



UNIVERSIDAD DEL BÍO – BÍO

Facultad de Ciencias Empresariales

Departamento de Gestión Empresarial

Técnico Universitario en Administración

Chillán

**PROCESOS RELACIONADOS CON EL CLIENTE EN
LA PYME IRRIFER LIMITADA, SEGÚN LA NORMA
ISO 9001:2008**

Alumnos: Lorena Lagos Calderón
Ximena Rodríguez Rivas

Profesor Guía: Sr. Omar Acuña Moraga.

Abril 2012

INDICE

I. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	1
Importancia de la calidad en el entorno actual	1
Antecedentes del Problema	2
Planteamiento del Problema	3
Preguntas de investigación	3
Justificación del tema	3
Objetivos del Estudio	4
Metodología de trabajo	5
Recolección y selección de la información	6
Diseño de la investigación	6
Diagnóstico	7
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO ISO 9001:2008	7
1.1 Concepto de Calidad	7
1.2 Evolución del concepto calidad	8
1.3 Enfoques de la calidad	10
1.4 Dimensiones de la calidad	11
1.5 Relación entre calidad y fidelización del cliente	13
1.6 Calidad total	14
1.7 Evolución Histórica del Concepto de Calidad	15
1.8 Normas de Calidad	17
1.8.1 ISO 9001:2008	17
1.8.2 Descripción General	18

1.8.3 Normas Básicas de la Familia ISO 9000	19
1.8.4 Evolución de las Normas Internacionales ISO	19
1.8.5 Proceso de Certificación	20
1.8.6 Proceso de Certificación bajo la Norma ISO 9001:2000	21
1.8.7 Versión Norma ISO 9001:2008	21
1.8.8 Ventajas de la Norma ISO	22
1.8.9 Conceptos relativos a gestión según Norma ISO 9000	24
1.9 Resumen	25
1.10 Sistema de Gestión de Calidad	26
1.10.1 Sistema	26
1.10.2 Sistema de Gestión de la Calidad	26
1.11 Criterios de evaluación de la ISO 9001:2008	27
1.12 Modelo del Sistema de Gestión de Calidad basado en procesos	29
1.13 Orientación Específica para usuarios, implementación de ISO 9001:2008	30
1.14 Organismos nacionales de normalización	31
1.15 Organismos de acreditación	31
1.16 Organismos de certificación	32
1.17 Organismos de formación y consultores	32
1.18 Procesos relacionados con el cliente	33
1.18.1 Determinación de los Requisitos relacionados con el cliente	33
1.18.2 Revisión de los Requisitos del Producto	34
1.18.3 Comunicación con el cliente	37
1.18.4 La importancia de los Procesos relacionados con el cliente	38
1.18.5 La importancia del activo “cliente” para la rentabilidad de la empresa	40

CAPÍTULO II: INVESTIGACIÓN DE ANTECEDENTES GENERALES DE LA	41
PYME IRRIFER LTDA.	
2.1 Estructura organizacional	41
2.1.1 Antecedentes de la Empresa	41
2.1.2 Personal de Trabajo	41
2.1.3 Servicios Prestados	42
2.1.4 Mapa de Procesos de la Empresa	43
2.1.5 Responsabilidades y Funciones	44
2.2.1 Principales Procesos	45
2.2.2.1 Monitoreo Nutricional	45
2.2.1.2 Laboratorio de Análisis	46
2.2.1.3 Químico completo de suelos	46
2.2.1.4 Análisis Foliar	46
2.2.1.5 Análisis de Agua	49
2.2.1.6 Análisis Físico- Hídrico de suelos	49
2.2.1.7 Investigación y capacitación	50
CAPÍTULO III: INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN	50
3.1 Entrevistas	50
3.2 Encuestas	50
3.3 Base de datos para aplicación de encuesta	51
3.4 Interpretación de datos recabados	53
3.5 Diagnóstico Final	58
3.6 Propuestas	59
Conclusión	60
Bibliografía	62
Anexo	64

ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Importancia de la calidad en el entorno actual

Producto de los estudios realizados en la década de los ochenta y ante la necesidad competitiva de muchas compañías, descubrieron la calidad. Después de décadas unas pocas organizaciones llegaron a convencerse de que los productos y servicios de calidad eran la llave para el futuro. Para muchas de ellas suponían un compromiso total con esta filosofía, para otras todavía ocupaba un nivel secundario. Para las Empresas la calidad es un factor fundamental de las actividades económicas y sin ella, no se puede llegar a cumplir los objetivos ideados. Puede también adoptar otros nombres como eficiencia, eficacia o competencia, pero todos estos conceptos, con ligeros matices, que responden al mismo principio: hacer las cosas bien o hacerlas bien a la primera.

Por lo anterior es indispensable considerar la alternativa de la acreditación para fortalecer el desarrollo de estas empresas y mantenerse en el tiempo, ser competitiva y subdesarrollada, pudiendo comenzar con una norma de carácter nacional, especialmente orientada a este tipo de empresas o directamente con una Norma Internacional como la ISO 9001:2008, la cual tiene que ver específicamente con los requisitos para los sistemas de gestión de la calidad aplicables a toda organización independiente de su tamaño y sector. La ventaja de emplear esta norma garantiza que los objetivos empresariales fluyan constantemente hacia los procesos y prácticas de trabajo a fin de asegurar que los activos se potencien al máximo, además la certificación de esta, ayuda a medir el rendimiento y gestionar de mejor forma los riesgos empresariales. Por otro lado garantiza que los trabajadores se sientan implicados gracias a las mejoras de comunicación, se mejore la calidad del servicio, centrándose en las necesidades y satisfacción del cliente para llegar a ser una organización de calidad.

El sistema de gestión de calidad según Norma Iso 9001:2008, contempla requisitos divididos en los siguientes puntos.¹

- 1.- Generalidades
- 2.- Referencias normativas
- 3.- Términos y definiciones
- 4.- Sistema de gestión de la calidad
- 5.- Responsabilidad de la dirección
- 6.- Gestión de los recursos
- 7.- Realización del producto
- 8.- Seguimiento y medición

La calidad puede enseñarse y aprenderse. Puede aplicarse o mejorarse a voluntad y lo que es más importante, se puede sistematizar su implantación, de forma que una organización llegue a desarrollar mejores procesos, mejores productos y mejores métodos de gestión.

Antecedentes del Problema

Debido a la poca información con la que cuenta la Pyme IRRIFER LTDA. En relación a la Gestión de Calidad y específicamente con los “Procesos Relacionados con el Cliente” se hace necesario desarrollar una investigación para determinar la forma de llevar a cabo mejoras en la prestación del servicio y obtener la satisfacción del cliente a través de una retroalimentación. Esta investigación proporcionará un diagnóstico, el cual ayudará a cumplir con los objetivos propuestos y que están insertos en la norma internacional ISO 9001:2008.

1 Norma Iso 9001:2008 Société Générale de Surveillance - SGS

Planteamiento del problema

Existe una base de datos de los clientes de la Pyme IRRIFER LTDA., pero no así un registro de la retroalimentación entre la Py,e y el cliente incluyendo sus quejas, según el apartado 7.2.3 “Comunicación con el Cliente”, punto importante que se encuentra implantado en la Norma ISO 9001:2008.

Preguntas de investigación

- ¿Con qué grado de implantación cuenta la Pyme IRRIFER LTDA., según los procesos relacionados con el cliente y lo establecido en la Norma ISO 9001:2008 de la gestión de calidad?
- ¿De qué forma puede llevar a cabo un proceso de Gestión de Calidad direccionado al cliente?
- ¿Cuál es el grado de satisfacción de los clientes de la Pyme?

Justificación del Tema

Dada la naturaleza de la empresa, y su anhelo de expandirse en el mercado nacional e internacional, se hace imperativo someterse a certificación en el área de gestión y así lograr estándares de calidad que le permitan posicionarse en el mercado como una empresa competitiva.

En este sentido, la comunicación con el cliente es fundamental para el éxito de esta Pyme. Dentro de la Norma ISO 9001:2008, los “Procesos relacionados con el cliente” permitirán descubrir debilidades y/o fortalezas que producirán acciones tendientes a lograr las metas propuestas por la empresa.

Existe una necesidad de mercado real, puesto que la Pyme IRRIFER Ltda., centra todos sus procesos, técnicos y administrativos, en la prestación del servicio que ofrecen, y no así en el cliente. Se valora el esfuerzo que esta Pyme ha tenido durante su crecimiento, pero se debe considerar que es una debilidad importantísima el no contar con un estudio técnico específico, que en definitiva, producirá acciones tendientes a descubrir las necesidades de estos clientes, y cubrir sus expectativas. El cliente es el primer principio en el que se basa el sistema de Gestión de Calidad.

Los Sistemas de Gestión de Calidad (SGC), pueden ayudar a las organizaciones a aumentar la satisfacción del cliente, considerando siempre sus necesidades y satisfacciones, después de cada servicio prestado. Por lo mismo es que se requiere prestar asesoría a la Pyme IRRIFER Ltda., para buscar sus fortalezas y debilidades en relación a la norma ISO 9001:2008, teniendo en cuenta el apartado 7.2 “Procesos relacionados con los clientes”, para que en un cercano período de tiempo pueda llegar a su objetivo final, el cual es consolidarse como empresa de prestación de servicios agrícolas e internacionalizarse mejorando de acuerdo a lo arrojado en esta tesis y así tener una mayor satisfacción para con sus clientes.

Objetivos del Estudio

Objetivo General:

Analizar los procesos relacionados con el cliente en la Pyme IRRIFER Ltda Según la Norma ISO 9001:2008

Objetivo Específico:

- Elaborar marco teórico sobre Gestión de Calidad y Pyme.
- Describir sector industrial donde compite la Pyme IRRIFER Ltda
- Revisar antecedentes de la Pyme IRRIFER Ltda

- Diagnosticar la Gestión de Calidad en los procesos relacionados con el cliente en la Pyme IRRIFER Ltda según la Norma ISO 9001:2008.
- Determinar brechas entre lo que actualmente tiene la Pyme IRRIFER Ltda., y compararla con los requisitos de la Norma ISO 9001:2008 según lo establecido en el Apartado 7.2 “Procesos Relacionados con el Cliente”.
- Elaborar propuesta de mejora en concordancia con los procesos relacionados con el cliente en la Pyme IRRIFER Ltda., según la Norma ISO 9001:2008.

Metodología de trabajo

Recopilación de información de Norma ISO 9001:2008, destinada a la formulación teórica del estudio.

En una primera etapa se pretende llevar a cabo una revisión de la bibliografía especializada en temas de Gestión de Calidad en los procesos relacionados con el cliente, con el objeto de establecer un marco teórico que conceptualice los términos necesarios para la comprensión del tema, como por ejemplo: calidad, gestión de calidad, cliente, relación entre calidad y satisfacción de clientes, entre otros.

La metodología a utilizar será de tipo cuantitativa, considerando una muestra constituida por los clientes permanentes de la Pyme IRRIFER Ltda.

Se propone una investigación en este punto, y para el diagnóstico final se aplicará una encuesta a todas aquellas empresas asociadas a la Pyme IRRIFER Ltda, que sean clasificadas como Pyme, en donde los rangos de valoración serán aplicados por ejemplo, es alta calidad de la prestación del servicio cuando el 90% de las encuestas responde al rango de excelente-bueno, si es de mediana calidad del servicio cuando entre el 75% y 90% de las respuestas responde al rango de regular-malo. Los resultados generados por las encuestas se expresarán de

manera estadística-descriptiva, a través de representaciones gráficas, las que se llevarán a cabo en el software de procesamiento de datos Excel.

Recolección y selección de información

Principalmente se llevará a cabo una recopilación de temas en relación a Gestión de Calidad a fin de crear un marco teórico que conlleve a definir los términos necesarios para mayor comprensión del tema, como por ejemplo: calidad, gestión de calidad, relación entre calidad y satisfacción de clientes, entre otros.

Diseño de la investigación

En la etapa de diseño de la investigación se define como unidad de estudio a la Pyme IRRIFER LTDA. de la Ciudad de Chillán y como sujeto de estudio a los Procesos relacionados con el cliente, apartado 7.2 según la norma ISO 9001:2008, debido al desconocimiento de la realidad de esta Pyme en dicha materia.

La investigación propuesta es de tipo cuantitativa, puesto que requerirá el procesamiento de datos para generar información y posteriormente la elaboración de un diagnóstico.

La investigación propuesta utilizará información secundaria para la conceptualización de temas como: Calidad, Gestión de Calidad, Modelos de Gestión de Calidad, Normas de Calidad, Pyme entre otros, además de la información acerca de la Pyme en estudio. Por otra parte, se generará información primaria, a través de la aplicación de un instrumento de diagnóstico, que permitirá establecer la realidad actual de los procesos relacionados con el cliente en la Pyme. Lo anterior implica el uso de fuentes de información cualitativa y cuantitativa.

Diagnóstico

En la etapa de diagnóstico se presentarán resúmenes de los datos obtenidos del instrumento mediante encuestas la cual se llevará a cabo a través de tablas Excel que faciliten la observación de resultados, cuyo análisis e interpretación llevará a determinar el problema y su posible solución.

Capítulo I: Marco Teórico ISO 9001:2008

1.1 Concepto de Calidad

Definición

➤ **Según la Real Academia Española**

Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo que permiten juzgar su valor, apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su especie

➤ **Según ISO 9000**

Conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren su aptitud para satisfacer unas necesidades expresadas o implícitas

➤ Conjunto de propiedades y características de un producto, proceso o servicio que le confieren su aptitud para satisfacer las necesidades establecidas o implícitas.

Esta definición ha evolucionado en los últimos años hasta considerar (G.Taguchi) la calidad como "las pérdidas que un producto o servicio infringe a la Sociedad desde su producción hasta su consumo o uso. A menores pérdidas sociales, mayor calidad del producto o servicio".²

Los objetivos que fundamentalmente justifican el interés de las empresas por la calidad son: en primer lugar, buscar la satisfacción del cliente, priorizando en sus objetivos la satisfacción de sus necesidades y expectativas; en segundo lugar, orientar la cultura de la organización dirigiendo los esfuerzos hacia la mejora continua e introduciendo métodos de trabajo que lo facilitan, y finalmente motivar a sus empleados para que sean capaces de producir productos o servicios de alta calidad.³

Existen diferentes corrientes y autores que han aportando soluciones, nuevas ideas, y a la vez enriquecido los principios de calidad en su aplicación a los diferentes ámbitos de la empresa y las situaciones cambiantes del mercado. Entre estos autores destacan: Shewhart, Crosby, Edwards Deming, Joseph Juran, Ishikawa, Ohno, Taguchi, Imai y Suzaki.⁴

1.2 Evolución del concepto de Calidad ⁵

1.2.1 Etapas

➤ Artesanal

Hacer las cosas bien independientemente del costo o esfuerzo necesario para ello.

Finalidad:

- Satisfacer al cliente.

² <http://www.mgar.net/soc/isointro.htm>

³ Responsabilidad de la dirección en aserraderos Arauco s.a., nueva aldea, según la norma Iso 9001:2008, de alumnas Pamela Garcés Riffo. Natali San Martín Baeza, profesor guía Omar Acuña, año 2010

⁴ <http://www.aebm.org/jornadas/iso/1.-%20CONCEPTO%20DE%20CALIDAD.pdf>

⁵ Evolución Histórica del Concepto de Calidad, José Luis Fernández Zayas, año 1998

- Satisfacer al artesano, por el trabajo bien hecho.
- Crear un producto único.

➤ **Revolución Industrial**

Hacer muchas cosas no importando que sean de calidad. (Se identifica Producción con Calidad).

Finalidad:

Satisfacer la gran demanda de bienes causada por la guerra

➤ **Control de Calidad** Técnicas de inspección en producción para evitar las salidas de bienes defectuosos.

Finalidad: Satisfacer las necesidades técnicas del producto.

➤ **Aseguramiento de la calidad sistemas y procedimientos de la organización para evitar que se produzcan bienes defectuosos**

Finalidad:

- Satisfacer al cliente
- Prevenir errores
- Reducir costos
- Ser competitivo

➤ **Calidad Total** teoría de la administración empresarial centrada en la permanente satisfacción de las expectativas del cliente.

Finalidad

- Satisfacer tanto al cliente interno como externo

- Ser altamente competitivo
- Mejora continua

1.3 Enfoques de la calidad

Según Garvin escritor y profesor de Harvard, quién desarrolló una visión conceptual de la calidad sumamente significativa, existen cinco fundamentos de la calidad.

1. Trascendente
 2. Basado en producto
 3. Basado en el usuario
 4. Basado en la fabricación
 5. Basado en el valor
- El enfoque trascendente de la calidad. Es sinónimo de excelencia inherente al producto.
 - El enfoque basado en el producto. Para cambiar las necesidades del cliente en términos de generar nuevos requerimientos del cliente (cliente=diseño) y posteriormente nuevas especificaciones, el marketing usa generalmente una estrategia basada el producto/usuario. De acuerdo con este enfoque, mientras mayor sea la calidad de un producto mayor será su precio.
 - El enfoque basado en el usuario. Es una estrategia basada en el usuario, las definiciones se basan en la premisa de que la calidad solamente la determina el usuario. Se considera que los consumidores individuales tienen diferentes gustos y necesidades, y los artículos que mejor satisfacen sus preferencias son considerados como los que poseen una mayor calidad percibida. Esto refleja, por lo tanto una visión altamente personalizada y subjetiva. De nuevo, esto sólo muestra un segmento de mercado general, no a los individuos dentro del mercado.
 - El enfoque basado en la fabricación. Es aquí donde los procesos de ingeniería y de fabricación son específicamente considerados. La estrategia de fabricación busca asegurar que se minimicen las desviaciones del

modelo estándar (las especificaciones de diseño), ya que estas reducen la calidad del producto fabricado.

- El enfoque basado en el valor. La base de este enfoque es la comprensión psicológica del significado de valor. De acuerdo con este enfoque, un producto es de calidad cuando tiene un buen desempeño a precio justo.

1.4 Dimensiones de la calidad

Factores que afectan la percepción de la calidad del cliente.

Cuando se trata con los factores que se considera afectan en cómo percibe el cliente la calidad. Es prudente evaluar las ocho dimensiones de la calidad de A. Garvin (1988) escritor y profesor de Harvard, quien desarrolló una visión conceptual de la calidad sumamente significativa.

Estas son:

1. **Actuación:** Incluye las principales características del producto o servicio. En relación a los fundamentos de la calidad significaría la aplicación de los aspectos basados en el producto y en el usuario.
2. **Características:** Son las características secundarias que completan el funcionamiento básico del producto. Ofrecen el conjunto de atributos adicionales que contribuyen a completar el paquete entero que compra el cliente.
3. **Fiabilidad:** La fiabilidad es la función de un producto/servicio de actuar según lo esperado durante un período específico de tiempo. Como la gestión de calidad se extiende cada vez más, aumentará también la

aplicación de técnicas que aseguren la fiabilidad de los productos y servicios, y se convertirán en la norma en vez de la excepción.

4. **Conformidad:** La conformidad es el nivel al que llega un producto diseñado y los resultados de la operación para satisfacer la normativa existente.
5. **Durabilidad:** La durabilidad es vista como la medida de la vida de un producto. La durabilidad refleja el espacio de tiempo en que el producto puede ser utilizado con eficacia, dados los imperativos de las necesidades del usuario.
6. **Utilidad:** Es la habilidad de ofrecer al usuario una reanudación el patrón normal de trabajo. Esto significa rapidez en el servicio, disponibilidad, costo más bajo y el desarrollo de una eficaz relación profesional entre el usuario y el proveedor.
7. **Estética:** Retrata las respuestas o reacciones del cliente a características tales como el tacto, el gusto, olfato, vista y oído. Es de naturaleza individual y refleja un juicio personal.
8. **Calidad percibida:** Refleja la noción de que los consumidores compran productos/servicios sin información suficiente sobre las características totales que componen el producto o servicio.

Según Garvin, estas dimensiones son independientes y bastante diferentes.

Pueden estar interrelacionada, por ejemplo la durabilidad y la conformidad. En un producto, una dimensión puede ser crucial para su éxito; en otra, la misma dimensión puede no ser considerada como tal.

1.5 Relación entre calidad y fidelización del cliente

La inexistencia de un buen servicio conlleva la insatisfacción de casi la mitad de los consumidores, esto junto con la presión de la competencia y la posición cada día más exigente de los consumidores lleva como una salida a la apuesta firme por la calidad.

Estas observaciones, deben hacer comprender a las empresas lo interesante que resulta perseguir un servicio de calidad para diferenciarse de la competencia, fidelizar clientes para mantener y aumentar sus beneficios, pues los clientes de hoy son los beneficios de mañana.

La fidelización de clientes permitirá lograr que éste vuelva a adquirir los productos o a visitar la empresa y que, muy probablemente, nos recomiende con otros consumidores. La fidelización de clientes consiste en lograr que un cliente (una persona que ya ha adquirido los productos o servicios) se convierta en un cliente fiel a los productos, marca o servicios; es decir, se convierta en un cliente asiduo o frecuente.

Muchas empresas descuidan la fidelización del cliente y se concentran más en captar nuevos clientes, lo que suele ser un error, ya que retener un cliente suele ser más rentable que captar uno nuevo, debido a que genera menores costos en marketing (una persona que ya nos compró es más probable que vuelva a comprarnos) y en administración (venderle a una persona que ya nos compró, requiere de menos operaciones en el proceso de venta).⁶

Existen algunos métodos o estrategias que se puede utilizar para fidelizar a los clientes:

- Brindar un buen servicio al cliente
- Brindar servicios de post venta

- Mantener contacto con el cliente
- Buscar un sentimiento de pertenencia
- Usar incentivos
- Ofrecer un producto o servicio de buena calidad

1.6 Calidad Total⁷

La Calidad Total es el estado más evolucionado dentro de las sucesivas transformaciones que ha sufrido el término Calidad a lo largo del tiempo. En un primer momento se habla de Control de Calidad, primera etapa en la gestión de la Calidad que se basa en técnicas de inspección aplicadas a Producción.

Posteriormente nace el Aseguramiento de la Calidad, fase que persigue garantizar un nivel continuo de la calidad del producto o servicio proporcionado. Finalmente se llega a lo que hoy en día se conoce como Calidad Total, un sistema de gestión empresarial íntimamente relacionado con el concepto de Mejora Continua y que incluye las dos fases anteriores.

Los principios fundamentales de este sistema de gestión son los siguientes:

- Consecución de la plena satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente (interno y externo).
- Desarrollo de un proceso de mejora continua en todas las actividades y procesos llevados a cabo en la empresa (implantar la mejora continua tiene un principio pero no un fin).
- Total compromiso de la Dirección y un liderazgo activo de todo el equipo directivo.
- Participación de todos los miembros de la organización y fomento del trabajo en equipo hacia una Gestión de Calidad Total.

⁶ <http://www.crecenegocios.com/la-fidelizacion-de-clientes/>

⁷ <http://www.monografias.com/trabajos11/conge/conge.shtml>

- El involucramiento del proveedor en el sistema de Calidad Total de la empresa, dado el fundamental papel de éste en la consecución de la Calidad en la empresa.
- Identificación y Gestión de los Procesos Clave de la organización, superando las barreras departamentales y estructurales que esconden dichos procesos.
- Toma de decisiones de gestión basada en datos y hechos objetivos sobre gestión basada en la intuición. Dominio del manejo de la información.

Se define esta filosofía del siguiente modo: Gestión (el cuerpo directivo está totalmente comprometido) de la Calidad (los requerimientos del cliente son comprendidos y asumidos exactamente) Total (todo miembro de la organización está involucrado, incluso el cliente y el proveedor, cuando esto sea posible).

1.7 Figura N°1.1: Evolución Histórica del Concepto de Calidad.

ETAPA	CONCEPTO	FINALIDAD
Artesanal	Hacer las cosas bien independientemente del costo o esfuerzo necesario para ello.	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacer al cliente. • Satisfacer al artesano, por el trabajo bien hecho. • Crear un producto único.
Revolución Industrial	Hacer muchas cosas no importando que sean de calidad (Se identifica Producción con Calidad).	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacer una gran demanda de bienes. • Obtener beneficios
Segunda Guerra Mundial		Garantizar la disponibilidad de un armamento eficaz en la cantidad y el momento preciso.
Posguerra (Japón)	Hacer las cosas bien a la primera	<ul style="list-style-type: none"> • Minimizar costes mediante la Calidad • Satisfacer al cliente

		Ser competitivo
Postguerra (Resto del mundo)	Producir, cuanto más mejor	Satisfacer la gran demanda de bienes causada por la guerra
Control de Calidad	Técnicas de inspección en Producción para evitar la salida de bienes defectuosos	Satisfacer las necesidades técnicas del producto
Aseguramiento de la Calidad	Sistemas y Procedimientos de la organización para evitar que se produzcan bienes defectuosos.	Satisfacer al cliente. <ul style="list-style-type: none"> • Prevenir errores. • Reducir costes. • Ser competitivo.
Calidad Total	Teoría de la administración empresarial centrada en la permanente satisfacción de las expectativas del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacer tanto al cliente externo como interno. • Ser altamente competitivo. • Mejora Continua.
Modelo de Excelencia	No sólo gestionar la calidad, sino desarrollar la calidad de la gestión.	Asegurar la sustentabilidad de las organizaciones en el tiempo a través de la satisfacción de todos los involucrados, o partes interesadas, en su éxito: accionistas, dueños o mandantes; trabajadores; proveedores; clientes y la comunidad.

Fuente: Diseño Sistema de Gestión de calidad basado en la norma ISO 9001:2000

1.8 Normas de Calidad

“Norma es el ordenamiento imperativo de acción que persigue un fin determinado con la característica de ser rígido en su aplicación. Regla, disposición o criterio que establece una autoridad para regular acciones de los distintos agentes económicos, o bien para regular los procedimientos que se deben seguir para la realización de las tareas asignadas”.

Por lo tanto, una Norma de Calidad es un documento establecido por consenso y aprobado por un organismo reconocido, que proporciona reglas, directrices o características para las actividades de calidad o en los resultados, con el fin de optimizar.

1.8.1 ISO 9001:2000

La ISO 9001: 2000 es una norma que nace de la creencia de que la calidad no se asegura con un control de las partes, sino de todo el proceso. No se trata de un Modelo de Gestión propiamente tal, sino que de un ordenamiento, es decir, recomendaciones para optimizar el proceso productivo en todas sus partes; por lo anterior es una norma de aplicación a toda la organización y no sólo a los productos que comercializa o a los servicios que presta.

La Norma Internacional ISO 9001: 2000 fue elaborada por la International Organization for Standardization (Organización Internacional de Normalización, ISO) un organismo no gubernamental compuesto por aproximadamente 130 instituciones nacionales de estandarización de diferentes países, cuya misión es la preparación de estándares internacionales. La primera versión de la serie de normas ISO 9000 se publicó en 1987; una segunda versión fue publicada en 1994 y la última en el año 2000.

1.8.2 Descripción general

En términos generales esta Norma Internacional detalla los requisitos para un Sistema de Gestión de Calidad cuando una organización:

- 1) “Necesita demostrar su capacidad para proporcionar de forma coherente productos que satisfagan los requisitos del cliente y los reglamentos aplicables, y
- 2) Aspira a aumentar la satisfacción del cliente a través de la aplicación eficaz del sistema, incluidos los procesos para la mejora continua del sistema y el aseguramiento de la conformidad con los requisitos del cliente y los reglamentarios aplicables”

Los requisitos definidos por esta Norma Internacional son de carácter genérico, es decir, son aplicables a todo tipo de organizaciones sin distinguir su tamaño o producto comercializado. Sin embargo, cuando algún requisito no pueda cumplirse, pueden realizarse exclusiones.

La Norma ISO 9001: 2000 se basa en los ocho principios de calidad (organización enfocada al cliente, liderazgo, participación del personal, enfoque basado en procesos, enfoque de sistema para la gestión, mejora continua, enfoque basado en hechos para la toma de decisión y relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor) con lo que promueve un enfoque basado en procesos cuando se desarrolla, implementa y mejora un Sistema de Gestión de Calidad, considerando que lo principal es la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos. Con este enfoque es posible llevar un control continuo entre procesos, su combinación e interacción, enfatizando el cumplimiento de requisitos, la obtención de resultados del desempeño y la mejora continua de los procesos basándose en mediciones objetivas.

En lo que respecta a su compatibilidad con otros sistemas de gestión, la Norma Internacional ISO 9001: 2000, a pesar de que no contiene requisitos específicos de otros sistemas de gestión (ambiental, de la seguridad y salud ocupacional, gestión financiera o de riesgos) permite integrar el Sistema de Gestión de Calidad con otros sistemas de gestión relacionados como la Norma ISO 14.001, las OSHAS, entre otras.

1.8.3 Normas básicas de la familia ISO 9000

La tercera edición de la Norma Internacional ISO simplificó la estructura (Véase Anexo N° 1) y redujo el número de normas existentes dentro de la familia. Como se señala en la propia ISO 9001: 2000 “La tercera edición de la norma ISO 9001 anula y reemplaza la segunda edición (ISO 9001: 1994), así como a las normas ISO 9002: 1994 e ISO 9003: 1994. Ésta constituye la revisión técnica de estos documentos”.

Es así como la ISO 9000 Sistemas de Gestión de Calidad, principios y vocabularios reemplaza a la antigua ISO 8402; la nueva ISO 9001: 2000 reemplaza las anteriores ISO 9001, ISO 9002 e ISO 9003; mientras que tanto la ISO 9004 como la ISO 10011 continúan cumpliendo su anterior finalidad: entregar recomendaciones para llevar a cabo la mejora y las guías para auditar sistemas de calidad respectivamente.

1.8.4 Evolución de las Normas Internacionales ISO

Las Normas ISO 9001 e ISO 9004 fueron desarrolladas para complementarse entre sí en el desarrollo e implantación de un Sistema de Gestión de Calidad, sin embargo también pueden utilizarse como documentos autónomos. Por una parte la Norma ISO 9001, de carácter certificable, detalla los requerimientos para un Sistema de Gestión de Calidad enfocándose en la eficacia de éste para responder

a los requisitos de los clientes, mientras que la Norma ISO 9004 no es certificable y proporciona una orientación para la mejora continua y global de la organización. A pesar de las diferencias en su objeto y campo de aplicación, ambas normas tienen estructuras similares que facilitan su uso conjunto.

La Norma Internacional ISO 9001: 2000 es una norma de aseguramiento de la calidad, mientras que la ISO 9004: 2000 es una norma de Gestión de Calidad Total, dado su enfoque en la mejora continua. Por ello, la secuencia lógica para llegar a la Calidad Total es comenzar por establecer un Control de Calidad, aplicar la ISO 9001: 2000 que redundará en el aseguramiento de la calidad y finalmente, aplicar la mejora continua a través de la ISO 9004: 2000.

1.8.5 Proceso de certificación

El proceso de certificación consiste fundamentalmente en el análisis de la eficacia del Sistema de Gestión de Calidad, e implica el reconocimiento formal por parte de un organismo o institución sin participación en el proceso de implantación, que en el caso de Chile son empresas acreditadas ante el Instituto Nacional de Normalización.

Si bien, el proceso de certificación se inicia formalmente con una solicitud a la entidad certificadora seleccionada, hay pasos previos que deben llevarse a cabo y que en definitiva constituyen el proceso de desarrollo e implantación del Sistema de Gestión de Calidad. La empresa certificadora presenta un presupuesto que debe ser aprobado por la empresa interesada en la certificación, a lo que posteriormente le sigue el análisis de la documentación del sistema y una visita preliminar de parte de la entidad encargada de la certificación. Dicha entidad, debe presentar un plan de auditoría que debe ser aprobado por la empresa antes de llevar a cabo la auditoría de certificación

propiamente tal. La entidad encargada de certificar informa a la empresa en estudio respecto de las desviaciones detectadas, las que deben ser corregidas para la obtención del certificado.

1.8.6 Proceso de certificación bajo la Norma ISO 9001: 2000

La obtención del certificado de calidad no marca el fin de este proceso, puesto que la Norma exige la mejora continua del sistema para lo cual, la empresa certificadora realiza auditorias de seguimiento a lo largo del periodo de vigencia del certificado. Dichas auditorias suelen enfocarse en partes del Sistema de Gestión ya que sólo pretende verificar el cumplimiento de los requisitos establecidos en la Norma. La certificación del Sistema de Gestión de Calidad caduca después de tres años, ante lo cual se debe realizar una auditoría de recertificación, la que es de similares características a la auditoria de certificación.

1.8.7 Versión Norma ISO 9001:2008

La versión internacional de la ISO 9001:2008 fue publicada, por la ISO, el 15 de Noviembre de 2008. En México está disponible en español, desde el 19 de diciembre de 2008, como NMX-CC-9001-IMNC-2008. Fundamentalmente, esta versión ha sido desarrollada con el fin de introducir aclaraciones a los requisitos existentes de la Norma ISO 9001:2000 y para mejorar la compatibilidad con la Norma ISO 14001:2004, por lo anterior, a los usuarios de la misma, les debe quedar claro que: La Norma ISO 9001:2008 no introduce requisitos adicionales, ni cambia la intensidad de la Norma ISO 9001:2000.

La ISO, en todos sus documentos de soporte, deja muy claramente indicado que: La certificación con la Norma ISO 9001:2008 no es un ascenso de categoría, respecto a los sistemas certificados bajo la norma anterior (ISO 9001:2000).

Lo cual implica que las organizaciones que estén certificadas con la Norma ISO 9001:2000 deberían, durante el periodo de coexistencia, recibir el mismo estatus y tratamiento que aquellas que obtengan un nuevo certificado con la Norma ISO 9001:2008. Sin embargo, con el fin de beneficiarle del contenido de la Norma ISO 9001:2008, los usuarios de la versión anterior tendrán que analizar si las actualizaciones introducidas tienen impacto en su actual interpretación de la Norma ISO 9001:2000, ya que, en tal caso, pudiese ser necesario incorporar algunos cambios en su SGC.

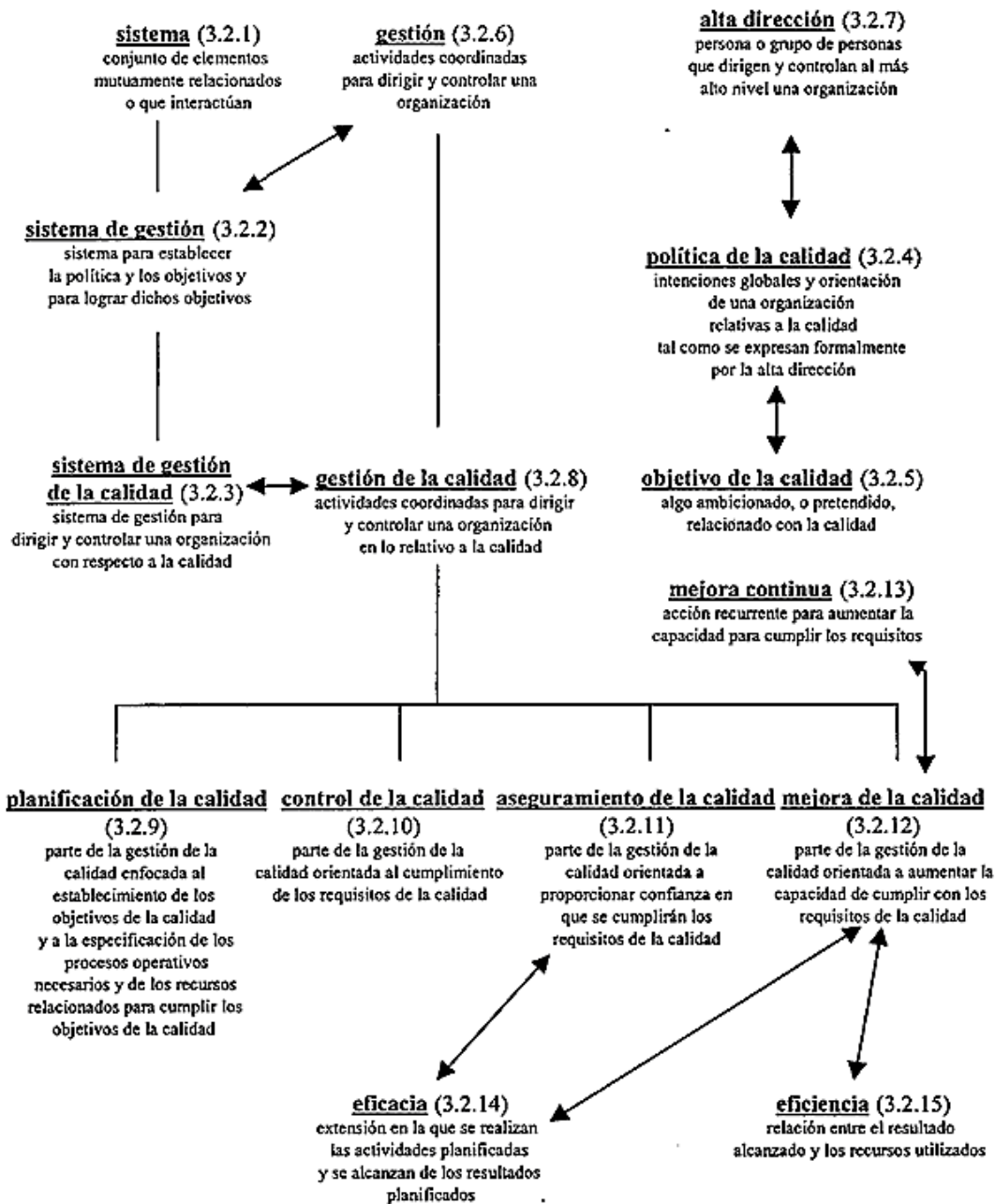
1.8.8 Ventajas de la Norma ISO

Se reconoce ampliamente que una buena gestión de la calidad tiene un efecto positivo sobre la inversión, la cuota de mercado, el crecimiento de las ventas, márgenes de venta, una ventaja competitiva, y la evitación de demandas. La aplicación de la norma ISO a menudo da las siguientes ventajas:

1. Crear un eficiente y eficaz funcionamiento
2. Aumentar la satisfacción del cliente y la retención
3. Reducir las auditorías
4. Mejorar la comercialización
5. Mejorar la motivación de los empleados, la concienciación, y la moral

6. Promover el comercio internacional
7. Aumentar los beneficios
8. Reducir los residuos y aumentar la productividad

1.8.9 Figura N° 1.2: **Conceptos relativos a gestión según Norma ISO 9000**

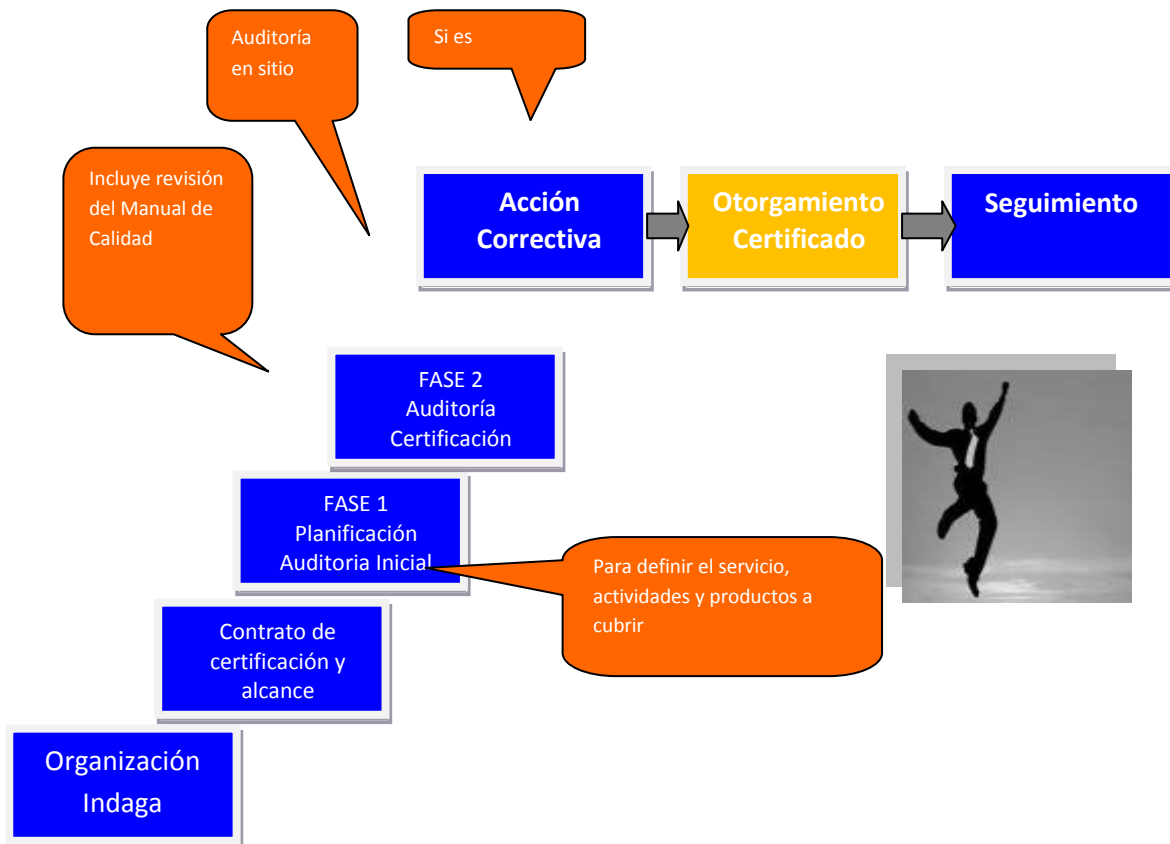


Fuente <http://www.adrformacion.com/cursos/calidad08/leccion1/tutorial2.html>

1.9 Resumen

Aunque esta edición de la norma no introduce nuevos requisitos o registros y espera que los cambios entre las versiones de las Normas ISO 9001:2000 e ISO 9001:2008 tengan un impacto limitado en los usuarios, son necesarios algunos acuerdos respecto a la implementación. Los actuales y futuros usuarios no deberían trivializar los beneficios y eventual impacto que la edición 2008 puede tener, en sus actuales sistemas de gestión de la calidad.

Figura N°1.3: PROCESO DE CERTIFICACIÓN BAJO NORMA ISO 9001:2008



Fuente: <http://www.agedum.com/Portals/0/agedum/Documentos/ISO%209001%202008%20presentacion%20malaga%2024%20marzo%202009.pdf>
<http://www.teleworkspain.com/Art012.htm>

1.10 Sistema de Gestión de la Calidad

Principalmente, es necesario tener claro el significado de **Sistema**.

1.10.1 Sistema

Es un conjunto de elementos que están relacionados entre sí. Es decir, que interactúan entre sí por un objetivo en común.

1.10.2 Sistema de Gestión de la Calidad

Comprende la estructura organizacional, conjuntamente con la planificación, los procesos, los recursos, los documentos que necesarios para alcanzar los objetivos de la organización para proveer mejoramiento de productos y servicios y para cumplir los requerimientos de los clientes.

Figura N°1.4: **Sistema de Calidad**

Sistema de Calidad



Fuente <http://www.adrformacion.com/cursos/calidad08/leccion1/tutoria.html>

1.11 Criterios de evaluación de la ISO 9001:2008

La norma ISO 9001:2008 está estructurada en ocho apartados, refiriéndose los tres primeros a declaraciones de principios, estructura y descripción de la empresa, requisitos generales, entre otros, es decir, son de carácter introductorio. Los capítulos del cuatro a ocho están orientados a procesos y en ellos se agrupan los requisitos para la implantación del Sistema de Calidad.

Capítulo 4: Sistema de gestión de calidad: Contiene los requisitos generales y de documentación para gestionar la empresa a través de:

- Manual de Calidad
- Control de documentos
- Registros, etc.

Capítulo 5: Responsabilidad de la dirección: Contiene los requisitos que debe cumplir la dirección de la organización y que la dirección está comprometida con la calidad, además de las responsabilidades en que el gerente general o el director debe de participar directamente o mínimo estar enterado de temas como:

- Compromiso
- Política de calidad
- Planificación de objetivos
- Satisfacción del cliente.

Capítulo 6: Gestión de los recursos: Aquí se indica lo mínimo necesario que la organización debe de gestionar en cuanto a recursos, esto para garantizar al cliente que la falta de alguno de estos recursos no generará un producto de mala calidad. La Norma distingue 3 tipos de recursos sobre los cuales se debe actuar:

- Recursos humanos
- Infraestructura
- Ambiente de trabajo

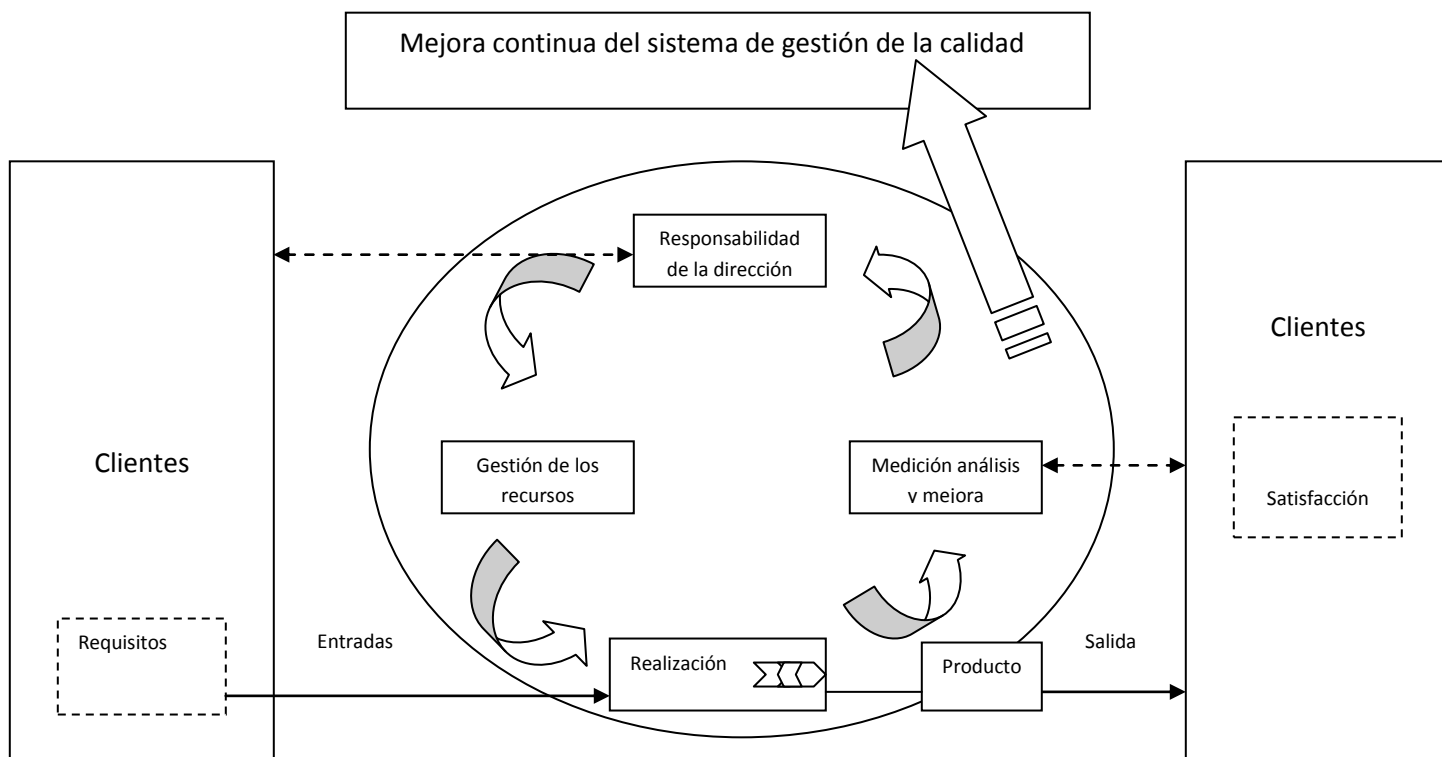
Capítulo 7: Realización del producto: Aquí están contenidos los requisitos puramente productivos, desde la atención al cliente, hasta la entrega del producto o el servicio con respecto a lo especificado. Este punto incluye:

- Planificación de la realización del producto o servicio
- Revisión de requisitos
- Compras, diseño y desarrollo

Capítulo 8: Medición, análisis y mejora: Aquí está la medición que se debe realizar en las diferentes fases y el producto o servicio final, para esto se recopila información y se analiza para identificar las consecuencias de lo establecido. El objetivo es mejorar continuamente la capacidad de la organización para suministrar productos o servicios que cumplan los requisitos. El objetivo declarado en la Norma, es que la organización busque sin descanso la satisfacción del cliente a través del cumplimiento de los requisitos a través de:

- Mejora continua
- Acción preventiva
- Acción correctiva

1.12 Figura N°1.5: **Modelo del Sistema de Gestión de Calidad basado en procesos**



Leyenda

————> Actividades que aportan valor

- - - - -> Flujo de información

Fuente: Según Norma ISO 9001:2008

1.13 Orientación específica para usuarios, implementación de ISO 9001:2008

Organizaciones que ya usan la norma ISO 9001

- Usuarios actuales: las organizaciones ya certificadas según la norma ISO 9001:2000, luego de haber analizado el impacto que la versión tiene sobre su actual SGC y, eventualmente, ajustado el mismo; debería contactar a su organismo de certificación para:
 - Comunicarles los resultados y, en su caso, la fecha más conveniente para hacerlo
 - Acordar el programa de implementación de la ISO 9001:2008 en su SGCLas organizaciones certificadas deberían recordar que los certificados bajo la versión 2000 tienen el mismo estatus que los certificados bajo la nueva ISO 9001:2008 durante el período de coexistencia del 15 de Noviembre de 2008 al 15 de Noviembre de 2010. Las organizaciones en proceso de certificación bajo ISO 9001:2000, luego de haber analizado el impacto que la nueva versión tiene sobre su actual SGC y, eventualmente ajustado al mismo, deberían solicitar la certificación bajo la ISO 9001:2008.
- Nuevos usuarios: los nuevos usuarios deberían iniciar el desarrollo e implementación de su SGC utilizando la norma ISO 9001:2008
- Usuarios de esquemas sectoriales: según la información que tengo, al menos los sectores automotriz y telecomunicaciones, sus normas de referencia, ISO/TS 16949 y TL 9000 respectivamente, no tendrán cambio a excepción de las necesarias modificaciones editoriales, cambio del texto de la ISO 9001:2000 por el de la ISO 9001:2008. Sin embargo, es muy recomendable que estos usuarios, se remitan a la organización que es responsable de la respectiva norma

1.14 Organismos nacionales de normalización

Los organismos nacionales de normalización deberían ser responsables, a escala nacional,

de comunicar oportunamente a todas las partes interesadas las cuestiones relativas a los cambios entre las normas ISO 9001:2000 e ISO 9001:2008, y de proporcionar traducciones de la nueva edición de la norma en sus idiomas nacionales.

Se les recomienda que coordinen sus comunicaciones con otras partes interesadas, por ejemplo: Organismos de acreditación, organismos de certificación, asociaciones profesionales de calidad, etcétera. El proceso de traducción debería empezarse lo antes posible. En México, la norma ya está disponible la versión en español, desde del 19 de diciembre de 2008.

1.15 Organismos de acreditación

Los organismos de acreditación deberían remitirse al comunicado conjunto IAF-ISO para la implementación de la certificación, según la norma ISO 9001:2008, así como para asegurarse la competencia y buenas prácticas de los organismos de certificación, acreditados ante ellos.

1.16 Organismos de certificación

Los organismos de acreditación deberían remitirse al comunicado conjunto IAF-ISO para la implementación de la certificación, según la norma 9001:2008, así como contar con sus respectivos organismos de acreditación para coordinar las acciones pertinentes.

Los organismos de certificación deberían recordar que los certificados de conformidad con la Norma en ISO 9001:2008 y/o sus aplicaciones nacionales equivalentes solo se pueden emitir después de la publicación oficial de la norma (15 de Noviembre de 2008).

1.17 Organismos de formación y consultores

Todos los formadores y consultores deberían ser conscientes del alcance de las aclaraciones contenidas en la Norma ISO 9001:2008.

Se recomienda que todos los organismos de formación y consultores determinen la necesidad de actualizar la competencia de su personal, sus programas de formación, su documentación y de cualquier otro cambio que sea necesario, para mantener la calidad y objetividad de los servicios que sus clientes demandan.

Para verificar que se cumple con los requisitos de la norma, existen unas entidades de certificación oficiales que dan sus propios certificados y permiten el sello. Estas entidades están vigiladas por organismos nacionales que les dan su acreditación a las empresas certificadoras para poder otorgar el sello de calidad, en el caso de España es el ENAC. Como por Ejemplo: AENOR, SGS, LLOYDS, BUREUA VERITAS, ETC...



1.18 Procesos Relacionados Con El Cliente

1.18.1 Determinación de los Requisitos Relacionados con el Cliente

La Norma indica que se deben determinar los requisitos relacionados con la solicitud del cliente (con las necesidades del cliente), entre los cuales figuran los directamente explicitados por el cliente, y otros, son los siguientes:

- Los requisitos no indicados por el cliente pero necesarios para el uso especificado o previsto, cuando sea conocido. Aquí la Norma establece un principio de responsabilidad de la organización con relación al producto que comercializa. En muchas ocasiones el cliente no advierte que el producto que solicita no puede cumplir con sus expectativas, o que hace falta algún elemento más para utilizarlo bajo las condiciones que declara. El cliente acude con

una necesidad, y la organización, siempre que sea posible, debe determinar todos los requisitos necesarios para satisfacerla. El argumento: “yo me limito a vender, ya sabrá el cliente lo que compra”, no tiene cabida en una organización que busca la satisfacción del cliente.

1.18. 2 Revisión de los Requisitos con el Producto

- La organización debe determinar y cumplir los requisitos legales asociados con el producto y el uso al que va destinado. Una empresa con un Sistema de Calidad no puede comercializar productos o prestar servicios que no cumplan la legislación aplicable. Normalmente esta determinación se realiza antes de comercializar el producto, en una fase de diseño anterior. Si la empresa no es responsable del diseño, o no fabrica el producto, puede solicitar dicha información a su proveedor. En términos generales se demanda que la organización haya identificado la legislación específica aplicable a su producto.
- Cualquier otro requisito adicional impuesto por la propia organización. El objetivo de la determinación de los requisitos en el proceso de atención de una solicitud del cliente es definir por completo las características de todos los aspectos relacionados con dicha solicitud. Si la organización tiene sus propios requisitos para el producto o algún aspecto relacionado con él, entonces debe determinarlo también con objeto de incluirlos en la oferta a realizar o comunicarlos al cliente en el proceso de aceptación de un pedido.

REVISAR LOS REQUISITOS

Antes de aceptar un pedido, o enviar una oferta al cliente, alguna persona de la organización debe revisar los requisitos de la oferta o el pedido para asegurarse de que:

- Todos los requisitos relacionados con el producto han sido correcta y completamente definidos.
- Cualquier diferencia previa entre la organización y el cliente ha sido aclarada.
- La organización tiene capacidad para cumplir los requisitos del pedido o de la oferta.

La persona o personas que revisen la oferta deben dejar evidencia de haberlo hecho. Normalmente esta evidencia se materializa mediante una firma en la oferta o el pedido. En ocasiones, el tipo de la actividad de la organización o las características de sus procesos comerciales no hacen viable o práctico la realización de una revisión formal y documentada de los requisitos. Por ejemplo, si el cliente realiza un pedido telefónico, no hay evidencia documental de los requisitos del cliente para revisar, en estos casos la Norma indica que la organización debe confirmar los requisitos con el cliente. La confirmación puede concretarse repitiendo el pedido al cliente para confirmar que se ha tomado nota de todo lo que quiere. Otro caso destacado por la Norma es el de los pedidos a través de internet. Como todos sabemos dichos pedidos son automáticos, y no es práctico que una persona los revise, en este caso se indica que la revisión se puede sustituir proporcionando al cliente toda la información y los pasos pertinentes antes de que confirme el pedido.

La organización debe revisar los requisitos relacionados con el producto. Esta revisión debe efectuarse antes de que la organización se comprometa a

proporcionar un producto al cliente (por ejemplo, envío de ofertas, aceptación de contratos o pedidos, aceptación de cambio en los contratos o pedidos) y debe asegurarse de que:

- a) Están definidos los requisitos del producto,
- b) Están resueltas las diferencias existentes entre los requisitos del contrato o pedido, y los expresados previamente entre la organización y el cliente, y
- c) La organización tiene la capacidad de cumplir con los requisitos definidos, ya sea del pedido o de la oferta dada al cliente.

Importante es que haya evidencia documental de los requisitos del cliente para revisar. La Norma indica que la organización debe confirmar los requisitos con el cliente. La confirmación puede concretarse repitiendo el pedido al cliente para confirmar que se ha tomado nota de todo lo que quiere.

Deben mantenerse registros de los resultados con la revisión y de las acciones originadas por la misma (véase 4.2.4 “Control de los Registros”).-

Cuando el cliente no proporciona una declaración documentada de los requisitos, la organización debe confirmar los requisitos del cliente antes de la aceptación.

Cuando se cambien los requisitos del producto, la organización debe asegurarse de que la documentación pertinente sea modificada y de que el personal correspondiente, sea consciente de los requisitos modificados.

Nota: En algunas situaciones, tales como las ventas por internet, no resulta práctico efectuar una revisión formal de cada pedido. En su lugar, la revisión puede cubrir la información pertinente del producto, como los catálogos o el material publicitario.

1.18.3 Comunicación con el Cliente

La organización debe determinar e implementar, disposiciones eficaces para la comunicación con el cliente, relativas a:

- a) La información sobre el producto, debería mantenerse actualizado un archivo documental para suministrar al cliente la información
- b) Las consultas, contratos o atención de pedidos, incluyendo las modificaciones, si el cliente desea saber en qué etapa de la realización del producto o servicio se encuentra su pedido, o que quiera incluir alguna modificación, la organización debe proporcionar la información requerida.
- c) La retroalimentación del cliente, incluyendo sus quejas.

En definitiva el cliente acude con una necesidad, y la organización, siempre que sea posible, debe determinar todos los requisitos necesarios para satisfacerla.

Figura N°1.6: **Los pasos antes mencionados se pueden graficar de la siguiente manera**



Fuente: http://www.portcalidad.com/articulos/49-procesos_relacionados_cliente

Como se aprecia en el esquema, los dos primeros requisitos constituyen etapas de un mismo proceso, el de la gestión de las solicitudes de los clientes. Podemos fijarnos que ambos requisitos constituyen actividades a realizar en los umbrales de la relación con el cliente, uno al principio, cuando atendemos la solicitud, y otro al final, antes de enviarle la oferta al cliente o aceptar un pedido.

1.18.4 La importancia de los Procesos relacionados con el cliente

Es necesario asegurar una buena comunicación con el cliente. Ésta comienza con la oferta y el pedido, y continúa a través de la retroalimentación del cliente.

La información obtenida de la comunicación debe transmitirse a las personas adecuadas dentro de su organización.

La Dirección comunicará la importancia de cumplir con los requisitos del cliente.

Hay que asegurarse de que los requisitos del cliente sean comunicados a los empleados que necesitan conocerlos.

Por otro lado la retroalimentación del cliente es esencial para el proceso de mejora constante. Los datos de la retroalimentación, incluidas las quejas, deben transmitirse al sitio adecuado para el análisis y la mejora. A esto alude el capítulo 8 de la norma.

Es una buena idea llevar un procedimiento escrito para este proceso, para asegurarse de que se hayan identificado todos los métodos de comunicación y de que toda la información resultante de la comunicación llegue a las personas que la necesitan.

Este procedimiento puede ayudar a los representantes de la dirección a asegurarse de que los empleados conozcan los requisitos del cliente y de que

los datos de la retroalimentación pasen al análisis. Escriba cómo su organización se comunica con los clientes.

Defina un procedimiento adecuado para comunicar la información de los clientes a las áreas adecuadas de la empresa. Sugerencia: edite esta definición y añada detalles para adecuar este procedimiento a su organización.

Comunicación con el Cliente

1. El servicio al cliente determina los requisitos del cliente.
2. Los requisitos están documentados en los contratos.
3. El director de departamento registra la retroalimentación del cliente, incluidas las quejas.
4. La retroalimentación del cliente está documentada en la base de datos del cliente.

Requisitos del Cliente

1. El servicio al cliente comunica los requisitos especiales de los clientes a los jefes de proyecto.
2. Los jefes de proyecto se aseguran de que se cumpla con los requisitos especiales.

Retroalimentación del Cliente

1. Las quejas del cliente se revén para determinar si es necesaria una acción correctiva.
2. Los datos relativos a la retroalimentación del cliente figuran en la revisión de la dirección para el análisis

1.18.5 La importancia del activo “Cliente” para la rentabilidad de la empresa

El activo “cliente” es clave para desarrollar una estrategia de rentabilidad de una empresa, la que debe esmerarse en entregar una propuesta de valor que invite al consumidor a serle fiel y promover sus bondades entre sus amistades.

En el Marketing existe una máxima que se debe tener siempre presente: una cosa es hacer promesas y muy diferente es cumplirlas. Una vez segmentado el mercado, la compañía ofrece sus productos a la gran diversidad de consumidores, quienes esperan “algo” de lo que adquieren. Si se ven decepcionados, es altamente probable que ese cliente desaparezca del universo de la empresa.

Ese “algo” que los satisface está dado en gran medida por la propuesta de valor que le ofrece la empresa. Sin duda, la capacidad de una organización para adelantarse a sus competidores en la oferta de valor le otorga una ventaja competitiva ganadora, Esta puede ampliarse a través de la retroalimentación que obtienen desde el mismo mercado, donde el marketing relacional se transforma en un elemento clave para canalizar información de mayor calidad en menor tiempo.

Si la empresa descuida la definición de su propuesta de valor y no tiene claridad de qué quiere entregar y cómo diferenciarse del resto, los resultados económicos no serán los esperados. Por el contrario, si se consigue satisfacer a los distintos segmentos que ya manejan, entregando nuevos productos o servicios de acuerdo al perfil del cliente, la compañía tendrá grandes ganancias.

CAPÍTULO II: Antecedentes generales de la Pyme IRRIFER LTDA.

2.1 Estructura organizacional

2.1.1 ANTECEDENTES DE AL EMPRESA

Empresa “Servicios Tecnológicos Ivan Vidal y Cia. Ltda.”

Constitución de sociedad con fecha 22 de Diciembre de 1994.

Publicación en diario oficial con fecha 18 de Enero de 1995.

Irrifer Ltda., Rut. 76.155.160-4, código CAE 749990, su ubicación física es en Km. 12 Camino a Cato Chillán.

2.1.2 Personal de trabajo

Sr. Iván Vidal Parra	Gerente General, Ing. Agrónomo, M. Sc., Dr.
Sr. René Aravena	Gerente Técnico, Ingeniero Agrónomo, Dpl.
Sra. Paulina Araneda	Jefa Laboratorio, Químico Analista.
Sra. Patricia Morales	Colaborador Técnico, Ing. Agrónomo, M. Sc.
Sr. Álvaro Améstica	Supervisor Técnico, Ingeniero Agrónomo, Dpl.
Sra. Gabriela Cáceres	Laborante Químico, Técnico Agrícola.
Sra. Marcela Riquelme	Laborante Químico, Técnico Agrícola
Sr. Luis Fuentes	Asistente Técnico, Técnico Agrícola
Sr. Héctor Navarro	Ayudante de Laboratorio
Sra. Alicia Inostroza	Encargada Administración y Finanzas, Contador Gral.

2.1.3 Servicios prestados

La Empresa se dedica a Asesoría Agronómica en áreas de Muestreo Vegetal, Asesoría Agronómica en Riego, en Análisis de Químico, Servicios Analíticos de Suelo, Plantas y Agua, Servicios de Investigación y Capacitación en Fertilizantes (asociado al uso) con la que orienta su misión de atender a Empresas Agrícolas.

Asimismo una de las características de la organización, es su afán innovador que la lleva a contar con importantes elementos diferenciadores como son:

Know How del Negocio:

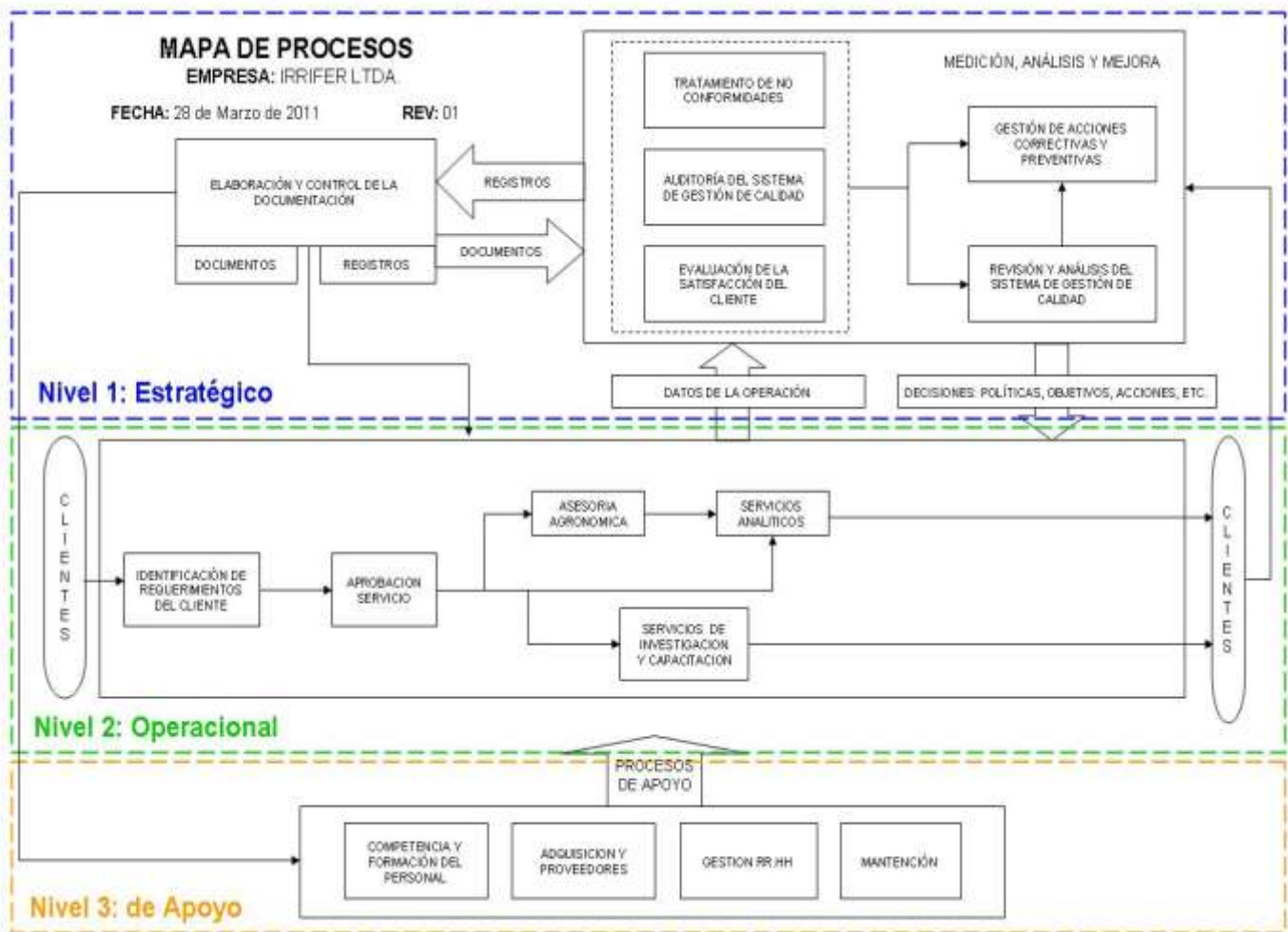
La empresa dispone de un conocimiento especializado y diverso en Asesoría Agronómica en áreas de Muestreo Vegetal, Asesoría Agronómica en Riego, en Análisis de Químico, Servicios Analíticos de Suelo, Plantas y Agua, Servicios de Investigación y Capacitación en Fertilizantes (asociado al uso), lo que se traduce en ofrecer soluciones óptimas y eficientes que se reflejan en:

- **Procesos:** Según mapa de procesos: Estratégicos, Operacionales y de Apoyo.
- **Servicios:** Asesoría y Capacitación en Agronomía.
- **Clientes:** Satisfacción de necesidades de sus clientes.
- **Personal:** Equipo de profesionales altamente especializados y con capacitación permanente.

Posición de Mercado: Una de las mayores fortalezas radica en las características de su participación de mercado donde se destaca por tener:

- Participación importante en el mercado.
- Fidelidad y confianza de sus clientes.

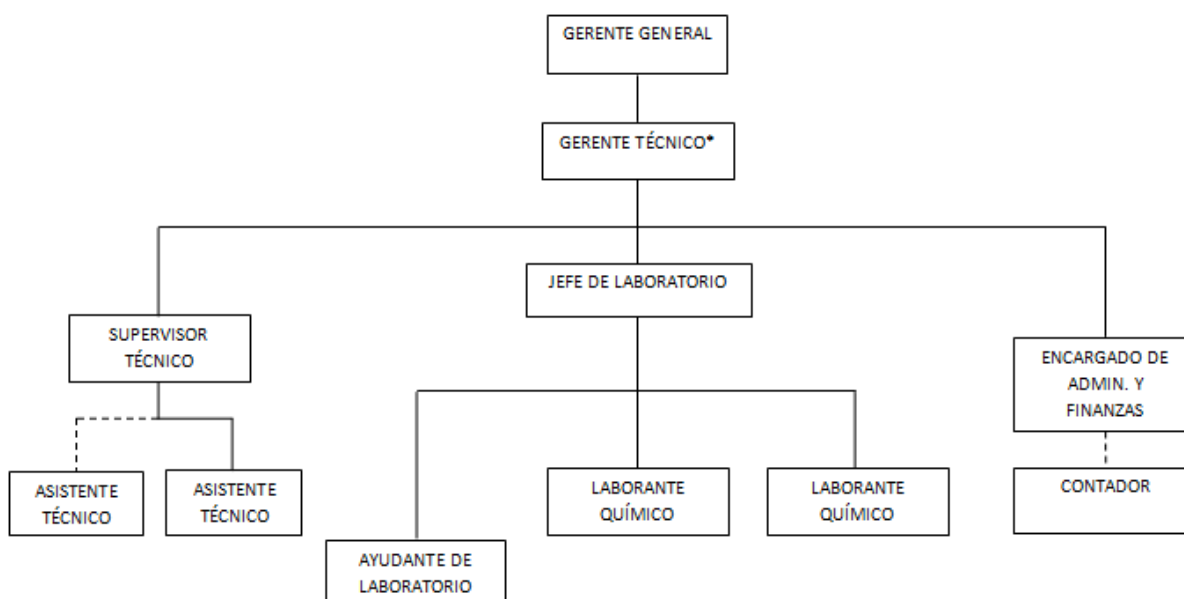
2.1.4 Figura N°2.1: Mapa de Procesos de la Empresa IRRIFER LTDA. 7



Creación de la Pyme IRRIFER Ltda.

2.1.5 Las responsabilidades y funciones de todo el personal se encuentran claramente definidas, por los superiores directos de cada uno de los cargos a través de “Perfiles de Cargo”, los que se encuentran en poder del Representante de la Gerencia. Las autoridades se encuentran definidas y comunicadas a través del siguiente organigrama:

Figura N° 2.2: Organigrama



Creación de la Pyme IRRIFER Ltda.

2.2.1 Principales procesos

2.2.1.1 Monitoreo Nutricional

Nuestro servicio de MONITOREO NUTRICIONAL se fundamenta en el control nutricional continuo del sistema Suelo-Agua-Planta y que permite optimizar la aplicación de fertilizantes vía fertirriego y los aportes de agua en el riego presurizado. La empresa dispone de equipamiento de última generación y cuenta con un laboratorio de análisis de suelo, agua y planta.

El procedimiento consiste en la instalación de una parcela controlada donde se instalan sondas de succión a diferentes profundidades de suelo para la obtención de solución nutritiva del suelo.

El muestreo se realiza durante todo el ciclo de desarrollo de la planta y se complementa con muestreo foliar y de solución de riego. Esto resulta ser un apoyo fundamental a la gestión de la fertirrigación y permite establecer:

- Contenidos de nutrientes en el bulbo de riego
- Tipo y cantidad de fertilizantes más adecuados a utilizar.
- Evitar lavado de fertilizantes en el perfil.
- Detectar déficit hídrico o exceso de riego y/o fertilización indeseable.
- Efectuar las modificaciones necesarias para optimizar la nutrición de la planta en periodos menores a 10 días después del muestreo.
- Verificar las dosis de aplicación.

2.2.1.2 Laboratorio de Análisis

El Laboratorio IRRIFER Ltda. presta servicios de asesorías en fertilidad de suelos, nutrición vegetal y fertirrigación de cultivos y frutales. Se encuentra acreditado por la CNA de la Sociedad Chilena de la Ciencia del Suelo y con certificación ISO 9001. Además, cuenta con un equipo de especialistas con amplia experiencia y contamos con los precios más convenientes del mercado nacional.

Servicios de laboratorio

2.2.1.3 Químico completo de suelos

pH, Materia Orgánica, Conductividad Eléctrica, Amonio, Nitrato, Fósforo disponible, Potasio disponible, Calcio, Magnesio, Sodio, Suma de bases, Azufre, Cloruros, Aluminio intercambio, Capacidad intercambio cationico, Saturación de Al, Saturación de K, Saturación de Ca, Saturación de Mg, Relación Calcio/Magnesio, Relación Potasio/Magnesio, Hierro, Manganeso, Cinc, Cobre, Boro.

2.2.1.4 Análisis Foliar

Nitrógeno, Fósforo, Potasio, Calcio, Magnesio, Azufre, Sodio, Hierro, Manganeso Cinc, Cobre, Boro, Clorofila.

Principales Equipos Técnicos Utilizados Para Análisis Químicos Y Foliar.

Imagen 1



Imagen 2



1.- Cámara de secado: Secado de muestras de suelo (máx. 38°C)

2.- Balanza electrónica: pesaje de muestras de suelo (0,01gr)

Imagen 3



Imagen 4



3.- Mufla: Calcinación de muestras foliares

4.- Muestra de suelo con correspondiente ficha de muestreo

Imagen 5



Imagen 6



5.- Plancha calefactora utilizada en la digestión de muestras

6.- Espectrofotómetro de absorción molecular (Colorímetro) Marca Hach mod DR/2000

Imagen 7



Imagen 8



7.- Balanza electrónica: Pesaje de muestras foliares y reactivos químicos (0,001 gr)

8.- Contenedores de residuos peligrosos (Soluciones con Cromo y Mercurio)

2.2.1.5 Análisis de Agua

pH; Conductividad eléctrica, Salinidad, Calcio, Magnesio, Potasio, Sodio, Amonio, Suma cationes, Carbonatos, Bicarbonatos, Sulfatos, Cloruros, Nitratos, Suma aniones, % Sodio; Relacion Adsorción de Sodio (RAS); Dureza, Fosforo, Hierro, Manganeso, Cinc, Cobre, Boro.

2.2.1.6 Análisis Físico -Hídrico de Suelos

Determinaciones: Arena, Arcilla, Limo, Capacidad de campo, Punto de marchitez permanente, Humedad aprovechable, Porosidad total, Macroporosidad, Densidad Aparente, Velocidad de infiltración.

2.2.1.7 Investigación y Capacitación

Evaluación de nuevos productos y desarrollo de nuevas tecnologías de manejo de fertilizantes. Realización de actividades de capacitación, difusión y asistencia técnica.

CAPÍTULO III: INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN

3.1 Entrevistas

Para el desarrollo del diagnóstico y de esta Memoria es necesario un contacto directo con los profesionales de la Pyme IRRIFER y con su dueño para conocer y manejar información referente a ella, a los procesos y prestación de servicios que dan. Además la empresa proporciona para esta investigación una base de datos de los clientes frecuentes de donde se obtendrá a grandes rasgos la atención y comunicación con el cliente según el instrumento de medición aplicado.

3.2 Encuestas

Se realiza una encuesta según Guía de Autoevaluación de Sistemas de Gestión de Calidad de Chile Califica, modificada hacia el cliente dado que esta guía está enfocada hacia la empresa. Esta encuesta de medición integra nueve preguntas específicas las que proporciona un diagnóstico de como se encuentra la Gestión de Calidad en la Pyme IRRIFER de acuerdo al ítem 7.2 “Procesos Relacionados con el Cliente” La cual es aplicada a un grupo de clientes frecuentes respondiendo este instrumento a través de correo electrónico dando a conocer la percepción de cada cliente en relación a la empresa y sus servicios.

Guía aplicación de encuesta.

Número	Significado	Explicación
1	SI	Si su respuesta es afirmativa
2	NO	Si su respuesta es negativa
3	NO SE	Si desconoce la información

3.3 Base de datos para aplicación de encuesta

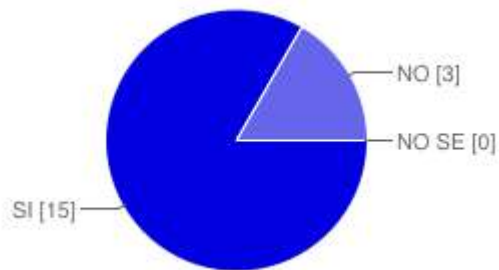
Los clientes mencionados en el listado adjunto, han sido seleccionados en relación a la constancia que ellos tienen con la empresa al solicitar sus servicios, han sido clientes con mayor permanencia a lo largo del tiempo, y fueron escogidos para desarrollar el estudio de esta memoria y descubrir por su parte, el nivel de conocimiento que poseen sobre los procesos que desarrolla la Pyme IRRIFER referente a un punto tan importante de la Norma Iso 9001:2008, y que tiene relación directa con los clientes.

Un 40% de ellos demuestra que existe un nivel de desconocimiento sobre los procesos que realiza la Pyme en relación al apartado 7.2 de la Norma ISO 9001:2008, lo cual amerita a considerar propuestas de mejora para eliminar las brechas existentes entre lo estipulado por la Norma ISO y lo que se encuentra aplicando la Pyme.

CLIENTES FRECUENTES	RUT	FONO	MAIL	CONTACTO
Agroinversiones SA.	89.698.400-4	042-274258	agrorcm@agroinv.cl	Ricardo Cortes
Alvaro Gatica	7.422.045-2	042-854515	viveroagp@gmail.com	Alfonso Quiñones
Alberto Farias y Cía Ltda	78.323.500-5		albertofarias@agroflora.cl	Alberto Farias
Antonio Saravia Martinez	22.082.527-2	97417888	saravia05@hotmail.com	Antonio Saravia
Agroindustrial El Boldo S.A.	99.520.630-7	89030034	cquiroz@elboldo.cl	Conrado Quiroz
Bioforest S.A	79.990.550-7	041-2728800	carlos.contardo@arauco.cl	Carlos Contardo
Agricola Cumbre	76.460.940-9	96457483	aserrano02@yahoo.com	Alberto Serrano
Agricola Cape Ltda	77.947.110-1	042-411875	edietz@terra.cl	Edgardo Dietz
Agricola la Copa Ltda	77.962.080-8	91589588	amvaras@specialt.cl	Ana Maria Varas
Cesar Guiñez	12.383.996-k	94585996	cesar35g@gmail.com	Cesar Guiñez
Agricola La Cortina de Colbun	76.071.116-0	67272538	nelsonsilva@consultoraprosur.cl	Nelson Silva
CAR S.A.	96.998.340-0	042-222568	nyeber@empresascar.cl	Nain Yeber
Soc. Agrícola Cato Ltda	77.406.340-4	042-1975785	agricolacato@gmail.com	Hector Perez
Victor Castillo	5.333.171-8	042-1975419	paolacastillo@curimapu.cl	Victor Castillo
Domingo EcheGARAY	4.130.563-0	042-1972125	domingoechegaray@gmail.com	Domingo EcheGARAY
Agricola Los Espinos	89.531.300-9	94394165	p.leiva@lospinos.cl	Jose Ricciardi
Forestal Mininco S.A.	91.440.000-7	041-2751251	marcela.labra@forestal.cmpc.cl	Marcela Labra
Agricola Francisco Castano Gonzalez	76.156.102-0	98621740	qualifruitsa@gmail.com	Hernan Soto
German Casas Fenske	2.601.835-9	93202066	gcasasfenske@gmail.com	German Casas
Guido Maturana Teran	3.489.835-9	92356802		Guido Maturan
Soc.Agricola HC Ltda	78.941.840-3	051-241551	claudia.burrows@agricolahc.cl	Claudia Burrows
Juan Pablo del Rio Goudie	5.898.685-2	85299354	jpmiranda68@gmail.com	Juan Pablo Miranda
Josefa Benavente	7.151.192-8	042-271077	josefabenavente@gmail.com	Josefa Benabente
Juan Gallardo Peralta	9.423.919-2	98259933	jgpkurako@gmail.com	Juan Gallardo
Suc.Oscar Uribe Parra	53.297.110-1	042-224367	avicolasantagiselle@gmail.com	Juan Carlos Uribe
Semillas Pioneer	89.646.300-4	02-8367501	paula.izquierdo@pioneer.com	Paula Izquierdo
Agricola El Prado	76.924.710-6	78608453	agricolaelpradoltda@gmail.com	Eugenia Alvarez
Agricola y Forestal Perello	76.088.977-6	043-311493	fperellom@gmail.com	Felipe Perello
Soc. Agrícola Tres Regina Ltda	77.835.130-7	074-628445	sylvia@tresregina.cl	Sylvia C
Agricola Siete Hijos Ltda	76.644.810-0	98624398	riossandoval@hotmail.com	Renato Rios

3.4 Interpretación de los datos recabados

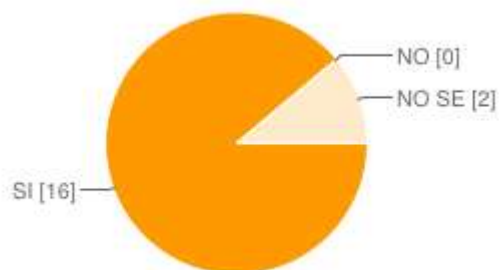
Al momento de la entrega del producto o servicio ¿Le exigen algún requisito?



15	83%
3	17%
0	0%

La Norma indica que se deben determinar los requisitos relacionados con la solicitud del cliente, según sus necesidades, pero la organización debe responsabilizarse por el servicio o producto prestado. Según los clientes un 83% dijo que la Pyme IRRIFER LTDA. exige requisitos, un 3% dijo que no solicitaban requisitos y un 0% de desconocimiento.

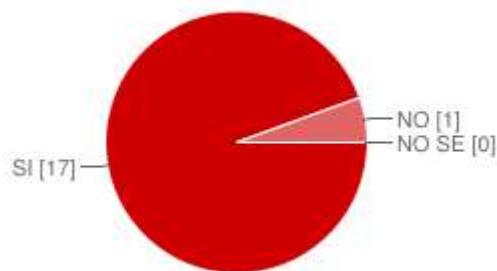
Según usted IRRIFER ¿cumple con las certificaciones legales para realizar las prestaciones de servicio?



16	89%
0	0%
2	11%

Todo Producto o servicio debe contar con certificaciones legales asociados a los productos o servicios que prestan. Un 89% de los clientes dicen que la Pyme cuenta con las certificaciones correspondientes en los productos o servicios y un 11% desconoce las certificaciones.

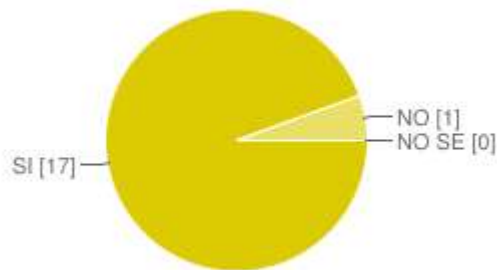
Si al momento de la entrega del producto o servicio hay diferencias o insatisfacciones, ¿se resuelven de inmediato y de buena forma?



17	94%
1	6%
0	0%

Una vez definidos los requisitos de los productos o servicios, se deben resolver las diferencias existentes ya sean los requisitos del contrato, solicitudes y lo establecido previamente entre el cliente y la organización. Según los clientes de IRRIFER un 94% dice que, si hay diferencias entre ellos y la organización de acuerdo al pedido o contrato, se resuelven de inmediato y de buena forma, tan solo un 6% se encuentra en desacuerdo.

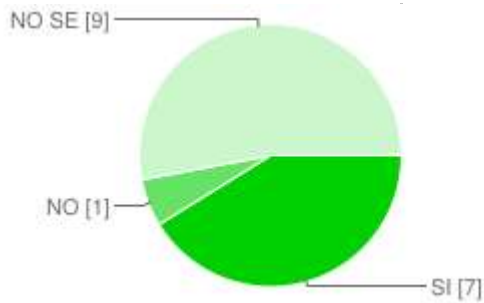
¿Cree usted que IRRIFER Ltda. es una empresa capaz de satisfacer sus requisitos?



17	94%
1	6%
0	0%

La Norma establece que cada organización debe en lo posible determinar todos los requisitos necesarios para ser capaz de satisfacer las necesidades de sus clientes. un 94% de los clientes está de acuerdo en que IRRIFER LDTA. es capaz de cumplir los requisitos, es decir satisfacer sus necesidades y un mínimo de un 6% se encuentra en desacuerdo.

¿Usted está al tanto si en IRRIFER hay un registro de sus compras o solicitudes anteriores?

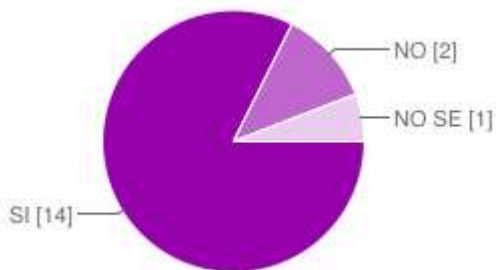


7	39%
1	6%
9	50%

De acuerdo con lo señalado por la Norma Iso 9001:2008, los registros establecidos para proporcionar evidencia de la conformidad con los requisitos así como de la operación eficaz del sistema de gestión de la calidad deben controlarse. La organización debe establecer un procedimiento documentado para definir los controles necesarios para la identificación, el almacenamiento, la protección, la recuperación, la retención y la disposición de los registros. Estos deben permanecer legibles, fácilmente identificables y recuperables.

NOTA: En este contexto recuperación se entiende como localización y acceso. En este sentido, un 6% de los clientes responden que desconocen esta información tan relevante para un sistema de gestión de calidad.

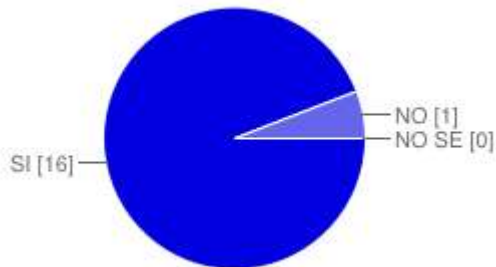
Es informado de los productos o servicios de parte de la empresa IRRIFER LTDA.



14	78%
2	11%
1	6%

En este sentido, un 78% de los clientes manifiesta estar informado sobre el servicio ofrecido por parte de Irrifer Ltda, lo que nos indica que la organización determina e implementa, disposiciones eficaces para la comunicación con el cliente relativas según lo estipulado en la Norma, en relación a, la información sobre el producto, debería mantenerse actualizado un archivo documentar para suministrar al cliente información, consultas, contratos o atención de pedidos, incluyendo modificaciones, si el cliente desea saber en qué etapa de la realización del servicio se encuentra su pedido, o que quiera incluir alguna modificación, retroalimentación y quejas.

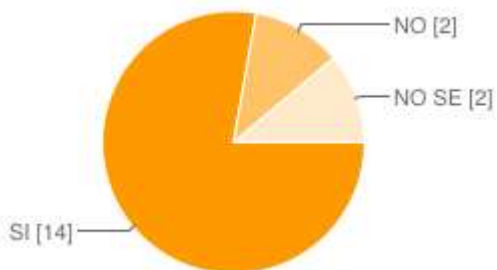
Las consultas y modificaciones de la compra del producto o servicio ¿son atendidas de forma eficaz por parte de los funcionarios de IRRIFER Ltda.?



16	89%
1	6%
0	0%

En este punto se evidencia que un 89% de las consultas o modificaciones sobre el servicio requerido, son efectivamente atendidas de forma eficaz por el personal de la empresa. De acuerdo con lo señalado en la norma y lo que nos refleja este resultado, es que el personal que realice trabajos que afecten a la conformidad con los requisitos del producto o servicio, debe ser competente con base en la educación, formación, habilidades y experiencia apropiadas.

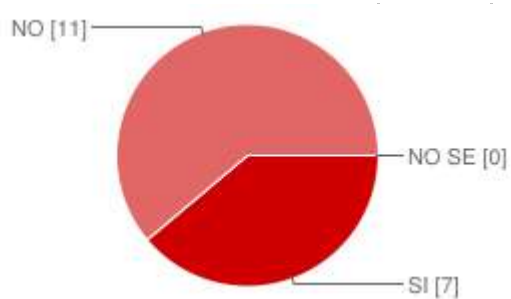
Antes de la llegada de su solicitud se realiza una retroalimentación para confirmar su pedido?



14	78%
2	11%
2	11%

Este porcentaje el 78% señala que efectivamente la empresa cuenta con un sistema de retroalimentación, punto muy importante en la norma, ya que esta indica que la organización debe determinar e implementar disposiciones eficaces para la comunicación con los clientes, sobre todo en el punto de la retroalimentación.

¿Puede usted realizar una queja o comentario del producto o servicio recibido?



7	39%
11	61%
0	0%

En este gráfico se identifica que el 61% de los clientes encuestados no sabe si puede efectuar una queja o comentario sobre el producto o servicio recibido. En este sentido, debemos considerar que de acuerdo con lo estipulado en la norma, esta organización debiera implementar una disposición y un sistema eficaz que permita a los clientes contar con esta alternativa de sugerencia, lo que generará acciones tendientes a mejoras constantes del servicio.

3.5 Diagnóstico de la Investigación

Los resultados del instrumento de medición se presentan a través del criterio de aplicación de la norma ISO 9001:2008 ítem 7.2 “Procesos relacionados con el cliente”. De acuerdo a las encuestas aplicadas a clientes habituales se puede constatar que la empresa fue positivamente evaluada en las distintas áreas de gestión, ya sea del servicio prestado, el conocimiento de la empresa, sin dejar de mencionar la satisfacción del cliente, entre otras.

Según la interpretación de los datos recabados, se puede apreciar que en dos de las preguntas evaluadas, existe un porcentaje de desconocimiento de parte de los clientes, en relación al manejo de registros ya sea de compras o solicitudes efectuadas con anterioridad por parte de ellos, como también en donde pueden realizar una queja o comentario de los servicios prestados por esta pyme. Cabe señalar que de acuerdo a lo estipulado por la norma ISO 9001:2008 y según las debilidades encontradas a esta Pyme, es necesario que esta organización se guíe y aplique los instrumentos que esta norma señala, ya que ella es quien debe determinar e implementar disposiciones eficaces para la comunicación con el cliente, como mantener actualizada la información referente al servicio en un archivo para las consultas, atención de pedidos, modificaciones de la solicitud, monitoreo de la etapa en que se encuentra el servicio solicitado, la retroalimentación con el cliente incluyendo sus quejas. En definitiva existe una necesidad por parte del cliente y es la organización quien es la responsable de cumplir con los requisitos establecidos por la norma, para que ésta necesidad sea satisfecha.

3.6 Propuestas

Los resultados obtenidos de las encuestas realizadas según el apartado 7.2 “Procesos Relacionados con el Cliente” permitió vislumbrar ciertas debilidades entorno al Sistema de Gestión de Calidad, en el punto que tiene relación de si la empresa cuenta o no con un sistema de registros de los servicios solicitados por ellos de manera que permita llevar un control interno que se encuentre disponible en la oficina en caso de ser requerido por el cliente. También para la empresa será de gran valor el considerar un sistema de control y registro de pedidos online ya que es una manera de contar con un control estadístico mensual y anual de sus prestaciones. Por otro lado la empresa podría proporcionar al cliente una clave de acceso personal para ingresar a todos los servicios solicitados anteriormente por ellos, llevar sus propios registros y contar con un monitoreo permanente del proceso de la solicitud del servicio.

En relación al desconocimiento del cliente, si cuenta la empresa con algún tipo de sistema donde puedan realizar sus quejas o comentarios sobre el o los servicios brindados, por consiguiente se debe considerar un método interno de la empresa donde el cliente una vez que haya concluido con el servicio solicitado deba llenar un formulario obligatoriamente por parte de la empresa para saber su grado de satisfacción o disconformidad. De esta forma se podrá obtener la retroalimentación del cliente, incluyendo sus quejas, lo que permitirá a esta organización analizar y mejorar sus falencias.

CONCLUSIÓN

El objetivo fundamental de esta memoria es analizar los Procesos Relacionados con el Cliente en la Pyme IRRIFER LTDA. Según la norma ISO 9001:2008, entendiendo los Procesos Relacionados con el Cliente como la determinación de los requisitos relacionados con el cliente, la revisión de los requisitos con el producto y la comunicación con el cliente, las actividades coordinadas por la organización que se desarrollan deben cumplir con los requisitos del cliente estipulados en la norma para trabajar en una mejora continua.

De este objetivo general se desprendieron cinco objetivos específicos, los cuales hacían mención principalmente a elaborar un marco teórico sobre Gestión de Calidad y Pyme, Revisar antecedentes de la Pyme IRRIFER LTDA., Diagnosticar la Gestión de Calidad en los Procesos Relacionados con el Cliente según ISO 9001:2008, determinar brechas entre lo que actualmente tiene la Pyme y compararla con los requisitos de la norma ISO según lo establecido en el apartado 7.2 "Procesos Relacionados con el Cliente", elaborar una propuesta de mejora en concordancia con los Procesos relacionados con el cliente según la norma.

De acuerdo a esto, se llegó a un análisis comparativo en donde los niveles de cumplimiento por parte de la Pyme y lo estipulado en la Norma Iso 9001:2008, es de un 60%, lo que indica efectivamente que se debe elaborar e implementar propuestas de mejora en concordancia con el apartado, 7,2 " Procesos Relacionados con el Cliente".

Para desarrollar el estudio se aplicó una encuesta a los clientes habituales de la Pyme, donde hubo un 40% de incumplimiento en el envío de ella, donde uno de

los clientes no accedió a contestar la encuesta por no querer colaborar con el proceso.

Para realizar el diagnóstico de la empresa se han investigado las Normas de la familia ISO en general, a modo de entender el objetivo de estas. Para lograr el objetivo de la presente Memoria de título se ha dado mayor énfasis al capítulo 7.2 de la Norma ISO 9001:2008, estableciendo brechas entre lo que la empresa realiza y lo que establece la Norma.

Para esta investigación se buscó antecedentes de la Pyme en terreno y vía internet, que permitió conocer que IRRIFER Ltda. Es una empresa dedicada a prestar servicios de asesorías especializadas de fertilización de suelos y nutrición de cultivo, frutales, servicio de muestreo y análisis químico y físico en distintas matrices analíticas y de planificación y evaluación de proyectos de investigación en el área agrícola. La permanente preocupación de esta organización es entregar servicios que cumplan con los requerimientos de los clientes. Esta Pyme está comprometida con la calidad, asegurando que esta política es conocida, entendida y aplicada por todo el personal de la empresa y que es revisada periódicamente para asegurar su idoneidad, Siendo la principal fortaleza de la empresa, respecto a la Norma ISO 9001:2008, en los Procesos Relacionados con el Cliente, sobre todo en la determinación y el cumplimiento de los requerimientos de este, como una práctica habitual dentro de la organización.

En resumen la pyme IRRIFER Ltda. tiene gran parte del trabajo realizado en relación al punto 7.2 de la Norma de Gestión de Calidad ISO 9001:2008. Sin embargo, se puede señalar que deben existir mejoras en los puntos que tiene relación con los registros de las solicitudes de servicios y la retroalimentación con los clientes, para mejorar lo establecido, como para diseñar nuevas mejoras, que concluya que no se repitan errores con los clientes y disminuir las quejas y obtener cada vez mayor grado de satisfacción.

Como conclusión final, se concuerda que la certificación ISO 9001:2008 es fundamental para las pequeñas y medianas empresas; especialmente las que están apuntando a mercados más sofisticados, que tienen clientes más exigentes, quienes a su vez están certificados, o trabajan en ámbitos donde la certificación es el requisito mínimo para poder vender.

Como sugerencia, esta Pyme debe mantener el proceso de certificación al cual está sometida ya que sin duda les será de gran ayuda para posicionarse dentro de las mejores empresas en su área y así poder expandirse tanto a nivel nacional como internacional.

BIBLIOGRAFÍA

1. ACUÑA, OMAR. (1999). Apuntes de Control de Calidad. Universidad del Bío-Bío.
2. NCh 9001. Of. 2001 ISO 9001:2008, "Sistema de Gestión de la Calidad - Requisitos". Primera Edición. Instituto Nacional de Normalización. Santiago, Chile: Instituto Nacional de Normalización, 2001.
3. VOELHL, F. y JACKSON, P.; 1997. "ISO 9000, Guía de instrumentación para pequeñas y medianas empresas". Primera Edición. Editorial McGRAW-HILL. México.
4. HERNÁNDEZ SAMPIERI, ROBERTO.1998, "Metodología de la Investigación". Editorial McGRAW-HILL. Argentina.
5. SETÓ PAMIES, DOLORS, (2004). De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente. Editorial Mc Graw Hill.

6. [en línea]
www.iso.inn.cl

7. [en línea]
http://www.utpl.edu.ec/iso9001/images/stories/NORMA_ISO_9001_2008.pdf
Société Générale de Surveillance - SGS
Norma ISO 9001:2008 Visitado en Octubre, 03 de 2011

8. [en línea] <http://www.internacionaleventos.com/Articulos/ArticuloISO.pdf>
Internacional Eventos – Artículo Área de Gestión
Sistema de Gestión de Calidad en Base a la Norma ISO 9001

Visitado en Octubre, 05 de 2011

9. [en línea]
<http://www.cienciaytecnologia.gob.bo/convocatorias/publicaciones/Metodologia.pdf> Metodología de Investigación Científica. Marcelo Saravia Gallardo,
Ph D.
Visitado en Octubre, 13 de 2011

ANEXO 1

Encuesta Alumnas Memoristas UBB

Seleccione una opción por cada pregunta, si su respuesta es afirmativa SI, de ser negativa NO y si desconoce la información NO SE. Una vez que marque todas las respuestas debe pinchar ENVIAR, esto para el despacho de la encuesta.

Al momento de la entrega del producto o servicio ¿Le exigen algún requisito?

- SI
- NO
- NO SE

Según usted IRRIFER ¿cumple con las certificaciones legales para realizar las prestaciones de servicio?

- SI
- NO
- NO SE

Si al momento de la entrega del producto o servicio hay diferencias o insatisfacciones, ¿se resuelven de inmediato y de buena forma?

- SI
- NO
- NO SE

¿Cree usted que IRRIFER Ltda. es una empresa capaz de satisfacer sus requisitos?

- SI
- NO
- NO SE

¿Usted está al tanto si en IRRIFER hay un registro de sus compras o solicitudes anteriores?

- SI
- NO
- NO SE

Es informado de los productos o servicios de parte de la empresa IRRIFER LTDA.

- SI
- NO
- NO SE

Las consultas y modificaciones de la compra del producto o servicio ¿son atendidas de forma eficaz por parte de los funcionarios de IRRIFER Ltda.?

- SI
- NO
- NO SE

Antes de la llegada de su solicitud se realiza una retroalimentación para confirmar su pedido?

- SI
- NO
- NO SE

¿Puede usted realizar una queja o comentario del producto o servicio recibido?

- SI
- NO
- NO SE

Enviar