



**UTPL**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**

*La Universidad Católica de Loja*

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
EMPRESARIALES**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Análisis del nivel de satisfacción del cliente externo e  
interno vs el nivel de conformidad del sistema de  
gestión de calidad según la norma ISO 9001: 2015, en la  
empresa Trataguas Cía. Ltda. ciudad de Cuenca, año  
2022**

Trabajo de integración curricular previo a la obtención del título de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Autor:** Amores Patiño Lorena Lissete

**Director:** Figueroa Ruiz Juan Elicio

CENTRO UNIVERSITARIO CUENCA

2023



*Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NC-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>*

2023

## Aprobación del director del Trabajo de Integración Curricular

Loja, 05 de Julio de 2023

Magister

Julio Ríos Zaruma

**Director de la carrera de Administración de Empresas**

Ciudad. -

De mi consideración:

Me permito comunicar que, en calidad de director del presente Trabajo de Integración Curricular denominado: Análisis del nivel de satisfacción del cliente externo e interno, el nivel de conformidad del sistema de gestión de calidad según la norma ISO 9001: 2015, en la empresa Tratuaguas Cía. Ltda. ciudad de Cuenca, año 2022 realizado por Lorena Lisette Amores Patiño, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, así mismo ha sido verificado a través de la herramienta de similitud académica institucional, y cuenta con un porcentaje de coincidencia aceptable. En virtud de ello, y por considerar que el mismo cumple con todos los parámetros establecidos por la Universidad, doy mi aprobación a fin de continuar con el proceso académico correspondiente.

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,

Director: Mgtr. Juan Elicio Figueroa Ruiz

C.I.: 1708021207

Correo electrónico:jfigueroa@utpl.edu.ec

### **Declaración de autoría y cesión de derechos**

Yo, Lorena Lissete Amores Patiño, declaro y acepto en forma expresa lo siguiente:

Ser autor (a) del Trabajo de Integración Curricular denominado: "Análisis del nivel de satisfacción del cliente externo e interno, el nivel de conformidad del sistema de gestión de calidad según la norma ISO 9001: 2015, en la empresa Trataguas Cía. Ltda. ciudad de Cuenca, año 2022" de la carrera de Administración de Empresas, específicamente de los contenidos comprendidos en: Capítulo 1. Marco Teórico, Capítulo 2. Metodología. Capítulo 3. Diagnóstico de la satisfacción del cliente. Capítulo 4. Diagnóstico del nivel de conformidad del SGC acorde a la norma ISO 9001: 2015 y su incidencia en la satisfacción del cliente. Capítulo 5. Propuesta de acciones de mejora, siendo Juan Elicio Figueroa Ruiz, director del presente trabajo; también declaro que la presente investigación no vulnera derechos de terceros ni utiliza fraudulentamente obras preexistentes. Además, ratifico que las ideas, criterios, opiniones, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad. Eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones judiciales o administrativas, en relación a la propiedad intelectual de este trabajo.

Que la presente obra, producto de mis actividades académicas y de investigación, forma parte del patrimonio de la Universidad Técnica Particular de Loja, de conformidad con el artículo 20, literal j), de la Ley Orgánica de Educación Superior; y, artículo 91 del Estatuto Orgánico de la UTPL, que establece: "Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad", en tal virtud, cedo a favor de la Universidad Técnica Particular de Loja la titularidad de los derechos patrimoniales que me corresponden en calidad de autor/a, de forma incondicional, completa, exclusiva y por todo el tiempo de su vigencia.

La Universidad Técnica Particular de Loja queda facultada para ingresar el presente trabajo al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su

difusión pública, en cumplimiento del artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

.....

Autor: Amores Patiño Lorena Lissete

C.I.: 0105054647

Correo electrónico: [llamores@utpl.edu.ec](mailto:llamores@utpl.edu.ec)

## **Dedicatoria**

Primeramente a Dios que gracias a su amor, me he permitido llegar a realizar este trabajo, su guía, su presencia y bendición en cada actividad me ha dado fuerzas para continuar y ser mejor.

A mis padres, mis hermanas y mis dos sobrinos que han sido un eje en mi desarrollo personal y profesional, ellos quienes me han sabido apoyar en cada lucha que he atravesado, han sido mi pilar fundamental, con tanto cariño, respaldo y amor que me han expresado, este trabajo es una pequeña retribución de su entrega hacia mi.

A Domenica, que ha estado a mi lado cada día, dándome aliento y siendo parte importante de mi esfuerzo, ha sido mi respaldo y fuerza para continuar y llegar a ser un ejemplo en su vida, por su cariño, constancia, paciencia y amor hacia mi, le dedico cada letra de este documento.

## **Agradecimiento**

A Dios, puesto que me ha dado todas las bendiciones para llegar a este gran camino, ha sabido guiarme y dar consuelo y paz en mis actividades y así con su bendición cumplir uno de los objetivos que me he propuesto en la vida.

A mis padres, mi hermana y mis sobrinos ya que me han motivado siempre en la búsqueda del éxito personal y profesional, por su constante apoyo y aliento.

A mi hermana Doménica quien ha estado a mi lado en cada nivel de la carrera apoyándome a salir adelante, siempre demostrando su cariño y respaldo en cada actividad.

A mis grandes amigas Vanessa y Viviana les agradezco infinitamente su presencia y apoyo moral constante, en cada etapa de la universidad, el aliento y cariño que me han dado fue invaluable para cumplir mi objetivo.

A mi tutor el Mgtr. Juan Figueroa, quien ha sido una pieza fundamental para el desarrollo de este documento, quien gracias a su conocimiento ha sabido impartirme sus enseñanzas y guiarme en todo momento, gracias a su constancia, paciencia y tiempo dedicado en la dirección de este proyecto.

Al Ing. Ángel Bustamante propietario de la Empresa Tratuaguas Cía. Ltda. por darme la oportunidad y la apertura de realizar este trabajo investigativo.

A la Universidad Técnica Particular de Loja y sus profesores de cada ciclo, cada uno con conocimientos valiosos que permiten culminar con éxito esta etapa.

Finalmente, a mis compañeros Solange y Fernando que hemos luchado a diario sin dejarnos derrotar, hemos compartido conocimientos y hemos dado mucho esfuerzo y dedicación para conseguir nuestra titulación.

## Índice de contenido

<b>Carátula.....</b>	<b>.....</b>
<b>Aprobación del director del Trabajo de Integración Curricular .....</b>	<b>III</b>
<b>Declaración de autoría y cesión de derechos .....</b>	<b>III</b>
<b>Dedicatoria.....</b>	<b>V</b>
<b>Agradecimiento .....</b>	<b>VI</b>
<b>Índice de contenido.....</b>	<b>VII</b>
<b>Resumen .....</b>	<b>1</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>2</b>
<b>Introducción.....</b>	<b>3</b>
<b>Capítulo uno .....</b>	<b>5</b>
<b><i>Marco Teórico</i>.....</b>	<b>5</b>
<b>1.1 Estudios Previos .....</b>	<b>5</b>
<b><i>1.2 Base Teórica</i> .....</b>	<b>6</b>
<b>1.2.1.Calidad.....</b>	<b>6</b>
<b>1.2.2. Satisfacción al cliente .....</b>	<b>10</b>
<b>1.3. Sistema de Gestion de calidad.....</b>	<b>13</b>
<b>1.3.1. Norma ISO 9000.....</b>	<b>13</b>
<b>1.3.2. Norma ISO 9000 - 2015.....</b>	<b>14</b>
<b>1.3.3. Norma ISO 9001 - 2015.....</b>	<b>15</b>
<b>1.3.4. Norma ISO 9004 - 2018.....</b>	<b>18</b>
<b>1.4. Auditoría de Sistema de gestión de calidad a la norma ISO 9001 : 2015 .....</b>	<b>19</b>
<b>1.5. Descripción de la unidad de análisis.....</b>	<b>20</b>
<b>1.5.1 Antecedentes de la empresa .....</b>	<b>20</b>

1.5.2 Actividades económicas de la empresa .....	20
1.5.3 Ubicación geográfica .....	21
1.5.5 Principales productos y servicios .....	21
1.5.6 Estrategia empresarial .....	24
1.5.7 Estrategia corporativa.....	24
1.5.8 Estrategia competitiva .....	25
1.5.9 Estrategia funcional .....	25
1.6 Marco Legal.....	25
Capítulo dos.....	27
<i>Metodología</i> .....	27
2.1 Método de Investigación.....	27
2.2 Tipo de Investigación .....	27
2.2.1 Descriptiva.....	27
2.3 Técnicas de Investigación.....	28
2.3.1 Técnicas de Campo.....	28
2.3.2 Técnica Correlacional.....	28
2.4 Población y muestra.....	28
2.5 Recolección de información.....	28
2.5.1 Observación In situ.....	29
2.5.2 Lista de chequeo.....	29
2.5.3 Encuestas.....	29
2.6 Procesamiento e Interpretación de Datos.....	29
2.7 Instrumentos de recolección de información.....	30
2.7.1 Encuesta para recopilar el nivel de satisfacción del cliente interno.....	30
2.7.2 Encuesta para aplicar el nivel de satisfacción del cliente externo.....	32

<b>2.7.3 Conformidad del sistema de gestión de calidad según la norma ISO 9001: 2015.....</b>	<b>34</b>
<b>Capítulo tres .....</b>	<b>40</b>
<i>Diagnóstico de la satisfacción del cliente, resultados y análisis .....</i>	<i>40</i>
<b>3.1 Análisis del contexto.....</b>	<b>40</b>
<b>3.1.1 Análisis Interno y Externo.....</b>	<b>40</b>
<b>3.1.2 Análisis FODA.....</b>	<b>43</b>
<b>3.2 Partes Interesadas.....</b>	<b>44</b>
<b>3.3 Análisis de los resultados del nivel de satisfacción del cliente externo e interno.....</b>	<b>45</b>
<b>3.3.1 Resultados encuesta de satisfacción de cliente interno .....</b>	<b>45</b>
<b>3.3.2 Resultados encuesta de satisfacción de cliente externo.....</b>	<b>52</b>
<b>Capítulo 4 .....</b>	<b>58</b>
<b>Diagnóstico del nivel de conformidad de SGC acorde a la norma ISO 9001:2015 y su incidencia en la satisfacción del cliente.....</b>	<b>58</b>
<b>4.1 Aplicación del instrumento de auditoria.....</b>	<b>58</b>
<b>4.2 Análisis de resultados del diagnóstico del SGC.....</b>	<b>63</b>
<b>4.3 Análisis de la incidencia del SGC en la satisfacción del cliente.....</b>	<b>65</b>
<b>Capítulo 5.....</b>	<b>66</b>
<b>Propuesta de acciones de mejora.....</b>	<b>66</b>
<b>5.1 Análisis de causas.....</b>	<b>66</b>
<b>5.2 Propuesta de acciones de mejora.....</b>	<b>68</b>
<b>Conclusiones.....</b>	<b>71</b>
<b>Recomendaciones.....</b>	<b>72</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>73</b>

### Índice de tablas

Tabla 1 Encuesta de satisfacción del cliente interno .....	31
Tabla 2 Encuesta de satisfacción del cliente externo.....	33
Tabla 3 Diagnóstico de evaluación según la ISO 9001: 2015.....	35
Tabla 4 Análisis FODA de la Empresa Trataguas Cía. Ltda.....	43
Tabla 5 Escala de puntuación del cuestionario cliente interno, cliente externo.....	45
Tabla 6 Diagnóstico de evaluación sistema de gestión de calidad según ISO 9001: 2015.....	58
Tabla 7 Plan de acción.....	68

### Índice de figuras

Figura 1 Mapa urbano de la dirección de la empresa Trataguas Cía. Ltda. Empresa Trataguas, 2001.....	21
Figura 2 Cuadro jerárquico de funciones de la Empresa de Trataguas Cia. Ltda. Empresa Trataguas, 2001.....	21
Figura 3 Foto de los productos que ofrece la Empresa Trataguas Cía. Ltda. Empresa Trataguas, 2001.....	22
Figura 4 Foto de los productos que ofrece de la Empresa Trataguas Cía. Ltda. Empresa Trataguas, 2001.....	22
Figura 5 Foto de los productos que ofrece de la Empresa Trataguas Cía. Ltda. Empresa Trataguas, 2001.....	23
Figura 6 Foto de los productos que ofrece de la Empresa Trataguas Cía. Ltda. Empresa Trataguas, 2001.....	23
Figura 7 <i>Satisfacción laboral</i> .....	46
Figura 8 Fiabilidad e integridad de los resultados.....	47
Figura 9 Capacidad de respuesta de talento humano.....	48
Figura 10 <i>Satisfacción nivel jerárquico</i> .....	49
Figura 11 <i>Recursos usados</i> .....	50

<b>Figura 12 <i>Evaluación General</i>.....</b>	<b>51</b>
<b>Figura 13 <i>Resumen encuesta cliente interno</i>.....</b>	<b>52</b>
<b>Figura 14 <i>Parte comercial</i>.....</b>	<b>53</b>
<b>Figura 15 <i>Servicio al cliente</i>.....</b>	<b>54</b>
<b>Figura 16 <i>Técnico y Operativo</i>.....</b>	<b>55</b>
<b>Figura 17 <i>Servicio Valorización y Facturación</i>.....</b>	<b>56</b>
<b>Figura 18 <i>Resumen cliente externo</i>.....</b>	<b>57</b>
<b>Figura 19 <i>Diagnóstico del SGC</i>.....</b>	<b>63</b>

## Resumen

El presente proyecto estudia el nivel de satisfacción tanto del cliente interno como del cliente externo conjuntamente con la conformidad del sistema de gestión de calidad, basados en la norma ISO 9001: 2015, de la empresa Trataguas Cía. Ltda. de la ciudad de Cuenca. El objetivo de este trabajo es revisar los fundamentos teóricos relacionados con la satisfacción al cliente, sistema de gestión, y normas ISO, a su vez recolectar información de los diferentes procesos de los colaboradores y clientes, en donde incide la satisfacción de la gestión de los procesos, identificando sus percepciones, estableciendo la relación de los procesos entre cliente interno, externo y sistema de gestión de calidad, a su vez, arrojando resultados con las debilidades y carencias que presenta la empresa en su cultura organizacional, para terminar sugiriendo acciones correctivas. La necesidad de desarrollar esta investigación se debe a la salida de clientes del portafolio de la empresa, lo que se ve reflejado en los presupuestos, ingresos, utilidades de los balances de la empresa, motivos que causan preocupación de su mejora de calidad en la gestión y del futuro de la empresa en el mercado.

*Palabras clave:* satisfacción, cliente, sistema de gestión.

### **Abstract**

This project studies the level of satisfaction of both the internal client and the external client together with the conformity of the quality management system, based on the ISO 9001: 2015 standard, of the company Trataguas Cia. Ltda. of Cuenca city. The objective of this document is to review the theoretical foundations related to customer satisfaction, management system, and ISO standards, in turn collect information on the different processes of employees and customers, where customer management satisfaction affects. processes, identifying their perceptions, establishing the relationship of the processes between internal and external clients with the quality management system, in turn, yielding results with the weaknesses and deficiencies that the company presents in its organizational culture, to end up suggesting corrective actions. The need to develop this research is due to the departure of clients from the company's portfolio, which is reflected in the budgets, income, profits of the company's balance sheets, reasons that cause concern about its quality improvement in management, and the future of the company in the market.

*Key words:* satisfacción, cliente, sistema de gestión.

## Introducción

La Empresa Trataguas Cía. Ltda. se ubica en la ciudad de Cuenca – Ecuador, inicia sus actividades en el año 2001, operando en el mercado nacional, bajo capital propio y con 3 socios de profesión ingenieros químicos, se dedicada al tratamiento de aguas de uso industrial, sistemas de generación de vapor, de enfriamiento, plantas de clarificación y de tratamiento de efluentes industriales, buscando las mejores respuestas para la gran variedad y complejidad de los problemas del agua industrial, siempre con nuevos conocimientos, experiencia e innovación. Como representantes autorizados de la Organización Illiniza y a pesar de contar con certificación ISO 9001: 2015 y aprobación USDA, es importante valorar la conformidad del sistema de gestión de calidad versus la satisfacción del cliente interno y externo.

Al analizar sus actividades no cumplen con las exigencias de los procesos estandarizados para medir el nivel de conformidad del sistema de gestión ni la satisfacción del cliente externo e interno, resaltando entonces, que no existe un estudio para que la empresa Trataguas Cía. Ltda. tenga un aseguramiento del cumplimiento de la gestión de calidad de la ISO 9001: 2015. Bajo estas circunstancias y con el propósito de incrementar procesos formales en la comercialización de productos y mejorar los servicios que oferta la empresa, se considera analizar el sistema de gestión de calidad según la norma ISO 9001: 2015 versus la satisfacción del cliente externo e interno.

Es por esto que en el presente trabajo se ha planteado lo siguiente: Como objetivo principal tenemos: analizar el nivel de satisfacción del cliente externo e interno vs el nivel de conformidad del Sistema de Gestión de Calidad según la norma ISO 9001:2015, en la empresa Trataguas Cía. Ltda., ciudad de Cuenca, año 2022. Como objetivos específicos se determina: revisar los fundamentos teóricos relacionados a la relación entre el nivel de satisfacción del cliente externo e interno vs el sistema de gestión de calidad acorde a la norma ISO 9001: 2015, analizar el nivel de satisfacción del cliente externo e interno en la

empresa Trataguas Cía. Ltda., analizar el nivel de conformidad del Sistema de Gestión de Calidad según la norma ISO 9001: 2015 en la empresa Trataguas Cía. Ltda. y su relación con el nivel de satisfacción del cliente externo e interno, proponer acciones de mejora al sistema de gestión de calidad que redunde en una mayor satisfacción del cliente tanto externo como interno en la empresa Trataguas Cía. Ltda.

Las limitaciones del presente proyecto es que no se ha realizado una implementación efectiva por falta de designación de actividades, puesto que no existe una disposición de horarios para efectuar la planificación de reuniones, la explicación y aplicación de los procesos intervenidos y no se ha asignado el personal correspondiente a cada proceso.

En el capítulo 1 se realiza un análisis del marco teórico, enfocado en el sistema de gestión de calidad, la satisfacción del cliente externo e interno y normas ISO. En el capítulo 2 se utilizará la investigación descriptiva, recolectando información que expone las actividades, personas o procesos que serán sometidos al análisis del proyecto, realizado bajo el método deductivo para ser más objetivos y enfocarse en el resultado; se realiza encuestas y entrevistas a los involucrados y se documenta a detalle la información recabada. En el capítulo 3 se hace un diagnóstico de satisfacción al cliente interno y externo, con un análisis de los resultados del nivel de satisfacción. Para el capítulo 4 se realiza un diagnóstico del nivel de conformidad del sistema de gestión de calidad según la norma ISO 9001: 2015. El capítulo 5 se propone las causas del problema y las acciones de mejora a ser tratadas con conclusiones y recomendaciones. Es un desafío para la empresa lograr los objetivos propuestos, con miras a las diversas formas de mejora continua y corrección de procesos bajo la norma ISO 9001: 2015. En función a esto, se busca vincular a las personas y crear un compromiso de fidelidad, haciendo un enfoque en nuevos parámetros que llevarán a una toma acertada de decisiones y a su vez gestionando efectivamente las relaciones comerciales que dan como resultado el servicio de calidad que el cliente se merece.

## **Capítulo uno**

### **Marco Teórico**

En este capítulo se abordará el fundamento teórico, conceptos y definiciones que nos permitan ampliar el conocimiento y panorama de los temas relevantes para elaborar el proyecto, teniendo así, una visión a profundidad de los problemas a tratar y las ventajas que representan los datos recolectados para su posterior desarrollo.

#### **1.1 Estudios previos**

En el trabajo “análisis comparativo de modelos de evaluación de calidad en el servicio a partir de sus dimensiones y su relación con la satisfacción del cliente” se estudió los factores que intervienen en la valoración llevada a cabo por el consumidor una vez que experimentó el servicio, y cómo contribuyen a explicar el nivel de calidad en el servicio que el cliente asigna a la experiencia, ha propiciado el surgimiento de modelos de evaluación de calidad en el servicio, con el objetivo de identificar la dimensión que evoca al personal de contacto como la de mayor presencia en los modelos de evaluación de calidad en el servicio analizado, utilizando la metodología de un enfoque cualitativo con base en la revisión de la literatura a partir de distintas bases de datos a través de la técnica de triangulación teórica, con los resultados siguientes; que para establecer una diferencia, que la satisfacción del cliente es o debe ser el objetivo de todas las empresas y esto se logra a través de la calidad del servicio. Nuñez (2018)

En el trabajo “Análisis de la relación entre clima laboral y satisfacción del cliente en la empresa Oltursa - Piura y Chiclayo” se analizó el clima laboral de la empresa y se identifica el nivel de satisfacción de los clientes de Oltursa en las ciudades de Piura y Chiclayo con el servicio que prestan tanto en preventa como postventa, con el objetivo de analizar la relación que existe entre el clima laboral y la satisfacción de los clientes en la empresa Oltursa para las ciudades de Piura y Chiclayo, utilizando la metodología de investigación de tipo descriptiva, transversal y con un diseño no experimental, los instrumentos utilizados para la recolección de datos fueron la encuesta de clima laboral y

la encuesta de satisfacción de clientes, con los siguientes resultados, se obtuvo que existe correlación entre ambas variables y bajo este antecedente se hace oportuno recoger información que será de apoyo para el progreso de este trabajo.

En el trabajo de titulación de Abad, M. (2014) de “análisis de calidad del servicio al cliente interno y externo para propuesta de modelo de gestión de calidad en una empresa de seguros de Guayaquil” en donde se revisa la calidad de atención que se ofrece a los clientes internos y externos de una empresa de seguros, en donde al final se evidencian resultados de las fortalezas y debilidades de la institución estudiada y las carencias encontradas en calidad de servicio y cultura organizacional, lo que nos permitirá ahondar más a fondo y con más experiencia en el tema de satisfacción del cliente.

## **1.2 Base Teórica**

### **1.2.1 Calidad**

Para Deming (2019), “La calidad implica transformar las necesidades y expectativas futuras de los clientes de forma medible, convirtiéndose en la única forma de diseñar y desarrollar productos por los que los clientes estarán dispuestos a pagar dinero por la satisfacción completa por lo tanto según este concepto, la calidad solo puede medirse desde el punto de vista del cliente”. Es decir, tratar de satisfacer al máximo a sus clientes, teniendo una relación duradera bajo la idea de cumplir sus expectativas.

Mientras que para la norma ISO 9001 (2008) la define como “El grado en que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos”, su versión más actualizada nos dice, “una organización orientada a la calidad promueve una cultura que da como resultado comportamientos, actitudes, actividades y procesos para proporcionar valor mediante el cumplimiento de las necesidades y expectativas de los clientes y otras partes interesadas pertinentes” Las empresas se ven obligadas a analizar y correlacionar sus departamentos o procesos para realizar ajustes con el objetivo de mejorar la calidad.

Calidad es lo que el cliente está dispuesto a pagar en función de lo que obtiene y valora (Maseda, 2009) En el momento que el cliente llega a adquirir un producto o servicio

este medirá entre la calidad y el precio y se basará en la realidad y su necesidad a la hora de adquirirlo.

Calidad representa un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa buscan satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas, participando activamente en el desarrollo de productos o en la prestación de servicios. (José María Álvarez, 2006).

### ***Gestión de la calidad***

Para Eulalia Griful, (2004) “En la terminología normalizada de ISO (ISO 9000), la calidad es la facultad de un conjunto de características inherentes de un producto, sistema o proceso para cumplir con los requisitos de los clientes y otras partes interesadas”. Empezar acciones en donde se planifique organice y controle el proceso de la gestión de calidad en una empresa.

Existen aspectos importantes a ser tratados en la gestión de calidad como:  
“Definir la política de calidad de la empresa en términos de principios empresariales y de acuerdo con la naturaleza del negocio.

Establecer objetivos claros basados en la política de la empresa.

Planificar contra metas previas y establecer las estrategias y recursos necesarios.

Definir la organización del programa a ejecutar y sus roles y responsabilidades.

Seleccionar y capacitar a los empleados para cada trabajo.

Motivar a las personas para lograr sus objetivos.

Controlar el desarrollo del programa estableciendo las medidas correctivas necesarias. (Pola Maseda, Á. (2009). p. 24.)

Para Ronald Jefferson y Col (2018) “La gestión de la calidad es parte de la administración de una empresa como lo es la dirección financiera, de recursos humanos, manejo ambiental, entre otros, por lo cual no debe ser considerado como un sistema aislado; ya que su propósito es realizar acciones para aplicar las directrices establecidas por la junta directiva y alcanzar los objetivos de la organización relacionados con la calidad, a través de una estrategia capaz de convertir la misión, la

visión y los valores en políticas, así como lograr los objetivos y acciones eficaces para la mejora continua.” Sabiendo que la relación es estrecha entre la gestión de calidad y mejora continua se involucra a todas las partes del entorno de la empresa.

Para Soin (1997) “Existen algunos beneficios de establecer un sistema de gestión de calidad, (a) una moral más alta de los empleados, (b) procesos más eficientes, (c) mayor productividad, (d) menos disputas, lo que da por resultado más tiempo para innovaciones y creatividad, (e) una calidad mejorada de los productos y servicios, (f) una mayor participación de mercado, (g) costos más bajos, (h) una mayor satisfacción del cliente; y, (i) utilidades más elevadas.

### ***Principios de la Gestión de Calidad***

Según Miguel Udaondo, (1992)

“1. Desechar los conceptos tradicionales sobre los métodos de fabricación.  
2. Pensar como trabajarán los nuevos métodos, no como, no trabajarán.  
3. No aceptar excusas. Los nuevos métodos deniegan totalmente el statu quo.  
4. No buscar la perfección. Una tasa de cumplimiento del 50 por 100 puede ser buena en tanto en cuanto, se consiga en las mismas áreas de trabajo y en función de determinadas condiciones limitantes”. Entonces hablamos que el significado de la gestión de la calidad ha ido evolucionando de acuerdo a las características del producto y las necesidades del cliente.

Según (Gumicio, 2015, p.17), nos dice los principios de calidad:

1. Hacer bien las cosas desde la primera vez.
2. Satisfacer las necesidades del cliente (tanto externo como interno ampliamente)
3. Buscar soluciones y no estar justificando errores.
4. Ser optimista a ultranza.
5. Tener buen trato con los demás.
6. Ser oportuno en el cumplimiento de las tareas.
7. Ser puntual.

8. Colaborar con amabilidad con sus compañeros de equipo de trabajo.
9. Aprender a reconocer nuestros errores y procurar enmendarlos.
10. Ser humilde para aprender y enseñar a otros.
11. Ser ordenado y organizado con las herramientas y equipo de trabajo.
12. Ser responsable y generar confianza en los demás.
13. Simplificar lo complicado, desburocratizando procesos”.

Según la norma ISO 9001:2015 estos son los principios de calidad:

- Enfoque al cliente.
- Liderazgo.
- Compromiso de las personas.
- Enfoque a procesos.
- Mejora.
- Toma de decisiones basada en la evidencia.
- Gestión de las relaciones.

### ***Modelos de la gestión de calidad***

Para Miguel Ferrando, (2005) “Sin duda los tres grandes modelos de calidad total – excelencia, que por otra parte se corresponden con las tres grandes potencias económicas mundiales, son el Modelo Deming (Japón), el Modelo Malcolm Baldrige (EE.UU) y el Modelo EFQM de Excelencia (Europa)”.

Este modelo nace con el objetivo de evaluar y comprobar la obtención de buenos resultados mediante el control de la calidad de producción. Es evidente que estas primeras ideas están dirigidas a la mejora de los productos, no de los servicios, sin embargo es el primer modelo de referencia y sobre él se apoyan los siguientes que se desarrollaron. (Gallardo, 2005). Los Modelos de gestión de calidad son puntos que las empresas tienen para mejorar su gestión, conteniendo directrices para la misma.

### ***Modelo EFQM (European Foundation For Quality Management)***

La idea central del modelo EFQM la satisfacción de los clientes y empleados, se consigue mediante un liderazgo que impulse la política y estrategia de la organización a través de una adecuada utilización de recursos y perfecta gestión de los procesos más importantes de la organización para conseguir resultados excelentes". (EFQM, 2018, p.3)

#### ***1.2.2 Satisfacción al cliente***

##### ***Definición de cliente***

Según H. González (2019), según La Norma ISO 9000:2015 Sistemas de gestión de la calidad — Fundamentos y vocabulario se lo puede definir como "Persona u organización que podría recibir o que recibe un producto o un servicio destinado a esa persona u organización o requerido por ella."

##### ***Tipos de clientes***

Según Kloter Philip, (1999)

**"Clientes Actuales:** Son aquellas personas (individuos, empresas u organizaciones) que periódicamente o recientemente adquirieron bienes de la empresa. Este tipo de cliente es el que genera el volumen de ventas actual, y por tanto, es la fuente de ingresos actual que recibe la empresa, la que le permite tener un cierto grado de participación en el mercado.

**Clientes Potenciales:** Son aquellas personas (individuos, empresas u organizaciones) que actualmente no compran a la empresa pero que se consideran futuros clientes potenciales debido a la disposición, capacidad y poder de compra necesarios. Este tipo de cliente es el que generará una cierta cantidad de ventas en el futuro (corto, mediano o largo plazo) y por lo tanto puede ser considerado una fuente de ingresos futuros".

El cliente potencial es aquel que no nos compra todavía, pero forma parte de nuestro público objetivo y puede estar comprando a algún competidor, sin embargo, muestra interés por los productos o servicios de la empresa, pero aún no se ha decidido a comprar o utilizar los servicios. (Paz Couso, 2005, p.30)

**Partes interesadas,** De acuerdo con Shapiro (2011), “el enfoque de la empresa a los clientes es limitado y ya no es suficiente; ahora se debe incluir en el enfoque a todos los usuarios, que son personas que interactúan con una compañía con propósitos diversos, e incluye a clientes y partes interesadas, empleados, solicitantes de trabajo, socios, prospectos para hacer negocios, seguidores de la empresa y sus marcas, personas de los medios de comunicación y otras personas influyentes que interactúan con la organización”.

### **Cliente interno**

En este argumento, el cliente del ejecutivo es quien se queda para siempre con la organización y es quien necesita los servicios y productos que ofrece la empresa para que se potencien en el mercado y generen ingresos y retornos para atraer clientes. Posicionarse en un determinado mercado.

Según (Hernandez,2004, p3) “el cliente interno es aquel que se ve afectado por lo que hace o deja de hacer otro miembro o área de la organización”.

Según (Farjat, 2022, p4) es absolutamente independiente del nivel jerárquico y de la función que se desempeñe dentro de la organización”.

El cliente interno es aquel que forma parte de la empresa, ya sea como empleado o como proveedor y que no por estar en ella, deja de requerir de la prestación del servicio por parte de los demás empleados. (Vértice, Atención eficaz de quejas y reclamaciones, 2009)

Según (Elías, 2000) existen algunos consejos para mantener clientes contentos, estos podrían aplicarse a la relación entre proveedor – cliente, de las cuales se destacan:

- Cumplir las promesas.
- Respetar el tiempo del cliente.
- Tener obsesión por los detalles.
- Ser siempre cortés.
- Mantener el rol profesional.
- Dar seguridad al cliente”.

### ***Satisfacción del cliente interno***

Según (R. Gómez, 2015) los modelos de satisfacción son:

- a) Definir objetivos claros para todo el proceso, objetivos que determinen la forma en que será utilizada la información;
- b) Identificar las percepciones de calidad y satisfacción de los clientes y trabajadores;
- c) Medir la importancia relativa de los diferentes requerimientos de los clientes;
- d) Precisar, dentro de estos requerimientos, las actividades en las que se actuará;
- e) Valorar la percepción de los empleados sobre la capacidad de la organización para cubrir necesidades y objetivos de satisfacción en estas áreas;
- f) Desplegar las necesidades de los clientes en la organización, de forma que los equipos de mejora de proceso actúen y finalmente.
- g) Realizar medidas de interacción de mejora de actuación continua y supervisión de cuestiones críticas.

Los Servicios de Calidad Total (SCT) transforman una organización a partir de la existencia de una cadena de calidad que incorpora a todas las personas, procesos e infraestructura en una contribución al resultado final. En esta idea, los servicios internos son vistos como un método, dando a cada miembro de la organización una misión y un propósito a alcanzar en relación con el éxito de la empresa”.

Para (Berry, 2012) “Uno de los pioneros en llamar a los empleados clientes internos fue Berry (1981). Para él marketing interno implica reconocer al empleado como un cliente, sobre quién debe existir una dinámica de interacción y crecimiento en el trabajo, logrando evidenciarse en la satisfacción de los empleados y el desarrollo de actitudes orientadas al cliente externo, lo más importante es reconocer a los empleados como un cliente”

### **Cliente externo:**

El cliente externo es todo consumidor o empresa con potencial para comprar o contratar productos y servicios, constituye no solo la fuente de ingresos y por tanto la estabilidad económica, sino el eje mismo de trabajo, desarrollo y avance de la organización y todos sus empleados. (Bernal, 2015, p2).

Según (Bernal 2015 p3) “El cliente externo también tiene necesidades que son indispensables para tenerlo satisfecho y feliz; como ser comprendido, bienvenido, sentirse importante, sentir comodidad, confianza y sobre todo sentirse escuchado, ya que si todas estas se ponen en práctica se tendrá un cliente satisfecho y feliz, y con toda seguridad seguirá adquiriendo los productos o solicitando un servicio.”

El cliente externo es aquella persona que no pertenece a la empresa, pero es a quién la empresa dirige su atención, ofreciéndole sus productos y/o servicios. (Vértice, Atención eficaz de quejas y reclamaciones, 2009). Son las personas para quienes van dirigidos los esfuerzos de la organización, queriendo siempre complacerlos y satisfacerlos en sus requerimientos y necesidades cotidianas.

### ***Satisfacción del cliente externo***

- Condiciones del servicio: Establecen la forma en que se puede utilizar tu producto, servicio o contenido de forma legalmente vinculante.
- Atención al cliente: El servicio de atención al cliente es todo el soporte que brindas a tus clientes, ya sea antes, durante o después de la compra (postventa), y que los ayuda a tener una excelente experiencia con tu empresa. Según (Albrecht, 2014).
- Método de pago: Sistema que utiliza para pagar sus costos, como una tarjeta de crédito o una transferencia bancaria. Según (Albrecht, 2014).

Básicamente Zeithmal (2002) en su esquema menciona que aquellos empleados que tienen contacto directo con el cliente, aquellas áreas donde sus funciones principales son atender requerimientos, hallar soluciones y captar nuevos clientes tienen la gran responsabilidad de conseguir la fidelidad y mantener la confiabilidad que han depositado los asegurados en la institución, conseguir clientes es fácil sin embargo conservarlos a lo largo del tiempo, es el objetivo”.

## **1.3 Sistemas de Gestión de calidad**

### ***1.3.1 Normas ISO 9000***

Según (Carriel,2018, p2) “La ISO 9000 es una norma internacional que se aplica a los sistemas de gestión de calidad (SGC) y que se centra en todos los elementos de

administración de calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios” la misma servirá para poder realizar certificaciones sin importar cuál sea la actividad o tamaño de la organización.

Según: (La ISO 9000) “Es un conjunto de normas que recogen los requisitos necesarios para obtener una determinada calidad de un producto o servicio. Los pasos que se deben verificar para determinar que se gestiona eficazmente la calidad son los siguientes:

- Identificar necesidades
- Fijar objetivos de calidad
- Especificar los instrumentos que medirán la eficacia
- Acciones de mejora ante no conformidades detectadas
- Acciones correctivas para optimizar la mejora continua de procesos

La primera edición de la familia de las normas ISO 9000 fue en el año 1987. A posteriori, se han ido incluyendo novedades y modificaciones para adaptarlas en 1994, 2000, 2008 y 2015 versión que está en vigor en la actualidad. La norma ISO comprende un conjunto de guías dirigidas a conseguir los objetivos de calidad marcados en cada caso y explica los mecanismos que son necesarios implementar. Por otro lado, marca el plazo de distribución y eventualmente cumple las condiciones a seguir para obtener el certificado ISO 9001. El principio de mejora continua es la base para mejorar el valor económico y la calidad de los productos y servicios vendidos”, es decir, enfocarse en resolver problemas encontrados en el proceso de seguimiento de planos, hacer cosas, verificar y actuar; descubrir deficiencias y determinar actividades de mejora.

### **1.3.2 Norma ISO 9000:2015**

Para (Senge, 1995). “el desarrollo de la calidad, como concepto y función organizacional, ha estado siempre ligado a la información y al conocimiento que a partir

de ella se genera, sobre los productos y las organizaciones mismas, por lo que estos conceptos han sido tratados cada vez con mayor profundidad en las normas de sistemas de gestión de la calidad. Se ha observado que, de manera general, las organizaciones interesadas en la gestión de la calidad, están bien preparadas para estudiar las disciplinas del aprendizaje”

### **1.3.3 Norma ISO 9001:2015**

Para (Lixarzaburu Edmundo, 2015) “Debido a la gran relevancia que tiene la gestión de calidad en la actual coyuntura internacional, el presente trabajo de investigación revisa y analiza la más destacada norma en esta materia: la ISO 9001. En el documento, se establecen los orígenes y la evolución del término calidad. Esto se define describiendo la familia de reglas. También se identifica su estructura y los principios en los que se basa. Con base en lo anterior, como producto adicional del trabajo, se detallan los beneficios cualitativos y cuantitativos que brinda la norma a las empresas que cumplen con la norma. Finalmente, se identificaron los principales cambios a incluir en la nueva edición de ISO 9001 en 2015”.

Según la Norma (ISO 9001:2015, 10) “El ciclo PHVA contempla teóricamente:

- Planificar: establecer los objetivos del sistema, sus procesos, recursos necesarios para generar y proporcionar resultados acordes a las necesidades del cliente y la organización, incluyendo una gestión de riesgos y oportunidades.
- Hacer: implementar lo planificado.
- Verificar: realizar el seguimiento y cuando sea aplicable la medición de los procesos y los productos / servicios resultantes respecto a directrices, objetivos, requisitos y actividades planificadas e informar los resultados.
- Actuar: tomar decisiones y acciones para mejorar el desempeño, cuando se requiera.

### **Objetivo**

Es el cumplimiento de expectativas y necesidades de los clientes, llegando a un consenso entre soluciones y exigencias entre sociales y comerciales. (Gumicio, 2015, p9)

### ***Elementos que componen la ISO 9001: 2015***

De acuerdo con (Carriel, 2018, p.8) tenemos los siguientes elementos de gestión de calidad:

1. Estructura Organizacional: Es la manera en que la organización organiza a su personal, de acuerdo a sus funciones y tareas, definiendo así el papel que ellos juegan en la misma.
2. Planificación: Constituye al conjunto de actividades que permiten a la organización trazar un mapa para llegar al logro de los objetivos que se ha planteado.
3. Recursos: Es todo aquello que vamos a necesitar para poder alcanzar el logro de los objetivos de la organización.
4. Procesos: Son el conjunto de actividades que transforman elementos de entradas en producto o servicio.
5. Procedimientos: Son la forma de llevar a cabo un proceso. Es el conjunto de pasos detallados que se deben de realizar para poder transformar los elementos de entradas del proceso en producto o servicio. (Carriel, 2018, p.9)

### **Ventajas:**

Las ventajas que señala (Carriel, 2018, p12) al momento de implementarlas en una organización, pueden ser comerciales, organizativas, operativas, competitivas, y para la dirección de la empresa.

#### ***Ventajas Comerciales***

- Aumenta la posibilidad de acceder a nuevos clientes
- Aumenta la fidelización de los clientes existentes: de seguimiento de reclamaciones, seguimiento de la satisfacción de cliente.
- Mejorar en el desarrollo de nuevos productos nos dará ventaja frente a la competencia. (Carriel, 2018, p12)

#### ***Ventajas organizativas***

- Mejora en la gestión documental: Crea una forma homogénea de gestionar, actualizar, conservar, distribuir toda la documentación generada por la empresa.

- Crea los procedimientos e instrucciones, operativos para que todo el personal conozca cómo desarrollar sus funciones en su puesto de trabajo. (Carriel, 2018, p12)

### ***Ventajas Operativas***

- Mejorar los mantenimientos de maquinaria e instalaciones.
- Mejorar los rendimientos productivos.
- Disponer de los recursos de control de la producción para garantizar la calidad concertada. (Carriel, 2018, p13)

### ***Ventajas Competitivas***

- Disminución de los costos, no de la calidad.
- Buscando siempre la mejora continua. (Carriel, 2018, p14)

### ***Ventajas para la dirección de la empresa***

- Creación de los cuadros de mandos a nivel directivo: Una vez definidos los procesos y los indicadores se establecen los límites inferiores y superiores sobre el cumplimiento de los objetivos.
- Aumento del control y del análisis de los datos. (Carriel, 2018, p14)

### **Desventajas**

Según (Buitrago, 2022, p14), estas serían algunas de las desventajas que nos podría pasar al momento de implementar el sistema de ISO 9001:2015 en nuestras organizaciones:

- Gastos de capacitación, la provisión continua de manuales de capacitación a los empleados de la organización aumenta los gastos de la empresa.
- Evite los contratos a corto plazo para que no tenga que reestructurar su empleado y brinde capacitación a corto plazo, preferiblemente a largo plazo.
- Como lo requiere la norma, además de capacitar al personal para realizar las tareas anteriores, se deben crear manuales, lo que consume mucho tiempo y esfuerzo.
- Si la organización ha pasado por todos los pasos que involucran la capacitación del personal, la elaboración de un manual y la acumulación de la documentación

requerida, el proceso de implementación puede demorar al menos 6 meses y todos los costos que esto implica.

#### **1.3.4 Norma ISO 9004:2018**

Según (ISO 9004: 2018) “Utiliza los principios de la gestión de la calidad que encontramos en la norma ISO 9001 2015. Es aplicable a cualquier empresa, de forma independiente al tamaño, tipo o actividad que lleve a cabo. La norma ISO 9004 se encuentra enfocada a conseguir el éxito sostenido en el tiempo”.

Algunos apartados que contiene esta ISO son:

##### ***Mejora***

Mejorar el desempeño de los productos, servicios o procesos, mejorar estos aspectos reflejará el aumento de la eficiencia y eficacia, Mejorar costos, tiempo y desperdicios, en este plan se recomienda definir metas de mejora y diseñar planes de acción bajo un enfoque estructurado.

##### ***Aprendizaje***

“Las organizaciones deben promover la mejora y la innovación a través del aprendizaje”, como por ejemplo a partir de la experiencia, análisis de información para resultados de innovación, etc.; se debe integrar la capacidad de los colaboradores para contactarlos con la organización a través de sus conocimientos, patrones de pensamiento patrones de comportamiento y valores organizacionales, ponerse en contacto.

Innovación: " Resultado en un producto o servicio, proceso, posición en el mercado o mejora del desempeño nuevo o modificado que permite o redistribuye el valor"

Entonces se debería identificar las necesidades, estableciendo y manteniendo procesos que permitan una eficaz innovación, con ayuda de recursos para las nuevas ideas como tecnologías, sistemas de gestión, organización o modelos de negocios”.

#### ***Conformidad de un sistema de gestión de calidad de acuerdo a la Norma ISO 9001:2015***

Según la (norma ISO 9001:2015), los requisitos son:

Esta Norma Internacional especifica los requisitos para un sistema de gestión de la calidad cuando una organización:

- Necesita demostrar su capacidad para proporcionar regularmente productos v servicios que satisfagan los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables.
- Aspira a aumentar la satisfacción del cliente a través de la aplicación eficaz del sistema, incluidos los procesos para la mejora del sistema y el aseguramiento de la conformidad con los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables.

Todos los requisitos de esta Norma Internacional son genéricos y se pretende que sean aplicables a todas las organizaciones, sin importar su tipo o tamaño, o los productos y servicios suministrados.

#### **1.4 Auditorías de un SGC acorde a la norma ISO 9001: 2015:**

De acuerdo a (ISO 9001 :2015) “El objetivo es comprobar la conformidad con la norma ISO 9001: 2015, además de la documentación de la organización, la efectividad del proceso y la mejora continua.” Es decir que para realizar una auditoría tendrán que ejecutar varios o todos los procesos dentro del sistema de gestión de calidad para poder certificarse, cumplir con la información requerida para definir sus procesos, implementar, controlar; generando así valor agregado en sus acciones de mejora.

Según (Barrio. J, 2016) La versión 2015 de la norma ISO 9001 ayuda a conseguir un sistema de gestión de calidad efectivo, ya que mediante la comparación permite determinar cuáles son los posibles factores que influyen de manera negativa al sistema de gestión para maximizar oportunidades de mejora mediante controles preventivos.

Para (Lizarzabaru, E, 2016) La aplicación de la norma ISO 9001: 2015 aporta beneficios financieros favorables para el desempeño de la empresa, esto debido a que la mejora que se pueda implementar en los procesos de gestión estratégica se logre mediante la adecuación de la norma; además se presenta una gran relevancia de coyuntura internacional para el presente trabajo en donde se debe establecer orígenes y evolución

del término calidad, aumentando las diferentes modificaciones que incorpora la versión 2015". En el tema que engloba el presente documento sería la mejora continua de la calidad de productos y servicios, incorporando avances para una atención amable y oportuna de las expectativas de los clientes dando de esta manera transparencia para el desarrollo de procesos de gestión.

## **1.5. Descripción de la unidad de análisis**

### ***1.5.1 Antecedentes de la empresa***

Trataguas Cía. Ltda. es una empresa ubicada en la ciudad de Cuenca – Ecuador que inicia sus actividades en el año 2001, bajo capital propio y con 3 socios inicialmente, los 3 de profesión ingenieros químicos, y la misma que se dedicada al tratamiento de agua de uso industrial: sistemas de generación de vapor, sistemas de enfriamiento, plantas de clarificación y plantas de tratamiento de efluentes industriales.

Trabajan en la implementación y diseño de sistemas de tratamiento de aguas para uso industrial, ya que continuamente buscan las mejores respuestas para la gran variedad y complejidad de los problemas del agua, siempre con nuevos conocimientos y experiencia para lograr los mejores resultados. Todos sus productos tienen certificación ISO 9001 y aprobación USDA.

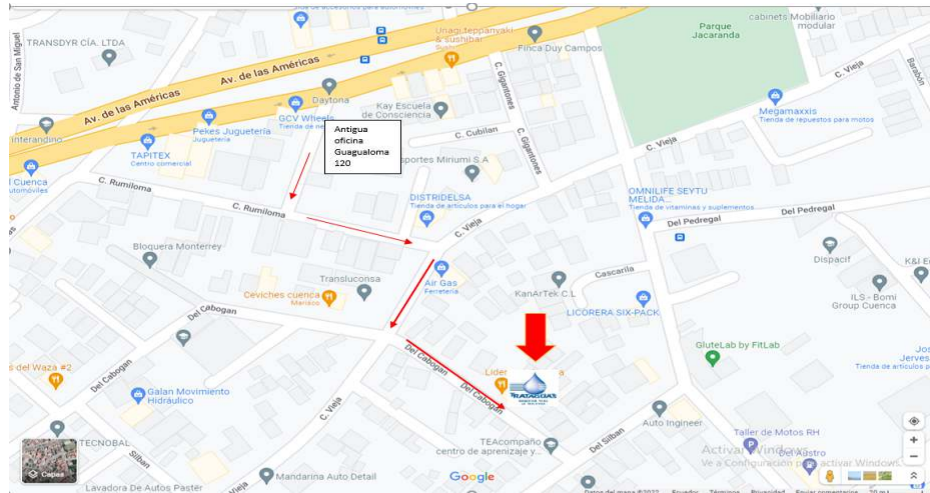
### ***1.5.2 Actividad económica de la empresa***

Ruc: 0190311899001 Administración pública de programas destinados a promover el bienestar personal en medio ambiente, administración de políticas de investigación y desarrollo adoptadas en este ámbito y de los fondos correspondientes, administración de programas de protección del medio ambiente.

### ***1.5.3 Ubicación geográfica***

**Figura 1**

*Mapa urbano de la dirección de la Empresa Trataguas Cía. Ltda.*



Nota Empresa Trataguas, 2001, (<http://trataguas.com/>)

**1.5.4 Estructura organizativa de la empresa**

**Figura 2**

*Cuadro jerárquico de funciones de la Empresa de Trataguas Cía. Ltda.*



Nota Empresa Trataguas, 2001, (<http://trataguas.com/>)

**1.5.5 Principales productos y servicios**

**Torres de enfriamiento:**

Diseño, construcción, montaje, repotenciación y tratamientos químicos; los químicos de tratamiento de agua de enfriamiento están diseñados para prevenir la corrosión, los

depósitos, el crecimiento de bacterias y la contaminación ambiental, proporcionando un sistema seguro y eficiente para el personal de las instalaciones y la comunidad.

### Figura 3

*Foto de los productos que ofrece la Empresa Trataguas Cía. Ltda.*



*Nota Empresa Trataguas, 2001, (<http://trataguas.com/>)*

### Clarificación

Cuenta con una línea completa de productos para clarificadores y asesoramiento para seleccionar la mejor tecnología en su aplicación. Trataguas considera la calidad del agua, el espacio disponible y muchos otros parámetros al hacer recomendaciones de equipos.

### Figura 4

*Foto de los productos que ofrece de la Empresa Trataguas Cía. Ltda.*



*Nota. Empresa Trataguas, 2001, (<http://trataguas.com/>)*

## Diseño y construcción de sistemas de clarificación

**Figura 5**

*Foto de los productos que ofrece de la Empresa Trataguas Cía.Ltda. Plantas de tratamiento; clarificación, sedimentación y filtración*



*Nota. Empresa Trataguas, 2001, (<http://trataguas.com/>)*

## Intercambiadores de calor

**Figura 6**

*Foto de los productos que ofrece de la Empresa Trataguas Cía. Ltda. Productos desincrustantes y sistemas de limpieza mecánica*



*Nota. Empresa Trataguas, 2001, (<http://trataguas.com/>)*

### **1.5.6 Estrategia Empresarial**

Que la gerencia técnica promueva la investigación, innovación y desarrollo de productos y servicios, realizando consultas técnicas, revisando fichas técnicas, realizando laboratorios prácticos, planificando con su debida valoración la ejecución de tareas a fines a la investigación.

Incrementar nuevo personal para su expansión de esta manera poder cubrir nuevas zonas, pero garantizando las plazas de trabajo existentes con su personal.

Expandir importaciones para disminuir costos e incrementar el portafolio y utilidades.

Consolidar el factor financiero, creando de esta manera una fuerte estabilidad económica.

### **1.5.7 Estrategia Corporativa**

#### **a). Visión**

Ser el proveedor creativo de nuestros clientes en el sector industrial mediante la provisión de productos y servicios en el tratamiento de aguas, garantizando la operatividad de equipos y procesos; promoviendo el cumplimiento de normas ambientales y principios éticos y morales.

#### **b). Misión**

Situarse a nivel nacional como un proveedor innovador en la rama industrial, ofreciendo un portafolio y catálogo de bienes y servicios competitivos; enfocándose en seguridad, costos y soluciones medio ambientales, a través de una asistencia técnica profesional en el tratamiento de aguas.

#### **c). Objetivos estratégicos**

Expandir su cobertura a nivel local mediante incremento del portafolio.

Buscar alianzas estratégicas para brindar mejores servicios y productos.

Estar evolucionando en mejorar las políticas de calidad.

**d). Valores**

Atención al Cliente

Costo Efectivo

Innovación

Seguridad

Liderazgo

**1.5.8 Estrategia Competitiva**

Mantener la vanguardia en los diferentes servicios de sistemas de clarificación, continuar adquiriendo equipos necesarios para hacer frente a los avances tecnológicos.

Buscar alianzas estratégicas con empresas del exterior y figurar como representantes en el país.

**1.5.9 Estrategias funcionales**

Realizar capacitaciones tanto en la gerencia técnica como en el personal para continuar brindando servicios de calidad.

Mantener vigentes las políticas de calidad y hacer revisión de las normas ISO para el correcto funcionamiento de los productos.

Otorgar financiamiento directo a los clientes, buscar mayores plazos de pago a proveedores y planes monetarios en Instituciones Bancarias.

**1.6 Marco legal**

En Ecuador se ha procurado crear normas legales que permitan la mejora constante de la calidad, regulando principios y encargando a entidades para regularlos, es así que el INEN (Instituto Ecuatoriano de Normalización) asume esta competencia en la ejecución de procesos establecidos en el Sistema Ecuatoriano de la Calidad.

“El INEN está reconocido por la sociedad ecuatoriana como competente en la ejecución de los procesos establecidos en el Sistema Ecuatoriano de la Calidad, satisface la

demanda nacional en los campos de la Normalización, Reglamentación, Metrología y Evaluación de la Conformidad, contribuyendo al mejoramiento de la competitividad, de la salud y seguridad del consumidor, la conservación del medio ambiente y la promoción de una cultura de la calidad para alcanzar el buen vivir.” (INEN 2021)

## Capítulo dos

### Metodología

Para Hernández (2014) Un profesional de cualquier disciplina requiere contar con las competencias básicas para buscar, seleccionar, procesar, analizar y comunicar datos, información y conocimiento; para lo cual, aprender métodos de investigación científica es un punto clave. Entonces se necesitó desarrollar y potenciar esas destreza y conocimiento para realizar una buena investigación.

#### 2.1 Método de Investigación

El presente trabajo de titulación se sometió a una investigación aplicada, en donde se desarrolló la aplicación de bases teóricas que a su vez fueron usadas para revisar la información de la empresa Trataguas Cía. Ltda. basándose en el nivel de satisfacción del cliente externo e interno y con su cumplimiento del sistema de gestión de calidad según la norma ISO 9001: 2015, el mismo que a su finalización puede ser utilizado para cuando la empresa considere necesario.

#### 2.2 Tipo de investigación

Al realizar la investigación se indago el campo de estudio, revisó la bibliografía y marco teórico que se ha recopilado, encontrando trabajos previos que estén relacionados con el proyecto; una vez estudiada la información a profundidad, se pudo tener una clara y amplia visión de la idea de la investigación, llegando a un punto de vista a seguir que se materializó en el transcurso del proyecto; para cumplir con los objetivos de la investigación, necesitamos de las siguientes partes:

##### 2.2.1 *Descriptiva*

Es decir, se tomó en cuenta las fuentes bibliográficas, teorías, criterios que pudieron llegar a ser un soporte fundamental para el proceso de análisis y toma de decisiones en donde se realizó la recopilación, selección, clasificación de datos de manera ordenada, fuentes de información, lo que nos permitió una mejor interpretación y al final una pericia para la explicación de los datos.

Por medio de este estudio se analizó e identificó los diferentes ámbitos y condiciones entre la relación de las variables a comparar.

### **2.3 Técnicas de investigación**

De acuerdo a los requerimientos del proyecto se utilizó diferentes técnicas y habilidades sociales de una manera flexible, adquiriendo un punto de vista interno y externo más analítico, generando información detallada.

#### **2.3.1 De campo**

Se procedió con la recopilación de información al interior de las instalaciones de la empresa mediante una lista de chequeo, se procedió luego con encuestas a nivel interno y externo, dirigida en un lado a los trabajadores, personal administrativo que están encargados de los procesos internos, por otro lado a los clientes de la empresa, esto con el afán de identificar y priorizar la información que se necesitó para la comparación de la satisfacción de la calidad versus la conformidad del sistema de gestión basado en la ISO 9001: 2015.

#### **2.3.2 Correlacional**

Para Hernández (2014) “Tales correlaciones se expresan en hipótesis sometidas a prueba” (p.121) es decir que se evaluó la relación que existía entre dos o más variables, en donde nos ayudamos de estudios cuantitativos correlacionales que midieron y analizaron el grado de relación en este caso de las dos variables.

### **2.4 Población y muestra**

La población objetivo para esta investigación son:

Internos: (12 colaboradores) encargados de realizar los procesos administrativos y estratégicos dentro de la empresa.

Externos (31 clientes) la parte operativa del negocio.

### **2.5 Recolección de la información**

Se escogieron varios instrumentos con los que se pudo llevar a cabo una mejor vía de desarrollo para los datos requeridos.

### **2.5.1 Observación In situ**

Se permitió determinar cuáles son los distintos procesos que se llevan a cabo dentro y fuera de la empresa, sean estos grupos administrativos (internos) u operativos (externos) de las actividades diarias de las que se compone la empresa, determinando así, los niveles de ejecución de la satisfacción a sus clientes y el grado de conformidad con la gestión de la ISO 9001:2015.

### **2.5.2 Lista de chequeo**

Se utilizó una matriz de ponderación que es aplicable a los requisitos de la norma ISO, ayudándonos a establecer un nivel de suficiencia interna y externa frente al sistema de gestión de calidad que se basa en la ISO 9001: 2015, determinando acciones que fueron analizadas y posterior estuvieron enfocadas a aumentar la competitividad de la empresa en el mercado.

### **2.5.3 Encuestas**

La encuesta es la técnica que más se usa para un procedimiento de una investigación pues nos facilita la obtención y elaboración de datos más rápido y de manera eficaz; este procedimiento nos permite la posibilidad de aplicar un estudio masivo en un tiempo muy corto pues que se presente a varias personas al mismo tiempo (Anguita et al., 2002).

Por lo tanto, la encuesta que usamos en la presente investigación se estructuró por preguntas que guardan relación con las normas ISO 9001:2015 Gestión de la calidad - Satisfacción del cliente. Se decidió aplicar la encuesta creando un cuestionario de acuerdo a las ideas y opiniones de los clientes internos, en base a la gestión logística, crecimiento personal, sus motivaciones en el entorno laboral, con la finalidad de comprobar la hipótesis y objetivos que fueron propuestos en el trabajo de titulación.

## **2.6 Procesamiento e Interpretación de Datos**

Técnicas de procesamiento de datos: codificación de datos, la tabulación y el tratamiento estadístico.

### ***Procedimiento para cumplir los objetivos***

#### **Herramientas y/o software a utilizar.**

Para el procesamiento de la información obtenida posterior a la ejecución de la encuesta a la población en estudio se dio por medio de la herramienta Google Formularios, seguido de la debida ejecución de herramienta Excel para el procesamiento y recopilación de los datos obtenidos y la creación de las gráficas y tablas estadísticas.

Para la presentación de la información recopilada y la presentación de la propuesta de los códigos de conducta para los colaboradores de la empresa, se utilizó la herramienta Canvas para el uso de infografías y herramientas didácticas (PowerPoint), con el objetivo de procesar la información de una manera más simple y sistemática, con el fin de lograr la efectiva comprensión del lector.

## **2.7 Instrumentos de recolección de información**

### ***2.7.1 Encuesta para recopilar el nivel de satisfacción del cliente interno***

Para la recolección de datos, el instrumento que se escogió es una encuesta por muestreo del autor Carranza. J. (2016), misma que de acuerdo a nuestro marco teórico se ha relacionado de la mejor manera para la empresa, puesto que ha cubierto aspectos generales para la satisfacción del cliente interno, de esta se fue adaptando y tomando ideas sobre su satisfacción de la logística, recopilando la información que sirvió para comprobar la hipótesis formada y aplicándolas a 12 trabajadores de la empresa.

La encuesta se ha dividido en 6 aspectos importantes, en donde cada segmento aporta información relevante que se ha tomado en cuenta para validar la satisfacción del cliente interno es así que las respuestas han ayudado a medir y descubrir las fortalezas o debilidades que los trabajadores implementan dentro de la empresa.

Tabla 1.

## Encuesta de satisfacción del cliente interno

		Fecha:			Encuesta N°:				
<b>DATOS GENERALES DE LA ENCUESTA SATISFACCION DEL CLIENTE INTERNO</b>									
Gracias por realizar nuestra Encuesta de Satisfacción del Cliente Interno. No tardará mas de 5 minutos en completarla y nos será de gran ayuda en la optimización de nuestra gestión.									
Cliente Interno (Proceso):					Proveedor Evaluado (Proceso):				
Cargo del Evaluador:					Nombre y Apellido del Evaluador:				
<b>INSTRUCCIONES GENERALES DE LA ENCUESTA</b>									
Por favor marque la casilla correspondiente a su decisión, tomando en cuenta en qué medida se siente satisfecho con los productos o servicios suministrados por parte de nuestro proceso en los renglones que se describen a continuación:									
<b>Estoy completamente en desacuerdo:</b>		<b>Estoy parcialmente en desacuerdo:</b>		<b>No estoy de acuerdo ni en desacuerdo:</b>		<b>Estoy Parcialmente de acuerdo:</b>		<b>Estoy totalmente de acuerdo:</b>	
<b>1</b>		<b>2</b>		<b>3</b>		<b>4</b>		<b>5</b>	
Una casilla no marcada indica que el cliente aun no tiene un criterio formado en el aspecto consultado, por lo cual no se considerara para el analisis.									
<b>PARTE I: SATISFACCION LABORAL</b>									
1	Considera que la empresa mantiene un trato y sueldo justo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	La empresa es un buen lugar para hacer carrera	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Como califica el entorno laboral en el que se desenvuelve	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Cuan satisfecho esta con el contrato que mantiene	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	La empresa apoya su formación académica continua	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Se promueve internamente a los puestos disponibles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	La empresa maneja incentivos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>PARTE II: FIABILIDAD E INTEGRIDAD DE LOS RESULTADOS</b>									
8	Existe retroalimentación de su parte a procesos internos que se lleven a cabo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	La empresa da solucion a reclamos o dudas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	Su nivel de compromiso se relaciona con la confianza dada por la empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	Existe plena comunicación con altos mandos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	El equipo se mantiene en constante capacitación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	La información de los objetivos de la empresa es integra, confiable y se mantiene disponible.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>PARTE III: CAPACIDAD DE RESPUESTA DE TALENTO HUMANO</b>									
14	El equipo de trabajo tiene un tiempo óptimo de respuesta a mis requerimientos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	El equipo de trabajo estuvo disponible para atender mis requerimientos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	El equipo de trabajo tiene una alta capacidad de anticiparse a mis necesidades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	El equipo de trabajo ha demostrado dominio en sus conocimientos para dar apoyo o soluciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	El equipo reaccionará a la no conformidad y toma acciones para mejora	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19	El equipo de trabajo tiene la capacidad de resolver los problemas emergentes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>PARTE IV: SATISFACCION NIVELES JERARQUICOS</b>									
20	La alta dirección comprende los requisitos y necesidades del cliente interno.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21	La administración utiliza un lenguaje que se entiende claramente y facilita la comunicación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22	Cuando se presenta un problema entre el personal y altos mandos, se aclara de forma efectiva.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23	Se percibe una dedicación consecuente a solicitudes recibidas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>PARTE V: RECURSOS USADOS</b>									
24	La empresa implementa tecnología adecuada para para realizar procesos administrativos?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25	Las herramientas de trabajo con las que cuenta la empresa facilitan el suministro de información	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26	Los activos físicos (maquinas, herramientas, infraestructura, u otros) son adecuados y se mantienen en buenas condiciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27	Los recursos financieros utilizados para la gestión estan de acuerdo a sus necesidades del departamento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>PARTE VI: EVALUACION GENERAL</b>									
28	Satisfacción general con los diferentes departamentos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29	Satisfacción con la infraestructura del puesto de trabajo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30	Satisfacción con el compromiso de altos mandos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
POR FAVOR ESCRIBA A CONTINUACIÓN LAS OBSERVACIONES, COMENTARIOS O SUGERENCIAS QUE DESEE AGREGAR:									

*Nota.* Tesis de referencia con tema: “Nivel de Satisfacción del Cliente Interno respecto a la Gestión Logística de una Empresa de la ciudad de Cajamarca” (2015). Perú.

### **2.7.2 Encuesta para aplicar el nivel de satisfacción del cliente externo**

Para la recolección de datos, el instrumento que se ha escogido es una encuesta por muestreo que se fue adaptando a las necesidades de la empresa, del autor Abad. M. (noviembre 2015), que cubre los aspectos generales, tomada de ideas y opiniones de los clientes externos sobre su satisfacción con respecto al producto, servicio y atención recibida de la empresa, recopilando la información que sirvió para comprobar la hipótesis formada, aplicándolas a 31 clientes.

La parte comercial se enfoca en monitorear la calidad del servicio cuando se solicita atención por parte del cliente, en la atención al cliente se identificará la forma en que se contrata la atención y el servicio brindado post compra, y, en la parte técnica se verificará la operatividad, la calidad del servicio, la cantidad y calidad de personas que atienden y documentan los procesos, al final como respaldo se envían los documentos. La eficiencia es muy importante y también está relacionado con el precio. Cada parte de la encuesta refleja todos los procesos que intervienen en la prestación de productos y servicios, y es esencial para analizar las percepciones de los clientes sobre la imagen de una empresa.

Tabla 2

## Encuesta de satisfacción del cliente externo

Fecha:		Encuesta N°:	
<b>DATOS GENERALES DE LA ENCUESTA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO</b>			
Gracias por realizar nuestra Encuesta de Satisfacción del Cliente Interno. No tardará mas de 5 minutos en completarla y nos será de gran ayuda en la optimización de nuestra gestión.			
Client externo (Proceso):		Nombre y Apellido del Evaluador:	
Cargo del Evaluador:			

<b>INSTRUCCIONES GENERALES DE LA ENCUESTA</b>				
Por favor marque la casilla correspondiente a su decisión, tomando en cuenta en qué medida se siente satisfecho con los productos o servicios suministrados por parte de nuestro proceso en los renglones que se describen a continuación:				
<b>Estoy completamente en desacuerdo:</b>	<b>Estoy parcialmente en desacuerdo:</b>	<b>No estoy de acuerdo ni en desacuerdo:</b>	<b>Estoy Parcialmente de acuerdo:</b>	<b>Estoy totalmente de acuerdo:</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Una casilla no marcada indica que el cliente aun no tiene un criterio formado en el aspecto consultado, por lo cual no se considerara para el analisis.				

PARTE I: COMERCIAL		1	2	3	4	5
1	Se contestan sus llamadas telefónicas a nuestra oficina con cordialidad y oportunamente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Se le brinda información de los términos y condiciones del servicio o producto requerido	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Se realiza seguimiento de sus dudas e inquietudes sobre el servicio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Se cumple con los requisitos necesitados en productos y servicios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Los horarios de trabajo de la empresa responden a sus necesidades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
PARTE II: SERVICIO AL CLIENTE		1	2	3	4	5
6	Recibe atención cordial y amable en las coordinaciones vía telefónica o por correo electrónico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	Recibe una programación oportuna del servicio.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Las coordinaciones logísticas fueron ágiles, adecuadas y a tiempo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	Orientación clara de las dudas e inquietudes del el servicio / proceso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	Brinda servicio post - venta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	Recibe retroalimentaciones de su parte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	Recibe cotización actualizada de precios y existencias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
PARTE III: TECNICO Y OPERATIVO		1	2	3	4	5
13	La metodología de ejecución documentaria e in situ se cumplió y cubrió sus expectativas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	Los colaboradores son competentes y demuestran capacidad técnica.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	La calidad y presentación de documentos es conforme y en tiempo oportuno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	Los Informes le brindan información útil para acciones de mejora al interior de la otra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	La empresa protege su información interna con la que trabaja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	Cuida sus instalaciones al momento de usarlas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
PARTE IV: VALORIZACIÓN Y FACTURACIÓN		1	2	3	4	5
19	Enviamos nuestra valorización y factura dentro de los plazos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20	Nuestra factura estuvo correctamente consignada,	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21	Calidad y exactitud de los Informes enviados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22	Se relaciona el precio con la calidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

POR FAVOR ESCRIBA A CONTINUACIÓN LAS OBSERVACIONES, COMENTARIOS O SUGERENCIAS QUE DESEE AGREGAR:

*Nota.* Abad. M. Trabajo de titulación que tiene como título "Análisis de calidad del servicio al cliente interno y externo para propuesta de modelo de gestión de calidad en una empresa de seguros de Guayaquil" (2015)

### **2.7.3 Conformidad del sistema de gestión de calidad según la norma ISO 9001: 2015**

#### **Lista de chequeo**

Se realizó un programa de auditoría, en función a los requisitos del nivel de cumplimiento en base a los SGC que representan la aplicación de una normativa en los procesos y funciones de una organización, para obtener las mejoras necesarias con el fin de alcanzar la excelencia.

El aspecto de contexto de organización se aplica al jefe administrativo (ing. José Luis Mullo), se refiere a la información, los alcances, requisitos documentales y justificación de un sistema de gestión de calidad de la empresa.

El aspecto de liderazgo y compromiso gerencial se dirige al Gerente (Ing. Ángel Bustamante), y cuán informados están de los procesos que se han activado, en qué medida los directivos están comprometidos hacia el proceso de gestión.

El aspecto de apoyo y recursos a cargo del departamento de talento humano (Lcda. Tatiana Jara), cómo respaldan los recursos, métodos e instrumentos necesarios para llevar a cabo el proceso de gestión.

El aspecto de operación, planificación y control operacional para gerencia técnica (Ing. Ángel y Santiago Bustamante), control y evaluación de las actividades.

El aspecto de evaluación de desempeño hacia el departamento de talento humano (Sr. Daniel Ávila), determinando métodos, analizando la información y planificando auditorías para dar seguimiento.

El aspecto de mejora lo realiza gerencia técnica, (Ing. Santiago Bustamante) es decir cómo van considerando las acciones correctivas encontradas.

Tabla 3

Diagnóstico de evaluación según la ISO 9001- 2015

DIAGNÓSTICO DE EVALUACIÓN SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD SEGÚN ISO 9001-2015					
<b>CRITERIOS DE CALIFICACIÓN:</b>					
<b>A. Cumple completamente con el criterio enunciado: Se establece, se implementa y se mantiene; corresponde a la fase de Verificar y Actuar para la Mejora del sistema;</b>					
<b>B. Cumple parcialmente con el criterio enunciado Se establece, se implementa, no se mantiene; corresponde a la fase del Hacer del sistema);</b>					
<b>C. No cumple con el criterio enunciado: no se establece, no se implementa, no se mantiene N/S).</b>					
<b>D. Observaciones</b>					
1. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN		C	C/P	N/P	O
1	Se determinan las cuestiones externas e internas, que son pertinentes para el propósito y dirección estratégico de la organización.				
2	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas cuestiones externas e internas.				
1.2 COMPRENSIÓN DE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LAS PARTES INTERESADAS					
3	Se ha determinado las partes interesadas y los requisitos de estas partes interesadas para el sistema de gestión de Calidad.				
4	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas partes interesadas y sus requisitos.				
1.3 DETERMINACIÓN DEL ALCANCE DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD					
5	El alcance del SGC, se ha determinado según: Procesos operativos, productos y servicios, instalaciones físicas, ubicación geográfica				
6	¿El alcance del SGC se ha determinado teniendo en cuenta los problemas externos e internos, las partes interesadas y sus productos y servicios?				
7	Se tiene disponible y documentado el alcance del Sistema de Gestión.				
8	Se tiene justificado y/o documentado los requisitos (exclusiones) que no son aplicables para el Sistema de Gestión?				
1.4 SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD Y SUS PROCESOS					
9	Se tienen identificados los procesos necesarios para el sistema de gestión de la organización				
10	Se mantiene y conserva información documentada que permita apoyar la operación de estos procesos.				
<b>2. LIDERAZGO Y COMPROMISO GERENCIAL</b>					
12	Se demuestra responsabilidad por parte de la alta dirección para la eficacia del SGC.				
2.2 ENFOQUE AL CLIENTE					
13	La gerencia garantiza que los requisitos de los clientes se determinan y se cumplen.				
14	Se determinan y consideran los riesgos y oportunidades que puedan afectar a la conformidad de los productos y servicios y a la capacidad de aumentar la satisfacción del cliente.				
2.3 ESTABLECIMIENTO DE LA POLÍTICA					
15	La política de calidad con la que cuenta actualmente la organización está acorde con los propósitos establecidos.				
ROLES, RESPONSABILIDADES Y AUTORIDADES EN LA ORGANIZACIÓN					

16	Se han establecido y comunicado las responsabilidades y autoridades para los roles pertinentes en toda la organización.				
<b>3. APOYO-RECURSOS</b>					
17	La organización ha determinado y proporcionado los recursos necesarios para el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua del SGC (incluidos los requisitos de las personas, medioambientales y de infraestructura)				
<b>3.1 RECURSOS DE SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN</b>					
18	En caso de que el monitoreo o medición se utilice para pruebas de conformidad de productos y servicios a los requisitos especificados, ¿se han determinado los recursos necesarios para garantizar un seguimiento válido y fiable, así como la medición de los resultados?				
<b>3.2 TRAZABILIDAD DE LAS MEDICIONES</b>					
19	Dispone de métodos eficaces para garantizar la trazabilidad durante el proceso operacional.				
<b>3.3 CONOCIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN</b>					
20	Ha determinado la organización los conocimientos necesarios para el funcionamiento de sus procesos y el logro de la conformidad de los productos y servicios y, ha implementado un proceso de experiencias adquiridas				
<b>3.4 INFORMACION DOCUMENTADA</b>					
21	Se ha establecido la información documentada requerida por la norma y necesaria para la implementación y funcionamiento eficaces del SGC.				
22	Existe una metodología documentada adecuada para la revisión y actualización de documentos				
23	Se tiene un procedimiento para el control de la información documentada requerida por el SGC.				
<b>4. PLANIFICACIÓN Y CONTROL OPERACIONAL</b>					
24	Se planifican, implementan y controlan los procesos necesarios para cumplir los requisitos para la provisión de servicios.				
<b>4.1 COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE</b>					
26	La comunicación con los clientes incluye información relativa a los productos y servicios.				
27	Se determinan los requisitos legales y reglamentarios para los productos y servicios que se ofrecen y aquellos considerados necesarios para la organización				
28	La organización se asegura que tiene la capacidad de cumplir los requisitos de los productos y servicios ofrecidos.				
29	La organización revisa los requisitos del cliente antes de comprometerse a suministrar productos y servicios a este.				
30	Se confirma los requisitos del cliente antes de la aceptación por parte de estos, cuando no se ha proporcionado información documentada al respecto				
31	Se asegura que se resuelvan las diferencias existentes entre los requisitos del contrato o pedido y los expresados previamente.				
<b>4.2 CONTROL DE LOS PROCESOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS SUMINISTRADOS EXTERNAMENTE</b>					
32	Se conserva información documentada de estas actividades				
33	La organización asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente son conforme a los requisitos.				
34	Se determina los controles a aplicar a los procesos, productos y servicios suministrados externamente.				

35	Se determina y aplica criterios para la evaluación, selección, seguimiento del desempeño y la reevaluación de los proveedores				
4.3 DISEÑO Y DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
36	La organización se asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente no afectan de manera adversa a la capacidad de la organización de entregar productos y servicios, conformes de manera coherente a sus clientes.				
37	Se definen los controles a aplicar a un proveedor externo y las salidas resultantes.				
38	Considera el impacto potencial de los procesos, productos y servicios suministrados externamente en la capacidad de la organización de cumplir los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables.				
39	Se asegura que los procesos suministrados externamente permanecen dentro del control de su sistema de gestión de la calidad.				
40	Se determina la verificación o actividades necesarias para asegurar que los procesos, productos y servicios cumplen con los requisitos.				
41	Se definen los controles a aplicar a un proveedor externo y las salidas resultantes.				
4.4 INFORMACIÓN PARA LOS PROVEEDORES EXTERNOS					
42	La organización comunica a los proveedores externos sus requisitos para los procesos, productos y servicios				
43	Se comunica la aprobación de productos y servicios, métodos, procesos y equipos, la liberación de productos y servicios.				
44	Se comunica la competencia, incluyendo cualquier calificación requerida de las personas.				
45	Se comunica las interacciones del proveedor externo con la organización.				
46	Se comunica el control y seguimiento del desempeño del proveedor externo aplicado por la organización.				
4.5 PRODUCCIÓN Y PROVISIÓN DEL SERVICIO					
47	Se implementa la producción y provisión del servicio bajo condiciones controladas.				
48	Dispone de información documentada que defina las características de los productos ofrecidos, servicios a prestar, o las actividades a desempeñar.				
49	Dispone de información documentada que defina los resultados a alcanzar.				
50	Se controla la disponibilidad y el uso de recursos de seguimiento y medición adecuados				
51	Se controla la implementación de actividades de seguimiento y medición en las etapas apropiadas.				
52	Se controla el uso de la infraestructura y el entorno adecuado para la operación de los procesos.				
53	Se controla la implementación de acciones para prevenir los errores humanos				
4.6 PROPIEDAD PERTENECIENTE A LOS CLIENTES O PROVEEDORES EXTERNOS					

54	La organización cuida la propiedad de los clientes o proveedores externos mientras esta bajo el control de la organización o siendo utilizada por la misma.				
55	Se Identifica, verifica, protege y salvaguarda la propiedad de los clientes o de los proveedores externos suministrada para su utilización o incorporación en los productos y servicios.				
56	Se informa al cliente o proveedor externo, cuando su propiedad se pierda, deteriora o de algún otro modo se considere inadecuada para el uso y se conserva la información documentada sobre lo ocurrido.				
<b>4.7 ACTIVIDADES POSTERIORES A LA ENTREGA</b>					
57	Se cumplen los requisitos para las actividades posteriores a la entrega asociadas con los productos y servicios.				
58	Al determinar el alcance de las actividades posteriores a la entrega, la organización considera los requisitos legales y reglamentarios.				
59	Se consideran las consecuencias potenciales no deseadas asociadas a sus productos y servicios.				
60	Se considera la naturaleza, el uso y la vida útil prevista de sus productos y servicios.				
<b>4.8 LIBERACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>					
61	Existe trazabilidad a las personas que autorizan la liberación.				
62	La organización implementa las disposiciones planificadas para verificar que se cumplen los requisitos de los productos y servicios.				
63	Se conserva la información documentada sobre la liberación de los productos y servicios.				
64	Existe evidencia de la conformidad con los criterios de aceptación.				
<b>4.9 CONTROL DE LAS SALIDAS NO CONFORMES</b>					
65	La organización se asegura que las salidas no conformes con sus requisitos se identifican y se controlan para prevenir su uso o entrega.				
66	La organización toma las acciones adecuadas de acuerdo a la naturaleza de la no conformidad y su efecto sobre la conformidad de los productos y servicios.				
67	Se verifica la conformidad con los requisitos cuando se corrigen las salidas no conformes.				
68	La organización trata las salidas no conformes de una o más maneras				
<b>5. EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO</b>					
69	La organización realiza seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplen sus necesidades y expectativas.				
70	Determina los métodos para obtener, realizar el seguimiento y revisar la información.				
71	La organización analiza y evalúa los datos y la información que surgen del seguimiento y la medición.				
<b>5.1 REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN</b>					
72	La alta dirección planifica y lleva a cabo la revisión incluyendo consideraciones sobre el estado de las acciones de las revisiones previas.				

73	Considera los cambios en las cuestiones externas e internas que sean pertinentes al SGC.				
74	Considera la información sobre el desempeño y la eficiencia del SGC.				
75	Considera los resultados de las auditorías.				
76	Considera el desempeño de los proveedores externos.				
77	Considera la adecuación de los recursos.				
<b>6. MEJORA</b>					
78	La organización ha determinado y seleccionado las oportunidades de mejora e implementado las acciones necesarias para cumplir con los requisitos del cliente y mejorar su satisfacción.				
79	La organización reacciona ante la no conformidad, toma acciones para controlarla y corregirla.				
80	Evalúa la necesidad de acciones para eliminar las causas de la no conformidad.				
81	Implementa cualquier acción necesaria, ante una no conformidad.				
82	La organización mejora continuamente la conveniencia, adecuación y eficacia del SGC.				
83	Considera los resultados del análisis y evaluación, las salidas de la revisión por la dirección, para determinar si hay necesidades u oportunidades de mejora				
<b>NUMERAL DE LA NORMA</b>		<b>ACCIONES POR REALIZAR</b>			
1	<b>CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN</b>				
2	<b>LIDERAZGO</b>				
3	<b>APOYO</b>				
4	<b>OPERACIÓN</b>				
5	<b>EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO</b>				
6	<b>MEJORA</b>				

*Nota.* Diagnóstico de evaluación según la ISO 9001- 2015, partes necesarias para realizar la investigación.

## Capítulo tres

### Diagnóstico de la satisfacción del cliente, resultados y análisis

Se presenta la información actual de la unidad de análisis, además se detalla las partes interesadas y se procede a realizar dos encuestas de satisfacción tanto del cliente interno como del externo, con su respectiva presentación de datos y su análisis individual.

#### 3.1 Análisis del contexto

Una vez determinados los instrumentos con los que se mide el nivel de satisfacción de la empresa Tratuaguas Cía. Ltda. en la ciudad de Cuenca, año 2022, se puede definir cómo funciona los diferentes departamentos de manera interna, y cuán satisfechos están los clientes externos, analizando datos a través de la encuesta y sus diferentes ítems.

Este proceso se inicia realizando un análisis FODA de la empresa y continuamos el proceso por medio de entrevistas, empleando un cuestionario, incluyendo un análisis general de la empresa en razón de sus diferentes departamentos y requerimientos.

##### 3.1.1 Análisis Interno y Externo

###### *Análisis interno*

**Capacidad directiva:** Considerando el cambio relativamente reciente que se ha presentado en la empresa en la gestión del representante legal y el gerente general, ha dado como resultado la transformación positiva de procesos dentro de la empresa como en el clima laboral es mucho mejor, la comprensión del personal administrativo como del personal productivo llegando a acuerdos en conjunto para el bienestar de la compañía.

**Capacidad tecnológica:** Los productos con los que trabaja la compañía Tratuaguas son de alta tecnología e innovación; la empresa trabaja constantemente en sus conocimientos e innovando para poder brindar un excelente servicio y productos a sus clientes. También se enfoca en crecer como compañía para estar en la vista de sus proveedores y mantener excelentes relaciones con ellos y dentro del mercado.

**Capacidad del talento humano:** Todos los colaboradores de la empresa se encuentran en constante capacitación por esta razón cuentan con los conocimientos necesarios para brindar una atención al cliente de calidad.

**Capacidad competitiva:** Trataguas cubre el 70% del mercado, pues trabaja con marcas industriales reconocidas del país como: Continental Tire Andina, Cartapel, Embutidos la Europea, Italiana, Piggis, Nutrileche, Parmalat, Grupo Gerardo Ortiz, destiladores de alcohol como Soderal, Producargo y Codana; con azucareras Valdez e Ingenio San Carlos, sombreros Homero Ortega y Exportadora k Dorfzaun, etc. Con el uso de químicos con certificaciones internaciones de la FDA, convierte a la empresa en líder como un pilar fundamental del mercado en el que se maneja.

**Capacidad Financiera:** La compañía si cuenta con una estabilidad financiera, lo que les permite realizar préstamos bancarios ya sea para las importaciones, la adquisición de un terreno, para la construcción de una oficina en el año 2022 (finalizará en mes de octubre). también cuenta con exenciones de aranceles de salida de divisas para importaciones.

### ***Análisis externo***

**Económicos:** La situación económica del país afectada por la pandemia que se vivió en el año 2020 y hasta el presente año ha traído consigo secuelas para las empresas. Trataguas es una empresa que trato de sobrellevar esta crisis económica, pues en el momento en que las importaciones no se realizaban, la empresa no podía realizar sus pedidos y satisfacer a sus clientes al 100%, luego los impuestos en las importaciones para lograr mantener la economía del país fueron elevados, pero a pesar de toda esta situación la empresa ha ido mejorando poco a poco y aun siente pequeños y medianos problemas que se suscitaron al inicio de la pandemia, la falta de pago de sus clientes también estancó operaciones y liquidez económica.

La empresa cuenta con una calificación o auditoría realizada por sus proveedores, en el cual en la conclusión se detalla la siguiente información: Trataguas mantiene un comportamiento positivo en el sistema financiero, pues no presenta cheques rechazos o retrasos en sus pagos cumpliendo con sus obligaciones en el tiempo y forma requerida. Cuenta con buenas referencias comerciales por parte de sus proveedores y clientes. En el año 2020 la empresa representa la rentabilidad neta sobre sus ventas del 4.94%.

El financiamiento de la empresa Trataguas Cía. Ltda. es definida por un 49% por parte de terceros y un 51% con recursos propios, lo que da como resultado una situación aceptable; en conjunto con esto se observa que la razón corriente de la compañía es de 2.52, por ello la empresa cuenta con los recursos necesarios para solventar sus deudas con terceros a corto plazo. Por estos motivos los proveedores afirman que es posible mantener relaciones comerciales con la compañía Trataguas.

**Políticos:** Los impuestos han aumentado a nivel nacional pero lo que favorece a la empresa es la reforma en el impuesto de la salida de divisas, es un ahorro al incremento de precio.

**Sociales:** La falta de certificaciones medio ambientales, los cuales no le otorgan a la empresa por no cumplir con el número de personal puede ser una razón de que la empresa pierda fidelidad de sus clientes, a pesar de ser una empresa enfocada en la responsabilidad social empresarial, el hecho de no tener documentos habilitantes, hace parecer que la empresa no trabaja por el bienestar común de la sociedad.

**Tecnológicos:** Existen instrumentos con altas tecnologías fuera del país para la implantación en la compañía y la empresa importa esta maquinaria en altos valores. Lo cual provoca un factor favorable al tener la oportunidad de contar con este tipo de tecnología, pero también se considera el costo que si esta maquinaria se produjera dentro del país este costo sería minimizado.

**Competitivos:** La compañía ha creado alianzas estratégicas siendo representantes exclusivos para Ecuador de ALPINA EQUIPAMIENTOS (Brasil), empresa líder en la fabricación de torres de enfriamiento con 35 años de experiencia en el mercado. A pesar de estas alianzas estratégicas Trataguas intenta no quedarse atrás, concentrando su atención en la fidelidad de sus clientes por medio de la experiencia, innovación y el servicio de calidad; pues sabe que existen empresas competidoras fuertes en el mercado como Interoc y Quimicalzen para el Ecuador.

**Geográficos:** En el mercado que se desenvuelve la compañía Trataguas Cía. Ltda. es con empresas industriales ubicadas en el Austro del Ecuador y parte del Guayas,

algunos de sus clientes se dedican a la producción de embutidos, lácteos, textiles, cartoneras, y debido a su alto índice de consumo de productos finales de sus clientes, la empresa tiene un elevado índice de ventas ya que, para la producción de productos de sus clientes, también depende la venta de productos químicos. En la zona del Guayas maneja empresas industriales como destiladoras de alcohol, azucareras, ingenio (Amores, 2022)

### 3.1.2 Análisis FODA

**Tabla 4**

*Análisis FODA*

<b><u>FORTALEZAS</u></b>	<b><u>OPORTUNIDADES</u></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia de 22 años en el mercado.</li> <li>• Abarca un 70% del mercado Austral y un 15% en la zona de Guayas.</li> <li>• Trabaja para las más grandes empresas en los diferentes sectores industriales.</li> <li>• Variedad de productos que cumplen con regulaciones internacionales</li> <li>• Cuenta con infraestructura propia y moderna.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las alianzas internacionales para ser distribuidores autorizados, promueven un desarrollo de la empresa y disminuyen costos.</li> <li>• La escasa competencia en el mercado, facilitando el desarrollo de más clientes potenciales.</li> <li>• Se desarrolla servicios altamente eficaces e innovadores, con equipo de avanzada tecnología.</li> </ul>
<b><u>DEBILIDADES</u></b>	<b><u>AMENAZAS</u></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de personal para atender a clientes.</li> <li>• Poca gestión de cobro</li> <li>• Escasa publicidad en medios de comunicación y redes sociales.</li> <li>• Los departamentos no tienen una comunicación efectiva.</li> <li>• Falta de manuales actualizados de funciones y procesos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reformas tributarias que incrementen los aportes fiscales a instituciones como el IESS, SRI, Superintendencia de Compañías.</li> <li>• Entornos externos cambiantes, como pandemias</li> <li>• Inseguridad.</li> </ul>

*Nota. Análisis FODA de la Empresa Trataguas Cía. Ltda.*

### **3.2 Partes Interesadas**

Como muestra la norma ISO 9001, depende de los resultados de los clientes y de las personas de la organización, influyendo en la organización para mejorar la calidad de nuestros servicios, detectando factores relacionados con la planificación e implementación del sistema de gestión de calidad, vinculándolos a los resultados proporcionados.

Son los factores externos e internos que sustentan a la organización, entiéndalos como grupos de interés, influenciados por las actividades de la empresa, y basando las decisiones en la elaboración de estrategias comerciales.

Los factores externos son factores sobre los cuales la organización mantiene el control, que pertenecen a la empresa u organización y cuyas políticas de operación pueden cambiar las condiciones.

#### ***Clientes internos:***

- Trabajadores administrativos, operadores, jefes departamentales, gerencia. Tiene que ver con la estabilidad laboral y desarrollo profesional.
- Propietarios, socios. Mantienen su interés en el crecimiento en productividad y en reducción de costos de operación.

#### ***Clientes externos:***

Hemos creado alianzas estratégicas para ofrecer a nuestros clientes soluciones completas de productos y servicios en el tratamiento de aguas.

- Industria textilera: tenemos a la empresa; Lamitex, Sintecuero, Telartec.
- Industria del alcohol: Representa la empresa; Construcciones Industriales, Soderal, Producargo, Codana.
- Industria del cartón: Tenemos a las empresas; Cartapel Cuenca, Guayaquil y Machala, Vindelpo.
- Industria de cárnicos: Está La Cuencana, Embuandes, Española, Europea, Italiana, Piggis.
- Industria de lácteos: Existen las empresas Disventas, Lácteos el Pinar, Nutrileche, Parmalat, Viglac.

- Industria hotelera: Representa al Hotel Sheraton y Oro Verde – Cuenca.
- Industria hospitalaria: Se tiene al Homero Castanier Crespo Azogues, Hospital del Rio y Hospital José Carrasco Arteaga (IESS Cuenca)
- Varias industrias: Consuplast, Induplexa, Imsale, Oviplax, (plásticos), Homero Ortega (sombreros) Induglob (electrodomésticos), Adheplast (pinturas). Licores, cloro, etc.

#### **Acciones de la empresa:**

- Diseño, montaje y puesta en marcha de sistemas de enfriamiento.
- Optimización y repotenciación de sistemas de enfriamiento.
- Equipos de pretratamiento, ablandadores, desalcalinizadores, ósmosis inversa.
- Plantas de tratamiento; clarificación, sedimentación y filtración.
- Monitoreo de sistemas de combustión mediante celdas electroquímicas.
- Ajustes en los sistemas de combustión.
- Mantenimiento de calderos, torres de enfriamiento, condensadores evaporativos e intercambiadores de calor.
- Planta piloto para simulación y diseño de sistemas de ultrafiltración y ósmosis inversa.
- Auditorías de equipos de pretratamiento (ablandadores, desmineralizadores, ósmosis inversa).
- Plantas de tratamiento de aguas.

### **3.3 Análisis de los resultados del nivel de satisfacción del cliente externo e interno**

#### ***Escala de puntuación***

**Tabla 5**

*Escala de puntuación de los cuestionarios cliente interno, cliente externo*

Completamente en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	No estoy de acuerdo ni en desacuerdo	Parcialmente de acuerdo	Estoy totalmente de acuerdo
-----------------------------	----------------------------	--------------------------------------	-------------------------	-----------------------------

#### **3.3.1 Resultados encuesta de satisfacción de cliente interno**

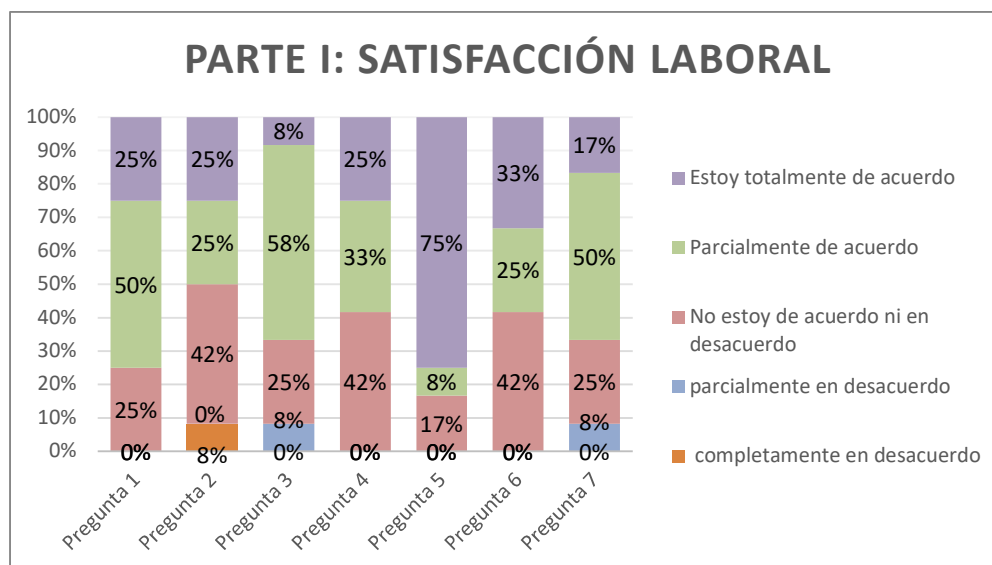
##### ***Parte I: Satisfacción Laboral***

1. Considera que la empresa mantiene un trato y sueldo justo.
2. La empresa es un buen lugar para hacer carrera

3. Como califica el entorno laboral en el que se desenvuelve
4. Cuán satisfecho esta con el contrato que mantiene
5. La empresa apoya su formación académica continua.
6. Se promueve internamente a los puestos disponibles.
7. La empresa maneja incentivos.

**Figura 7**

*Satisfacción laboral*



**Análisis:** Un 75% de los encuestados demuestra un alto grado de satisfacción en el apoyo que la empresa brinda en su formación académica, pero también se determina que no es un buen lugar para crecer o hacer carrera y ascensos, en cuanto a las disponibilidad de puestos se aprecia que en su mayoría están conformes con los puestos ocupados pero tampoco existe más vacantes o mejores oportunidades de puestos dentro de la empresa, además con un 58% en la pregunta tres nos presenta que los colaboradores no se encuentran conformes en el entorno laboral.

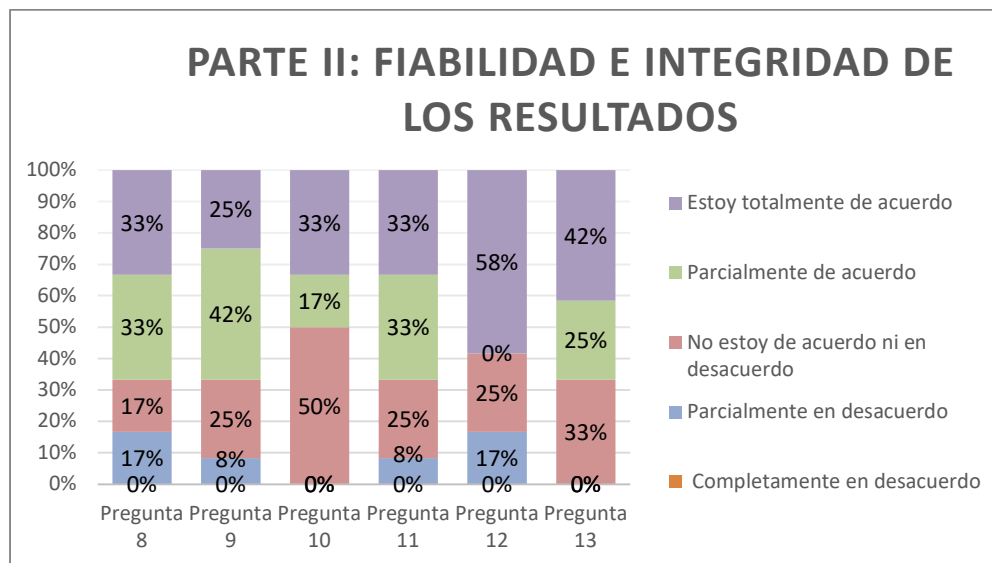
#### ***Parte II Fiabilidad e integridad de los resultados***

8. Existe retroalimentación de su parte a procesos internos que se lleven a cabo.
9. La empresa da solución a reclamos o dudas.
10. Su nivel de compromiso se relaciona con la confianza dada por la empresa.

11. Existe plena comunicación con altos mandos.
12. El equipo se mantiene en constante capacitación.
13. La información de los objetivos de la empresa es íntegra, confiable y se mantiene disponible.

**Figura 8**

*Fiabilidad e integridad de los resultados*



**Análisis:** El mayor porcentaje del 58% representa a los resultados que son por la constante capacitación que mantienen los colaboradores, un porcentaje del 17% en la pregunta 8 con relación al puntaje global muestra una alta insatisfacción a tomar en cuenta en que la jerarquía no está dando solución a reclamos realizados, se denota también un 17% con inconvenientes en la retroalimentación que se da a los colaboradores. También en la pregunta 9 se presenta una media con tendencia baja sin solución de dudas de la información que requieren los trabajadores para cumplir con sus actividades.

### **Parte III Capacidad de respuesta de Talento Humano**

14. El equipo de trabajo tiene un tiempo óptimo de respuesta a mis requerimientos.
15. El equipo de trabajo estuvo disponible para atender mis requerimientos.
16. El equipo de trabajo tiene una alta capacidad de anticiparse a mis necesidades.

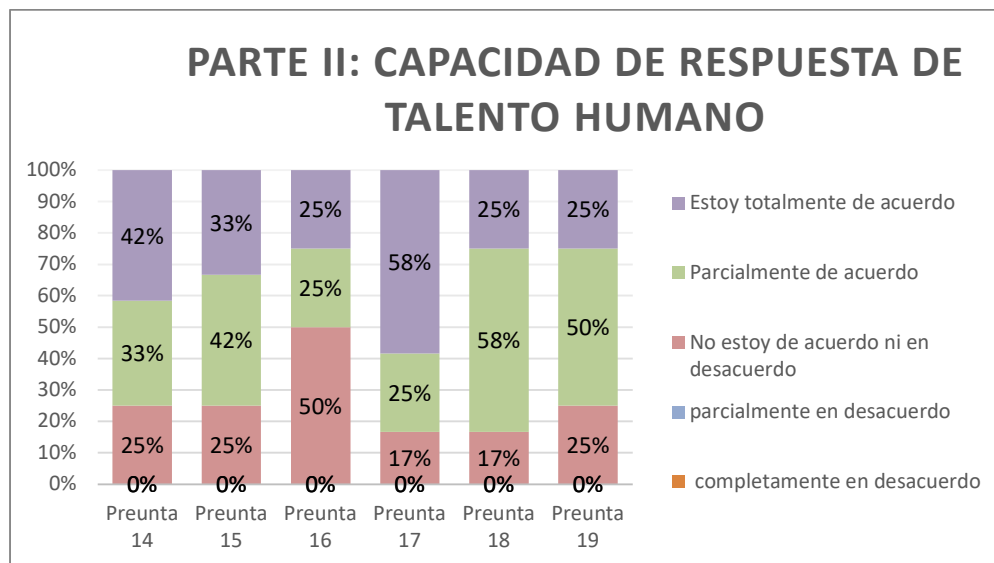
17. El equipo de trabajo ha demostrado dominio en sus conocimientos para dar apoyo o soluciones.

18. El equipo reacciona a la no conformidad y toma acciones para mejora.

19. El equipo de trabajo tiene la capacidad de resolver los problemas emergentes.

**Figura 9**

*Capacidad de respuesta de talento humano*



**Análisis:** Los dos puntajes más altos con un 58% demuestran alta capacidad de sus colaboradores para dar soluciones y toma de acciones para la mejora continua, con un puntaje del 50% en una escala media piensan que el departamento no se anticipa a sus necesidades y se visualiza un bajo porcentaje en la pregunta 15 en donde el equipo de trabajo de talento humano no está presto a atender las solicitudes de los trabajadores.

#### ***Parte IV: Satisfacción del Nivel Jerárquico***

20. La alta dirección comprende los requisitos y necesidades del cliente interno.

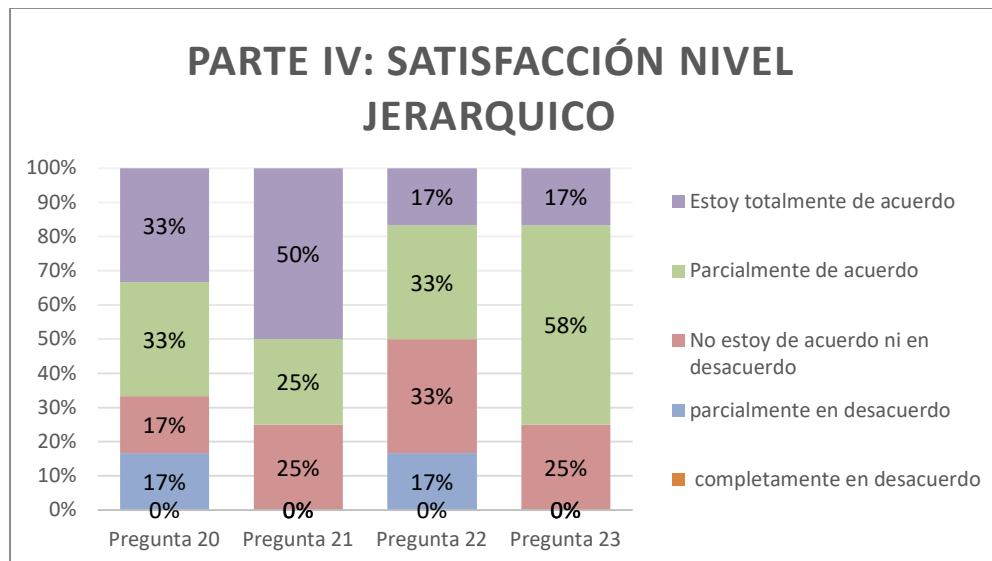
21. La administración utiliza un lenguaje que se entiende claramente y facilita la comunicación.

22. Cuando se presenta un problema entre el personal y altos mandos, se aclara de forma efectiva.

23. Se percibe una dedicación consecuente a solicitudes recibidas.

Figura 10

Satisfacción nivel jerárquico



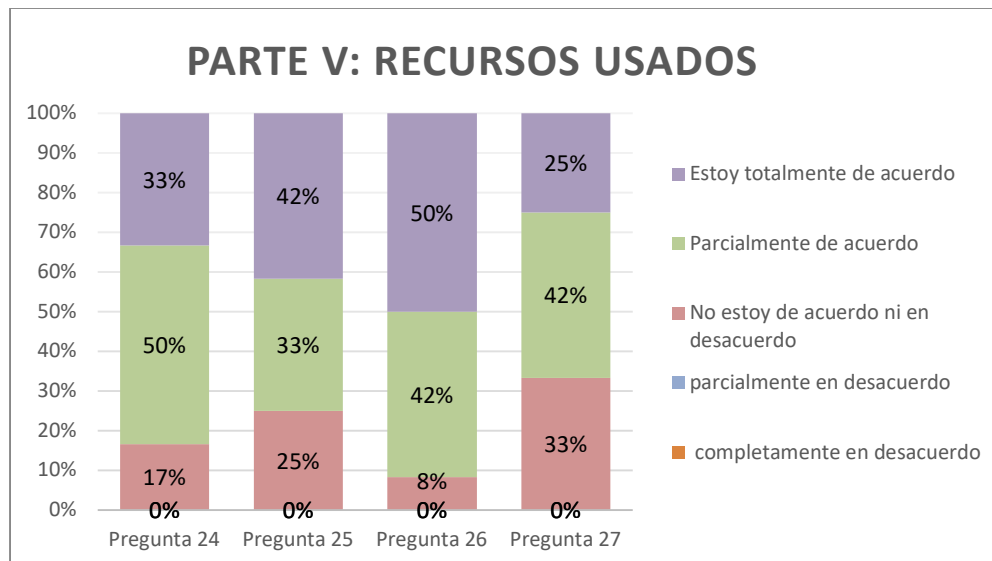
**Análisis:** Con un nivel del 50% se puede evidenciar la conformidad que existe en la pregunta 21 con una alta comprensión del nivel jerárquico hacia el cliente interno, pero también la gráfica nos presenta un 17% en la pregunta 20 y 22 con una falta de colaboración de la jerarquía, al momento de solucionar problemas de manera efectiva.

#### **Parte V: Recursos Usados**

24. ¿La empresa implementa tecnología adecuada para para realizar procesos administrativos?
25. Las herramientas de trabajo con las que cuenta la empresa facilitan el suministro de información.
26. Los activos físicos (maquinas, herramientas, infraestructura, u otros) son adecuados y se mantienen en buenas condiciones.
27. Los recursos financieros utilizados para la gestión están de acuerdo a sus necesidades del departamento.

Figura 11

Recursos usados

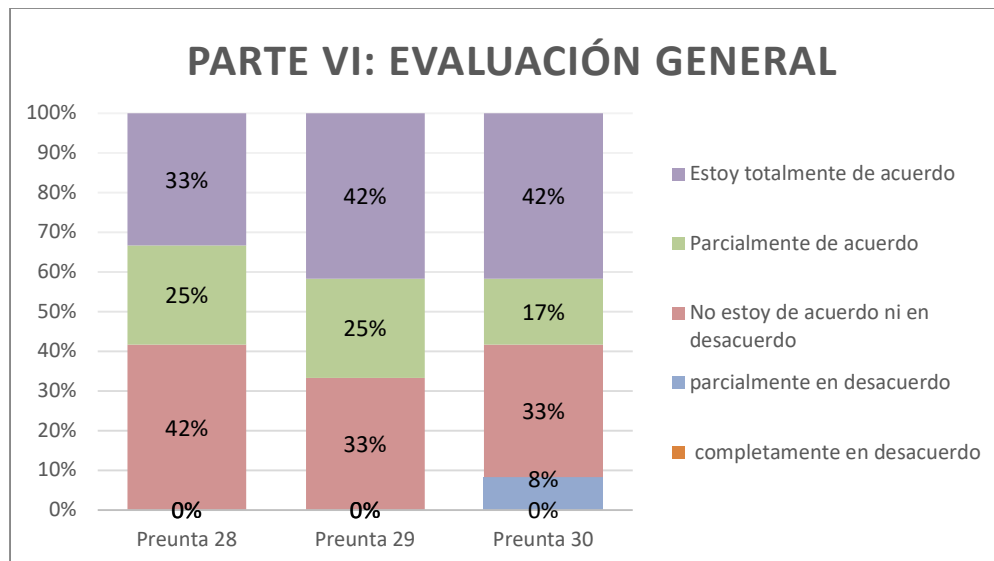


**Análisis:** Con un alto índice del 50% en la pregunta 24, refleja que la empresa no implementa lo necesario para el proceso administrativo, tanto como en la pregunta 27 con un 42% sobre los recursos financieros existe un alto grado de inconformidad con la utilización de recursos según las necesidades de cada departamento, en cambio, con un 50% de efectividad se presenta satisfacción en cuanto a herramientas, infraestructura, equipos y maquinas actualizadas y en buenas condiciones para cumplir con las actividades de la organización.

#### **Parte VI: Evaluación General**

28. Satisfacción general con los diferentes departamentos.
29. Satisfacción con la infraestructura del puesto de trabajo.
30. Satisfacción con el compromiso de altos mandos.

Figura 12

*Evaluación General*

**Análisis:** El gráfico presenta puntajes de valor promedio en cuanto a la satisfacción con los diferentes departamentos, no presenta una buena comunicación, además si bien la infraestructura tiene un 42% de valor alto, también refleja que más de la mitad de los trabajadores no están conformes con la instalación en la que se desenvuelven y finalmente en promedio es más de la mitad de colaboradores que no están satisfechos con el compromiso de los altos mandos.

***Resumen general de las 6 partes de la encuesta cliente interno***

Parte I: Satisfacción laboral

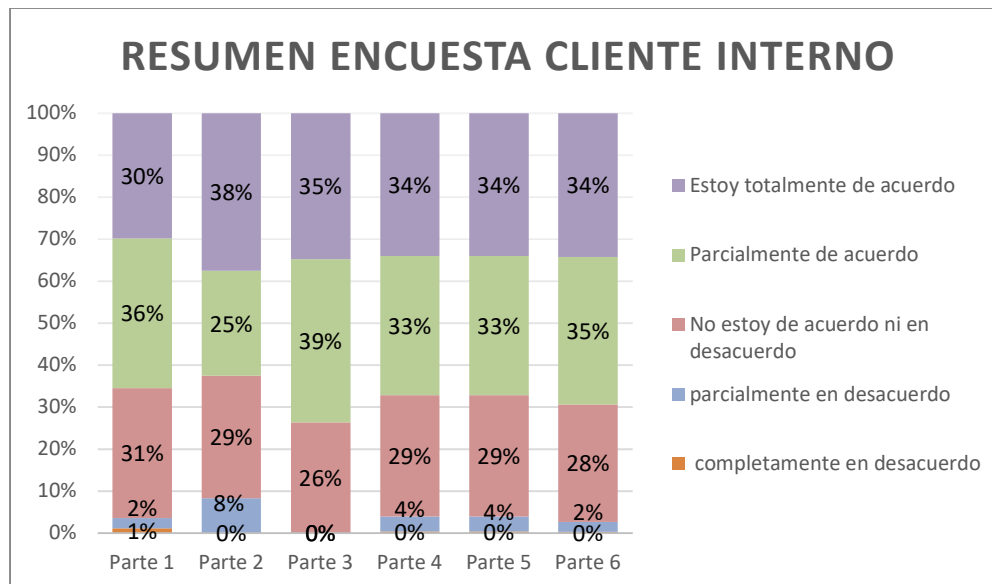
Parte II: Fiabilidad e integridad de los resultados

Parte III: Capacidad de respuesta de talento humano

Parte IV: Satisfacción niveles jerárquicos

Parte V: Recursos usados

Parte VI: Evaluación general

**Figura 13***Resumen encuesta cliente interno*

**Análisis:** Basados en promedios de cada parte de la encuesta se puede evidenciar que existe desconformidad y falencias en su mayoría y con un porcentaje promedio del 29% en la tercera escala, está dentro del departamento de talento humano ya que estos no se anticipan ni comprenden las necesidades del personal, también refleja en una escala 4 de parcialmente de acuerdo en promedio del 33.5% sobre estar de acuerdo con la satisfacción laboral ya que la empresa no tiene muchos puestos de trabajo a donde puedan desarrollarse sus trabajadores. Además, se verifica que el nivel jerárquico no tiende a tener la apertura que se merece para la retroalimentar a sus colaboradores.

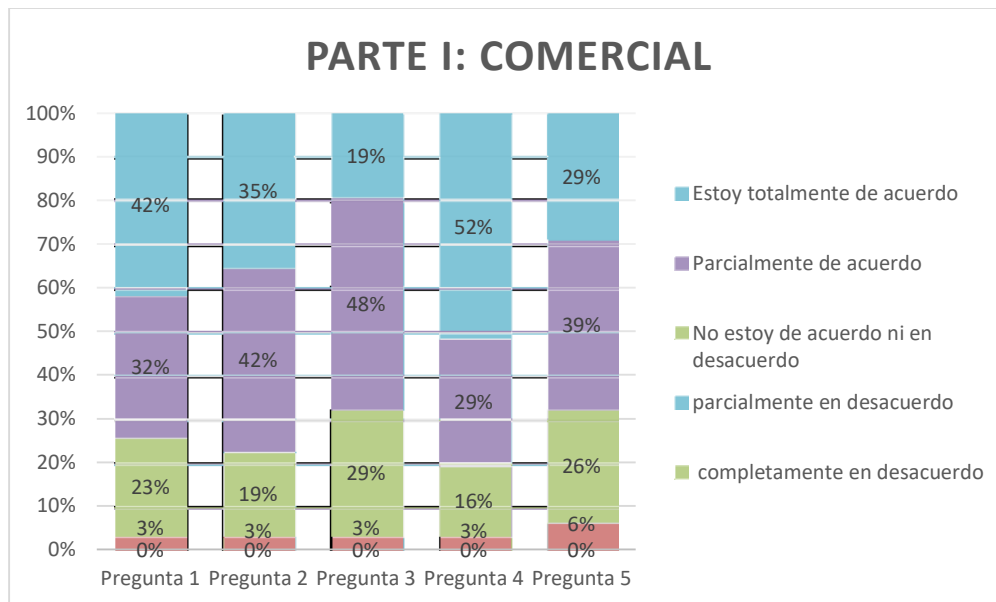
### **3.3.2 Resultados encuesta de satisfacción de cliente externo**

#### **Parte I: Comercial**

1. Se contestan sus llamadas telefónicas a nuestra oficina con cordialidad y oportunamente.
2. Se le brinda información de los términos y condiciones del servicio o producto requerido.
3. Se realiza seguimiento de sus dudas e inquietudes sobre el servicio.
4. Se cumple con los requisitos necesitados en productos y servicios.
5. Los horarios de trabajo de la empresa responden a sus necesidades.

Figura 14

Parte comercial



**Análisis:** En cuanto a la pregunta 1 se puede evidenciar que en su gran mayoría un 42% de la población, se encuentra conforme con la cordialidad que brinda en sus llamadas telefónicas; con 42% en una escala 4 de parcialmente de acuerdo es el valor más alto, es decir los clientes no reciben la información adecuada en cuanto a términos y condiciones del servicio; en un alto porcentaje del 48% al estar parcialmente de acuerdo en que los colaboradores no dan el pertinente seguimiento a dudas e inquietudes en cuanto a los servicios que ofrece la empresa; el 52% de la gráfica en la pregunta 4 nos muestra que los clientes están bastante satisfechos al cubrir las necesidades en el producto y los servicios; los clientes alcanzan con un 39% al estar parcialmente de acuerdo en la pregunta 5 en cuanto a los horarios de atención al cliente, no se justifica a sus necesidades.

### **Parte II: Servicio al cliente**

6. Recibe atención cordial y amable en las coordinaciones vía telefónica o por correo electrónico.
7. Recibe una programación oportuna del servicio.
8. Las coordinaciones logísticas fueron ágiles, adecuadas y a tiempo.

9. Orientación clara de las dudas e inquietudes del servicio / proceso.

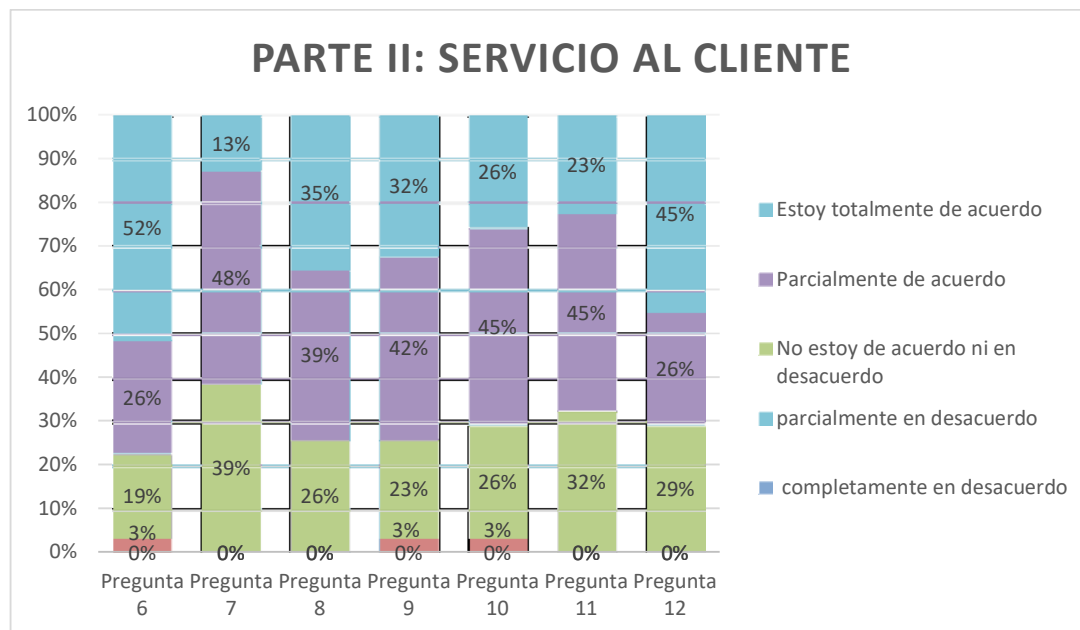
10. Brinda servicio post - venta.

11. Recibe retroalimentaciones de su parte.

12. Recibe cotización actualizada de precios y existencias.

**Figura 15**

*Servicio al cliente*



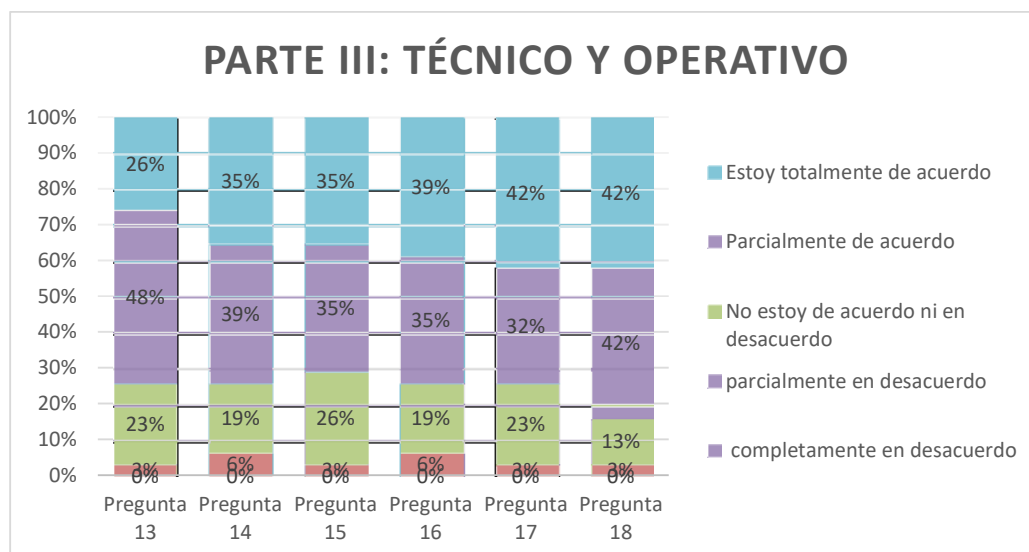
**Análisis:** Con un amplio margen del 52% en la pregunta 6 concuerdan en estar satisfechos con la atención amable a los clientes; la programación oportuna de pedidos tiene un porcentaje alto del 48% y 39% en escala 4 y 3 respectivamente, es decir no están conformes con los tiempos de atención; en cambio en la pregunta 8 y 9 con un nivel similar promedio de 34% están de acuerdo, pero con el 41% está parcialmente de acuerdo en que una vez coordinado el pedido los despachos son satisfactorios y que al momento de entregar se aclaran dudas e inquietudes in situ; en cuanto a las pregunta 10 y 11 con promedios similares denotan un 45% en escala parcialmente de acuerdo en su servicio post venta y a la retroalimentación que recibe el cliente y en la pregunta 12 con un 42% se asume que los clientes si reciben cotización sobre precios y tiempos de entrega.

### Parte III: Técnico y operativo

13. La metodología de ejecución documentaria e in situ se cumplió y cubrió sus expectativas.
14. Los colaboradores son competentes y demuestran capacidad técnica.
15. La calidad y presentación de documentos es conforme y en tiempo oportuno.
16. Los Informes le brindan información útil para acciones de mejora al interior de la otra.
17. La empresa protege su información interna con la que trabaja.
18. Cuida sus instalaciones al momento de usarlas.

**Figura 16**

*Técnico y Operativo*



**Análisis:** Con un 48% los clientes se encuentran parcialmente de acuerdo en la pregunta 13 al momento de la entrega documentos veraces, en la pregunta 14 y 15 con un igual 35% de estar parcialmente de acuerdo se presenta que la calidad de los documentos son idóneos y oportunamente entregados, a su vez con el mismo porcentaje, no están totalmente satisfechos con la competencia de los colaboradores; con un 39% en la pregunta 16, los clientes están totalmente de acuerdo en la calidad de los informes, es decir que tienen valor para realizar mejoras; y, en la pregunta 17 y 18 con un porcentaje igual del 42% están de acuerdo en que la empresa y sus colaboradores cumplen con cuidar las instalaciones y la información de sus clientes.

#### **Parte IV: Valorización y facturación**

19. Enviamos nuestra valorización y factura dentro de los plazos.

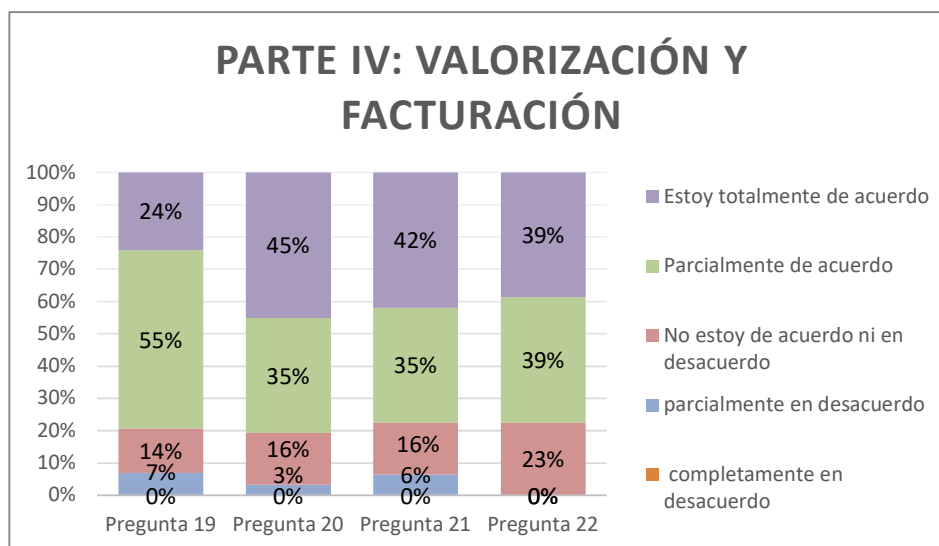
20. Nuestra factura estuvo correctamente consignada.

21. Calidad y exactitud de los Informes enviados.

22. Se relaciona el precio con la calidad

**Figura 17**

*Valorización y Facturación*



**Análisis:** Con un 55% los clientes están parcialmente de acuerdo con tener una factura dentro del plazo establecido, en la pregunta 20 y 21 con un promedio de 43% están totalmente de acuerdo en que la facturación es correcta y que con un promedio de 37% los clientes están parcialmente de acuerdo en que existe una buena calidad de los informes que se presentan mensualmente y con un promedio de 29% en ascendencia están parcialmente de acuerdo en la relación del precio y calidad.

#### **Resumen encuesta cliente externo**

Parte I: Comercial

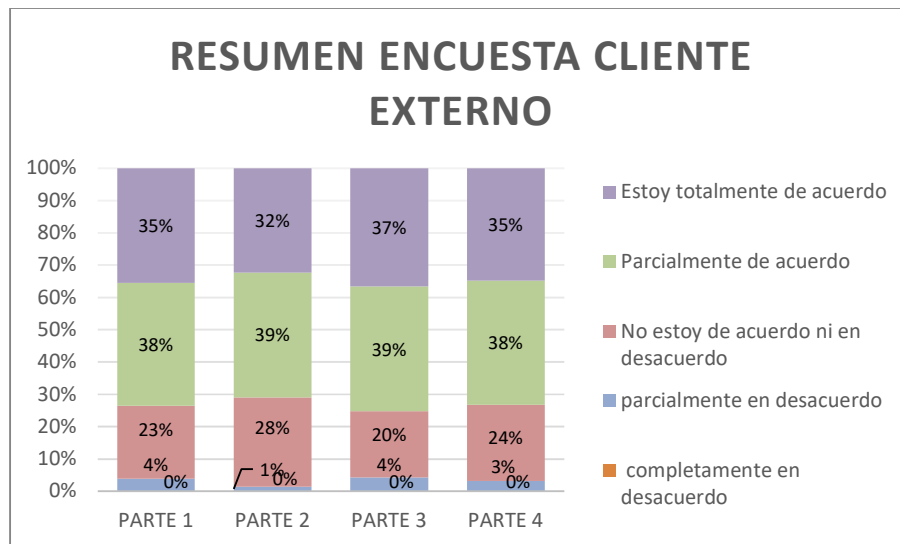
Parte E II: Servicio al cliente

Parte E III: Técnico y operativo

Parte IV: Valorización y facturación

Figura 18

Resumen cliente externo



**Análisis:** Con un promedio muy similar se puede observar que los mayores porcentajes desde el 38% están en la escala de parcialmente de acuerdo en ascendencia a totalmente de acuerdo, es decir que no están totalmente satisfechos de los productos y servicios que ofrece la empresa en todos los componentes, pero que si se cumple con la mayoría de condiciones establecidas para la entrega del producto y servicios. Con un promedio ponderado del 24% en la escala que no están de acuerdo ni en desacuerdo se evidencia que, si existe desconformidad en cuanto a relación precio y calidad, o que en los procesos no se detallan ni se documenta información relevante para respaldar la gestión realizada con el cliente.

## Capítulo cuatro

Se realiza el diagnóstico del nivel de conformidad según la Norma ISO 9001: 2015, mediante una lista de chequeo, en donde se ha escogido 6 aspectos referentes al ámbito de la empresa Trataguas Cía. Ltda., para recabar información necesaria con observaciones y encontrar las falencias que impiden la completa satisfacción del cliente interno y externo, luego se realiza un análisis de cada contexto, levantando datos relevantes que permiten conocer el estado actual de su cultura organizacional.

### Diagnóstico del nivel de conformidad de SGC acorde a la norma ISO 9001:2015 y su incidencia en la satisfacción del cliente.

#### 4.1 Aplicación del instrumento de auditoría.

Tabla 6

Diagnóstico de evaluación sistema de gestión de calidad según ISO 9001-2015

DIAGNÓSTICO DE EVALUACIÓN, SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD SEGÚN ISO 9001: 2015					
Criterios de calificación:					
A. Cumple completamente con el criterio enunciado: Se establece, se implementa y se mantiene; Corresponde a la fase de Verificar y Actuar para la Mejora del sistema)					
B. Cumple parcialmente con el criterio enunciado Se establece, se implementa, no se mantiene; Corresponde a la fase del Hacer del sistema)					
C. No cumple con el criterio enunciado (0 puntos: no se establece, no se implementa, no se mantiene N/S).					
D. Observaciones					
7. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN		C	C/P	N/C	Observaciones
1	Se determinan las cuestiones externas e internas, que son pertinentes para el propósito y dirección estratégica de la organización.		X		Se crean los procesos, pero no en todos se dan seguimiento.
2	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre cuestiones externas e internas.		X		No se tiene evidencia física o respaldo del seguimiento.
1.2 COMPRENSIÓN DE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LAS PARTES INTERESADAS					
3	Se ha determinado las partes interesadas y los requisitos de estas partes interesadas para el sistema de gestión de calidad.		x		Se identifican los procesos, pero no se llevan a cabo.
4	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas partes interesadas y sus requisitos.			x	
1.3 DETERMINACION DEL ALCANCE DEL SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD					
5	El alcance del SGC, se ha determinado según: Procesos operativos, productos y servicios, instalaciones físicas, ubicación geográfica	x			
6	El alcance del SGC se ha determinado teniendo en cuenta los problemas externos e internos, las partes interesadas y sus productos y servicios?	x			
7	Se tiene disponible y documentado el alcance del Sistema de Gestión.	X			
8	Se tiene justificado y/o documentado los requisitos (exclusiones) que no son aplicables para el Sistema de Gestión?			X	No se ha incorporado los ítems no aplicables.
1.4 SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD Y SUS PROCESOS					

9	Se tienen identificados los procesos necesarios para el sistema de gestión de la organización	X			
10	Se mantiene y conserva información documentada que permita apoyar la operación de estos procesos.		x		Hay creados, pero no se da seguimiento.
	Total /10	4	4	2	
<b>8. LIDERAZGO Y COMPROMISO GERENCIAL</b>					
12	Se demuestra responsabilidad por parte de la alta dirección para la eficacia del SGC.		x		Se comprometen a realizar e implementar, pero no dan seguimiento.
<b>2.2 ENFOQUE AL CLIENTE</b>					
13	La gerencia garantiza que los requisitos de los clientes se determinan y se cumplen.	x			
14	Se determinan y consideran los riesgos y oportunidades que puedan afectar a la conformidad de los productos y servicios y a la capacidad de aumentar la satisfacción del cliente.		x		En caso de existir variaciones en el producto es difícil ponerlo en marcha enseguida.
<b>2.3 ESTABLECIMIENTO DE LA POLÍTICA</b>					
15	La política de calidad con la que cuenta actualmente la organización está acorde con los propósitos establecidos.	X			
<b>ROLES, RESPONSABILIDADES Y AUTORIDADES EN LA ORGANIZACIÓN</b>					
16	Se han establecido y comunicado las responsabilidades y autoridades para los roles pertinentes en toda la organización.	X			
	Total / 5	3	2		
<b>9. APOYO-RECURSOS</b>					
17	La organización ha determinado y proporcionado los recursos necesarios para el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua del SGC (incluidos los requisitos de las personas, medioambientales y de infraestructura)	x			Solo se realizó la creación y en ciertos procesos la implementación, el resto son solo papeles.
<b>3.1 RECURSOS DE SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN</b>					
18	En caso de que el monitoreo o medición se utilice para pruebas de conformidad de productos y servicios a los requisitos especificados, ¿se han determinado los recursos necesarios para garantizar un seguimiento válido y fiable, así como la medición de los resultados?		x		Se realizan pruebas con certificado de calidad del proveedor, solo se chequea que cumpla, pero no se documenta.
<b>3.2 TRAZABILIDAD DE LAS MEDICIONES</b>					
19	Dispone de métodos eficaces para garantizar la trazabilidad durante el proceso operacional.	X			Se tiene formatos para cumplir con la trazabilidad, desde solicitud, cotización, orden de compra, guía de remisión, certificados de calidad.
<b>3.3 CONOCIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN</b>					
20	Ha determinado la organización los conocimientos necesarios para el funcionamiento de sus procesos y el logro de la conformidad de los productos y servicios y, ha implementado un proceso de experiencias adquiridas		x		Se difunden los principios, pero no tienen proceso para las experiencias adquiridas.
<b>3.4 INFORMACION DOCUMENTADA</b>					
21	Se ha establecido la información documentada requerida por la norma y necesaria para la implementación y funcionamiento eficaces del SGC.		X		Los documentos solo se crearon no se pusieron en marcha todos los procesos.
22	Existe una metodología documentada adecuada para la revisión y actualización de documentos		x		La metodología es la experiencia del personal.
23	Se tiene un procedimiento para el control de la información documentada requerida por el SGC.			X	
	Total / 7	2	4	1	
<b>10. PLANIFICACIÓN Y CONTROL OPERACIONAL</b>					
24	Se planifican, implementan y controlan los procesos necesarios para cumplir los requisitos para la provisión de servicios.		X		Hay el proceso, pero por temas financiero no se cumplen.

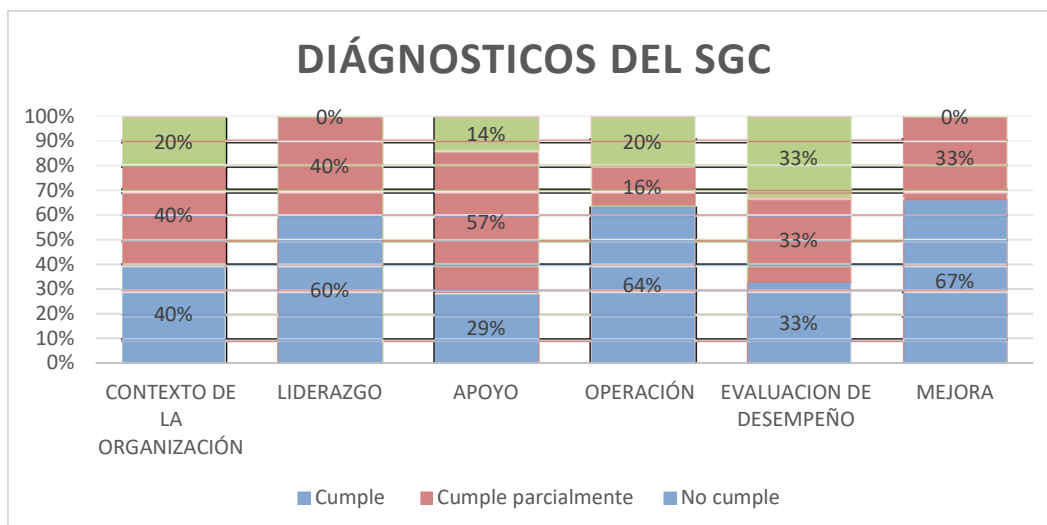
4.1 COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE					
26	La comunicación con los clientes incluye información relativa a los productos y servicios.	X			Adicional de crear lazos comerciales fuertes.
27	Se determinan los requisitos legales y reglamentarios para los productos y servicios que se ofrecen y aquellos considerados necesarios para la organización	X			Los productos tienen certificaciones FDA, USDA.
28	La organización se asegura que tiene la capacidad de cumplir los requisitos de los productos y servicios ofrecidos.	X			
29	La organización revisa los requisitos del cliente antes de comprometerse a suministrar productos y servicios a este.	X			Se verifica la marca año, calidad y mantenimiento para sugerir dosificación y tratamiento.
30	Se confirma los requisitos del cliente antes de la aceptación por parte de estos, cuando no se ha proporcionado información documentada al respecto		X		A veces se da en la cotización, otra es mediante comunicación verbal.
31	Se asegura que se resuelvan las diferencias existentes entre los requisitos del contrato o pedido y los expresados previamente.	X			
4.2 CONTROL DE LOS PROCESOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS SUMINISTRADOS EXTERNAMENTE					
32	Se conserva información documentada de estas actividades	x			Archivos de últimos 3 años.
33	La organización asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente son conforme a los requisitos.	X			
34	Se determina los controles a aplicar a los procesos, productos y servicios suministrados externamente.	X			Se compara mediante análisis a los certificados médicos.
35	Se determina y aplica criterios para la evaluación, selección, seguimiento del desempeño y la reevaluación de los proveedores		x		Formatos en la página web, de manera anual, por pandemia no se puso en práctica.
4.3 DISEÑO Y DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
36	La organización se asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente no afectan de manera adversa a la capacidad de la organización de entregar productos y servicios, conformes de manera coherente a sus clientes.	X			
37	Se definen los controles a aplicar a un proveedor externo y las salidas resultantes.			x	
38	Considera el impacto potencial de los procesos, productos y servicios suministrados externamente en la capacidad de la organización de cumplir los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables.	x			Es un proceso previo obligatorio a cumplir antes de suministrar productos o procesos.
39	Se asegura que los procesos suministrados externamente permanecen dentro del control de su sistema de gestión de la calidad.	X			
40	Se determina la verificación o actividades necesarias para asegurar que los procesos, productos y servicios cumplen con los requisitos.	X			Se solicitan certificados actualizados de los productos o equipos.
41	Se definen los controles a aplicar a un proveedor externo y las salidas resultantes.			X	
4.4 INFORMACIÓN PARA LOS PROVEEDORES EXTERNOS					
42	La organización comunica a los proveedores externos sus requisitos para los procesos, productos y servicios	X			Mediante la página web.

43	Se comunica la aprobación de productos y servicios, métodos, procesos y equipos, la liberación de productos y servicios.	X			Mediante proceso de importación, cotizaciones y orden de compra.
44	Se comunica la competencia, incluyendo cualquier calificación requerida de las personas.	x			
45	Se comunica las interacciones del proveedor externo con la organización.		X		
46	Se comunica el control y seguimiento del desempeño del proveedor externo aplicado por la organización.			x	Se hace el control, pero no se comunica, es información interna.
<b>4.5 PRODUCCION Y PROVISION DEL SERVICIO</b>					
47	Se implementa la producción y provisión del servicio bajo condiciones controladas.			x	
48	Dispone de información documentada que defina las características de los productos ofrecidos, servicios a prestar, o las actividades a desempeñar.	X			Cada producto tiene su ficha técnica actualizada.
49	Dispone de información documentada que defina los resultados a alcanzar.	X			Existe formatos.
50	Se controla la disponibilidad y el uso de recursos de seguimiento y medición adecuados			X	
51	Se controla la implementación de actividades de seguimiento y medición en las etapas apropiadas.			X	
52	Se controla el uso de la infraestructura y el entorno adecuado para la operación de los procesos.			X	Se hace, pero no se controla.
53	Se controla la implementación de acciones para prevenir los errores humanos		x		Formato de documento para riesgos de derrames.
<b>4.6 PROPIEDAD PERTENECIENTE A LOS CLIENTES O PROVEEDORES EXTERNOS</b>					
54	La organización cuida la propiedad de los clientes o proveedores externos mientras está bajo el control de la organización o siendo utilizada por la misma.	X			
55	Se Identifica, verifica, protege y salvaguarda la propiedad de los clientes o de los proveedores externos suministrada para su utilización o incorporación en los productos y servicios.	X			
56	Se informa al cliente o proveedor externo, cuando su propiedad se pierda, deteriora o de algún otro modo se considere inadecuada para el uso y se conserva la información documentada sobre lo ocurrido.	X			Se envía oficios con la novedad presentada para dejar constancia de lo ocurrido.
<b>4.7 ACTIVIDADES POSTERIORES A LA ENTREGA</b>					
57	Se cumplen los requisitos para las actividades posteriores a la entrega asociadas con los productos y servicios.	X			
58	Al determinar el alcance de las actividades posteriores a la entrega, la organización considero los requisitos legales y reglamentarios.	X			Recolección y retorno de canecas vacías.
59	Se consideran las consecuencias potenciales no deseadas asociadas a sus productos y servicios.	X			
60	Se considera la naturaleza, el uso y la vida útil prevista de sus productos y servicios.	X			Mediante fecha de caducidad.
<b>4.8 LIBERACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>					
61	Existe trazabilidad a las personas que autorizan la liberación.	X			Formatos en Excel.
62	La organización implementa las disposiciones planificadas para verificar que se cumplen los requisitos de los productos y servicios.			x	
63	Se conserva la información documentada sobre la liberación de los productos y servicios.	X			Mediante formatos de órdenes de preparación.

64	Existe evidencia de la conformidad con los criterios de aceptación.			X	
<b>4.9 CONTROL DE LAS SALIDAS NO CONFORMES</b>					
65	La organización se asegura que las salidas no conformes con sus requisitos se identifican y se controlan para prevenir su uso o entrega.	X			
66	La organización toma las acciones adecuadas de acuerdo a la naturaleza de la no conformidad y su efecto sobre la conformidad de los productos y servicios.	X			Se devuelve al proveedor la mercadería.
67	Se verifica la conformidad con los requisitos cuando se corrigen las salidas no conformes.		X		Se analiza el producto y se compra.
68	La organización trata las salidas no conformes de una o más maneras		X		
	Total 44	28	7	9	
<b>11. EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO</b>					
69	La organización realiza seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplen sus necesidades y expectativas.			x	
70	Determina los métodos para obtener, realizar el seguimiento y revisar la información.	X			Existe hojas de reporte de análisis, donde existe parámetros.
71	La organización analiza y evalúa los datos y la información que surgen del seguimiento y la medición.	X			Se envían informes
<b>5.1 REVISION POR LA DIRECCION</b>					
72	La alta dirección planifica y lleva a cabo la revisión incluyendo consideraciones sobre el estado de las acciones de las revisiones previas.			x	
73	Considera los cambios en las cuestiones externas e internas que sean pertinentes al SGC.		X		Pero no ponen en marcha plan para mejora
74	Considera la información sobre el desempeño y la eficiencia del SGC.			x	
75	Considera los resultados de las auditorías.		X		Cambian algunos aspectos
76	Considera el desempeño de los proveedores externos.		x		Si, pero por el precio se busca cambiar.
77	Considera la adecuación de los recursos.	X			
	Total /9	3	3	3	
<b>12. MEJORA</b>					
78	La organización ha determinado y seleccionado las oportunidades de mejora e implementado las acciones necesarias para cumplir con los requisitos del cliente y mejorar su satisfacción.		x		Se determina, pero no se cumplen a totalidad.
79	La organización reacciona ante la no conformidad, toma acciones para controlarla y corregirla.	x			
80	Evalúa la necesidad de acciones para eliminar las causas de la no conformidad.	X			La satisfacción al cliente es parte fundamental.
81	Implementa cualquier acción necesaria, ante una no conformidad.	X			
82	La organización mejora continuamente la conveniencia, adecuación y eficacia del SGC.		X		
83	Considera los resultados del análisis y evaluación, las salidas de la revisión por la dirección, para determinar si hay necesidades u oportunidades de mejora	X			
	Total /6	4	2		

Figura 19

Diagnóstico del SGC



#### 4.2 Análisis de resultados del diagnóstico del SGC

1. **Contexto de la organización:** Si bien la empresa tiene implementado un plan para el SGC, el nivel de total cumplimiento alcanza nada más a un 40% ni siquiera la mitad, es decir que las disconformidad en los alcances y procesos todavía debe mejorar, y con un 20% que es un nivel alto ni siquiera cumple los requisitos, ya que no pueden justificar con documentos los procesos que realizan, hay que tener en cuenta hay procesos que existen pero no se cumplen y a su vez no se da seguimiento a la información obtenida.
2. **Liderazgo:** con un porcentaje del 60% se puede observar que se tiene un alto grado de cumplimiento en cuanto al compromiso gerencial, todas las actividades se realizan, pero presenta un 40% que se cumple de manera parcial, es decir que las falencias encontradas es difícil ponerlas en marcha de manera inmediata, y que los procesos que se están implementando no se les da el seguimiento respectivo.
3. **Apoyo – Recursos:** Al tener un 14% de no cumplimiento se evidencia que les hace falta incorporar aun procedimientos documentados y crear procesos para dar cabal cumplimiento, al tener un porcentaje más de la mitad con un 57% que cumple parcialmente

- se evidencia que los procesos si existen si se realizan, pero no se documentan o informan como es debido, no tienen un proceso de experiencias adquiridas.
4. **Operación:** uno de los valores más altos en grado de cumplimiento con un 64% denota que la organización cumple con los requisitos de satisfacción al cliente, se realiza correcciones en las diferencias encontradas, se documenta todo lo relacionado con la comunicación con el cliente, la empresa asegura la calidad de los productos antes de implementarlos, hace visitas previas para entregar el servicio más idónea, tiene un control estricto sobre la calidad de los productos y servicios que le brindan sus proveedores, tiene una buena comunicación con el proveedor, son estrictos de manera documental con la información que llega y va hacia el proveedor; pero también presenta un 20% de requisitos que la empresa no cumple ya que a pesar de tener criterios de evaluación al proveedor lo hacen por la página web pero no hacen llamados públicos para tener más ventaja en sus canales de compra, no existe controles documentados de para aplicar en cuanto llegue la mercadería, no se da seguimiento ni control en las etapas apropiadas en la calidad del proveedor, y con un 16% se puede evidenciar que hay el proceso y la información pero que la misma no es documentada de manera formal, que muchas veces es de manera verbal con los clientes y proveedores.
  5. **Evaluación de desempeño:** Con un porcentaje del 33% en todos los casilleros, existen procesos que no se realizan como dar seguimientos, la alta dirección no realiza acciones de cambio en las revisiones realizadas por los colaboradores; y a pesar de tener los procesos se evidencia que estos, no se ponen en marcha, que cuando hay una auditoria no se cumple a cabalidad las falencias encontradas.
  6. **Mejora:** con un amplio margen, los procesos de mejora si son cumplidos con un porcentaje del 67%, tienen claro que la satisfacción al cliente es lo más importante y actúan para que las falencias encontradas, sean resueltas de manera inmediata, y con un 33% se puede evidenciar que la empresa no implementa las acciones correctivas dando lugar a que el SGC no sea actualizado continuamente es decir que no se pueda cumplir de manera

idónea los procesos que han tomado mucho tiempo y esfuerzo en crearlos e ir implementándolos.

#### **4.3 Análisis de la incidencia del SGC en la satisfacción del cliente**

En promedios globales de los contextos del SGC tenemos, que se cumple en un 49% los lineamientos a seguir, ya que una vez creados se pasa al proceso de implementarlos y es ahí en donde surge un 37% de cumplimiento parcial, es decir no se está poniendo en marcha todos los procesos y que una vez encontradas las falencias, no se da seguimiento ni se realiza mejora continua del sistema de gestión de calidad, además, con un 15% se presenta la inexistencia de procesos que son fundamentales para cumplir con la Norma ISO 9001, 2015.

EL sistema de gestión de calidad si bien está creado, presenta algunas falencias al dar el debido seguimiento a los diferentes procesos, en diferentes áreas y tanto a clientes internos como clientes externos, existen porcentajes altos en el cumplimiento de normas cuando se refiere a satisfacción al cliente externo, se pone mucho más énfasis en acciones correctivas a las falencias encontradas en los productos, servicios y procesos cuando a satisfacción se refiere. Lo que no se está teniendo en cuenta en su gran mayoría, es que se han dejado de lado procesos internos entre departamentos, y documentar procesos para los proveedores, lo que a la final llega a perjudicar de gran manera un sistema completo de gestión de calidad que ha sido incorporado, puesto que los procesos que no se están llevando a cabo se reflejan en todo el sistema de atención y satisfacción al cliente.

Hay que tomar en cuenta que varios procesos ni siquiera han sido creados y que si bien, al parecer no son muy relevantes, al momento de hacer acciones correctivas o mejoras, tienen gran influencia en los resultados.

## Capítulo cinco

### Propuesta de acciones de mejora

Una vez obtenida y levantada la información de la empresa, se procede a analizar de manera profunda las causas, se realiza una propuesta de mejora y un plan de acción con un presupuesto para poder implementarlo y finalmente se describe conclusiones y recomendaciones finales de todo el proyecto.

#### 5.1 Análisis de las causas

Una vez obtenido y analizados los datos, se encuentra concordancia de la información entre las encuestas de satisfacción del cliente interno, externo y el diagnóstico del sistema de gestión de calidad según la norma ISO 9001: 2015.

Como grado de insatisfacción del cliente interno, se determina que la empresa no es un lugar para hacer carrera, puesto que no existen varios puestos de trabajo a donde ascender, esto da lugar a que no haya compromiso de parte del colaborador con la empresa, pudiendo hacer relación al sistema de gestión en cuanto al contexto de la organización, ya que no tiene documentado requisitos aplicables para puestos de trabajo, adicional en el departamento de recursos humanos no tienen la capacidad de anticiparse a necesidades de los colaboradores y no se toma acciones de mejora ante la no conformidad, dando relación con sistema de gestión y la parte de mejora en donde evalúan la necesidad de acciones para eliminar causas de la no conformidad, además que no implementan acciones que han sido determinadas y seleccionadas por parte de la organización; en cuanto al nivel jerárquico no soluciona falencias de forma efectiva e in situ relacionando con el liderazgo y compromiso gerencial en donde no se demuestra responsabilidad por parte de la alta dirección; y que entre los diferentes departamentos no existe la comunicación adecuada para llevar a cabo los procesos de manera eficiente lo que implica que dentro de la planificación y control del sistema de gestión de calidad, la organización no pone énfasis en controlar el cumplimiento de uso de las herramientas y métodos que se deben usar durante el proceso operacional.

En tanto al grado de insatisfacción del cliente externo tenemos que: el cliente no recibe seguimiento de inquietudes del servicio relacionándose al sistema de gestión en la parte de control de las salidas no conformes; en la parte logística no se coordina de manera oportuna la programación de entregas, hace relación al sistema de gestión de calidad en varias partes como en no controlar la disponibilidad y el seguimiento de productos, no se implementa la provisión del servicio bajo condiciones controladas, no se tiene control sobre los proveedores externos y las salidas de mercadería; en cuanto a la ejecución documentaria de datos no se llega a cubrir las expectativas de los clientes, enlazando al sistema de gestión en cuanto no se cumple un procedimiento para el control de la información documentada requerida; además el cliente aduce que no hay concordancia del precio y valores, es decir no se presenta por escrito la información proporcionada en cuanto a tiempos de entrega, precios, existencias, sino solo de manera verbal.

Al fusionar estas dos perspectivas de los enfoques del cliente interno y externo, llega a preocupar el cumplimiento ya establecido en el sistema de gestión de calidad, puesto que el camino ya trazado para dar seguimiento a la norma cumple parcialmente a como lo exige de manera inicial; existen formatos creados para el registro de documentación pero no hay seguimiento de su llenado de manera oportuna, además es importante considerar que el sistema de gestión de calidad toma en cuenta el aspecto de los proveedores lo que incluye que de su correcto funcionamiento dependa una correcta logística y que la empresa pueda brindar mejores soluciones en los productos y de calidad.

En forma global se puede mencionar que los procesos creados y definidos, muchos de estos no se ponen en marcha a pesar de existir y mucho menos dar seguimiento de los procesos que si se llevan a cabo, es decir no va a poder mejorar la satisfacción del cliente externo mientras no se regule de manera satisfactoria y a cabalidad el sistema de gestión de calidad, solo modificando los comportamientos del cliente interno y el cumplimiento eficaz del sistema de gestión de calidad se podrá dar una eficaz respuesta y asegurar la calidad de la satisfacción con la parte más importante que es el cliente final.

En el área comercial los tiempos de respuesta reflejan una gran insatisfacción, la capacitación de personal no se realiza de manera oportuna para tener personas efectivas dentro del equipo, no actualizan conocimientos y no se ha sabido aprovechar los permisos para estudios y el apoyo económico que brindan los altos rangos.

## 5.2 Propuesta de acciones de mejora

Se pone un fuerte énfasis en comprender y cumplir los requisitos del cliente. Un SGC efectivo busca asegurar que los productos o servicios proporcionados por la organización cumplan con las expectativas y necesidades del cliente externo, el enfoque basado en procesos implica entender las actividades claves que afectan la satisfacción del cliente y establecer medidas para controlarlos y mejorarlos de manera continua, mediante el monitoreo constante en los diferentes departamentos y para que a través de mecanismos de retroalimentación, encuestas, análisis de datos, entre otros, se pueda obtener resultados diferentes y mejorados en la satisfacción de los productos y servicios entregados. La participación y competencia del cliente interno implica involucrar al personal en la mejora de los procesos, proporcionar capacitación adecuada, establecer canales de comunicación efectivos y reconocer su contribución. Un personal satisfecho y motivado tiende a brindar un mejor servicio al cliente, y por ende como organización cumplir con los objetivos trazados y a su vez mejorar su cultura organizacional.

### ***Plan de acción***

**Tabla 7**

*Plan de acción*

<b>Apartado</b>	<b>Oportunidades de mejora</b>	<b>Acciones correctivas</b>
Contexto de la organización	Evidencia física de respaldo de seguimiento de procesos.	Realizar formatos para registrar información de cada proceso.
	Seguimiento y revisión de requisitos y partes interesadas.	Asignar a un personal específico y añadir funciones en un cargo para registrar y dar seguimiento a la documentación de la información.
	Justificar los requisitos que no son aplicables para el	Revisar apartados dentro del sistema de gestión que no son

	sistema de gestión de calidad.	acordes al proceso y respaldarlos con la justificación adecuada.
Liderazgo y compromiso gerencial	Responsabilidad de la alta dirección para la eficacia del SGC.	Destinar una hora a la semana para que la alta gerencia revise las inquietudes del personal y de retroalimentación a los procesos.
	Considerar riesgos y oportunidades que afectan la conformidad de los productos y servicios.	Tener realizado un back up de productos sustitutos en caso de necesitar un cambio.
Apoyo – Recursos	Pruebas de conformidad a los productos con los requisitos especificados y medición de resultados.	Anexar a los certificados de calidad un documento interno en donde se registre los valores resultantes de las pruebas realizadas al producto.
	Determinar los conocimientos necesarios para el funcionamiento de procesos.	Se debe entregar información relevante de la empresa como principios, políticas, objetivos, proceso, normativas a los colaboradores de manera impresa o a su vez enviar por correo.
Planificación y control operacional	Existe planificación, implementación y control de procesos necesarios para cumplir con requisitos para la provisión de servicios por tema financiero no se cumplen.	Aumentar disponibilidad de recursos para cumplir con el compromiso de gerencia en la mejora del sistema de gestión de calidad.
	Criterios para la evaluación, selección y seguimiento de proveedores.	Aplicar un cronograma (2 veces al año) para cumplir con los formatos cargados en la página web y procesos internos.
	Confirmar requisitos de los clientes antes de la aceptación de pedidos. (se hace verbal).	Hacer en cada requisición de pedido, de manera escrita una cotización actualizada con parámetros, precios, tiempos y lugar de entrega.
	Definir controles a aplicar a un proveedor externo y las salidas resultantes.	Documentar en bodega con un Kardex y firma de despacho y recepción a los productos que llegan de proveedores.
	Controlar la disponibilidad y uso de recursos de seguimiento adecuados.	Imprimir reportes de inventario de manera semanal para crear un histórico de las necesidades y poder abastecerse.
	Implementación de acciones para prevenir errores humanos.	Crear un proceso de identificación de errores y realizar un formato para controlar riesgos, definiendo un proceso de acción ante posibles contingencias.
	Verifica la conformidad con los requisitos cuando se realizan las salidas no conformes.	Crear un informe del proceso de comparación del: análisis del producto recibido, documento de cotización enviado contra el producto despachado.
Evaluación de desempeño	El alto mando considera cambios en cuestiones externas e internas pertinentes al SGC.	Una vez obtenida la información de las falencias, poner en marcha un plan para cambios y mejoras.

	Considera resultados de auditorías.	Designar a un personal específico para realizar los cambios resultantes de la auditoría, Definir un tiempo prudente para cubrir todas las mejoras.
Mejora	Determina y selecciona las oportunidades de mejora, implementando acciones para cumplir con requisitos del cliente y mejora su satisfacción.	Se tienen determinados los procesos de mejora, regirse a poner en marcha los planes de acción según las falencias encontradas.
	La organización mejora continuamente la conveniencia, adecuación y eficacia del SGC.	Aplicar cronogramas anuales de revisión del SGC para actualizarlos y dar seguimiento.

Como presupuesto para la implementación de las acciones de mejora se toma en cuenta un bono para la persona que dirigirá e impartirá las asignaciones, talleres, capacitaciones y seguimiento de las actividades del plan de acción con un valor aprobado de \$400.00 para todo el proceso que se estima dure máximo 3 meses, adicional en las 4 departamentos identificados para la mejora se dará un bono mensual de \$25.00 al personal que aplicará los procesos, dando un subtotal de \$300.00. es decir, que para toda su aplicación y control se estima un monto final de \$700.00 los cuáles se autorizan de parte de gerencia para llevar a cabo las mejoras.

## Conclusiones

Una vez analizados cada apartado de la satisfacción del cliente interno y externo con el diagnóstico de satisfacción de calidad, se evidencia un alto nivel de insatisfacción en mayor grado del cliente interno que del cliente externo y a partir de esta afirmación se asume que la cultura organizacional tiene que mejorar primeramente de manera interna para conseguir resultados de mejora de satisfacción para el cliente externo.

De acuerdo con las encuestas realizadas se identifica la falta de compromiso de la alta directiva a los procesos del sistema de gestión de calidad en cuanto al desarrollo, implementación, seguimiento, control y mejora. Por otra parte la organización se presta para apoyar a sus colaboradores en los departamentos vinculados en la atención al cliente.

Los resultados presentados en cuanto al diagnóstico del nivel de conformidad del SGC según la norma ISO 9001: 2015 presentan falencias con un cumplimiento parcial de las actividades, puesto que se debe cumplir con las expectativas de su creación y en donde esos procesos implementados ayuden a alcanzar el desempeño necesario para cumplir con las necesidades y satisfacción de los clientes internos y externos.

En cada encuesta y diagnóstico se evidencia la falta de respaldo de documentación, los procesos se llevan a cabo sin embargo, no se cumple con registrar la información levantada, mismos que sirven para mejorar el SGC.

La empresa cuenta con la fidelidad de sus clientes durante mas de 15 años por lo que proceder a realizar cambios y mejoras del sistema de calidad con relación a la satisfacción del cliente interno y externo los ayudará a mantener e incrementar su portafolio de clientes.

## Recomendaciones

Establecer planes de acción enfocándose en el cliente interno de la empresa Trataguas Cía. Ltda. orientándose hacia el establecimiento de políticas de satisfacción de la organización, implementando una cultura organizacional dirigida a la calidad del servicio, a través del control de parámetros ya establecidos para una adecuada atención al cliente, misma que debe ser expuesta e impartida para todos los colaboradores de la empresa y posteriormente garantizar el control y seguimiento de este proceso para llegar a un óptimo cumplimiento de objetivos.

Realizar evaluaciones trimestrales que permitan identificar las falencias en cada departamento, con el objetivo de aplicar medidas correctivas y mantener la política de mejora continua, una vez que esté definido este proceso, se sugiere realizar una encuesta de satisfacción del cliente interno semestral y verificar el nivel de aceptación que ha surgido del cambio del personal.

Crear planes de incentivos para los colaboradores, a su vez crear espacios de integración entre todos los departamentos, promover de funciones de manera interna y premiar la trayectoria de su personal, lo que motiva a una eficiente ejecución de sus funciones y crear un fuerte vínculo de compromiso entre la empresa y sus colaboradores.

En cuanto al cliente externo, se busca crear fidelidad de los clientes hacia la empresa, al demostrar un cambio interno en procesos, documentos y comportamientos se puede considerar realizar incentivos, descuentos, obsequios y también realizar encuestas semestrales o anuales para medir el aumento de su satisfacción y así dar seguimiento al funcionamiento de los cambios realizados en la empresa.

Aplicar de manera más rigurosa la normativa de la gestión de calidad, a través de planes de control de las funciones y procesos de cada departamento, para que se verifique el cumplimiento de la Norma ISO 9001 – 2015.

Ajustar los procesos a los requerimientos de los clientes, es decir que al cumplir procesos se va percibiendo disconformidades que pueden ser relevantes para cambios del sistema de gestión, presentar la propuesta de mejora y llevarla a cabo.

## Referencias

- Amores, L. (19 de Enero de 2022). Informacion de la empresa Trataguas.
- Bernal D. . Articulo Cientifico 2015. Obtenido de:  
<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/6330/trabajo%20de%20grado%200101487.pdf?sequence=1>
- Bustamante, M (03/05/2022) Metodologías para la mejora de procesos (L.L. Amores, Entrevistador)
- Cantos. J. Revista Cientifica. 2018. Obtenida de:  
<http://www.revistaespacios.com/a18v39n50/18395014.html>
- Carriel. R. Revista Cientifica. 2018. Obtenida de:  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6732908>
- Carvajal L. libro. 2017. Obtenido de:  
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=KFSkDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA73&dq=clientes+actuales+de+la+empresa&ots=J9JF0BBWc-&sig=8jypmDve4\\_k74Tqq0OycCGEoDDk#v=onepage&q=clientes%20actuales%20de%20la%20empresa&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=KFSkDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA73&dq=clientes+actuales+de+la+empresa&ots=J9JF0BBWc-&sig=8jypmDve4_k74Tqq0OycCGEoDDk#v=onepage&q=clientes%20actuales%20de%20la%20empresa&f=false)
- CIU PUBLICACION WEB.pdf. Obtenido de CIU PUBLICACION WEB.pdf:  
<https://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/descargas/ciu.pdf> Reglamento de Regimen Academica vigente . (2017).
- Cortes. M. libro. 2015 Obtenido de:  
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=RhkwDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT8&dq=gesti%C3%B3n+de+calidad+iso+pdf&ots=XSvpUpB\\_M7&sig=d-mtXjN1jQxKGSq08B8Yasr2US4#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=RhkwDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT8&dq=gesti%C3%B3n+de+calidad+iso+pdf&ots=XSvpUpB_M7&sig=d-mtXjN1jQxKGSq08B8Yasr2US4#v=onepage&q&f=false)
- Diaz A. . Articulo científico. 2015. Obtenido de: <http://e-espacio.uned.es/fez/view/bibliuned:EducacionXXI-2015-18-2-5085>
- Geoinnova (2021) Obtenido de: ISO 9001 - ¿Qué es?, importancia y trámites de certificación (geoinnova.org)

E. Lizarzaburu, "La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015," Univ. Empres., vol. 18, no. 30, pp. 33–54, 2016.

En RRA. Reglamento de Regimen Academico vigente. (2017).

Escuela europea Obtenido de: Norma ISO 9001:2015 de calidad (nueva-iso-9001-2015.com)

Espinoza. R. Articulo Cientifico. 2016. Obtenido de:  
<https://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/301/301>

Gimeno. C. revista cientifica. 2015 . Obtenido de:  
<https://scielo.isciii.es/pdf/nh/v32n3/57originalotros07.pdf>

Implementation guide . ISO 9001:2015. Obtenido de:  
<https://www.nqa.com/medialibraries/NQA/NQA-Media-Library/PDFs/Spanish%20QRFs%20and%20PDFs/NQA-ISO-9001-Guia-de-implantacion.pdf>

Instituto Nacional de estadísticas y censos (INEC). (Junio de 2012).

J. V. Barrio, "Sistemas de gestion de calidad pensamiento basado en riesgos." p. 36, 2016.

Lluvia Nohemí Núñez Tobías, Judith Juárez Mancilla 3c Empresa: investigación y pensamiento crítico, ISSN-e 2254-3376, Vol. 7, N°. 1, 2018, págs. 49-59

Martinez. S. Articulo cientifico. 2018. Obtenido de:  
<http://www.revistaespacios.com/a18v39n09/18390902.html>

Mejias. Y. Revista cientifica. 2019. Obtenido de:  
<http://www.revinfodir.sld.cu/index.php/infodir/article/view/624/884>

Molina. B. Articulo cientifico, 2017. Obtenido de:  
<https://www.redalyc.org/journal/5885/588562208003/588562208003.pdf>

Mozon f. Articulo Cientifico. 2018. Obtenido de: <https://ergosourcing.com.co/wp-content/uploads/2018/05/iso-45001-norma-Internacional.pdf>

Napoles L. Artículo Científico. 2016. Obtenido de:

<https://www.redalyc.org/pdf/1815/181545579003.pdf>

Normas ISO Obtenido de: ISO 9001:2015(es), Sistemas de gestión de la calidad —

Requisitos

Ornelas C. Artículo científico.

Peiro. L. Economipedia. Obtenido de: Satisfacción del cliente - Qué es, definición y

concepto | 2022 | Economipedia

Pola Maseda, Á. Gestión de la calidad. ed. Barcelona: Marcombo, 2009. 118 p.  
Disponible en: <https://elibro.net/en/ereader/bibliotecautpl/45847?page=11>

RRA. Trataguas. (2019). Trataguas bienestar para la industria. Obtenido de TRATAGUAS BIENESTAR PARA LA INDUSTRIA : <http://trataguas.com/acerca-de-nosotros/TRATAGUAS>. (s.f.).

RRA. Trataguas bienestar para la industria . Obtenido de TRATAGUAS BIENESTAR PARA LA INDUSTRIA: <https://trataguas.com/proveedor/>

Velasco C. Artículo científico. 2015. Obtenido de:

[https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0212-](https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0212-)

16112015000900057