



Global Standards

magazine

Certificación

Agrana Fruit México en FSSC 22000:2010

Entrevista con el Director de Seguridad Alimentaria y Calidad de Latinoamérica de Agrana Fruit México.

FSSC 22000:2010
Proceso de certificación

Como Medir la
Satisfacción del Cliente





Por medio del presente, quiero agradecer a todos nuestros clientes por mantener la confianza en nuestra Firma de Certificación Global Standards como su proveedor de servicios; esto nos compromete a esforzarnos para ser mejores cada día y estar en busca de nuevas alternativas para generar valor a nuestros clientes.

Así mismo nuestra visión como Firma de Certificación es: “ser reconocidos por generar valor a nuestros clientes a través de nuestros servicios”; buscando el cumplimiento de esta visión hemos decidido crear el proyecto: Global Standards Magazine, con formato electrónico la cual manejará contenidos técnicos de interés para todos nuestros clientes y también para aquellos que no lo son pero que desean actualizarse y mantenerse informados sobre estándares internacionales en: calidad, inocuidad, seguridad, ambiental, aeroespacial, entre otros.

Esta revista digital se forma con la participación de todos ustedes y de nuestro equipo técnico de auditores, quienes cuentan con varios años de experiencia en diferentes sectores de la industria; la publicación de la revista será bimestral y podrá ser consultada en nuestra página web: www.globalstd.com

Esperamos que nuestro primer número sea de su agrado y nos puedan retroalimentar al respecto para alcanzar lo que predicamos en su slogan: *sharing information to improve knowledge* o compartir información para mejorar el conocimiento.



Miguel A. Romero
Director
Global Standards

DIRECTOR GENERAL
Miguel A. Romero

MARKETING
Irma Corona

DISEÑO
Gabriel Hernández García

COLABORADORES
Dr. César Amador Díaz, Lic. Roberto
González Monroy, Ing. Abraham
Alatorre, Mtro. Alejandro González, Lic.
José Luis Gómez Hernández e Ing. Sofía
Anguiano.

Nuestro compromiso con la imparcialidad.

La imparcialidad es la base de los servicios de Global Standards y se aplica en cualquiera de nuestros artículos y sitio web. Se especifica que debemos tratar los temas y preguntas desde el punto de vista de un mediador apegado solo al contenido de las normas ISO 9001, ISO 14001, ISO/TS 16949, ISO 22000, entre otras, siempre con la finalidad de cumplir los lineamientos especificados en la norma 17021 así como las reglas de acreditación emitidas por ANAB y los documentos mandatorios de la IAF.

Se afirma que Global Standards tiene prohibido ofrecer soluciones o aplicaciones específicas ya que pueden ser consideradas como Consultoría.

COMITÉ DE IMPARCIALIDAD

Alejandro González / Agrana Fruit México
(Sector Alimentos)

Enrique Gomez / GLOP
(Servicios de Auditoría Financiera)

Celina Zambrano / U de G
(Sector Educativo)

Fernando Guzmán / CIAJ
(Cámara de la Industria Alimenticia de Jalisco)

Guillermo Villanueva / ASPRO
(Sistemas de Gestión)

Selene Moreno / Sector Gobierno

Global Standards Magazine, Septiembre 2011. Año I, núm. 01



8 Certificación Agrana Fruit México en FSSC 2200:2010

Entrevista con Alejandro Emanuel González, Director de Seguridad Alimentaria y Calidad de Latinoamérica de Agrana Fruit México.

4 Proceso de certificación FSSC 22000:2010

por Abraham Alatorre.

7 LITOPRINT | Premio Nacional de Artes Gráficas

12 Como medir la satisfacción del cliente

por César Amador Díaz Pelayo y Roberto González Monroy.

17 Calendario de Cursos | Global Standards



Para ver contenidos exclusivos como videos y fotos.
Visita www.globalstd.com



Proceso de certificación del esquema **FSSC 22000:2010**

Los requisitos del esquema de certificación FSSC 22000 se integran con el cumplimiento de los requerimientos de la norma ISO 22000:2005 y BSI PAS 220 (Programa de Pre-requisitos), desarrollados con la participación del Grupo G4 (DANONE, KRAFT, NESTLÉ, UNILEVER).

Por Abraham Alatorre / Lead Auditor FSMS

El FSSC 22000:2010 es un esquema de certificación reconocido por la Global Food Safety Initiative (GFSI) – fundación reguladora reconocida a nivel mundial dirigido al sector alimentario, con sede en Bélgica-, la cual establece los lineamientos a seguir por las organizaciones que se dediquen a la manufactura de alimentos y procesos relacionados a lo largo de toda la cadena alimentaria.

Actualmente la certificación FSSC 22000 está siendo impulsada por las grandes manufactureras de alimentos (DANONE, KRAFT, NESTLÉ, UNILEVER, COCA-COLA, WALMART, entre otras), pues solicitan a sus proveedores cumplir con los requerimientos que establece dicha certificación.

Los requisitos del esquema de certificación FSSC 22000 se integran con el cumplimiento de los requerimientos de la norma ISO 22000:2005 y BSI PAS 220 (Programa de Pre-requisitos), desarrollados con la participación del Grupo G4 (DANONE, KRAFT, NESTLÉ, UNILEVER).

El proceso de certificación consta de varios pasos:

- **Pre auditoria** (Evento opcional).- Su objetivo es obtener un panorama del nivel de documentación y efectividad en el uso del sistema, para ello se hace un muestreo general a todas las partes que componen el Sistema de Gestión de Seguridad Alimentaria (SGSA).

- **Etapa 1** (Primera etapa de la certificación).- Gran parte del objetivo en el que se centra la Etapa 1 es revisar si la Organización ha implementado adecuadamente los Pre requisitos (PPR'S) obligatorios que marca la BSI PASS 220 por ejemplo:

- Control de calidad del agua
- Control de plagas
- Control de químicos
- Higiene del personal
- Evaluación de proveedores
- Construcción de edificios y distribución de las instalaciones
- Almacenamiento
- Servicios, entre otros.

Existen más pre-requisitos que pueden ser aplicables inclusive necesarios, pero su implementación depende de cada Organización.



Otros puntos importantes a considerar son:

- Incluir en el sistema todos los procesos y métodos adecuados para la identificación y evaluación de los peligros.
- Nivel de documentación de los siete procedimientos obligatorios por la ISO 22000:2005, así como sus 21 registros.
- Aplicación de medidas para una comunicación interna adecuada así como para proveedores, clientes y otras partes interesadas.

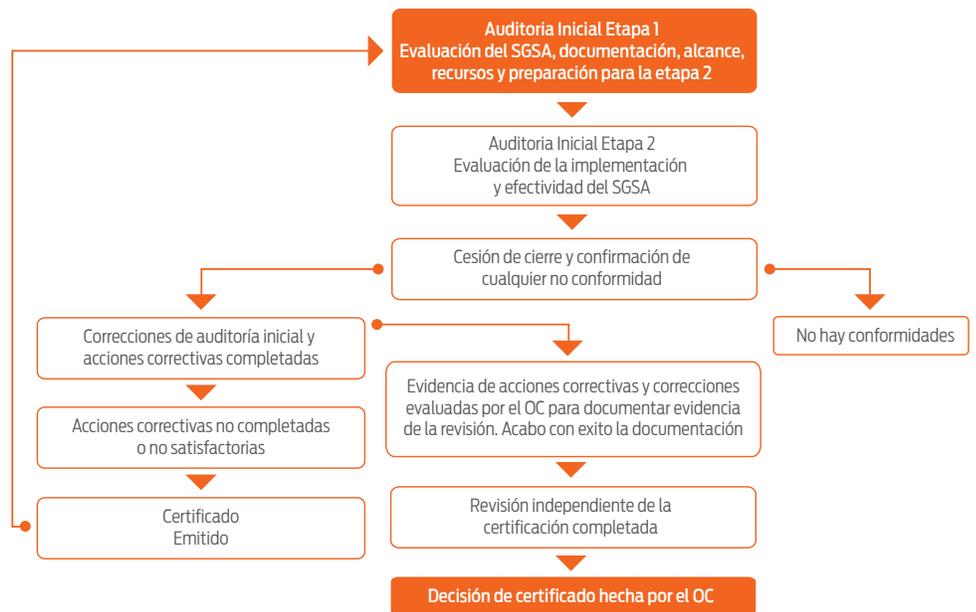
Es importante mencionar que dependiendo de los resultados de la Etapa 1 se puede postergar o cancelar la Etapa 2.

- **Etapa 2** (Auditoría de Certificación).- El propósito de ésta Etapa es evaluar la aplicación y eficacia del Sistema de Gestión de Seguridad Alimentaria, para ello se revisa la información y se recaba evidencia buscando asegurar la conformidad de todos los requisitos aplicables a la Organización (de acuerdo a normativas), para ello se revisan: objetivos así como su seguimiento, medición y comunicación, competencia del personal, control operacional de los procesos de la organización, auditorías internas, revisiones por la dirección, gestión de responsabilidades, políticas y la relación entre ellos. Para esto se hacen entrevistas a todo el personal (personal de limpieza, operadores, administrativos y directivos). De acuerdo a las evidencias recopiladas se deriva el levantamiento de no conformidades, las cuales pueden ser menores (hallazgos que no ponen en riesgo la inocuidad de los alimentos), y mayores que son consecuencia de la detección de

una ruptura dentro del Sistema o existe una recurrencia de un hallazgo en varios puntos.

Las no conformidades menores o mayores deben ser resueltas y enviar la evidencia al equipo auditor, los planes de acción deben demostrar su efectividad para corregir la desviación y asegurar que no se volverá a repetir.

Para mejor comprensión de la información necesaria para cumplir con este paso existe un listado o check list, el cual contiene todos los puntos que se deben auditar de la norma y el cual servirá de guía para conocer si el sistema de gestión de inocuidad de los alimentos de la organización cumple con todos los puntos requeridos.



Esquema de Certificación de FSSC 22000

DESCARGAR LISTADO

- **Emisión de Certificado.** -El equipo auditor deberá analizar y revisar los resultados de la etapa 1 y 2 de la auditoría así como la eficacia de las correcciones adoptadas o previstas por la organización; en caso de que las acciones tomadas sean consideradas como insuficientes o de forma no contundente para resolver los hallazgos, el equipo auditor puede decidir regresar a la organización para cerrar la no conformidad o repetir la auditoría. Una vez aprobadas por el equipo auditor, los reportes son enviados al Comité Técnico del Organismo Certificador para su análisis y tomar la decisión de aprobar la emisión del certificado.

El certificado que sea emitido tiene vigencia de tres años a partir de la fecha de aprobación que otorga el Comité Técnico del Organismo Certificador.

- **Mantenimiento de la Certificación** (Auditorías de Seguimiento).-El manten-

imiento de la Certificación consiste en ejecutar eventos de auditoría para asegurar la conformidad con los requerimientos establecidos durante el ciclo de tres años (vigencia del certificado), estas auditorías pueden ser en esquema semestral o anual.

- **Cambios y extensión del alcance del certificado.**- Una vez que la certificación ha sido concedida los cambios en: productos, procesos de fabricación, dirección, razón social o número de empleados deben ser comunicados al Organismo Certificador pues pudiesen afectar el cumplimiento de los requisitos de la Certificación y se podrían derivar modificaciones en el certificado emitido.

En síntesis el proceso de certificación es similar al que se sigue en los procesos de certificación de los estándares ISO 9001:2008, ISO 22000:2005 o cualquier otro de la familia ISO.

Como ya lo mencionamos por el momento no es posible la certificación de este

esquema a todas las partes de la cadena alimentaria, pero es importante resaltar que próximamente se abrirá esta opción, sin embargo todas las organizaciones dedicadas a la manufactura de alimentos tienen la oportunidad de poner en marcha la implementación de este sistema y dar un paso adelante en el desarrollo de los sistemas de inocuidad.

z

“Todas las organizaciones dedicadas a la manufactura de alimentos tienen la oportunidad de poner en marcha la implementación de este sistema ”

Litoprint®

Premio Nacional Artes Gráficas

Desde sus inicios hace casi 30 años, Litoprint ha revolucionado esquemas y provocado cambios radicales en la producción de impresos en México. Son pioneros en la región occidente del país con la introducción de barniz ultravioleta y laminado plástico.

Actualmente su planta tiene una extensión de más de 6,000 m2, tiene tecnología de punta pues cuenta con el reciente equipo de impresión offset cenico en América.

El 20 de Mayo de 2011 se llevó a cabo el Premio Nacional de Artes Gráficas 2011, premiación que galardona los mejores productos gráficos mexicanos.

En ésta edición 2011, Litoprint fue reconocido en la categoría de catálogos, éste logro demuestra su competitividad y compromiso con los estándares de calidad.

Presidieron la entrega el Ing. Raúl Camou Rodríguez, Presidente de la Asociación Nacional de la Publicidad; el Lic. Héctor Cordero, Presidente de la de la Cámara Nacional de la Industria de las Artes Gráficas, CANAGRAF; el Lic. Juan Vilar, Presidente de la Asociación Nacional de Industriales y Distribuidores para la Industria Gráfica, ANIDIGRAF; y el Sr. Rodolfo Forstner Schenk, Presidente de la Unión de Industriales Litógrafos de México UILMAC.



Para ver Entrevista con José Luis Gómez Hernández, Director Litoprint.

Visita www.globalstd.com

Certificación Agrana Fruit México, S.A. de C.V. en FSSC 22000:2010

Entrevista con Alejandro Emanuel González,
Director de Seguridad Alimentaria y Calidad
de Latinoamérica de Agrana Fruit México.

¿A partir de cuándo y por qué consideraron conveniente la certificación bajo el esquema FSSC 22000:2010?

Agrana Fruit México contaba con un sistema integrado de gestión (ISO 9001 e ISO22000) con el que se buscaba alinear y controlar todos los procesos de la organización, pero con una mejora específica enfocada a la razón de ser de la empresa, que es: “la fabricación de alimentos”.

Derivado de la observación en la evolución mundial de los sistemas de inocuidad de los alimentos, en el año 2010 se determinó que el esquema de certificación FSSC 22000 era el siguiente paso a dar; ya que por un lado la mayoría de nuestros clientes internacionales forman parte de la FSSC (Foundation for Food Safety Certification, por sus siglas en inglés) mismos que promovieron el desarrollo de éste estándar y por el otro lado se sumaba a la necesidad interna de la mejora continua, debido a la vivencia de uno de nuestros valores organizacionales: “excelencia”.

Así pues actualmente, se cuenta con un sistema integrado de gestión que combina los estándares ISO 9001:2008 y FSSC 22000:2010.





Fotografía: Abraham Alatorre (izq.) y Alejandro González Iñiguez (Der.) / Cortesía de Agrana Fruit México.

Alejandro Emanuel González Iñiguez es Ingeniero Químico con Maestría en Dirección Estratégica de la Calidad, es Auditor líder en ISO 9001 e ISO 22000. Cuenta con 9 años de experiencia en la implantación en sistemas de inocuidad, aseguramiento y calidad total en Agrana Fruit México en donde se desempeña como Director de Seguridad Alimentaria y Calidad de Latinoamérica.

¿Qué adecuaciones tuvieron que hacer a su Sistema de Seguridad Alimentaria al adoptar el esquema FSSC 22000?

Como ya se mencionó Agrana Fruit México contaba con un sistema de inocuidad al que se integraron nuevos conceptos del estándar FSSC 22000:2010; así que las adecuaciones que se hicieron fueron cambios pequeños de fondo, pero fueron más los cambios de forma; es decir, algunos procedimientos o registros necesitaron adecuaciones mínimas y otros más fueron creados. En mi opinión considero que la complicación principal que se presentó, fue la familiarización con los nuevos conceptos y el lenguaje de éste estándar pues continuamente ocasionaba confusión; el segundo punto a resolver fue adecuar el enfoque de las auditorías internas de inocuidad al nuevo esquema de auditoría para cada uno de los programas pre-requisitos.

¿Qué puntos considera que fueron críticos al momento de integrar los requerimientos de FSSC 22000:2010?

Fueron dos: el primero, contar con el personal adecuado para cada una de las responsabilidades ligadas a la inocuidad como: equipos de seguridad de los alimentos, programas pre-requisitos y auditores internos entre otros. El segundo, lograr el entendimiento en el personal al respecto de ¿por qué FSSC 22000:2010, pide lo que pide?, es decir conocer el fundamento para lograr el compromiso necesario de los involucrados mediante esquemas de capacitación diseñados para tal fin.

¿Qué aspectos fueron considerados para elegir a su Organismo Certificador?

Se analizaron varios aspectos que el Organismo Certificador debía cubrir:

- Contar con la acreditación por parte de la Fundación FSSC (Foundation for Food Safety Certification, por sus siglas en inglés)
- Brindar la opción de certificación multi-estándar (ISO 9001, 14000, 22000, etc)
- Condiciones contractuales del servicio (costo, cargos adicionales, tiempos de ejecución, etc)

d. Y sobre todo, el enfoque de generar valor a través de sus auditores durante los procesos de auditoría.

¿Cómo fue la experiencia de auditoría bajo ésta normatividad?

Fue una auditoría profunda que requiere de una mayor inversión en días/auditor y de participación del personal de nuestra organización durante el proceso. Asimismo Agrana Fruit México es una de las empresas pioneras en México que aplicaba para obtener ésta certificación, por lo que sentimos por un lado un gran orgullo y por el otro una gran presión interna para lograr un resultado satisfactorio.

¿Qué beneficios obtiene su organización al contar con la certificación FSSC 22000:2010?

Cito cada uno de los beneficios que de acuerdo a la FSSC las empresas logran y mis comentarios personales sobre dicho beneficio:

- “Tiene una credibilidad verdaderamente mundial”, todas y cada una de las empresas que obtenemos dicha certificación estamos listadas en la página de la FSSC (Foundation for Food Safety Certification, por sus siglas en inglés), de tal forma que es completamente transparente para el público en general, el conocer quien está y quien no está certificado.
- “Proporciona un lenguaje común, mejorando la comunicación en la cadena de suministro”, la mayoría de las grandes empresas trasnacionales y nacionales del sector de alimentos reconocen dicha certificación como válida, pues forman parte de sus requerimientos a proveedores, lo que nos ha permitido reducir significativamente en más del 60%, las auditorías de inocuidad y calidad de éstos hacia nosotros.
- “Proporciona un protocolo de gestión sistemático para PRP’s, con un control centrado en lo realmente necesario”, ésta parte nos implicó cambios de fondo y forma dentro de nuestro sistema de gestión, pero nos ha permitido dar mayor conocimiento al personal sobre cada una de sus responsabilidades dentro de los programas pre-requisitos.



- “Da confianza a otras partes interesadas de que una organización tiene la capacidad de identificar y controlar los riesgos de seguridad alimentaria”, éste punto está ligado al conocimiento y dominio de conceptos y lenguaje utilizado en el esquema FSSC 22000:2010. Sin embargo, al ser un estándar nuevo a nivel mundial demuestra el liderazgo y compromiso proactivo de las organizaciones hacia los temas de inocuidad.

Fuente: <http://www.fssc22000.com>

Nosotros buscamos adicionalmente el beneficio a mediano plazo en la mejora continua de nuestros indicadores de: no calidad o rechazos, quejas, re trabajos, etc; ligados a eventos de inocuidad en los alimentos. Así como la mejora en el desempeño de cada uno de los indicadores definidos para cada uno de los programas pre-requisitos.

¿Podría dar alguna recomendación a otras Organizaciones que deseen obtener ésta certificación?

Para una organización que ya cuenta con algún sistema de inocuidad, la recomendación es: “convéncase de hacerlo”; parece algo muy trivial, pero si no se inicia con el convencimiento propio de que es lo correcto y el camino a seguir, ante cualquier eventualidad ó contratiempo en la implementación, todo quedará como un buen intento. “No hay sistemas perfectos, hay sistemas perfectibles”.

Finalmente, FSSC 22000:2010 es una herramienta que ayuda o soporta en la sustentabilidad; ya que cualquier evento desafortunado en la inocuidad para los consumidores o clientes pone en riesgo económico, de imagen y credibilidad a la organización y/o marca.

*Por Alejandro Emanuel González /
Director de Seguridad Alimentaria y Calidad de
Latinoamérica Agrana Fruit México S.A de C.V*



Para ver Entrevista con Alejandro González
Visita www.globalstd.com





Como medir la Satisfacción del Cliente

*Por César Amador Díaz Pelayo y Roberto González Monroy /
Centro Universitario de la Costa Sur*

Ante el constante cambio en los mercados y una inevitable competencia. Las organizaciones se ven en la necesidad de modificar sus estrategias y dirigir las hacia su principal actor; el cliente. Para ello, las empresas deben entender lo que el cliente demanda y con base a esto diseñar productos o servicios que satisfagan sus necesidades. Lo que obliga hacer un cambio de paradigma en donde ya no se diseñan productos o servicios sin conocer

realmente su demanda. En la actualidad es necesario conocer la opinión del consumidor para el diseño de éstos.

Pero esto no termina con solo conocer que es lo que se ofertará, sino que va más allá y es hacer una evaluación global que se basa en la compra y la experiencia que vive el consumidor ante el producto o servicio adquirido. Mediante la aplicación de modelos de medición de satisfacción del

cliente, el diseño de instrumentos para la recolección de datos y el uso de paquetes estadísticos para la interpretación de los resultados. Todo esto fundamentado en una metodología con rigor científico que de sustento a la investigación y confiabilidad a los resultados obtenidos.

Palabras claves:

Satisfacción del cliente, servicio, calidad, medición de satisfacción.

Abstract

Given the constantly changing markets and competition inevitable. Organizations face the need to modify their strategies and direct them to the main actor, the client. To do this, companies need to understand what the customer demand and based on this design products or services that meet their needs. Forcing a change of paradigms that no longer design products or services without actually knowing the demand. At present it is necessary to know the consumer reviews for their design.

But this does not stop with just knowing what that will be offered, but goes further and is making an overall assessment based on the purchase and the experience that the consumer before the product or service purchased. By applying models of customer satisfaction measurement, design of instruments for data collection and use of statistical packages for the interpretation of results. All this based on a rigorous scientific methodology of the research support and reliability to the results.

Keywords: Customer satisfaction, service, quality and satisfaction measurement.

INTRODUCCIÓN

En un mercado que hoy tiene características globales en la oferta de productos y servicios de alta calidad, las organizaciones en un intento por competir en el mercado, generan diferentes formas para llevar a cabo la evaluación de la satisfacción de un cliente. Varias de estas metodologías resultan poco adecuadas y carentes de rigor científico para la medición de la satisfacción de clientes, bajo un esquema de calidad.

Desde la década de los 90's diversos autores entre ellos Montgomery (1996) argumenta que la calidad es el grado hasta el cual los productos o servicios satisfacen las necesidades de la gente que los usa. Como se puede observar el autor identifica dos elementos en la definición de calidad; diseño y adaptación. La calidad entonces, es una característica que se adapta a la individualidad de cada cliente o consumidor —personalizar— y en cierto sentido puede ser subjetiva, ya que en términos de la individualidad, la calidad difiere de una persona a otra.

Por lo anterior establecido existen diversos errores en los modelos de la medición de la calidad. Algunos de ellos están diseñados para medir los procesos de otorgamiento de un servicio o de un producto y no la medición de toda la estrategia de una empresa.

Las mediciones que las organizaciones deben emplear tienen que estar orientadas a: 1) conocer el funcionamiento y eficiencia de los procesos comerciales establecidos, 2) detectar donde se requieren

cambios para adaptar mejoras e implementarlas y 3) determinar si los cambios pueden propiciar mejoras efectivas. Actualmente los expertos en el campo de la calidad, han realizado propuestas más objetivas y abstractas para diseñar modelos que a través de indicadores nos permitan medir la satisfacción de un cliente. Estos métodos dan a conocer las percepciones y actitudes de los clientes en relación a las actividades que una organización ofrece.

El objetivo de evaluar estas percepciones y actitudes es evaluar la calidad de los productos y servicios, mediante instrumentos que midan con exactitud dichos criterios. En conclusión, un modelo para la medición de satisfacción debe de tener como elemento esencial el uso del cuestionario con características muy precisas para poder obtener el dato requerido por el cliente. Asimismo, el uso de paquetes estadísticos ya sea comerciales o diseñados a la medida, para poder aplicar rigor metodológico y científico, y de esta manera tener elementos cualitativos y cuantitativos que permita tener una medición de la satisfacción de cliente más apegada a la realidad del individuo.

1. Cómo determinar las necesidades de un cliente.

Las necesidades de un cliente no es otra cosa que las características del producto o servicio, que de alguna forma representan las dimensiones en las cuales un individuo basa sus opiniones respecto a un producto o servicio (Hayes, 1999). Como dimensiones de la calidad podemos entender entonces la relación necesidad del cliente y atributos de los productos, y servicios que otorgan satisfacción.

El fin fundamental de entender las necesidades del cliente es esencial en todo modelo de medición, ya que a partir de ello la organización puede comprender que criterios o variables son las que provocan la satisfacción de los consumidores y estas variables son las que deben de ser evaluadas. Existen hoy en día estándares nacionales e internacionales de calidad para servicios o productos que especifican de alguna u otra manera el cumplimiento de requisitos el concepto de calidad. Como pueden ser; disponibilidad de producto o servicio, capacidad de respuesta, comodidad y oportunidad (Kennedy y Young, 1989). Sin embargo, estos estándares no son aplicables a todo tipo de giro empresarial. Por ello, las características que distinguen a un producto o servicio en conceptos de satisfacción de cliente, deben determinarse con otros parámetros específicos, es decir, en la percepción y actitud de cada cliente.

1.1 Establecimiento de parámetros de calidad de producto o servicio.

a) La primera etapa consiste en identificar los atributos que definen la calidad de un producto o servicio. Por ejemplo: capacidad de respuesta inmediata; se conoce como el grado en que un proveedor interno o externo atiende una solicitud en corto tiempo ante la demanda de un cliente.

b) Determinar los procesos de desempeño del personal o del propio producto que el cliente espera y por ende este pueda evaluar. Por ejemplo: seguridad; que puede ser el empleo de una plancha o un horno de microondas a través de su diseño y constitución.

Cómo se puede apreciar en estos dos pasos del proceso, el primero permite definir los atributos y el segundo su definición. Mismos que son la base para poder crear un buen instrumento de medición de la calidad.

2. La confiabilidad y validez de los instrumentos.

Cómo se planteo en el punto anterior el significado de la percepción y actitud del cliente a través de la definición de atributos, es la primera etapa para la creación de un modelo de medición. La herramienta que ayuda a consolidar la confiabilidad y validez de éste modelo es la herramienta con la cual se recaban los datos. Por ello, cuando se formula un cuestionario es importante cerciorarse que la recolección de datos refleje información confiable y validada.

Cómo confiabilidad al momento de formular un cuestionario se entiende el grado hasta el cual una medición está libre de varianzas o errores aleatorios. Según Anastaci (1998), existen tres formas generales de confiabilidad: 1) la confiabilidad-prueba contra prueba, la confiabilidad de formas equivalentes y la consistencia interna.

Cómo se puede apreciar, la confiabilidad reviste una importancia especial cuando se estudia la relación entre las variables, si ésta es baja disminuye la correlación observada entre dos variables. Aunque la confiabilidad es una característica importante en un cuestionario también se debe tener cuidado en el significado de cada una de las variables.

Según las teorías de la medición para validar y tener un alto grado de confiabilidad el estimado de Alfa de Cronbach; es una herramienta que nos permite entender hasta que grado se relacionan entre si los elementos de un cuestionario, y es utilizada en investigaciones de mercado y por ende recomendada en estudios de medición de satisfacción de clientes.

3. Como estructurar un cuestionario para evaluar la satisfacción de clientes.

Los criterios a observar en un cuestionario en materia de definición de satisfacción de clientes o usuarios, son los siguientes: deben ser congruentes, concisos y evitar la ambigüedad. Además deben ser redactados con claridad y reflejar solo la idea principal, evitando en lo posible las negaciones dobles. Por otra parte, deben contener indicaciones precisas definiendo el propósito del instrumento para facilitar su contestación. Un formato empleado y que aporta enormes beneficios en el diseño de cuestionarios y la elección de respuesta, sin lugar a duda es el formato de tipo Likert que permite a los clientes distinguir la respuesta con mayor decisión. La escala de Likert muestra cinco opciones posibles de respuesta para facilitar la elección con base en la percepción del cliente.

4. El método de muestreo

El empleo de métodos para determinar los índices de respuesta son diversos y ninguno de ellos garantiza que se devuelvan todas las encuestas.

Existen diferentes tipos de muestreos como el censal, con base en el criterio personal y el estadístico. Dependiendo del tamaño del universo, el tiempo y el recurso económico, humano y la organización de cada empresa se debe de elegir un tipo de

“En un mercado que hoy tiene características globales en la oferta de productos y servicios de alta calidad, las organizaciones en un intento por competir en el mercado, generan diferentes formas para llevar a cabo la evaluación de la satisfacción de un cliente.”

muestreo el más recomendable para fines de medición de satisfacción, es el muestreo estadístico, ya que éste permite con base en una fórmula determinar un tamaño de muestra a la cual se le debe de aplicar el instrumento y cuyo resultado será una muestra parcial del estado que guarda la satisfacción de un producto o servicio. En la actualidad existen diversas paqueterías comerciales para poder facilitar el manejo estadístico del muestreo y posteriormente la tabulación e interpretación. A continuación se presenta un cuadro que define en que se fundamenta cada método de muestreo.

La elección del método depende del tamaño del mercado, usuarios y del uso de recursos disponibles de una organización. Sin embargo, mientras más alto rigor científico se tenga los índices de respuesta serán mejores. Una recomendación al momento de aplicar un cuestionario es que se garantice la devolución de éste para poder trabajar los datos.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA



CUCSUR

CUCSur cuenta con el mayor número de procesos certificados con la Norma Internacional ISO 9001:2008 en la Red Universitaria

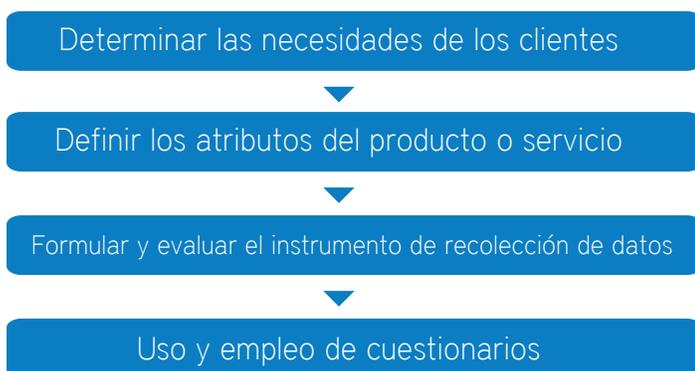
- * **Planeación Estratégica**
- * **Adquisición de Materiales y Servicios**
- * **Administración de Recursos Financieros**
- * **Administración de Infraestructura**
- * **Administración de Personal**
- * **Administración de Ambiente de Trabajo**
- * **Control Escolar**
- * **Servicios Tecnológicos**
- * **Servicios Académicos**



Método	Definición
Censal	Consiste en la selección de todos los casos de una población. Es decir, se encuesta a todo el universo.
Con base en el criterio personal	Este método emplea la selección de un subconjunto de casos, basado en la experiencia y conocimiento de la persona que determina la muestra.
Estadístico	Es aquel que tiene un mayor rigor científico y que a través del uso de métodos estadísticos basados en probabilidades permite seleccionar un subconjunto de casos.

Cuadro1. Métodos de muestreo / Fuente: elaboración propia.

Modelo para la construcción de un sistema de medición de satisfacción del cliente.



Fuente: elaboración propia.

CONCLUSIÓN

La formulación y uso de herramientas para la medición de satisfacción de clientes debe de estar diseñada y fundamentada en elementos metodológicos y de elevado rigor científico para la validación y confiabilidad de los datos. Asimismo, el empleo de software especializado que permita manejar de forma precisa los registros y su interpretación para la formulación de informes y posteriormente la toma de decisiones.

Independiente al software empleado, así como el mecanismo de recolección de datos, el cuestionario toma una relevancia de suma importancia ya que éste debe de contener lo que hemos determinado como atributos, es decir, lo que será la variable a evaluar de cada producto o servicio. Dichos atributos deben de medirse con base a las percepciones y actitudes de los clientes, de esta manera

la medición nos dará como resultado una percepción más cercana al estado de calidad percibida de cada cliente y otorgada por la organización.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICA

1. Montgomery, D, C., *Introduction to Statistical Quality Control*, 3ª. ed., John Wiley and Sons, 1996.
2. Hayes, B.E., *Determinación de las necesidades del cliente. Cómo medir la satisfacción del cliente*, 2ª. ed., Alfaomega. 1999, pp.5-100.
3. Kennedy, D.A. y B.J., Young, "Managing quality in staff areas", *Quality Progress*, 22(10), 1989, pp. 87-91.
4. Anastasi, A., *Psychological Testing*, Macmillan, Nueva York, 1988.



César Amador Díaz Pelayo
cesaram@cucsur.udg.mx

Roberto González Monroy
roberto.gonzalezm@cucsur.udg.mx

Septiembre



FSSC 22000



ISO 9001

Octubre



Social Responsibility

Informes:

01800 277 6242 / (33) 36304546

info@globalstd.com

www.globalstd.com

Auditor Líder ISO 9001:2008

Días: 26 al 30 / Lugar: Monterrey, Nuevo León.

Requerimientos ISO 22000:2005

Días: 6 / Lugar: Guadalajara, Jalisco.

Auditor Interno ISO 22000:2005

Días: 7 y 8 / Lugar: Guadalajara, Jalisco

Auditor Líder ISO 22000:2005

Días: 9 / Lugar: Guadalajara, Jalisco

Requerimientos FSSC 22000:2010

Días: 19 y 20 / Lugar: Guadalajara, Jalisco.

Auditor Interno FSSC 22000:2010

Días: 21 y 22 / Lugar: Guadalajara, Jalisco.

Auditor Líder FSSC 22000:2010

Días: 23 / Lugar: Guadalajara, Jalisco.

Acciones Correctivas y Acciones Preventivas

Días: 12 y 13 / Lugar: Guadalajara, Jalisco.

Auditor Líder ISO 9001:2008

Días: 24 al 28 / Lugar: Distrito Federal

Requerimientos ISO 9001:2008

Días: 17 / Lugar: Guadalajara, Jalisco.

Auditor Interno ISO 9001:2008

Días: 18 y 19 / Lugar: Guadalajara, Jalisco.

Auditor Líder ISO 9001:2008

Días: 20 / Lugar: Guadalajara, Jalisco.

Requerimientos NMX-SAST-004-2004

Días: 31 / Lugar: Guadalajara, Jalisco.

adding-value to your business

Organismo Certificador reconocido por su:

Experiencia, Enfoque y Servicio



Servicio al Cliente: info@globalstd.com

01800 277 6242 / (33) 3630 4546

www.globalstd.com

Visita nuestra página web y da me gusta

