciclo SDCA. Por otro

lado, se redujo el personal de la línea de ensamble de 11 a 10 operadores; finalmente se incrementó la producción real de 385 baterías por turno (promedio de capacidad de producción real Antes) a 574 baterías por turno (promedio de capacidad de producción real Después). Por lo tanto, se obtuvo un incremento de 13.15% de productividad.

Justino, L., Gutarra, S. (2019) en su tesis para optar el grado académico de Bachiller en Administración y Marketing en la Universidad Tecnológica del Perú, Perú. Titulado “Análisis de la Calidad de Servicios y la Satisfacción del cliente del Banco de Crédito del Perú en el distrito de Surquillo”, cuyo objetivo general es determinar cómo impacta la calidad de servicios y la satisfacción del cliente en la mejora de la confianza y aceptación de los consumidores del Banco de Crédito del Perú en el distrito de Surquillo.

Una de sus conclusiones es que la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, se refleja en una relación cercana entre los colaboradores de la Agencia BCP de la Calera y los clientes. En base al desarrollo de nuestra investigación, en la dimensión “Capacidad de Respuesta” se concluye, que en su mayoría siendo el 62.6% de los clientes, consideran que la atención es positiva, refiriéndonos directamente, en el trato de amabilidad y confiabilidad en sus respuestas y la disposición de ayuda.

Además, se determinó que, en la agencia bancaria de la calera de la merced, la satisfacción del cliente va de la mano con la calidad de servicio que recibe, cabe mencionar que la atención es intangible no se puede tocar, pero si percibir. En este caso más del 70% de las personas siente que el banco cubrió sus expectativas, por la atención recibida, así como también por el material brindado (lapiceros, hojas, tampones de huellas, etc.), puesto que el uso de estos recursos facilitara las diferentes operaciones que realicen. Sin embargo, casi un

30% de las personas no le dan importancia, posiblemente no sean clientes del banco sino usuarios externos que solo acuden al BCP por otras transacciones, en este resultado podemos encontrar a clientes potenciales a los cuales podemos fidelizarlos, para ello se debe implementar nuevas estrategias de atracción de estos usuarios.

Talla, A. (2018) en su tesis para optar por el título profesional de Ingeniero Industrial en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima. Titulado “Estandarización de los procesos en la empresa IntelliProcess Solution SAC para incrementar su rentabilidad, bajo el enfoque de gestión por procesos”, cuyo objetivo general es determinar la relación existente entre la estandarización de procesos de la empresa

IntelliProcess Solution SAC y el incremento de su rentabilidad, bajo el enfoque de gestión por procesos.

Su conclusión es que la implementación propuesta de estandarización de procesos que llevó consigo la implementación del rol del Quality Assurance impactó positivamente en la rentabilidad del servicio, de modo que cuando se inició en diciembre del 2017 el costo por reclamos era de S/. 3606 y después de la implementación de la mejora el costo por reclamos se redujo a S/. 360 soles. Además de acuerdo con los comparativos de uno y otro periodo en la encuesta de satisfacción hubo un incremento del 24% de la satisfacción del cliente, esto en base a la ponderación anteriormente explicada.

Alatrística, E. (2018) en su tesis para optar el grado académico de Maestro en Comunicación y Marketing en la Universidad Católica de Santa María, Arequipa, Perú. Titulado “CALIDAD DEL SERVICIO Y NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE

LA EMPRESA DE RADIO TAXI PAVILL S.A., TACNA, 2018”, cuyo objetivo general es determinar la correlación que existe entre la calidad del servicio y el nivel de satisfacción del cliente de la empresa de radio taxi Pavill S.A., Tacna, 2018.

Una de sus conclusiones es que existe una correlación directa y significativa entre la calidad del servicio y el nivel de satisfacción del usuario de la empresa Radio Taxi Pavill S.A. con lo cual se comprueba la hipótesis de la investigación. Por lo consiguiente, la correlación entre los elementos tangibles y la satisfacción del cliente y es alta (0.507), según el coeficiente de correlación Pearson. El diagrama de dispersión demuestra un patrón de asociación tipo lineal ascendente, lo que permite concluir que existe una correlación directa y significativa entre las variables. Después, la correlación entre la confiabilidad y la satisfacción del cliente es alta (0.771), según el coeficiente de correlación r Pearson. El diagrama de dispersión demuestra un patrón de asociación tipo lineal ascendente, lo que permite concluir que existe una correlación directa y significativa entre las variables.

Alvarez, E., Valladares, J. (2019) en su tesis para optar el título de profesional de Ingeniera Empresarial en la Universidad Privada del Norte, Perú. Titulado “ESTANDARIZACIÓN DE PROCESOS OPERATIVOS EN LA CALIDAD DE SERVICIO DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE LUBRICANTES, TRUJILLO 2019”, cuyo objetivo general es determinar el impacto de la estandarización de procesos operativos en la calidad de servicio de una empresa distribuidora de lubricantes, Trujillo 2019.

Una de sus conclusiones fue que evaluó la calidad de servicio después de la estandarización de los procesos operativos, aplicando el cuestionario SERVQUAL, donde se obtuvo como resultado que hay un 45% de clientes que tienen una regular percepción, un 8% tienen una

mala percepción y un 47% tiene una buena percepción en relación al servicio ofrecido, determinando que de acuerdo a mayoría de los clientes la calidad percibida es buena con respecto al servicio recibido por la distribuidora de lubricantes.

Beltrán, M., Roncal, P. (2018) en su tesis para optar el título de profesional de Ingeniero de Minas en la Universidad Privada del Norte, Perú. Titulado “IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD BASADO EN LA NORMA ISO 9001:2015 Y SU INCIDENCIA EN EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DEL CONSORCIO DCDS”, cuyo objetivo general es determinar como la implementación del Sistema de Gestión de Calidad basado en la norma ISO 9001:2015 incide en el nivel de satisfacción del cliente del Consorcio DCDS.

Una de sus conclusiones fue que se evaluó el nivel de la satisfacción del cliente previa implementación del Sistema de Gestión de Calidad basado en la norma ISO 9001:2015 y la incidencia posterior a la implementación de la norma, obteniendo: bueno 58%, regular 29%, bajo 10% frente al diagnóstico inicial donde se obtuvo 1%, 50%, 36% respectivamente, de esta manera se concluye que la implementación de norma ISO 9001:2015 mejora la incidencia del nivel de satisfacción del cliente, por lo tanto si existe una relación entre variables, aceptándose la hipótesis de trabajo.

Galicia, E., Rodríguez, L. (2018) en su trabajo de investigación para optar el título de profesional de Ingeniero Empresarial en la Universidad Privada del Norte, Perú. Titulado “GESTIÓN DE PROCESOS OPERATIVOS Y SU RELACIÓN EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE UNA EMPRESA DE TRANSPORTES, 2018” cuyo objetivo general es

determinar la relación de gestión de procesos operativos y la satisfacción del cliente en la empresa de transportes Turismo Briceño S.A.C. de la ciudad de Trujillo, en el año 2018.

Una de sus conclusiones fue que la gestión de procesos operativos está representada por un alto índice de conocimiento claro de las funciones operativas, 94.29%; relación con los compañeros y trabajo en equipo, 71.43%. Sin embargo, entre los aspectos con resultados compartidos resaltan las capacitaciones que los colaboradores reciben, los que se sienten conforme y afirman que siempre se les capacita constantemente, 48.57% mientras el 51.43% manifiesta su inconformidad respecto a las capacitaciones dentro de los procesos operativos que realizan. Los elementos que caracterizan la satisfacción del cliente son: la frecuencia del cliente con el servicio, 60.37%, el tiempo de llegada a su destino, 65.85% y el estado de las unidades, 67.07%. Por otro lado, los elementos menos valorados son la comodidad 17.68% y el buen trato 15.85%.

Horna, M., Condor, J. (2021). en su trabajo de investigación para optar el título de profesional de Ingeniero Empresarial en la Universidad Privada del Norte, Perú. Titulado “Estandarización de los procesos de producción para la calidad de los productos de la empresa Fidac S.A.C. - Trujillo, 2020” cuyo objetivo general es diseñar la estandarización de los procesos de producción para la calidad de los productos de la empresa FIDAC S.A.C. de la ciudad de Trujillo, 2020.

Una de sus conclusiones es que al diagnosticar la situación actual de la empresa FIDAC S.A.C. encontraron cerca de: 50 colaboradores, 5 tiendas, 3 procesos estratégicos, 9 procesos operativos y 3 procesos de soporte, de los 9 procesos operativos, 7 de ellos están relacionados al proceso de producción, por otro lado, se encontró que producen aproximadamente 2000

pares de calzado al mes, de los cuales el 2% presentan fallas, de este porcentaje de productos defectuosos se realiza un reproceso para corregir las fallas. También se encontró que la empresa cuenta con una puntuación de 4.2 de 5 en lo que respecta satisfacción de sus clientes, y que al mes presentan entre 2 a 3 reclamos de los clientes por fallas en los modelos. Debido a ello, se elaboró la matriz de evaluación de factores internos, obteniendo una ponderación de 2.56, y una ponderación de 2.74 en la matriz de evaluación de factores externos.

Liza, C., Siancas, C. (2016) en su tesis para optar el grado maestro en Administración de Empresas en la Universidad Privada del Norte, Perú. Titulado “Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en una Entidad Bancaria de Trujillo, 2016”, cuyo objetivo general es determinar el impacto que tiene la calidad de servicio en la satisfacción del cliente de una entidad bancaria de Trujillo, en el año 2016.

Una de sus conclusiones es que lograron medir la relación entre la satisfacción del cliente y la calidad del servicio bancario, concluyendo que es positiva con un valor de 38.6% para el caso de calidad percibida, según el Coeficiente Rho de Spearman. Esto implica que, considerando una escala de medición de 1 a 7, mayores niveles de percepción de calidad de servicio son acompañados por mayores niveles de satisfacción del cliente.

Torres, R., Zuñiga, R. (2018) en su tesis para optar el título profesional de Ingeniero Empresarial en la Universidad Privada del Norte, Perú. Titulado “ESTANDARIZACIÓN DE PROCESOS OPERATIVOS Y SU INFLUENCIA EN LA PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA “INDUSTRIA S. & B.” S.R.L TRUJILLO 2018”, cuyo objetivo general es determinar la influencia de la estandarización de procesos operativos en la productividad de la empresa “Industria S. & B. S.R.L Trujillo 2018.

Una de sus conclusiones es que cuando se implementó la estandarización de procesos en la empresa, dando como resultado efectos positivos, logrando determinar los tiempos estándares en cada uno de estos, con esto se redujo en un 5.62% para la fabricación de los principales productos.

Marco teórico

Bases teóricas

Normas ISO

El Blog ISOTOOL (2015) menciona que “La ISO conocida en español por la Organización Internacional para la Estandarización”, se fundó por la unión de dos organismos que estaban constituidos por asociaciones nacionales que se dedicaban a la elaboración de estándares.

Familia ISO

Según la nueva ISO 9001:2015 menciona que se llama familia ISO 9000 a un conjunto de normas que se encuentran formadas por: ISO 9000, Sistemas de Gestión de la Calidad, ISO 9001, Sistemas de Gestión de la Calidad. Requisitos, ISO 9004, Sistemas de Gestión de la Calidad. Directrices, ISO 19011, Directrices para la auditoría ambiental y de la calidad.

Estandarización del proceso

Según Alzate (2015), es simplemente establecer un nivel de operación basado en un estándar para cumplir las especificaciones del producto o servicio, los requisitos del cliente y los legales.

Según ISAZA (2012). Un estándar es un parámetro de medición, un control, son las metas y objetivos sobre las cuales se mide la evolución de una empresa y hacen parte de la etapa de planeación del sistema en su implantación”

Estandarización de procesos con ISO 9000

Mayormente el problema que presenta las empresas es lograr que uno de sus procesos se quiere aproximar a lo que pide lo requerido por el cliente.

Lograr que los procesos cumplan de manera mayor o igual hace la relevancia para mantener la satisfacción del cliente por el cumplimiento de sus requerimientos sea en un producto o servicio.

La estandarización permite lograr que los procesos de gestión de consultoría y gestión de servicio al cliente se permite realizar en base los mismos parámetros.

La norma ISO 9000 es un beneficio que aporta a la empresa, debido a que los procesos se estandarizan a base del seguimiento del criterio de la norma, en este caso, los términos donde se enfoca en cumplir con los requisitos del producto o servicio en mención.

Satisfacción del cliente

Según Kotler, P. (2001) 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"

Elementos que conforman la satisfacción del cliente

Según Kotler (2013), estos elementos son indispensables para la satisfacción del cliente.

Rendimiento percibido

Según Kotler y Armstrong (2013) se basa en el desempeño que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. En otras palabras, es el resultado que el

cliente percibe de un servicio o producto. Estas con las características del rendimiento percibido:

Tabla 1.
Características del rendimiento percibido

Características del rendimiento percibido
Se determina desde el punto de vista del cliente.
Se determina en los resultados que obtiene el cliente.
Se determina en base a la percepción del cliente.
Depende de estado de ánimo del cliente.
En algunas situaciones las opiniones de otras personas influyen en el cliente.

Fuente: Kotler, P y Armstrong, G. (2013). Fundamentos de Marketing

Expectativas

Según Kotler (2001) las expectativas se definen como la esperanza de que espera recibir el cliente tanto en el servicio como en el producto por recibir. Estas son las características que influyen en las expectativas del cliente:

Tabla 2.
Características que influyen en las expectativas de los clientes

Características que influyen en las expectativas de los clientes
Promesas que hace la empresa con respecto a los servicios que brinda.
Experiencias de compras anteriores.
Opiniones de amigos, conocido, etc., sobre el servicio o producto.
Ofertas y/o promesas que ofrece la competencia.

Fuente: Kotler, P (2001). Dirección de mercadotecnia.

Niveles de satisfacción

Según Kotler y Armstrong (2013), determina el nivel de satisfacción de un cliente después de haber adquirido un producto o servicio. Entre las cuales, son 3 niveles:

Tabla 3.
Niveles de satisfacción

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

Fuente: Kotler, P. y Armstrong, G (2013). Fundamentos de marketing

Tipos de clientes

Según Kotler (1999), esta clasificación está basada según su relación actual o futura con la empresa, lo cual puede ser utilizado como base o modelo para clasificar a los clientes. Este tipo de clientes se dividen en:

Tabla 4.
Tipos de clientes

Segmento	Subtipo de cliente	Definición
Según su actividad	Activos	Clientes que en la actualidad adquieren el servicio o lo hicieron dentro de un periodo corto.
	Inactivos	Clientes que dejaron de adquirir el servicio por bastante tiempo.
Según su frecuencia	Cliente de compra Frecuente	Clientes que compran a menudo y que el intervalo de tiempo entre compra y compra es corta.
	Cliente de compra Habitual	Clientes que adquieren un servicio con cierta regularidad.
	Cliente de compra Ocasional	

		Clientes que adquieren el servicio de manera ocasional o por única vez.
Según su volumen de compra	Cliente con Alto volumen de compras	Clientes que adquieren un servicio de mayor cantidad, a tal punto que sus compras pueden llegar hacer el 20 a 40 % del porcentaje de las ventas totales.
	Cliente con promedio de volumen de compras	Clientes que adquieren un servicio a un promedio general.
	Cliente con bajo volumen de compras	Clientes cuyo volumen de compras es bajo, por lo habitual ese tipo de clientes también son clientes ocasionales.
Según el nivel de satisfacción	Clientes complacidos	Clientes que se sienten identificados con la marca. Por lo general a estos clientes se les hacen un servicio personalizado que pretenda sorprenderlos.
	Clientes Satisfechos	Clientes que adquieren un servicio o producto porque coincide con sus expectativas.
	Clientes Insatisfechos	Clientes que adquieren un servicio por necesidad, sabiendo que no cumplirá con sus expectativas.
Según el nivel de influencia	Clientes Altamente influyentes	Clientes que transmiten una percepción positiva o negativa en un grupo grande personas. Por ejemplo: Estrellas de cine, deportistas, etc.
	Clientes de regular influencia	Clientes que ejercen una influencia determinada en grupos más reducidos. Por ejemplo: Médicos, Profesores, etc.
	Clientes de influencia a nivel familiar	Clientes que transmiten un grado de influencia hacia un grupo pequeño: Por eje: una ama de casa, etc.

Fuente: Kotler, P. (1999). El Marketing

1.2. Problema de investigación

1.2.1. Problema General

- ¿Cómo la aplicación de la estandarización de procesos en base a criterios de la norma ISO 9000 en la empresa GUIVAR S.A.C. determina la satisfacción del cliente en el año 2021?

1.2.2. Problema Específico

- ¿Cuál es la situación actual de GUIVAR S.A.C. según los criterios que exige la norma ISO 9000?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

- Diseñar la estandarización de procesos en base a criterios de la norma ISO 9000 para la satisfacción del cliente de la empresa GUIVAR S.A.C en el año 2021.

1.3.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual de la empresa.
- Plantear la estandarización de procesos con base a criterios de la norma ISO 9000 referente al 9001:2015 en la empresa.
- Determinar el nivel de satisfacción al cliente de la empresa.
- Identificar los procesos core de la empresa.
- Diagramar los procesos de mejora.
- Estimar los costos de la implementación de la estandarización de los procesos en base a criterios de la norma ISO 9000 en base a la 9001:2015.

- Determinar el impacto social y el medio ambiente.

1.4. Hipótesis

- La aplicación de la estandarización de procesos en base a criterio de la norma ISO 9000 en la empresa determina la satisfacción del cliente en el año 2021.

1.5 Justificación

Según Palma, Merizalde & Flores. (2018), enuncian que a través de la norma ISO 9001, se llevará a cabo una transcendencia respecto a la calidad de servicio, dado que por cualquier medida contribuirá en aumentar los procesos internos de la entidad del sector de consultorías y asesoramiento empresarial, debido a que través de ello se favorecerá la transcendencia de la estandarización de procesos y la determinación de la satisfacción del cliente en una empresa.

Por otro lado, esta investigación de tesis coincide una justificación en común debido a que ambas investigaciones están orientados a la norma ISO 9001:2015, por ende, que esta investigación se justifica bajo la cuestión de la forma teórica puesto que proporcionará la relevancia que posee la variable de la estandarización de procesos siguiendo los criterios de la norma en la empresa, esto se debe porque permite estandarizar los procesos de acuerdo a la gestión de calidad, no obstante para lograr determinar el nivel de cumplimiento de la estandarización en la empresa GUIVAR S.A.C. se aplicó la técnica del Check list referente a la norma ISO 9001 y la verificación de procedimientos, cabe resaltar que para la variable de la estandarización se utilizó la técnica de observación, por lo cual permitió conocer las necesidades que requiere la empresa GUIVAR S.A.C. de manera interna en la

organización. Adicionando que se aplicó la técnica de la entrevista para conocer de manera general la empresa y las funciones que realizan en cuanto a servicios.

Finalmente, para la variable de la satisfacción del cliente se aplicó la técnica de la encuesta con el propósito de conocer el nivel de satisfacción del cliente en la empresa GUIVAR S.A.C.

Además, la información de esta presente investigación de tesis será útil al dueño de la empresa, ya que expandirá su conocimiento en los temas relacionados a la estandarización de procesos, la norma ISO 9000 referente al 9001:2015 y la satisfacción del cliente, dado que ayudará a tener una mejor visión en la toma de decisiones en el enfoque estratégico y tener una mejor gestión en sus procesos para lograr ser más eficientes.

En el lado académico el desarrollo de esta investigación de tesis va a beneficiar a los estudiantes de la carrera de ingeniería empresarial, egresados, empresarios, entre otros institutos e instituciones educativas que tomen este proyecto como referencia para futuras investigaciones en una empresa relacionado con la estandarización de procesos con base a criterios de la norma ISO 9000 referente al 9001:2015 para la satisfacción del cliente.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

Enfoque del estudio:

Mixto

Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2008), Los métodos o el enfoque mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio.

Según:

Aplicada

Según Nieto (2018), se denomina aplicada; porque en base de investigación básica, pura o fundamental en las ciencias fácticas o formales se formulan problemas o hipótesis de trabajo para resolver los problemas de la vida productiva de la sociedad.

Según la medición y recolección de datos:

Prospectivo

Según Rodríguez & Cabrera (2007), según el estudio prospectivo son aquellos en los cuales la información se va registrando en la medida que va ocurriendo el fenómeno o los hechos programados para observar.

Según el diseño de investigación:

No Experimental

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), el diseño no experimental se define como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no se hace variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables.

Grado: Transeccional – Descriptivo

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), la investigación es transeccional descriptivo ya que su objetivo es indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población.

Según la intervención del investigador

Observacional

Según Salinas (2012), la investigación observacional es aquella que se basa en la observación de los fenómenos, características, situaciones, variaciones, etc. del asunto que se quiere investigar. Solo se observa, sin manipular, cambiar o variar nada. Luego, las observaciones hechas se pueden registrar para posterior análisis.

Según el nivel de investigación:

Explicativa

Según Castro. F. (2003), la investigación explicativa se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios

explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas (investigación post facto), como de los efectos (investigación experimental), mediante la prueba de Hipótesis. sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos.

Para esta presente investigación es lo que se va a poner en acción, debido a que se va a analizar la relación causa-efecto del diseño de la estandarización de procesos en base a criterios de la norma ISO 9000 para la satisfacción del cliente de la empresa GUIVAR S.A.C.

2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

Población

La población de esta presente investigación está conformada por 6 procesos y 20 clientes de la empresa GUIVAR S.A.C. en el año 2021.

Muestra

La muestra está conformada por los 4 procesos como servicio al cliente, proceso de elaboración de cartas de presentación a futuros clientes, proceso de bioseguridad y proceso de digitalización y 15 clientes, los procesos a continuación:



Figura 2. Procesos para la muestra de investigación.

Fuente: GUIVAR S.A.C.

El muestreo por conveniencia forma parte del muestreo no probabilístico, según Echenique & Calderon (2017) el cual se utiliza si el investigador necesita de los posibles participantes

se presentan voluntariamente. Respecto a ello, se considerará los 15 clientes principales que vienen seguido a requerir de los servicios de la empresa GUIVAR S.A.C.

*Tabla 5.
Número de clientes principales que respondieron la encuesta*

Nº de preguntas	Nº de clientes
10	15

Fuente: Elaboración propia

Unidad de estudio

- Un cliente que acude a la empresa GUIVAR S.A.C. por un servicio.
- Un proceso principal del lado administrativo de la empresa GUIVAR S.A.C. para un servicio.

Criterios de inclusión y exclusión de la muestra

Criterios de inclusión

- Empresas que requieren servicios de la empresa Guivar S.A.C. en Chimbote.
- Procesos relacionados al área administrativa.

Criterios de exclusión

- Empresas que no son de Chimbote.
- Procesos que no están relacionados al área administrativa.

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

Técnica

Check List

Según López (2016) señala que la lista de verificación (Check List) referente a la ISO 9001 es muy esencial en una investigación, dado que le posibilitará al investigador en conocer el

diagnóstico de cumplimiento que abarca su organización de estudio bajo a la cuestión de su calidad.

Encuesta

Según Yuni & Urbano (2014), la encuesta es el acopio de datos obtenidos mediante consulta o interrogatorio. En el campo de la investigación la encuesta alude a un procedimiento mediante el cual los sujetos brindan directamente información al investigador

Entrevista

Se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). En el último caso podría ser tal vez una pareja o un grupo pequeño como una familia o un equipo de manufactura. En la entrevista, a través de las preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema. Janesick (1998)

Observación

Según Figueroa y Moreno (2003). La observación es el registro visual de lo que ocurre en una situación real, lo que se va a observar está determinado por lo que se está investigando.

Aplicada en la estandarización de procesos bajo los criterios de la norma ISO 9000 en la empresa Guivar S.A.C.

Instrumentos

Cuestionarios:

Se basan en preguntas que pueden ser abiertas o cerradas. Baptista, M., Fernández, C, Hernández, R. (2014).

Guía de observación

Según SEP (2013), la guía de observación es un instrumento que se basa en una lista de indicadores que pueden redactarse ya sea como afirmaciones o bien como preguntas.

La guía de observación se definió para monitorear uno de los procesos que realiza la empresa, debido a sus actividades principales, los cuáles donde se puede observar si cumple o no con la manera establecida bajo el criterio de la norma ISO 9000.

Guía de entrevista

Según Bodgan y Taylor (2000) La guía de la entrevista no es un protocolo estructurado. Se trata de una lista de áreas generales que deben cubrirse con cada informante. En la situación de entrevista el investigador decide como enunciar las preguntas y cuando formularlas. La guía de entrevista sirve solamente para recordar que se deben hacer preguntas sobre ciertos temas.

Tabla 6.
Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas	Instrumentos
Encuesta	Cuestionario
Entrevista	Guía de entrevista

Observación

Guía de observación

Fuente: Elaboración propia

2.4 Validación de instrumentos de recolección de datos

Los instrumentos de la recolección de datos fueron validados por expertos de la carrera, debido a estos instrumentos se ha recolectado la información necesaria para la realización de la presente investigación.

Procedimiento

Procedimiento de recolección de datos

Encuesta

- Se realizó algunas consultas con los expertos respecto a las preguntas de la encuesta antes de mostrarle a los clientes de la empresa. (Ver “Anexo 5”)
- Se realizó mediante el correo electrónico en formato Word.
- Se mandó por correo a cada cliente de la empresa GUIVAR S.A.C. respecto a la encuesta.

Observación

- Se solicitó el permiso de la empresa para visualizar sus actividades de cada proceso.

Entrevista

- Se preparo la entrevista y las herramientas a utilizar fue un lapicero y un cuaderno. (Ver “Anexo 6”)
- Se solicitó la autorización del gerente para realizar la entrevista.
- Se acudió a la empresa para realizar la entrevista.

Procedimiento de tratamiento y análisis de datos

Encuesta

- Se procedió a verificar cada respuesta de los clientes que han requerido de los servicios de la empresa GUIVAR S.A.C.
- Se realizó gráficos mediante el programa del Excel por cada pregunta de la encuesta.
- Se determinó el porcentaje de cada respuesta de la encuesta. (Ver “Figuras 3,4,5,6,7,8,9,10,11,12”).

Observación

- Se tomo algunos apuntes a cerca de la actividad que realizaba la empresa en alguna de sus funciones, de preferencia en sus 4 procesos.
- Se transcribió cada proceso que realizaba la empresa en lado administrativo.

Entrevista

- Se transcribió algunas de las preguntas formuladas al gerente general en la entrevista, con sus respectivas respuestas.
- Se elaboró diagrama de flujos de los 4 procesos mediante el programa de Bizagi Modeler. (Ver “Figuras 17, 19, 21, 23”).

- Se describió el procedimiento de los procesos del lado administrativo.

2.5 Aspectos éticos

Para el presente trabajo de investigación, se realizó una entrevista al Gerente General de la consultora para almacenar información relevante del estado actual de la empresa, y al instrumento de medición que esta validado, que es una encuesta para conocer la satisfacción del cliente. Para ambos casos se determinó que los datos serían de manera confidencial, ya que se trata de una investigación académica y solo va para fines académicos, por lo cual se llevó a un acuerdo con el Gerente General, El contador y el administrador.

2.6 Código de ética de la CIP (Colegio de Ingenieros del Perú)

Según el artículo n°4 del código, La Ley N.º 28858, Ley que complementa la Ley N.º 16053, Ley que autoriza al Colegio de Ingenieros del Perú para supervisar a los profesionales de Ingeniería de la República y velar por que estas actividades se desarrollen dentro de las normas de ética profesional; además establece que todo profesional que ejerza labores propias de Ingeniería y de docencia de la Ingeniería, de acuerdo a Ley, requiere poseer grado académico y título profesional otorgado por una universidad nacional o extranjera debidamente revalidado en el país, estar colegiado y encontrarse habilitado por el Colegio de Ingenieros del Perú.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1 Diagnóstico situacional de la empresa

3.1.1. Data de la empresa:

a) Reseña histórica de la empresa

GUIVAR S.A.C. es una empresa dedicada a brindar servicios de consultorías a empresas. Con más de 10 años de experiencia en el mercado, GUIVAR S.A.C. busca mejorar aspectos específicos en el flujo de actividades de sus clientes mediante la estandarización de procesos, ya sean aspectos para gestionar la calidad sus productos, gestionar la salud y seguridad en el trabajo, o gestión medio ambiental.

La empresa en la actualidad solo se encuentra realizando actividades en la ciudad de Chimbote, de la provincia del Santa y la región de Ancash, ya que está posicionada en este mercado, mas no ha decidido expandirse debido a que su principal cartera de clientes está localizada solo en este punto del país.

3.1.2. Sector de la empresa de estudio

- Sector Empresarial

3.1.3. Descripción del negocio

a) Razón social

- GUIVAR S.A.C.

b) Tipo de empresa

- Empresa consultora de servicios y gestión empresarial.

c) R.U.C

- 20445346498.

d) Dirección de la empresa

- Av. Brasil Mza. a Lote. 6c Int. 20. Urb. Los Álamos – Nuevo Chimbote.

3.1.4. Organigrama

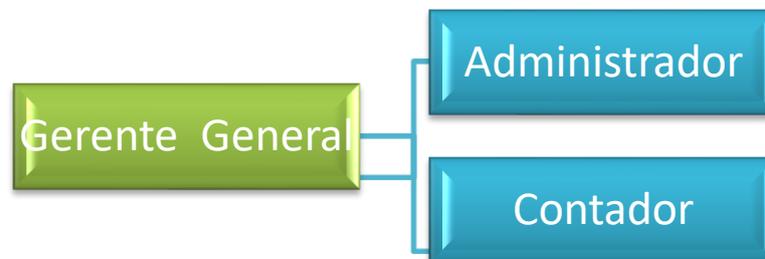


Figura 3. Organigrama

Fuente: Elaboración propia

3.1.5. Clientes

Son empresas que buscan optimizar sus gestiones de calidad, seguridad y salud en el trabajo, medio ambiental, entre otros.

Los clientes que tiene GUIVAR S.A.C. en Chimbote son:

- Cantarana S.A.C.
- Pesquera NAFTES S.A.C.
- INVERSIONES OSLO S.A.C.
- OP7 S.A.C.

“Estandarización de procesos en base a criterios de la norma ISO 9000 para la satisfacción del cliente de la empresa GUIVAR S.A.C.”

- Santos Bruciatori S.A.C.
- Entre otros.

3.1.6. Competidores

- Todas las empresas dedicadas a la consultoría y asesoramiento en gestiones de procesos.

3.1.7. Análisis interno

Cadena de valor

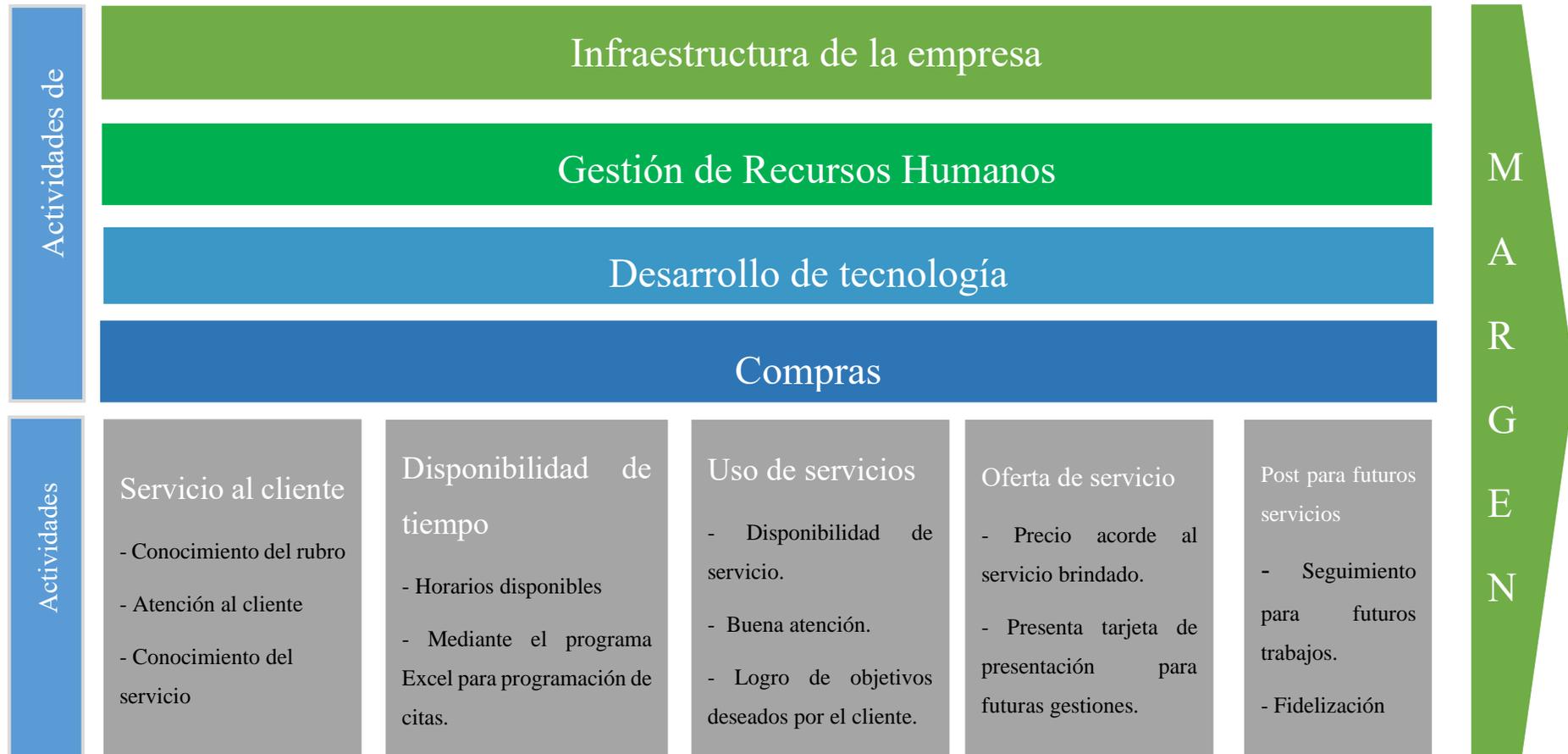


Figura 4. Cadena de valor

Fuente: Elaboración propia

3.1.8. Análisis de Grupo de interés

Stakeholders externo	Proporcionan	Principales intereses
Clientes	Dinero	Servicio de calidad
	Recomendaciones	Servicio adecuado
	Sugerencias	Servicio de eficiencia
	Valoración del servicio por encuestas	Profesionalidad
	Reclamos	

Tabla 7.
Grupo de interés, Stakeholders externo

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8.
Grupo de interés, Stakeholders interno

Stakeholders Interno	Proporcionan	Principales intereses
Propietario	Inversión	Generar rentabilidad
	Capital	Incremento de utilidades
Colaboradores	Conocimientos	Mejorar la calidad del servicio
	Oportunidad de trabajo	
	Servicio de conocimiento	Buen clima laboral
	Mejorar la confiabilidad	Línea de carrera
	Optimizar sus servicios	Salario y beneficios sociales

Fuente: Elaboración propia

3.1.9. Análisis AMOFHIT

a) Administración / Gerencia (A)

- De acuerdo con el organigrama de la empresa GUIVAR S.A.C., la toma de decisiones lo realiza el Gerente General.
- El domicilio fiscal de la empresa está ubicado en la Av. Brasil Mza. a Lote. 6c Int. 20. Urb. Los Álamos – Nuevo Chimbote – Santa – Ancash. Desde esa oficina el Gerente General se encarga de gestionar los aspectos administrativos, operacionales y financieros.

b) Marketing y ventas (M)

- La empresa no cuenta con un área de marketing, siendo el gerente general que se encarga de asumir algunas responsabilidades al igual que el aspecto de ventas.
- A pesar de que la empresa no cuente con un área de marketing, conoce a su público objetivo que busca asesoramientos y soluciones eficaces.

c) Operación e infraestructura (O)

- La empresa realiza servicios de asesoramiento y gestión empresarial, la entrega de trabajos es por mediante documentos sean físicos o virtuales, pero debido al panorama del COVID-19, todo documento se entrega de manera virtual.
- Respecto a la infraestructura de la empresa, se cuenta con una oficina pequeña donde se puede atender a los clientes, y en el interior cuenta con su escritorio, sillas, una computadora, una laptop y dos libreros.

d) Finanzas y contabilidad (F)

- De acuerdo con el organigrama de la empresa, el contador junto con el gerente general se encarga del tema financiero y la contabilidad de la empresa, adicionando que se encarga de declarar los impuestos de cada factura y los

beneficios sociales de los empleados, ya que, actualmente no contamos con un área de recursos humanos.

e) Recursos Humanos (H)

- La empresa no cuenta con un área de recursos humanos, siendo el contador que se encarga de los temas de los beneficios sociales de los empleados de la entidad.

f) Sistema de información y comunicaciones (I)

- Actualmente la empresa no cuenta con área de sistema de información.

g) Tecnología e investigación y desarrollo (T)

- Actualmente la empresa no cuenta con un área de tecnología e investigación y desarrollo.

3.1.10. Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)

Tabla 9.
Matriz de evaluación de factores internos (EFI)

Factor interno clave	Ponderación	Clasificación	Valor
Fortalezas			
1. Servicios variados en gestión de calidad, gestión ambiental, gestión de seguridad y salud en el trabajo, optimización de gestión y consumo de energía, gestión de tratamiento de aguas residuales e industriales, gestión de uso del gas natural en los procesos productivos y gestión de homologación.	0.20	4	0.80
2. Crecimiento en los últimos años.	0.15	3	0.45
3. Situación financiera estable.	0.10	3	0.30
4. Cartera de clientes consolidada	0.10	3	0.30
Subtotal	0.55		1.85
Debilidades			
1. Solo posicionada actualmente en Chimbote.	0.11	2	0.22

2. Cartera de clientes solo localizado en Chimbote.	0.12	2	0.24
3. No contar con sistemas de información	0.08	1	0.08
4. No tener procesos estandarizados	0.14	1	0.14
Subtotal	0.45		0.68
Total	1.00		2.53

Fuente: Elaboración propia

Leyenda

- 4 Fortaleza mayor
- 3 Fortaleza menor
- 2 Debilidad menor
- 1 Debilidad mayor

El entorno interno se obtiene que las fortalezas muestran un (1.85) y las debilidades (0.68).

3.1.11. Matriz de evaluación de Factores Externos (EFE)

Tabla 10.

Matriz de evaluación de factores externos (EFE)

Factor interno clave	Ponderación	Clasificación	Valor
Oportunidades			
1. Crecimiento de nuevos mercados	0.20	4	0.8
2. Aumento de demanda de la contratación para supervisión y asesoramiento.	0.18	2	0.36
3. Clientes insatisfechos de la calidad de servicio que les brindaron.	0.18	2	0.36
Subtotal	0.56		1.52
Amenazas			
1. Competencia en el rubro de consultorías.	0.07	2	0.14
2. Precios en el mercado para un estudio de mercado con	0.10	3	0.3

respecto a cada gestión es variado, generando incertidumbre sobre para la fijación de precios.

3. El crecimiento del sector de actividades también genera crecimiento en la competencia, puesto que se ha vuelto un sector atractivo para empresas.	0.15	3	0.45
4. Mayor número de especialistas es necesario para poder captar más empresas.	0.12	2	0.24
Subtotal	0.44		1.13
Total	1.00		2.65

Fuente: Elaboración propia

CALIFICACIÓN

- 4 La respuesta es superior
- 3 La respuesta está por encima del promedio
- 2 La respuesta es promedio
- 1 La respuesta es pobre

El total ponderado de 2.65. El valor de las oportunidades (1.52) y de las amenazas (1.13).

Tabla 11.
Matriz FODA

	Oportunidades	Amenazas
Formulación estratégica	O1. Crecimiento de nuevos mercados	A1. Competencia en el rubro de consultorías. A2. Precios en el mercado para un estudio de mercado con respecto a cada gestión es variado, generando incertidumbre sobre para la fijación de precios.
	O2. Aumento de demanda de la contratación para supervisión y asesoramiento.	
	O3. Clientes insatisfechos de la calidad de servicio que les brindaron.	A3. El crecimiento del sector de actividades también genera crecimiento en la competencia, puesto que se ha vuelto un sector atractivo para empresas.
		A4. Mayor número de especialistas es necesario para poder captar más empresas.
Fortalezas	ESTRATEGIA (FO)	ESTRATEGIA (FA)
F1. Servicios variados en gestión de calidad, gestión ambiental, gestión de seguridad y salud en el trabajo, optimización de gestión y consumo de energía, gestión de tratamiento de aguas residuales e industriales, gestión de uso del gas natural en los procesos productivos y gestión de homologación.	Abrir un anexo en la ciudad de Trujillo (F1, F2, O1, O2) Alquilar un local en el centro de la ciudad de Chimbote y lograr mayor captación de clientes (F3,F4, O2, O3)	Implementar nuevas estrategias para captar nuevos clientes a través de nuestras ofertas de servicio a un precio aceptable (A1,A2,A4,F1)
F2. Crecimiento en los últimos años.		
F3. Situación financiera estable.		
F4. Cartera de clientes consolidada		
Debilidades	ESTRATEGIA (DO)	ESTRATEGIA (DA)
D1. Solo posicionada actualmente en Chimbote.	Estandarizar los procesos a base criterios de la norma ISO 9000 para influye en la satisfacción del cliente y hacer que la empresa este más organizado en alguno de sus procesos (D4,O1,O2,O3) Implementar sistemas de información para almacenar y recopilar datos de clientes potenciales (D2,D3,O2)	Gestionar los procesos estandarizados podrá permitir cumplir con las normas legales y poder competir con el mercado cambiante del sector (D4,A2,A3,A4)
D2. Cartera de clientes solo localizado en Chimbote.		
D3. No contar con sistemas de información		
D4. No tener procesos estandarizados		

Fuente: Elaboración propia

3.1.12. Análisis de Fuerzas Competitivas (Fuerza de Porter)

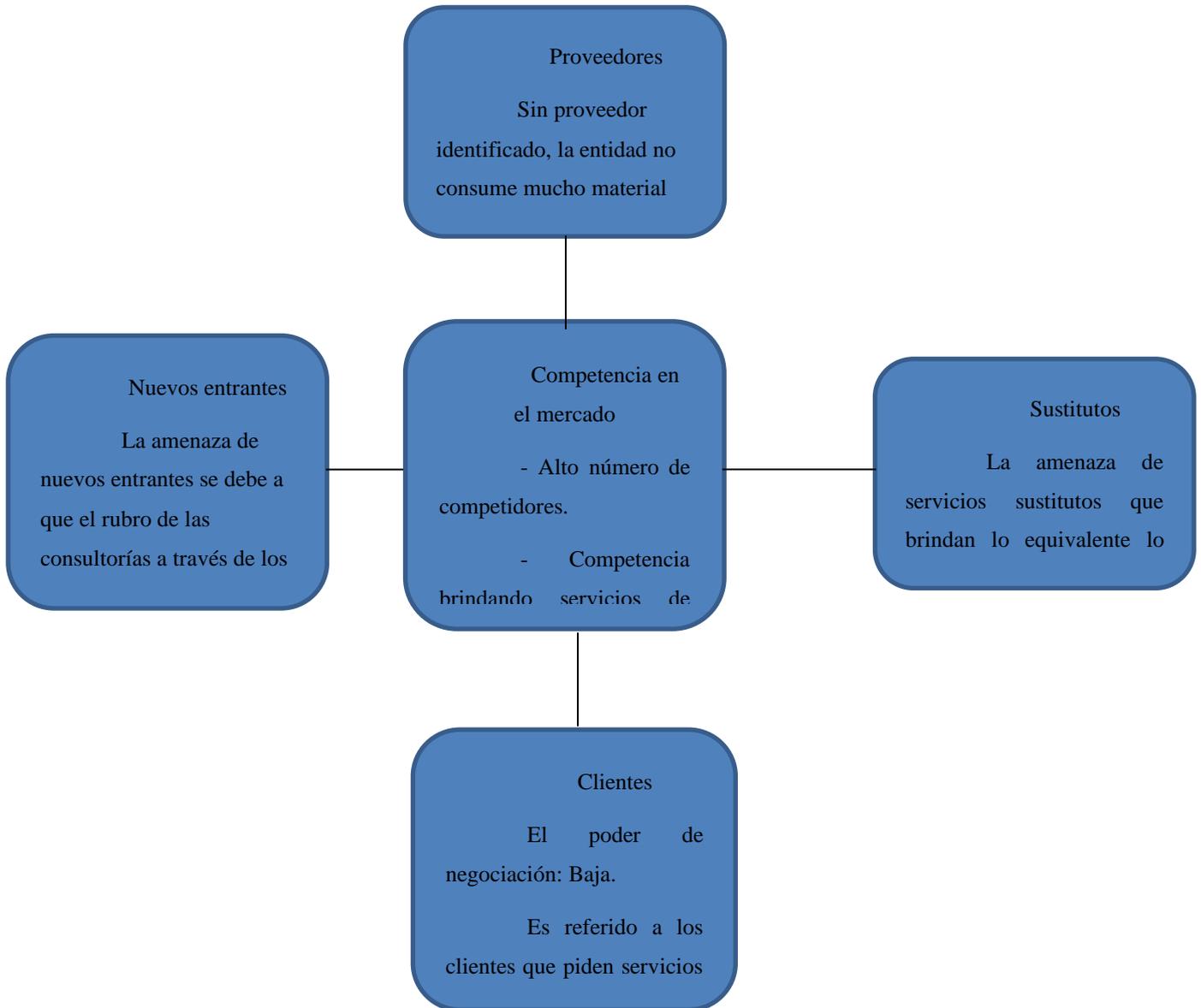


Figura 5. Análisis de fuerzas competitivas (Fuerzas de Porter)

Fuente: Elaboración propia

a) Proveedores

No se identifica un proveedor directo a un servicio, debido a que la entidad no consume mucho material, ya que brindamos nuestros servicios tanto de manera online y a veces presencial, pocas veces en lo presencial presentamos algunos documentos lo que llevaría a consumir una cantidad determinada de hojas bond donde se consigue en una librería cercana o también en un supermercado, además, pasa lo mismo con algunos productos de oficina en caso de que se agoten.

b) Nuevos entrantes

Debido al aumento de las consultorías o servicios prestados a las empresas, esta actividad facilita algunos procesos que algunas entidades requieren para tener una solución inmediata y eficiente. Además, también pueden brindar servicios con las entidades del estado tanto las municipalidades o incluso asomarse con el gobierno, dependiendo del tema a tratar y sobre el rubro.

c) Competidores en el mercado

En Chimbote hay algunas consultorías o personas que trabajan de manera independiente que brindan algunos servicios equivalentes a lo que ofrece la empresa Guivar S.A.C., lo que generaría de que cada vez estos competidores ofrezcan sus servicios a un precio moderado o incluso algunos se rebajan al servicio que brindan, también invierten en publicidad para que tengan una

mayor visibilidad con el público, aunque mayormente los clientes se consiguen a través de contactos o por recomendaciones de un tercero.

d) Sustitutos

La amenaza de los sustitutos es que hay empresas o personas independientes que ofrecen los mismos servicios o equivalentes lo que brinda la empresa.

e) Clientes

Mayormente los clientes de la empresa de Guivar S.A.C. son empresas de diferentes rubros que buscan consultas y asesorías empresariales para obtener una solución óptima tanto para temas ambientales, pesca, metalúrgicos, energías, gas natural y gestión empresarial; son los que poseen el bajo poder negociación ya que representan un porcentaje promedio que recibe la entidad.

3.1.13. Análisis Pestel

Tabla 12.
Análisis Pestel

	Factor	Impacto
	Reactiva Perú es un programa del estado que ayuda de manera económica a la micro y mediana empresa debido al estado de emergencia por el coronavirus.	Positivo
Político	Debido al panorama de la pandemia, el gobierno dispuso la limitación de actividades de empresas que no producían productos de primera necesidad, donde perjudica alguno de los trabajos de consultoría.	Negativo
Económico	Según la INEI en el mes de diciembre del año 2020 los servicios prestados a empresas bajaron 9,98%, lo que se refiere que debido algunas restricciones o limitaciones que ha impuesto el gobierno en el panorama del COVID, se ha disminuido la rentabilidad de las consultorías y servicios prestados, sea por actividades profesionales, técnicas o administrativas.	Negativo
	El gobierno otorgaba nuevos programas de créditos sobre apoyo a empresas mediante créditos garantizados en la nueva etapa del covid-19	Positivo
Social	La mitad de las empresas que no producen productos de primera necesidad y de las personas han	Negativo

dejado de percibir ingresos debido a consecuencia del panorama del COVID, se estimó que la pobreza aumento un 30% en el 2020 según la INEI.

Tecnológico	Según el INEI dio a conocer que el 69,8% de la población de 6 y más años del país accedió a Internet y aumentó en 7,8 puntos porcentuales en comparación con el cuarto trimestre del año 2019 al pasar de 62,0% a 69,8%. Lo que significaría que, debido al tema del COVID, ahora todo se ve de manera virtual en caso de indagar algo de información o también para requerir algún servicio.	Positivo
	La empresa cuenta con el servicio de un Ingeniero de Sistemas para la verificación de los productos tecnológicos, en este caso, las computadoras y laptops.	Positivo
Ambiental	Las consultorías que brindan diferentes servicios para un determinado cliente también generan mucho consumo de papel para algunos documentos y trámites para ejecutar un proceso.	Negativo

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla N°10, se analizó el entorno de la entidad, tomando en cuenta una de las fuerzas claves que son: Político, económico, social, tecnológico y ambiental, mostrando los factores y el impacto que generaría.

3.1.14. Cultura organizacional y Estandarización

a) Misión

Ser una empresa destacada en el rubro de la consultoría de asesoramiento y servicios de gestión empresarial, que garantice el progreso y el desarrollo de las empresas mediante la retroalimentación con el fin de lograr una sociedad sostenible.

b) Valores

Honestidad, eficiencia, seguridad en la resolución de problemas para sus clientes.

c) Visión

Ser reconocidos dentro nuestro sector empresarial en el país, por nuestra eficiencia en las asesorías y consultorías de servicios de gestión empresarial.

3.1.15. Objetivos estratégicos

- Diagnosticar la situación actual de la empresa.
- Diseñar la estandarización de procesos en base a criterios de la norma ISO 9000 referente al 9001:2015 para la satisfacción del cliente de la empresa GUIVAR S.A.C en el año 2021.
- Proyectar el diseño de la estandarización de los procesos en base a criterios de la norma ISO.

3.2. Planteamiento de la estandarización de procesos con base a criterios de la norma ISO 9000 referente al 9001:2015 en la empresa.

Se ha establecido la estandarización de procesos en base a criterios de la norma 9000 referente al ISO 9001:2015, con el propósito de que sirva de guía para orientar al colaborador involucrado de los distintos procedimientos que contenga cada proceso donde se han encontrado algunos inconvenientes en las decisiones de los actores y el responsable.

3.2.1. Check list

Tabla 13.
Check list Estandarización

CHECK LIST ESTANDARIZACIÓN	Nivel de cumplimiento		
	Bajo 30%	Intermedio 70%	Alto 100%
a. ¿Se recibieron los documentos de acuerdo con lo solicitado por el cliente?			X
b. ¿Se enviaron los documentos de acuerdo con el requerimiento del cliente?			X
c. ¿Se aprobó la carta presentación bajo dirección del Gerente General?			X
d. ¿Se corrigió la carta de presentación de acuerdo con lo requerido por el Gerente General?			X
e. ¿Se envió el correo al cliente para confirmar la realización de su servicio?			X
f. ¿Se cumple el protocolo de bioseguridad?		X	

Fuente: Elaboración propia

3.2.2. Criterios del nivel de desempeño de los procesos estandarizados

Tabla 14.

Criterios del nivel de cumplimiento de los procesos estandarizados

Criterio de calificación	Descripción	Nivel de cumplimiento
No estandarizado	Los procesos no cumplen los requisitos mínimos de la norma ISO 9001:2015	30%
Parcialmente estandarizado	Los procesos son conformes a lo establecido por la norma ISO 9001:2015 donde requiere mejoras	70%
Estandarizado completamente	Los procesos están de acorde a lo establecido por la norma ISO 9001:2015	100%

Fuente: Elaboración propia

Los criterios de nivel de cumplimiento esta de acorde a los resultados deseables posteriores a la estandarización de procesos de la empresa GUIVAR S.A.C.

3.2.3 Programación de planes de acciones correctivas a la estandarización de procesos

Tabla 15.

Programación de planes de acciones correctivas a la estandarización de

Objetivo	Meta	Proceso	Responsable	Plazo		Evidencia
				Inicio	Fin	
Estandarizar los procesos	100%	Servicio al cliente	Gerente General	10 de septiembre	1 de octubre	Verificación de procedimiento adecuado y Check list
	100%	Presentación de cartas a futuros clientes	Administrador	12 de septiembre	20 de septiembre	Verificación de procedimiento adecuado y Check list
	100%		Gerente General	21 de septiembre	1 de octubre	Verificación de procedimiento adecuado y Check list
	100%	Digitalización	Gerente General	5 de octubre	28 de octubre	Verificación de procedimiento adecuado y Check list
	100%	Bioseguridad	Gerente General	8 de octubre	15 de octubre	Verificación de procedimiento adecuado y Check list

procesos

Fuente: Elaboración propia

3.2.4. Fichas de caracterización de procesos a estandarizar

3.2.4.1 Proceso de servicio al cliente

GUIVAR S.A.C.		Ficha de caracterización del proceso : Servicio al cliente	Código: PSC-01
1. Objetivo del proceso Realizar el servicio de gestión de acuerdo con lo requerido por el cliente en base a los principios de la gestión de calidad.	2. Alcance Inicia desde solicitar una cotización de un protocolo de sanidad de parte del cliente hasta recibir pago del servicio al Gerente general.	3. Responsable del proceso Gerente General	
4. Proveedores internos/externos Cliente		5. Productos/salidas Entregar documento de la cotización del servicio	
6. Insumos/entradas Solicita una cotización de un servicio		8. Cargos involucrados Gerente General Especialista	
7. Documentos Procedimiento de servicio al cliente			

Fuente: Elaboración propia

3.2.4.2 Proceso de elaboración de cartas de presentación a futuros clientes

GUIVAR S.A.C.	Ficha de caracterización del proceso : Elaboración de cartas de presentación a los futuros clientes	Código: PEFC-02
1. Objetivo del proceso	2. Alcance	3. Responsable del proceso
Realizar la elaboración de cartas de presentación a los futuros clientes potenciales que requerían de los servicios de la empresa GUIVAR S.A.C.	Comienza desde solicitar la realización de las cartas de presentación de parte del Gerente General hasta enviar las cartas de presentación de parte del administrador.	Administrador
4. Proveedores internos/externos	5. Productos/salidas	
Gerente General	Enviar las cartas de presentación a los futuros clientes	
6. Insumos/entradas		
Solicita la realización de las cartas de presentación		
7. Documentos	8. Cargos involucrados	
Procedimiento de la elaboración de cartas a los futuros clientes	Gerente General Administrador	

Fuente: Elaboración propia

3.2.4.3 Proceso de digitalización

GUIVAR S.A.C.	Ficha de caracterización del proceso : Digitalización	Código: PDT-03
1. Objetivo del proceso	2. Alcance	3. Responsable del proceso
Realizar los correos, operaciones y transacciones mediante los medios digitales con base a criterios.	Empieza desde enviar un correo respecto a una asesoría ambiental de parte del Cliente hasta recibir el pago de la asesoría al Gerente General.	Gerente General
4. Proveedores internos/externos	Cliente	5. Productos/salidas
6. Insumos/entradas	Solicita un servicio de asesoría	Confirmar servicio de asesoría mediante correo y cancelado vía plataforma digital.
7. Documentos	Procedimiento de la digitalización	8. Cargos involucrados
<i>Fuente:</i> Elaboración propia		Gerente General Especialista

3.2.4.4 Proceso de bioseguridad

GUIVAR S.A.C. **Ficha de caracterización del proceso : Bioseguridad** **Código: PBS-04**

1. Objetivo del proceso Realizar el proceso de bioseguridad respetando el protocolo antes de atender a un cliente que quiere requerir de un servicio.	2. Alcance Empieza desde llegar al local de parte del Cliente hasta realizar la consulta..	3. Responsable del proceso Gerente General
4. Proveedores internos/externos Cliente		5. Productos/salidas Realizar la consulta una vez que haya cumplido con el protocolo de bioseguridad
6. Insumos/entradas Cumplir con el protocolo de bioseguridad		
7. Documentos Procedimiento de la bioseguridad		8. Cargos involucrados Gerente General

Fuente: Elaboración propia

3.2.5 Documentación de procesos a estandarizar

3.2.5.1. Proceso de servicio al cliente

Objetivo del proceso

Realizar el servicio de gestión de acuerdo con lo requerido por el cliente en base a los principios de la gestión de calidad y específicamente en sus acciones posibles para entender las necesidades y expectativas actuales del cliente.

Alcance

Inicia desde solicitar una cotización de un protocolo de sanidad de parte del cliente hasta recibir pago del servicio al Gerente general.

Responsabilidades

Dueño del proceso:

Gerente General

Actores del proceso:

Gerente General: Él es responsable de realizar el servicio requerido por el cliente.

Especialista: Él se encarga de ayudar en la gestión del Gerente general en caso de que el trabajo sea complejo.

Cliente: Él es el responsable de recibir su servicio requerido de parte del Gerente general.

Documentos y/o aplicables anexos:

Documentos

Reglamento:

Procedimiento del servicio al cliente

Formatos, cartillas y/o registros:

Formato: Ficha de servicio al cliente PC-PSC-GS01

Definiciones:

Gerente general: Es el responsable legal de la dirección de la empresa.

Especialista: Es una persona que tiene conocimientos profundos en una rama determinada de la ciencia o técnica determinado de una profesión.

Documento: Escrito en papel u otro tipo de soporte con que se prueba o acredita una cosa.

Condiciones básicas:

Realizar la documentación: La documentación debe ser realizada de acuerdo con lo requerido por el cliente sea por un tema de gestión que quiere que lo solucionemos o asesoremos, si en caso el trabajo que solicito el cliente es algo complejo, se procede a llamar a un especialista para que ayude en el servicio y aplique su conocimiento.

Descripción del procedimiento

Tabla 16.
Descripción del procedimiento de servicio al cliente

Nro.	Actividad	Actores
1.1	Solicitar una cotización de un protocolo de sanidad	Cliente
1.2	Recibir la solicitud	Gerente General
1.3	Contactar con un especialista	Gerente General
1.4	Recibir la notificación	Especialista
1.5	Realizar documentación	Especialista
1.6	Enviar documentación	Especialista
1.7	Realizar la documentación	Gerente General
1.8	Almacenar formato de documentación	Gerente General
1.9	Recibir documentación	Gerente General
2.1	Entregar documentación	Gerente General
2.2	Reenviar documentación	Gerente General
2.3	Recibir documento solicitado	Cliente
2.4	Pagar por el servicio brindado	Cliente
2.5	No pagar el servicio	Cliente
2.6	Recibir pago del servicio	Gerente General

Fuente: Elaboración propia

3.2.5.2. Proceso de elaboración de cartas de presentación a los futuros clientes

Objetivo del proceso

Realizar la elaboración de cartas de presentación a los futuros clientes potenciales que quieran requerir de los servicios de la empresa GUIVAR S.A.C, en base a principios de la gestión de calidad y en las acciones posibles para comunicar las

necesidades y expectativas de los clientes a través de la organización. Con el fin de brindar servicios.

Alcance

Comienza desde solicitar la realización de las cartas de presentación de parte del Gerente General hasta enviar las cartas de presentación de parte del administrador.

Responsabilidades

Dueño del proceso:

Administrador

Actores del proceso:

Gerente General: Él es responsable de realizar el servicio requerido por el cliente.

Administrador: Es el encargado de gestionar las actividades de la empresa en la parte administrativa.

Documentos y/o aplicables anexos:

Documentos

Reglamento:

Procedimiento de la elaboración de cartas a los futuros clientes.

Formatos, cartillas y/o registros:

Formato: Ficha de servicio al cliente PC-PEC-GS02

Definiciones:

Gerente general: Es el responsable legal de la dirección de la empresa.

Administrador: Es la persona que tiene por oficio administrar bienes de otros.

Condiciones básicas:

Elaborar carta de presentación a cada cliente: La elaboración de la carta de presentación es de acuerdo con lo buscado a los clientes seleccionados que le podemos brindar los servicios a futuro.

Descripción del procedimiento

Tabla 17.

Descripción del procedimiento de elaboración de cartas a los futuros clientes

Nro.	Actividad	Actores
1.1	Solicitar la realización de las cartas de presentación	Gerente General
1.2	Recibir notificación	Administrador
1.3	Buscar los clientes potenciales	Administrador
1.4	Ordenar los futuros clientes potenciales	Administrador
1.5	Elaborar la carta de presentación a cada futuro cliente	Administrador
1.6	Enviar documento	Administrador
1.7	Recibir documento	Gerente General
1.8	Devolver documento	Gerente General
1.9	Recibir documento	Administrador
2.1	Seleccionar a los futuros clientes asignados	Administrador
2.2	Enviar las cartas de presentación	Administrador

Fuente: Elaboración propia

.2.5.3 Proceso de digitalización

Objetivo del proceso

Realizar los correos, operaciones y transacciones mediante los medios digitales, en base al criterio de la mejora y las acciones posibles integrar las consideraciones de la mejora en el desarrollo de productos, servicios y procesos nuevos o modificados; en este caso, el uso de los medios en mención.

Alcance

Empieza desde enviar un correo respecto a una asesoría ambiental de parte del Cliente hasta recibir el pago de la asesoría al Gerente General.

Responsabilidades

Dueño del proceso:

Gerente General

Actores del proceso:

Gerente General: Él es responsable de realizar el servicio requerido por el cliente.

Especialista: Él se encarga de ayudar en la gestión del Gerente general en caso de que el trabajo sea complejo.

Cliente: Él es el responsable de recibir su servicio requerido de parte del Gerente general.

Documentos y/o aplicables anexos:

Documentos

Reglamento:

Procedimiento de la digitalización

Formatos, cartillas y/o registros:

Formato: Ficha de servicio al cliente PC-PDT-GS03

Definiciones:

Gerente general: Es el responsable legal de la dirección de la empresa.

Especialista: Es una persona que tiene conocimientos profundos en una rama determinada de la ciencia o técnica determinado de una profesión.

Cliente: Es una persona que viene a requerir un producto o servicio.

Asesoría: Servicio profesional de información.

Banca internet: es un canal digital que engloba las herramientas que le permiten al cliente realizar distintas transacciones.

Condiciones básicas:

Pagar mediante la banca internet: Uno de los procesos de la digitalización es la banca internet donde se puede realizar transacciones como transferencias a terceros, interbancarias, pagos de servicios de tarjeta, y entre otros.

Pagar mediante vía plin o yape: Se puede pagar mediante estos aplicativos móviles que están relacionados a sus bancos asignados para poder realizar transacciones con mayor facilidad.

Descripción del procedimiento

Tabla 18.
Descripción del procedimiento de digitalización

Nro.	Actividad	Actores
1.1	Solicitar una cotización de un protocolo de sanidad	Cliente
1.2	Recibir notificación	Gerente General
1.3	Contratar a un especialista	Gerente General
1.4	Recibir la notificación	Especialista
1.5	Agendar cita de la asesoría	Especialista
1.6	Reservar la fecha de la indicación de la asesoría	Gerente General
1.7	Coordinar la hora, fecha, el costo de la asesoría y número de cuenta de la empresa	Gerente General
1.8	Mandar por correo la cotización de la asesoría y el número de cuenta de la empresa	Gerente General
1.9	Recibir correo	Cliente
2.1	Pagar mediante la banca de internet	Cliente
2.2	Pagar mediante yape o plin	Cliente
2.3	Cancelar la asesoría	Cliente
2.4	Recibir pago de la asesoría	Gerente General

Fuente: Elaboración propia

3.2.5.4 Proceso de bioseguridad

Objetivo del proceso

Realizar el proceso de bioseguridad respetando el protocolo antes de atender a un cliente que quiere requerir de un servicio, en base al criterio de los compromisos de las personas y sus acciones posibles aumento de la participación de las personas en las actividades de mejora; en este caso, acatar con el protocolo en mención por el bien de la salud.

Alcance

Empieza desde llegar al local de parte del Cliente hasta realizar la consulta.

Responsabilidades

Dueño del proceso:

Gerente General

Actores del proceso:

Gerente General: Él es responsable de realizar el servicio requerido por el cliente.

Cliente: Él es el responsable de recibir su servicio requerido de parte del Gerente general.

Documentos y/o aplicables anexos:

Documentos

Reglamento:

Procedimiento de bioseguridad

Formatos, cartillas y/o registros:

Formato: Ficha de servicio al cliente PC-PBS-GS04

Definiciones:

Gerente general: Es el responsable legal de la dirección de la empresa.

Cliente: Es una persona que viene a requerir un producto o servicio.

Protocolo: Es un conjunto de reglas de formalidad que rigen los actos y ceremonias diplomáticos y oficiales.

Condiciones básicas:

Procurar que se limpien los zapatos con el trapo antes de ingresar al local: Se debe dejar en claro a los clientes de que antes de ingresar al local, tienen que limpiar los zapatos mediante el trapo que está afuera de la puerta de ingreso, caso contrario no se le podrá atender.

3.2.6. Procedimiento

Tabla 19.
Procedimiento de la bioseguridad

Nro.	Actividad	Actores
1.1	Llegar al local y procedo a entrar	Cliente
1.2	Procurar que se limpie los zapatos con el trapo antes de ingresar al local	Gerente General
1.3	No proceder en atenderlo hasta que respete el protocolo	Gerente General

1.4	Agregar jabón líquido para que se pueda lavar las manos	Gerente General
1.5	Descansar en la silla indicada por el Gerente	Gerente General
1.6	Realizar la consulta	Cliente

Fuente: Elaboración propia

3.2.7. Programa de capacitación

Para la estandarización de procesos, se consideró la realización del programa de capacitación y los indicadores en base a criterio del enfoque a procesos y en sus acciones posibles menciona en establecer la autoridad, la responsabilidad y la obligación de rendir cuentas para la gestión de los procesos y gestionar los procesos y sus interrelaciones como un sistema para lograr los objetivos de la calidad.

de la organización de una manera eficaz y eficiente;

los procesos;

Tabla 20.

Indicador de capacitación

Indicador	% Personal capacitado
Objetivo	Que el personal capacitado pase mayor o igual del 80%
Plazo	Dic-21

Fuente: Elaboración propia

Tabla 21.

Periodo de Capacitación

Capacitación	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Cursos por capacitar	1	1	1	1
Cursos realizados	1	1	1	1
%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 22.
Listado de cursos por capacitar 2021

Listado de cursos por capacitar 2021 - Procesos

Curso	Responsable	Realización
Estandarización de procesos	Gerente General	

Elaborado por:

Fuente: Elaboración propia

3.2.8. Ficha de indicadores propuestos para los procesos

Tabla 23.
Ficha de indicadores de procesos

Ficha de indicadores									Planes de acción correctivas			
Nombre del proceso	Nombre del indicador	Origen de datos	Fórmula	Unidad de medida	Responsable	Nivel de cumplimiento			2021 Meta	Información de planes de acción		
						Bajo	Intermedio	Alto		Proceso	Responsable	Plazo
Proceso de servicio al cliente	Documentos recibidos	Documentación para estandarizar	Documentos rechazados/documentos recibidos * 100	%	Gerente General	De 0% a 30%	De 31% a 70%	De 71% a 100%				
	Documentos entregados	Documentación para estandarizar	Instrucción de servicio cancelado/ instrucción enviada * 100	%		De 0% a 30%	De 31% a 70%	De 71% a 100%				
Proceso de elaboración de cartas a los futuros clientes	Cartas recibidas	Documentación para estandarizar	Cartas rechazadas/cartas recibidas* 100	%	Administrador	De 0% a 30%	De 31% a 70%	De 71% a 100%				
	Cartas entregadas	Documentación para estandarizar	Instrucción de carta cancelada/ instrucción enviada * 100	%		De 0% a 30%	De 31% a 70%	De 71% a 100%				
Proceso de digitalización	Correo en ejecución	Documentación para estandarizar	Tiempo de envío del correo/ tiempo promedio * 100	%	Gerente General	De 0% a 30%	De 31% a 70%	De 71% a 100%				
Proceso de bioseguridad	Cumplimiento de protocolo	Documentación para estandarizar	No cumplimiento del protocolo/cumplimiento del protocolo * 100	%	Gerente General	De 0% a 30%	De 31% a 70%	De 71% a 100%				
Nivel de desempeño									%			

Fuente: Elaboración propia

Tabla 24.

La relación entre la norma ISO 9001:2015 y la estandarización de procesos

Controles de la norma ISO 9001:2015	Requisitos de la norma ISO 9001:2015	Características de la estandarización	Criterio de cumplimiento
4.2	Compresión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas	Stakeholders de las partes interesadas	Cumple
5.3	Roles, responsables y autoridades de la organización	Congruencia entre perfiles y responsabilidades	Cumple
6.2	Objetivos de la calidad y planificación para lograrlos	Lista de objetivos	Cumple
7.1.2	Personas	Evaluación de nivel de desempeño	Cumple
7.5	Información documentada	Control documentario	Cumple
8.2	Requisitos para los productos y servicios	Requisitos organizacionales	Cumple
8.7	Control de salidas no conformes	Procedimiento de servicios no conformes y registro	Cumple
9.3.3	Salidas de revisión por la dirección	Verificación de los servicios si en caso requiere cambios	Cumple
10	Mejora	Resultados de la estandarización	Cumple

Fuente: Elaboración propia

3.3. Determinar el nivel de satisfacción del cliente de la empresa

3.3.1. Aplicación de instrumentos y recolección de datos

3.3.1.1. Análisis de la entrevista

La entrevista se basó con el objetivo de recolectar información acerca de la empresa, para poder que pueda servir de apoyo sobre la estandarización de procesos y la satisfacción del cliente. (Ver anexo 6)

3.3.1.2. Análisis de la encuesta

Para determinar la satisfacción del cliente de la empresa GUIVAR S.A.C, se procedió aplicar la encuesta a los clientes que han requerido de los servicios de la empresa en mención.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

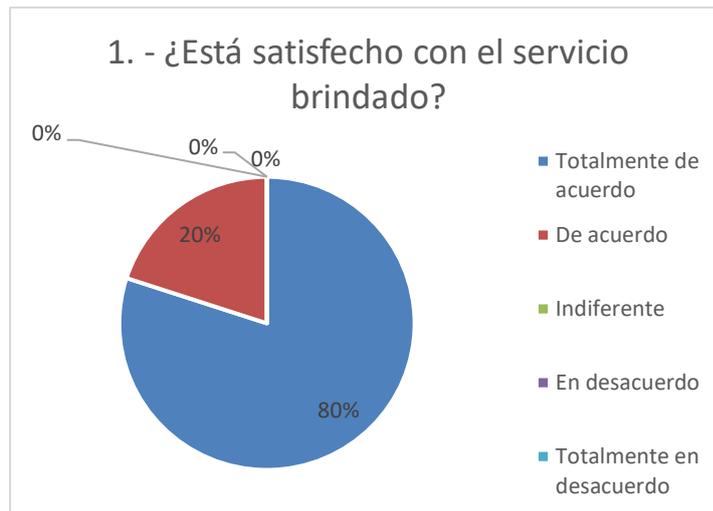


Figura 6. ¿Está satisfecho con el servicio brindado?

Fuente: Elaboración propia

La Figura 6 muestra que el 80% de los clientes se encuentran totalmente de acuerdo con el servicio brindado y el 20% está de acuerdo.

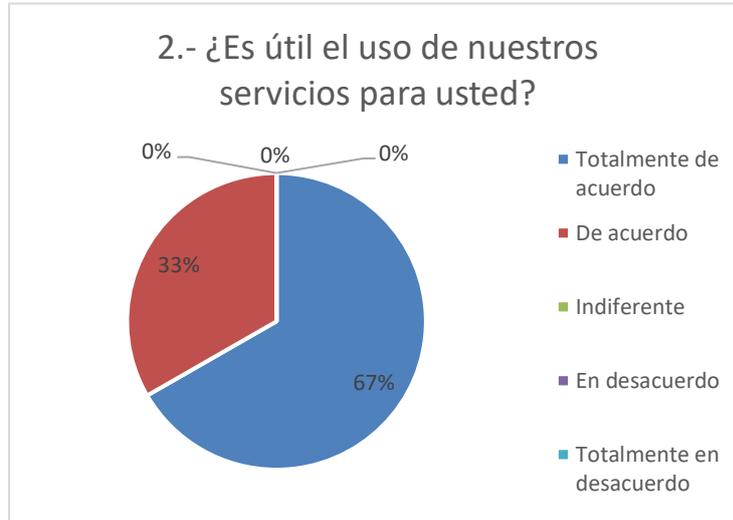


Figura 7. ¿Es útil el uso de nuestros servicios para usted?

Fuente: Elaboración propia

La Figura 7 muestra que el 67% de esta totalmente de acuerdo que le fue útil el uso de los servicios y el 33 % está de acuerdo lo que confirma un lado positivo para la empresa.

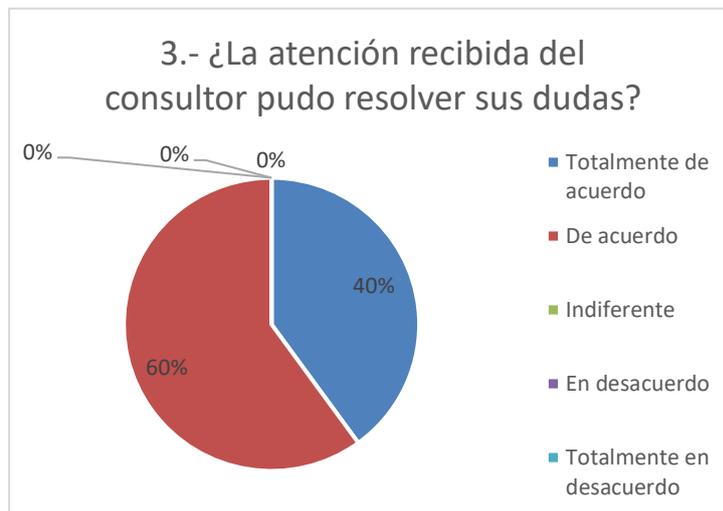
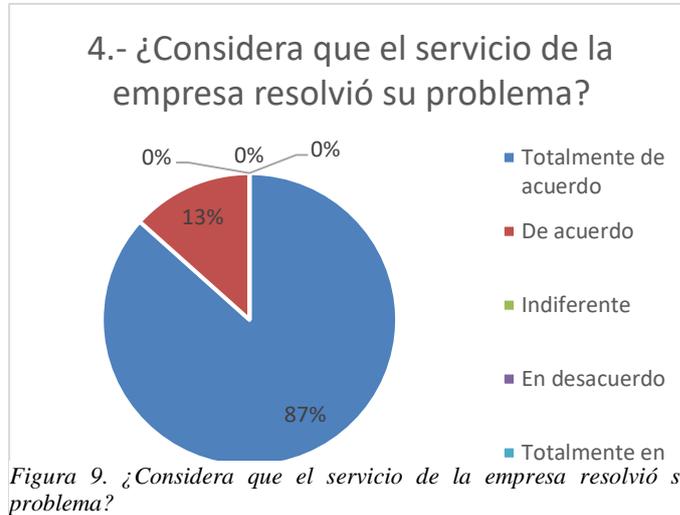


Figura 8. ¿La atención recibida del consultor pudo resolver sus dudas?

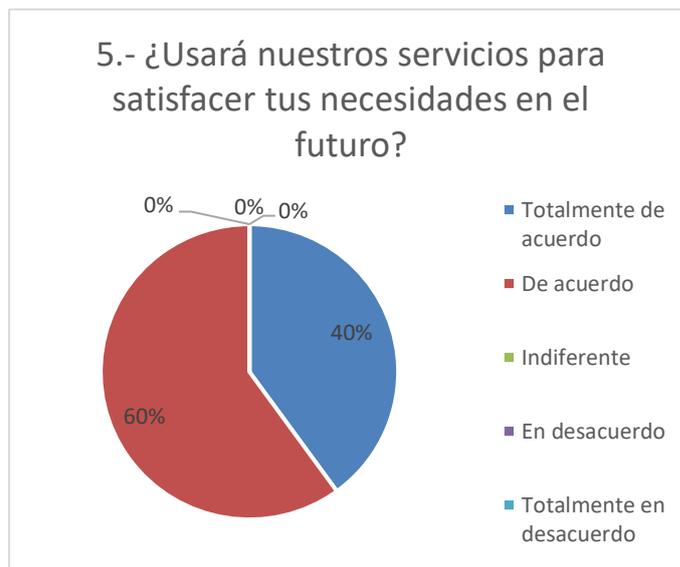
Fuente: Elaboración propia

La Figura 8 muestra que el 60% de los clientes de la empresa después de responder la encuesta están de acuerdo de que la atención recibida y el 40% está totalmente de acuerdo.



Fuente: Elaboración propia

La Figura 9 muestra que el 87% de los clientes de la empresa después de responder la encuesta están totalmente de acuerdo que el servicio de la empresa ha resuelto su problema y el 12% está de acuerdo.



Fuente: Elaboración propia

La Figura 10 muestra que el 60% de los clientes de la empresa después de responder la encuesta están de acuerdo de que usarán los servicios de

la empresa para satisfacer sus necesidades en el futuro y el 40% está totalmente de acuerdo.

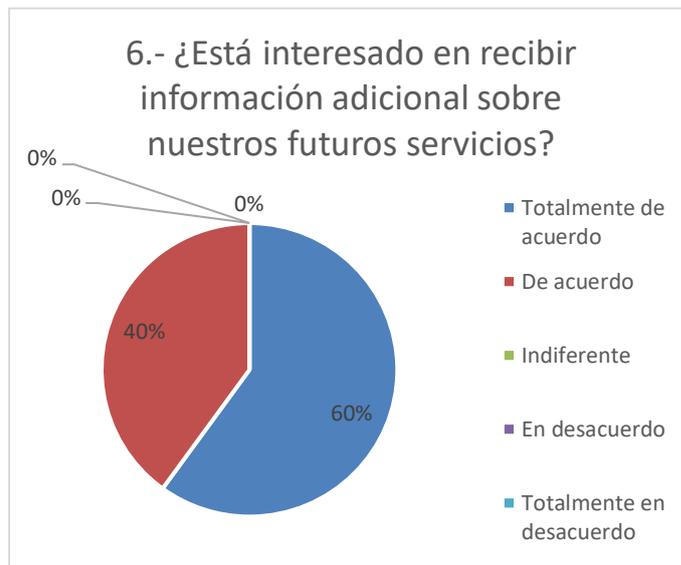
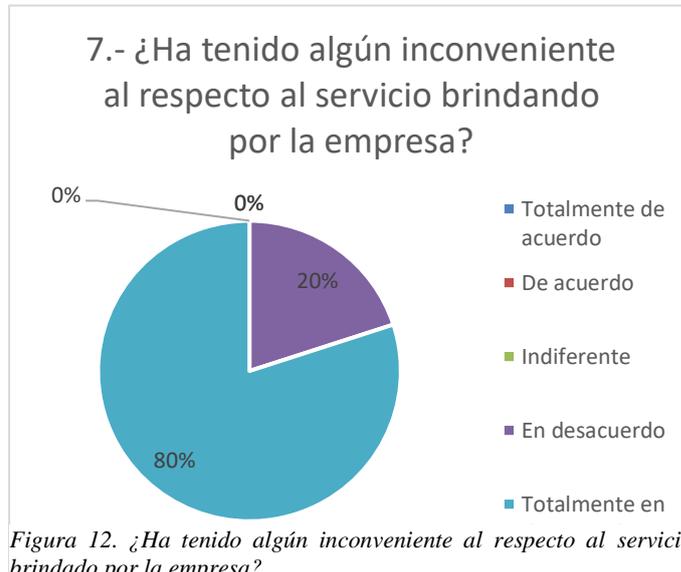


Figura 11. ¿Está interesado en recibir información adicional sobre nuestros futuros servicios?

Fuente: Elaboración propia

La Figura 11 muestra que el 60% están totalmente de acuerdo en estar interesados en poder recibir más información adicional acerca de los futuros servicios que ofrece la empresa, mientras que el 40% está de acuerdo.



Fuente: Elaboración propia

La Figura 12 muestra que el 80% de los clientes de la empresa después de responder la encuesta, no han tenido ningún inconveniente al servicio brindado por la empresa.

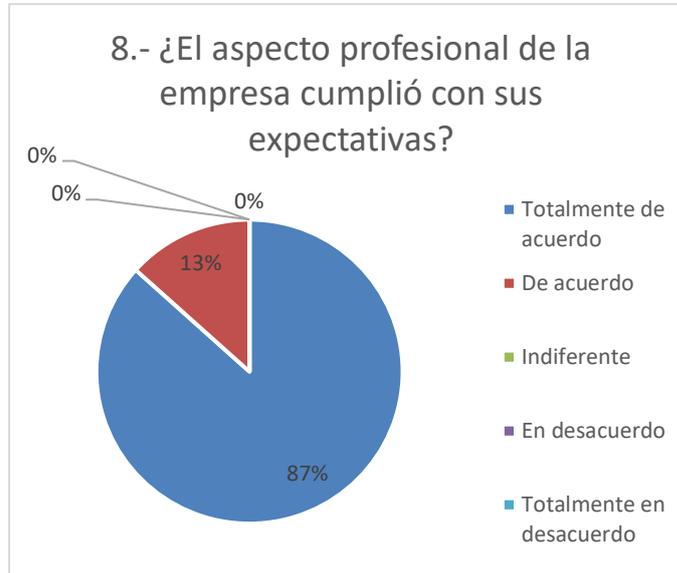


Figura 13. ¿El aspecto profesional de la empresa cumplió con sus expectativas?

Fuente: Elaboración propia

La Figura 13 muestra que el 87% de los clientes de la empresa después de responder la encuesta, en que están totalmente de acuerdo de que el aspecto profesional de la empresa cumplió con sus expectativas, mientras que el 13% solamente está de acuerdo.

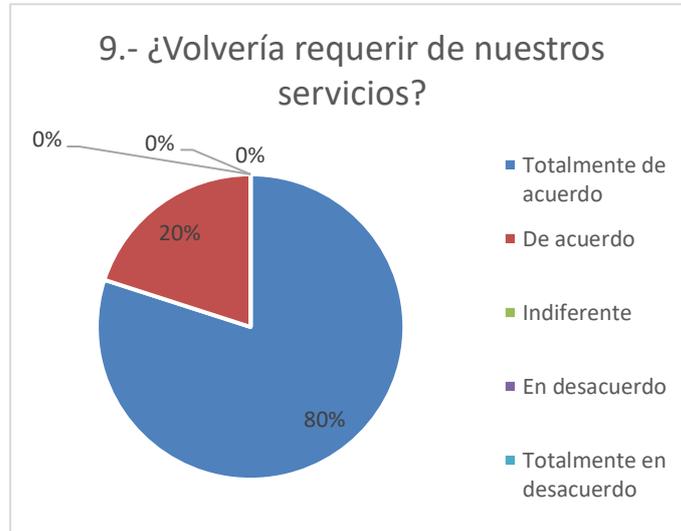


Figura 14. ¿Volvería requerir de nuestros servicios?

Fuente: Elaboración propia

La Figura 14 muestra que el 80% están totalmente de acuerdo de que volverían a requerir los servicios de la empresa y el 20% está de acuerdo.

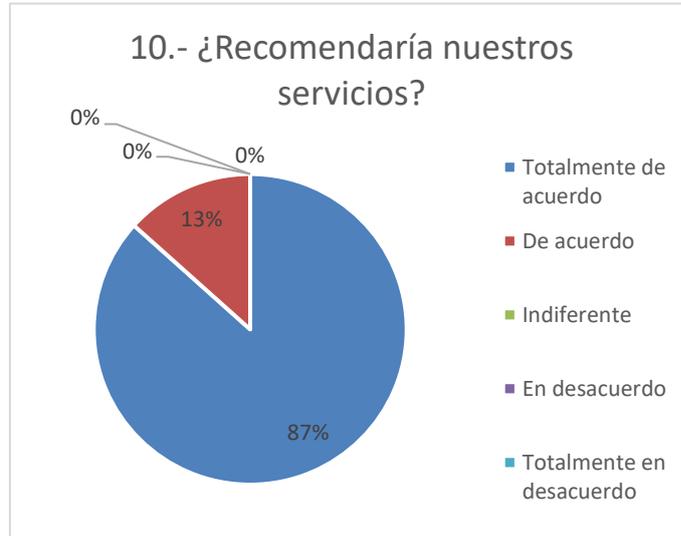


Figura 15. ¿Recomendaría nuestros servicios?

Fuente: Elaboración propia

La Figura 15 muestra que el 87% de los clientes de la empresa después de responder la encuesta, están de acuerdo en recomendar los servicios brindados de la empresa.

3.4. Identificación de los procesos core de la empresa

Mapa de procesos

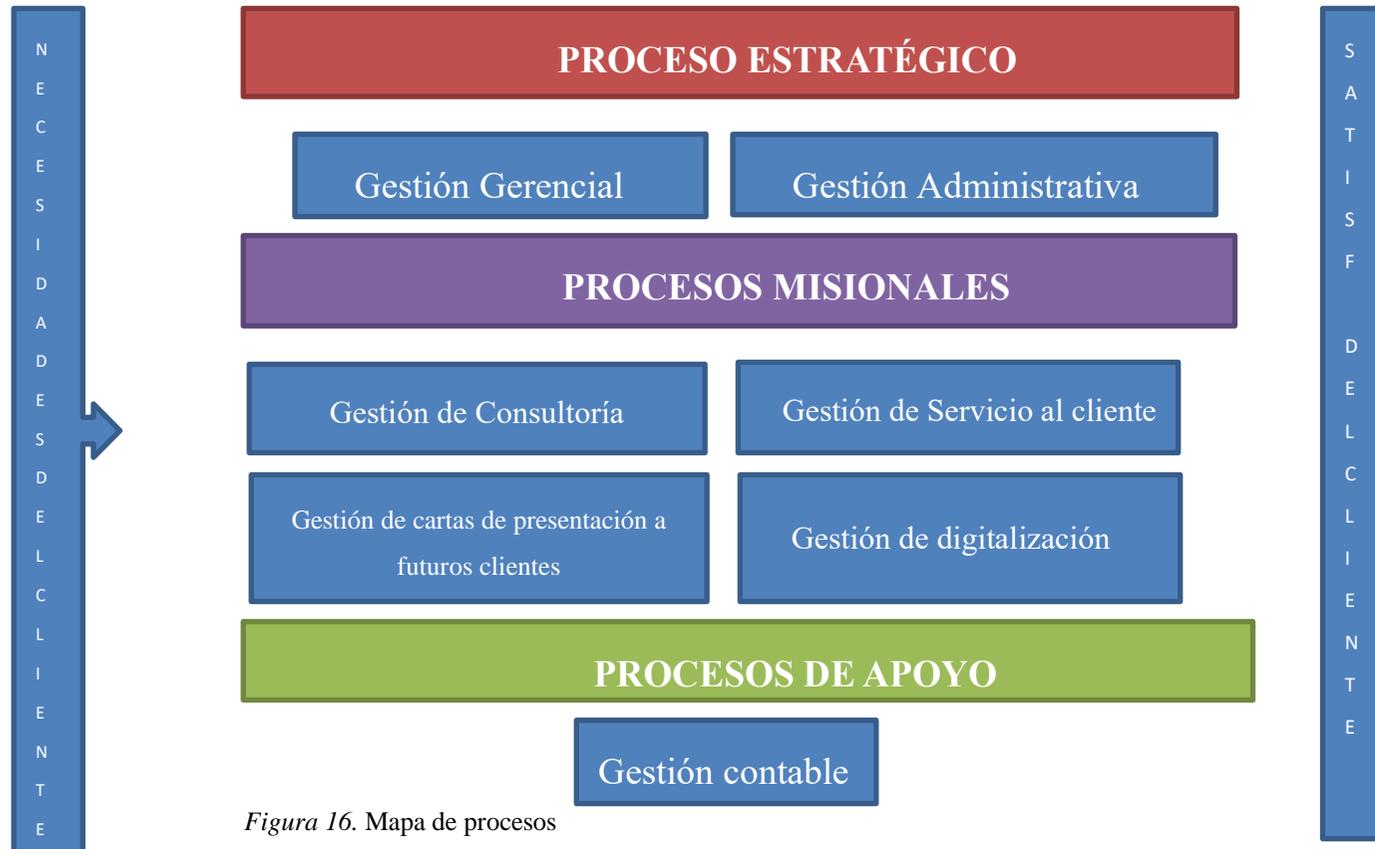


Figura 16. Mapa de procesos

Fuente: Elaboración propia

3.5. Diagramación a los procesos a mejorar

3.5.1. Diagrama de procesos

Se desarrolló dentro de los cuatro procesos seleccionados mediante el programa de Bizagi Modeler, lo cual nos permite visualizar las diferencias del antes y después, para demostrar la estandarización de cada proceso.

3.5.1.1. Proceso de servicio al cliente

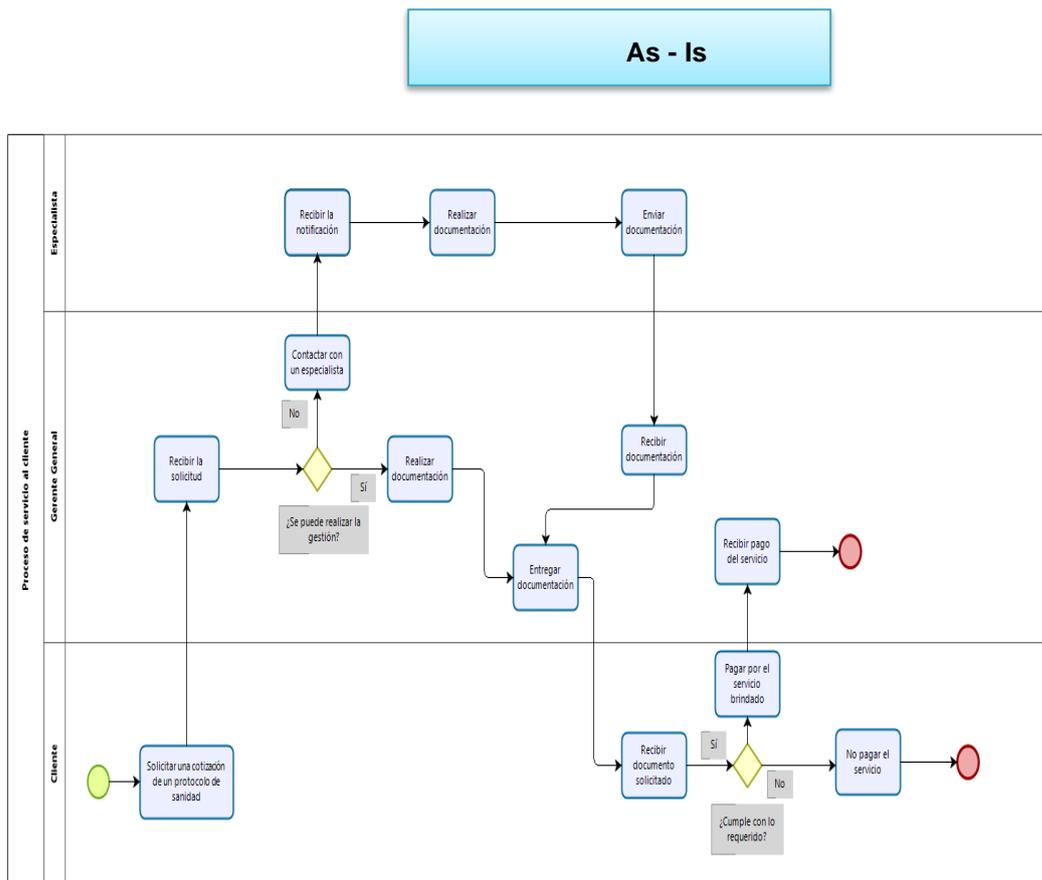


Figura 17. Proceso de servicio al cliente

Fuente: Elaboración propia

Lo que se muestra en la Figura 17 es un antes (As-Is) de un proceso que realiza el Gerente General con el Especialista en caso de que sí se puede realizar el trabajo, el Gerente puede asumir el trabajo, le entrega lo requerido al cliente y si lo aprueba el cliente, podrá recibir el pago. En cambio, si no lo puede realizar, se contacta con un especialista que le puede gestionar ese problema para que al final lo pueda entregar al gerente siempre y cuando reciba un porcentaje de lo ganado de ese trabajo, y así, en esa parte el Gerente le entrega lo requerido al cliente y después recibe el pago donde tiene que dar un porcentaje al especialista por su aporte.

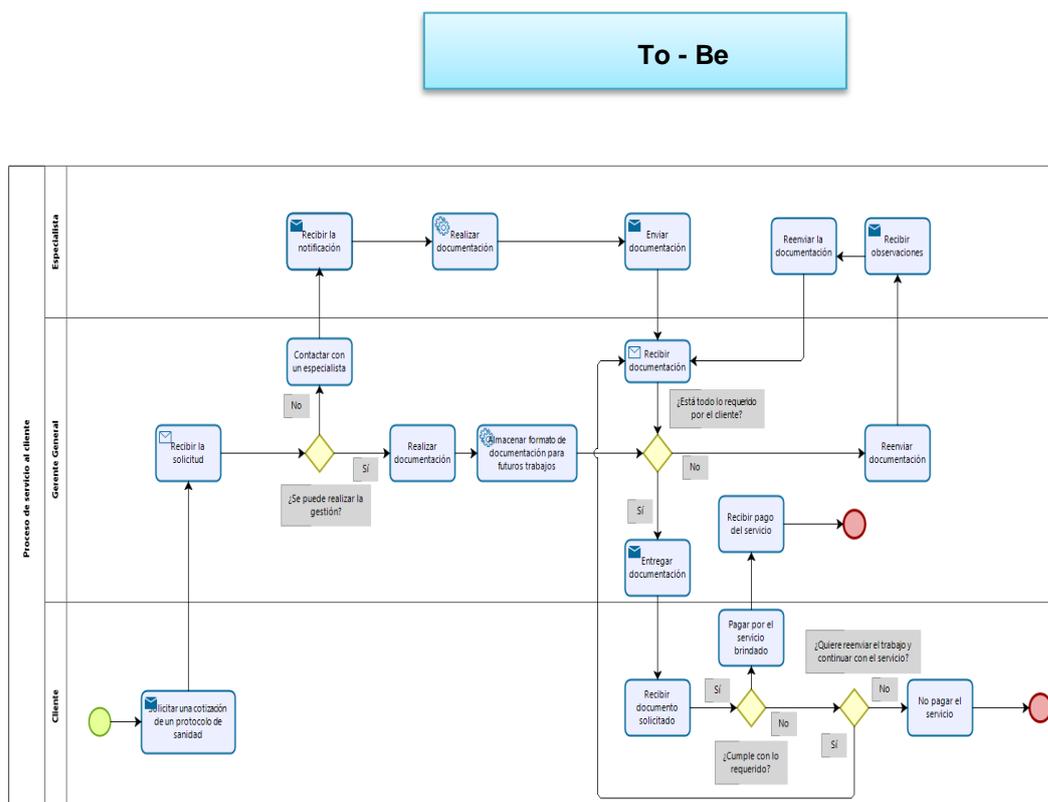


Figura 18. Proceso de servicio al cliente To – Be

Fuente: Elaboración propia

Lo que se muestra en la Figura 18 es un después (To-Be) del proceso estandarizado de servicio al cliente, donde se muestra que el Gerente General en caso de que pueda asumir el trabajo en vez de recurrir al Especialista, realiza la documentación y después almacena esa documentación para futuros trabajos y también puede rehacer el trabajo, en caso de que el cliente no este satisfecho con lo ofrecido.

3.5.1.2 Proceso de elaboración de cartas de presentación a los futuros clientes

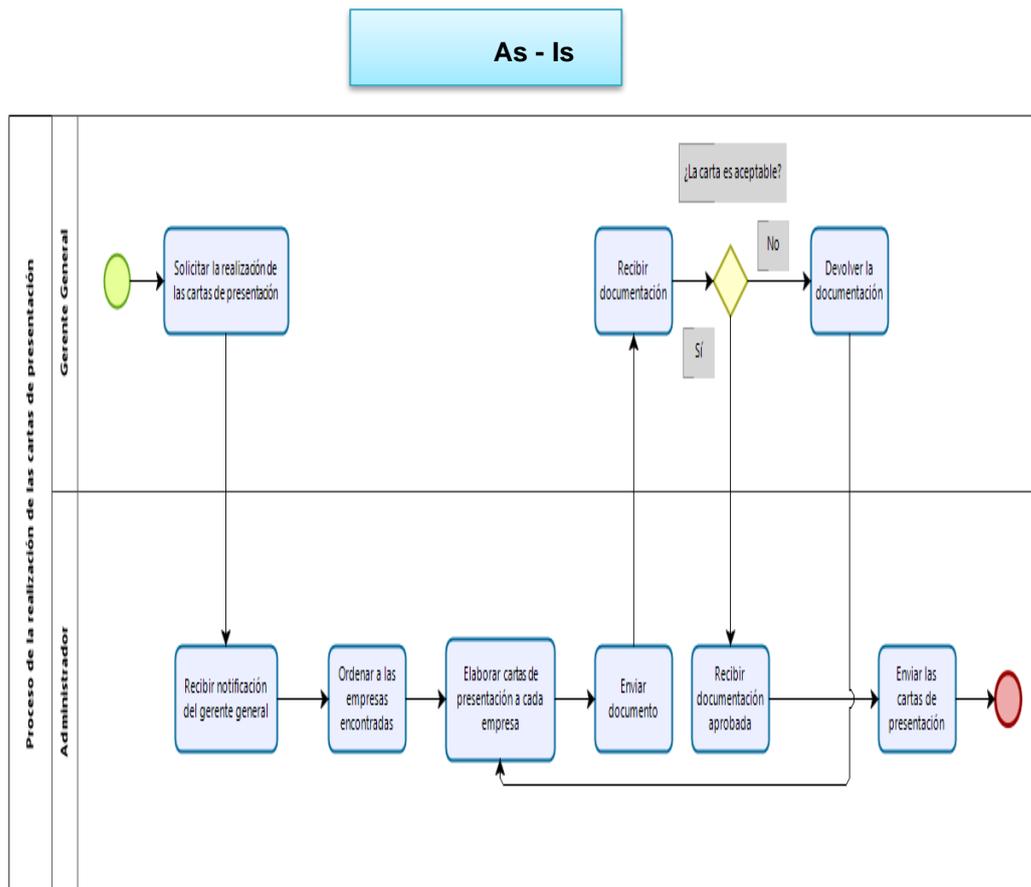


Figura 19. Proceso de elaboración de cartas de presentación a futuros clientes

Fuente: Elaboración propia

Según la Figura 19 es un antes (As-Is) donde se muestra el proceso de la elaboración de las cartas de presentación a futuros clientes, uno de sus procesos es ordenar a las empresas que ha encontrado el administrador, para así poder elaborar las cartas y después tuvo que mandar una verificación al gerente si es que aprueba el contenido de la carta de presentación y una vez que le den el visto bueno, ya se puede proceder con la entrega de las cartas de presentación a las empresas seleccionadas.

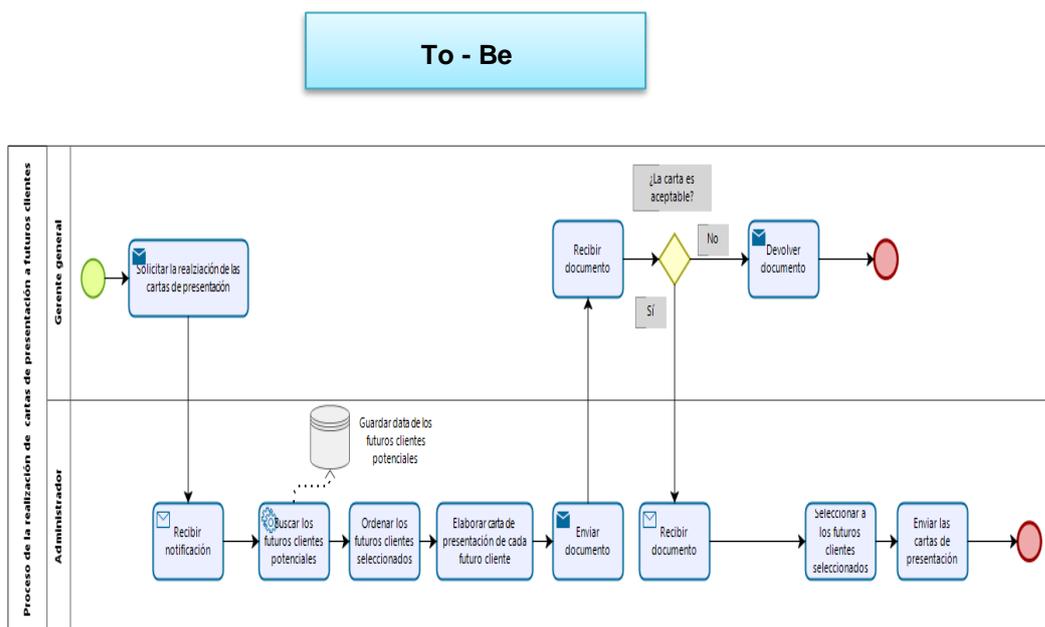


Figura 20. Proceso de elaboración de cartas para futuros clientes To - Be

Fuente: Elaboración propia

Según la Figura 20 es un después (To-Be) donde se muestra el proceso estandarizado de la realización de cartas de presentación a futuros clientes, fijando a través del administrador cuando realiza la búsqueda de futuros clientes

potenciales, va guardando una data en caso de que opten por algún que quiera recurrir sus servicios y una vez que tengan los futuros clientes seleccionados, solo esperan la aprobación del Gerente General.

3.5.1.3. Proceso de Digitalización

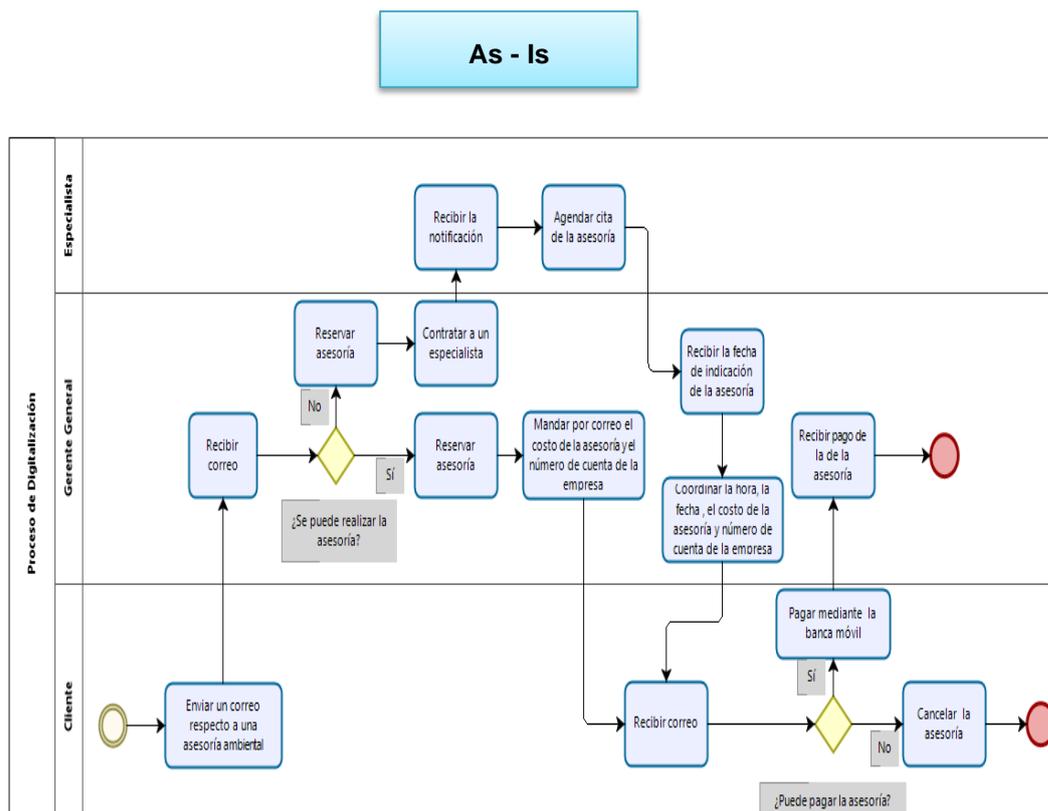
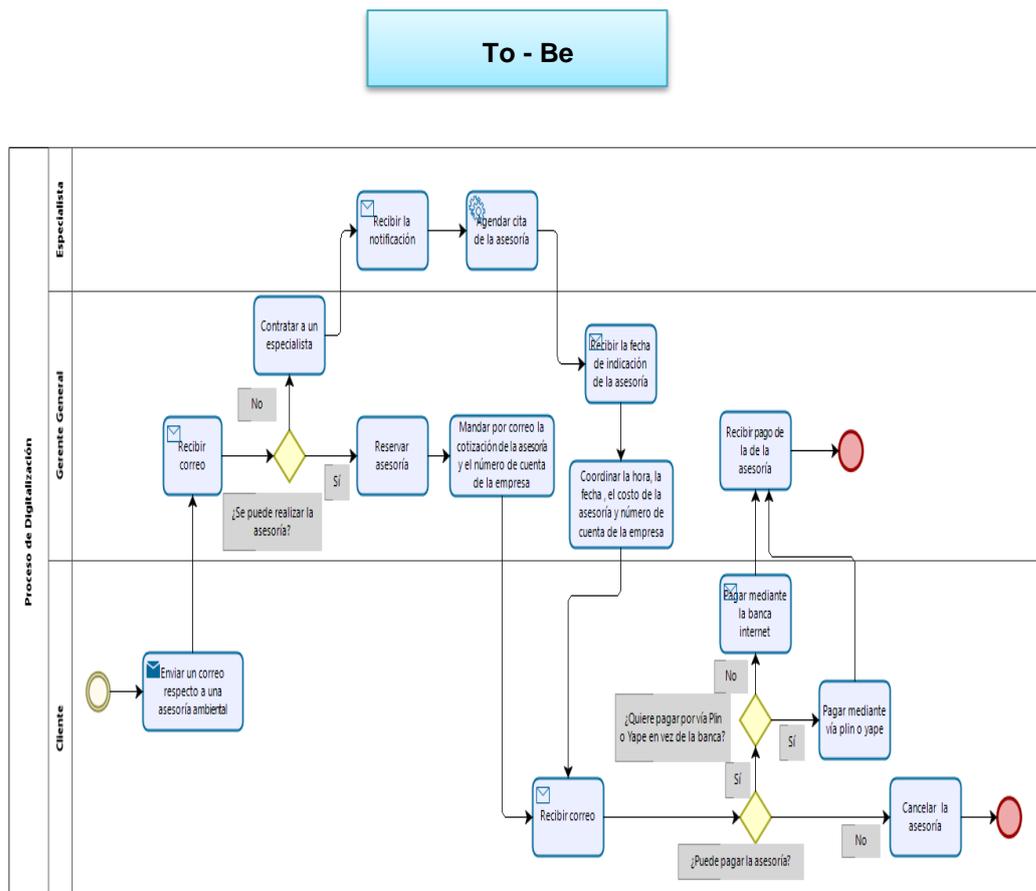


Figura 21. Proceso de Digitalización

Fuente: Elaboración propia

la Figura 21 es un antes (As-Is) sobre el proceso de la Digitalización, varios de sus procesos lo hacen de manera online, debido a los constantes correos que realizan donde se puede involucrar los temas de la reservación de una asesoría, mandar por correo la fecha, hora y el costo de la asesoría y también donde se pueda proceder el pago mediante la banca móvil de cualquier banco, y así sucesivamente tiene que estar digitalizado. Adicionando que se tomarán en cuanto los términos necesarios que se relacionen con los procesos en mención



Fuente: Elaboración propia

Según la Figura 22 es un después (To-be) donde se muestra este proceso estandarizado sobre la Digitalización, es cuando al cliente se le apertura una opción más para que pueda cancelar el servicio brindado por la empresa sea mediante por banca por internet o también vía la plataforma de Plin o Yape, para facilitar un poco más la transacción y también de paso recibe su facturación del servicio

3.5.1.4. Proceso de Bioseguridad

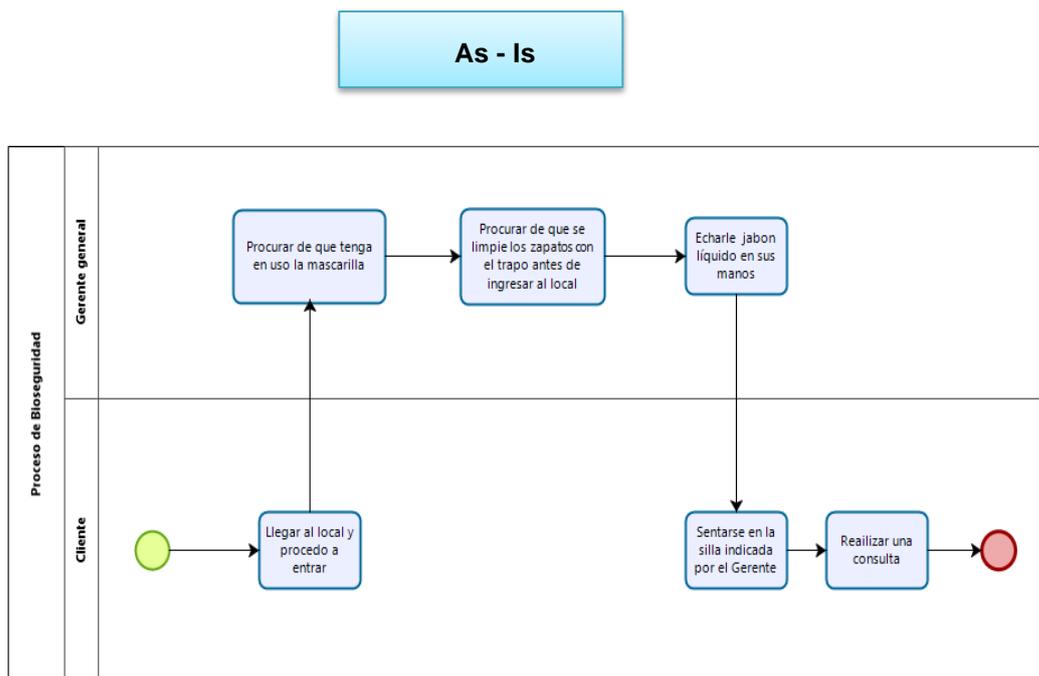


Figura 23. Proceso de Bioseguridad

Fuente: Elaboración propia

Según la Figura 23 es un antes (As-Is) sobre el proceso de la Bioseguridad que es realmente necesario debido al panorama sobre la pandemia del virus de la

COVID-19, se realizó un protocolo de bioseguridad donde se podrá operar normalmente la función de la empresa sobre lo que es consultoría y asesoramiento.

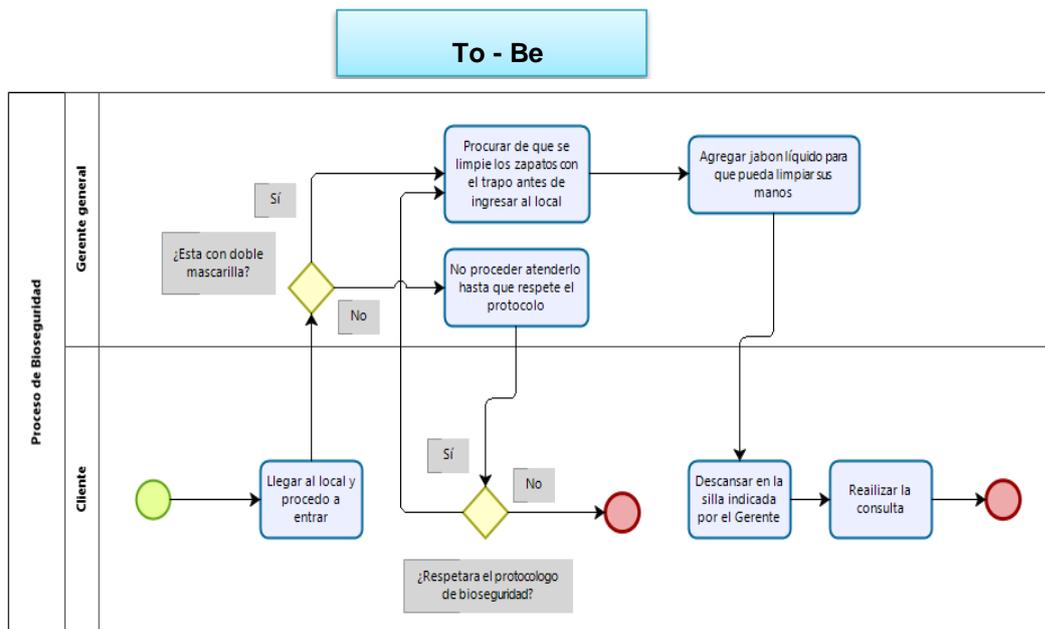


Figura 24. Proceso de Bioseguridad To – Be

Fuente: Elaboración propia

Según la Figura 24 es un después (To-be) donde se muestra un proceso estandarizado sobre la Bioseguridad, que lo ha hecho es fortalecer los protocolos respecto al tema de la doble mascarilla y en caso de que, si el cliente va a respetar los protocolos en mención, si no, se le niega la consulta.

3.6. Estimación de los costos de la implementación

3.6.1. Listado de activos tangibles

Tabla 25.

Listado de activos tangibles

Activos tangibles
ÚTILES DE ESCRITORIO
Papel A4
Lapiceros
Cartuchos
Archivadores
Perforador
Engrapador
EQUIPOS DE OFICINA
Laptop
Impresora
Escritorio
Sillas de oficina
EQUIPOS DE COMUNICACIÓN
Celulares

Fuente: Elaboración propia

3.6.2. Inversión de activos tangibles

Tabla 26.
Inversión de activos tangibles

ITEM	MEDIDA	Cantidad Inicial	Precio Unitario	Total de Inversión
UTILES DE ESCRITORIO				
Papel A4	Paquete	4	S/ 10.00	40.00
Lapiceros	Caja	1	S/ 20.00	20.00
Cartuchos HP	Unidad	4	S/ 50.00	200.00
Archivadores	Unidad	4	S/ 8.00	32.00
Perforador	Unidad	1	S/ 14.00	14.00
Engrapador	Unidad	1	S/ 15.00	15.00
EQUIPOS DE OFICINA				
Laptop	Unidad	1	S/ 2,000.00	2,000.00
Impresora EPSON	Unidad	1	S/ 500.00	500.00
Escritorio	Unidad	1	S/ 130.00	130.00
Sillas de oficina	Unidad	2	S/ 100.00	200.00
EQUIPOS DE COMUNICACIÓN				
Celulares	Unidad	2	S/ 600.00	1,200.00
INVESTIGACIÓN				
Especialista en ISO 9000	Unidad	1	S/ 3,000.00	3,000.00
TOTAL DE INVERSIÓN				7,351.00

Fuente: Elaboración propia

3.6.3. Otros gastos

Como se visualiza en la Tabla 26 se presenta los gastos mensuales generados por la luz, el agua y la movilidad para el especialista que asciende a un valor de s/. 2550.00 nuevos soles.

Tabla 27.
Otros gastos

OTROS GASTOS	MEDIDA	CANTIDAD INICIAL	PRECIO UNITARIO	TOTAL DE INVERSIÓN
Agua	Mes	5	S/ 120.00	S/ 600.00
Luz	Mes	12	S/ 150.00	S/ 1,800.00
Movilidad para el especialista	Mes	5	S/ 30.00	S/ 150.00
TOTAL DE OTROS GASTOS				S/ 2,550.00

Fuente: Elaboración propia

3.7. Determinación del impacto social y el medio ambiente

La determinación del impacto social y el medio ambiente involucra el bienestar del entorno lo que conlleva mejorar su calidad de vida, tanto para el bien de la comunidad y de los colaboradores de la entidad.

3.7.1. Impacto social

En el proceso de Bioseguridad, se da la importancia de seguir los lineamientos del protocolo por el proceso en mención, debido a que disminuya el nivel de vulnerabilidad y eso implicaría que los clientes tendrán la seguridad de que podrán ser atendidos sin ninguna preocupación por seguir los lineamientos y tener menos probabilidades de ser contagiados por la COVID-19.

3.7.2. Impacto medio ambiente

Con los procesos estandarizados, influye el impacto que el impacto ambiental sea bajo, debido a que los procesos logran dar facilidades a los clientes para que no puedan realizar mucho esfuerzo en diversas actividades y así no poder generar más huellas de carbono para que aumente el impacto. Algunos ejemplos de los procesos de la empresa, como la digitalización, donde se ahorra el consumo de papel, ya que todo es digitalizado y ya no es necesario ir a determinado lugar para usar algún medio de transporte para entregar determinado trabajo, si ya toda actividad se hace por vía internet.

3.7.3. Propuesto

En el proceso de la digitalización To-Be, se ha propuesto para dar mayores facilidades a los clientes en caso de que requieran uno de nuestros servicio así

estén lejos, pero no solamente en eso, sino que también para ahorrar el consumo del papel, debido a que últimamente la oficina de la entidad esta acaparado de cajas llenos de folder manilas, algunas bibliotecas llenas con folders y eso genera de que haya alguna incomodidad debido al límite de espacio que se tiene en el lugar, por lo tanto, se propuso la digitalización para ahorrar este tipo de inconvenientes y tener un poco más de espacio para generar un poco más de productividad.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Limitaciones

La primera limitación es por la muestra de la investigación debido a los problemas que ha generado la pandemia de la COVID19, dado que la empresa atendió varios clientes y no permitió saber con exactitud quienes eran los clientes más principales que requería de los servicios.

La segunda limitación es referida específicamente en el rubro de la empresa sobre consultorías y asesoramiento empresarial, añadiendo la pandemia en mención, no se pudo hacer de manera experimental.

Por lo tanto, la investigación no puede replicarse en otras empresas que no sean del mismo rubro y de la misma magnitud. Cabe recalcar que no fue un impedimento para continuar con la investigación.

4.2. Discusión

Durante la realización de la presente investigación se determinó el uso de la encuesta donde consiste en medir el nivel de satisfacción basado en las respuestas de cada cliente sobre su experiencia con la empresa a cerca de sus servicios, teniendo una similitud con Toniut (2013), donde constata que logrando realizar la investigación de la evaluación satisfacción, concluye que las preferencias y expectativas del cliente puestas en sus productos basándose en sus preferencias de compras en los supermercados sea 67.27% de los casos, mientras que otro rubro como perfumería el porcentaje fue de 56.36%, productos de limpieza 77.58% y

fiambres y lácteos el 32.73%.; con relación a la investigación de Justino y Gutarra (2019), han determinado el 62.6% de sus clientes han recibido una respuesta positiva debido a la buena atención que les han brindado y el 70% debido a que han cumplido sus expectativas.

Con respecto al análisis de la empresa bajo las matrices EFI Y EFE, referido al EFI donde se determinó que es favorable ya que supera el parámetro establecido (2.50) obteniendo una puntuación de 2.53, indicando un escenario favorable para el crecimiento de la empresa, donde refleja que las fortalezas (1.85) son mayores al resultado de las debilidades (0.68), y a pesar de no tener un buen control vemos que está aprovechando sus fortalezas para afrontar sus debilidades y problemas internos, en cuanto a EFE se determinó que es favorable debido a que supera el parámetro establecido (2.50), obteniendo una puntuación de 2.65, indicando que las estrategias de la empresa están capitalizando las oportunidades. El valor de las oportunidades (1.52) es superior que las amenazas (1.13), esto significa que el entorno externo es favorable para la marca, esto tendría respaldo de la investigación de Horna & Condor (2021) puesto que después de realizar el diagnóstico de la situación actual de la empresa pudieron concluir la puntuación de la satisfacción del cliente y en ello elaboraron la matriz de evaluación de factores internos obteniendo una ponderación de 2.56, y una ponderación de 2.74 en la matriz de evaluación de factores externos.

La recopilación de información tuvo un rol importante en la variable de la satisfacción del cliente, envista que al uso de la técnica de la encuesta a los clientes

principales, se pudieron definir los siguientes aspectos a cerca de la empresa tanto si ha cumplido con el servicio brindado, si cumple las expectativas, si despejaron dudas, si no tuvieron inconvenientes, si en caso si los volverán a recomendar de los servicios y entre otros; esto consolida la investigación de Beltrán & Roncal (2019) a través de la implementación de norma ISO 9001:2015 han mejorado la incidencia del nivel de satisfacción del cliente donde logran obteniendo resultados de bueno 58%, regular 29% y bajo 10% por lo cual concluye que la implementación de norma ISO 9001:2015 mejora la incidencia del nivel de satisfacción en mención.

Se identificó los core de negocio de la empresa mediante el mapa de procesos donde se consignó tres procesos misionales para la estandarización de proceso donde requiere cumplir con lo requerido del cliente y se pueda obtener favorecidos en el nivel de satisfacción del cliente; lo que da respaldo Torres & Zúñiga (2018) ya que sostienen que la estandarización de procesos influye en los efectos positivos de estandarizar y en ello esté relacionado con la satisfacción del cliente.

La estandarización de procesos en base a criterios de la norma ISO 9000 resulta ser beneficiosa para la empresa, dado que se actualizará los procesos donde requiere mejoras debido a que hay algunos procedimientos innecesarios que hacen retrasar a los demás procesos donde se asignó a dos procesos misionales y para que se logré la satisfacción del cliente se tiene que estandarizar los procesos, con respaldo de Alvarez & Valladares (2019) concluyen que la estandarización de

procesos promueve la satisfacción del cliente, donde se obtienen como resultados que el 45% de clientes que tienen una regular percepción, 8% tienen una mala percepción y 47% tiene una buena percepción en relación al servicio ofrecido, determinando que de acuerdo a mayoría de los clientes la calidad percibida es buena con respecto al servicio después de estandarizar los procesos.

La estimación de los costos del diseño de la estandarización de procesos en base a criterios de la norma ISO 9000, se obtuvo un resultado de S/.9.101 soles y en una proyección para 5 años que tendría un resultado de S/3.890 soles; esto se relaciona a la investigación de Beltrán & Roncal (2019) sobre la implementación de gestión de calidad a través de la iso 9001:2015 que obtuvo un resultado de S/.49,083.741 soles, el cual es mayor al costo estimado de esta presente investigación de S/.9.101soles, debido a que han invertido más materiales tanto de manera fija, las intangibles y el capital de trabajo que sería aplicado en un consorcio.

4.3. Implicancias

La implicancia práctica es sobre la contribución de esta investigación, demuestra que las empresas deben estandarizar sus procesos bajo a la norma ISO 9000 para poder optimizar sus procesos. Asimismo, aporta con el propósito de poder determinar la satisfacción del cliente sea por el servicio requerido. La otra implicancia práctica, es el diseño de la estandarización que constituye con base a la gestión que permite tener procesos actualizados más eficientes, desde el servicio de atención al cliente hasta la digitalización.

La implicancia teórica aporta el conocimiento sobre el uso existente de las variables, en este caso que es referido con la satisfacción del cliente, con base a través de la técnica de la encuesta, cuyos resultados podrán ser aplicados en una propuesta que se lleva a cabo el conocimiento de la variable en mención. Por lo que se estaría demostrando que a través del uso de la técnica puede hacer un cambio en la toma de decisiones de la parte estratégica para rediseñar u optimizar sus procesos.

Por otro lado, la implicancia metodológica respecto a la norma ISO 9000 referido al sistema de gestión de calidad que permite diseñar los procesos misionales que requiere de mejoras continuas y adecuarlo a través de la norma en mención, en el cual permitió realizar rediseños de los procesos de servicio al cliente, las cartas de presentación a futuros clientes, el proceso de bioseguridad y la digitalización. La norma ayuda a definir los objetivos establecidos de la empresa para que garantice la calidad de sus procesos y así puedan cumplir de manera óptima.

De igual importancia, la otra implicancia referida a la académica demuestra que esta investigación puede servir como antecedente para futuras investigaciones de empresas que necesitan estandarizar sus procesos para poder determinar la satisfacción del cliente y aumentar el posicionamiento de la entidad sea del rubro que están en función.

4.4. Conclusiones

- Se diseñó la estandarización de procesos en base a criterios de la norma ISO 9000 con el propósito de determinar el nivel de satisfacción del cliente de la empresa GUIVAR S.A.C., considerando una de las respuestas de los clientes que han requerido de los servicios de la entidad, en este caso, se realizó una encuesta “Anexo 5”, donde se obtuvo resultados favorecidos a la empresa y en ello determinan si van a realizar una mejora continua en los procesos, debido a ello, se rediseñaron los procesos asignados, como el proceso propuesto de servicio de atención al cliente “Figura 18” donde se refleja la estandarización a través del gerente general, la cartas de presentación para futuros clientes “Figura 20” por el administrador que lo gestiona, la digitalización “Figura 22” cuando el cliente tiene otra opción más para hacer una transacción y la bioseguridad “Figura 24” que fortalece el protocolo, así mismo, para mejorar la eficiencia del servicio y así incrementar el nivel de satisfacción del cliente de la entidad.
- Se diagnosticó la situación actual de la empresa donde se pudo recoger como data a cerca de sus actividades principales sobre consultorías y asesoramientos, sin embargo, no contaban con una estandarización de procesos, actualmente, lleva más diez años de creación y logro consolidarse en el mercado donde se encuentra debido a los resultados de la matriz EFI “Tabla 9” con la puntuación de 2.53 y la matriz EFE “Tabla 10” con una puntuación de 2.65 superando el parámetro establecido.

- Se identificó los procesos core de negocio según en el mapa de procesos de la “Figura 16” sobre la empresa donde se escogió cuatro procesos misionales “Figura 2” donde se menciona Gestión de consultoría, Gestión de cartas de presentación a futuros clientes, Gestión de servicio al cliente y la Gestión de Digitalización.
- Se diagramó los procesos de mejora donde se asignó cuatro procesos los cuales son el servicio de atención al cliente, en la “Figura 17” se visualiza su As-Is y su To-Be es la “Figura 18”, después sería la elaboración de cartas de presentación a futuros clientes donde en la “Figura 19” se visualiza su As-Is y su To-Be es la “Figura 20”, mientras que el siguiente proceso es la digitalización, en la “Figura 21” se visualiza su As-Is y su To-Be es la “Figura 22”, y finalmente el proceso de bioseguridad, en la “Figura 23” se visualiza su As-Is y su To-Be es la “Figura 24”.
- Se planteó la estandarización de los cuatro procesos de la empresa GUIVAR S.A.C. con base a criterios de la norma ISO 9000 referente al 9001:2015, estableciendo, Check list, criterios de nivel de desempeño, programación de las acciones correctivas, relación de la norma ISO 9001:2015 y la estandarización de procesos, fichas de caracterización, documentación de cada proceso, programa de capacitación y ficha de indicadores.
- Se estimó los costos de proyección de la estandarización de procesos en función de los activos necesarios, un especialista de la norma ISO 9000

para la guía sobre el diseño de la estandarización, los gastos de los servicios y el valor del tiempo en un periodo de 5 años, resultaría un total de S/9.101.00 soles y para el control del diseño de la estandarización en la empresa es de S/ 3,890.00 soles anuales para los siguientes 5 años.

- Se determinó el impacto social y ambiental debido a la propuesta referido a la digitalización para reducir el consumo de papel, retirar algunos archivadores con documentos pasados y así poder tener un espacio laboral un poco más despejado para poder incrementar la productividad de la entidad.

4.5. Recomendaciones

- Se recomienda a la empresa GUIVAR S.A.C. poder proceder en el diseño de la estandarización de procesos bajo a criterios de la norma ISO 9000, siempre y cuando este alineado en el presente trabajo de investigación, de acuerdo su core de negocio y su mapa de procesos.
- Se recomienda la certificación de la ISO 9000 referente, las cuales permitirán en mejorar en la estandarización de procesos de la empresa.
- Se recomienda a la empresa darle prioridad en los core de negocio de la empresa en caso de que se requiera una mejora continua en uno de sus procesos.

REFERENCIAS

Alatrística, E. (2018) “CALIDAD DEL SERVICIO Y NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LA EMPRESA DE RADIO TAXI PAVILL S.A., TACNA, 2018”. Universidad Católica de Santa María, Arequipa, Perú.

Alvarez, E., Valladares, J. (2019) “Estandarización de procesos operativos en la calidad de servicio de una empresa distribuidora de lubricantes, Trujillo 2019”. Universidad Privada del norte, Perú.

Alzate, F. (2015) “Como estandarizar y optimizar los procesos con ISO 9001”.
Obtenido de <https://iso9001-calidad-total.com/como-estandarizarlos-procesos-bajo-la-norma-iso-9001/>

Andrade, M., Urresta, R. (2013) “Gestión de Marketing en las Cafeterías de la Provincia del Carchi y la Satisfacción del Cliente”. Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Ecuador.

Ariza, E. (2020) “Estandarización de los procesos de la empresa Diseños Exan SAS”. Universidad Agustiniana, Colombia.

Baptista, M., Fernández, C, Hernández, R. (2014) “Metodología de la investigación”. 6ª Edición. Mc Graw Hill.

Beltrán, M., Roncal, P. (2018) “Implementación del sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001:2015 y su incidencia en el nivel de satisfacción del cliente del consorcio DCDS”. Universidad Privada del Norte, Perú.

Blanco, M. C. M. C., & Castro, A. B. S. (2007) “El muestreo en la investigación cualitativa”. Nure investigación, 27(4).

Castro, F. (2003) “El Proyecto de investigación”. 6ª Edición. Editorial Episteme.

Caycho, J., Mendoza, C. (2019) “Estandarización de procesos para mejorar la productividad en una línea de ensamble de una empresa fabricante de baterías automotrices”. Universidad Ricardo Palma, Perú.

Figuroa, M. C., & Galindo Moreno, A. (2003) “Técnicas e instrumentos para la recolección de información”.

Galicia, E., Rodríguez, L. (2018) “Gestión de procesos operativos y su relación en la satisfacción del cliente de una empresa de transportes, 2018”. Universidad Privada del Norte, Perú.

Gallardo Echenique, E. E., & Calderon Sedano, C. A. (2017) “Metodología de Investigación: manuales autoformativos interactivo”.

Horna, M., Condor, J. (2021) “Estandarización de los procesos de producción para la calidad de los productos de la empresa Fidac S.A.C. - Trujillo, 2020” Universidad Privada del Norte, Perú. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/11537/26542>

Hernández de Velazco, J., Chumaceiro, A. C. y Atencio Cárdenas, E. (2009) “Calidad de servicio y recurso humano: caso estudio tienda por departamentos”. Revista Venezolana de Gerencia, vol. 14, núm. 47, pp. 458-472.

Hernández Sampieri, R.; Mendoza. C. (2008) “El matrimonio cuantitativo cualitativo: el paradigma mixto”. En J. L. Álvarez Gayou (Presidente), 6º Congreso de Investigación en Sexología. Congreso efectuado por el Instituto Mexicano de Sexología, A. C. y la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, Villahermosa, Tabasco, México

Ibarra-Morales, L. E., Espinoza-Galindo, B., & Casas-Medina, V. (2014) “Aplicación del modelo Servqual para evaluar la calidad en el servicio en

los hospitales públicos de Hermosillo, Sonora.” *Tecnociencia Chihuahua*, 8(2).

Isaza, A. (2012) “Control interno y sistema de gestión de calidad”. Colombia: Ediciones de la U.

Ishikawa, Kaoru (1986) “¿Qué es control total de la calidad?”; Editorial normal; Colombia.

ISO TOOLS. (2015) “Origen de las normas ISO”. Recuperado el 18/11/2019 de <https://www.isotools.org/2015/07/26/origen-normas-iso/>

Janesick, V. J. (1998) “Stretching. Exercises for qualitative researchers”, 271.

Justino, L., Gutarra, S. (2019) “Análisis de la Calidad de Servicios y la Satisfacción del cliente del Banco de Crédito del Perú en el distrito de Surquillo”. Universidad Tecnológica del Perú, Perú.

Kotler, P. (1999) *El Marketing Según Kotler*. Editorial Paidós SAICF. Pág. 163.

Kotler, P. (2001) *Dirección de Mercadotecnia*. 8va Edición, Págs. 40, 41.

Kotler, P. y Armstrong, G. (2013) *Fundamentos de Marketing*. 6ta Edición. Págs. 10, 11.

Liza, C., Siancas, C. (2016) “Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en una Entidad Bancaria de Trujillo, 2016”. Universidad Privada del Norte, Perú.

López, L. (2016). Novedades ISO 9001:2015. FC Editorial Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/upnortesp/detail.action?docID=4824522>

Mancero, S. (2016) “Estandarización de procesos en la empresa Fit Food”. Universidad Tecnológica Equinoccial, Ecuador.

Nieto, E. (2018). “Tipos de investigación”. Recuperado de: [250080756.pdf \(core.ac.uk\)](#)

Nuevas Normas ISO - Escuela Europea de Excelencia (2018) ¿Cómo se encuentra formada la familia ISO 9000? Recuperado el 18/11/2018 de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/08/como-se-encuentra-formada-la-familiaiso-9000/>

Palapa J. (2012) “Propuesta de estandarización de procesos”. Obtenido de <https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/10863/2-5.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Pérez, E (2018) “La gestión de la calidad en la estandarización de procesos en empresas

procesadoras de alimentos”. Universidad Técnica de Ambato, Ecuador.

Rodríguez, M. C. M., & Cabrera, I. P. (2007) “Tipos de estudio en el enfoque de investigación cuantitativa”. Enfermería Universitaria, 4(1), 35-38.

- Salinas, P. (2012). Metodología de la investigación científica. Mérida-Venezuela: Universidad de Los Andes, 1, 182.
- SEP (2013) “Las estrategias y los instrumentos de evaluación desde el enfoque formativo Herramientas para la evaluación en educación básica”. México. Recuperado de: [Estrategias instrumentos evaluacion.pdf \(udg.mx\)](#)
- The ISO Survey (16 de noviembre, 2019). “Encuesta ISO 2018”. <https://www.iso.org/the-iso-survey.html>
- Talla, A. (2018) “Estandarización de los procesos en la empresa IntelliProcess Solution SAC para incrementar su rentabilidad, bajo el enfoque de gestión por procesos”. Universidad Nacional de Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Taylor y Bogdan (2000) “Introducción a los métodos cualitativos de investigación”. Tercera edición. Buenos Aires: Paidó
- Toniut, H. (2013) “La medición de la satisfacción del cliente en supermercados de la ciudad de Mar de Plata”. Universidad Nacional Mar de Plata, Argentina.
- Torres, R., Zuñiga, R. (2018) “Estandarización de procesos operativos y su influencia en la productividad de la empresa “Industria S. & B.” S.R.L Trujillo 2018”. Universidad Privada del Norte, Perú.
- Weckenmann, A., Akkasoglu, G., & Werner, T. (2015). “Quality management—history and trends. The TQM Journal”. Vol.27, no.23, p.286-287.

“Estandarización de procesos en base a criterios de la norma ISO 9000 para la satisfacción del cliente de la empresa GUIVAR S.A.C.”

Yuni, J. & Urbano, C. (2014). “Técnicas para investigar. Recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación”, vol. 2. Editoriales brujas.

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia

Matriz de consistencia				
Problema	Objetivos	Hipotesis	Variables	Metodología
Problema general ¿Cómo la aplicación de la estandarización de procesos en base a criterios de la norma ISO 9000 en la empresa determina en la satisfacción del cliente en el año 2021?	Objetivo General - Diseñar la estandarización de procesos en base a criterios de la norma ISO 9000 para la satisfacción del cliente de la empresa GUIVAR S.A.C en el año 2021.	La aplicación de la estandarización de procesos en base a criterio de la norma ISO 9000 en la empresa determina la satisfacción del cliente en el año 2021. .	Variable independiente: Estandarización de procesos Indicadores: -Procesos a criterio de la ISO 9000 estandarizados. - Capacitaciones realizadas. - Procesos estandarizados ejecutados correctamente. - Procesos estandarizados que cumplen la meta. -Acciones correctivas. Variable dependiente: Satisfacción del cliente Indicadores: -Grado de aceptación de los clientes respecto al trato y servicio brindado. -Grado de nivel de satisfacción de los clientes entorno al servicio brindado -Grado de retorno de los clientes hacia el mismo servicio brindado -Grado de recomendación del servicio brindado	Tipo de investigación: Según el propósito: Aplicada Según el diseño de investigación: No Experimental Grado: Transeccional - Descriptivo Diseño del experimento: Explicativo.
Problema Específico ¿Cuál es la situación actual de GUIVAR S.A.C. según los criterios que exige la norma ISO 9000?	Objetivo Específico Diagnosticar la situación actual de la empresa			
	Identificar los procesos core de la empresa.			
	Diagramar los procesos de mejora. Estimar los costos de la implementación de la estandarización de los procesos en base a criterios de la norma ISO. Determinar el impacto social y el medio ambiente.			

Anexo 02: Matriz de operacionalización de variable independiente

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	FÓRMULA	UNIDAD
Estandarización de procesos	Es la planificación, ejecución, medición y mejora que permite lograr que los procesos de producción o prestación de servicios en diferentes centros o unidades de producción se realicen de la misma forma bajo los mismos parámetros de control. Alzate, (2015)	Planificación	Procesos a criterio de la ISO 9000 estandarizados.	$(\text{Número de procesos a bajo la norma ISO 9000 estandarizados}) / (\text{Número de procesos estandarizados identificados}) * 100$	%
		Ejecución	Capacitaciones realizadas.	$(\text{Número de capacitaciones realizadas}) / (\text{número de capacitaciones programadas}) * 100$	%
			Procesos estandarizados ejecutados correctamente.	$(\text{Número de servicios atendidos acorde al proceso}) / (\text{número de servicios ingresados}) * 100$	
		Medición	Procesos estandarizados que cumplen la meta.	$(\text{Número de procesos bajo la norma ISO 9000 que cumplen con tiempo estándar}) / (\text{número de procesos bajo la norma ISO 9000 con tiempo estándar}) * 100$	%
		Mejora	Acciones correctivas	$(\text{Número de acciones correctivas}) / (\text{número de acciones correctivas identificadas}) * 100$	%

Anexo 03: Matriz de operacionalización de variable dependiente

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO	UNIDAD DE MEDIDA	ÍTEMS
Satisfacción del cliente	"el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas". Kotler, P.(2001)	Calidad en el servicio	Grado de nivel de satisfacción de los clientes entorno al servicio brindado	Cuestionario	Valoraciones: Totalmente de acuerdo De acuerdo Indiferente En desacuerdo Totalmente en desacuerdo	¿Está satisfecho con el servicio brindado? ¿La atención recibida del consultor pudo resolver sus dudas? ¿La empresa GUIVAR S.A.C. mejorará al aplicar los criterios de la norma ISO 9000:2015? ¿Es útil el uso de nuestros servicios para usted? ¿Usted desearía que la empresa siguiera los criterios de la norma ISO 9000:2015?
		Recomendación	Nivel de recomendación			¿Recomendaría nuestros servicios? ¿Volvería requerir de nuestros servicios? ¿El aspecto profesional de la empresa cumplió con sus expectativas?
		Atención al cliente	Grado de aceptación de los clientes respecto al trato y servicio brindado			¿Ha tenido algún inconveniente al respecto al servicio brindando por la empresa? ¿Considera que el servicio de la empresa resolvió su problema?

Anexo 4: Profesores que dieron el visto bueno de la herramienta de medición.

Docentes	Encuesta de nivel de satisfacción del cliente
Dr. Mg. Ing. Juan Miguel Deza Castillo	x

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Título de la investigación:	"Estandarización de procesos bajo a criterios de la norma ISO 9000 para la satisfacción del cliente de la empresa GUIVAR S.A.C."
Línea de Investigación:	Gestión de procesos
Apellidos y nombres del experto:	Deza Castillo, Juan Miguel
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Satisfacción del cliente

Mediante la matriz de la evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas, marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, lo exhortamos a la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

N°	Criterios a evaluar	Registro de cumplimiento		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas de investigación se relaciona con cada uno de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
10	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

Observaciones:


 Firma del experto

“Estandarización de procesos en base a criterios de la norma ISO 9000 para la satisfacción del cliente de la empresa GUIVAR S.A.C.”

Anexo 05: Encuesta de satisfacción del cliente en la empresa GUIVAR S.A.C.

El presente cuestionario es de uso estrictamente académico con el fin de almacenar información para el desarrollo de estudio de investigación en la empresa GUIVAR S.A.C., la información que usted brindará solo será uso académicos, entre otras palabras, será confidencial.

Encuesta de satisfacción del cliente de la empresa GUIVAR	
Empresa	
Nombres y Apellidos	
Cargo	
Fecha	
1.- ¿Está satisfecho con el servicio brindado?	
Totalmente de acuerdo De acuerdo Indiferente En desacuerdo Totalmente en desacuerdo	
2.- ¿Es útil el uso de nuestros servicios para usted?	
Totalmente de acuerdo De acuerdo Indiferente En desacuerdo Totalmente en desacuerdo	
3.- ¿La atención recibida del consultor pudo resolver sus dudas?	
Totalmente de acuerdo De acuerdo Indiferente En desacuerdo Totalmente en desacuerdo	
4.- ¿Considera que el servicio de la empresa resolvió su problema?	
Totalmente de acuerdo De acuerdo Indiferente En desacuerdo Totalmente en desacuerdo	
5.- ¿Usará nuestros servicios para satisfacer tus necesidades en el futuro?	
Totalmente de acuerdo De acuerdo Indiferente En desacuerdo	

Totalmente en desacuerdo
6.- ¿Está interesado en recibir información adicional sobre nuestros futuros servicios?
Totalmente de acuerdo De acuerdo Indiferente En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
7.- ¿Ha tenido algún inconveniente al respecto al servicio brindando por la empresa?
Totalmente de acuerdo De acuerdo Indiferente En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
8.- ¿El aspecto profesional de la empresa cumplió con sus expectativas?
Totalmente de acuerdo De acuerdo Indiferente En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
9.- ¿Volvería requerir de nuestros servicios?
Totalmente de acuerdo De acuerdo Indiferente En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
10.- ¿Recomendaría nuestros servicios?
Totalmente de acuerdo De acuerdo Indiferente En desacuerdo Totalmente en desacuerdo

Anexo 06: Guía de entrevista

ENTREVISTA AL GERENTE GENERAL DE GUIVAR S.A.C.

Buenas tardes, referido parte del desarrollo de la investigación de tesis: “Estandarización de procesos en base a criterios de la norma ISO 9000 para la satisfacción del cliente para la empresa GUIVAR S.A.C.”

La información obtenida y brindada en esta entrevista es bajo carácter confidencial, solo será usada para los propósitos de la investigación. Agradezco su colaboración Doc.Mg.Ing. Luis Alberto Guillén Ferro.

1. ¿En qué año inició la empresa Guivar S.A.C.?

Empezó 5 agosto del año 2008.

2. ¿Cuántos colaboradores tiene actualmente?

Actualmente en planilla se tiene 2 trabajadores porque los servicios son generalmente tercerizados se hacen gestión.

3. ¿Con cuántos procesos cuenta su empresa?

Eso depende del trabajo que se hace; normalmente se hace un diagnóstico y de ahí se hace un análisis, de ahí se hace el servicio y finalmente se cobra el servicio. Yo entiendo que debe ser un más o menos 5 procesos normales. El primero, es el diagnóstico; el segundo, análisis; tercero, es el proceso; cuarto, el servicio y el quinto, es la culminación del servicio que es la cobranza.

4. ¿Cuál es su misión y su visión respecto a la empresa?

La misión es el ejecutar servicios que optimizan de forma satisfactoria de los clientes y la visión es básicamente llegar a ser una gran consultora a nivel Chimbote en cuestiones de gestión, ambiental, seguridad y calidad.

5. ¿Sabe de qué trata la norma ISO 9000?

Sí, se refiere más que todo la calidad del sistema de atención, producción, de todo el aparato de gestión en este caso.

6. ¿Sabe sobre la estandarización de procesos?

Bueno, estandarización de procesos es cuando tienes un trabajo continuo, ¿No? repetitivo, tú puedes estandarizar esos servicios cuando es el trabajo en línea, pero mi trabajo básicamente es por cliente, servicio por cliente, claro si esos trabajos se repiten también se estandarizan, o sea, se hace la mejora continua, los procesos se alinean, se ajustan y ahí se aplica el ISO de la mejora continua de cada servicio que se va haciendo y si eso se repita, se va mejorando.

7. ¿Cuántos clientes percibe durante el mes para que requiera de sus servicios de asesorías?

Depende del mercado, pero normalmente son dos servicios o tres en promedio mensual; depende, hay meses en que no hay.

8. ¿Se mantiene en contacto con algunos clientes que han requerido de sus servicios?

Sí, se mantienen en contacto, básicamente hay una agenda y se va monitoreando los servicios por temporadas, básicamente cuando se vencen los plazos de presentación de documentación, la inspectoría que tienen la empresa.

9. ¿Siente que alguno de sus clientes está satisfecho con el servicio ofrecido de parte de su empresa?

Si sobre todo los clientes que prefieren la calidad antes que el precio ¿No? Y los servicios que ofrece la consultora, básicamente están basados en la calidad como primera opción y la segunda opción es el precio, pero lamentablemente la mayoría de las empresas no piensan lo mismo, hay empresarios que le dan preferencia al precio que la calidad. En todo caso, mi consultora le da prioridad a la calidad antes que el precio, por lo tanto, los clientes que tengo yo, son escasos, son pocos en determinados; no trabajo en función del precio, sino en función de la calidad y eso hace que se mantenga mi prestigio en el mercado y tampoco tengo muchos clientes, sino los que se tienen son los clientes que normalmente cumplen con los estándares de calidad que necesitan, o sea, ese el tema.

10. ¿Cómo mide la satisfacción del cliente?

Bueno, la satisfacción del cliente se mide en base a entrevistas personales, también a post venta o servicio, se pregunta al cliente si esta satisfecho o si tiene alguna duda. También se mide con los indicadores de productos que el cliente requiere para cumplir el servicio de forma ordenada y explicita, ahí se puede intervenir con fotos, stickets de pesaje, a parte de la documentación requerida.

11. ¿Cree que la empresa GUIVAR S.A.C. está posicionada en el rubro de las consultorías? ¿Por qué?

Bueno, a nivel Chimbote se tiene los clientes necesarios, precisos y también anti-contingencia que se haga presente, ósea, mantiene su prestigio, pero como le digo, basándonos en la calidad del servicio y no basándonos en el precio. Entonces, damos prioridad a la calidad y eso hace que nuestros costos sean moderadamente un poco más elevados que el mercado, entonces eso hace que tengamos pocos clientes, pero de los pocos clientes están satisfechos al 100% con el servicio.

ANEXO 07: GUÍA DE OBSERVACIÓN

GUÍA DE OBSERVACIÓN

Instrucciones:

La presente guía de observación constituye en observar si la ejecución de actividades que se muestran en el instrumento las realiza o conocen los colaboradores y marca con una “X” si cumplen o no en la columna correspondiente, además es importante anotar en las observaciones.

Aspectos por observar	Si cumple	No cumple	Observaciones
1. Cuentan con un mapa de procesos			
2. Visualiza cada proceso en su área de trabajo			
3. Cumple con los procedimientos de los procesos			
4. Conoce todos los procesos del área			
5. Se miden los procesos			
6. Se conoce el tiempo del avance de cada proceso			
7. Reclamos por retrasos se registran			
8. Comprende los procesos y su desarrollo			