



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL
CLIMA ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES DE LA
CLÍNICA PARA EL TRABAJADOR DANIEL ALCIDES CARRIÓN
S.A.C., CERCADO DE AREQUIPA, AÑO 2016**

**PRESENTADA POR
CYNTHIA ANGELICK TERREROS QUINTEROS**

**ASESOR
ELEAZAR FIDEL PERALTA LOAYZA**

**TESIS
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**LIMA – PERÚ
2018**



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

UNIVERSIDAD SAN MARTIN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COM
UNICACIÓN, HOTELERIA Y TURISMO**



TESIS

**GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL CLIMA
ORGANIZACIONAL DE LOS COLABORADORES DE LA CLÍNICA PARA EL
TRABAJADOR DANIEL ALCIDES CARRIÓN S.A.C., CERCADO DE
AREQUIPA, AÑO 2016**

Para optar AL TÍTULO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTORA

BACHILLER CYNTHIA ANGELICK TERREROS QUINTEROS

ASESOR

ELEAZAR FIDEL PERALTA LOAYZA

LIMA – PERU

2018

DEDICATORIA

A mis padres, a mi hermana, a mi motor de lucha constante Anthony, a Fabricio por su apoyo y sobre todo a Dios por darme las herramientas para lograrlo.

AGRADECIMIENTO

A mi asesor Eleazar Peralta Loayza y al profesor Aldo Norero, por su apoyo para la culminación de este trabajo de investigación.

INDICE

PORTADA

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE

RESUMEN

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I: PLANTAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la situación problemática

1.2. Formulación del problema

1.3. Objetivo de la investigación

1.3.1. Objetivo principal

1.3.2. Objetivo específicos

1.4. Justificación de la investigación

1.4.1. Importancia de la investigación

1.4.2. Viabilidad de la investigación

1.5. Limitaciones del estudio

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes internacionales

2.1.2. Antecedentes nacionales

2.2. Bases Teóricas

2.2.1 Definición del Sistema de gestión

2.2.2 Definición de la Gestión de la calidad

2.2.2.1 Elementos del Sistema de gestión de calidad

2.2.3 Gestión de la calidad en las Relaciones Públicas

2.2.4 Método de las 8 disciplinas

2.2.5 Six Sigma

2.2.5.1 Etapas D-M-A-I-C del Six Sigma

2.2.6 La Comunicación y la retroalimentación en los públicos internos

2.2.7 La motivación y el liderazgo

2.2.8 El satisfactor y la gestión ética

2.2.9 La proactividad y la actitud

2.2.10 El Liderazgo y la Imagen corporativa

2.2.11 Normativas legales vigentes

2.2.11.1. Norma Internacional Calidad y Gestión ISO 9001:2015

2.2.11.2. Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo 29783

2.3. Definición de términos básicos

CAPÍTULO III: HIPÓTESIS

3.1 Formulación de hipótesis

3.1.1 Hipótesis principal

3.1.2 Hipótesis específica

3.2 Variables y definición operacional

3.2.1. Variable 1

3.2.2. Variable 2

3.2.3. Operacionalización de variables

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA

4.1. Diseño metodológico censal

4.1.1. Diseño de investigación

4.1.2. Tipo de investigación

4.1.3. Nivel de investigación

4.1.4. Método de investigación

4.2. Procedimiento de muestreo

4.2.1. Procedimiento de muestreo

4.2.2. Instrumento

4.2.3. Validación de instrumento de medición

4.2.4. Confiabilidad del instrumento de medición

4.3. Aspectos éticos

CAPÍTULO V: RESULTADOS

5.1. Estadísticos descriptivos

5.2. Contrastación de hipótesis

5.2.1 Hipótesis principal

5.2.2 Hipótesis específica

5.2.2.1. Hipótesis específica primera

5.2.2.2. Hipótesis específica segunda

5.2.2.3. Hipótesis específica tercera

5.2.2.4. Hipótesis específica cuarta

5.2.2.5. Hipótesis específica quinta

CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN DE RESULTADOS

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

FUENTES DE INFORMACIÓN

ANEXOS

MODELO DE ENCUESTA

LIBRO DE RECLAMACIONES

CUESTIONARIO DE CALIDAD

INFORME

LEY DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO 29783

NORMA ISO 9001:2015

RESUMEN

La presente Tesis, tiene como objetivo dar a conocer de qué manera la Gestión de Calidad de las relaciones públicas se vincula con el clima organizacional de Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C – Arequipa - 2016, que se ha desarrollado con mucha seriedad y responsabilidad en este último año, luego de haber encontrado deficiencias como: Quejas constantes en el Libro de Reclamaciones, en el cuestionario de calidad de parte de los empresarios, encuestas de disconformidad por el público externo, encuestas de disconformidad de parte de los trabajadores, estrés laboral, entre otros.

Es por ello que se decide implementar su Sistema de Gestión Integrado, bajo los requisitos de la Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo Ley N° 29783, lo cual conlleva que la empresa mejore continuamente su desempeño en el área relaciones públicas, en el clima organizacional.

La mejora continua (un concepto del siglo XX que pretende mejorar los productos, servicios y procesos) del desempeño de relaciones públicas en Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. , involucra acciones correctivas y acciones preventivas sobre incumplimientos a los requisitos de las normas nacionales e internacionales, incidentes, incumplimientos de la legislación peruana, entre otros; por lo que, una gestión apropiada y correcta, de las mismas, es necesariamente indispensable.

Las Relaciones Públicas tienen un gran compromiso con la calidad que las organizaciones necesitan para ser aceptadas y bien vistas por la sociedad. Cada vez que existen más demandas sociales por diversos temas: Protección del medio ambiente, condiciones laborales adecuadas, productos y servicios que satisfagan completamente las necesidades y expectativas de los clientes. Todos estos aspectos tienen que ser logrados en perfecto, respecto a la dignidad de las personas mediante procesos de producción que garanticen el bienestar de todos quienes conformamos la sociedad.

Por esta razón el concepto de CALIDAD se convierte en un compromiso que adquieren las organizaciones empresariales para garantizar, tanto a su público interno como externo, un mejor nivel de vida. Ahora los usuarios y clientes comunes investigan más sobre cómo y de qué forma las organizaciones les brindan diversos bienes y servicios en beneficio de ellos, por lo que este concepto está presente en todos los ámbitos de la vida cotidiana: En lo que compramos y en lo que hacemos. Nuestros clientes y demás stakeholders (persona o negocio que ha invertido dinero en cualquier tipo de proyecto comercial), son quienes evalúan constantemente nuestra forma de servirlos y de comunicarnos con ellos, hecho que incumbe directamente a las Relaciones Públicas. Más aún si nos encontramos en un mercado de libre competencia en donde nuestros públicos tienen la total libertad de optar por adquirir dichos bienes y servicios de aquella organización que mejor los comprenda y escuche sus inquietudes, por lo que ellos se convierten en nuestros mejores asesores.

Para la presente investigación, se utilizó un diseño de investigación NO EXPERIMENTAL de CORTE TRANVERSAL. Se trata de un tipo de investigación DESCRIPTIVO CORRELACIONAL. El método de investigación es INDUCTIVO, DEDUCTIVO, ANALÍTICO y ESTADÍSTICO.

La población es de 120, que involucra a los públicos internos de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C., Cercado de Arequipa, año 2016. La muestra está conformada por 20 colaboradores del área administrativa de Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C.

Se utilizaron como técnicas el censo, la encuesta y como instrumento el cuestionario. Entre sus principales resultados se determinó que la GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS RELACIONES PÚBLICAS, se relaciona con el CLIMA ORGANIZACIONAL DEL PÚBLICO INTERNO en la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C., año 2016.

Se pretende desarrollar a detalle la importancia de uso de las herramientas necesarias en la mejora continua donde se describen técnicas internacionalmente aceptadas para la Gestión de Calidad de las Relaciones Públicas.

INTRODUCCIÓN

El tratamiento de la gestión de calidad y clima organizacional en las instituciones requieren en la actualidad diversas estrategias sobre todo en la atención interno y externo. Es por ello que muchos autores de diversos lugares en el mundo se han preocupado en investigar y trabajar con diversos públicos para evaluar según los objetivos.

En el Perú muchas empresas están implementando su Sistema de Gestión Integrado, bajo los requisitos establecidos en las Normas Internacionales aceptadas, siendo una de ella la Norma ISO 9001:2015.

Uno de los requisitos de la Norma ISO 9001:2015, está orientado a la Gestión de Calidad y dentro de ella se encuentran las No conformidades, Acciones Correctivas y Acciones Preventivas, el cual es muy importante para la presente investigación.

Es importante mencionar que la razón de ser de las organizaciones son los clientes, así como la de las médicas privadas son la vida y la salud de las personas, es por ello que la finalidad es alcanzar los mejores resultados a través de la comunicación y sus instrumentos como medios importantes en cada uno de sus servicios que se brinda.

La experiencia obtenida en base a la relación existente entre la teoría y la práctica dentro de los procesos de calidad de CLINICA PARA EL TRABAJADOR DAC S.A.C, se observa justamente en el desarrollo de esta tesis; influyendo en su estructuración, el aporte personal de diversos profesionales.

En la actualidad, en las entidades privadas de Salud no se ha podido percibir un manejo eficiente de las Relaciones Públicas con el usuario, lo que origina continuamente reacciones negativas y denuncias ante los medios, juicios penales, civiles, entre otros.

Las relaciones públicas buscan posicionar a la organización para lograr un buen clima organizacional, buena imagen corporativa, creíble y confiable. Lo que

contribuye al prestigio y calidad de la imagen de la institución, teniendo en cuenta que en las Relaciones Públicas está presente la Responsabilidad Social como lo dijo Norero (2000) y que esta investigación es un apoyo para que las clínicas y demás organizaciones, definan sus políticas, reglamentos internos, reglamentos de seguridad y salud en el trabajo y procedimientos.

“La unidad es la variedad, y la variedad en la unidad, es la ley suprema del universo”,

Isaac Newton.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la situación problemática

Al analizar la problemática, se ha visto que desde hace muchos años, nuestras generaciones cada vez tienen una conciencia más abierta sobre la importancia que se debe tener para brindar una excelente atención interno y externo.

La Relaciones Públicas buscan posicionar a la organización para lograr una gran acogida en su gestión.

En la actualidad nos encontramos en una serie de constantes cambios que se están presentando y que han ido afectando a las organizaciones y a las personas que dependen de manera indirecta o directa.

En las entidades privadas de salud no se logra percibir un manejo eficiente en el área de Relaciones públicas, es decir una relación y comunicación del empleado – empleador y/o viceversa, lo que origina que haya reacciones negativas y percepciones desfavorables que afecten la imagen y prestigio de la Clínica.

La empresa privada CLINICA PARA EL TRABAJADOR DAC S.A.C. Arequipa, realiza actividades de servicios en salud ocupacional.

El año 2016, CLINICA PARA EL TRABAJADOR DAC S.A.C. Arequipa, adquiere un compromiso voluntario para Homologar a la Clínica con un Sistema de Gestión Integrado basándose en los requisitos de la Norma Internacional ISO 9001:2015, el cual continúa implementándose, para alcanzar la certificación.

En este contexto, durante la I Auditoría Interna del año 2016, se evidenció una incorrecta identificación del CLIMA ORGANIZACIONAL en el sistema integrado, gestión de calidad, incumpliendo con el requisito 10.2 “No

conformidad y Acción correctiva”, determinando sus causas y tomando acciones con el fin de prevenir que vuelvan a ocurrir.

Asimismo se evidenció constante quejas en el libro de reclamaciones, en las encuestas de calidad a los clientes de la Clínica, censo y encuestas de disconformidad del público interno y externo.

Es importante mencionar que las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deberían comprender las necesidades actuales y futuras de los mismos, tratando de satisfacer sus requisitos y esforzándose en exceder las expectativas.

Por lo cual se debe reafirmar que el personal es la esencia de toda organización, por lo cual es de suma importancia que estén identificados, entiendan la gestión de calidad total, los procesos, ya que ello contribuirá a la eficacia y eficiencia de la organización en el logro de sus objetivos.

La finalidad de la organización es alcanzar el máximo resultado a través de la comunicación y sus instrumentos como medios importantes en sus servicios. La principal competencia es las Relaciones públicas es la comunicación, ya que es la herramienta fundamental para lograr el mejoramiento del clima organizacional y crear una integración entre todos. Asimismo es la asesora al más alto nivel, ya que implanta una verdadera cultura de responsabilidad, respeto, honestidad, veracidad, dedicación, comprensión y amistad en las organizaciones con sus clientes.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1 Problema Principal

¿De qué manera la **GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS RELACIONES PÚBLICAS** influye en el CLIMA ORGANIZACIONAL de los colaboradores de Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C., Cercado de Arequipa, año 2016?

1.2.2 Problemas específicos

¿Qué relación existe entre la ACTITUD y la IMAGEN CORPORATIVA de los colaboradores de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. Daniel Alcides Carrión S.A.C. en el año 2016?

¿Qué relación tiene la COMUNICACIÓN y la RETROALIMENTACIÓN de los colaboradores de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. Daniel Alcides Carrión S.A.C. en el año 2016?

¿Qué relación existe entre la METODOLOGÍA DE LAS 8D y LA SATISFACCIÓN de los colaboradores de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C.?

¿De qué manera el SIX SIGMA se relaciona con el LIDERAZGO de los colaboradores de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C.?

¿De qué manera el SATISFACTOR se relaciona con la GESTIÓN ÉTICA de los colaboradores de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C.?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo Principal

Conocer de qué manera la GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS RELACIONES PÚBLICAS se relaciona con el CLIMA ORGANIZACIONAL de los colaboradores de Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C., Cercado de Arequipa, año 2016.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Determinar qué relación existe entre la ACTITUD y la IMAGEN CORPORATIVA de los colaboradores de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. Daniel Alcides Carrión S.A.C. en el año 2016.

- Evaluar qué relación tiene la COMUNICACIÓN y la REALIMENTACIÓN de los colaboradores de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. Daniel Alcides Carrión S.A.C. en el año 2016.
- Detallar qué relación que existe entre la METODOLOGÍA DE LAS 8D y la SATISFACCIÓN de los colaboradores de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C.
- Identificar de qué manera el SIX SIGMA se relaciona con el LIDERAZGO del público interno de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C.
- Identificar de qué manera el SATISFACTOR se relaciona con la GESTIÓN ÉTICA de los colaboradores de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C.

1.4. Justificación de la investigación

El presente proyecto de tesis debe establecer mecanismos para una adecuada gestión de calidad de las relaciones públicas para mejorar el clima ORGANIZACIONAL de los colaboradores de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C., a fin de solucionar las deficiencias en el desempeño de la calidad del servicio interno de la organización.

Asimismo, permitirá mayor contacto entre las diferentes áreas de CLINICA PARA EL TRABAJADOR DAC S.A.C. Arequipa, fomentando el trabajo en equipo y el aprendizaje sinérgico (orientación enfocada al desarrollo de habilidades para el desarrollo personal y profesional) y contribuirá como ejemplo para posteriores trabajos de investigación, fortaleciendo las relaciones entre sus públicos.

Esta investigación es importante porque ha permitido conocer a profundidad al personal de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. Daniel Alcides Carrión S.A.C. y de esta manera se ha podido ejecutar un plan basándose en la información obtenida.

La finalidad del presente estudio es lograr una mejora continua en la gestión de calidad de las relaciones públicas para el clima organizacional de los colaboradores de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C.

1.4.1. Importancia de la investigación

Radica en gestionar de una manera adecuada la Gestión de calidad de las relaciones públicas en el clima ORGANIZACIONAL de los colaboradores de CLINICA PARA EL TRABAJADOR DAC S.A.C. Arequipa, a fin de permitir la obtención y consolidación de la mejora continua.

1.4.2. Viabilidad de la investigación

La presente investigación cuenta con los recursos humanos, materiales y financieros necesarios, así como la debida asesoría metodológica y temática para su realización.

1.5. Limitaciones del estudio

Acerca de la presente investigación, hay numerosas publicaciones con valiosa información a investigar sobre la gestión de calidad de las relaciones públicas y el sistema integrado de gestión con sus respectivas normas establecidas. Asimismo la Gerencia y el personal colaboraron de manera satisfactoria.

De esta manera el trabajo no se ha visto afectado y es factible y viable para cualquier tipo de apoyo.

Quando puedes cuantificar aquello de lo que estás hablando y expresarlo en números, sabes algo sobre de ello. Pero si no lo puedes medir y no lo puedes expresar en números, tu conocimiento es escaso e insatisfactorio.

Lord Kelvin

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

2.1.1. Antecedentes Internacionales

De los trabajos encontrados en los diferentes contextos académicos vinculados a las variables del presente estudio, nos permiten presentar los siguientes antecedentes de la investigación:

Joan Cuenca Fontbona (2010) en su investigación “El análisis de la calidad de las relaciones en el ámbito de las Relaciones Públicas”, Barcelona, Universitat Ramon Llull. Tuvo como objetivo conocer de una manera muy personal e íntima la auténtica esencia de las Relaciones Públicas, persiguiendo saber cuál era la fuente de la que podían surgir los argumentos que justificaran una actuación basada en esta disciplina.

Asimismo se concentró a tratar de recabar información de los antecedentes que contextualizaban y están directamente vinculados con la interacción del público y la comunicación de las Relaciones Públicas. Una vez que posee esta información sigue el proceso con el diseño y la posterior aplicación de un trabajo de campo científico, es decir la auditoría que permite valorar la actuación de esta actividad, siendo protagonista de la calidad de la relación según la confianza, el acuerdo o mutuo entendimiento y la satisfacción.

Rafael Aracil Bernardo (2015) en su investigación “Gestión estratégica de la reputación Eje central de la gestión empresarial”, Madrid, Universidad Complutense de Madrid. Tuvo como análisis final que los intangibles cada vez tienen más importancia en el conjunto de los activos de la empresa, así como que el espacio en el que se conforma la reputación es el de los medios de comunicación y que la gestión de la reputación de la empresa es la gestión de sus relaciones corporativas. Parte del principio de que la comunicación de la

empresa es responsabilidad de toda la organización, la comunicación como función estratégica integrada en la dirección de la empresa tiene como misión fundamental la gestión de la reputación. Para ello, tiene encomendada la gestión de las relaciones con los agentes sociales relevantes (medios de comunicación y políticos, en particular y exceptuando clientes o usuarios, proveedores y accionistas), que incluye el análisis de intereses y expectativas de esos públicos, el análisis de riesgos y la prevención de situaciones de crisis, así como la medición de la Reputación de la empresa.

La comunicación se incorpora como criterio de valoración de la gestión de todas las áreas de actividad de la empresa.

Karina Cardona H. (2012), en su investigación “Gestión de la Comunicación Interna Organizacional en la Optimización del Clima Laboral y Resolución de Conflictos”, Ecuador. Universidad Tecnológica Equinoccial. Sostuvo que el beneficio del manejo de la comunicación interna se debe considerar para lograr una buena comunicación interna en cuanto se refiere a asuntos laborales, mediante una vía personalizada, ya sea la comunicación vertical u horizontal, de forma abierta o cerrada, que se debe contemplar con los miembros de la empresa y en el caso de no ser posible hacerlos con todos, hallar herramientas que sean directas, se escuchen opiniones y sobre todo que requieran respuestas de lado a lado.

Existen normas o políticas para el manejo de la comunicación interna en las empresas investigadas, pero esto no requiere decir que su utilización sea totalmente efectiva, porque se observa un gran rechazo sobre su manejo dentro de la empresa por parte de sus trabajadores, ya sea por errores en su difusión, en su entendimiento o en su uso. La carencia de estrategias comunicativas al interior de la empresa, la falta de canales o la equivocada utilización de los mismos, genera lentitud en los procesos y en las acciones, retardando las respuestas y la desinformación acerca de las políticas, es decir, todo lo cual imposibilita la verdadera interacción a nivel interno.

Juan David Méndez Gómez y Nicolás Avella Acuña (2009), en su investigación “Diseño del Sistema de Gestión de la Calidad basado en los requisitos de la Norma ISO 9001:2008 para la empresa DICOMTELSA”, Bogotá. Sostuvo que el sistema de gestión de calidad cubre el 100% de los requisitos exigidos por la norma ISO 9001:2008, es por ello que es importante crear una misión, visión, políticas y procesos para la correcta operación y encaminar la satisfacción del cliente y a la mejora continua.

Determinó que la implementación del sistema de gestión de la calidad no solo es necesaria sino que brinda mayor rentabilidad al minimizar los costos de la no calidad.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

En la búsqueda de material en diversas instituciones universitarias de nuestro país nos permite presentar los siguientes antecedentes relacionados con la investigación:

Según Aldo Antonio Tinoco Mujica en su tesis de maestría “Gestión de las Relaciones Públicas e Identidad Empresarial en los Colaboradores de la Clínica Internacional, Cercado de Lima, Año 2016. Publicada por la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Turismo y de Psicología de la Universidad San Martín de Porres en el año 2017, Lima, Perú.

De acuerdo a este estudio, se determinó que la gestión de las Relaciones Públicas se relaciona significativamente con la identidad empresarial, esto significa que el factor social en base a las relaciones públicas y la organización contribuye de manera positiva en la formación de un clima organizacional positivo dentro de la misma organización, ya que existe la percepción de un buen trato y un ambiente de compromiso por parte de los colaboradores a pesar de la percepción negativa.

Patricia del Carmen Bobadilla Terán, en su tesis de maestría “Las relaciones públicas y la gestión de la comunicación en el instituto del mar del Perú – IMARPE, 2015. Publicada por la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Turismo y de Psicología de la Universidad San Martín de Porres en el año 2017, Lima, Perú.

En la investigación señala que existe relación significativa entre las variables Relaciones Públicas y la Gestión de la Comunicación, ya que la influencia entre estas dos variables es moderada y directa, es decir que cuando una mejora la otra también.

Asimismo los resultados de la investigación mencionan que hay la existencia de asociación significativa entre la imagen y los flujos de comunicación y que no existe asociación significativa entre la identidad y los canales de comunicación, pero si existe asociación significativa entre ambas dimensiones.

Yuliana Rocío Mariño Esquivel, en su tesis de maestría “Mejoramiento de la calidad del servicio mediante la implementación de un sistema de gestión de calidad en la empresa míster dent del distrito de Trujillo – La libertad, 2014. Universidad Nacional de Trujillo.

En su investigación evaluó que la calidad de los servicios de la empresa Mister Dent no opinaban o eran indiferentes, por lo que se desconocía si se les atendía bien o no, pero cuando se diseñó un Sistema de Calidad desacuerdo a la norma internacional ISO 9001:2008, se determinó que los clientes comenzaron a opinar y se logró obtener el concepto cualitativo del servicio, ya que el tema principal fue buscar y conocer la opinión de los clientes, primero se logró que opinaban y se redujo el no opina e indiferente a un 0%. Finalmente se comprobó que hubo mejoramiento de la calidad del servicio mediante la aplicación de un sistema de gestión de la calidad en la satisfacción de los clientes en un 80% y sobre todo que se pudo conocer la opinión del cliente, formando a su vez una nueva cultura donde todos opinan, ya que en muchas

ocasiones van acompañado de algún familiar y se dan cuenta que hay un excelente servicio.

Christian Daniel Vidal Pérez, en su tesis “Implantación de un sistema de gestión de calidad en una empresa de servicio de lavandería”, Lima, 2004. Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Sostuvo que el sistema de gestión de calidad 9001:2008, representa una oportunidad de mejora de gestión de las empresas de servicios, convirtiéndose en la más grande dificultad para su éxito. Se observó que para obtener resultados favorables es necesario que la dirección y el personal de la empresa se comprometan en la resolución de los problemas.

Se observó un mayor compromiso de la Alta Dirección de la Empresa con el mejoramiento de los resultados de la empresa, así como una mejor calidad en la toma de decisiones.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Definición del Sistema de Gestión

Un Sistema de Gestión es un conjunto de etapas unidas en un proceso continuo, que permite trabajar ordenadamente una idea hasta lograr mejoras y su continuidad. (Rivero, 2016, pág. 11)

Se establecen cuatro etapas en este proceso, que hacen de este sistema, un proceso circular virtuoso, pues en la medida que el ciclo se repita recurrente y recursivamente, se logrará en cada ciclo, obtener una mejora.

Las cuatro etapas del sistema de gestión son:

1. Etapa de ideación
2. Etapa de planeación
3. Etapa de implementación
4. Etapa de control

Los temas específicos de un Sistema de Gestión pueden ser: Calidad, Ambiente, Seguridad y Salud Ocupacional, Responsabilidad Social, Seguridad de la Información, Integración de las anteriores, otros.

2.2.2. Definición de la Gestión de Calidad

“El enfoque técnico de la calidad, bien plasmado en el control estadístico de procesos, parte de un concepto de la Gestión de la Calidad como una colección de métodos, utilizables puntual y aisladamente para el control de la calidad de productos y procesos” (ANCÓN N. (2017). Estructura de una empresa).

Las últimas aproximaciones encuadradas en el enfoque técnico (el aseguramiento de la calidad y el enfoque japonés) son las primeras en advertir la insuficiencia de este concepto, limitado a proyectos y programas con fines puntuales y discontinuos sin un enfoque directivo claramente articulado que los ampare, sentando los pilares del enfoque sistémico de la Gestión de la Calidad, que la asimila a un nuevo paradigma de la dirección de organizaciones. Los desarrollos de las visiones cultural y humana de la Gestión de la Calidad han robustecido esta comprensión de la función, ampliamente difundida en la literatura y en los expertos. Una primera línea de opinión concibe la Gestión de la Calidad como un conjunto de métodos útiles de forma aleatoria, puntual y coyuntural para diferentes aspectos del proceso administrativo. En cambio, querer integrar dentro de la Gestión de la Calidad cualquier novedad que la teoría administrativa saque, como el enfoque del aprendizaje organizativo, aunque se haya desarrollado fuera de su práctica profesional y de su círculo de investigadores, y en muchos casos soslayando el reconocimiento a los innovadores, parece difícil de admitir. Esto es, debemos admitir que hay un campo para la dirección más allá de la Gestión de la Calidad, sin desdoro de su importancia.

EVOLUCIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD

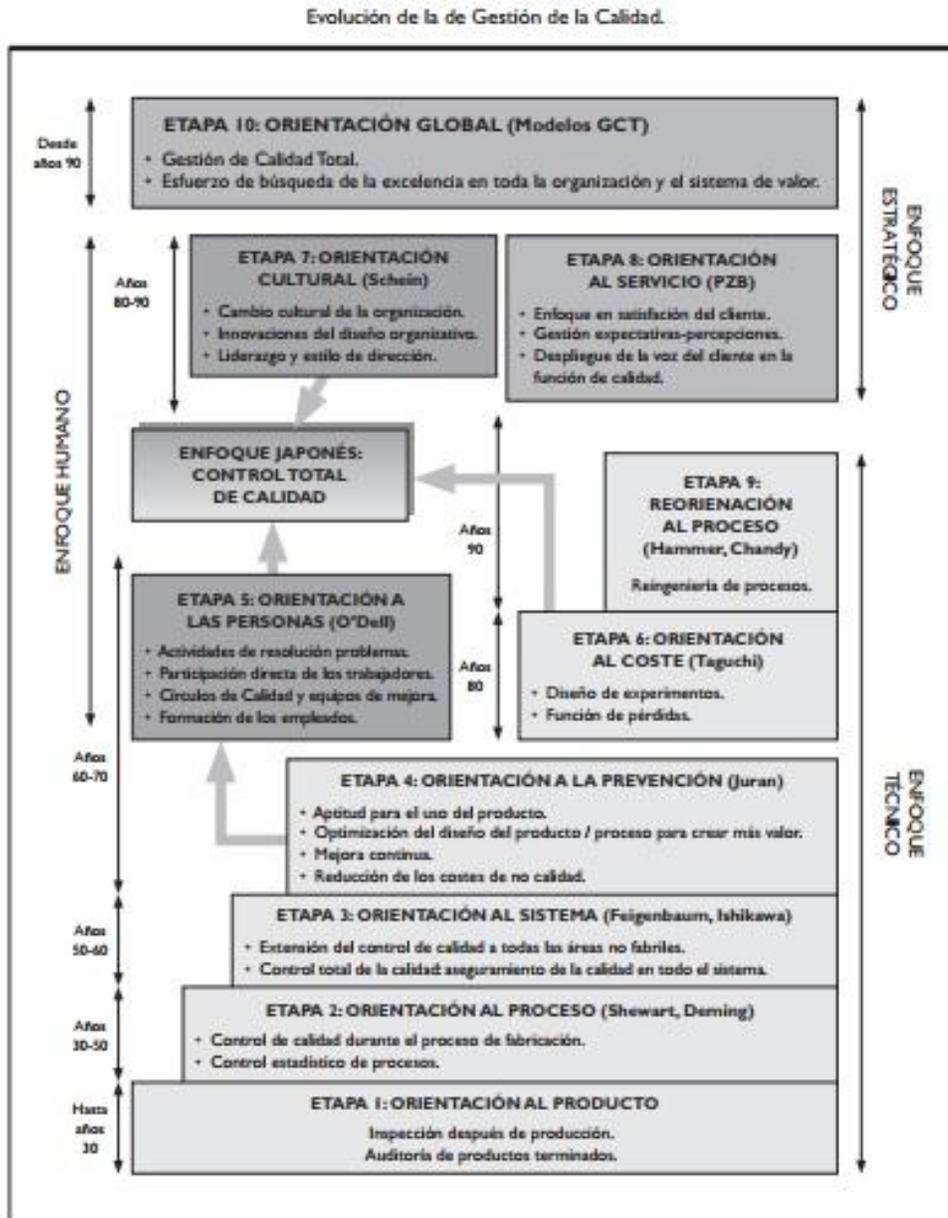


FIGURA N°1

Fuente: (Portales, 2012)

2.2.2.1. Elementos de un Sistema de Gestión de Calidad

Para entender de mejor manera como construir un Sistema de Gestión de Calidad basado en las normas ISO 9001:2015, es necesario identificar los elementos más importantes que la misma norma requiere, y que a continuación se explica con más detalles.

PRIMER ELEMENTO

PROCESO: Conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados.

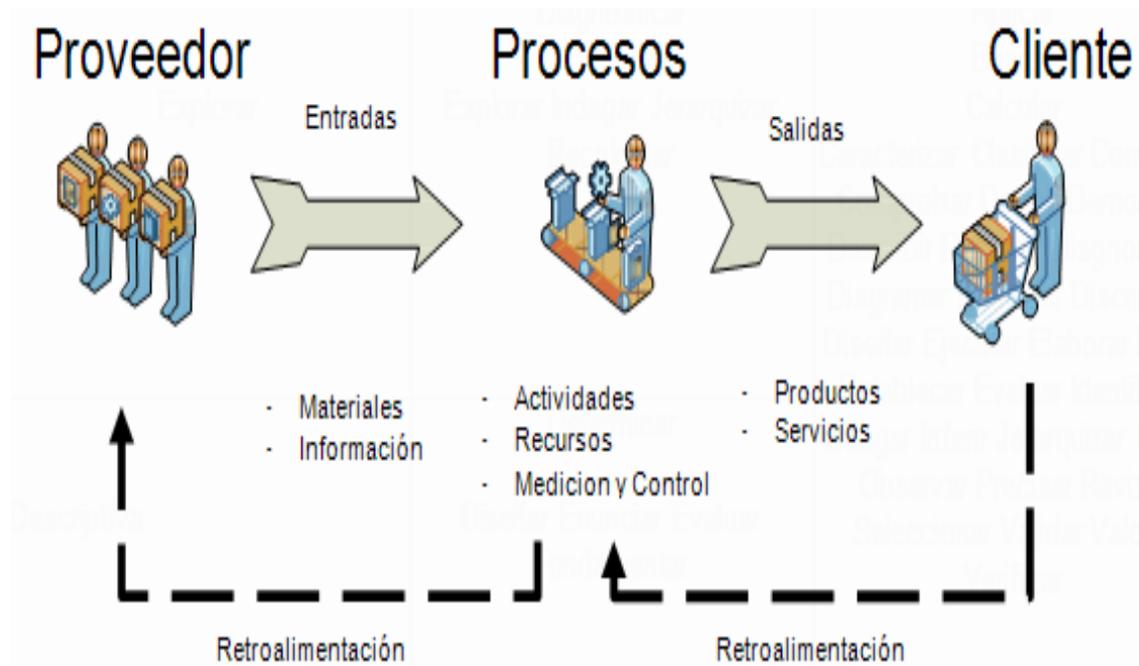


FIGURA N° 2

Fuente: (Hernandez, 2011 “Elementos de un Sistema de Gestion de Calidad basado en las Normas ISO 9001:2008”)

SEGUNDO ELEMENTO

El Manual de Calidad es sin duda alguna el documento “maestro” que expone la estructura del Sistema de Gestión de Calidad, en el cual la organización establece como dar cumplimiento a los puntos que marca la Norma ISO 9001:2015. También en este manual se hacen referencias a instructivos, procedimientos, registros, reglamentos, etc., lo que origina un grato clima organizacional trabajando de una manera ordenada. Todo aquello que va relacionado con el funcionamiento de la organización en función de la calidad.

La organización toma como base a la Misión y Visión, para poder formar la política de calidad y crear los objetivos de calidad. La función del Manual presentar los lineamientos y pautas que sean necesarias para que el Sistema de Gestión de Calidad trabaje de acuerdo a lo que la Norma ISO 9001:2015 exige. La siguiente figura muestra como interactúa el manual de calidad.

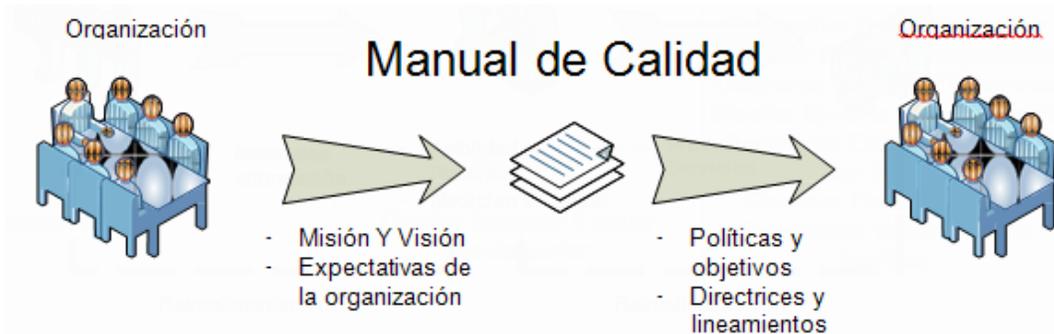


FIGURA N°3

(Hernandez, 2011 “Elementos de un Sistema de Gestion de Calidad basado en las Normas ISO 9001:2008”)

TERCER ELEMENTO

El Comité de Calidad, es el ente que debe dar el apoyo necesario para el buen funcionamiento del Sistema. La alta dirección es quien debe de ser la responsable de formar al comité. Para el correcto funcionamiento del comité se deben de establecer lo siguiente:

- Estructura organizativa del comité
- Funciones del comité de calidad
- Funciones de cada uno de los miembros del comité
- Normas de operación del comité de calidad.

CUARTO ELEMENTO

El último capítulo de la norma.” Medición, Análisis y mejora”, y al igual que los capítulos que le preceden, tiene mucha importancia dentro del Sistema de Gestión de Calidad. Para determinar que tan bien está trabajando el sistema de gestión de calidad es necesario medir como se encuentra la situación del sistema y así tomar las mejores decisiones. La organización requiere de poseer datos y cifras que permitan crear planes y tomar las decisiones más adecuadas a la situación.

Un indicador se define como la relación entre las variables cuantitativas o cualitativas, que permite observar la situación y las tendencias de cambio generadas en el objeto o fenómeno observado, respecto de objetivos y metas previstas e influencias esperadas.

2.2.3. La Gestión de Calidad en las Relaciones Públicas

Las Relaciones Públicas, al ser el consultor al más alto nivel empresarial, son las responsables de hacerles entender a los líderes de las organizaciones de que sus funciones consisten en producir utilidades y bienestar para sus públicos, tanto

internos como externos, y no solamente ingresos económicos para los accionistas de las empresas. Además, en la búsqueda de la Calidad, siempre se afirma que el cliente es nuestra razón de ser. Eso es cierto, pero más allá del cliente es necesario priorizar a nuestro propio personal o público interno porque es él quien hace posible el crecimiento y supervivencia de la empresa frente a diversas crisis que se puedan presentar.

Según afirma Villafañe: “El análisis riguroso de la identidad de la empresa, el desarrollo de una Cultura y una Personalidad sólidas y coherentes, el diseño cuidadoso de un sistema relacional con el entorno, y la planificación y control de las políticas de Comunicación constituyen en la actualidad la pieza de la gestión empresarial avanzada”.(Villafañe, Justo. Imagen positiva. Gestión estratégica de la imagen de las empresas. Pirámide. Madrid. 1993. Pág. 11).

Por esta razón es que el desarrollo de las empresas depende mucho de cómo se enfoque el tema de la Calidad. Se sugiere que este se tome desde la perspectiva de la formación de la opinión pública con la cual nos relacionamos, ya que mediante las Relaciones Públicas se pueden encontrar las estrategias y los medios para poder atender demandas personales y sociales tanto por la integración como por la interacción entre empresas y stakeholders. A ello hay que añadir que las Relaciones Públicas son las encargadas de dinamizar dichos procesos buscando de manera equilibrada la realización de sus objetivos empresariales, pero sin perder de vista a sus compromisos sociales mediante la concretización y puesta en práctica de los ideales del bien común.

Indudablemente las Relaciones Públicas según Solano, son herramientas de creación de imagen e instrumentos de Responsabilidad Social Corporativa, es el conjunto de obligaciones inherentes a la libre asunción de un estado o condición, aun no tipificado por el ordenamiento jurídico positivo, pero cuya fuerza vinculante y previa tipificación, proceden de la íntima convicción social de que su incumplimiento supone la infracción de la norma de cultura.(Solano Fleta, L. *Fundamentos de las Relaciones Públicas*. Síntesis, 1996)

Por lo tanto, “se puede afirmar entonces que las Relaciones Públicas caminan de la mano con la búsqueda de la Calidad, ya que ambas se basan en la necesidad de estudiar el sentir de los públicos internos y externos de las organizaciones. El ser, el saber y el hacer son los pilares fundamentales de esta integración. **SER** ejemplares e íntegros con nuestras acciones, predicar los valores con el ejemplo y autoexigirnos más para estar cerca de las demandas de nuestros públicos comunicándonos con ellos con la verdad y el compromiso con la responsabilidad de nuestras acciones. **SABER** escuchar a nuestros públicos porque ellos nos pueden guiar a buen puerto y llevar a nuestras organizaciones al éxito deseado en perfecta consonancia con sus demandas y expectativas basadas en el bien social. “**HACER** las cosas bien, hacerlas saber y hacerlas sentir”, la máxima de las Relaciones Públicas que planteo en el sentido de involucrar a organizaciones y públicos en la construcción de una sociedad más justa y más humana en donde prime el respeto a la dignidad de la persona. Adoptar políticas y acciones pensando en el bienestar común de acuerdo a la valorización del potencial humano mediante las acciones de responsabilidad social” (Halay, 2016).

“La empresa desarrolla sus acciones comunicativas en función de las características de sus públicos y de su relación con los mismos. Se puede establecer que existe un gran público, al que se dirige cualquier organización, que podría ser asimilable a lo que Joan Costa denomina “campo social” (Costa, Joan. La imagen de la empresa, métodos de comunicación integral”. Europea de Ediciones. Madrid. 1977, pág. 57).

2.2.4. Método de la Ocho disciplinas – 8D

“Es un método de trabajo en equipo para identificar, corregir y eliminar problemas dentro de nuestros procesos. Mediante ocho disciplinas perfectamente identificadas podemos reconocer claramente los problemas, analizar su causa raíz, desarrollar e implantar acciones correctivas y darle seguimiento y cierre”. (Sancedonio, 2009, pág. 5)

La 8 D es:

D1: Establecer un grupo para la solución del problema.

D2: Crear la descripción del problema

D3: Desarrollar una solución temporal

D4: Análisis de causa raíz

D5: Desarrollar soluciones permanentes

D6: Implementar y validar soluciones

D7: Prevenir la recurrencia

D8: Cerrar el problema y reconocer contribuciones. (Sancedonio, 2009, p. 5)

Los clientes necesitan estar al tanto de lo que sucede en la organización. La confianza mutua se basa en el conocimiento de lo que sucede dentro y fuera de las organizaciones. Eso genera comprensión y apoyo de los clientes hacia las organizaciones.

Se debe reconocer errores y ofrecer alternativas de solución razonables de ser el caso, fidelizar a los clientes y reforzar su confianza hacia la empresa. Esto es la parte fundamental de la Gestión de Calidad de las Relaciones Públicas.

“El 8D permite precisar detalladamente la definición del problema, analizar claramente sus causas y encontrar y explotar las soluciones más adecuadas” (Asociación española para la calidad, 2007, p. 16).

2.2.9.1. Desarrollo de la Metodología 8D

Para empezar el proceso de solución de problemas siguiendo los pasos del 8D se debe establecer un equipo de investigación multidisciplinario, en donde todos los integrantes tengan la experiencia para entender el problema y autoridad para implementar soluciones, tengan la disposición y el tiempo para pertenecer al grupo y tengan diferentes competencias que permitan ver los diferentes aspectos que pueda tener el problema.

El equipo debe tener un líder quien debe manejar la información de la investigación, debe mantener informado al grupo y a las personas involucradas con el problema (stakeholders), y es quién debe hacerse responsable por que se cumplan los objetivos establecidos por el grupo 8D.

D2: Crear la descripción del problema

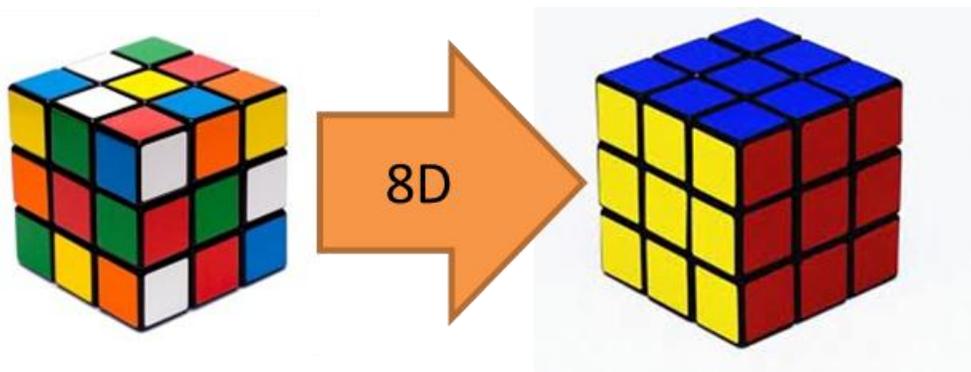


FIGURA N°4

Fuente: (Lean, 2011)

En este paso se debe crear una descripción del problema que contenga información clara, concisa, que contemple varios aspectos del problema. Esta información debe ser obtenida preguntando a las personas que están directamente involucradas, es decir quienes trabajan en el área o proceso objeto del problema.

La descripción del problema se debe basar en hechos reales, es decir que el grupo 8D debe ir al lugar real (Gen-ba) y ver que está sucediendo (Genchi Genbutsu).

Para completar la descripción del problema se deben contestar preguntas como aparentemente cual es el problema?, Que está pasando VS que debería de estar pasando?, En donde está pasando?, Cuando está pasando?, Cuando no está pasando?, Quiénes están involucrados? Y ¿Cual es el alcance del problema en cuanto a costos, calidad, seguridad, daños, etc...?

D3: Desarrollar una solución temporal

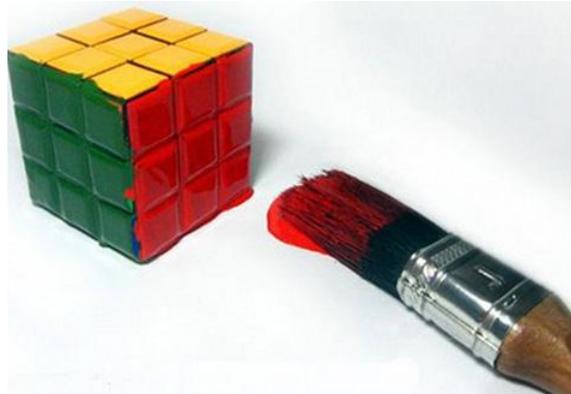


FIGURA N° 5

Fuente: (Solutions, 2017)

En algunos casos es necesario implementar una solución temporal para controlar los efectos que pueda tener un problema, esto para dar tiempo a encontrar la causa raíz del problema y dar una solución definitiva al mismo.

Es importante que la solución temporal sea evaluada y probada antes de su implementación, y que se documente muy bien para poder ser removida en su totalidad cuando sea implementada la solución final a la causa raíz del problema. Esta solución temporal se debe poner en consideración de las personas involucradas en el proceso y que puedan verse afectadas por los efectos que pueda tener.

No debe olvidarse que esta solución es para remediar temporalmente los efectos que cause el problema en cuestión, mas no es la solución final, por lo que el grupo 8D debe continuar trabajando en las siguientes disciplinas hasta cerrar el caso.

D4: Análisis de causa Raíz (RCA)

En esta disciplina se deben identificar la causa o causas de los síntomas que se están presentando. Cabe anotar que el problema que se define en la D2 (Crear la descripción del problema) en principio es la consecuencia o síntoma de una o varias cosas que lo han ocasionado.

En la mayoría de los casos no es tan evidente la causa raíz por lo cual se debe hacer un análisis que conduzca a encontrarla. Para esto primero es necesario observar detenidamente el proceso que contiene el problema, obtener información directamente de las personas que tienen la experiencia y de datos reales obtenidos.

Después de tener una o varias causas se debe utilizar la metodología de los 5 porqués hasta obtener las causas iniciales. La causa raíz se identifica comprobando que al eliminarla el problema no debe tener recurrencia.

D5: Desarrollar soluciones permanentes.

Una vez encontrada la causa raíz del problema en cuestión se deben plantear soluciones permanentes que la ataquen directamente. Estas soluciones deben probarse hasta comprobar que efectivamente la causa raíz ha sido detectada y eliminada.

Es probable que al implementar la o las soluciones permanentes se vean buenos resultados pero si el problema persiste se deben buscar más soluciones hasta que este sea eliminado en gran medida.

D6: Implementar y validar soluciones

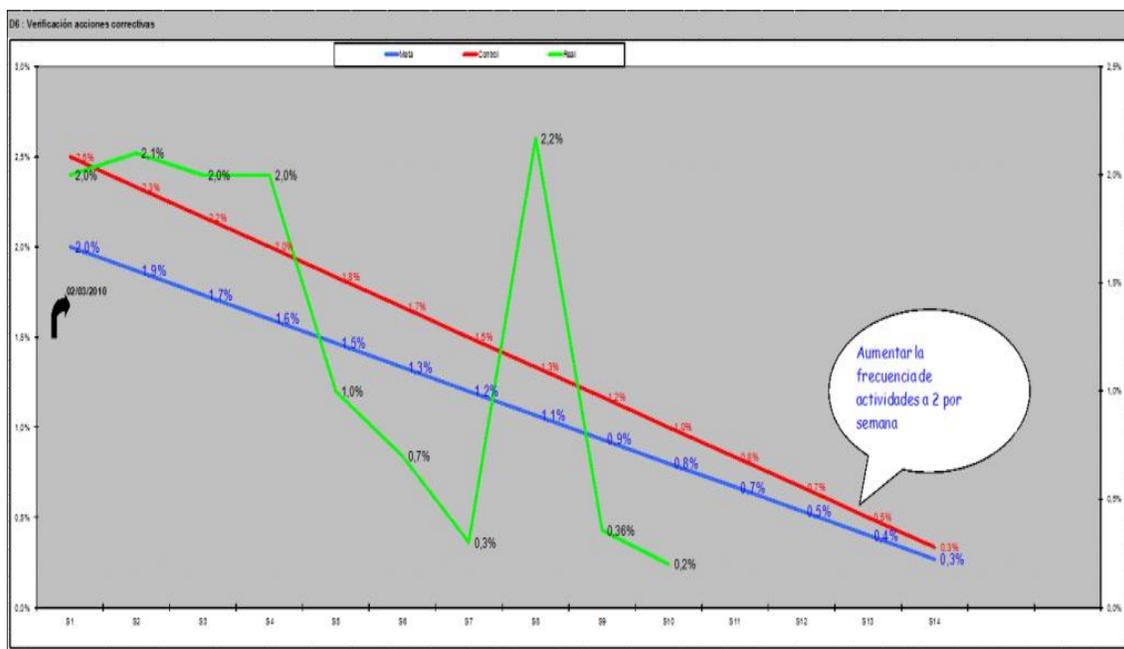


FIGURA N°6

Fuente: (Solutions, 8D, Ocho Disciplinas, 2017)

Después de haber desarrollado y probado la o las soluciones permanentes se debe planear y realizar la implementación, y posteriormente verificar que funcione correctamente, es decir que no se presente recurrencia.

Se recomienda tomar mediciones para saber si las acciones realizadas son efectivas y saber en qué momento reaccionar cuando se den medidas descontroladas.

D7: Prevenir la recurrencia

La información obtenida de un 8D es tal vez lo más importante de todo este proceso. Porque permitirá que los logros obtenidos en la solución de un problema en un área de trabajo se puedan trasladar a otra área en donde se presenten problemas similares, y sea una manera eficiente de que el trabajo de un grupo sea de ayuda para que otros grupos puedan llegar más rápida y efectivamente a soluciones permanentes a situaciones no deseables que se estén presentando. De igual manera tomar acciones preventivas a situaciones que se puedan presentar en los diferentes lugares de trabajo.

Para prevenir la recurrencia puedes hacer:

FMEA, Cambio de políticas, procedimientos, estándares, Poka Yoke (técnica de calidad que se aplica con el fin de evitar errores en la operación de un sistema).

- 1) Revisando el historial de problema
- 2) Identificar las políticas y prácticas que permitieron que este problema ocurriera
- 3) Desarrolle un plan de acciones de prevención

Es importante en este punto del 8D realizar auditorías para asegurarse de que la solución implementada está funcionando de acuerdo a lo esperado.

D8: Cerrar el problema y reconocer contribuciones

Una vez un problema ha sido auditado y se ha determinado que su solución es efectiva debe ser cerrado oficialmente. En este punto se debe remover la solución temporal que se dio en el paso D3, a menos de que se considere parte de la solución permanente.

Para finalizar el proceso el grupo debe preguntarse que estuvo bien y que no, revisar las responsabilidades de los miembros y el líder del grupo, las expectativas de los stakeholders, si los procedimientos pueden ser aplicados en algún otro lugar, si se encontraron problemas adicionales, que se aprendió y si finalmente se resolvió el problema.

Es importante reconocer la contribución de cada uno de los miembros del equipo, ya que toda la organización se beneficia por las actividades que contribuyen al mejoramiento continuo.

DIAGRAMA DE FLUJO DE LA METODOLOGÍA 8D (“OCHO DISCIPLINAS”)

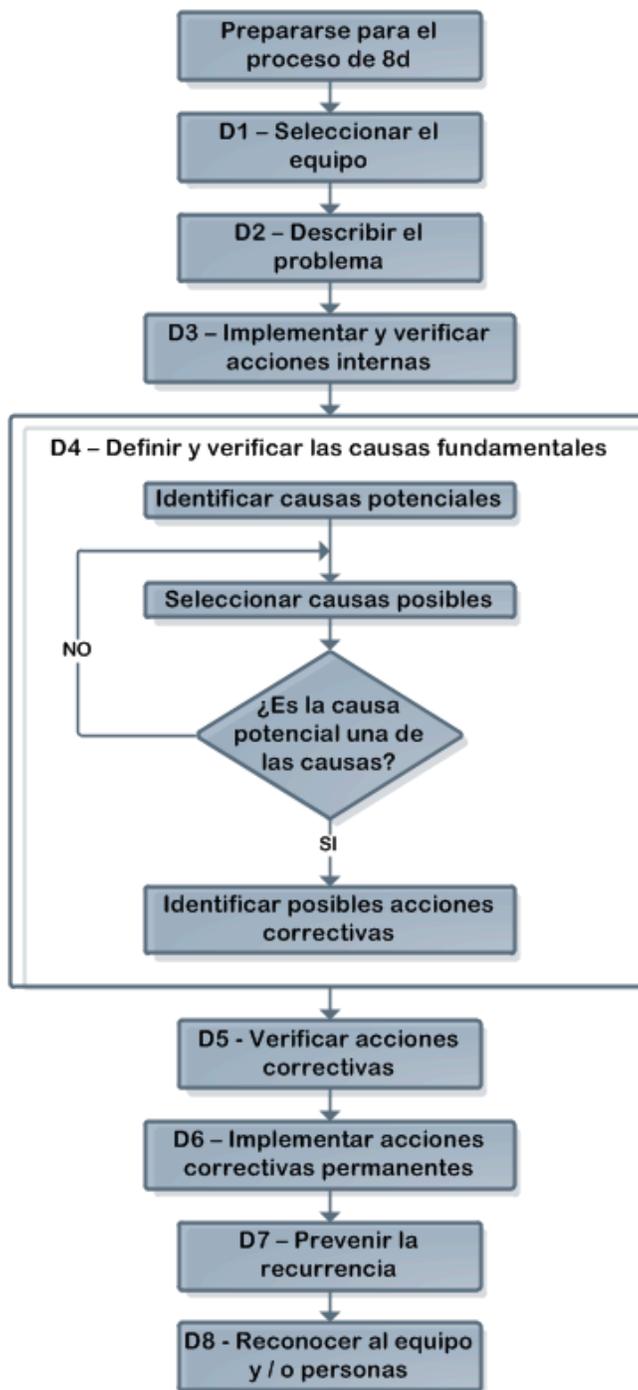


FIGURA N°7

Fuente: (Vizcarra, 2011)

2.2.5. Six Sigma

“**Seis Sigma** es un método de mejora de procesos que se basa en la reducción de la variabilidad de los mismos, lo que se busca es reducir o eliminar defectos en la entrega de un servicio o producto, tratándose de un proceso”. (GARCIAL M., QUISPE C. y RAEZ L., (2001).p.36)

El objetivo de Seis Sigma es reducir al mínimo los errores que se producen en un proceso, para ello es necesario comprender este proceso y profundizar en él hasta desgranar cada una de sus piezas.

Los principios del Six Sigma son: Liderazgo comprometido de arriba abajo, orientación al cliente y enfocada a los procesos, dirigida con datos, metodología estricta, se generan ahorros y aumentas ventas, planificación de proyectos a largo plazo y la comunicación a todos los niveles.

“Seis sigma utiliza herramientas estadísticas para la caracterización y el estudio de los procesos, de ahí el nombre de la herramienta, ya que sigma es la desviación típica que da una idea de la variabilidad en un proceso y el objetivo de la metodología seis sigma es reducir ésta de modo que el proceso se encuentre siempre dentro de los límites establecidos por los requisitos del cliente”. (Tejada, 2016)

Obtener 3,4 defectos en un millón de oportunidades es una meta bastante ambiciosa pero lograble. Se puede clasificar la eficiencia de un proceso con base en su nivel de sigma:

- 1 sigma= 690.000 DPMO = 68.27% de eficiencia
- 2 sigma= 308.000 DPMO = 95.45% de eficiencia
- 3 sigma= 66.800 DPMO = 99,73% de eficiencia
- 4 sigma= 6.210 DPMO = 99,994% de eficiencia
- 5 sigma= 230 DPMO = 99,99994% de eficiencia
- 6 sigma= 3,4 DPMO = 99,9999966% de eficiencia

CONTROL OPERACIONAL DEL PROCESO A TRAVÉS DEL SIX SIGMA

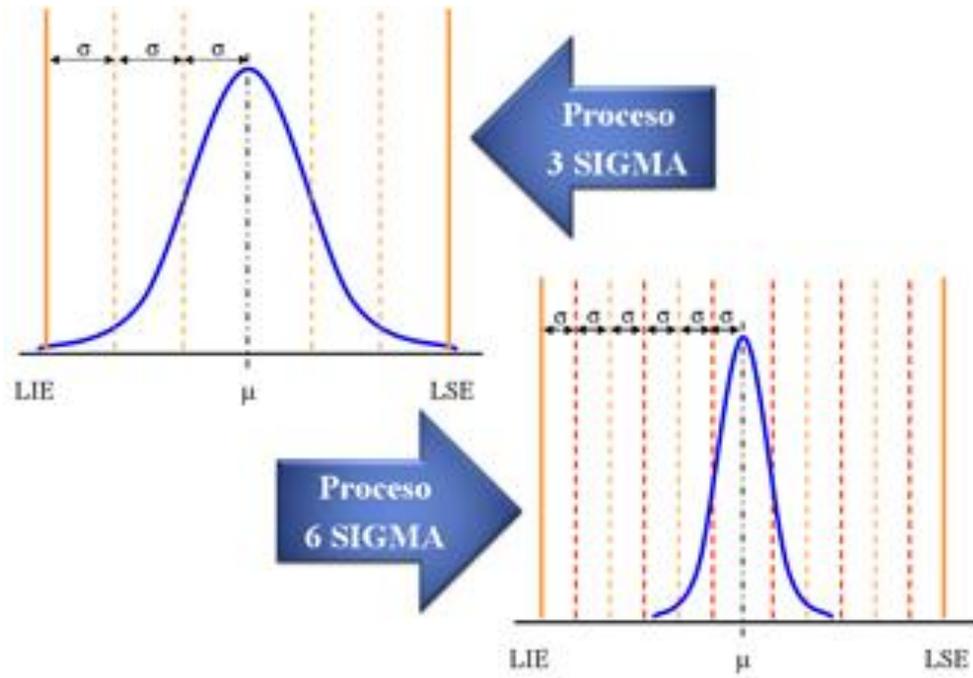


Figura N°8

Fuente: (6 Sigma, Lean y Kaizen, 2010)

2.2.5.1. Etapas D – M – A – I – C del Six Sigma: (Definir – Medir – Analizar – Mejorar – Controlar)

- El proceso Six Sigma se caracteriza por 5 etapas bien concretas:
- Definir el problema o el efecto
- Medir y recopilar datos
- Analizar datos
- Mejorar
- Controlar

2.2.6. La actitud y la imagen corporativa en la Gestión de Calidad de las Relaciones Públicas

Todo el personal que integra una institución, tanto profesionales médicos como de otras áreas de responsabilidad, deben poseer valores entre los que destacan la continua búsqueda de la excelencia, la orientación hacia la mejora permanente de la calidad, la consideración a la persona como centro de su actividad, la continuidad asistencial y el compromiso con los objetivos y el Sistema de salud.

Según Van Riel, " la Comunicación Corporativa es un instrumento de gestión por medio del cual toda forma de comunicación interna y externa conscientemente utilizada, está armonizada tan efectiva y eficazmente como sea posible, para crear una base favorable para las relaciones con los públicos de los que la empresa depende". (Van Riel, C. "Comunicación corporativa". Madrid 1997. P.7).

Nuestra meta es que el estándar debe ser de cero defectos y cero errores que dan el 100% de exactitud, de precisión, confianza, prontitud y servicio humanizado. En este esquema no se admiten errores, mal trato y dejadez con los pacientes. Con esta finalidad, se implementó la Gestión de Calidad en la Clínica, con el objetivo de reducir los niveles de incertidumbre del personal, motivándolos y comprometiéndolos para contribuir con el logro de los objetivos que se han propuesto para obtener nuestra propia acreditación interna en calidad.

Jesús García apunta que la Comunicación Interna es el vehículo para contar con las opiniones de todos en una reflexión global de la empresa. (García Jiménez, Jesús. "La Comunicación Interna". Ediciones Díaz de Santos. Madrid. 1998. p. 53).

La actitud es aquella que asume el control absoluto de su conducta de forma activa. Significa tomar la iniciativa, anticiparse a los hechos, ser responsable por lo que suceda y decidir en cada momento.

“En el artículo 4.4.1 del Sistema de Gestión de Calidad ISO 2001:2015, se menciona que la organización debe establecer, implementar, mantener y mejorar de forma continua el Sistema de Gestión de la Calidad, tomando la iniciativa a los hechos ya que toda institución es el responsable de lo que suceda.” (Organización Internacional de Normalización. (2015)(p. 13).

La función principal de la imagen corporativa es establecerse como un activo intangible estratégico ya que si una organización crea una imagen en sus públicos:

- Ocupará un espacio en la mente de los públicos.
- Facilitará su diferenciación de las organizaciones competidoras, creando valor para los públicos, por medio de un perfil de identidad propio y diferenciado.
- Disminuirá la influencia de los factores situacionales en la decisión de compra, ya que las personas dispondrán de una información adicional importante sobre la organización.

Además de estos tres aspectos fundamentales, la imagen corporativa creará valor para la empresa aportando otros beneficios adicionales que también son muy importantes:

- Permite “vender mejor”: una empresa que tiene una buena imagen corporativa podrá vender sus productos con un margen superior, ya que seguramente podrá colocar precios más altos.
- Atrae mejores inversores: Una buena imagen corporativa facilitará que los inversores estén interesados en participar en la empresa aportando capital, ya que las perspectivas de beneficios serán superiores a las de otras empresas que no posean una buena imagen.
- Atrae mejores trabajadores: Una empresa que tenga buena imagen logrará que, para las personas que trabajan en el sector, dicha entidad sea una empresa de referencia y la consideren como una empresa que les gustaría trabajar.

“Por todas o algunas de estas razones, se hace necesario establecer una reflexión sobre la imagen corporativa, para que pueda ser reconocida como un capital importante dentro de una compañía y se planifique una actuación coherente que pueda influir en la imagen que se formen los públicos acerca de la organización, la

imagen será pues una representación, una apuesta en escena actual, vivencial de un objetivo o persona”. (Capriotti, Paul. España (2008). (p. 19)

2.2.7. La comunicación y la retroalimentación en los públicos internos

“Todos nos comunicamos de una u otra manera, cada palabra, mensaje, imagen, acción u omisión deja huella en la mente de los empleados, un proceso de comunicación eficiente requiere de la creación de un medio que posibilite la correcta retroalimentación o feedback, ya que es imprescindible para desarrollar cualquier tipo de acción que permita conocer los deseos y necesidades del factor humano”. (Guillermo Pedrotti. Argentina (2009). (p.30).

El proceso de comunicación interna de una organización es un conjunto integral, motorizado mediante acciones que se orientan sinérgicamente hacia la totalidad de los públicos internos. Para ello deberemos prever la utilización de distintos soportes, de acuerdo a cada situación en particular.

Las comunicaciones internas bien gestionadas promueven la cooperación, la unión y la coexistencia dentro de una realidad sujeta a condicionantes e identificadores institucional; cobrando relevancia en la gestión de tareas y el reconocimiento de las realidades de cada individuo y de su grupo de trabajo.

La inexistencia de estrategias de comunicación interna, la falta de canales o una pobre utilización de los mismos provocan estancamiento en las gestiones, procesos, acciones y relaciones. Es corriente la gestión de información, más no de comunicación, en las empresas.

“La retroalimentación solo tiene sentido si la realizamos a partir de los comportamientos concretos, de los elementos de comunicación utilizados, evitando cualquier expresión que se refiera a algo que no haya podido ser directamente observado por todo los miembros del equipo que hayan prestado atención, independientemente de que algunos les pueda parecer

positivo y a otros mejorable. Siempre tenemos que nombrar conductas que hayamos podido ver”. (HOFSTADT C. (2005). (p.97)

2.2.8. La Satisfacción

“Lograr la plena "satisfacción del cliente" es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la "mente" de los clientes y por ende, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener «satisfecho a cada cliente» ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos, etc.) de las empresas exitosas”. (Thompson, 2006) (p.1)

Por ese motivo, resulta de vital importancia que tanto mercadólogos, como todas las personas que trabajan en una empresa u organización, conozcan cuáles son los beneficios de lograr la satisfacción del cliente, cómo definirla, cuáles son los niveles de satisfacción, cómo se forman las expectativas en los clientes y en qué consiste el rendimiento percibido, para que de esa manera, estén mejor capacitadas para coadyuvar activamente con todas las tareas que apuntan a lograr la tan anhelada satisfacción del cliente. Beneficios de Lograr la Satisfacción del Cliente: Si bien, existen diversos beneficios que toda empresa u organización puede obtener al lograr la satisfacción de sus clientes, estos pueden ser resumidos en tres grandes beneficios que brindan una idea clara acerca de la importancia de lograr la satisfacción del cliente:

Según comenta Thompson (2006)(p.2): El Primer Beneficio: El cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro.

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

Tercer Beneficio: El cliente satisfecho deja de lado a la competencia. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar (participación) en el mercado. En síntesis, toda empresa que logre la satisfacción del cliente obtendrá como beneficios:

- 1) La lealtad del cliente (que se traduce en futuras ventas)
- 2) Difusión gratuita (que se traduce en nuevos clientes)
- 3) Una determinada participación en el mercado.

“El clima de servicio no sólo es un estímulo para incrementar los esfuerzos de los trabajadores en su atención al usuario, sino que también supone una fuente de recursos para mejorar su bienestar. Del mismo modo, tratar de manera justa a los trabajadores no sólo mejora su bienestar sino que se convierte en un precursor para acercarse a la excelencia en el trato a los usuarios (conductas extra-rol dirigidas al usuario)”. (MARTINEZ - Tur, V., PEIRÓ, J.M; y RAMOS, J. (2001). (p.103).

2.2.9. El Liderazgo

La Gestión de calidad en las relaciones públicas, tiene que ver en el entorno ISO 9001: 2015 que tienen como segundo principio el LIDERAZGO.

Según la Real Academia Española, “Líder, es la persona a la que un grupo reconoce como jefe u orientadora. El liderazgo de una persona debe estar basado en su comportamiento y compromiso, su finalidad es dirigir e influir positivamente en el comportamiento de los demás para la consecución de unos determinados objetivos”. (RAE, 2017)

“El liderazgo es el conjunto de Habilidades gerenciales o directivas que un individuo tiene para influir en la forma de ser de las personas o en un grupo de personas determinado, haciendo que este equipo trabaje con entusiasmo, en el logro de metas y objetivos”. (VÁSQUEZ, R.,(2015). (p. 3).

El mundo empresarial trata de mejorar la calidad de los productos o servicios que ofrece, sabiendo que este proceso de mejora continua radica el éxito de sus empresas e incluso, su propia supervivencia.

La calidad debe entenderse como un proceso de mejora continua, los trabajadores deben implicarse en los procesos de producción organizándose en círculos de calidad.

La empresa hace flexible su estructura organizativa para adaptarla permanentemente a las necesidades y expectativas de los clientes y el continuo perfeccionamiento de los procesos de calidad.

La gestión de la calidad abarca actualmente todas las formas a través de las cuales la empresa satisface las necesidades y expectativas de sus clientes, de su personal, de las entidades implicadas.

El objetivo de cada equipo de mejora, es diseñar, hacer seguimiento y mejorar los procesos críticos que añaden valor a la organización y que permiten conseguir resultados de calidad.

Una gestión de calidad significa conseguir los objetivos que uno se propone, facilitando los medios necesarios para ello.

Para que exista calidad es condición indispensable que la dirección ejerza un liderazgo claro y comprometido con los proyectos de mejora.

El líder, que se mueve en el espacio de la autoridad informal, se le exige integridad, fidelidad a principios y valores que comparte con sus seguidores.

El líder afronta el cambio, para lo cual transmite con emoción una visión de futuro, crea estrategias, fomenta el compromiso de los miembros del equipo y estimula frente a los obstáculos.

El liderazgo, en su funcionamiento parece sencillo, pero es un conjunto complejísimo de relaciones, sistemas y procesos que pocas personas dominan hoy en día en solitario.

La principal preocupación del líder no es resolver el mismo los problemas, sino el comportamiento del líder no es resolver el mismo los problemas, sino el comportamiento del grupo en el proceso de resolución de los mismos.

Nadie duda de la importancia del liderazgo para tres situaciones:

- Para facilitar el cambio y la innovación
- Para proporcionar una visión de la organización
- Para animar sus primeros pasos

“La teoría carismática y transformacional regresan nuestro enfoque al líder. Estas teorías brillan a la luz de los líderes ejemplares quienes tienen extraordinarios efectos en sus seguidores, y, por último, en los sistemas sociales, culturales, económicos y políticos completos. Los líderes transforman las necesidades, aspiraciones y valores de los seguidores: de un enfoque en el interés personal a uno en el interés colectivo”. (LUSSIER, R. (2011). Liderazgo. Cengage Learning Editores S.A. México. p. 330).

Asimismo la motivación es la clave para implementar la gestión de calidad, se debe atender no sólo a los que cada persona dice, sino también a lo que cada persona siente y al motivo de porqué lo siente.

En todos los ámbitos de la existencia humana interviene la motivación como mecanismo para lograr objetivos y alcanzar metas.

Debido a ello, debe ser un tema de interés central para la dirección porque puede ser utilizada a fin de lograr que los empleados motivados se esfuercen por tener un mejor desempeño en su trabajo, lo que también determina un mejor desempeño del sistema de gestión, y por lo tanto un mejor desempeño global de la organización.

Para lograr los objetivos se requiere que la fuerza de trabajo de la organización esté altamente comprometida con los nuevos valores que promueve la dirección a través de la nueva política de Gestión, como por ejemplo la política de la calidad, o la política de gestión ambiental, entre otros.

De este modo, las nuevas prácticas de trabajo relacionadas con estas políticas serán asimiladas mucho más fácilmente por el personal, y el inevitable componente de resistencia al cambio se presentará en una mejor medida.

Ahora para que la fuerza de trabajo esté altamente comprometida, surge como necesidad que la dirección desarrolle iniciativas que promuevan la motivación del personal.

2.2.10. El Satisfactor y la Gestión Ética

“Se entiende por satisfactor a todo bien de consumo que cubre necesidades para el ser humano, los satisfactores pueden ir desde la necesidad más básica hasta las más sofisticadas del hombre contemporáneo. Los satisfactores son las formas culturales, son lo más propiamente humano porque es lo que creamos culturalmente.” (ELIZALDE, A.(2005). (p.7).

Según Fernandez T., Lopez M. ,Saavedra (2014):

La gestión ética constituye un proceso organizado, integrador, sistemático, continuo y voluntario, a través del cual las organizaciones, con o sin fines de lucro, bien sea públicas o privadas, logran sistematizar, operativizar e internalizar los valores contenidos en su plataforma ética (misión, visión, valores, código de ética, estrategias) con sus actividades cotidianas, de manera tal que la producción, distribución y comercialización de productos o servicios estén siempre dentro del marco de la ética, contribuyen con al fomento del bien común de la sociedad, con el fin de lograr afianzar el capital moral organizacional, así como, la reputación corporativa, favoreciendo las percepciones positivas de los consumidores hacia los productos o servicios de la organización. Así pues, los sistemas de gestión ética están constituidos por varios instrumentos y van desde los códigos de ética, los comités de ética, asignar un oficial de ética en la empresa, auditorias de cuestiones éticas, hasta las certificaciones que actualmente ofrecen organismos tales como: Foretica, ISO 26.000, Social Accountability 8000, la Norma AENOR, la Guía Global Reporting Initiative GRI, el Pacto Global de la ONU, entre otras. (p.7).

“En términos más sencillos, la ética es la reflexión y sistematización filosófica sobre la moral”. (ANGULO, Y. (2008). (p. 18).

2.2.11. Normativas Vigentes

El propósito de esta tesis ha sido el de investigar si es que la Gestión de Calidad se enmarcan en las normativas legales vigentes para sustentar la accesibilidad y pueda ser utilizado para futuros trabajos de investigación.

2.2.11.1. Norma Internacional Calidad y Gestión ISO 9001:2008 y su modificatoria ISO 9001:2015. (Organización Internacional de Normalización. “Norma Internacional ISO 9001:2015”. Suiza).

Es importante insertar dentro del estudio parte de la Norma Internacional que ha servido para la tesis.

Determinación del alcance del sistema de gestión de calidad

La organización debe determinar los límites y la aplicabilidad del sistema de gestión de la calidad para establecer su alcance.

Cuando se determina este alcance, la organización debe considerar:

- a. Las cuestiones externas e internas indicadas en el apartado 4.1.
- b. Los requisitos de las partes interesadas pertinentes indicados en el apartado 4.2.
- c. Los productos y servicios de la organización

La organización debe aplicar todos los requisitos de esta Norma Internacional si son aplicables en el alcance determinado de su sistema de gestión de la calidad.

Sistema de gestión de calidad y sus procesos

4.4.1 La organización debe establecer, implementar, mantener y mejorar continuamente un sistema de gestión de la calidad, incluidos los procesos necesarios y sus interacciones, de acuerdo con los requisitos de esta Norma Internacional.

a. Determinar las entradas requeridas y las salidas esperadas de estos procesos.

Determinar la secuencia e interacción de estos procesos.

Determinar y aplicar los criterios y los métodos necesarios para asegurarse de la operación eficaz y el control de estos procesos.

Determinar los recursos necesarios para estos procesos y asegurándose de su disponibilidad.

Liderazgo

5.1 La alta dirección debe demostrar liderazgo y compromiso con respecto al sistema de gestión de la calidad:

a. Asumiendo la responsabilidad y obligación de rendir cuentas con relación a la eficacia del sistema de gestión de la calidad.

b. Asegurándose de que se establezcan la política de la calidad y los objetivos de la calidad para el sistema de gestión de la calidad y que con estos sean compatibles con el contexto y la dirección estratégica de la organización.

c. Asegurándose de la integración de los requisitos del sistema de gestión de la calidad en los procesos de negocio de la organización.

d. Promoviendo el uso del enfoque a procesos y el pensamiento basado en riesgos.

e. Asegurándose de que los recursos necesarios para el sistema de gestión de calidad estén disponibles.

f. Comunicando la importancia de una gestión de la calidad eficaz y conforme con los requisitos del sistema de gestión de la calidad.

g. Asegurándose de que el sistema de gestión de la calidad logre los resultados previstos.

Planificación

6.1 Acciones para abordar riesgos y oportunidades

6.1.1. Al planificar el sistema de gestión de la calidad, la organización debe considerar las cuestiones referidas en el apartado 4.1 y los requisitos referidos en el apartado 4.2 y determinar los riesgos y oportunidades que es necesario abordar con el fin de asegurar que el sistema de gestión de la calidad pueda lograr sus resultados previstos.

2.2.11.2. Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo 29783

El presente reglamento se ha basado en las disposiciones emitidas en Ley 29783, ya que en sus diversos artículos e incisos proporciona pautas a seguir para el tratamiento de la Gestión de Calidad.

Artículo 17. Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo El empleador debe adoptar un enfoque de sistema de gestión en el área de seguridad y salud en el trabajo, de conformidad con los instrumentos y directrices internacionales y la legislación vigente.

Artículo 18. Principios del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo El Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo se rige por los siguientes principios:

- a) Asegurar un compromiso visible del empleador con la salud y seguridad de los trabajadores.
- b) Lograr coherencia entre lo que se planifica y lo que se realiza.

- c) Propender al mejoramiento continuo, a través de una metodología que lo garantice.
- d) Mejorar la autoestima y fomentar el trabajo en equipo a fin de incentivar la cooperación de los trabajadores.
- e) Fomentar la cultura de la prevención de los riesgos laborales para que toda la organización interiorice los conceptos de prevención y proactividad, promoviendo comportamientos seguros.
- f) Crear oportunidades para alentar una empatía del empleador hacia los trabajadores y viceversa.
- g) Asegurar la existencia de medios de retroalimentación desde los trabajadores al empleador en seguridad y salud en el trabajo.
- h) Disponer de mecanismos de reconocimiento al personal proactivo interesado en el mejoramiento continuo de la seguridad y salud laboral.
- i) Evaluar los principales riesgos que puedan ocasionar los mayores perjuicios a la salud y seguridad de los trabajadores, al empleador y otros.
- j) Fomentar y respetar la participación de las organizaciones sindicales -o, en defecto de estas, la de los representantes de los trabajadores- en las decisiones sobre la seguridad y salud en el trabajo.

Artículo 25. Facilidades para la participación El empleador adopta medidas para que los trabajadores y sus representantes en materia de seguridad y salud en el trabajo, dispongan de tiempo y de recursos para participar activamente en los procesos de organización, de planificación y de aplicación, evaluación y acción del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo.

Artículo 26. Liderazgo del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo El Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo es responsabilidad del empleador, quien asume el liderazgo y compromiso de estas actividades en la organización. El empleador delega las funciones y la autoridad necesaria al personal encargado del desarrollo, aplicación y resultados del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo, quien rinde cuentas de sus acciones al empleador o autoridad competente; ello no lo exime de su deber de prevención y, de ser el caso, de resarcimiento. Sin perjuicio del liderazgo y

responsabilidad que la ley asigna, los empleadores pueden suscribir contratos de locación de servicios con terceros, regulados por el Código Civil, para la gestión, implementación, monitoreo y cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias sobre seguridad y salud en el trabajo, de conformidad con la Ley 29245 y el Decreto Legislativo 1038".

Artículo 27. Disposición del trabajador en la organización del trabajo El empleador define los requisitos de competencia necesarios para cada puesto de trabajo y adopta disposiciones para que todo trabajador de la organización esté capacitado para asumir deberes y obligaciones relativos a la seguridad y salud, debiendo establecer programas de capacitación y entrenamiento como parte de la jornada laboral, para que se logren y mantengan las competencias establecidas.

Artículo 35. Responsabilidades del empleador dentro del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo Para mejorar el conocimiento sobre la seguridad y salud en el trabajo, el empleador debe:

- a) Entregar a cada trabajador copia del reglamento interno de seguridad y salud en el trabajo.
- b) Realizar no menos de cuatro capacitaciones al año en materia de seguridad y salud en el trabajo. CONCORDANCIAS: D.S.Nº 005-2012-TR, Art. 66 (Reglamento)
- c) Adjuntar al contrato de trabajo la descripción de las recomendaciones de seguridad y salud en el trabajo. CONCORDANCIAS: D.S.Nº 005-2012-TR, Art. 30 (Reglamento)
- d) Brindar facilidades económicas y licencias con goce de haber para la participación de los trabajadores en cursos de formación en la materia. CONCORDANCIAS: D.S.Nº 005-2012-TR, Art. 31 (Reglamento)
- e) Elaborar un mapa de riesgos con la participación de la organización sindical, representantes de los trabajadores, delegados y el comité de seguridad y salud en el trabajo, el cual debe exhibirse en un lugar visible.

Artículo 43. Auditorías del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo El empleador realiza auditorías periódicas a fin de comprobar si el Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo ha sido aplicado y es

adecuado y eficaz para la prevención de riesgos laborales y la seguridad y salud de los trabajadores. La auditoría se realiza por auditores independientes. En la consulta sobre la selección del auditor y en todas las fases de la auditoría, incluido el análisis de los resultados de la misma, se requiere la participación de los trabajadores y de sus representantes.

Artículo 44. Efectos de las auditorías e investigaciones Las investigaciones y las auditorías deben permitir a la dirección de la empresa que la estrategia global del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo logre los fines previstos y determinar, de ser el caso, cambios en la política y objetivos del sistema. Sus resultados deben ser comunicados al comité de seguridad y salud en el trabajo, a los trabajadores y a sus organizaciones sindicales

Artículo 46. Disposiciones del mejoramiento continuo Las disposiciones adoptadas para la mejora continua del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo tienen en cuenta:

- a) Los objetivos de la seguridad y salud en el trabajo de la empresa.
- b) Los resultados de las actividades de identificación de los peligros y evaluación de los riesgos.
- c) Los resultados de la supervisión y medición de la eficiencia.
- d) La investigación de accidentes, enfermedades e incidentes relacionados con el trabajo.
- e) Los resultados y recomendaciones de las auditorías y evaluaciones realizadas por la dirección de la empresa.
- f) Las recomendaciones del comité de seguridad y salud en el trabajo, o del supervisor de seguridad y salud en el trabajo y por cualquier miembro de la empresa en pro de mejoras.
- g) Los cambios en las normas legales.
- h) Los resultados de las inspecciones de trabajo y sus respectivas medidas de recomendación, advertencia y requerimiento.
- i) Los acuerdos convencionales y actas de trabajo.

CONCORDANCIAS: D.S.Nº 005-2012-TR, Art. 92 (Reglamento)

Artículo 52. Información sobre el puesto de trabajo El empleador transmite a los trabajadores, de manera adecuada y efectiva, la información y los conocimientos

necesarios en relación con los riesgos en el centro de trabajo y en el puesto o función específica, así como las medidas de protección y prevención aplicables a tales riesgos.

2.3. Definición de términos básicos

a . Calidad: Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor. Adecuación de un producto o servicio a las características especificadas.

“La calidad deriva de la comparación entre un estándar y un desempeño, referidos a características de calidad medibles cuantitativamente con métodos ingenieriles o tecnológicos. Este concepto describe bien la excelencia, bien la superioridad técnica de los atributos del producto o del proceso siendo independiente de la persona que realiza la medición o adquiere el producto. (CAMISÓN C., CRUZ S., GONZÁLEZ T. (2006) (p.149).

b. Gestión: Cuasicontrato que se origina por el cuidado de intereses ajenos sin mandato de su dueño.

“La gestión se apoya y funciona a través de personas, por lo general equipos de trabajo, para poder lograr resultados, con frecuencia se promocionan en la empresa a trabajadores competentes para asumir cargos de responsabilidad, pero si no se les recicla, seguirán trabajando como siempre. No se percatan que han pasado a una tarea distinta y pretenden aplicar las mismas recetas que antaño. (RUBIO P. (2008) (p.12).

c. Gestión de la Calidad: Calidad de un producto, servicio o la satisfacción de sus clientes utilizando el control de los procesos para obtener una calidad más consiente.

“El término enfoque de Gestión de la Calidad, se utiliza para describir un sistema que relaciona un conjunto de variables relevantes para la puesta en

práctica de una serie de principios, prácticas y técnicas para la mejora de la calidad”. (CAMISÓN C., CRUZ S., GONZÁLEZ T. (2006). (P.210).

d. Comunicación: Proceso informativo en la que una persona actúa sobre otra mediante signos habituales. (RAE)

e. Relaciones Públicas: Proceso estratégico de comunicación que construye relaciones mutuamente beneficiosas entre las organizaciones y sus públicos.

Según Castillo (2010), las relaciones públicas actúan en el ámbito de la comunicación persuasiva, por lo que tienen relaciones más o menos directas, con otras disciplinas comunicativas, como son la publicidad, la propaganda o la desinformación. Con esas materias mantiene relaciones en determinadas circunstancias como son la publicidad y la propaganda, mientras que con la desinformación su relación debe ser de nulidad, es decir, el componente ético de las relaciones públicas impide realizar actividades comunicativas basadas en la desinformación.

f. Gestión de la Comunicación: Administración de los diferentes procesos de comunicación que puede presentar la organización.

Según Herranz de la casa, (2007). La gestión de la comunicación puede ser una estrategia válida para mejorar la transparencia, ya que es un elemento generador de transparencia que contribuye a mejorar la imagen, la confianza y la reputación de las organizaciones.

G: Público Interno: Miembros de una organización.

“El límite del público interno, depende de la propia subjetividad y grado de complicidad que tanga la compañía o institución con los colectivos sociales que la rodean”. (CARRETÓN C. (2009) (p.55).

H: Clima Organizacional: Conjunto de percepciones, sentimientos, actitudes, hábitos, creencias, valores, tradiciones y formas de interacción dentro y entre los grupos existentes en todas las organizaciones.

i. Retroalimentación: Método de control de sistemas en el cual los resultados obtenidos de una tarea o actividad son reintroducidos en el sistema con el fin de controlar optimizar su comportamiento.

j. Liderazgo: Capacidad y arte de influenciar, comandar y conducir a personas, influyendo positivamente en sus actitudes y comportamientos para incentivarlas a trabajar en un objetivo común.

k. Motivación: Conjunto de factores que originan un comportamiento. (RAE).

“Se estructura las maneras de entender la motivación en tres categorías clásicas, según sean mecanicistas, organicistas y contextualistas. La motivación se reduce al uso planificado de los recursos externos en forma de incentivos previos o de refuerzos contingentes para fortalecer los progresos del aprendizaje y extinguir lo no deseado”. (HUERTAS, J. (1997). (P.223).

l. Proactividad: Actitud que tiene una persona a tomar la iniciativa en sus acciones para generar mejoras y asumir su responsabilidad.

“Si bien la palabra proactividad es ahora muy común en los textos de dirección de empresas, se trata de un término que no se encuentra en la mayoría de los diccionarios. No significa sólo tomar la iniciativa. Significa que, como seres humanos, somos responsables de nuestras propias vidas. Nuestra conducta es una función de nuestras decisiones, no de nuestras condiciones. Podemos subordinar los sentimientos a los valores. Tenemos la iniciativa y la responsabilidad de hacer que las cosas sucedan. Dado que por naturaleza somos proactivos, si nuestras vidas están en función del conocimiento y las condiciones, ello se debe a que, por decisión consciente o por omisión, elegimos otorgar a esas cosas el poder de controlarnos”. (COVEY, S. (2009). (p.42).

MODELO PROACTIVO

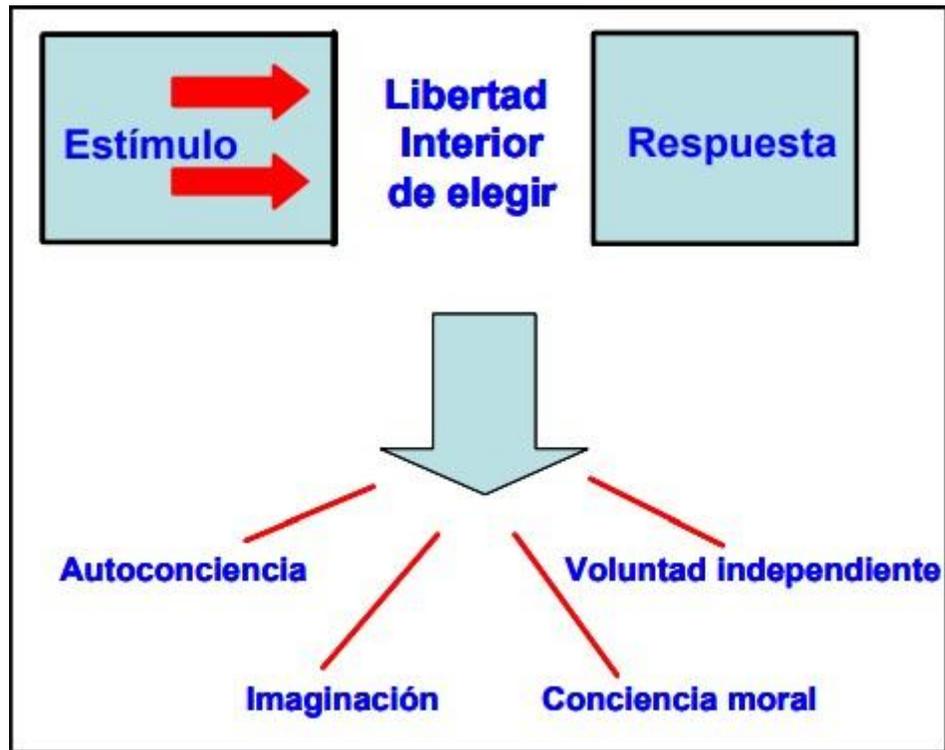


FIGURA N°9

(COVEY, S. Los siete hábitos de la gente altamente efectiva)

M. Ética del comunicador: “Kant defiende a la ética normativa que se aleja del relativismo, del escepticismo, del dogmatismo o del convencionalismo de las costumbres”. LEURIDAN J. (2016). (p.128).

Manifiesta que toda ética o moral no parte del cumplimiento ciego de normas abstractas sino de una actitud racional y voluntaria del hombre para buscar realizar el ideal del bien personal y del bien común. La identidad de una persona la podemos solo cuando sabemos su visión, sus ideales, sus principios, la vida que ama. Será una vida de amor y valores con otros o una acumulación de bienes materiales como la del ciudadano.

N. Capacitación: Es el proceso educativo de corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, por medio del cual las personas adquieren conocimientos, desarrollan habilidades y competencias en función de objetivos definidos. La capacitación entraña la transmisión de conocimientos específicos relativos al trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización, de la tarea y del ambiente, así como desarrollo de habilidades y competencias.

“La capacitación del personal es un proceso que se relaciona con el mejoramiento y el crecimiento de las aptitudes de los individuos y de los grupos, dentro de la organización. Al educarse el individuo invierte en sí mismo, incrementa su capacidad. La importancia de la capacitación no se puede subestimar”. CHIAVENATO, (1988) (p.10).

Ñ. Satisfacción: Tener mucha satisfacción de sí mismo (RAE).

La satisfacción de un cliente implica que si un cliente se encuentra satisfecho será un activo para la empresa ya que volverá a requerir de los servicios o productos, volverá a comprar el producto o servicio o dará una buena opinión al respecto de la empresa y eso originará un incremento de los ingresos.

“La calidad del servicio, será la que resulte de elegir las dimensiones adecuadas, de las cosas que agregan valor, resuelven problemas y satisfacen necesidades, para otorgar en estas una medida mayor a la

esperada por el cliente. Sin cliente no hay servicio y solo el cliente tiene esa información clave que usará para evaluarnos. Las expectativas del cliente son el combustible indispensable de una organización que aspira a un servicio excelente. La excelencia en servicio consiste en conocer, satisfacer y superar las expectativas del cliente”. TIGA,D.(2006). (p. 16).

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Formulación de hipótesis principal y derivada

3.1.1. Hipótesis principal

La Gestión de calidad de las relaciones públicas influye en el clima ORGANIZACIONAL de los colaboradores de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C., Cercado de Arequipa, año 2016.

3.1.2. Hipótesis específicas

La ACTITUD se relaciona con la IMAGEN CORPORATIVA de los colaboradores de Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C.

La COMUNICACIÓN se relaciona con la RETROALIMENTACIÓN en el público interno de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. Daniel Alcides Carrión S.A.C. en el año 2016.

La METODOLOGÍA DE LAS 8D se relaciona con la SATISFACCIÓN de los colaboradores de Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C.

El SIX SIGMA se relaciona con el LIDERAZGO del público interno de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C.

El SATISFACTOR se relaciona con la GESTIÓN ÉTICA de los colaboradores de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C.

3.2 Variables y definición operacional

3.2.1. Variable 1 (X)

GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Indicadores:

- X1: ACTITUD
- X2: COMUNICACIÓN
- X3: METODOLOGÍA DE LAS 8D
- X4: SIX SIGMA
- X5: SATISFACTOR

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL
GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	
DIMENSIONES	
X1: ACTITUD	Aignerren (2010), Manifestaciones de experiencia consciente, informes de la conducta verbal, de la conducta diaria, etc.
X2: COMUNICACIÓN	Fonseca (2011), comunicar es llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes.
X3: METODOLOGÍA DE LAS 8D	Según Sejzer, las ocho disciplinas (8D), es un método de trabajo en equipo para

	identificar, corregir y eliminar problemas dentro de nuestros procesos.
X4: SIX SIGMA	Seis Sigma es un método de gestión de calidad combinado con herramientas estadísticas cuyo propósito es mejorar el nivel de desempeño de un proceso mediante decisiones acertadas, logrando de esta manera que la organización comprenda las necesidades de sus clientes. (Herrera y Fontalvo)(2011).
X5: SATIFACTOR	Galán (2006), se refiere a la capacidad que posee un objeto para satisfacer necesidades implícitas o explícitas según un parámetro, un cumplimiento de requisitos de calidad.

3.2.2. Variable 2 (Y)

CLIMA ORGANIZACIONAL

Indicadores:

- Y1: Imagen corporativa
- Y2: Retroalimentación
- Y3: Satisfacción
- Y4: Liderazgo
- Y5: Gestión Ética

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL
CLIMA ORGANIZACIONAL	
DIMENSIONES	
Y1: IMAGEN CORPORATIVA	Bort (2004), Percepción que los públicos poseen de una organización, sector de la imagen corporativa que se encarga por lo tanto de gestionar dichos atributos de la identidad de las organizaciones y el cómo son comunicados a los públicos.
Y2: RETROALIMENTACIÓN	Zeus y Skiffington (2000), Es lo que hacemos cuando damos nuestra opinión o evaluación del comportamiento o rendimiento de alguien. Es cualquier comunicación que facilita información a otra persona acerca de nuestra percepción de los mismos y de cómo incide en nosotros su conducta.
Y3: SATISFACCIÓN	Hunt (1982), Evaluación que analiza si una experiencia de consumo es al menos tan buena como se esperaba, es decir, si

	se alcanzan o superan las expectativas.
Y4: LIDERAZGO	Espinoza (1999), Liderazgo, proviene del inglés leader, que significa guía, más que un componente de la organización es un proceso gerencial que orienta, dinamiza, conduce el componente humano de la empresa. Los gerentes o directivos tienen que ser estrategas, organizadores y líderes.
Y5: GESTIÓN ÉTICA	Guillén (2005), constituye una ética aplicada al ámbito organizativo y hace referencia a la calidad humana, a la excelencia de las personal, así como de sus acciones en el marco de tu trabajo en la empresa, al igual que al desarrollo de las potencialidades de todos los miembros de la organización para la contribución de ésta al bien común.

3.2.3. Operacionalización de variables

	DIMENSIONES	INDICADORES
VARIBLE 1 (X) GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS	X1: ACTITUD	- Cultura empresarial
		- Eficiencia
		- Fidelidad
	X2: COMUNICACIÓN	- Comunicación
- externa - Entendimiento		

RELACIONES PÚBLICAS		mutuo
	X3: METODOLOGÍA DE LAS 8D	- interna - abierta - Atención eficaz
	X4: SIX SIGMA	- Mejora Continua - Conducta y proceso - Confianza
	X5: SATISFACTOR	- Evaluación de mejoramiento de calidad del servicio
VARIABLE 2 (Y)	Y1: IMAGEN CORPORATIVA	- Valores - Reconocimiento - Responsabilidad Social
	Y2: RETROALIMENTACIÓN	- Reforzamiento del cambio - Integración - Feedback
	Y3: SATISFACCIÓN	- Influencia - Confianza
	Y4: LIDERAZGO	- Principios - Solución de problemas - Integración - Estilo de dirección
CLIMA ORGANIZACIONAL		

		organizacional
	Y5:GESTIÓN ÉTICA	<ul style="list-style-type: none"> - Reglamento Interno - Política interna - Proceso organizacional - Manual de Ética

CAPITULO IV

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1 Diseño metodológico censal

Se realizó a todos los colaboradores de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C.

4.1.1 Diseño de investigación

Para responder a los problemas de investigación planteados se seleccionó el diseño no experimental.

Diseño no experimental: Se observa el problema tal como se da en la realidad, para después comprobarse.

Corte transversal: Porque se tomaron en una sola ocasión, datos registrados durante el año 2016.

4.1.2 Tipo de investigación

Aplicativa: Porque se hará uso de los conocimientos ya existentes como teorías, enfoques, principios en cada variable de estudio.

4.1.3 Nivel de investigación

Descriptivo: Porque se describirán las características más relevantes de cada variable, como es el caso de la variable 1: GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS RELACIONES PÚBLICAS y la 2: CLIMA ORGANIZACIONAL.

Correlacional: Porque se medirá la correlación entre la variable 1: GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS RELACIONES PÚBLICAS y la variable 2: CLIMA ORGANIZACIONAL.

4.1.4 Método de investigación

Inductivo: Porque de la verdad particular se obtiene la verdad general.

Deductivo: Porque de la verdad general se obtiene la verdad particular.

Analítico: Porque se desintegrara la realidad estudiada en sus partes componentes para ser investigadas a profundidad y establecer la relación causa efecto entre las variables objeto de la investigación.

4.2. Procedimiento de muestreo

4.2.1. Técnicas: Encuesta y entrevistas a expertos

Entrevista 1

Fiorella Yocelyn Terreros Quinteros

Supervisora Sistemas de Gestión

Petroperú S.A.

¿Por qué es importante aplicar la metodología de las ocho disciplinas y el Six sigma en una empresa?

Porque es una herramienta de calidad, para resolver problemas, como por ejemplo Pareto, Ishikawa (causa- efecto), gráficos control, histogramas, entre otros.

Hay un gráfico que manejan los industriales en círculo de mejora continua (Planificar, Hacer, Verificar, Actuar).

¿Por qué es importante aplicar la gestión de calidad en una empresa?

Porque estandariza los procesos de la empresa y orienta a la mejora continua (PHVA) de las actividades y negocio de la empresa.

¿Aplicar la gestión de calidad influye en el clima organizacional de una empresa?

La gestión de calidad está basada al enfoque de proceso y conlleva a cambios en la cultura por parte del personal. La implementación exitosa resulta en un clima laboral positivo debido a que los empleados se sienten valorados, facultados e involucrados en el desempeño de la empresa.

¿Para el buen funcionamiento de una empresa es importante implementar la gestión de calidad o sistema integrado?

Tengamos el enfoque de cada sistema, la gestión de calidad está enfocada a la satisfacción del cliente, que el producto o servicio que se brinda satisfaga al cliente más no se preocupa por el bienestar de los trabajadores y del ambiente. En la gestión de la calidad se puede certificar todo el proceso de la empresa o solo parte de ella.

Si hablamos del sistema integrado de las tres normas estamos hablando de la responsabilidad de la empresa en satisfacer al cliente, bienestar del trabajador y cuidado del ambiente.

El sistema de seguridad y salud en el trabajo y el sistema de gestión ambiental se implementa y certifica a todo el proceso de la empresa lo que implica que el trabajador realizará sus labores de manera segura y que todos los impactos ambientales estarán controlados.

Así que por lo antes mencionado, concluyo que para el buen funcionamiento de una empresa se debe implementar la tri norma.

Entrevista 2

Yadira Bonifacio

Supervisora Sistemas de Gestión

Petroperú S.A.

¿Por qué es importante aplicar el Six sigma en una empresa?

Es importante para optimizar costos operativos siempre y cuando se cuente con información y el dato debido, que es una metodología cuantitativa., solo donde se tenga dada se puede optimizar el dato.

Es bastante metódica.

4.2.2. Instrumento: Cuestionario

Es un conjunto de preguntas en el cual el objetivo fue obtener información concreta en función a la investigación.

El instrumento de recolección de datos utilizado fue un cuestionario de 27 preguntas cerradas (TOTALMENTE DE ACUERDO, DE ACUERDO, NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO, EN DESACUERDO), dirigido a las 120 colaboradores de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C.

Con este instrumento se buscó conocer como la gestión de calidad de las relaciones públicas influye en el clima organizacional de los colaboradores de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C., año 2016. A través de los indicadores de las variables 1 y 2.

La encuesta se aplicó a las 11:45am y 3:50pm, en el horario de las charlas de 5 minutos que se brinda a los colaboradores de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC.

4.2.3. Validación de instrumento de medición

Con el objetivo de obtener datos que permitan realizar la investigación se realizó encuestas a través del instrumento preparado y diseñado para los fines de la investigación y obtener la información deseada.

La aplicación de este cuestionario estuvo dirigida a un grupo significativo que representa la muestra elegida; este instrumento permitió conocer la opinión sobre la investigación, así como características y detalles necesarios.

La cual fue procesada mediante la fórmula de coeficiente de validez Aiken.

El instrumento fue elaborado teniendo en cuenta la naturaleza de la organización y los públicos a investigar.

4.2.4 Confiabilidad del instrumento de medición

Para la validez del instrumento se utilizó el Alpha de Cronbach, que se encarga de determinar la media ponderada de las correlaciones entre las variables (o ítems) que forman parte de la escala de las herramientas de Gestión de Calidad y Clima Organizacional.

Fórmula:

$$\alpha = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(1 - \frac{\sum V_i}{V_T} \right)$$

El instrumento está compuesto por 28 ítems, siendo el tamaño de muestra 120 encuestados.

Resultados:

RESUMEN DEL PROCESAMIENTO DE LOS DATOS

	N	%
Casos Válidos	120	100
Excluidos	0	0
Total	120	100

a) Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

ESTADÍSTICA DE FIABILIDAD

Análisis de la fiabilidad

La confiabilidad se realizó con el estadístico Alfa de Cronbach, ya que las alternativas de las preguntas son multivariantes (tipo escala de Likert).

Fiabilidad de la variable gestión de la calidad

Estadísticos de fiabilidad de la variable gestión de la calidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,979	12

Interpretación:

De acuerdo a la tabla categórica la confiabilidad de la variable gestión de la calidad alcanzó el valor de 0.979, considerando que el instrumento de medición tiene un alto grado de fiabilidad.

Fiabilidad de la variable clima organizacional

Estadísticos de fiabilidad de la variable clima organizacional

Alfa de Cronbach	N de elementos
,991	16

1

Interpretación:

De acuerdo a la tabla categórica la confiabilidad de la variable clima organizacional alcanzó el valor de 0.991, considerando que el instrumento de medición tiene un alto grado de fiabilidad.

Aplicación del instrumento

Se solicitó permiso a la empresa

El estudio se realizó en la CLINICA PARA EL TRABAJADOR DAC S.A.C., del distrito de Cercado en Arequipa, coordinándose la fecha y hora apropiada para la aplicación del instrumento a través de la unidad de investigación a la muestra representada a los 120 colaboradores.

Técnicas para el procesamiento y análisis de los datos

Ordenamiento y clasificación de las encuestas

Proceso computarizado con EXCEL

Proceso computarizado con SPSS

En el caso del cuestionario para la CLINICA PARA E TRABAJADOR DAC, del distrito Cercado en Arequipa, los resultados fueron procesados y tabulados con

apoyo de la tabla de frecuencias, los cuales se representan en gráfico de barras (para comparar).

De esta manera, los gráficos y tablas elaboradas, nos permitieron realizar un análisis de los datos recogidos y así poder comprobar la hipótesis de estudio planteada.

Para la validación de la hipótesis se utilizó:

Para comparar las variables cualitativas la prueba de CHI CUADRADA (X²)

Se utilizó el paquete estadístico SPSS versión 24 para el análisis estadístico de la muestra y el paquete Microsoft EXCEL XP para graficar los resultados.

4.3. Aspectos éticos

La investigación se realizará con seriedad, se precisará los datos reales y la entrevista se realizará aplicando las técnicas necesarias a fin de lograr una investigación de calidad y útil para la sociedad peruana.

CAPÍTULO V

RESULTADOS

En el presente capítulo se presentan los resultados del estudio desarrollado a la CLINICA PARA EL TRABAJADOR DAC S.A.C., del distrito Cercado en Arequipa, con una muestra de 120 colaboradores.

Con la finalidad de efectuar cálculos estadísticos y despejar las interrogantes planteadas en el presente estudio, el cual la finalidad es determinar si la Gestión de Calidad de las Relaciones Públicas influye en el Clima Organizacional de los Colaboradores de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C., Cercado de Arequipa, año 2017.

El análisis de datos recolectados fue procesado mediante el ingreso de datos de las encuestas en plantillas elaboradas en MS Excel para emitir reportes gráficos de los resultados, también se utilizó el programa estadístico SPSS-24 para la construcción de las hipótesis estadísticas y para el informe final el Microsoft Word.

Los resultados obtenidos han sido agrupados en función de la hipótesis planteada y a continuación se detallan.

5.1 RESULTADOS DESCRIPTIVOS

TABLA N°1

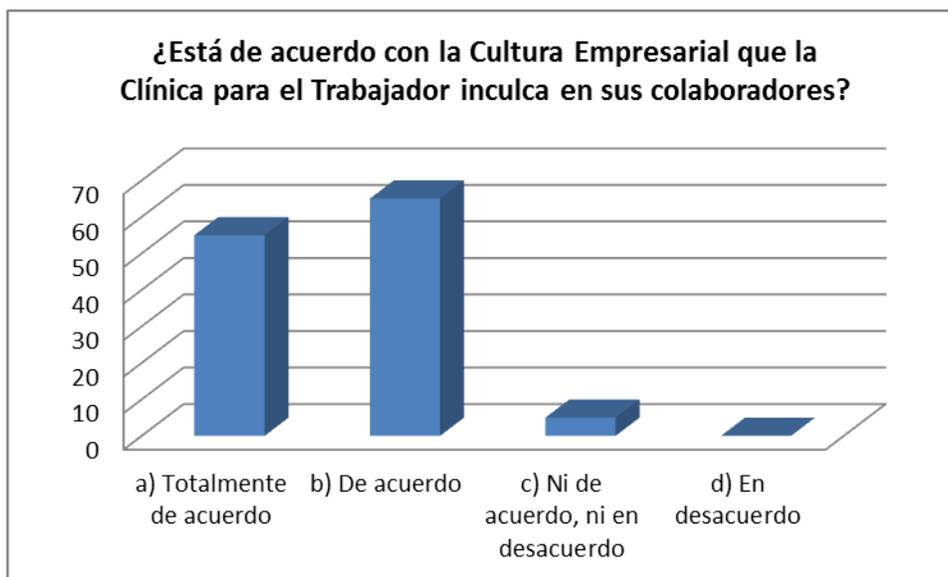
1. ¿Está de acuerdo con la Cultura Empresarial que la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. inculca en sus colaboradores?

Valid	120
Missing	0

1. ¿Está de acuerdo con la Cultura Empresarial que la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. inculca en sus colaboradores?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULATIVO
a) Totalmente de acuerdo	54	45	45	45
b) De acuerdo	62	51	51	96
c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	4	4	4	100
d) En desacuerdo	0	0	0	100
TOTAL	120	100		

GRAFICO N°1



Interpretación: según la información determinada en la tabla y en gráfico N°1 se percibe que del 100% de los encuestados, el 51% respondieron estar de acuerdo con la cultura empresarial que la clínica inculca en sus colaboradores, el 45% menciona estar totalmente de acuerdo y el 4% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

TABLA N°2

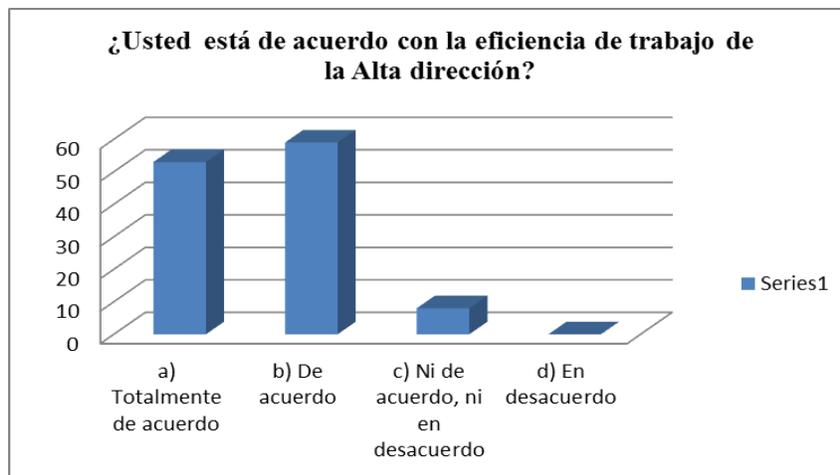
2. ¿Usted está de acuerdo con la eficiencia de trabajo de la Alta dirección?

Valid	120
Missing	0

2. ¿Usted está de acuerdo con la eficiencia de trabajo de la Alta dirección?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULATIVO
a) Totalmente de acuerdo	53	46	46	46
b) De acuerdo	59	47	47	93
c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	8	7	7	100
d) En desacuerdo	0	0	0	100
TOTAL	120	100		

GRAFICO N°2



Interpretación: según la información determinada en la tabla y en gráfico N°2 se percibe que del 100% de los encuestados, el 47% respondieron estar de acuerdo con la con la eficiencia de trabajo de la Alta dirección, el 46% menciono estar totalmente de acuerdo y el 7% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

TABLA N°3

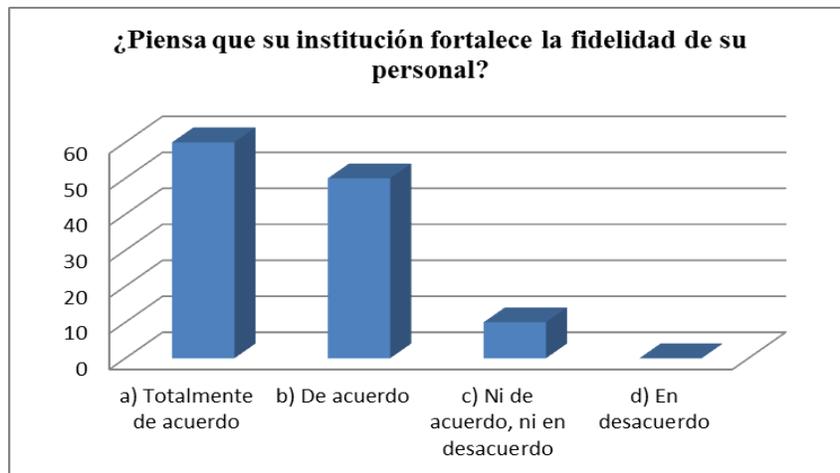
3. ¿Piensa que su institución fortalece la Fidelidad de su personal?

Valid	120
Missing	0

3. ¿Piensa que su institución fortalece la Fidelidad de su personal?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	VALID PORNCET	PORCENTAJE ACUMULATIVO
a) Totalmente de acuerdo	60	51	51	51
b) De acuerdo	50	41	41	92
c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	10	8	8	100
d) En desacuerdo	0	0	0	100
TOTAL	120	100		

GRAFICO N°3



Interpretación: según la información determinada en la tabla y en gráfico N°3 se percibe que del 100% de los encuestados, el 51 % respondieron estar totalmente de acuerdo que la institución fortalece la Fidelidad de su personal, el 41% menciona estar de acuerdo y el 8% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

TABLA N°4

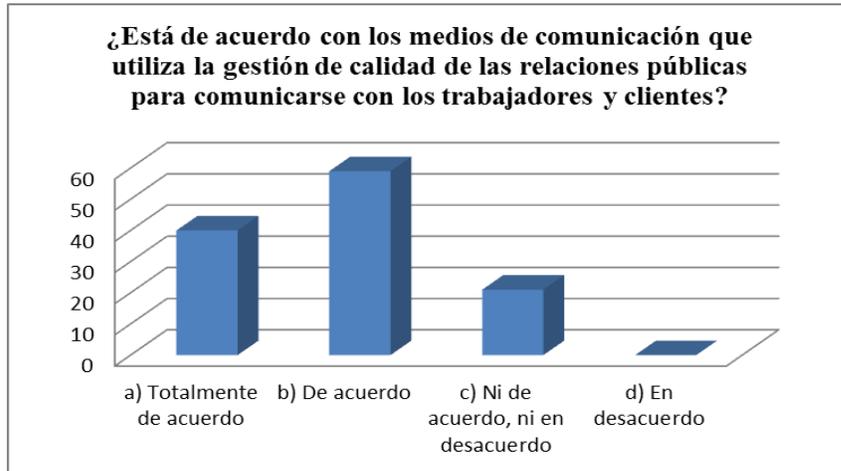
4. ¿Está de acuerdo con los medios de comunicación que utiliza la gestión de calidad de las relaciones públicas para comunicarse con los trabajadores y clientes?

Valid	120
Missing	0

4. ¿Está de acuerdo con los medios de comunicación que utiliza la gestión de calidad de las relaciones públicas para comunicarse con los trabajadores y clientes?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULATIVO
a) Totalmente de acuerdo	40	33	33	33
b) De acuerdo	59	49	49	82
c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	21	18	18	100
d) En desacuerdo	0	0	0	100
TOTAL	120	100		

GRAFICO N° 4



Interpretación: según la información determinada en la tabla y en gráfico N°4 se percibe que del 100% de los encuestados, el 49% respondieron estar de acuerdo con la utilización de calidad de las relaciones públicas para comunicarse con los trabajadores y clientes, el 33% menciono estar de totalmente de acuerdo y el 18% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

TABLA N°5

5. ¿Considera que el área de gestión de calidad de las relaciones públicas le da la debida importancia al entendimiento mutuo entre la alta dirección y los trabajadores?

Valid	120
Missing	0

5. ¿Considera que el área de gestión de calidad de las relaciones públicas le da la debida importancia al entendimiento mutuo entre la alta dirección y los trabajadores?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULATIVO
a) Totalmente de acuerdo	50	50	50	50
b) De acuerdo	43	43	43	93
c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	7	7	7	100
d) En desacuerdo	0	0	0	100
TOTAL	120	100		

GRAFICO N° 5



Interpretación: según la información determinada en la tabla y en gráfico N°5 se percibe que del 100% de los encuestados, el 50 % respondieron estar totalmente de acuerdo que el área de gestión de calidad de las relaciones públicas le da la debida importancia al entendimiento mutuo entre la alta dirección y los trabajadores, el 43% menciona estar de acuerdo y el 7% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

TABLA N° 6

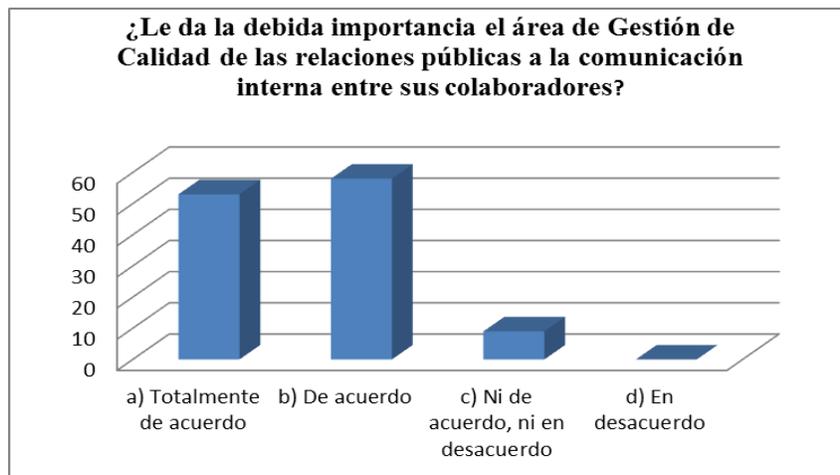
6. ¿Le da la debida importancia el área de Gestión de Calidad de las relaciones públicas a la comunicación interna entre sus colaboradores?

Valid	120
Missing	0

6. ¿Le da la debida importancia el área de Gestión de Calidad de las relaciones públicas a la comunicación interna entre sus colaboradores?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULATIVO
a) Totalmente de acuerdo	53	45	45	45
b) De acuerdo	58	48	48	93
c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	9	7	7	100
d) En desacuerdo	0	0	0	100
TOTAL	120	100		

GRAFICO N°6



Interpretación: según la información determinada en la tabla y en gráfico N°6 se percibe que del 100% de los encuestados, el 48 % respondieron estar de acuerdo que la clínica da la importancia en la comunicación interna entre sus colaboradores en el área de gestión de calidad de las relaciones publicas , el 45% menciona estar totalmente de acuerdo y el 7% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

TABLA N°7

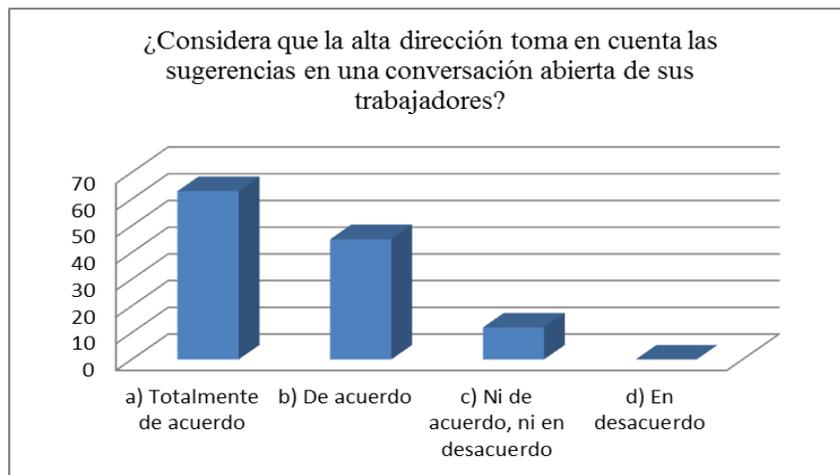
7. ¿Considera que la alta dirección toma en cuenta las sugerencias en una conversación abierta de sus trabajadores?

Valid	120
Missing	0

7. ¿Considera que la alta dirección toma en cuenta las sugerencias en una conversación abierta de sus trabajadores?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	VALID PORNCET	PORCENTAJE ACUMULATIVO
a) Totalmente de acuerdo	63	52	52	52
b) De acuerdo	45	38	38	90
c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	12	10	10	100
d) En desacuerdo	0	0	0	100
TOTAL	120	100		

GRAFICO N° 7



Interpretación: según la información determinada en la tabla y en gráfico N°7 se percibe que del 100% de los encuestados, el 52 % respondieron estar totalmente de acuerdo que la alta dirección toma en cuenta las sugerencias en una conversación abierta de sus trabajadores, el 38% menciono estar de acuerdo y el 10% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

TABLA N°8

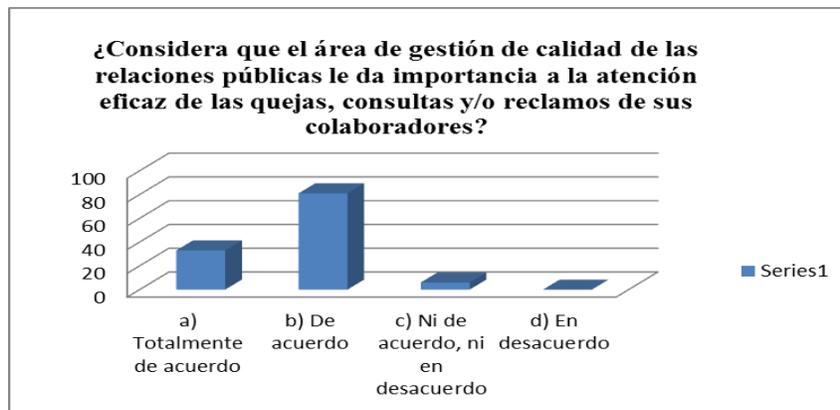
8. ¿Considera que el área de gestión de calidad de las relaciones públicas le da importancia a la atención eficaz de las quejas, consultas y/o reclamos de sus colaboradores?

Valid	120
Missing	0

8. ¿Considera que el área de gestión de calidad de las relaciones públicas le da importancia a la atención eficaz de las quejas, consultas y/o reclamos de sus colaboradores?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	VALID PORNCET	PORCENTAJE ACUMULATIVO
a) Totalmente de acuerdo	33	28	28	28
b) De acuerdo	81	67	67	95
c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	6	5	5	100
d) En desacuerdo	0	0	0	100
TOTAL	120	100		

GRAFICO N°8



Interpretación: según la información determinada en la tabla y en gráfico N°8 se percibe que del 100% de los encuestados, el 67 % respondieron estar de acuerdo que el área de gestión de calidad de las relaciones públicas le da importancia a la atención eficaz de las quejas, consultas y/o reclamos de sus colaboradores, el 28% menciona estar totalmente de acuerdo y el 5% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

TABLA N°9

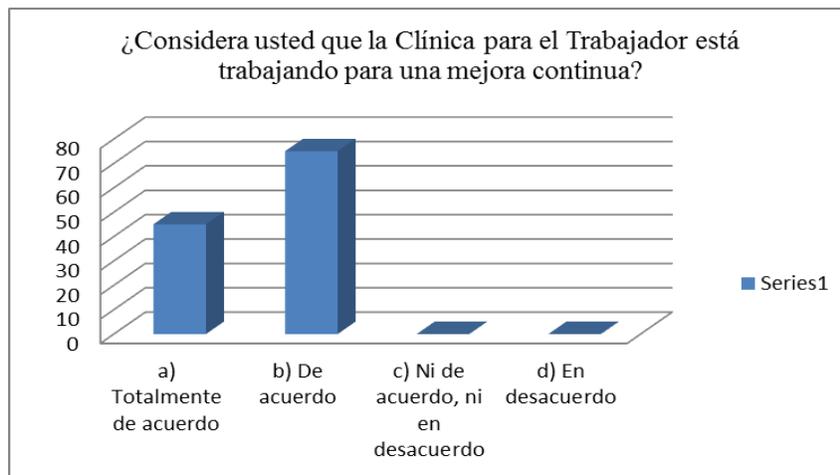
9. ¿Considera usted que la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. está trabajando para una mejora continua?

Valid	120
Missing	0

9. ¿Considera usted que la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. está trabajando para una mejora continua?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	VALID PORNCET	PORCENTAJE ACUMULATIVO
a) Totalmente de acuerdo	45	38	38	38
b) De acuerdo	75	61	61	99
c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	1	1	1	100
d) En desacuerdo	0	0	0	100
TOTAL	120	100	100	

GRAFICO N°9



Interpretación: según la información determinada en la tabla y en gráfico N°9 se percibe que del 100% de los encuestados, el 61 % respondieron estar de acuerdo que la clínica este trabajando para una mejora continua para sus trabajadores , el 38% menciono estar totalmente de acuerdo y el 1% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

TABLA N°10

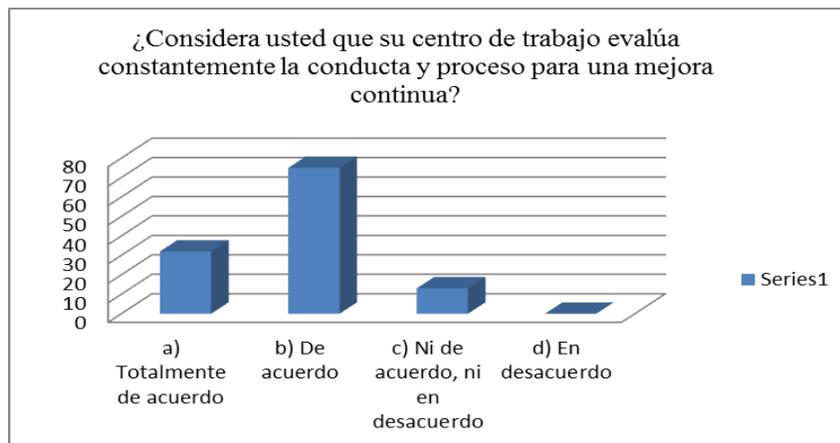
10. ¿Podría afirmar que su centro de trabajo evalúa constantemente la conducta y proceso para una mejora continua?

Valid	120
Missing	0

10. ¿Considera usted que su centro de trabajo evalúa constantemente la conducta y proceso para una mejora continua?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	VALID PORNCTET	PORCENTAJE ACUMULATIVO
a) Totalmente de acuerdo	32	27	27	27
b) De acuerdo	75	62	62	89
c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	13	11	11	100
d) En desacuerdo	0	0	0	100
TOTAL	120	100	100	

GRAFICO N°10



Interpretación: según la información determinada en la tabla y en gráfico N°10 se percibe que del 100% de los encuestados, el 62 % respondieron estar de acuerdo que su centro de trabajo evalúa constantemente la conducta y proceso para una mejora continua, el 27% menciono estar totalmente de acuerdo y el 11% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

TABLA N°11

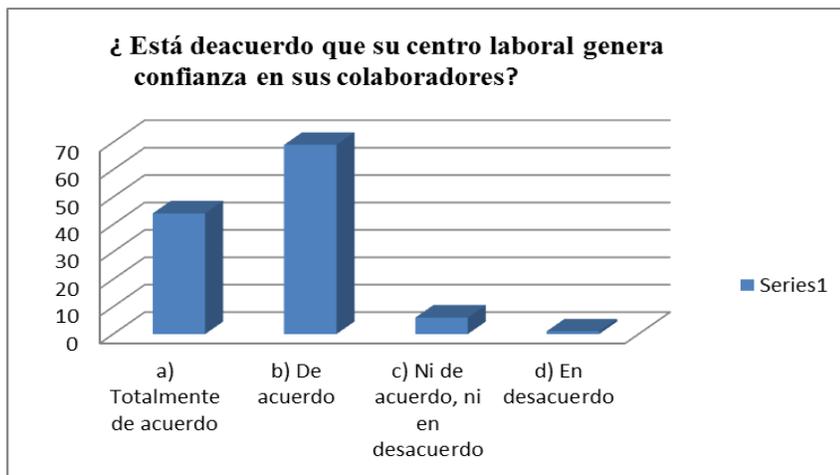
11. ¿Podría afirmar que su centro laboral genera confianza en sus colaboradores?

Valid	120
Missing	0

11. ¿Está de acuerdo1 que su centro laboral genera confianza en sus colaboradores?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	VALID PORNCET	PORCENTAJE ACUMULATIVO
a) Totalmente de acuerdo	44	36	36	36
b) De acuerdo	69	57	58	94
c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	6	7	6	100
d) En desacuerdo	1	0	0	100
TOTAL	120	100	100	

GRAFICO N°11



Interpretación: según la información determinada en la tabla y en gráfico N°11 se percibe que del 100% de los encuestados, el 57% respondieron estar de acuerdo que su centro laboral genera confianza en sus colaboradores, el 36% menciona estar totalmente de acuerdo y el 7% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

TABLA N°12

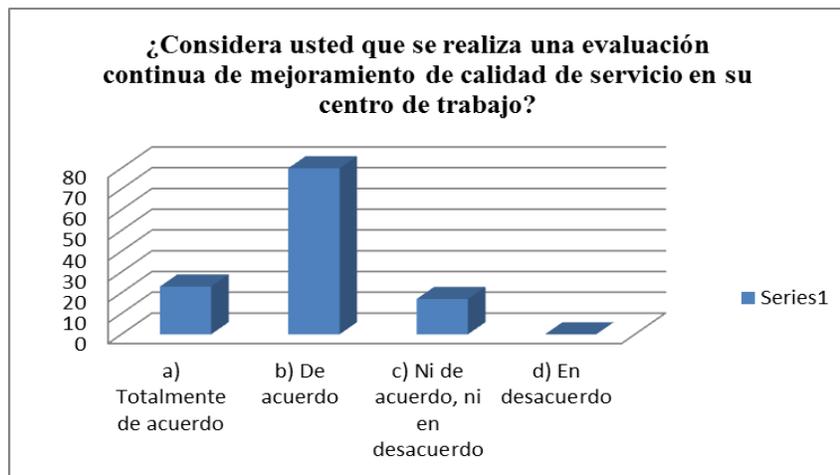
12. ¿Se hace una evaluación continua de mejoramiento de calidad de servicio en su centro de trabajo?

Valid	120
Missing	0

12. ¿Considera usted que se realiza una evaluación continua de mejoramiento de calidad de servicio en su centro de trabajo?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	VALID PORNCET	PORCENTAJE ACUMULATIVO
a) Totalmente de acuerdo	23	21	21	21
b) De acuerdo	80	65	65	86
c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	17	14	14	100
d) En desacuerdo	0	0	0	100
TOTAL	120	100	100	

GRAFICO N°12



Interpretación: según la información determinada en la tabla y en gráfico N°12 se percibe que del 100% de los encuestados, el 65% respondieron estar de acuerdo que la Clínica realiza una evaluación continua de mejoramiento de calidad de servicio en su centro de trabajo, el 21% menciono estar totalmente de acuerdo y el 14% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

TABLA N°13

13. ¿Considera usted que los valores de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC son tomados en cuenta por sus

Valid	120
Missing	0

laboradores?

13. ¿Considera usted que los valores de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC son tomados en cuenta por sus colaboradores?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	VALID PORNCET	PORCENTAJE ACUMULATIVO
a) Totalmente de acuerdo	43	37	37	37
b) De acuerdo	74	60	60	97
c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	3	3	3	100
d) En desacuerdo	0	0	0	100
TOTAL	120	100	100	

GRAFICO N°13



Interpretación: según la información determinada en la tabla y en gráfico N°13 se percibe que del 100% de los encuestados, el 60% respondieron estar de acuerdo que los valores de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC son tomados en cuenta por sus colaboradores, el 37% menciono estar totalmente de acuerdo y el 3% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

TABLA N°14

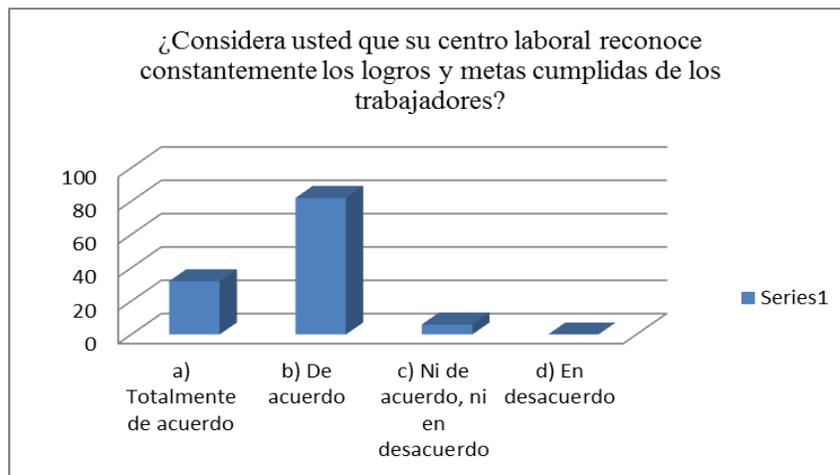
14. ¿Podría afirmar que su centro laboral reconoce constantemente los logros y metas cumplidas de los trabajadores?

Valid	120
Missing	0

14. ¿Considera usted que su centro laboral reconoce constantemente los logros y metas cumplidas de los trabajadores?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	VALID PORNCET	PORCENTAJE ACUMULATIVO
a) Totalmente de acuerdo	32	27	27	27
b) De acuerdo	82	67	67	94
c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	6	6	6	100
d) En desacuerdo	0	0	0	100
TOTAL	120	100	100	

GRAFICO N°14



Interpretación: según la información determinada en la tabla y en gráfico N°14 se percibe que del 100% de los encuestados, el 67% respondieron estar de acuerdo que reconocen en su centro laboral constantemente los logros y metas cumplidas de los trabajadores, el 27% menciono estar totalmente de acuerdo y el 6% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

TABLA N°15

15. ¿Practica la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. coherentes acciones de Responsabilidad Social, según su plan de trabajo?

Valid	120
Missing	0

15. ¿Considera usted que la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. da coherentes acciones de Responsabilidad Social, según su plan de trabajo?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	VALID PORNCET	PORCENTAJE ACUMULATIVO
a) Totalmente de acuerdo	43	36	36	36
b) De acuerdo	65	54	54	90
c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	12	10	10	100
d) En desacuerdo	0	0	0	100
TOTAL	120	100	100	

GRAFICO N°15



Interpretación: según la información determinada en la tabla y en gráfico N°15 se percibe que del 100% de los encuestados, el 54% respondieron estar de acuerdo que Clínica practica para el Trabajador coherentes acciones de Responsabilidad Social, según su plan de trabajo, el 36% menciona estar totalmente de acuerdo y el 10% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

TABLA N°16

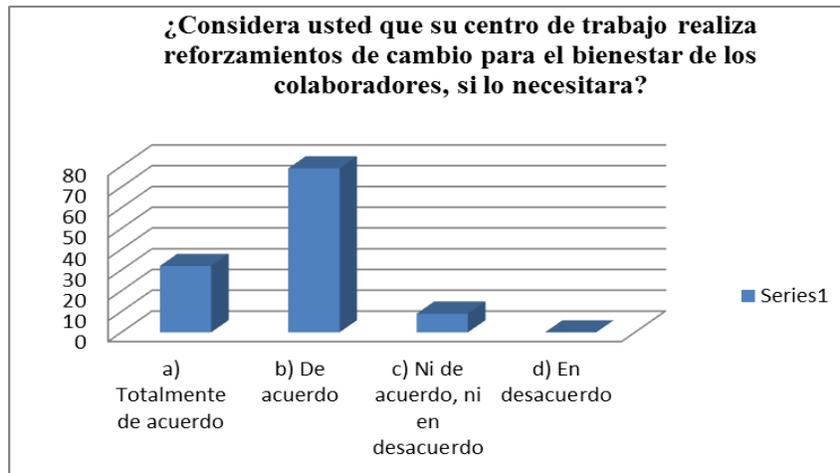
16. ¿Considera usted que su centro de trabajo realiza reforzamientos de cambio para el bienestar de los colaboradores, si lo necesitara?

Valid	120
Missing	0

16. ¿Considera usted que su centro de trabajo realiza reforzamientos de cambio para el bienestar de los colaboradores, si lo necesitara?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULATIVO
a) Totalmente de acuerdo	32	26	26	26
b) De acuerdo	79	65	65	91
c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	9	9	9	100
d) En desacuerdo	0	0	0	100
TOTAL	120	100	100	

GRAFICO N°16



Interpretación: según la información determinada en la tabla y en gráfico N°16 se percibe que del 100% de los encuestados, el 65% respondieron estar de acuerdo que su centro de trabajo realiza reforzamientos de cambio para el bienestar de los colaboradores, el 26% menciono estar totalmente de acuerdo y el 9% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

TABLA N°17

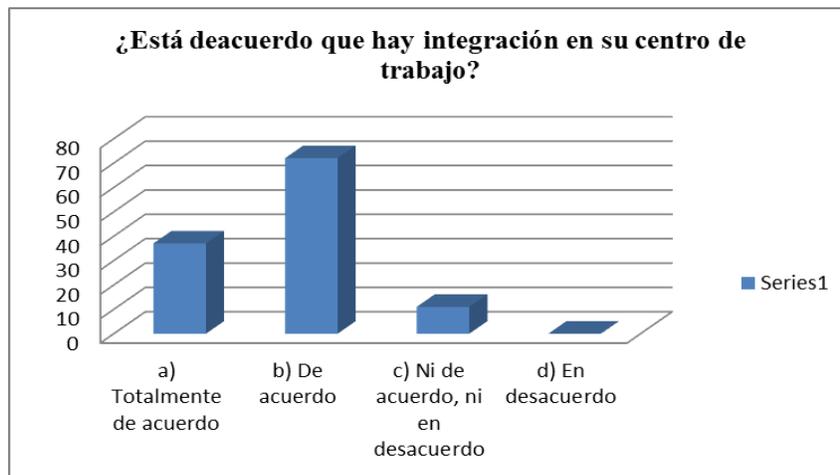
17. ¿Hay integración en su centro de trabajo?

Valid	120
Missing	0

17. ¿Está de acuerdo que hay integración en su centro de trabajo?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULATIVO
a) Totalmente de acuerdo	37	30	30	30
b) De acuerdo	72	61	61	91
c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	11	9	9	100
d) En desacuerdo	0	0	0	100
TOTAL	120	100	100	

GRAFICO N°17



Interpretación: según la información determinada en la tabla y en gráfico N°17 se percibe que del 100% de los encuestados, el 61% respondieron estar de acuerdo que su centro hay integración de trabajo el 30% menciono estar totalmente de acuerdo y el 9% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

TABLA N°18

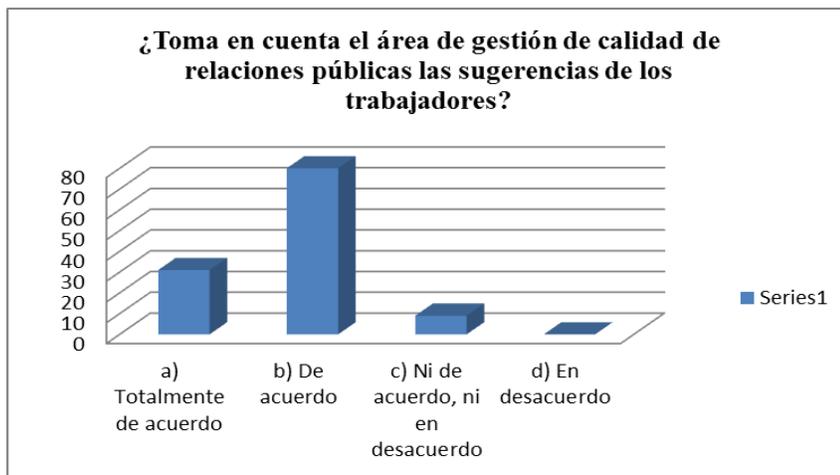
18. ¿Toma en cuenta el área de gestión de calidad de relaciones públicas las sugerencias de los trabajadores?

Valid	120
Missing	0

18. ¿Toma en cuenta el área de gestión de calidad de relaciones públicas las sugerencias de los trabajadores?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULATIVO
a) Totalmente de acuerdo	31	26	26	26
b) De acuerdo	80	67	67	93
c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	9	7	7	100
d) En desacuerdo	0	0	0	100
TOTAL	120	100	100	

GRAFICO N°18



Interpretación: según la información determinada en la tabla y en gráfico N°18 se percibe que del 100% de los encuestados, el 67% respondieron estar de acuerdo que se toman en cuenta el área de gestión de calidad de relaciones públicas las sugerencias de los trabajadores el 26% menciono estar totalmente de acuerdo y el 7% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

TABLA N°19

19. ¿Considera usted que el buen clima organizacional influye en el desenvolvimiento de sus funciones?

Valid	120
Missing	0

19. ¿Considera usted que el buen clima organizacional influye en el desenvolvimiento de sus funciones?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULATIVO
a) Totalmente de acuerdo	39	33	33	33
b) De acuerdo	73	60	60	93
c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	8	7	7	100
d) En desacuerdo	0	0	0	100
TOTAL	120	100	100	

GRAFICO N°19



Interpretación: según la información determinada en la tabla y en gráfico N°18 se percibe que del 100% de los encuestados, el 60% respondieron estar de acuerdo que el buen clima organizacional influye en el desenvolvimiento de sus funciones, el 33% menciono estar totalmente de acuerdo y el 7% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

TABLA N°20

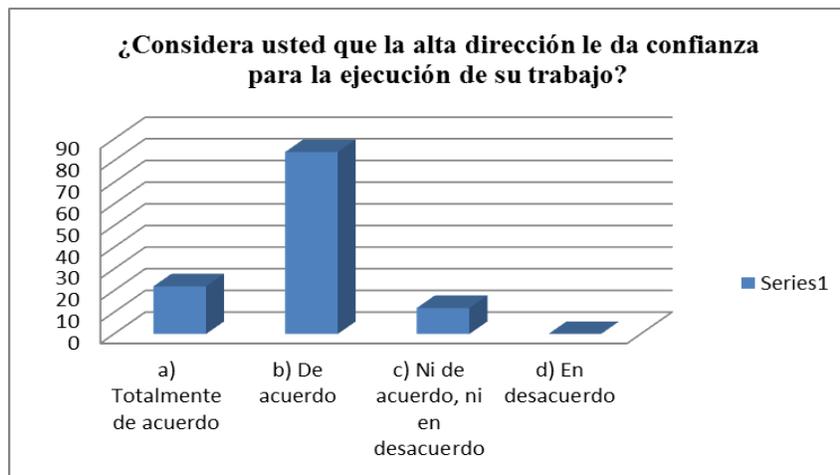
20. ¿Podría afirmar usted que la alta dirección le da confianza para la ejecución de su trabajo?

Valid	120
Missing	0

20. ¿Considera usted que la alta dirección le da confianza para la ejecución de su trabajo?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULATIVO
a) Totalmente de acuerdo	22	19	19	19
b) De acuerdo	84	71	71	90
c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	12	10	10	100
d) En desacuerdo	0	0	0	100
TOTAL	120	100	100	

GRAFICO N°20



Interpretación: según la información determinada en la tabla y en gráfico N°20 se percibe que del 100% de los encuestados, el 71% respondieron estar de acuerdo que la alta dirección le da confianza para la ejecución de su trabajo, el 19% menciono estar totalmente de acuerdo y el 10% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

TABLA N°21

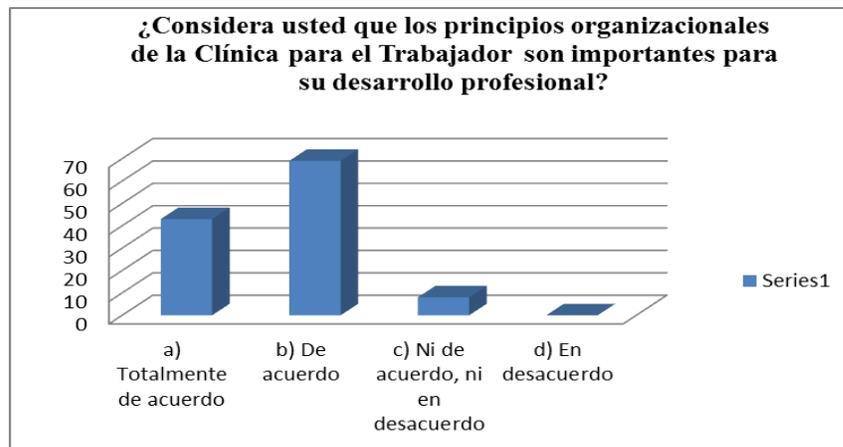
21. ¿Considera usted que los principios organizacionales de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. son importantes para su desarrollo profesional?

Valid	120
Missing	0

21. ¿Considera usted que los principios organizacionales de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. son importantes para su desarrollo profesional?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO
a) Totalmente de acuerdo	43	37	37
b) De acuerdo	69	58	58
c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	8	5	5
d) En desacuerdo	0	0	0
TOTAL	120	100	100

GRAFICO N°21



Interpretación: según la información determinada en la tabla y en gráfico N°21 se percibe que del 100% de los encuestados, el 58% respondieron estar de acuerdo que los principios organizacionales de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. son importantes para su desarrollo profesional, el 37% menciona estar totalmente de acuerdo y el 5% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

TABLA N°22

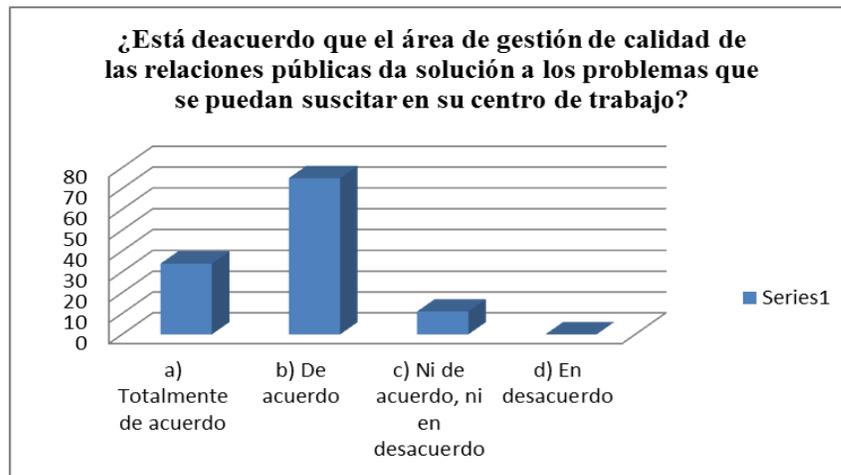
22. ¿Podría afirmar que contar con un área de gestión de calidad de las relaciones públicas da solución a los problemas que se puedan suscitar en su centro de trabajo?

Valid	120
Missing	0

22. ¿Considera que el área de gestión de calidad de las relaciones públicas da solución a los problemas que se puedan suscitar en su centro de trabajo?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULATIVO
a) Totalmente de acuerdo	34	29	29	29
b) De acuerdo	75	64	64	93
c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	11	7	7	100
d) En desacuerdo	0	0	0	100
TOTAL	120	100	100	

GRAFICO N °22



Interpretación: según la información determinada en la tabla y en gráfico N°20 se percibe que del 100% de los encuestados, el 64% respondieron estar de acuerdo que contar con un área de gestión de calidad de las relaciones públicas da solución a los problemas que se puedan suscitar en su centro de trabajo, el 29% menciona estar totalmente de acuerdo y el 7% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

TABLA N°23

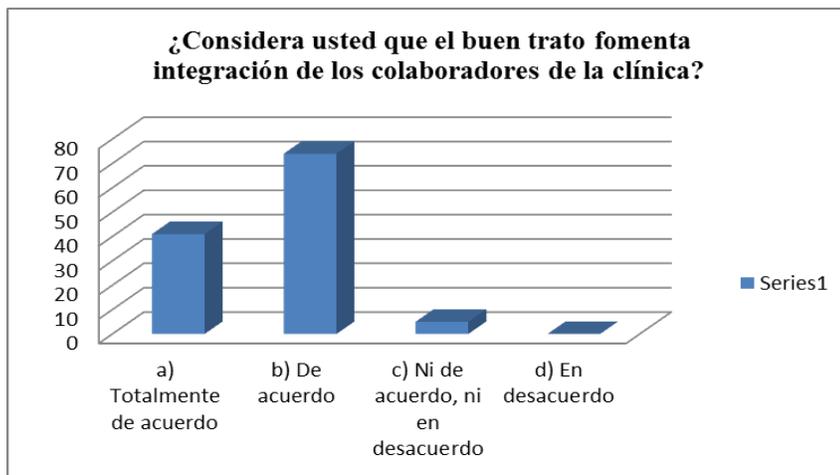
23. ¿Considera usted que el buen trato fomenta integración de los colaboradores de la clínica?

Valid	120
Missing	0

23. ¿Considera usted que el buen trato fomenta integración de los colaboradores de la clínica?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULATIVO
a) Totalmente de acuerdo	41	36	36	36
b) De acuerdo	74	61	61	97
c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	5	3	3	100
d) En desacuerdo	0	0	0	100
TOTAL	120	100	100	

GRAFICO N °23



Interpretación: según la información determinada en la tabla y en gráfico N°23 se percibe que del 100% de los encuestados, el 61% respondieron estar de acuerdo que el buen trato fomenta integración de los colaboradores de la clínica, el 36% menciono estar totalmente de acuerdo y el 3% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

TABLA N°24

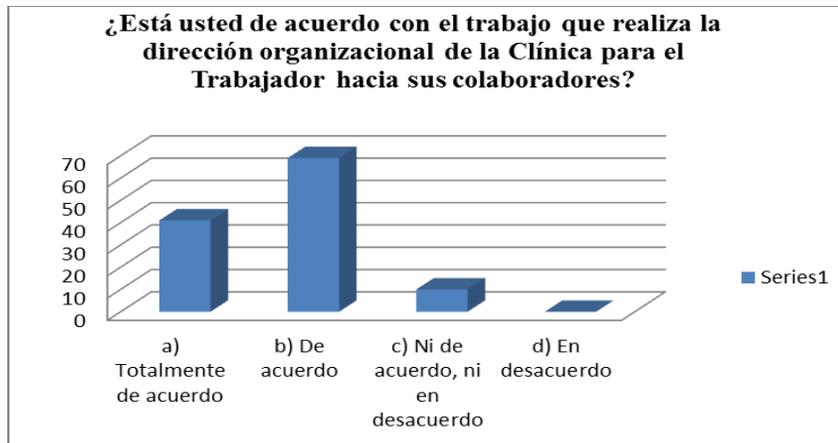
24. ¿Está usted de acuerdo con el trabajo que realiza la dirección organizacional de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. hacia sus colaboradores?

Valid	120
Missing	0

24. ¿Está usted de acuerdo con el trabajo que realiza la dirección organizacional de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. hacia sus colaboradores?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULATIVO
a) Totalmente de acuerdo	41	34	34	34
b) De acuerdo	69	58	58	92
c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	10	8	8	100
d) En desacuerdo	0	0	0	100
TOTAL	120	100	100	

GRAFICO N °24



Interpretación: según la información determinada en la tabla y en gráfico N°24 se percibe que del 100% de los encuestados, el 58% respondieron estar de acuerdo con el trabajo que realiza la dirección organizacional de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. hacia sus colaboradores, el 34% menciono estar totalmente de acuerdo y el 8% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

TABLA N°25

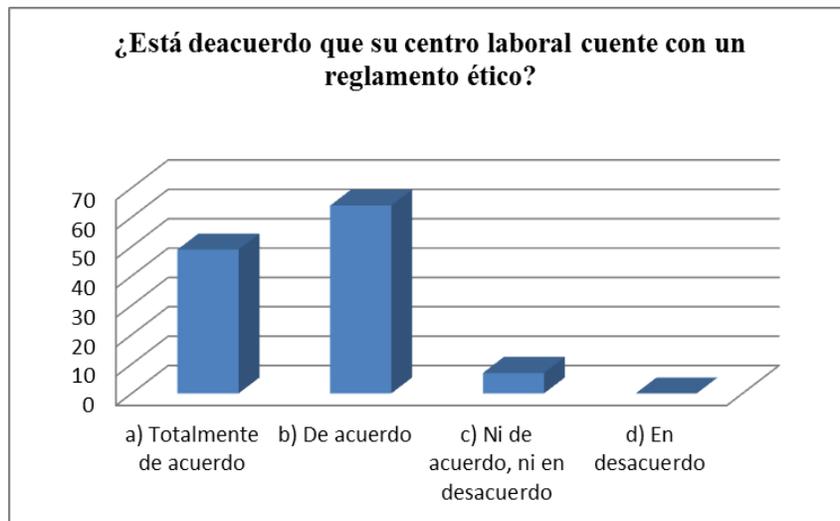
25. ¿Cumple la organización con lo dispuesto en el reglamento ético?

Valid	120
Missing	0

25. ¿Está de acuerdo que su centro laboral cuente con un reglamento ético?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULATIVO
a) Totalmente de acuerdo	49	40	40	40
b) De acuerdo	64	54	54	94
c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	7	6	6	100
d) En desacuerdo	0	0	0	100
TOTAL	120	100	100	

GRAFICO N °25



Interpretación: según la información determinada en la tabla y en gráfico N°25 se percibe que del 100% de los encuestados, el 54% respondieron estar de acuerdo que la clínica cumple con la organización con lo dispuesto en el reglamento ético, el 40% menciono estar totalmente de acuerdo y el 6% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.

TABLA N°26

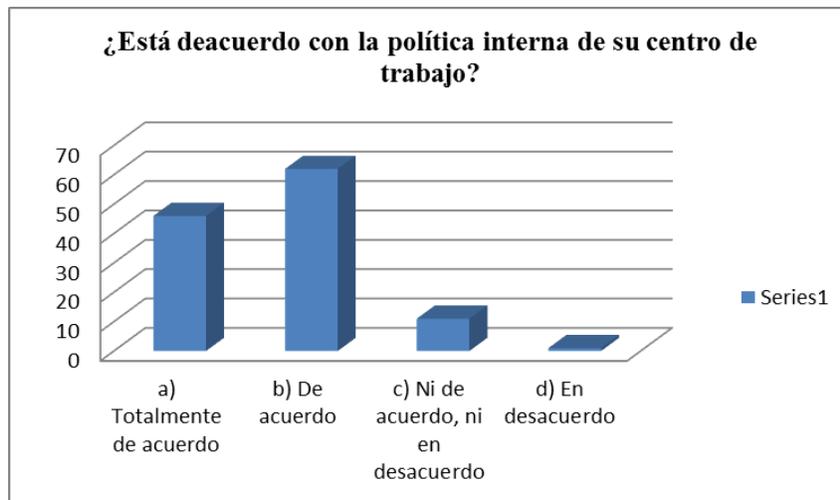
26. ¿Existen políticas internas por igual en su centro de trabajo?

Valid	120
Missing	0

26. ¿Existen políticas internas por igual en su centro de trabajo?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULATIVO
a) Totalmente de acuerdo	46	38	38	38
b) De acuerdo	62	52	52	90
c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	11	9	9	99
d) En desacuerdo	1	1	1	100
TOTAL	120	100	100	

GRAFICO N °26



Interpretación: según la información determinada en la tabla y en gráfico N°26 se percibe que del 100% de los encuestados, el 52% respondieron estar de acuerdo que existen políticas internas por igual en su centro de trabajo, el 38% menciono estar totalmente de acuerdo , el 9% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo y el 1% en desacuerdo.

TABLA N°27

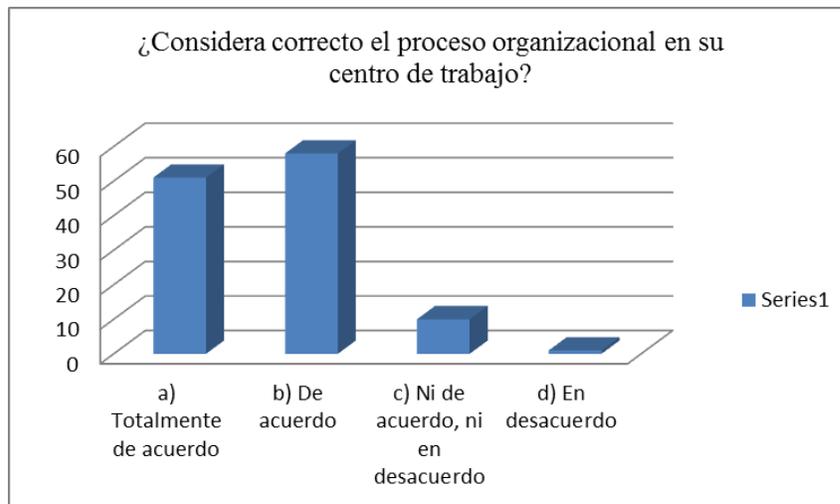
27. ¿Considera correcto el proceso organizacional en su centro de trabajo?

Valid	120
Missing	0

27. ¿Considera correcto el proceso organizacional en su centro de trabajo?

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULATIVO
a) Totalmente de acuerdo	51	41	41	41
b) De acuerdo	58	49	49	90
c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	10	9	9	99
d) En desacuerdo	1	1	1	100
TOTAL	120	100	100	

GRAFICO N °27



Interpretación: según la información determinada en la tabla y en gráfico N°27 se percibe que del 100% de los encuestados, el 49% respondieron estar de acuerdo con el proceso organizacional en su centro de trabajo, el 41% menciono estar totalmente de acuerdo, el 9% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo y el 1% en desacuerdo.

TABLA N°28

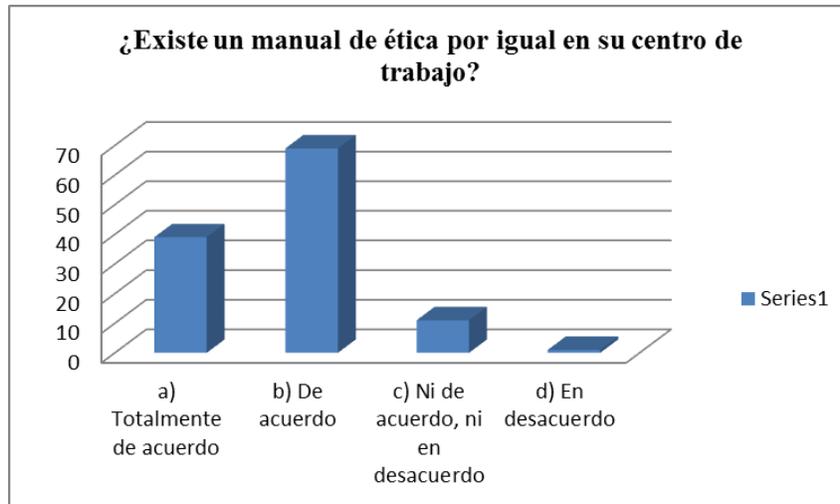
28. ¿Existe un manual de ética por igual en su centro de trabajo?

Valid	120
Missing	0

28. ¿Existe un manual de ética por igual en su centro de trabajo

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE	PORCENTAJE VALIDO	PORCENTAJE ACUMULATIVO
a) Totalmente de acuerdo	39	33	33	33
b) De acuerdo	69	57	57	90
c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	11	9	9	99
d) En desacuerdo	1	1	1	100
TOTAL	120	100	100	

GRAFICO N °28



Interpretación: según la información determinada en la tabla y en gráfico N°28 se percibe que del 100% de los encuestados, el 57% respondieron estar de acuerdo que existe un manual de ética por igual en su centro de trabajo, el 33% menciono estar totalmente de acuerdo, el 9% Ni de acuerdo, ni en desacuerdo y el y el 1% en desacuerdo.

5.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

5.2.1. HIPÓTESIS PRINCIPAL

H₀: La Gestión de calidad de las relaciones públicas no influye en el clima ORGANIZACIONAL de los colaboradores de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C., Cercado de Arequipa, año 2016.

H₁: La Gestión de calidad de las relaciones públicas influye en el clima ORGANIZACIONAL de los colaboradores de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C., Cercado de Arequipa, año 2016.

El método estadístico para comprobar las hipótesis es chi – cuadrado (x²) por ser una prueba que permitió medir aspecto cualitativos de las respuestas que se obtuvieron del cuestionario, midiendo las variables de la hipótesis en estudio.

El valor de Chi cuadrada se calcula a través de la formula siguiente:

$$X^2 = \frac{\sum (O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Dónde:

X² = Chi cuadrado

O_i = Frecuencia observada (respuesta obtenidas del instrumento)

E_i = Frecuencia esperada (respuestas que se esperaban)

El criterio para la comprobación de la hipótesis se define así:

Si el X^2_c es mayor que el X^2_t se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, en caso contrario que X^2_t fuese mayor que X^2_c se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	176,573 ^a	4	,000
Razón de verosimilitudes	136,084	4	,000
Asociación lineal por lineal	84,487	1	,000
N de casos válidos	120		

a. 4 casillas (44,4%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.

La frecuencia mínima esperada es ,60.

Para la validación de la hipótesis requerimos contrastarla frente al valor del X^2_t (chi cuadrado teórico), considerando un nivel de confiabilidad del 95% 4 grados de libertad; teniendo:

Que el valor del X^2_t con 4 grados de libertad y un nivel de confiabilidad del 95% es de 9.488

Discusión: Como el valor del X^2_c es mayor al X^2_t ($176.573 > 9.488$) entonces rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna; concluyendo:

Que efectivamente: La Gestión de calidad de las relaciones públicas influye en el clima ORGANIZACIONAL de los colaboradores de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C., Cercado de Arequipa, año 2016.

5.2.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICA

5.2.2.1 HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1:

Correlación de la primera hipótesis específica

H₀: La ACTITUD no se relaciona con la IMAGEN CORPORATIVA de los colaboradores de Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C.

H₁: La ACTITUD se relaciona con la IMAGEN CORPORATIVA de los colaboradores de Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	170,135 ^a	4	,000
Razón de verosimilitudes	122,849	4	,000
Asociación lineal por lineal	84,336	1	,000
N de casos válidos	120		

a. 5 casillas (55,6%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,10.

Para la validación de la hipótesis requerimos contrastarla frente al valor del X²t (chi cuadrado teórico), considerando un nivel de confiabilidad del 95% 4 grados de libertad; teniendo:

Que el valor del X²t con 4 grados de libertad y un nivel de confiabilidad del 95% es de 9.488

Discusión: Como el valor del X^2_c es mayor al X^2_t ($170.135 > 9.488$) entonces rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna; concluyendo:

Que efectivamente: La ACTITUD se relaciona con la IMAGEN CORPORATIVA de los colaboradores de Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C.

5.2.2.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2:

Correlación de la segunda hipótesis específica

H₀: La COMUNICACIÓN no se relaciona con la RETROALIMENTACIÓN en el público interno de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. Daniel Alcides Carrión S.A.C. en el año 2016.

H₁: La COMUNICACIÓN se relaciona con la RETROALIMENTACIÓN en el público interno de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. Daniel Alcides Carrión S.A.C. en el año 2016.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	147,949 ^a	4	,000
Razón de verosimilitudes	107,856	4	,000
Asociación lineal por lineal	65,285	1	,000
N de casos válidos	120		

a. 4 casillas (44,4%) tienen una frecuencia esperada inferior a

5. La frecuencia mínima esperada es ,75.

Para la validación de la hipótesis requerimos contrastarla frente al valor del X^2_t (chi cuadrado teórico), considerando un nivel de confiabilidad del 95% 4 grados de libertad; teniendo:

Que el valor del X^2_t con 4 grados de libertad y un nivel de confiabilidad del 95% es de 9.488

Discusión: Como el valor del X^2_c es mayor al X^2_t ($147.949.135 > 9.488$) entonces rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna; concluyendo:

Que efectivamente: La COMUNICACIÓN se relaciona con la RETROALIMENTACIÓN en el público interno de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. Daniel Alcides Carrión S.A.C. en el año 2016.

5.2.2.3 HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3:

Correlación de la tercera hipótesis específica

H_0 : La METODOLOGÍA DE LAS 8D no se relaciona con la SATISFACCIÓN de los colaboradores de Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C.

H_1 : La METODOLOGÍA DE LAS 8D se relaciona con la SATISFACCIÓN de los colaboradores de Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	89,659 ^a	2	,000
Razón de verosimilitudes	108,543	2	,000
Asociación lineal por lineal	74,159	1	,000
N de casos válidos	120		

a. 1 casillas (16,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 4,13.

Para la validación de la hipótesis requerimos contrastarla frente al valor del X^2_t (chi cuadrado teórico), considerando un nivel de confiabilidad del 95% 2 grados de libertad; teniendo:

Que el valor del X^2_t con 2 grados de libertad y un nivel de confiabilidad del 95% es de 5.991

Discusión: Como el valor del X^2_c es mayor al X^2_t ($89.659 > 5.991$) entonces rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna; concluyendo:

Que efectivamente: La METODOLOGÍA DE LAS 8D se relaciona con la SATISFACCIÓN de los colaboradores de Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C.

5.2.2.4 HIPÓTESIS ESPECÍFICA 4:

Correlación de la cuarta hipótesis específica

H₀: El SIX SIGMA no se relaciona con el LIDERAZGO del público interno de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C.

H₁: El SIX SIGMA se relaciona con el LIDERAZGO del público interno de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	190,879 ^a	4	,000
Razón de verosimilitudes	149,396	4	,000
Asociación lineal por lineal	94,692	1	,000
N de casos válidos	120		

a. 3 casillas (33,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,30.

Para la validación de la hipótesis requerimos contrastarla frente al valor del X^2_t (chi cuadrado teórico), considerando un nivel de confiabilidad del 95% 4 grados de libertad; teniendo:

Que el valor del X^2_t con 4 grados de libertad y un nivel de confiabilidad del 95% es de 9.488

Discusión: Como el valor del X^2_c es mayor al X^2_t ($190.879 > 9.488$) entonces rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna; concluyendo:

Que efectivamente: El SIX SIGMA se relaciona con el LIDERAZGO del público interno de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C.

5.2.2.5 HIPÓTESIS ESPECÍFICA 5:

Correlación de la quinta hipótesis específica

H₀: El SATISFACTOR no se relaciona con la GESTIÓN ÉTICA de los colaboradores de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C.

H₁: El SATISFACTOR se relaciona con la GESTIÓN ÉTICA de los colaboradores de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	219,077 ^a	6	,000
Razón de verosimilitudes	187,958	6	,000
Asociación lineal por lineal	110,765	1	,000
N de casos válidos	120		

a. 8 casillas (66,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,07.

Para la validación de la hipótesis requerimos contrastarla frente al valor del X²t (chi cuadrado teórico), considerando un nivel de confiabilidad del 95% 6 grados de libertad; teniendo:

Que el valor del X^2_t con 4 grados de libertad y un nivel de confiabilidad del 95% es de 12.592

Discusión: Como el valor del X^2_c es mayor al X^2_t ($219.077 > 12.592$) entonces rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna; concluyendo:

Que efectivamente:

El SATISFACTOR se relaciona con la GESTIÓN ÉTICA de los colaboradores de la Clínica para el Trabajador DAC S.A.C.

ANEXO - DISTRIBUCION CHI²

g	p										
	0.001	0.025	0.05	0.1	0.25	0.5	0.75	0.9	0.95	0.975	0.999
1	10.827	5.024	3.841	2.706	1.323	0.455	0.102	0.016	0.004	0.001	0
2	13.815	7.378	5.991	4.605	2.773	1.386	0.575	0.211	0.103	0.051	0.002
3	16.266	9.348	7.815	6.251	4.108	2.366	1.213	0.584	0.352	0.216	0.024
4	18.466	11.143	9.488	7.779	5.385	3.357	1.923	1.064	0.711	0.484	0.091
5	20.515	12.832	11.07	9.236	6.626	4.351	2.675	1.61	1.145	0.831	0.21
6	22.457	14.449	12.592	10.645	7.841	5.348	3.455	2.204	1.635	1.237	0.381
7	24.321	16.013	14.067	12.017	9.037	6.346	4.255	2.833	2.167	1.69	0.599
8	26.124	17.535	15.507	13.362	10.219	7.344	5.071	3.49	2.733	2.18	0.857
9	27.877	19.023	16.919	14.684	11.389	8.343	5.899	4.168	3.325	2.7	1.152
10	29.588	20.483	18.307	15.987	12.549	9.342	6.737	4.865	3.94	3.247	1.479
11	31.264	21.92	19.675	17.275	13.701	10.341	7.584	5.578	4.575	3.816	1.834
12	32.909	23.337	21.026	18.549	14.845	11.34	8.438	6.304	5.226	4.404	2.214
13	34.527	24.736	22.362	19.812	15.984	12.34	9.299	7.041	5.892	5.009	2.617
14	36.124	26.119	23.685	21.064	17.117	13.339	10.165	7.79	6.571	5.629	3.041
15	37.698	27.488	24.996	22.307	18.245	14.339	11.037	8.547	7.261	6.262	3.483
16	39.252	28.845	26.296	23.542	19.369	15.338	11.912	9.312	7.962	6.908	3.942
17	40.791	30.191	27.587	24.769	20.489	16.338	12.792	10.085	8.672	7.564	4.416
18	42.312	31.526	28.869	25.989	21.605	17.338	13.675	10.865	9.39	8.231	4.905
19	43.819	32.852	30.144	27.204	22.718	18.338	14.562	11.651	10.117	8.907	5.407
20	45.314	34.17	31.41	28.412	23.828	19.337	15.452	12.443	10.851	9.591	5.921
21	46.796	35.479	32.671	29.615	24.935	20.337	16.344	13.24	11.591	10.283	6.447
22	48.268	36.781	33.924	30.813	26.039	21.337	17.24	14.041	12.338	10.982	6.983
23	49.728	38.076	35.172	32.007	27.141	22.337	18.137	14.848	13.091	11.689	7.529
24	51.179	39.364	36.415	33.196	28.241	23.337	19.037	15.659	13.848	12.401	8.085
25	52.619	40.646	37.652	34.382	29.339	24.337	19.939	16.473	14.611	13.12	8.649
26	54.051	41.923	38.885	35.563	30.435	25.336	20.843	17.292	15.379	13.844	9.222
27	55.475	43.195	40.113	36.741	31.528	26.336	21.749	18.114	16.151	14.573	9.803
28	56.892	44.461	41.337	37.916	32.62	27.336	22.657	18.939	16.928	15.308	10.391
29	58.301	45.722	42.557	39.087	33.711	28.336	23.567	19.768	17.708	16.047	10.986
30	59.702	46.979	43.773	40.256	34.8	29.336	24.478	20.599	18.493	16.791	11.588
35	66.619	53.203	49.802	46.059	40.223	34.336	29.054	24.797	22.465	20.569	14.688
40	73.403	59.342	55.758	51.805	45.616	39.335	33.66	29.051	26.509	24.433	17.917
45	80.078	65.41	61.656	57.505	50.985	44.335	38.291	33.35	30.612	28.366	21.251
50	86.66	71.42	67.505	63.167	56.334	49.335	42.942	37.689	34.764	32.357	24.674
55	93.167	77.38	73.311	68.796	61.665	54.335	47.61	42.06	38.958	36.398	28.173
60	99.608	83.298	79.082	74.397	66.981	59.335	52.294	46.459	43.188	40.482	31.738
65	105.988	89.177	84.821	79.973	72.285	64.335	56.99	50.883	47.45	44.603	35.362
70	112.317	95.023	90.531	85.527	77.577	69.334	61.698	55.329	51.739	48.758	39.036
75	118.599	100.839	96.217	91.061	82.858	74.334	66.417	59.795	56.054	52.942	42.757
80	124.839	106.629	101.879	96.578	88.13	79.334	71.145	64.278	60.391	57.153	46.52
85	131.043	112.393	107.522	102.079	93.394	84.334	75.881	68.777	64.749	61.389	50.32
90	137.208	118.136	113.145	107.565	98.65	89.334	80.625	73.291	69.126	65.647	54.156
95	143.343	123.858	118.752	113.038	103.899	94.334	85.376	77.818	73.52	69.925	58.022
100	149.449	129.561	124.342	118.498	109.141	99.334	90.133	82.358	77.929	74.222	61.918

Fuente: Internet

CAPÍTULO VI

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Se confirmó la hipótesis general donde la aplicación de la Gestión de Calidad de las Relaciones Públicas influye significativamente en el Clima organizacional de los colaboradores de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C., año 2016,asimismo se comprobaron las hipótesis específicas 1 donde la Actitud se relaciona con la Imagen Corporativa, la hipótesis 2 la Comunicación se relaciona con la Retroalimentación, la hipótesis 3 la Metodología de las 8D se relaciona con la Satisfacción, la hipótesis 4 el Six sigma se relaciona con el Liderazgo y por último la hipótesis 5 el Satisfactor se relaciona con las Gestión Ética.

Según los datos obtenidos mediante los procesamientos estadísticos, se percibe que la muestra encuestada eligió la opción, de acuerdo, como la respuesta más frecuente con respecto de la Gestión de Calidad de las Relaciones Públicas, con un porcentaje de 60%. Esto demuestra que los encuestados afirman que la empresa es Responsable. Respecto del Clima Organizacional. La opción, de acuerdo, también fue la respuesta más frecuente con un 65%.

Las hipótesis planteadas estadísticamente, tanto para la hipótesis de investigación principal así como para la hipótesis específica han sido rechazadas, según las frecuencias observadas y esperadas de los datos estadísticos de independencia.

Estos resultados han confirmado la hipótesis de trabajo o investigación, las cuales han sido planteadas de acuerdo a los respectivos problemas y objetivos de investigación.

CONCLUSIONES

En esta investigación con respecto a la Gestión de Calidad de las Relaciones Públicas y el Clima Organizacional en los colaboradores de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. Cercado de Arequipa, año 2016, entre ellas tenemos a las siguientes:

Primera: Se ha determinado que la ACTITUD se relaciona con la IMAGEN CORPORATIVA de los colaboradores de Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C.

Efectivamente se han propuesto algunos métodos y técnicas de las relaciones públicas, los cuales se encontraron en diversos libros, textos que ayudaron a comprobar que funciona y cuya información es fuente que sirvieron para justificar la actuación de esta actividad.

Segunda: La COMUNICACIÓN se relaciona con la RETROALIMENTACIÓN en el público interno de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. Daniel Alcides Carrión S.A.C. en el año 2016.

Se manifestó que se necesita una planificación de trabajo con los públicos internos y externos de una organización con un constante análisis de sus diferentes perfiles para poder lograr una comunicación amena y sobre todo haya un soporte para los mensajes que se difundan.

Tercera: La METODOLOGÍA DE LAS 8D se relaciona con la SATISFACCIÓN de los colaboradores de Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C.

Este modelo hipotético tiene como prioridad tratar de recabar toda información en el cual sea vinculado con la relación del entorno, los públicos implicados, la comunicación para poder brindarles lo mejor y se logre una satisfacción a través de una metodología.

Cuarta: El SIX SIGMA se relaciona con el LIDERAZGO del público interno de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C.

Se aplicó el modelo propuesto para detectar y exponer todos los puntos débiles del modelo para así lograr una mayor aceptación entre la organización y sus públicos.

Quinta: El SATISFACTOR se relaciona con la GESTIÓN ÉTICA de los colaboradores de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C

Estos conceptos se basan en la calidad que hay en el servicio entre una organización y sus públicos, un buen entendimiento y sobretodo la satisfacción que hay entre ambas partes para que se mantenga el lazo.

RECOMENDACIONES

Es importante que todas las organizaciones tomen conciencia sobre la gestión de calidad y clima organizacional de sus colaboradores, para lo cual implementen su Sistema Integrado de Gestión en sus diversas áreas, lo cual les permita trabajar de una manera ordenada en donde todos los trabajadores participen para el bienestar de la organización ya que esto genera un buen clima organizacional, principios, valores de responsabilidad y sobre todo mejora la calidad de vida del público interno y externo, lo que origina una buena imagen, competitividad, entre otros.

Se recomienda aplicar técnicas de comunicación internas, para que los trabajadores se identifiquen con la empresa, y así lograr una imagen positiva, asimismo se sugiere elaborar y entregar un manual de la visión de la empresa para que los trabajadores conozcan y tengan el mismo objetivo, entregarles sus procedimientos de trabajo, el reglamento interno de la empresa, el reglamento de seguridad y su manual de funciones, dándoles su inducción inmediata antes de comenzar su trabajo.

Es muy importante seguir estos pasos ya que un buen plan de comunicación y gestión de calidad logra un buen clima organizacional entre sus colaboradores y promueve la identificación, buena relación y trabajo en equipo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AIGNEREN M. Técnicas de medición por medio de escales. Universidad Antioquia. Colombia 2008.

ANGULO, Y. Ética y valores. Editorial Santillana. Perú. 2008

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA PARA LA CALIDAD. 8D el método eficaz para la mejora continua. España 2007.

BORT A. Merchandising. Edita ESIC, España 2004.

CAMISÓN C., CRUZ S., GONZÁLEZ T. Gestión de la calidad. Madrid: Pearson Prentice Hall. España 2006.

CARRETÓN C. Las relaciones públicas en la gestión de la comunicación interna. Edita AIRP, España Educación S.A., Madrid 2009.

CASTILLO A. Introducción a las relaciones públicas. Editor: Instituto de investigación en relaciones públicas (IIRP), España 2010.

CHIAVENATO, I. Introducción general de la Administración de empresas. México, Ediciones Mc Graw Hill 1981.

COSTA, J. La imagen de la empresa, métodos de comunicación integral. Europea de Ediciones. Madrid 1977.

COVEY, S. Los siete hábitos de la gente altamente efectiva. Reimpresión en México, Paidós 2009.

ELIZALDE, A. Desarrollo Humano y ética de la sostenibilidad, España 2005.

ESPINOZA, M. Líderes del Tercer Milenio. Editorial EDIAS, Lima 1999.

FERNANDEZ T., LOPEZ M. , SAAVEDRA. “La Gestión Ética en las Medianas Empresas”, Madrid 2014.

FONSECA M. Comunicación oral y escrita. Editorial Pearson Educación 2011.

GARCÍA, Jesús. La Comunicación Interna. Ediciones Díaz de Santos. Madrid 1993.

GUILLÉN M. Ética en las organizaciones. Editorial ALHAMBRA . México 2005.

HERRANZ J. La gestión de la comunicación como elemento generador de transparencia en las organizaciones no lucrativas. CIRIEC. España 2007.

HERRERA R.. y FONTALVO T. Seis Sigma Métodos Estadísticos y sus aplicaciones. Editor: Bogotá Corporación para la Gestión del Conocimiento Asesores del 2000 2011.

HOFSTADT C. El libro de las habilidades de comunicación. Ediciones Díaz de Santos .S.A. España 2005.

HUERTAS, J. Motivación, querer aprender. Aique grupo editor S.A. Argentina 1997.

HUNT, H.K. A 10 . Based on expectations but normatively a 3.6371. En Day, R.L. y HUNT, H.K. (eds.), Proceedings of the 7th Annual Conference on Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behaviour (pp.130-131). Knoxville: University of Tennessee 1982.

J. M. Sanceledonio. 8D: El método eficaz para la mejora continua. CYAN editorial. Madrid 2009.

JAMES, R. EVANS, WILLIAM M. LINDAY. Administración y control de la calidad: Servicio al cliente. (pág. 49). México: Cosegraf editorial 2004.

JURAN J.M. & CRYNA F.M. Análisis y Planeación de la Calidad. Editorial McGraw-Hill, México 2005.

LEURIDAN J. El sentido de las dimensiones éticas de la vida. USMP, Perú 2016.

LUSSIER, R. Liderazgo. Cengage Learning Editores S.A. México 2011.

MARTINEZ - Tur, V., PEIRÓ, J.M; y RAMOS, J. Calidad de servicio y satisfacción del cliente: una perspectiva psicosocial. Madrid: Síntesis 2001.

OWENS R.. Liderazgo y dirección de personas. Editorial Harvard Business Publishing 1986.

PERRY Z. Coaching en el trabajo. Editorial S.A. Mowgraw-hill. España 2002.

RIVERO, A. E. Implantación del Sistema de Gestión de Calidad. Norma ISO 9001:2015. (pág.11). Confemetal editorial 2016.

RUBIO P. Introducción a la gestión empresarial. Edita Instituto europeo de gestión empresarial. Madrid 2008.

SOLANO F. Fundamentos de las Relaciones Públicas, Síntesis 1996.

TEJADA, J. A. Organización de la producción industrial:Un enfoque de gestion operativa en Fabrica. Madrid: ESIC editorial 2016.

TIGANI, D. Excelencia en servicio. Edita Liderazgo 21. Argentina 2006.

VAN RIEL, C. Comunicación corporativa. Madrid: Prentice Hall 1997.

VILLAFANE, J. Imagen positiva. Gestión estratégica de la imagen de las empresas. Pirámide. Madrid 1993.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

(s.f.). Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Satisfactor>

6 Sigma, Lean y Kaizen. (16 de Junio de 2010). Recuperado el 5 de Enero de 2017, de <http://www.caletec.com/blog/tag/metodologia-dmaic/page/6/>

Ancón, N. N. (27 de Abril de 2017). Estructura de Una Empresa. Recuperado el 15 de Julio de 2017, de <http://lomejorparatusempresas.blogspot.pe/2017/04/gestion-de-calidad.html>

Capriotti, P. (2008). Planificación estratégica de la imagen corporativa. Barcelona: Ariel S.A.

GALÁN M. Metodología de la investigación. Colombia 2013. <https://prezi.com/fm-fdlbzigug/metodologia-de-la-investigacion/>

Halay, I. K. (21 de Setiembre de 2016). Recuperado el 15 de Marzo de 2017, de <http://negociosymanagement.com.ar/?p=8652>

Hernandez, J. E. (2011). Elementos de un Sistema de Gestion de Calidad basado en las Normas ISO 9001:2008. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos88/elementos-sistema-gestion-calidad-basado-normas-iso-9001-2008/elementos-sistema-gestion-calidad-basado-normas-iso-9001-2008.shtml>

<http://ctcalidad.blogspot.pe/2016/04/8d-ocho-disciplinas-para-la-resolucion.html>

<https://es.slideshare.net/gpedrotti/clase-6-organizacion-de-eventos>

Lean, P. (2011). 8D, MÉTODO PARA LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS. Obtenido de <http://www.progressalean.com/8d-metodo-para-la-resolucion-de-problemas/>

Lindsay, J. R. (2011). Administración y control de la calidad. México: Cosegraf.

Manuel García, Carlos Quispe y Luis Ráez. (2001). Obtenido de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/indata/v04_n1/sistema.htm

Portales, R. (2012). Introducción de la Gestión de Calidad. Obtenido de <http://gestiondelacalidad-senati.blogspot.pe/2012/02/introduccion-la-gestion-de-la-calidad.html>.

Sejzer, R. 2016. 8D: Ocho disciplinas para la resolución de problemas

Solutions, L. (2017). 8D, Ocho Disciplinas. Obtenido de <http://www.leansolutions.co/conceptos/8d/>

Thompson, I. (2006). La satisfacción del cliente. Obtenido de http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/pos/MD/MM/AM/03/Satisfaccion_del_Cliente.pdf

Vásquez, R. O. (18 de Diciembre de 2015). Tipos de Liderazgo Según David Fischman, opiniones y análisis del Manual de Liderazgo para directivos. Recuperado el 5 de Enero de 2017, de https://issuu.com/ricardoortizvasquez/docs/tipos_de_liderazgo_seg__n_david_fis_b25cab7bd4732f

Vizcarra, M. (28 de Agosto de 2011). Recuperado el 21 de Marzo de 2017, de <http://desref.com/metodologia-8d-con-plantilla-excel-y-diagrama-de-flujo/>

Zeus y Skiffington (2000). Herramientas de Coaching. <http://www.jesusarcas.com/01d6f794210bf430b/01d6f7948008cd701/01d6f7948008e3207/>

REFERENCIAS HEMEROGRÁFICAS

HERRANZ J. (2007). La gestión de la comunicación como elemento generador de transparencia en las organizaciones no lucrativas. CIRIEC - España.

PEDROTTI G. (2014). Relaciones Públicas Internas. Revista INGLOMAYOR, Edición 3 Febrero - Argentina.

http://www.inglomayor.cl/v3/pdf_edicion/edicion3.pdf

REFERENCIAS DE TESIS

Aracil Bernardo (2015) en su investigación “Gestión estratégica de la reputación Eje central de la gestión empresarial”, Madrid

Bobadilla Terán (2015), Las relaciones públicas y la gestión de la comunicación en el instituto del mar del Perú – IMARPE. Tesis Maestría. Perú: Universidad de San Martín de Porres.

Cardona H. (2012), en su investigación “Gestión de la Comunicación Interna Organizacional en la Optimización del Clima Laboral y Resolución de Conflictos”, Ecuador.

Cuenca (2010), El análisis de la calidad de las relaciones en el ámbito de las relaciones públicas. Tesis doctorado. España: Universitat Ramon Llull.

Luperdi Cárdenas (2017), Influencia de la Responsabilidad Social Empresarial en la Imagen Corporativa – Servicio de Expendio de Comidas – La posada del mirador – en sus principales públicos externos, distrito de Barranco, año 2017. Tesis Maestría. Perú: Universidad de San Martín de Porres.

Mariño Esquivel, en su tesis de maestría “Mejoramiento de la calidad del servicio mediante la implementación de un sistema de gestión de calidad en la empresa míster dent del distrito de Trujillo – La libertad, 2014.

Méndez Gómez y Avella Acuña (2009), en su investigación “Diseño del Sistema de Gestión de la Calidad basado en los requisitos de la Norma ISO 9001:2008 para la empresa DICOMTELSA”, Bogotá.

Tinoco Mujica (2017), Gestión de las Relaciones públicas e identidad empresarial en los colaboradores de la Clínica Internacional, Cercado de Lima, año 2016. Tesis Maestría. Perú: Universidad de San Martín de Porres.

Valdez (204), Función relacional, comunicacional y sinérgica de las organizaciones públicas y privadas del Perú. Tesis de doctorado. Perú: Universidad San Martín de Porres.

Vidal Pérez, en su tesis “Implantación de un sistema de gestión de calidad en una empresa de servicio de lavandería”, Lima, 2004.

Ysla (2015), La Responsabilidad Social (Norma ISO 206000: 2010) CON LA GESTIÓN DEL PROGRAMA “Loayza sin fronteras” en las regiones de Ayacucho y Pasco durante el año 2012. Tesis Maestría. Perú: Universidad de San Martín de Porres.

ANEXOS

ENCUESTA

El presente cuestionario tiene como objetivo identificar cómo la gestión de calidad de las relaciones públicas influye en el clima organizacional de los colaboradores de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC S.A.C., en el distrito del Cercado en Arequipa, año 2016.

A continuación se les presenta una serie de preguntas, de ellas seleccionen las respuestas que consideren correctas y se ajusten a la realidad.

Lea atentamente cada ítem y responda con sinceridad, marcando con una X. Recuerde que es una encuesta anónima.

GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

CULTURA EMPRESARIAL

¿Está de acuerdo con la Cultura Empresarial que la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. desempeña hacia sus colaboradores?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo

EFICIENCIA

¿Usted está de acuerdo con la eficiencia de trabajo de la Alta dirección?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo

FIDELIDAD

¿Piensa que su institución fortalece la Fidelidad de su personal?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo

COMUNICACIÓN EXTERNA

¿Está de acuerdo con los medios de comunicación que utiliza la gestión de calidad de las relaciones públicas para comunicarse con los trabajadores y clientes?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo

ENTENDIMIENTO MUTUO

¿Considera que el área de gestión de calidad de las relaciones públicas le da la debida importancia al entendimiento mutuo entre la alta dirección y los trabajadores?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo

COMUNICACIÓN INTERNA

¿Le da la debida importancia el área de Gestión de Calidad de las relaciones públicas a la comunicación interna entre sus colaboradores?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

d) En desacuerdo

CONVERSACIÓN ABIERTA

¿Considera que la alta dirección toma en cuenta las sugerencias en una conversación abierta de sus trabajadores?

a) Totalmente de acuerdo

b) De acuerdo

c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

d) En desacuerdo

ATENCIÓN EFICAZ

¿Considera que el área de gestión de calidad de las relaciones públicas le da importancia a la atención eficaz de las quejas, consultas y/o reclamos de sus colaboradores?

a) Totalmente de acuerdo

b) De acuerdo

c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

d) En desacuerdo

MEJORA CONTINUA

¿Considera usted que la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. está trabajando para una mejora continua?

a) Totalmente de acuerdo

b) De acuerdo

c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

d) En desacuerdo

CONDUCTA Y PROCESO

¿Podría afirmar que su centro de trabajo evalúa constantemente la conducta y proceso para una mejora continua?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo

CONFIANZA

¿Podría afirmar que su centro laboral genera confianza en sus colaboradores?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo

EVALUACIÓN DE MEJORAMIENTO DE CALIDAD DE SERVICIO

¿Se hace una evaluación continua de mejoramiento de calidad de servicio en su centro de trabajo?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo

CLIMA ORGANIZACIONAL

VALORES

¿Considera usted que los valores de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. DAC son tomados en cuenta por sus colaboradores?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo

RECONOCIMIENTOS

¿Podría afirmar que su centro laboral reconoce constantemente los logros y metas cumplidas de los trabajadores?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo

RESPONSABILIDAD SOCIAL

¿Practica la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. coherentes acciones de Responsabilidad Social, según su plan de trabajo?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo

REFORZAMIENTO DE CAMBIO

¿Considera usted que su centro de trabajo realiza reforzamientos de cambio para el bienestar de los colaboradores, si lo necesitara?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo

INTEGRACIÓN

¿Hay integración en su centro de trabajo?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo

c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

d) En desacuerdo

FEEDBACK

¿Toma en cuenta el área de gestión de calidad de relaciones públicas las sugerencias de los trabajadores?

a) Totalmente de acuerdo

b) De acuerdo

c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

d) En desacuerdo

INFLUENCIA

¿Considera usted que el buen clima organizacional influye en el desenvolvimiento de sus funciones?

a) Totalmente de acuerdo

b) De acuerdo

c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

d) En desacuerdo

CONFIANZA

¿Podría afirmar usted que la alta dirección le da confianza para la ejecución de su trabajo?

a) Totalmente de acuerdo

b) De acuerdo

c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

d) En desacuerdo

PRINCIPIOS

¿Considera usted que los principios organizacionales de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. son importantes para su desarrollo profesional?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo

SOLUCIÓN DE PROBLEMAS

¿Podría afirmar que contar con un área de gestión de calidad de las relaciones públicas da solución a los problemas que se puedan suscitar en su centro de trabajo?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo

INTEGRACIÓN

¿Considera usted que el buen trato fomenta integración de los colaboradores de la clínica?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo

DIRECCIÓN ORGANIZACIONAL

¿Está usted de acuerdo con el trabajo que realiza la dirección organizacional de la Clínica para el Trabajador Daniel Alcides Carrión S.A.C. hacia sus colaboradores?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo

REGLAMENTO INTERNO

¿Cumple la organización con lo dispuesto en el reglamento ético?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo

POLÍTICA INTERNA

¿Existen políticas internas por igual en su centro de trabajo?

- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo

PROCESO ORGANIZACIONAL

¿Considera correcto el proceso organizacional en su centro de trabajo?

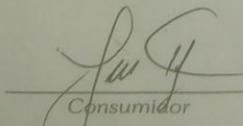
- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo

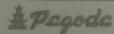
MANUAL DE ÉTICA

¿Existe un manual de ética por igual en su centro de trabajo

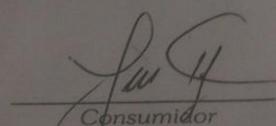
- a) Totalmente de acuerdo
- b) De acuerdo
- c) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo
- d) En desacuerdo

Gracias por su colaboración

LIBRO DE RECLAMACIONES				Hoja de Reclamaciones	
Fecha:	Día	Mes	Año	N° 002	
Nombre de la Persona Natural ó Razón Social de la Persona Jurídica					
1.- Identificación del (a) Consumidor(a) Reclamante					
Nombre: <u>MIS ALBERTO COSSIO TAPIA</u>			DNI / CE / ID / RUC: <u>/</u>		
Domicilio: <u>CALLE ALCANTORES # 126</u>			Ciudad / Localidad: <u>LA MERCEZ</u>		
Distrito: <u>CHANCHAMAYO</u>		Departamento: <u>JUNIN</u>		País: <u>PERU</u>	
Estado: <u>SOLTERO</u>		Telf.: <u>94/854009</u>		E-mail: <u>FKA COSSIO@HOTMAIL.COM</u>	
Para el caso de menores de edad:					
Padre / Madre o Tutor				DNI	
Domicilio:				Ciudad / Localidad:	
Distrito:		Telf.:		E-mail:	
2.- Identificación del bien contratado					
Producto Descripción		<u>EXAMEN MEDICO</u>			
Servicio Descripción		<u>EXAMEN MEDICO OCUPACIONAL</u>			
Lugar, Fecha y Hora de la Ocurrencia: <u>BAREQUIPA 31 DE MAYO DEL 2016</u>					
Condiciones de la Relación de Consumo Crédito/ Contado Pagado Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>					
3.- Detalle de la Reclamación Reclamo (1) Queja (2)					
<p><u>2- QUE ESTANDO EN CALIDAD DE TURISTA Y APROVECHANDO EL LUGAR PARA REALIZAR MIS EXAMENES MEDICOS OCUPACIONAL PARA UN TRABAJO EN MI TIERRA. HASTIENDO SALIDO OBSERVANDO FU EL EXAMEN DE AUDIOMETRIA Y TENIENDO QUE RETORNARME A CHANCHAMAYO. SE ME NIEGA EL CERTIFICADO COMO APTO CON RESTRICCIONES O NO APTO. DETANDOLO PENDIENTE</u></p>					
Del Proveedor: Nombre ó Razón Social:					
RUC N°: <u>20600507371</u>		Dirección: <u>CALLE JOSE GOMEZ N° 67 URB. PABLO V I</u>			
Teléfono: <u>054 - 281819</u>		E-mail:			
4.- Acciones Adoptadas por el proveedor					
Detalle: <u>ME NIEGA EL CERTIFICADO DONDE DICE QUE ESTOY APTO CON RESTRICCIONES O NO APTO Y COLO ME PONE COMO APTO EN PENDIENTE ADUCIENDO QUE DEBO DE PRESENTAR UN PERFIL DE PUESTO DE TRABAJO, COSA QUE NO TENGO YA QUE EL EXAMEN LO SOLICITO A TITULO PERSONAL PARA TRABAJAR EN CUALQUIER EMPRESA.</u>					
 Consumidor			Proveedor (Opcional)		
<small>(1) Reclamo: Disconformidad relacionada a los productos o servicios.</small>			<small>(2) Queja: Disconformidad no relacionada a los productos ó servicios; ó malestar ó descontento respecto a la atención al público.</small>		



Base Legal Ley 29571-DS 011-2011-PCM

LIBRO DE RECLAMACIONES				Hoja de Reclamaciones	
Fecha:	Día	Mes	Año	N° 002	
Nombre de la Persona Natural ó Razón Social de la Persona Jurídica					
1.- Identificación del (a) Consumidor(a) Reclamante					
Nombre: <u>LUIS ALBERTO COSSIO TAPIA</u>			DNI / CE / ID / RUC: <u>1</u>		
Domicilio: <u>CALLE ALCANTORES # 126</u>			Ciudad / Localidad: <u>LA MERCED</u>		
Distrito: <u>CHANCHAMAYO</u>		Departamento: <u>JUNIN</u>		País: <u>PERU</u>	
Estado: <u>SOLTERO</u>		Telf.: <u>941854009</u>		E-mail: <u>PKACOSSIO@hotmail.com</u>	
Para el caso de menores de edad.					
Padre / Madre o Tutor				DNI	
Domicilio:				Ciudad / Localidad:	
Distrito:		Telf.:		E-mail:	
2.- Identificación del bien contratado					
Producto Descripción		<u>EXAMEN MEDICO</u>			
Servicio Descripción		<u>EXAMEN MEDICO OCUPACIONAL</u>			
Lugar, Fecha y Hora de la Ocurrencia: <u>BAREQUIPA 31 DE MAYO DEL 2016</u>					
Condiciones de la Relación de Consumo				Crédito/ Contado Pagado	
				Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	
3.- Detalle de la Reclamación			Reclamo (1)		Queja (2)
<p>2- QUE ESTANDO EN CALIDAD DE TURISTA Y APROVECHANDO EL LUGAR PARA REALIZAR MIS EXAMENES MEDICOS OCUPACIONAL PARA UN TRABAJO EN MI TIERRA. HABIENDO SALIDO ORGANIZADO FU EL EXAMEN DE AUDIOMETRIA Y TENIENDO QUE RETORNARME A CHANCHAMAYO. SE ME NIEGA EL CERTIFICADO COMO APTO CON RESTRICCIONES O NO APTO. DEJANDOLO PENDIENTE</p>					
Del Proveedor: Nombre ó Razón Social:					
RUC N°: <u>20600507371</u>		Dirección: <u>CALLE JOSE GOMEZ N° 67 URB. PABLO V I</u>			
Teléfono: <u>054 - 281819</u>		E-mail:			
4.- Acciones Adoptadas por el proveedor					
Detalle: <u>ME NIEGA EL CERTIFICADO DONDE DIGA QUE ESTOY APTO CON RESTRICCIONES O NO APTO Y COMO NO PONE COMO APTO PENDIENTE ADUCIENDO QUE DEVO DE PRESENTAR UN PERFIL DE PUESTO DE TRABAJO. COSA QUE NO TENGO YA QUE EL EXAMEN LO SOLICITO A TITULO PERSONAL PARA TRABAJAR EN CUALQUIER EMPRESA.</u>					
 Consumidor				Proveedor (Opcional)	
(1) Reclamo: Disconformidad relacionada a los productos o servicios.				(2) Queja: Disconformidad no relacionada a los productos ó servicios; ó malestar ó descontento respecto a la atención al público.	

SERVICIO	Salud Ocupacional	OTROS.	Examen Ocupacional
CLIENTE	Finis Corvino Tequis	REALIZADO POR:	

SALUD		OTROS		S.O.	<input checked="" type="checkbox"/>
-------	--	-------	--	------	-------------------------------------

REGISTRO N°		FECHA DE INSPECCIÓN	
Producto Descripción		Examen Médico	
Servicio Descripción		Examen Médico Ocupacional	

DESCRIPCIÓN DE LA NO CONFORMIDAD

Negación de el Certificado como Apto con restricciones

CAUSAS DE LA NO CONFORMIDAD

No se le facilitó el certificado de aptitud.

RESOLUCIÓN

RESPONSABLE: Área de Admisión

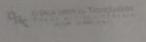
ACCIÓN CORRECTIVA/PREVENTIVA ASIGNADA (ID): Iván Paucón H.

FECHA DE CIERRE: 31/05/2016

RESPONSABLE DE CIERRE



FIRMA

	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN	CÓDIGO	F-CAL-008
	REGISTRO DE ACCIÓN CORRECTIVA Y PREVENTIVA	VERSIÓN	1
		APROBADO	26-07-2016
		PÁGINA	1 de 1

IDENTIFICACIÓN: *Atención al Cliente* FECHA: *31/05/2016*

ORIGEN DEL ANALISIS

Negación de el Certificado como Apto con restricciones

DESCRIPCIÓN DE LA CAUSA

No se le facilitó el certificado de aptitud.

ACCIÓN PROPUESTA

ACCIÓN CORRECTIVA ACCIÓN PREVENTIVA

Plazo para Implantar la Acción Propuesta:	Firma:
<i>Una semana</i>	
Responsable de su Implantación:	
<i>Iraón Paucos Huoroc.</i>	Coordinador SGL.
Plazo para el Cierre de la Acción:	

SEGUIMIENTO DE LA IMPLANTACIÓN

Fecha	Estado de la acción	Firma
<i>01/08/2016</i>	<i>Se tomaron medidas mediante capacitación, Charles de 5 minutos en Atención al Cliente.</i>	

CONCLUSIONES

El médico ocupacional hizo su descargo según la norma, no se le puede dar la aptitud sin tener un perfil para el puesto de trabajo.

Fecha de cierre:

3/06/2016

LIBRO DE RECLAMACIONES				Hoja de Reclamaciones	
Fecha:	Día	Mes	Año	N° 001	
Nombre de la Persona Natural ó Razón Social de la Persona Jurídica					
1- Identificación del (a) Consumidor(a) Reclamante					
Nombre: Roberto Merna Juva			DNI / CE / ID / RUC: 24885907		
Domicilio: Espinar			Ciudad / Localidad: Cusco		
Distrito: Yari		Departamento: Cusco		País: Per.	
Estado: S/Tro		Telf.: 759526978		E-mail:	
Para el caso de menores de edad.					
Padre / Madre o Tutor				DNI	
Domicilio:				Ciudad / Localidad:	
Distrito:		Telf.:		E-mail:	
2- Identificación del bien contratado					
Producto Descripción		Consulta de Cardiología			
Servicio Descripción		levantamiento de observación.			
Lugar, Fecha y Hora de la Ocurrencia: Arequipa 23/05/2016 / 10:00 am					
Condiciones de la Relación de Consumo Crédito/ Contado/Pagado Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>					
3- Detalle de la Reclamación Reclamo (1) / Queja (2)					
La consulta hora de cita fue para las 10:00 am, luego la recepcionista indica para 11:15 am, son más de las 12 Pm y hasta el momento no viene el doctor, como usuario nosotros tenemos que reclamar para que luego recién se comunican con el cardiólogo					
Del Proveedor: Nombre ó Razón Social: ZISA					
RUC N°:			Dirección:		
Teléfono:			E-mail:		
4- Acciones Adoptadas por el proveedor					
Detalle:					
Recién luego de 12 pm. la encargada de Administración se vuelve a comunicar con el doctor Cardiólogo hasta el momento son 12:10 pm no llega el doctor					
 Consumidor			Proveedor (Opcional)		
<small>(1) Reclamo: Disconformidad relacionada a los productos o servicios.</small>			<small>(2) Queja: Disconformidad no relacionada a los productos ó servicios, ó malestar ó descontento respecto a la atención al público.</small>		
Pagada		Base Legal Ley 29571-DS 011-2011-PCM			

SISTEMA INTEGRADO DE GESTION		CODIGO	F-CAL-008
REGISTRO DE ACCION CORRECTIVA Y PREVENTIVA		VERSION	1
		APROBADO	28-07-2015
		PAGINA	1 de 1

IDENTIFICACION: *Atención al Cliente* FECHA: *23/05/2016*

ORIGEN DEL ANALISIS

DESCRIPCION DE LA CAUSA
Tiempo de espera del cliente para su atención

DESCRIPCION DE LA CAUSA
Espera para la atención sin comunicar al cliente

ACCION PROPUESTA

ACCIÓN CORRECTIVA ACCIÓN PREVENTIVA

Plazo para Implantar la Acción Propuesta: *3 días* Firma: *Coordinador SGL*

Responsable de su Implantación: *José Ponce Huonca*

Plazo para el Cierre de la Acción:

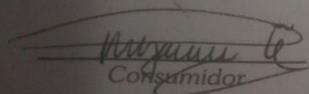
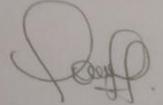
SEGUIMIENTO DE LA IMPLANTACION

Fecha	Estado de la acción	Firma
<i>1/08/2016</i>	<i>Se realizaron charlas diarias por una semana para Atención y Servicio.</i>	

CONCLUSIONES

El reclamo no procede porque se le explicó al paciente el tiempo de espera hasta que llegue al médico y el paciente aceptó.

Fecha de cierre: *23/05/2016*

LIBRO DE RECLAMACIONES			Hoja de Reclamaciones	
Fecha:	Día	Mes	Año	N°
	27	09	2016	003
Nombre de la Persona Natural ó Razón Social de la Persona Jurídica				
1.- Identificación del (a) Consumidor(a) Reclamante				
Nombre:	PATRICIA AURELIANO SAAVEDRA		DNI / CE / ID / RUC:	29404345
Domicilio:	Urb. Las Rosales D-18		Ciudad / Localidad:	Arequipa
Distrito:	Casa Grande	Departamento:	Arequipa	
Estado:	casado	Telf.:	959602999	E-mail:
Para el caso de menores de edad.				
Padre / Madre o Tutor				DNI
Domicilio:				Ciudad / Localidad:
Distrito:		Telf.:	E-mail:	
2.- Identificación del bien contratado				
Producto Descripción	EXAMEN			
Servicio Descripción	EXAMEN MEDICO OCUPACIONAL			
Lugar, Fecha y Hora de la Ocurrencia: 27/09/16 8:10 AM				
Condiciones de la Relación de Consumo Crédito/ Contado Pagado Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>				
3.- Detalle de la Reclamación Reclamo (1) Queja <input checked="" type="checkbox"/>				
LA RECLAMANTE DE LA SENA CINTHIA DAVIDA DEJO MUERDO QUE DESEA POR SU BUENA EDUCACION CON LOS CHEFES.				
Del Proveedor: Nombre ó Razón Social: TRANSPORTES Y GAS ORELLANA S.R.L.				
RUC N°:	2049318114	Dirección: CALVARIO 1301 VINAFLORAS		
Teléfono:	234972	E-mail: TRANSPORTESYCALOR@YAHOO.COM		
4.- Acciones Adoptadas por el proveedor				
Detalle:				
 Consumidor			 Proveedor (Opcional)	
<small>(1) Reclamo: Disconformidad relacionada a los productos o servicios. (2) Queja: Disconformidad no relacionada a los productos ó servicios; ó malestar ó descontento respecto a la atención al público.</small>				

SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN INFORME DE SERVICIOS NO CONFORMES	CODIGO	F-CAL-007
	VERSION	1
	APROBADO	26-07-2016
	PAGINA	1 de 1

SERVICIO	H.O	OTROS.	
CLIENTE		REALIZADO POR:	JULIAN CHOCUE

SALUD		OTROS		S.O.	<input checked="" type="checkbox"/>
-------	--	-------	--	------	-------------------------------------

REGISTRO N°	FECHA DE INSPECCIÓN
Producto Descripción	ATENCIÓN DE CASA - EXAMEN
Servicio Descripción	EXAMEN M.O.

DESCRIPCIÓN DE LA NO CONFORMIDAD
 LA ATENCIÓN DE LA SEÑORITA CYNTHIA DÁVILA DEJA
 SU DESGAR POR MALA EDUCACIÓN.

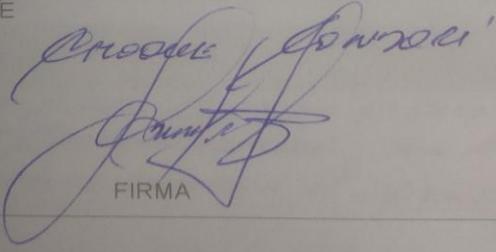
CAUSAS DE LA NO CONFORMIDAD
 ATENCIÓN CASA.

RESOLUCIÓN
 SE HIZO LLAMADA DE ATENCIÓN VERBAL A SRITA
 CYNTHIA DAVILA DE ALCARDO EL RT. 7E CPT. DDC
 RESPONSABLE: CYNTHIA DÁVILA

ACCIÓN CORRECTIVA/PREVENTIVA ASIGNADA (ID): JULIA CHOCUE C.

FECHA DE CIERRE: 24 / 09 / 2016

RESPONSABLE DE CIERRE

Sup. Juliana Chocue Gonzalez

 FIRMA



CUESTIONARIO DE CALIDAD

Objetivo: Medir la satisfacción de nuestros clientes	Doc. Ref. 1	P-CAL-007 Garantía del servicio	Código	F-CAL-005
Responsable: Cynthia Tarrero Quinteros	Versión: 1		Fecha de aprobación:	26/07/2016

CLIENTE/EMPRESA MLG/CCSE/ISRL	FECHA 22-11-2016	Actividad y Nombre del responsable de la actividad JOSÉ MANUEL MÁLAGA LÓPEZ	Ciudad/Departamento RECURSOS HUMANOS
----------------------------------	---------------------	--	---

CUESTIONARIO DE SEGUIMIENTO POST VENTA-SERVICIO

Estimado cliente:
 Este es un pequeño cuestionario que tiene como objetivo el recibir su opinión para poder servirlo mejor.
 La escala considera 1 (uno) como el valor mínimo o negativo mientras 5 (cinco) como el valor máximo o positivo.
 Marcar con (X) en el recuadro del número. Dispone libertad para escribir una breve recomendación - oportunidad de mejora en la parte inferior.

MUY MALO	2	MALO	3	REGULAR	4	BUENO	5	MUY BUENO
----------	---	------	---	---------	---	-------	---	-----------

PREGUNTAS :

1.- ¿Cómo calificaría el servicio generado por nuestra empresa?	2	3	4	5
2.- ¿Ha percibido actos o condiciones sub-estándar provenientes de nuestros servicios?	2	3	4	5
3.- ¿Considera que nuestros profesionales, operadores, equipos y servicios en general cumplen con la calidad que necesita su empresa?	2	3	4	5
4.- ¿Considera que nuestra empresa busca destacar y mejorar continuamente en nuestro servicio?	2	3	4	5
En general, calificaría el servicio como:	2	3	4	5

RECOMENDACIONES - OPORTUNIDAD DE MEJORA

BRINDAR MEJOR INFORMACIÓN A LOS EVALUADOS SOBRE OBSERVACIONES.

Gracias por su colaboración.

Para cualquier duda o consulta diríjase al email: relacionespublicas_dac@gmail.com

MLG/CCSE/ISRL
 CONSULTORA Y CONSTRUCCION
 SERVICIOS GENERALES S.R.L.

José Manuel Málaga López
 SUB GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS

FIRMA Y SELLO CLIENTE

CUESTIONARIO DE CALIDAD

Objetivo: Medir la satisfacción de nuestros clientes	Doc. Ref. :	P-CAL-007 Garantía del servicio	Código	F-CAL-005
Responsable: Cynthia Terreros Quinteros	Versión:	1	Fecha de aprobación:	26/07/2016

CLIENTE EMPRESA	FECHA	Apellidos y Nombre del responsable de llenar el presente cuestionario	Unidad/Departamento
Taruana de Vigilancia y Protección S.A.	26/12/16	Paola Silva Talavera	Recursos Humanos

CUESTIONARIO DE SEGUIMIENTO POST VENTA-SERVICIO

Estimado cliente:
 El presente es un pequeño cuestionario que tiene como objetivo el recibir su opinión para poder servirlo mejor.
 Escala considera 1 (uno) como el valor mínimo o negativo mientras 5 (cinco) como el valor máximo o positivo.
 Marcar con (X) en el recuadro del número. Dispone libertad para escribir una breve recomendación – oportunidad de mejora en la parte inferior.

MUY MALO	2	MALO	3	REGULAR	4	BUENO	5	MUY BUENO
----------	---	------	---	---------	---	-------	---	-----------

PREGUNTAS :

1.- ¿Cómo calificaría el servicio generado por nuestra empresa?	1	2	3	4	5
2.- ¿Ha percibido actos o condiciones sub-estándar provenientes de nuestros servicios?	1	2	3	4	5
3.- ¿Considera que nuestros profesionales, operadores, equipos y servicios en general cumplen con la calidad que necesita su empresa?	1	2	3	4	5
4.- ¿Considera que nuestra empresa busca destacar y mejorar continuamente en nuestro servicio?	1	2	3	4	5
En general, calificaría el servicio como: <i>B</i>	1	2	3	4	5

RECOMENDACIONES - OPORTUNIDAD DE MEJORA

- Dar a conocer la aptitud on el tiempo establecido (Aptitud médica).
 - Tener un mayor control de las programaciones de Exámenes médicos, ya que han habido veces en las que se envía al personal no está en su relación, pes haber enviado el correo correspondiente.

Gracias por su colaboración.
 Para cualquier duda o consulta dirijase al email: relacionespublicas.dac@gmail.com


 Taruana de Vigilancia y Protección S.A.
Paola Silva Talavera
 PAOLA SILVA TALAVERA
 Recursos Humanos
 Jefe

FIRMA Y SELLO CLIENTE

CUESTIONARIO DE CALIDAD

Objetivo: Medir la satisfacción de nuestros clientes	Doc. Ref.:	P-CAL-007 Garantía del servicio	Código	F-CAL-005
Responsable: Cynthia Terreros Quinteros	Versión:	1	Fecha de aprobación:	26/07/2016

CLIENTE/EMPRESA:	FECHA:	Apellidos y Nombre del responsable de llenar el presente cuestionario:	Unidad/Departamento:
TRANSPORTES KALA	15-11-16	HITO CONDORI MARIOS LESVARO	Adm. Operaciones

CUESTIONARIO DE SEGUIMIENTO POST VENTA-SERVICIO

Estimado cliente:
 El presente es un pequeño cuestionario que tiene como objetivo el recibir su opinión para poder servirlo mejor. La escala considera 1 (uno) como el valor mínimo o negativo mientras 5 (cinco) como el valor máximo o positivo. Marcar con (X) en el recuadro del número. Dispone libertad para escribir una breve recomendación – oportunidad de mejora en la parte inferior.

MUY MALO	2	MALO	3	REGULAR	4	BUENO	5	MUY BUENO
----------	---	------	---	---------	---	-------	---	-----------

PREGUNTAS :

1.- ¿Cómo calificaría el servicio generado por nuestra empresa?	1	2	3	X	5
2.- ¿Ha percibido actos o condiciones sub-estándar provenientes de nuestros servicios?	1	2	3	X	5
3.- ¿Considera que nuestros profesionales, operadores, equipos y servicios en general cumplen con la calidad que necesita su empresa?	1	2	3	X	5
4.- ¿Considera que nuestra empresa busca destacar y mejorar continuamente en nuestro servicio?	1	2	3	X	5
En general, calificaría el servicio como:	1	2	3	X	5

RECOMENDACIONES - OPORTUNIDAD DE MEJORA

Homologarse para la Maresa Las Bambas

Gracias por su colaboración.

Para cualquier duda o consulta dirijase al email: relacionespublicas.dac@gmail.com

TRANSPORTES KALA S.A.C.
 Martos Hitu Condori
 ADMINISTRADOR DE OPERACIONES

FIRMA Y SELLO CLIENTE

CUESTIONARIO DE CALIDAD

Objetivo: Medir la satisfacción de nuestros clientes	Doc. Ref. :	P-CAL-007 Garantía del servicio	Código	F-CAL-005
Responsable: Cynthia Terreros Quinteros	Versión:	1	Fecha de aprobación:	26/07/2016

CLIENTE / EMPRESA	FECHA	Apellidos y Nombre del responsable de llenar el presente cuestionario	Ciudad / Departamento
AGZ Transportes SAC	23-11-16	Javier Ueta Rojas	Asist. Administrativo

CUESTIONARIO DE SEGUIMIENTO POST VENTA-SERVICIO

Estimado cliente:

Este es un pequeño cuestionario que tiene como objetivo el recibir su opinión para poder servirlo mejor. La escala considera 1 (uno) como el valor mínimo o negativo mientras 5 (cinco) como el valor máximo o positivo. Marcar con (X) en el recuadro del número. Dispone libertad para escribir una breve recomendación - oportunidad de mejora en la parte inferior.

MUY MALO	<input type="checkbox"/>	2	MALO	<input type="checkbox"/>	3	REGULAR	<input type="checkbox"/>	4	BUENO	<input checked="" type="checkbox"/>	5	MUY BUENO	<input type="checkbox"/>
----------	--------------------------	---	------	--------------------------	---	---------	--------------------------	---	-------	-------------------------------------	---	-----------	--------------------------

PREGUNTAS :

1.- ¿Cómo calificaría el servicio generado por nuestra empresa?	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input checked="" type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5
2.- ¿Ha percibido actos o condiciones sub-estándar provenientes de nuestros servicios?	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input checked="" type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5
3.- ¿Considera que nuestros profesionales, operadores, equipos y servicios en general cumplen con la calidad que necesita su empresa?	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input checked="" type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5
4.- ¿Considera que nuestra empresa busca destacar y mejorar continuamente en nuestro servicio?	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input checked="" type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5
En general, calificaría el servicio como:	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input checked="" type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5

RECOMENDACIONES - OPORTUNIDAD DE MEJORA

Gracias por su colaboración.

Para cualquier duda o consulta diríjase al email: relacionespublicas.dac@gmail.com


AGZ TRANSPORTES S.A.S.

FIRMA Y SELLO CLIENTE

CUESTIONARIO DE CALIDAD

Objetivo: Medir la satisfacción de nuestros clientes	Doc. Ref.:	P-CAL-007 Garantía del servicio	Código	F-CAL-005
Responsable: Cynthia Terreros Quinteros	Versión:	1	Fecha de aprobación:	26/07/2016

CLIENTE/EMPRESA	FECHA	Apellidos y Nombre del responsable de llenar el presente cuestionario	Unidad/Departamento
DIMERA SAC	23/11/2016		AQP

CUESTIONARIO DE SEGUIMIENTO POST VENTA-SERVICIO

Estimado cliente:

El presente es un pequeño cuestionario que tiene como objetivo el recibir su opinión para poder servirlo mejor. La escala considera 1 (uno) como el valor mínimo o negativo mientras 5 (cinco) como el valor máximo o positivo.

Marcar con (X) en el recuadro del número. Dispone libertad para escribir una breve recomendación – oportunidad de mejora en la parte inferior.

1	MUY MALO	2	MALO	3	REGULAR	4	BUENO	5	MUY BUENO
---	----------	---	------	---	---------	---	-------	---	-----------

PREGUNTAS :

1.- ¿Cómo calificaría el servicio generado por nuestra empresa?	1	2	3	4	5
2.- ¿Ha percibido actos o condiciones sub-estándar provenientes de nuestros servicios?	1	2	3	4	5
3.- ¿Considera que nuestros profesionales, operadores, equipos y servicios en general cumplen con la calidad que necesita su empresa?	1	2	3	4	5
4.- ¿Considera que nuestra empresa busca destacar y mejorar continuamente en nuestro servicio?	1	2	3	4	5
En general, calificaría el servicio como:	1	2	3	4	5

RECOMENDACIONES - OPORTUNIDAD DE MEJORA

Coordinación adecuada en cuanto a la atención por parte de admisión.

Gracias por su colaboración.

Para cualquier duda o consulta dirijase al email: relacionespublicas.dac@gmail.com

DIMERA S.A.C.
[Firma]
Ernesto Myrick Cornejo
GERENTE

FIRMA Y SELLO CLIENTE

CUESTIONARIO DE CALIDAD

Objetivo: Medir la satisfacción de nuestros clientes	Doc. Ref.:	P-CAL-007 Garantía del servicio	Código	F-CAL-005
Responsable: Cynthia Terreros Quinteros	Versión:	1	Fecha de aprobación:	26/07/2016

CLIENTE/EMPRESA	FECHA	Apellidos y Nombre del responsable de llenar el presente cuestionario	Ciudad/Departamento
Perfecnica Peru SA	22/11/16	Cueva Orbegoso Abel	RR-HH

CUESTIONARIO DE SEGUIMIENTO POST VENTA-SERVICIO

Estimado cliente:
 Este presente es un pequeño cuestionario que tiene como objetivo el recibir su opinión para poder servirlo mejor. La escala considera 1 (uno) como el valor mínimo o negativo mientras 5 (cinco) como el valor máximo o positivo. Marcar con (X) en el recuadro del número. Dispone libertad para escribir una breve recomendación - oportunidad de mejora en la parte inferior.

MUY MALO	2	MALO	3	REGULAR	<input checked="" type="checkbox"/>	BUENO	5	MUY BUENO
----------	---	------	---	---------	-------------------------------------	-------	---	-----------

PREGUNTAS :

1.- ¿Cómo calificaría el servicio generado por nuestra empresa?	1	2	3	4	5
2.- ¿Ha percibido actos o condiciones sub-estándar provenientes de nuestros servicios?	<input checked="" type="checkbox"/>	2	3	4	5
3.- ¿Considera que nuestros profesionales, operadores, equipos y servicios en general cumplen con la calidad que necesita su empresa?	1	2	3	4	5
4.- ¿Considera que nuestra empresa busca destacar y mejorar continuamente en nuestro servicio?	1	2	3	4	5
En general, calificaría el servicio como:	1	2	3	4	5

RECOMENDACIONES - OPORTUNIDAD DE MEJORA

Brindar mayor claridad respecto a las observaciones presentadas a los trabajadores al pasar EMO.

Gracias por su colaboración.

Para cualquier duda o consulta dirijase al email: relacionespublicas.dac@gmail.com

Perfecnica Perú S.A.

 Abel Cueva Orbegoso
 Asist. Administrativo

FIRMA Y SELLO CLIENTE

CUESTIONARIO DE CALIDAD

Objetivo: Medir la satisfacción de nuestros clientes	Doc. Ref. 1	P-CAL-007 Garantía del servicio	Código	F-CAL-005
Responsable: Cynthia Terceros Quintero	Versión:	1	Fecha de aprobación:	26/07/2016

CLIENTE EMPRESA	FECHA	Apellidos y Nombre del responsable de llenar el presente cuestionario	Unidad de pertenencia
Compañía de Ingeniería	25/11/16	Erika Subia Raño	Logística

CUESTIONARIO DE SEGUIMIENTO POST VENTA-SERVICIO

Estimado cliente:
 Este es un pequeño cuestionario que tiene como objetivo el recibir su opinión para poder servirlo mejor. La escala considera 1 (uno) como el valor mínimo o negativo mientras 5 (cinco) como el valor máximo o positivo. Marcar con (X) en el recuadro del número. Dispone libertad para escribir una breve recomendación - oportunidad de mejora en la parte inferior.

MUY MALO
 MALO
 3
 REGULAR
 BUENO
 5
 MUY BUENO

PREGUNTAS :

1.- ¿Cómo calificaría el servicio generado por nuestra empresa?	2	3	4	5
2.- ¿Ha percibido actos o condiciones sub-estándar provenientes de nuestros servicios?	2	3	4	5
3.- ¿Considera que nuestros profesionales, operadores, equipos y servicios en general cumplen con la calidad que necesita su empresa?	2	3	4	5
4.- ¿Considera que nuestra empresa busca destacar y mejorar continuamente en nuestro servicio?	2	3	4	5
En general, calificaría el servicio como:	2	3	4	5

RECOMENDACIONES - OPORTUNIDAD DE MEJORA

Soluciones instantáneas a las observaciones realizadas al Personal: Entrega de resultados si se pudiera al siguiente día de observación.

Gracias por su colaboración.
 Para cualquier duda o consulta dirijase al email: relacionespublicas.dac@gmail.com

Euf

FIRMA Y SELLO CLIENTE

CUESTIONARIO DE CALIDAD

Objetivo: Medir la satisfacción de nuestros clientes	Doc. Ref.:	P-CAL-007 Garantía del servicio	Código	T-CAL-005
Responsable: Cynthia Torres Quintero	Versión:	1	Fecha de aprobación:	26/07/2016

ELABORADO POR: FAB. MARIO GUANAMÁN V.	FECHA: 24/11/2016	APROBADO POR: CENIA A. HUANA VERADE	CONTABILIDAD
--	--------------------------	--	--------------

CUESTIONARIO DE SEGUIMIENTO POST VENTA-SERVICIO

Estimado cliente:
 El presente es un pequeño cuestionario que tiene como objetivo el recibir su opinión para poder servirlo mejor. La escala considera 1 (uno) como el valor mínimo o negativo mientras 5 (cinco) como el valor máximo o positivo. Marcar con (X) en el recuadro del número. Dispone libertad para escribir una breve recomendación – oportunidad de mejora en la parte inferior.

MUY MALO	MALO	3	REGULAR	4	BUENO	5	MUY BUENO
----------	------	---	---------	---	--------------	---	-----------

PREGUNTAS :

1.- ¿Cómo calificaría el servicio generado por nuestra empresa?	2	3	X	5
2.- ¿Ha percibido actos o condiciones sub-estándar provenientes de nuestros servicios?	2	3	X	5
3.- ¿Considera que nuestros profesionales, operadores, equipos y servicios en general cumplen con la calidad que necesita su empresa?	2	3	X	5
4.- ¿Considera que nuestra empresa busca destacar y mejorar continuamente en nuestro servicio?	2	3	X	5
En general, calificaría el servicio como:	2	3	X	5

RECOMENDACIONES - OPORTUNIDAD DE MEJORA

Gracias por su colaboración.
 Para cualquier duda o consulta diríjase al email: relacionespublicas.dac@gmail.com

FAB. MARIO GUANAMÁN V.
TEL: 2231 1111

OPORTUNIDAD DE MEJORA
FIRMA Y SELLO CLIENTE

CUESTIONARIO DE CALIDAD

Objetivo: Medir la satisfacción de nuestros clientes	Doc. Ref.:	P-CAL-007 Garantía del servicio	Código	F-CAL-005
Responsable: Cynthia Terreros Quinteros	Versión:	1	Fecha de aprobación:	26/07/2016

CLIENTE EMPRESA	TEL. FAX	Apellidos y Nombre del responsable de la encuesta	Unidad / Departamento
VENKRUIG	291 12/16	Beatriz Herrera	Recursos Humanos

CUESTIONARIO DE SEGUIMIENTO POST VENTA-SERVICIO

Estimado cliente:
 El presente es un pequeño cuestionario que tiene como objetivo el recibir su opinión para poder servirlo mejor. La escala considera 1 (uno) como el valor mínimo o negativo mientras 5 (cinco) como el valor máximo o positivo. Marcar con (X) en el recuadro del número. Dispone libertad para escribir una breve recomendación - oportunidad de mejora en la parte inferior.

MUY MALO
 MALO
 REGULAR
 BUENO
 MUY BUENO

PREGUNTAS :

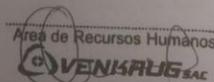
1.- ¿Cómo calificaría el servicio generado por nuestra empresa?	<input checked="" type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
2.- ¿Ha percibido actos o condiciones sub-estándar provenientes de nuestros servicios?	<input type="radio"/> 2	<input checked="" type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
3.- ¿Considera que nuestros profesionales, operadores, equipos y servicios en general cumplen con la calidad que necesita su empresa?	<input type="radio"/> 2	<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input checked="" type="radio"/> 5
4.- ¿Considera que nuestra empresa busca destacar y mejorar continuamente en nuestro servicio?	<input type="radio"/> 2	<input checked="" type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5
En general, calificaría el servicio como:	<input type="radio"/> 2	<input checked="" type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4	<input type="radio"/> 5

RECOMENDACIONES - OPORTUNIDAD DE MEJORA

Envío de exámenes médicos asociados rrbh@venkrug.com

Gracias por su colaboración.

Para cualquier duda o consulta dirijase al email: relacionespublicas.dac@gmail.com



FIRMA Y SELLO CLIENTE

CUESTIONARIO DE CALIDAD

Objetivo: Medir la satisfacción de nuestros clientes	Doc. Ref. 1	P-CAL-007 Garantía del servicio	Código	F-CAL-005
Responsable: Cynthia Terreros Quinteros	Versión:	1	Fecha de aprobación:	26/07/2016

CLIENTE/EMPRESA	FECHA	Apellidos y Nombre del responsable de llenar el presente cuestionario	Unidad/Departamento
JR Telecomunicaciones y Seg.	24-11-2016	Lucy Zárate	Proqui-pa.

CUESTIONARIO DE SEGUIMIENTO POST VENTA-SERVICIO

Estimado cliente:
 El presente es un pequeño cuestionario que tiene como objetivo el recibir su opinión para poder servirlo mejor.
 La escala considera 1 (uno) como el valor mínimo o negativo mientras 5 (cinco) como el valor máximo o positivo.
 Marcar con (X) en el recuadro del número. Dispone libertad para escribir una breve recomendación - oportunidad de mejora en la parte inferior.

MUY MALO	1	MALO	3	REGULAR	4	BUENO	5	MUY BUENO
----------	---	------	---	---------	---	-------	---	-----------

PREGUNTAS :

1.- ¿Cómo calificaría el servicio generado por nuestra empresa?	2	3	4	5
2.- ¿Ha percibido actos o condiciones sub-estándar provenientes de nuestros servicios?	2	3	4	5
3.- ¿Considera que nuestros profesionales, operadores, equipos y servicios en general cumplen con la calidad que necesita su empresa?	2	3	4	5
4.- ¿Considera que nuestra empresa busca destacar y mejorar continuamente en nuestro servicio?	2	3	4	5
En general, calificaría el servicio como:	2	3	4	5

RECOMENDACIONES - OPORTUNIDAD DE MEJORA

Mejora en la Atención administrativa.

Gracias por su colaboración.
 Para cualquier duda o consulta dirijase al email: relacionespublicas.dac@gmail.com

JR TELECOMUNICACIONES Y SEGURIDAD SAC.
 LUCY ZARATE M.
 ADMINISTRADORA

FIRMA Y SELLO CLIENTE

CUESTIONARIO DE CALIDAD

Objetivo: Medir la satisfacción de nuestros clientes	Doc. Ref. :	P-CAL-007 Garantía del servicio	Código	F-CAL-005
Responsable: Cynthia Terreros Quinteros	Versión:	1	Fecha de aprobación:	26/07/2016

CLIENTE/EMPRESA	FECHA	Apellidos y Nombre del responsable de llenar el presente cuestionario	Unidad/Departamento
AUSLAND ERU	09/11/16	EDUARDO CALOCORAN OROZCO	GERENTE

CUESTIONARIO DE SEGUIMIENTO POST VENTA-SERVICIO

Estimado cliente:

El presente es un pequeño cuestionario que tiene como objetivo el recibir su opinión para poder servirlo mejor. La escala considera 1 (uno) como el valor mínimo o negativo mientras 5 (cinco) como el valor máximo o positivo.

Marcar con (X) en el recuadro del número. Dispone libertad para escribir una breve recomendación - oportunidad de mejora en la parte inferior.

MUY MALO	2	MALO	3	REGULAR	4	BUENO	5	MUY BUENO
----------	---	------	---	---------	---	-------	---	-----------

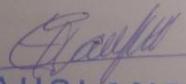
PREGUNTAS :

1.- ¿Cómo calificaría el servicio generado por nuestra empresa?	1	2	3	4	5
2.- ¿Ha percibido actos o condiciones sub-estándar provenientes de nuestros servicios?	1	2	3	4	5
3.- ¿Considera que nuestros profesionales, operadores, equipos y servicios en general cumplen con la calidad que necesita su empresa?	1	2	3	4	5
4.- ¿Considera que nuestra empresa busca destacar y mejorar continuamente en nuestro servicio?	1	2	3	4	5
En general, calificaría el servicio como:	1	2	3	4	5

RECOMENDACIONES - OPORTUNIDAD DE MEJORA

Gracias por su colaboración.

Para cualquier duda o consulta dirijase al email: relacionespublicas.dac@gmail.com


AUSLAND
rent a car
Alvarez Thomas 107 Qf. 8-A - Arequipa
Telefax: (054) 201696 (054) 999 6000

FIRMA Y SELLO CLIENTE

CUESTIONARIO DE CALIDAD

Objetivo: Medir la satisfacción de nuestros clientes	Doc. Ref. :	P-CAL-007 Garantía del servicio	Código	F-CAL-005
Responsable: Cynthia Terreros Quinteros	Versión:	1	Fecha de aprobación:	26/07/2016

CLIENTE/EMPRESA	FECHA	Apellidos y Nombre del responsable de llenar el presente cuestionario	Unidad/Departamento

CUESTIONARIO DE SEGUIMIENTO POST VENTA-SERVICIO

Estimado cliente:
El presente es un pequeño cuestionario que tiene como objetivo el recibir su opinión para poder servirlo mejor. La escala considera 1 (uno) como el valor mínimo o negativo mientras 5 (cinco) como el valor máximo o positivo. Marcar con (X) en el recuadro del número. Dispone libertad para escribir una breve recomendación – oportunidad de mejora en la parte inferior.

1	MUY MALO	2	MALO	3	REGULAR	4	BUENO	5	MUY BUENO
---	----------	---	------	---	---------	---	-------	---	-----------

PREGUNTAS :

1.- ¿Cómo calificaría el servicio generado por nuestra empresa?	1	2	3	4	5
2.- ¿Ha percibido actos o condiciones sub-estándar provenientes de nuestros servicios?	1	2	3	4	5
3.- ¿Considera que nuestros profesionales, operadores, equipos y servicios en general cumplen con la calidad que necesita su empresa?	1	2	3	4	5
4.- ¿Considera que nuestra empresa busca destacar y mejorar continuamente en nuestro servicio?	1	2	3	4	5
En general, calificaría el servicio como:	1	2	3	4	5

RECOMENDACIONES - OPORTUNIDAD DE MEJORA

Responder oportunamente los telefonos.
Mayor disponibilidad de doctores especialistas para el levantamiento de observaciones de los trabajadores.

Gracias por su colaboración.

Para cualquier duda o consulta dirijase al email: relacionespublicas.dac@gmail.com

Andrea Bustos
ADMINISTRACIÓN
TECNI FLUIDOS S.A.C.

FIRMA Y SELLO CLIENTE