

**UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY**  
**VICERRECTORADO ACADÉMICO**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA**  
**ESCUELA INGENIERÍA INDUSTRIAL**



**MANUAL DE CALIDAD DE SERVICIO PARA LA EMPRESA**  
**INN-GRAFIC C.A.**

**Presentado por:**  
**Br. Antonio Graterol**

**TRUJILLO, VENEZUELA 2023**

**UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY**  
**VICERRECTORADO ACADÉMICO**  
**FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**  
**ESCUELA INGENIERÍA INDUSTRIAL**



**MANUAL DE CALIDAD DE SERVICIO PARA LA EMPRESA  
INN-GRAFIC C.A.**

**Trabajo presentado como requisito para optar al Título de Ingeniero Industrial**

**Presentado por:**

**Br. Antonio Graterol**

**Tutor: Ing. Liliana Rivera**

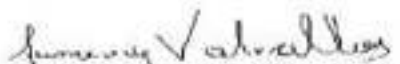
**TRUJILLO, VENEZUELA 2023**

VICERRECTORADO ACADÉMICO  
FACULTAD DE INGENIERÍA

VEREDICTO

Nosotros, **Profa. Yumary Valecillos, Profa. Marilyn Briceño, y Profa. Liliana Rivera**, designados como miembros del Jurado Examinador del Trabajo de Grado titulado: **MANUAL DE CALIDAD DE SERVICIO PARA LA EMPRESA INN-GRAFIC C.A.** que presenta el bachiller: **ANTONIO JOSÉ GRATEROL BARRIOS**, portador de la C.I. **N°25.485.075**, nos hemos reunido para revisar dicho trabajo y después de la presentación, defensa e interrogatorio correspondiente lo hemos calificado con diecinueve (19) puntos, de acuerdo con las normas vigentes dictadas por el Consejo Universitario de la Universidad Valle del Momboy, referente a la evaluación de los Trabajos de Grado para optar al título de Ingeniero Industrial.

En fe de lo cual firmamos en Carvajal a los treinta y un días (31) del mes de julio del dos mil veintitrés (2023).

  
Profa. Yumary Valecillos

C.I: 14.151.309

**JURADO**

  
Profa. Liliana Rivera

C.I: 13.048.877

**TUTOR**

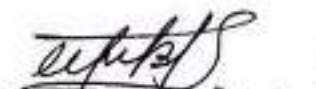


Profa. Marilyn Briceño

C.I. 13.205.436

**PRESIDENTE DEL JURADO**





Prof. Marilyn Briceño

C.I. 13.205.436

**DECANO**





Prof. Ana Linares

C.I.9.013.217

**VICERRECTORA  
ACADEMICA**



## DEDICATORIA

Antes de todo gracias a Dios Por Permitirme Disfrutar de la vida y este bello momento,  
Gracias por tu bendición.

Para mis padres, quienes me ayudaron y apoyaron en mi carrera, gracias a ustedes pude llegar a mi meta, gracias por la dedicación y la orientación que me brindaron en este lapso académico, por la paciencia, comprensión y la ayuda que me han brindado.

A mi familia, por ustedes que me inspiran a crecer y salir adelante.

Estudie no para saber más ni ser mejor que otros, estudie para superarme a mí mismo, y poder ayudar a otros.

Hoy se cierra un ciclo para comenzar otro.

Gracias a Ustedes soy lo que soy.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero expresar mis más sentidos agradecimientos ante todo a Dios por haberme permitido culminar con éxito mi trabajo de grado.

Gracias a la Universidad Valle del Momboy (UVM) por haberme dado la oportunidad de ser estudiante de la carrera Ingeniería Industrial. A la profesora; Liliana Rivera por el apoyo y asesoramiento en el ejercicio de trabajo de grado y a el resto de profesores que me ayudaron para mi conocimiento de la materia.

**UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY  
VICERRECTORADO ACADÉMICO  
FACULTAD DE INGENIERÍA  
CARRERA INGENIERÍA INDUSTRIAL**

**MANUAL DE CALIDAD DE SERVICIO PARA LA EMPRESA  
INN-GRAFIC C.A.**

**Autor: Br. Antonio Graterol**

**Tutor: Ing. Liliana Rivera**

**Año: 2023**

**RESUMEN**

El desarrollo de esta investigación tiene como principal objetivo proponer un manual de calidad de servicio para la empresa Inn-grafic, ubicada en El Sector La Milagrosa. Parroquia Betijoque. Municipio Rafael Rangel. estado Trujillo. Se apoyó en el proyecto factible. La investigación es descriptiva con diseño de campo, dirigida a una población de ocho (08) trabajadores. Se circunscribe en las teorías: Teoría Jerarquización de las Necesidades de Maslow (1943). Teoría de la Comunicación, modelo de Hovland (1953) bajo la normativa ISO-9001:2015. La metodología empleada para la recolección de datos fue la técnica de observación directa, y como instrumento un cuestionario de dieciocho (18) ítems aplicado a gerentes y a empleados, con alternativas múltiples, Siempre, Casi Siempre, Muchas Veces, Algunas Veces, y Nunca, validado por tres (3) expertos y su confiabilidad a través del Coeficiente de Alpha de Crombach. Para el análisis de datos se utilizó un tratamiento estadístico descriptivo, procesados y reflejados en cuadros y gráficos. Los resultados arrojaron que los procesos de calidad del servicio de la compañía que busca satisfacer los requerimientos de sus clientes mediante una mejora continua, difícilmente se cumplen, por la carencia de un manual de Calidad de servicios. Entre las conclusiones, la organización regularmente cumple con algunas políticas que pueden garantizar el buen funcionamiento, la eficiencia y eficacia de cada actividad, las necesidades del cliente son atendidas de forma poca satisfactoria. Es aconsejable examinar el Manual de Calidad para garantizar su implementación constante, además de evaluar y examinar cada recomendación de posibles cambios, propuesta por los colaboradores de la empresa que demuestre un excelente avance. La propuesta, diseño de un, Manual de Calidad de Servicio, permite a la compañía asegurar la confiabilidad de los procesos y procedimientos ejecutados, conformando una base fundamental de acuerdo a las exigencias de la Norma ISO 9001: 2015 nueva estructura de la organización.

***Palabras Clave:*** Manual de Calidad, Servicio, Proyecto Factible.

**UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY  
VICERRECTORADO ACADÉMICO  
FACULTAD DE INGENIERÍA  
CARRERA INGENIERÍA INDUSTRIAL**

**MANUAL DE CALIDAD DE SERVICIO PARA LA EMPRESA  
INN-GRAFIC C.A.**

**Autor: Br. Antonio Graterol  
Tutor: Ing. Liliana Rivera  
Año: 2023**

**Abstract**

The objective of this research is to propose a service quality manual for the company Inn-grafic, located in El Sector La Milagrosa. Betijoque Parish. Rafael Rangel Municipality. Trujillo state. It will be based on the feasible project. The research is descriptive with field design, directed to a population of 08 workers belonging to the Betijoque parish. It is circumscribed in theories: Maslow's Hierarchy of Needs Theory (1943). Communication Theory, Hovland model (1953) under the ISO-9001:2015 standard. The methodology used for data collection was the direct observation technique, and as an instrument an 18-item questionnaire applied to managers and employees, with multiple alternatives, Always, Almost Always, Sometimes, and Never, validated by (3) experts. and its reliability through Cronbach's Alpha Coefficient. For data analysis, a descriptive statistical treatment was used, processed and reflected in tables and graphs. The results showed that the service quality processes of the company that seeks to satisfy the requirements agreed with its clients through continuous improvement are hardly met. Among the conclusions, the organization regularly complies with some policies that can guarantee the proper functioning, efficiency and effectiveness of each activity, the client's needs are met in an unsatisfactory way. It is recommended to review the Quality Manual to ensure its continuous application, as well as to analyze and study each change proposal suggested by the members of the organization that shows a positive improvement. The proposal, design of a Service Quality Manual, allows the company to ensure the reliability of the processes and procedures executed, forming a fundamental base based on quality models and continuous improvement according to the requirements of the ISO 9001 Standard: 2015 new organization structure.

**Keywords:** Quality Manual, Service, Feasible Project

## ÍNDICE

VEREDICTO.....	3
DEDICATORIA .....	4
AGRADECIMIENTO .....	5
RESUMEN .....	6
ÍNDICE.....	8
ÍNDECE DE TABLAS.....	10
ÍNDICE DE FIGURAS.....	11
INTRODUCCIÓN .....	12
CAPÍTULO I .....	155
EL PROBLEMA.....	155
Planteamiento del problema.....	15
Problemas de la investigación.....	22
Problema general.....	22
Problemas Específicos.....	22
Objetivos de la Investigación .....	22
Objetivo General.....	23
Objetivos Específicos: .....	23
Justificación de la Investigación .....	23
Teórica.....	24
Práctica .....	24
Metodológica.....	24
Social.....	24
Alcances y Limitaciones .....	25
Alcances del Proyecto .....	25
Limitaciones del Proyecto .....	25
CAPÍTULO II.....	277
MARCO TEÓRICO.....	277
Bases Teóricas.....	27
En cuanto al Procesos de Gestión.....	42
Definición de Términos Básicos .....	58
Operacionalización de la variable .....	60

CAPÍTULO III.....	64
MARCO METODOLÓGICO.....	64
Tipo de investigación .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tipo y Diseño de la Investigación.....	64
Población.....	65
Muestra.....	66
Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos .....	66
Procesamiento y Análisis de Datos .....	71
CAPÍTULO IV.....	72
RESULTADOS DEL ESTUDIO.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Análisis de los Resultados.....	101
CAPÍTULO V.....	103
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	103
CAPÍTULO VI LA PROPUESTA .....	106
REFERENCIAS.....	152
ANEXOS .....	156

## ÍNDECE DE TABLAS

Tabla N°. 1 Mapa de variable .....	63
Tabla N°. 2 Baremo para analizar los resultados.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla N°. 3 Variable: Manual de Calidad de Servicio. Indicador: Proceso de Venta .....	74
Tabla N°. 4 Variable: Manual de Calidad de Servicio Indicador: Proceso de I+D .....	75
Tabla N°. 5 Variable: Manual de Calidad de Servicio Indicador: Proceso de suministro de productos y servicio.....	76
Tabla N°. 6 Variable: Manual de Calidad de Servicio Indicador: Proceso de Provisionamiento	77
Tabla N°. 7 Variable: Manual de Calidad de Servicio Indicador: Proceso de Almacenamiento.....	77
9	
Tabla N°. 8 Variable: Manual de Calidad de Servicio Indicador: Responsabilidad de la Gestión.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla N°. 9 Variable: Manual de Calidad de Servicio. Indicador: Gestión de Recurso.....	82
Tabla N°. 10 Variable: Manual de Calidad de Servicio. Indicador: Medición Análisis y Mejora .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla N°. 11 Variable: Manual de Calidad de Servicio. Indicador: Marketing e Investigación de mercado .....	85
Tabla N°. 12 Variable: Manual de Calidad de Servicio. Indicador: Transporte.....	87
Tabla N°. 13 Variable: Manual de Calidad de Servicio. Indicador: Contabilidad .....	88
Tabla N°. 14 Variable: Manual de Calidad de Servicio. Indicador: Mantenimiento de equipos	89
Tabla N°. 15 Variable: Manual de Calidad de Servicio. Indicador: Procesos de servicio .....	91
Tabla N°. 16 Variable: Manual de Calidad de Servicio. Indicador: Mejora Continua.....	93
Tabla N°. 17 Variable: Manual de Calidad de Servicio. Indicador: Estructura de Calidad .....	94
Tabla N°. 18 Variable: Manual de Calidad de Servicio. Indicador: Métricas ...	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Tabla N°. 19 Variable: Manual de Calidad de Servicio. Indicador: Sistema de Gestión de Calidad.....	97
Tabla N°. 20 Variable: Manual de Calidad de Servicio. Indicador: Auditoria.....	99

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N°. 1 Variable: Manual de Calidad. Indicador: Proceso de ventas .....	74
Figura N°. 2 Variable: Manual de Calidad de Servicio. Indicador: Proceso de I+D.....	75
Figura N°. 3 Variable: Manual de Calidad de Servicio. Indicador: Proceso de suministro de productos y servicios .....	76
Figura N°. 4 Variable: Manual de Calidad de Servicio. Indicador: Proceso de Aprovisionamiento .....	78
Figura N°. 5 Variable: Manual de Calidad de Servicio. Indicador: Proceso de Almacenamiento .....	73
Figura N°. 6 Variable: Manual de Calidad de Servicio. Indicador: Responsabilidad de la Gestión .....	81
Figura N°. 7 Variable: Manual de Calidad de Servicio. Indicador: Gestión de Recursos .....	76
Figura N°. 8 Variable: Manual de Calidad de Servicio. Indicador: Medición, Análisis y Mejora .....	848
Figura N°. 9 Variable: Manual de Calidad de Servicio. Indicador: Marketing e Investigación de Mercados .....	85
Figura N°. 10 Variable: Manual de Calidad de Servicio. Indicador: Transporte .....	81
Figura N°. 11 Variable: Manual de Calidad de Servicio. Indicador: Contabilidad .....	88
Figura N°. 12 Variable: Manual de Calidad de Servicio. Indicador: Mantenimiento de Equipos .....	84
Figura N°. 13 Variable: Manual de Calidad de Servicio. Indicador: Procesos de Servicio.....	91
Figura N°. 14 Variable: Manual de Calidad de Servicio. Indicador: Mejora Continua... ..	87
Figura N°. 15 Variable: Manual de Calidad de Servicio. Indicador: Estructuras de Calidad.....	948
Figura N°. 16 Variable: Manual de Calidad de Servicio. Indicador: Métricas.....	96
Figura N°. 17 Variable: Manual de Calidad de Servicio. Indicador: Sistema de Gestión de Calidad .....	97
Figura N°. 18 Variable: Manual de Calidad de Servicio. Indicador: Auditoria .....	99

## INTRODUCCIÓN

En el mundo actual, caracterizado por un rápido cambio y una competencia global intensa, es crucial que las organizaciones mantengan altos niveles de calidad en sus productos y servicios para asegurar su posición en el mercado. Por lo tanto, buscan constantemente alternativas para mejorar su gestión y sus productos/servicios, con el fin de satisfacer las expectativas y necesidades de los clientes, usuarios y otras partes interesadas. Un manual de calidad basado en la Norma ISO 9001:2015 se convierte en una herramienta de gestión que permite a la empresa identificar las necesidades de sus clientes y garantizar que sean satisfechas, al mismo tiempo que mejora de manera continua el desempeño de sus procesos.

Sin embargo, las empresas se ven perjudicadas por la falta de estudios sobre la calidad de los servicios que ofrecen, lo que resulta en una mala planificación y la pérdida de potenciales clientes. En este sentido, es importante tener en cuenta la lealtad de los clientes, ya que es un factor clave para el éxito empresarial en un mercado competitivo. Las organizaciones deben descubrir cómo aumentar y mantener la lealtad a largo plazo. Se reconoce que la calidad del servicio y la satisfacción del cliente son los principales impulsores de la lealtad del cliente.

Realmente en el mercado global, se vive una fuerte competencia entre las distintas empresas, generando situaciones donde las exigencias de los clientes crecen, y es necesario tomar acciones para obtener una mejoría dentro de las organizaciones, de manera que estas avancen en todos sus aspectos, de allí la importancia que radica la calidad para toda compañía, es por ello, que a través de este proceso se pueden satisfacer necesidades explícitas e implícitas que son cada vez más exigentes por la sociedad. A razón de lo planteado, hoy día el objetivo de muchas organizaciones es prestar un buen servicio, esto implica el uso de diversas herramientas de gestión de calidad para mantener y mejorar su eficacia a lo largo del tiempo.

A raíz, de estos eventos las organizaciones en pro de mejorar el buen desempeño deben fundamentarse en: la importancia de centrarse en el cliente, el liderazgo, la participación del personal, el enfoque basado en procesos, la gestión basada en sistemas, la mejora continua, la toma de decisiones basada en hechos y una relación beneficiosa con los proveedores son aspectos fundamentales que se abordan con frecuencia en la gestión de la calidad en los servicios. Estos aspectos se consideran como factores de diferenciación para las organizaciones en la actualidad.

De acuerdo a Kotler y Armstrong (2008) la satisfacción del cliente es “el grado en el que el desempeño percibido de un producto concuerda con las expectativas del comprador por lo quiere decir, que el desempeño del producto coincide con las expectativas y el comprador quedara satisfecho” (p.14).

Siguiendo las ideas expuestas anteriormente, cabe destacar que la persona que recibe el producto y/o servicio, conocido como cliente, desempeña un papel fundamental en una entidad organizativa. Por consiguiente, resulta crucial para la compañía comprender las demandas y requerimientos del cliente, con el fin de abordar dificultades y explorar diversas alternativas para así satisfacer sus expectativas. Esta capacidad de adaptación, respaldada por la experiencia, resulta esencial para el crecimiento y progreso de la organización, para así brindar un servicio de calidad al cliente debe considerarse una condición primordial.

Como resultado, debido a la fuerte competencia con respecto a cantidad y calidad, se vuelve difícil para una empresa diferenciarse de sus competidores. Por ello, la búsqueda de estrategias de diferenciación se ha transformado en una de las prioridades de la gestión. Para sobrevivir en la industria de servicios, una empresa debe desarrollar una nueva estrategia para satisfacer a sus clientes. Desarrollar la lealtad de los clientes ya no es una opción en los negocios, sino una forma de lograr una ventaja competitiva sostenible con un propósito de excelencia.

A partir de estas reflexiones, el presente trabajo reseña el siguiente objetivo que consiste en proponer un manual de calidad de servicio para la empresa Inn-grafic C.A. basado en la norma ISO 9001:2015. Asimismo, presenta la siguiente estructura, conformada por 5 capítulos: Capítulo I contiene el planteamiento del problema, los objetivos de la investigación, la justificación, alcances y limitaciones. Capítulo II, marco Teórico, contiene antecedentes nacionales e internacionales de la investigación, las bases teóricas y legales que sustentarán el estudio, la definición de términos y, por último, el cuadro de variable de la operacionalización.

Un Capítulo III, comprende el marco Metodológico, además el tipo de investigación, luego el diseño de la investigación, la población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, las técnicas para el procesamiento y análisis de datos, la confiabilidad y validez. Con respecto al Capítulo IV se enfoca en el Análisis de los Resultados, contiene la situación actual de los procesos que se llevan a cabo en la Empresa Servicios Inn-grafic C.A. Finalmente, un Capítulo V incluye, Conclusiones y Recomendaciones, y un Capítulo VI denominado “La Propuesta”, contiene el diseño del Manual de Calidad para la Compañía Inn-grafic C.A. de acuerdo al enfoque basado en procesos bajo la Norma ISO 9001:2015, Referencias Bibliográficas y Anexos.

## CAPÍTULO I

### EL PROBLEMA

#### **Planteamiento del problema**

En la actualidad se percibe que los avances de las tecnologías de información han permitido darle un ajuste a la sociedad mediante el confort, tanto en la cotidianidad del hogar, así como en el campo laboral, realmente ha sido un impacto a nivel social que aún cuesta creer por las maravillas y beneficios de estos medios digitales, acortar distancias y comunicarse a tiempo real es un privilegio. En consecuencia, se considera que las herramientas tecnológicas juegan un papel preponderante ante el sector empresarial público y privado, específicamente en las empresas que ofrecen un servicio por estas razones, hoy por hoy las organizaciones están inmersas en una sociedad exigente, para ir a la par con los cambios deben afrontar los desafíos, entre ellos la competitividad, si quiere incursionar en el mercado.

De la misma manera, la calidad del servicio es de vital importancia para una compañía, debe ser de primera y para ello debe introducirse en el mundo virtual, obviamente que la aplicabilidad de estas herramientas tecnológicas permite visualizar al empresariado elementos de integración, relaciones de carácter nacional e internacional, apertura de otros mercados, crecimiento y expansión.

Obviamente, la calidad dentro de una empresa parte de sus funciones; entre ellas: ofrecer un buen servicio, generar satisfacción tanto a la clientela como empleados, accionistas, y dotar de herramientas prácticas para una gestión integral. En tal sentido, se reseña la opinión de Ruíz (2004) considera que:

En la actualidad la Calidad se convierte en el arma competitiva fundamental, que permite diferenciar a las distintas organizaciones entre sí, desplazando poco a poco la competencia por los precios o situándola en un segundo orden de importancia con respecto a la calidad, que se presenta claramente de manifiesto, mientras más alto sea el estándar económico de los mercados. (p.27)

En versión del autor, la calidad prevalece ante los precios que puedan surgir para efectos de competencia, prácticamente la calidad es un elemento que hace la diferencia de otras organizaciones. Sin embargo, para afianzar los niveles de calidad, y restablecer un funcionamiento dentro de la empresa y afrontar los desafíos, como la permanencia en el mercado de su competencia, se deben incorporar pericias para adaptarse a los cambios de una sociedad cada vez más exigente.

A la luz de estos hechos, es importante agregar que toda organización que ofrece un servicio debe considerar ciertos estándares de calidad que le permita a su vez competir para posicionarse en el mercado que cada vez es más exigente, asumiendo una postura donde impere la estandarización, control de los procesos, satisfacción de los clientes y mejora continua. (Demsetz, 2010, p.22).

En concordancia con lo anterior, es importante mencionar que una vez fijados los estándares correctos en el servicio al cliente es crucial para el rendimiento dentro de la empresa. Ahora bien, hablar de una empresa de servicio es sinónimo de calidad y satisfacción al cliente, para ahondar en la temática se describe la postura de García (2014), donde señala que:

Se dedican a la prestación de servicios, ofreciendo al consumidor medios satisficentes intangibles o incorpóreos a cambio de una compensación, generalmente de tipo económico. Estas compañías se caracterizan por su elevado

nivel de especialización dentro de la actividad o rama que integran. Suelen enfocarse en ofrecer una única respuesta a las necesidades de sus potenciales clientes, aunque existen casos de firmas que brindan más de un servicio o que combinan la generación de productos y servicios. (p.64)

Conforme a la versión del autor, las organizaciones presentan un excelente servicio desde el punto de vista lucrativo, esa cualidad meramente humana no surge de manera espontánea ha sido previamente preparada cumpliendo un programa que parte de los inicios como parte integral del proyecto de la organización. Cabe destacar, que en el contexto español las empresas de servicio suponen más del 60 % de las actividades empresariales, porcentaje que tiende a incrementarse cada día. No obstante, el campo de estas empresas es tan amplio que cubre actividades de hostelería, bancarias, de ingeniería, comercio y distribución, así como servicios públicos, entre otros. Sin embargo, existen empresas de servicio donde el buen trato al cliente es pésimo, carecen de un manual de calidad que les permita corregir sus acciones, dejar a un lado el modelo de gestión tradicional, e implementar mecanismos de control, así como objetivos de calidad fijados como norma, para la búsqueda de la excelencia en la comercialización de servicios.

Ahora bien, el factor fundamental para garantizar la excelencia en la prestación de servicios radica en cumplir o incluso superar las expectativas de los clientes en cuanto a lo que la empresa o su personal prometen brindar (Cottle, 1991, p.121). Para las empresas, tener clientes satisfechos implica un aumento en el volumen de ventas, así como la creación de confianza y seguridad tanto para su personal interno como para los propios clientes. Sin embargo, aquellas organizaciones que no eligen ofrecer un servicio de calidad encontrarán difícil alcanzar el éxito en el mercado.

No lejos de estos razonamientos, se describen hechos similares en el contexto latinoamericano, donde muchas empresas que prestan servicios, laboran sin regirse por un manual

de calidad, que propicie los mecanismos de control y los objetivos fijados como norma. En este sentido, Nanno Mulder, Jefe de la Unidad de Comercio Internacional (CEPAL) asevera que:

El sector predominante de las economías de América Latina y el Caribe, representado por los países miembros (Chile, Colombia, Costa Rica, México y Perú), presentan el 70% del PIB y 62% del empleo total para 2015. La productividad en este sector crece muy poco por la fuerte concentración en ciertas actividades caracterizadas por un alto grado de informalidad y autoempleo, como el comercio ambulante, investigación y desarrollo, audiovisuales y los servicios domésticos. El principal desafío sigue siendo desarrollar políticas e instrumentos para mejorar la situación de las pymes (informales) que constituyen una gran parte del sector de servicios en América Latina. (p.03)

En consecuencia, a lo anterior, vale decir que la calidad es un término relevante para las pequeñas y medianas industrias ya que el mercado cada día es más estricto, y por ende es un elemento clave para el avance de cualquier organización. A raíz de estas reflexiones, existen ciertas variables que se vinculan estrechamente con la competitividad como la exportación, los costos la imagen de la organización entre otros. Aunado a esto la calidad en todos los aspectos es fundamental para que las pequeñas y medianas empresas (PYME) puedan ser competitivas. Esto implica tener empleados dedicados a supervisar la calidad en los procesos y productos, con el objetivo de identificar mejoras que tengan un impacto positivo en la satisfacción del usuario. (Martínez, 2011, p.24)

A razón de lo anterior, muchas empresas que prestan un servicio donde se impone la mejora de la eficacia del sistema, deben implantar a su estructura organizativa políticas o normativas que proyecten mejoras a su organización, que facilite la comprensión y cumplimiento de los requisitos

de los clientes, tanto legales como reglamentarios aplicables. Vale resaltar que, muchas empresas colombianas han tenido éxito en el mercado laboral, a pesar de los avances competitivos tan pronunciados en una sociedad que cada día se hace más exigente, han implementado dentro de su organización normativos que permiten la realización de una reestructuración de los procesos con el objetivo de alcanzar mejoras notables en indicadores clave y actuales de desempeño, como el costo, la calidad, el servicio y la rapidez.

En este orden de ideas se puede citar, a Fraile (2007) donde señala que:

Encontró en las PYME de Boyacá, Colombia que el 66% cuentan con manual de calidad, el 79% le da prioridad a la selección de estándares para control de calidad, mostrando con esto que las PYME de esta región se encuentran en capacidad de implementar manuales de calidad. (p.14)

Obviamente, se infiere de acuerdo al autor referido, que la excelencia en las empresas de servicios va a depender fundamentalmente de la disponibilidad de recursos calificados, así como del costo y la calidad de los servicios.

En este mismo orden de ideas, Venezuela no se excluye del panorama referido, muchas empresas de servicios específicamente las pequeñas y medianas están inmersa en esta dinámica, en busca de la excelencia por la calidad como un factor competitivo, aunque un gran número de estas empresas ha sido afectada por la situación país además de la deficiencia que poseen sus organizaciones en cuanto a patrones de calidad y rendimiento, sin duda son acciones que entorpecen su crecimiento, y finalmente rezagados ante un consumidor que decidirá cual producto o empresa ha de identificarse.

Con referencia a lo anterior, se infiere que las organizaciones tienen la tarea de ofrecer servicios que satisfacen las necesidades de las personas, ya sea en términos de recreación,

capacitación, asesoramiento, u otros, a cambio de un pago, y estas organizaciones pueden ser tanto públicas como privadas. (Pérez, 2013, p. 12)

En el país son muchas las empresas de este rango, que buscan cumplir con un servicio de calidad, a pesar de la fuerte crisis económica, entre ellas: cantv, transporte, gas, digitel, hidroandes, cadafe, Intercable, supercable, seneca, telcel, infonet, cadela, entre otras. Es evidente que han presentado deficiencias en las dos últimas décadas, de allí la razón de la baja calidad del servicio que prestan las empresas e instituciones venezolanas. Como se puede apreciar, la fidelidad de los usuarios es esencial para el éxito de una empresa en un mercado competitivo. Por lo tanto, se reconoce que la calidad del servicio y la satisfacción del cliente son los factores clave que determinan la fidelidad de los clientes.

Sobre la base de las consideraciones anteriores, la calidad de servicio es una mezcla equilibrada de utensilios empresariales, siempre en aras de ofrecer un buen servicio.

Desde la perspectiva académica y empresarial, las tendencias actuales se centran en alcanzar un alto nivel de calidad en los servicios, lo cual es sinónimo de competitividad y posicionamiento en el mercado. Por esta razón, actualmente se trabaja en la búsqueda de la calidad en el servicio, lo que resulta en diferenciación respecto a los competidores, mayor productividad en los procesos de servicios, incremento en la satisfacción del cliente, mejora en la moral de los empleados, una administración más efectiva y relaciones laborales más sólidas. Aspectos que se consideran un avance significativo en el mercado (Fraser et al., 2013, p.21).

Aunado a lo anterior, se puede inferir que la calidad del servicio se ajusta al propósito de la empresa, independientemente del tipo de servicio. Existe una relación directa entre las expectativas del cliente y lo que realmente recibe, y la brecha entre estos dos aspectos es la razón por la cual las empresas deben implementar acciones de servicio para reducir esa brecha y

establecer objetivos y metas. Muchas organizaciones se han visto obligadas a mejorar sus políticas de calidad de servicio y analizar la satisfacción del cliente.

En el contexto regional descrito, en el estado Trujillo, la mayoría de las empresas de servicios, especialmente las del sector público, presentan una baja calidad en el servicio, lo que dificulta asegurar y garantizar la excelencia en el servicio o producto. En la actualidad, brindar un servicio de alta calidad es clave para obtener una ventaja competitiva sostenible. En consonancia con esto, se menciona la empresa de servicios INN-GRAFIC, C.A., ubicada en la población de Betijoque, estado Trujillo. Esta empresa se dedica a la optimización, mantenimiento e implementación de procesos en diversas empresas, mediante sistemas electromecánicos y computacionales, con el objetivo de automatizarlos y garantizar su seguridad y eficiencia, ubicada en la población de Betijoque, Av. 6 con calle 14 local 1 sector la Milagrosa. Parroquia Betijoque, estado Trujillo.

En el orden de las ideas anteriores, y de acuerdo con la información suministrada por el personal de la empresa, la organización referida se ha visto afectada por la falta de estudios, conforme a la calidad de servicios que ofrecen, esto ha generado una pésima planificación trayendo consigo pérdidas de clientes potenciales. En este sentido, se describen datos que evidencian la relevancia del estudio, destacando que el 66% de la clientela dejó de requerir los servicios debido al incumplimiento o retrasos en fechas planificadas. En cuanto al 34% que conforma la clientela activa solo el 20% notificó sus quejas ante la empresa, y el 14% restante, no presentó alguna inconformidad.

A raíz de los hechos referidos, donde el problema radica en la deficiencia del sistema de medición de la calidad del servicio, de la pésima planificación, del control y mejora, así como la pérdida de clientes que a la larga impactará directamente en los ingresos futuros. A la luz de estos

hechos, el presente estudio busca proponer un manual de calidad que optimice el servicio de la empresa INN-GRAFIC, basado en la Norma ISO 9001:2015. Cabe destacar, que esta Norma detalla los requisitos que debe poseer un Sistema de Gestión de Calidad, es por ello, que la compañía debe mejorar su capacidad operativa para proporcionar un excelente servicio que satisfaga la cartera de clientes.

### **Problemas de la investigación**

#### **Problema general**

Conforme al diagnóstico realizado en la compañía Inn-Grafic, C.A. se constató como problema principal la deficiencia del sistema de medición de la calidad del servicio, y como problemas secundarios, se corroboró la pésima planificación para control y mejora de la organización y la pérdida de clientes, entre otros. Ante lo señalado, se plantea la siguiente interrogante: ¿Qué tipo de manual de calidad de servicio requiere la empresa Inn-grafic, C.A. basado en la norma ISO 9001-2015?

#### **Problemas Específicos**

¿Cuáles son los principios de calidad de servicios sustantivos que ofrece la empresa Inn-grafic C.A. basado en la norma ISO 9001-2015?

¿Qué servicios de calidad se evaluarán en la empresa Inn-grafic, CA siguiendo los lineamientos de la Norma ISO 9011-2015?

¿Cuál sería el diseño del manual de calidad de servicio para la empresa Inn-grafic, C.A. siguiendo los lineamientos de la Norma ISO 9011-2015?

### **Objetivos de la Investigación**

## **Objetivo General**

Proponer un manual de calidad de servicio para la empresa Inn-grafic C.A. basado en la norma ISO 9001-2015

## **Objetivos Específicos:**

Describir los procesos de gestión de calidad de servicios sustantivo que ofrece la empresa Inn-grafic C.A. siguiendo los lineamientos de la Norma ISO 9001-2015

Evaluar la calidad de servicios sustantivos de la empresa Inn-grafic. C.A. siguiendo los lineamientos de la Norma ISO 9001-2015

Diseñar un Manual de Calidad de servicio para la empresa Inn-grafic C.A. siguiendo los lineamientos de la Norma ISO 9001-2015

## **Justificación de la Investigación**

Para obtener una ventaja competitiva que perdure en el tiempo, es importante contar con un servicio de calidad y garantizar la satisfacción del cliente. Inn-grafic C.A., como empresa, entiende la importancia de crear un manual de calidad de servicio que fomente mejoras constantes y progresivas. Es destacable que esta herramienta es relevante tanto para la empresa como para la región, ya que la calidad del servicio impulsa el crecimiento interno y el posicionamiento en un mercado competitivo. Además, esto conlleva a la creación de empleos, al desarrollo del talento humano y crecimiento a nivel nacional. A partir de esta postura, se considera que el problema se justifica porque genera cambios positivos en la compañía, en la clientela y en la sociedad, que cada día es más cambiante y exigente; desde una postura.

**Teórica**

El estudio se justifica por el empleo bibliográfico relacionado con la variable, vinculando posturas que aportan credibilidad a la investigación.

**Práctica**

Desde una perspectiva práctica, el enfoque busca implementar el ciclo PHVA (Planear, Hacer, Verificar y Actuar) en forma de procesos, con el fin de controlar de manera eficiente las actividades necesarias para cumplir con la política de calidad de la empresa, los objetivos institucionales, la misión, la visión y otros planteamientos relevantes que la organización decida. Esto conlleva beneficios tanto económicos como sociales para las empresas a nivel regional y nacional.

**Metodológica**

Desde una perspectiva metodológica, implica la selección de métodos sólidos y apropiados para garantizar la validez y confiabilidad, al llevar a cabo una recopilación y análisis rigurosos de los resultados obtenidos. Esto refuerza la credibilidad de la investigación. Por otro lado, los empleados se benefician al tener acceso a un manual de calidad de servicio, el cual les brinda orientación en cada proceso, fomentando la eficiencia y eficacia dentro de la organización. Además, dicho manual puede servir como base para futuras investigaciones que aborden la misma variable.

**Social**

Desde la óptica social, la investigación permite obtener un entendimiento claro de las necesidades de los clientes internos y externos, lo cual conduce a mejorar las condiciones en las que se llevan a cabo las operaciones y, por ende, a generar un mayor nivel de satisfacción. Además, busca ofrecer una respuesta inmediata a las empresas de servicios estratégicamente ubicadas en la

región, a través del mantenimiento preventivo, predictivo y correctivo de equipos e instalaciones. Esto tiene un impacto directo en la comunidad, siempre en línea con la investigación en producción, operaciones y logística de empresas públicas y privadas en el estado de Trujillo.

## **Alcances y Limitaciones**

### **Alcances del Proyecto**

El desarrollo del presente trabajo, busca afianzar todos los procesos ejecutados por la compañía, a fin de garantizar un servicio de calidad que genere satisfacción al cliente. A través de estos principios se busca conocer las acciones y herramientas que determinarán los posibles errores durante el servicio que ofrece la organización a su distinguida clientela. Con ello se requiere conocer los puntos fuertes y débiles, es decir, el buen funcionamiento de la compañía, así como determinar que garantía presenta el servicio y si responde a las necesidades del cliente.

Por otro lado, con el diseño de un manual de calidad de servicios, permite avalar las directrices y las políticas, certificar el cumplimiento que requiere la calidad de servicio a fin de superar las expectativas del cliente y por medio de la normativa ISO, describir políticas y procedimientos específicos para el efectivo funcionamiento de la organización.

### **Limitaciones del Proyecto**

El estudio en proceso basado en la propuesta del diseño de un manual de calidad de servicio durante su desarrollo presento algunos contratiempos, entre ellos: la recopilación de la información fue un arduo proceso ya que fueron muchas las visitas que quedaron sin efecto por la ausencia del entrevistado. La falta de apoyo por parte del personal y directivos en algunas etapas de la

investigación para la disponibilidad de la información. Así como la influencia de factores externos como el transporte, falta de combustible y escases de efectivo.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

En este apartado se describen trabajos relacionados con la variable que guarda relación con el presente estudio, además se presentarán los postulados teóricos que fundamentarán las bases de la investigación.

#### **Antecedentes de la Investigación**

##### **Antecedentes Internacionales**

A continuación, se describe el trabajo de López (2021) de la Universidad Nacional de Loja, denominado “Propuesta de un Manual de Calidad ISO 9001: 2015 para la empresa LojaSoft Solutions, de la ciudad de Loja” para aspirar al título de Ingeniera en administración de empresas. Entre sus objetivos se destaca, el general consiste en: proponer un Manual de Calidad basado en la norma ISO 9001:2015 para la empresa Loja Soft Solutions de la ciudad de Loja. Entre los específicos, busca realizar una evaluación del estado actual de la Imprenta Continental Rueda de acuerdo a la Norma ISO 9001:2015. Establecer el contexto en la cual la Imprenta Continental Rueda realiza su actividad económica y finalmente, diseñar un manual de calidad según los requisitos de la Norma ISO 9001:2015.

La empresa Loja Soft Solutions requiere de la elaboración del diseño de un manual de calidad, así como la estructuración de la documentación que implique formalizar su trabajo bajo los estándares de buenas prácticas, así como la aplicación de los requisitos de la norma ISO 9001:2015 que harán visibles aspectos de la valoración del desempeño, mejora continua y resultados mediante el apoyo en la toma de decisiones de la alta dirección y de grupos de interés desde la endógeno y exógeno de la empresa. En el transcurso de la investigación, se emplearon los

enfoques inductivo y deductivo para examinar los componentes de la normativa ISO 9001:2015. Se llevaron a cabo dos tipos de encuestas, una dirigida al personal de la empresa, abarcando tanto al personal administrativo como al operativo, y otra dirigida a los clientes de la empresa.

Conforme a los resultados se constató que Loja Soft Solutions no cuenta con un manual de funciones, no lleva correcta gestión documental y tampoco existe una política ni objetivos de calidad. En resumen, se puede concluir que, al contar con los elementos necesarios para la creación del manual de calidad, la empresa LojaSoft Solutions busca implementar las normas ISO 9001:2015 en sus procesos administrativos. Este manual se convierte en una guía que agrega valor al desempeño de las actividades de la empresa, con el objetivo de lograr mejoras en sus prácticas administrativas, centrándose en la satisfacción del cliente y la búsqueda de la mejora continua.

El proyecto en cuestión está estrechamente vinculado a la investigación en curso debido a su semejanza con la variable que se está estudiando. Consiste en la creación de un manual de calidad que tiene como objetivo principal lograr la satisfacción del cliente, mejorar la eficiencia de las acciones realizadas y aumentar la cantidad de clientes. Además, como contribución, u aporte se puede generar un valor agregado al rendimiento de las actividades de la empresa INNGRAFIC, C.A. Al enfocarse en la satisfacción del cliente y perseguir la mejora continua, esta aportación puede servir como un estímulo para la alta dirección y los grupos de interés, tanto internos como externos. Además, se brinda apoyo en la toma de decisiones estratégicas y en la evaluación del desempeño de la empresa.

Seguidamente se presenta el trabajo de García y Huamán (2021) de la universidad Privada del Norte Lima – Perú denominado, “Implementación de un sistema de gestión de calidad, basado en la norma ISO 9001:2015, para mejorar el control de los procesos en una empresa de ensayos no destructivos en el año 2019”, presenta como objetivo principal implementar un Sistema de Gestión

de Calidad basado en la norma ISO 9001:2015, para mejorar el control de los procesos de una empresa de Ensayos No Destructivos en el año 2019. Además, se establecen objetivos específicos que incluyen: 1. Elaborar el diagnóstico de la situación actual de la gestión de calidad.

2. Diseñar la implementación del SGC según la norma ISO 9001:2015.

3. Implementar el SGC según la norma ISO 9001:2015.

4. Realizar la auditoría interna y levantar observaciones.

5. Certificarse en la aplicación de la Norma ISO 9001:2015

No obstante, se llevó a cabo la implementación del Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) mediante la creación de un cronograma que incluía las diferentes fases del proceso. En cada fase se identificaron y planificaron las actividades correspondientes. Se establecieron programas anuales de capacitación y mantenimiento, se implementaron indicadores para medir el rendimiento del área, y se comunicó la política, el alcance y los objetivos del SGC. Además, se llevó a cabo una reorganización de las áreas y roles para mejorar la estructura organizacional. Se elaboró un manual del Sistema de Gestión de la Calidad, una auditoría interna y posteriormente se llevó a cabo una auditoría de certificación, la cual fue exitosa y permitió a la empresa obtener la certificación internacional.

Cabe destacar que la implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad y su certificación según la norma ISO 9001 otorga a la empresa un reconocimiento a nivel mundial, lo que le proporciona una ventaja competitiva frente a sus competidores y clientes. Como resultado de estos esfuerzos, la empresa experimentó un aumento del 7% en sus utilidades en comparación con el período anterior. Se concluye que este porcentaje de variación puede parecer insignificante, es importante tener en cuenta que la empresa END, al igual que muchas otras en el Perú, no pudo anticipar la amenaza sanitaria que afectó al mundo. En este contexto, contar con la certificación

garantizó que la empresa pudiera seguir brindando sus servicios a pesar de los acontecimientos y lograr un incremento en sus ganancias.

El referido trabajo coincide con la variable de la investigación en curso, ya que ambas posturas corroboran que la gestión de calidad es fundamental para cubrir las necesidades del usuario, el avance de toda empresa de servicio, se determina por la calidad que ofrece. Como contribución u aporte del presente estudio, se destaca la adopción de un sistema de calidad bajo la certificación de ISO 9001. Esta implementación se considera una ventaja competitiva frente a competidores y clientes, así como un reconocimiento global. Se enfoca en la satisfacción del cliente y en adaptarse a los cambios del entorno con el fin de mantener el liderazgo en el sector y proporcionar servicios de calidad excepcional.

En este mismo orden de ideas, se detalla el trabajo de Ramos (2019) de la Universidad de Santander Facultad de Ingeniería Programa de Ingeniería industrial Valledupar, titulado “Diseño de un sistema de gestión de la calidad bajo el estándar internacional ISO 9001:2015, para la empresa Clever Ship Supply S.A.S., en la ciudad de Barranquilla”. Para optar al título de Ingeniero Industrial. Su objetivo general fue diseñar el sistema de gestión de la calidad conforme a la norma internacional ISO 9001 versión 2015 en la empresa Clever Ship Supply S.A.S., de la ciudad de Barranquilla. Siendo los objetivos específicos: Realizar un diagnóstico de la empresa a través de instrumentos cuantitativos con base en los requisitos de la norma de gestión de calidad 9001:2015 y un DOFA para determinar las condiciones internas y externas que afectan el diseño del SGC. Crear el manual de calidad planificando los procesos de la empresa respecto a la revisión de la norma ISO 9001:2015 para el diseño del SGC, y validar la planeación estratégica actual de acuerdo con el estándar internacional ISO 9001:2015.

En este proyecto de investigación, se establecen criterios y enfoques centrados en la gestión de la calidad con el objetivo de mejorar la eficiencia y la eficacia de los procesos organizacionales, y garantizar su mejora continua. La empresa Clever Ship Supply S.A.S. llevó a cabo una investigación descriptiva que abarcó desde la definición del tipo de estudio hasta el diseño del Sistema de Gestión de la Calidad (SGC). También se realizó una encuesta estructurada para analizar los requisitos establecidos en la norma ISO 9001:2015 y recopilar información relevante.

La investigación es de tipo cuantitativo, lo que implica el uso de mediciones estadísticas para determinar el grado de cumplimiento de los requisitos establecidos por la normativa legal vigente. Estas mediciones proporcionan resultados concretos y objetivos.

Además, se indica que la investigación es descriptiva, lo que significa que su objetivo principal busca describir la realidad de las situaciones que enfrenta la organización. En este caso, se busca definir cada capítulo o pilar que forma parte de los lineamientos de un sistema de gestión de calidad según el estándar internacional ISO 9001:2015. Esto implica analizar detalladamente cada aspecto del sistema de gestión y su aplicación en la organización. En cuanto a la metodología utilizada para cumplir los objetivos planteados, se menciona el uso de métodos investigativos y de recolección de datos de tipo descriptivo. Además, se hace referencia específica a la realización de entrevistas basadas en los requisitos establecidos por la norma NTC ISO 9001:2015. Estas entrevistas permiten recopilar información relevante y específica sobre el sistema de gestión de calidad. En resumen, el análisis del texto resalta la naturaleza cuantitativa de la investigación, así como su enfoque descriptivo y el uso de métodos de recolección de datos para evaluar el cumplimiento de los requisitos establecidos por la normativa ISO 9001:2015.

El resultado final de este trabajo fue un diagnóstico sólido tomando en cuenta los factores internos y externos de la empresa. Este diagnóstico se presenta en forma de tablas, gráficos,

matrices, caracterizaciones y flujogramas, lo que permite mejorar el proceso de investigación en la gestión de proyectos. Desde este punto de vista, la empresa debe esforzarse constantemente por mejorar la idoneidad, pertinencia y efectividad de su sistema de gestión de la calidad. Esto implica evaluar de manera regular si existen necesidades u oportunidades para mejorar de manera continua, especialmente ante un entorno que está en constante cambio. El trabajo en cuestión está relacionado con la variable de investigación actual, y ambas perspectivas respaldan la idea de que la gestión de calidad es esencial para el progreso de cualquier empresa de servicios. Un valioso aporte al manual se centra en obtener una comprensión completa de la situación actual, destacando tanto los puntos fuertes como las áreas de mejora en la prestación del servicio. Además, se resalta la importancia de realizar evaluaciones periódicas para identificar necesidades y oportunidades de mejora, lo cual permite un crecimiento continuo. Al hacerlo, se asegura que el servicio se ajuste y evolucione de acuerdo con los cambios en el entorno y las expectativas de los usuarios.

### **Antecedentes Nacionales**

El presente trabajo corresponde a Vargas (2019) de la Universidad Católica Andrés Bello, denominado “Sistema de gestión de la calidad basado en ISO 9001:2015 aplicable al proceso de mantenimiento aeronáutico en aerolíneas venezolanas”. Para optar al título de Magíster en Sistema de la Calidad. Teniendo como objetivo general proponer un Sistema de Gestión de la Calidad que aplique al proceso de mantenimiento de aeronaves en la industria aeronáutica venezolana que operan bajo el marco de la Regulación Aeronáutica Venezolana R.A.V. Siendo sus objetivos específicos: Identificar la situación actual en el Proceso de Mantenimiento Aeronáutico en Aerolíneas Venezolanas explotadoras del servicio público de transporte aéreo enmarcadas bajo la Regulación Aeronáutica Venezolana R.A.V. 121. Evaluar los Sistemas de Gestión la Calidad,

Especificar un Sistema requerido para mejorar la Gestión de la Calidad y Estructurar un Sistema de la Calidad basado en la norma ISO 9001:2015 aplicable al proceso de mantenimiento en Aerolíneas Venezolanas explotadoras del servicio público de transporte aéreo.

El objeto de estudio es adecuarse a los requisitos de la regulación y normativas internacionales, con el fin de asegurar las características y tareas necesarias para el Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) de las líneas áreas en cada uno de los procesos y subprocesos relacionados con las tareas de mantenimiento aeronáutico. Se plantea una investigación de campo de tipo cualitativa y descriptiva, donde se revisarán diferentes Sistemas de Gestión de Calidad utilizando como instrumento de recolección de datos la encuesta. Esto permitirá identificar posibles falencias en los procesos actuales.

La propuesta implica analizar los Sistemas de Gestión de Calidad implementados en las aerolíneas venezolanas en el proceso de mantenimiento de aeronaves, con el objetivo de mitigar fallas o deficiencias en las políticas y procedimientos existentes. Asimismo, adopta un enfoque mixto que combina aspectos cualitativos y cuantitativos, aprovechando las características de ambos enfoques. Se utiliza un diseño de campo para recopilar datos de diferentes sistemas implementados en empresas de la industria aeronáutica venezolana. Se aplica un método inductivo para obtener conclusiones de los casos de estudio, basándose en el marco teórico presentado.

La metodología se describe detalladamente, explicando cómo se recolectó y procesó la información para el estudio. Además, se hace referencia al conocimiento empírico respaldado por el conocimiento previo del personal involucrado en los Sistemas de Gestión de Calidad. Además, se destaca que al emplear la norma ISO 9001:2015 "Sistemas de la Calidad" en el proceso de mantenimiento de las aerolíneas surge un aumento significativo en los elementos relacionados con el Sistema de Gestión de la Calidad. Esto se debe a la mejora y al fortalecimiento de las

características de control y protección de la información que son fundamentales para la mejora continua del SGC.

En relación al trabajo mencionado, es importante señalar que se alinea con la variable de investigación actual, que es el "manual de calidad de servicio". Su objetivo principal es satisfacer las expectativas del cliente a través de la calidad del servicio proporcionado por la organización. La metodología utilizada en estas acciones es relevante para el estudio y su contribución en el marco teórico es significativa. Un aporte fundamental radica en reconocer la relevancia del conocimiento empírico respaldado por la experiencia previa del personal involucrado en los Sistemas de Gestión de Calidad. Este conocimiento aporta una visión práctica y una experiencia real en la implementación y mejora de dichos sistemas. Además, se resalta que el uso de la norma ISO 9001:2015 proporciona un marco sólido y ampliamente reconocido a nivel internacional para asegurar la calidad y fomentar la mejora continua en las operaciones de mantenimiento.

En consecuencia, se describe el trabajo de Machado (2019) de la Universidad Católica Andrés Bello, llamado "Formulación de un sistema de gestión de la calidad en empresas de servicios que ofrecen asistencia vial basado en la norma ISO 9001 2015". Para optar al título de Magíster en Sistemas de la Calidad. Siendo su objetivo general, formular un Sistema de Gestión de la Calidad en empresas de servicios que ofrecen asistencia vial basada en la Norma ISO 9001:2015. Entre sus objetivos específicos, busca: Describir la situación actual de los procesos que se llevan a cabo en las empresas de servicios que ofrecen asistencia vial en Venezuela.

-Analizar la situación actual de los procesos que llevan a cabo las empresas de servicios que ofrecen asistencia vial en Venezuela, con respecto a los requerimientos establecidos en la Norma ISO 9001-2015.

- Diseñar los procesos de las empresas de servicios que ofrecen asistencia vial en Venezuela, de acuerdo al enfoque basado en procesos, para los sistemas de gestión.
- Estructurar un plan de acción para la implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad según la norma ISO 9001:2015 para las empresas de servicios que ofrecen asistencia vial.
- Especificar los recursos necesarios para realizar la documentación y posterior implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad basado en la norma ISO- 9001:2015 en empresas de servicios de asistencia vial.
- Describir los beneficios diferenciadores que le pueden aportar el sistema de gestión de la calidad a las empresas de servicios prestadoras de asistencia vial.

La venta de servicios se fundamenta en la creación de una buena impresión y en referencias que generen confianza en el comprador. Sin embargo, este requisito puede convertirse en una barrera para comercializar el servicio. La intangibilidad de los servicios también dificulta medir su valor. Por lo tanto, las empresas que deseen mantener su competitividad deben asegurar su capacidad para cumplir con las necesidades de sus clientes mediante un sistema de especificaciones que garantice que el servicio satisface sus expectativas.

La propuesta presentada, se basa en la implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad, que asegure, al menos en gran medida, que las características del servicio cumplan con los requisitos del cliente y satisfagan sus necesidades. Esto garantiza el porcentaje de ventas necesario para la sostenibilidad de la empresa. El estudio se enmarca en una investigación no experimental, utilizando métodos documentales y de campo descriptivos. La población de estudio está compuesta por las empresas que prestan servicios de asistencia vial en la ciudad de Caracas, y la muestra se selecciona de manera dirigida o intencional no probabilística.

La metodología de investigación se basa en un enfoque descriptivo de campo, ya que se orienta hacia la recolección, análisis e interpretación de datos de manera funcional y operacional. Esto permitió observar claramente la realidad objeto de estudio en su entorno cotidiano y presentar los resultados de la investigación de acuerdo con los objetivos establecidos. Los resultados del estudio representan un impacto positivo para el sector, ya que, en este contexto económico desafiante, la competitividad se convierte en parte de las estrategias personales y organizacionales para enfrentar los diversos escenarios económicos y de negocios en el país.

En resumen, se determina que la propuesta brinda a las organizaciones la capacidad de fortalecer sus líneas de negocio al mejorar cada una de las etapas involucradas en un sistema de gestión. Además, beneficia a la cartera de clientes de servicios de asistencia vial, ya que a medida que las organizaciones adopten un sistema de gestión de calidad para sus servicios, se generará un impacto positivo en las expectativas y satisfacción de sus clientes.

El estudio realizado por Rivas contribuye al presente trabajo al presentar un modelo que está en consonancia con la importancia de la calidad de un sistema a través de un manual de calidad. Ambos estudios comparten el objetivo de fortalecer la base de clientes mediante la prestación de un servicio excelente, lo que les brindará una posición competitiva tanto a nivel local como global. Como contribución, u aporte se destaca que, al implementar un sistema de gestión de calidad eficiente, las empresas pueden mejorar sus procesos, lograr una mayor eficiencia en sus operaciones y ofrecer servicios de mayor calidad. Esto les otorga una ventaja competitiva en el mercado y les permite destacarse entre sus competidores. Asimismo, esta implementación puede tener un impacto positivo en la satisfacción del cliente, lo que a su vez puede resultar en una mayor fidelidad y retención de clientes. Brindar un servicio de alta calidad se convierte en un factor distintivo y contribuye al crecimiento del negocio.

A continuación, se describe el siguiente artículo científico de Urdaneta y Martínez (2019) de la Universidad Centroccidental “Lisandro Alvarado” Barquisimeto, denominado, “La norma ISO 9001:2015 y la mejora de procesos en el programa ingeniería de producción de la Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado (Venezuela)”. Su objetivo general, consiste en establecer Sistemas de Gestión de la Calidad teniendo presente la normativa internacional ISO 9001:2015.

La calidad actualmente se ha convertido en una fuente de valor para todas las empresas que cuentan con certificaciones que respaldan los atributos de sus productos y la correcta ejecución de sus actividades. La metodología empleada se basa en el tipo de investigación descriptiva con un diseño de campo para evaluar los procesos de Pasantías, Trabajo Especial de Grado y Servicio Comunitario del Programa de Ingeniería de Producción de la Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado, utilizando como referencia los requisitos de la Norma ISO 9001:2015. A partir de los resultados obtenidos, se identificaron elementos de la Norma ISO 9001:2015 aplicables a los procesos mencionados, estableciendo así una base para sustentar un Sistema de Gestión de Calidad (SGC) orientado a dichos procesos. Como contribución a este estudio, se proporciona una guía para permitir que los procesos antes mencionados del Programa de Ingeniería de Producción de la UCLA implementen un sistema de gestión de calidad basado en el estándar ISO 9001:2015.

En general, se concluyó que los procesos analizados tenían aspectos de no conformidad relacionados con recursos, personas y capacitación, así como evaluación de desempeño y mejora continua. Por lo tanto, estos procesos brindan oportunidades de mejora en base a los criterios definidos en la norma mencionada. El trabajo realizado para este estudio guarda una estrecha relación con la variable del "Manual de calidad bajo los requisitos de la norma ISO 9001:2015". El enfoque metodológico adoptado busca lograr una gestión orientada a la excelencia. En resumen,

ambas perspectivas buscan cumplir con los estándares de calidad con el objetivo de ofrecer un servicio excelente a los usuarios.

Un valioso aporte al manual de calidad de servicio radica en resaltar la necesidad de examinar minuciosamente los procesos para detectar aspectos que no se ajusten a los estándares en relación con recursos, personal, capacitación, evaluación del desempeño y búsqueda constante de mejoras. Asimismo, se enfatiza la importancia de que la organización implemente las mejores prácticas en términos de calidad y se esfuerce por alcanzar los niveles de excelencia establecidos en la norma.

### **Bases Teóricas**

En términos generales, cualquier proceso de investigación se basa en un conjunto de contribuciones y proposiciones que representan un punto de vista particular y que explican el fenómeno o problema que se plantea. A continuación, se detallan los fundamentos teóricos que respaldan las variables que son objeto de estudio, así como las citas de autores relevantes, abordando el desarrollo de cada uno de los aspectos relacionados. Esto proporciona los fundamentos necesarios para abordar los objetivos planteados y ofrecer respuestas adecuadas.

La teoría de la Jerarquía de necesidades de Maslow (1943) sostiene que a medida que se satisfacen las necesidades más fundamentales (en la parte inferior de la pirámide), surgen necesidades y deseos de un nivel más alto (en la parte superior de la pirámide). Por otra parte, las necesidades humanas se encuentran organizadas en diferentes niveles jerárquicos, de manera que una vez que se satisfacen las necesidades del nivel más básico, se pasa al siguiente nivel, y así sucesivamente. En pocas palabras, es necesario satisfacer las necesidades del primer nivel antes de abordar las del segundo nivel. Sin embargo, en la actualidad, solo una parte de la población

mundial puede cubrir sus necesidades básicas (primer nivel), mientras que otra parte se dedica a satisfacer necesidades sociales (tercer nivel). Paradójicamente, las fuerzas productivas se concentran en la población que tiene capacidad para atender las necesidades sociales, ya que poseen un mayor poder adquisitivo y, por lo tanto, pueden generar beneficios para las empresas. Las necesidades sociales presentan dos características fundamentales: pueden ser satisfechas por diferentes productos y servicios, y son compartidas por múltiples individuos.

Sobre la base de las consideraciones anteriores, es notorio que las necesidades de las que parte el ser humano, reflejadas por Maslow en su teoría, son elementos claves que se conjugan en el curso de la investigación presente, es decir, la compañía Inn-grafic, C.A., presta un servicio donde se benefician los usuarios, que parten de una necesidad que básicamente es cubierta y satisfactoria; por tanto, conforman la base del cual se sustenta este proyecto.

Teoría de la Comunicación, modelo de Hovland (1953) el autor asevera que su modelo busca cambiar la actitud de las personas en el proceso de comunicación. Plantea que debe haber una selección de audiencias. El propone (6) fases para la eficacia del proceso comunicativo, la respuesta, la exposición de un modelo, suscitar atención, ser comprendido, ser aceptado y ser retenido. El modelo nace con el fin de organizar los elementos y variables del cambio de actitud producido por la comunicación social.

Como puede observarse, esta teoría relacionada con la interacción verbal, se considera de vital importancia porque es un elemento eficaz para el avance dentro de cualquier organización, obviamente, la compañía Inn-grafic C.A., parte del buen trato al cliente donde predomina siempre el interés del usuario a través de la excelente comunicación, una herramienta presente en cualesquiera de sus departamentos, y para la investigación en curso conforma la base para su consolidación.

### **Manual de calidad de servicio**

Este documento desarrolla la política de calidad de la empresa, y proporciona una descripción detallada del sistema de calidad de la organización, partiendo de que es un documento de trabajo de circulación controlada, es un resumen que incluye políticas, visión, misión, organigrama, funciones relacionadas con la calidad y nivel de responsabilidades competentes de una empresa. Además, describe los procedimientos e instrucciones de trabajo de manera detallada. (López, 2006, p. 21). Considerando lo anterior, vale decir que un manual para cualquier organización va a representar un nivel de mayor exigencia. Es por ello, que el objetivo de la investigación en curso es alcanzar el éxito mediante la implementación y mantenimiento de un sistema de gestión creado con el objetivo de impulsar constantemente el desempeño, considerando los requerimientos de todas las partes implicadas en el proceso.

### **Procesos en la gestión de calidad**

Para interpretar los procesos de una organización, se parte de un principio clave que respalda la norma ISO 9001 en un enfoque basado en procesos de gestión de calidad. Por lo tanto, antes de iniciar con la certificación, es fundamental identificar los distintos procesos que ocurren dentro de la empresa. (Ruiz y López, 2004, p.42) En versión de los autores (ob. cit) se llama proceso a un conjunto de actividades que están interrelacionadas o que interactúan entre sí y que transforman insumos en productos. Ese conjunto de actividades requiere de la asignación tanto de talento humano como de recurso material.

Referente a lo antes mencionado, existe una de las clasificaciones de procesos más utilizadas, destacando entre ellas, los procesos básicos de soporte que agregan valor y permiten la

creación de productos que satisfacen las necesidades del cliente. Los Procesos de Gestión: se refieren a los procesos de planificación y asignación de recursos necesarios para llevar a cabo los procesos fundamentales y de apoyo, así como el monitoreo y la medición del desempeño general del sistema de gestión de calidad y la satisfacción del cliente. Y, por último, los Procesos Externalizados: se trata de los procesos requeridos para el sistema de gestión de calidad de una organización, pero que son realizados por una entidad externa. (Hammer y Champy, 1993, p.48)

### **Referente a los Procesos Básicos y de Soporte:**

Según lo mencionado por Carrasco (2001), en esta categoría de procesos se pueden distinguir los siguientes:

Proceso de Venta: La venta implica realizar una serie de actividades secuenciales, desde la recepción del pedido del cliente hasta la entrega del producto o servicio solicitado.

Proceso de Investigación y Desarrollo (I+D): Este proceso se enfoca en el diseño y desarrollo de nuevos productos o servicios, basándose en los requisitos de los clientes o en investigaciones de mercado.

Proceso de Suministro de Productos y Servicios: Este proceso es esencial para generar valor para los clientes, ya que se encarga de la producción de bienes o servicios que satisfacen sus necesidades.

Proceso de Aprovisionamiento: Este proceso se lleva a cabo para obtener y reunir todos los recursos necesarios para ejecutar los diversos procesos de suministro de productos y servicios.

Proceso de Almacenamiento: Este proceso consiste en el almacenamiento de productos terminados y materias primas necesarias para la producción. (p.84)

### **En cuanto al Procesos de Gestión**

Son todas aquellas acciones o tareas de forma orientada que permitan concebir el valor añadido de una entrada para obtener un resultado, clasificado en 7 procesos relevantes. (Martínez y Cegarra, 2014, p.48)

Responsabilidad de la Gestión: está relacionada al proceso mediante el cual se establecen las responsabilidades, políticas y estrategias de la organización. Gestión de Recursos: Se trata del proceso en el cual los responsables de alto nivel proporcionan recursos financieros y otros recursos, como el talento humano, para garantizar la ejecución de otros procesos.

Medición, Análisis y Mejora: Estos procesos son llevados a cabo por los responsables de Gestión o Administración de la organización, con el objetivo de validar los requisitos de los productos, analizar los procesos internos, evaluar el sistema de gestión de calidad y asegurar la mejora continua. Por último, se encuentran los Procesos Externalizados, que incluyen el Marketing e Investigación de Mercados para identificar las necesidades de los clientes y ofrecer soluciones, el Transporte para la entrega de productos a los clientes, la Contabilidad para el registro de las transacciones financieras de la organización, y el Mantenimiento de equipos para garantizar su buen funcionamiento y evitar interrupciones en la producción.

En relación a lo anteriormente planteado, vale destacar que la puesta en marcha de estos procesos concibe una mejora continua desde la selección, la identificación, la descripción, así como la documentación bajo los principios de calidad permitiendo a la organización resultados con mayor eficiencia.

## Principios de un manual de calidad de servicio

A la luz de estos hechos, León (2004) considera respecto a los principios de un manual de calidad que:

En cualquiera de los dos casos, la documentación que represente el procedimiento o proceso a implementar debe ajustarse a los principios de exhaustividad, secuencia y rigor de uso: consistencia y trazabilidad. **Integridad:** todas las actividades y la documentación deben reflejar las actividades necesarias para garantizar la integridad del producto. **Secuencia:** estos documentos se desarrollarán en una secuencia lógica predeterminada y se asignarán al momento de la actividad, los peligros y los controles que pueden ocurrir durante la actividad. **Severidad de Usos:** La maquinaria, las herramientas, las personas y los equipos deben ser adecuados para la función prevista. **Conformidad:** Un sistema de gestión de calidad implementado y la documentación que refleja este sistema deben cumplir con los requisitos de calidad del producto final para el cual está diseñado. **Trazabilidad:** Debe existir un sistema de registro que garantice la trazabilidad de los productos, procesos y errores en los mismos. Cabe señalar que el éxito de una empresa se logra implementando y manteniendo un sistema o manual de calidad orientado a la mejora continua. (p.87)

## Usos y beneficios del manual de calidad de servicio

Desde esta perspectiva, los autores Torres y Lavayen (2017) afirman que:

Tanto el sector público como el privado utilizan manuales de calidad para aumentar la confianza en los productos y servicios de una empresa.

Generalmente, cualquier empresa de ingeniería o fabricación dispone de este documento para declarar sus estándares de calidad y tratar todos los aspectos relacionados (proceso de fabricación, diseño, propiedades físicas y químicas del producto, servicio postventa, etc.). (p.74)

Según los autores, el uso de certificaciones y auditorías se aplica en diversas situaciones: en procesos de licitación y contratación, como un requisito para participar y demostrar el fin cumplimiento de los requisitos legales aplicables. Al seleccionar proveedores dentro de la cadena de suministro, como un criterio para evaluar y elegirlos. En relaciones comerciales, como una forma de atraer nuevos socios y demostrar la calidad de los productos y servicios ofrecidos. Para empresas que realizan auditorías y certificaciones de sistemas de gestión, como parte de sus servicios y para garantizar la conformidad con los estándares establecidos. Asimismo, estas certificaciones también se presentan a clientes, proveedores y otras partes interesadas como un ejercicio de transparencia para comunicar los objetivos y logros en términos de calidad de los productos y servicios. Además, contribuyen a mejorar la imagen de la empresa.

### **Servicio al Cliente**

Cuando se trata del servicio al cliente, se hace referencia a la intención de brindar apoyo a los productos, ya sean físicos o virtuales, que una empresa ofrece. Por lo general, se espera que este servicio sea proporcionado de forma gratuita.

Es por ello que, en un entorno de mercado altamente competitivo, la satisfacción del cliente es un factor crucial para determinar la calidad del servicio. Por lo tanto, las organizaciones deben seleccionar estrategias y ofrecer servicios que superen las expectativas de sus clientes, que vayan más allá de lo que estos esperan, como se menciona en el estudio de (Tan y Pawitra, 2001, p.11).

Aunado a lo anterior, el objetivo es lograr una ventaja competitiva y destacarse ante los usuarios y en el mercado, al tiempo que se busca garantizar la satisfacción del cliente a través de un sólido respaldo en el servicio.

### **Características del servicio al cliente**

Conforme a la postura de Serna (2006) define que:

El servicio al cliente se refiere al conjunto de tácticas y enfoques que una empresa implementa con el objetivo de superar a sus competidores al satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes externos. Este servicio de atención al cliente desempeña un papel fundamental en el crecimiento y éxito de una empresa, y es importante tener en cuenta ciertas características clave, como:

1. Es Impalpable, no se puede percibir con los sentidos.
2. Es transitorio, se produce y consume instantáneamente.
3. Es Ininterrumpido, quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio.
4. Es Integral, todos los colaboradores forman parte de ella.
5. La Oferta del servicio, prometer y cumplir.
6. El Foco del servicio, satisfacción plena del cliente.
7. El Valor agregado, plus al producto. (p. 19)

Cabe resaltar la importancia del servicio al cliente como una estrategia es fundamental para el éxito y desarrollo de una empresa. Cuyo objetivo es superar a la competencia al satisfacer de manera óptima las necesidades y expectativas de los clientes externos. Además, se enfatiza que el servicio al cliente debe considerar ciertas características clave para garantizar su efectividad.

## **Cultura de Servicio**

Es relevante destacar que en cualquier organización existen elementos internos que contribuyen a la formación de una cultura específica. En este mismo orden de ideas, la cultura de servicio surge como resultado de los esfuerzos de las empresas por orientar todos sus elementos internos hacia la atención al cliente. En consecuencia, cuando una empresa decide establecer una cultura de servicio, debe alinear sus valores y normas para asegurar el cumplimiento de este principio en todas las áreas de la organización.

Con respecto, Restrepo et al. (2006), mencionan que cuando se trata de cultura de servicio, elementos tales como: comunicación asertiva, respeto por las personas y las diferencias, transparencia de comportamiento, es decir, un ambiente de trabajo saludable, se deben reflejar tanto dentro como fuera de la empresa. Cabe destacar que, algunas empresas poseen una estructura de servicio, pero no una cultura de servicio porque se mantienen en la superficie del buen cuidado y no van más allá de la experiencia y alegría del servicio. (García 2016).

No obstante, se entiende que cuando una empresa asume una cultura, el buen servicio se convierte en un estilo natural, estableciéndose una manera de existir y funcionar de la empresa.

## **Empresas de Servicio**

Se refiere a actividades económicas que generan valor y ofrecen ventajas a los clientes en momentos y lugares determinados. Estas actividades tienen como resultado la producción de un cambio deseado en el receptor del servicio, beneficiándolo de alguna manera. Aunado a las reflexiones anteriores, es evidente que las actividades económicas generan valor y beneficios a los clientes en momentos y ubicaciones particulares, al lograr producir una transformación deseada en el receptor del servicio. (Lovelock, 2011, s/p)

Tomando en consideración las ideas previas expuestas, se puede afirmar que las empresas de servicios juegan un papel esencial al ofrecer actividades dirigidas a cumplir con las necesidades de los usuarios. Estas empresas se enfocan en sectores específicos de la economía, brindando así una experiencia mejorada para el cliente final y los servicios que ofrecen son intangibles y pueden pertenecer tanto al ámbito público como al privado.

### **Tipos de Empresas de servicio**

Las empresas con actividades uniformes son aquellas que ofrecen servicios regulares y continuos en sectores específicos. Estos servicios se brindan de forma periódica y constante. Algunos ejemplos de estas empresas incluyen las compañías de telecomunicaciones, proveedores de servicios eléctricos y de agua, entidades bancarias, gestores y diseñadores. (Cuadrado y González, 1987, p.47)

De acuerdo con los autores mencionados anteriormente, las empresas de servicios con actividades puntuales están dirigidas a clientes que requieren servicios esporádicos para realizar una tarea específica. Un ejemplo destacado de este tipo de empresas sería una agencia de eventos y celebraciones. Aunque estos servicios se buscan por su calidad, no son de uso frecuente en la vida cotidiana.

Empresas combinadas de bienes y servicios: es importante comprender que este tipo de organizaciones busca:

Estas empresas se distinguen por comercializar o proporcionar productos tangibles, además de ofrecer servicios de mantenimiento para dichos productos. Algunos ejemplos de este tipo de empresas son: restaurantes que venden comida y brindan atención al cliente, distribuidores de equipos informáticos que venden productos y

ofrecen servicios de mantenimiento, servicios de hospedaje que alquilan propiedades para la comodidad y descanso de los clientes, y empresas de publicidad que crean pancartas, folletos y otros materiales, pudiendo también encargarse de su instalación y distribución. (Cuadrado y González, 1987, p.50)

### **Calidad:**

Una organización orientada a la calidad fomenta una cultura que conduce a comportamientos, actitudes y procesos que crean valor al satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes y otras partes interesadas. Aunado, a esto la calidad se refiere al conjunto de atributos y cualidades de un producto o servicio que le otorgan la capacidad de satisfacer necesidades explícitas o implícitas. Con el tiempo, la normativa ha ido progresando para desarrollar el concepto de Gestión de un Sistema de Calidad” (Senlle, & Stoll, 2000, p.191).

Según los autores mencionados, la calidad de los productos y servicios de una organización se define por su capacidad para cumplir con las expectativas de los clientes, así como por el impacto previsto y no previsto que genera en las partes interesadas relevantes. La calidad de los productos y servicios no solo se limita a su función y rendimiento previstos, sino que también abarca su valor percibido y los beneficios que brindan al cliente.

### **El Servicio**

No obstante, para entender a fondo lo que implica un Manual de Servicio al Cliente y llevar a cabo tal proceso dentro de una empresa, es primordial conocer la definición de algunos aspectos generales, entre ellos: el servicio comprendido como aquella actividad o conjunto de actividades que satisfacen los requerimientos de los consumidores o clientes respecto a uno o varios productos.

Aunado a estas reflexiones, la prosperidad de una organización se ve influida por la calidad sobresaliente de su servicio, donde se consideran tres elementos fundamentales para su mejora continua: las estrategias, los empleados y los sistemas enfocados en la satisfacción del usuario (Albrecht, 2006, p.55). En primer lugar, el autor destaca que la estrategia de servicio implica la necesidad de implementar medidas que permitan alinear todos los niveles de la organización para dirigir los procesos hacia la satisfacción de las demandas y requisitos de los clientes. También como segunda prioridad se resalta el papel de los empleados como enlace con el público, enfatizando la importancia de sensibilizarlos y comprometerlos en la atención al cliente y su satisfacción. Por último, se menciona que los sistemas amigables para el cliente deben ser diseñados teniendo en cuenta sus intereses, gustos y preferencias, priorizando su satisfacción por encima de los intereses de la organización.

Obviamente, la satisfacción que se proyecte mediante el servicio, deriva que la organización conserve al cliente y con ello comprender la importancia esencial de esa práctica. Vale decir que, para la investigación en curso la definición de servicio se toma como aquella actividad proporcionada por el oferente que pretende satisfacer las necesidades de los demandantes con calidad.

### **Calidad del servicio sustantivo**

Dado el interés creciente de las empresas por la Calidad de servicio sustantivo, está claro que es necesaria una breve descripción del desarrollo de los métodos de gestión de la calidad, en relación con los cambios constantes que ocurren en este mercado competitivo. En el mismo orden de ideas, se destaca que las estrategias de calidad se han convertido en herramientas fundamentales

para orientar la optimización de los recursos disponibles y garantizar el mantenimiento y mejora de las actividades empresariales. (Martínez y Ramos, 2001, p.75)

Con el objetivo de abordar este tema, es importante distinguir entre el concepto de calidad y el concepto de satisfacción del consumidor, debido a que existe una relación entre ambos conceptos. A pesar de sus evoluciones diferentes, los autores citados destacan los siguientes aspectos:

### **La Auditoría**

Se trata de un procedimiento sistemático, imparcial y registrado cuyo propósito es obtener pruebas y evaluarlas con el fin de verificar si cumplen con los criterios conformados. Por otro lado, **la mejora continua** es un elemento fundamental que posibilita el progreso y la perfección del Sistema de Gestión de Calidad (SGC) en línea con la política de calidad de la empresa. El SGC actúa como un sistema guía y de supervisión para la empresa en lo que concierne a la calidad. En este contexto, la excelencia del servicio implica un proceso de atención al cliente que fomente el talento humano y promueva una cultura de servicio, lo cual resulta esencial para el desarrollo y la competitividad de la empresa. (Piattini, 2011, p.63).

Para alcanzar esta meta, deben mejorarse los procesos y, sobre todo, dirigir a la empresa bajo este enfoque. Asimismo, se destaca la **Estructuras de calidad**: En virtud de Csaszar (2012), “la estructura de calidad en la organización de cada empresa es única por la cultura, el mercado en el que compite y la visión de su directiva” (p.44). Sin embargo, a partir de prácticas de prestación de servicios se pueden rastrear elementos estructurales y encontrar puntos de convergencia que permitan caracterizar modelos de servicios. Del mismo modo, la **Métrica**: Para Piattini (2011) “Las métricas pueden ser utilizadas para soportar la evaluación del servicio en distintas fases del ciclo de vida; y será clasificada de acuerdo con la fase en la que aplica, siendo posible más de una

fase.”, (p.78). Considera el autor que las métricas deben validarse teóricamente para dilucidar si miden realmente los atributos que se pretendan medir, lo que permitirá entre otras cosas, conocer la escala de medida que limitará las operaciones posibles con las mediciones.

### **Principios de la Calidad de servicio sustantivo**

Para dirigir y gestionar de forma eficaz una empresa esta debe gestionarse y controlarse de forma sistemática y transparente. En este sentido, vale decir que el éxito de una determinada organización puede depender de ciertos principios para una gestión de calidad sustantiva, (Gutiérrez, 2005, p.71). Principios que harán de INNGRAFIC, C.A. una excelente empresa, entre ellos se destaca:

**Enfoque en el cliente:** Es evidente que toda organización debe comprender la importancia que amerita la cartera de clientes, satisfacer sus necesidades mediante la oferta de un excelente servicio es un punto clave para su crecimiento. Es por ello, que reconocer la importancia de este principio radica en su precisión, ya que las empresas progresan en su funcionamiento gracias a los clientes. Por lo tanto, se reconoce como un factor crucial que afecta directamente a la eficacia de la gestión empresarial. (Gutiérrez, 2005, p.71)

El autor señala que, si una organización no logra mantenerse alineada con las necesidades de sus clientes, a largo plazo esto puede provocar que los clientes se alejen de ella, lo que a su vez puede poner en riesgo su reputación y viabilidad de manera significativa.

**Participación del personal:** El equipo humano en todos los niveles constituye el núcleo fundamental de una organización, y su plena dedicación permite aprovechar sus capacidades en beneficio de la misma. Es responsabilidad de la organización fomentar la participación activa de las personas en los proyectos que emprende. (Gutiérrez, 2005, p.74)

Desde la postura del autor referido, considera que el recurso humano dentro de la organización es un complemento importante para su buen funcionamiento, a medida que estos se involucren asumiendo retos y compromisos será de mayor beneficio para toda la empresa.

**Enfoque basado en procesos:** la gestión de un proceso puede resultar eficiente mediante la relación entre los eventos y recursos. En cortas palabras, son todas aquellas acciones realizadas por el talento humano, definidas como proceso que dan paso a la eficiencia de toda empresa (León, 2004, p.24).

Explica el autor que es necesario enfocarse en los procesos porque ellos son la identidad de las necesidades de los clientes en términos de calidad, tiempo y precio, también se puede determinar la secuencia del valor agregado a los insumos hasta transformarlos en productos o servicios que demanda el cliente.

**Enfoque de sistema para la gestión:** En este sentido, la gestión de las empresas se debe realizar comprendiendo que una organización es un sistema o conjunto de elementos interdependientes e interconectados que parten de un mismo objetivo y donde los propósitos e intereses pudieran afectar de forma positiva o negativa la organización. Obviamente, comprender este enfoque requiere saber que cuando una compañía adopta un enfoque sistémico en su gestión, se comprende que las relaciones de causa y efecto dentro de las organizaciones no son evidentes ni lineales, y suelen estar separadas en términos de tiempo y ubicación. (Gutiérrez, 2005, p.76)

Sostiene el autor que el enfoque sistémico implica comprender a la organización como un ente dinámico que constantemente recibe retroalimentación por la vía interna y externa, formando ciclos de reforzamiento positivos y negativos afectando el desempeño y comportamiento.

**Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones:** No obstante, las decisiones efectivas están basadas en análisis de datos y objetividad para que la mejora continua y la aplicación de los otros principios sea eficaces. Al respecto, Quesada (2005) afirma que:

Basado en el análisis de los datos medidos y la información recopilada. En tales casos, la organización debe analizar datos de diversas fuentes para evaluar el desempeño frente a planes, metas y otros objetivos establecidos e identificar áreas de mejora, incluidos los posibles beneficios para las partes interesadas. (p.s.f)

Adicionalmente, el autor resalta que la toma de decisiones fundamentada en hechos conlleva a la implementación de acciones efectivas y eficientes, las cuales incluyen el uso de métodos de análisis válidos, técnicas estadísticas adecuadas y la ejecución de decisiones y acciones correspondientes.

### **Sistema de Gestión de Calidad-(SGC):**

Un sistema de gestión de calidad involucra una serie de acciones en las cuales la organización establece sus metas y define los procesos y recursos necesarios para alcanzar los resultados esperados. Desde esta perspectiva, vale decir que toda capacitación, así como el desarrollo y cuidado del personal talentoso es fundamental para impulsar todos los procedimientos operativos dentro de una organización, especialmente cuando se implementa un eficiente sistema de gestión de calidad. Este enfoque está orientado a lograr la excelencia en el servicio, de manera que se puedan satisfacer los intereses de los usuarios. (Feigenbaum, 1997, p.32). Con base a las reflexiones anteriores, cabe mencionar que el buen funcionamiento de un Sistema de Gestión de Calidad, parte de ciertos aspectos, entre ellos la formulación de objetivos, metas, así como recursos

en el marco de un conjunto de actividades que van en busca de resultados óptimos entre las partes interesadas.

### **Comunicación con el cliente.**

Para poder diseñar y ejecutar una estrategia efectiva de atención al cliente, es crucial establecer una comunicación fluida con ellos. Tanto el cliente como la empresa definen los requisitos indispensables para la entrega del servicio, teniendo en consideración aspectos tales como: los especificados por el cliente, los no especificados por el cliente pero que la organización considera necesarios para asegurar la calidad de los servicios prestados y los legales y reglamentarios que son establecidos por organismos externos que regulan la prestación de estos servicios.

### **Satisfacción del Cliente**

Es un elemento esencial para mantener la fidelidad del cliente, ya que solo el 4% de los clientes continúa siéndolo después de experimentar insatisfacción. De acuerdo con los especialistas, brindar un excelente trato a los clientes asegura que vuelvan a realizar compras en el futuro. En los planes de calidad de cada uno de los servicios misionales o de realización (Formación Empresarial, Formulación de Proyectos y Registros Públicos), se establecen los mecanismos para llevar a cabo la Medición de la Satisfacción del Cliente. Para Formulación de Proyectos se establece la metodología de acuerdo con la parte interesada y según el tipo de proyecto a formular. Para el área de afiliados se aplica encuesta de satisfacción. Es así como se canalizan todas las inquietudes y percepciones de los servicios prestados a los empresarios.

## **Norma ISO 9001: 2015**

Las normas ISO, creadas por el Organismo Internacional de Estandarización (ISO), consisten en conjuntos de estándares y directrices que abarcan sistemas y herramientas de gestión específicas aplicables en cualquier organización. La reciente versión ISO 9001:2015, publicada en septiembre, introduce cambios en su enfoque, estructura y terminología, y su objetivo principal es mejorar la satisfacción de los clientes.

Para Ciravegna (2015) sostiene que “algunos estudios han determinado que efectivamente los modelos de gestión establecidos en normas internacionales como la ISO 9001, han contribuido significativamente en el desempeño empresarial y organizacional” (p.40)

Para comprender un poco más sobre estas normas internacionales se describe parte de su evolución, destacando en su primera revisión mayor: ISO 9001:2000

En el año 2000, se introdujo una nueva versión de la norma ISO 9001 que sustituyó a tres modelos anteriores. Esta revisión incorporó cambios con el objetivo de mejorar la efectividad del Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) y elevar el desempeño de las organizaciones. En cuanto a la segunda revisión menor: ISO 9001:2008, parte de la cuarta edición de la norma ISO 9001 se lanzó en 2008 y se enfocó en aclarar algunos requisitos presentes en la versión previa. La meta principal fue simplificar la implementación, aunque no se introdujeron cambios significativos. A partir de la segunda revisión mayor: ISO 9001:2015, se describe con el objetivo de mantener la aplicabilidad del estándar en diversas organizaciones y promover la coherencia con otros estándares de sistemas de gestión desarrolladas por ISO. Esta revisión se hizo para adaptar la norma a las realidades actuales de las organizaciones. (Burckhardt, et. al. 2016, p.9)

De acuerdo con los autores, la versión actualizada de la norma ISO 9001:2015 ha sido modificada para adaptarse a organizaciones de diversas dimensiones, ofreciendo una mayor flexibilidad en la definición del ámbito de certificación y mejorando la relación entre el cliente y el usuario. En la actualidad, la serie ISO 9000 consta de cuatro normas internacionales: ISO 9001:2015 (requisitos y directrices para un sistema de gestión de calidad basado en enfoque de procesos e incorporando el ciclo PHVA -Planear-Hacer-Verificar-Actuar-), ISO 9000:2015 (conceptos y terminología básica), ISO 9004:2009 (orientada a mejorar la eficiencia y eficacia del sistema de gestión de calidad) e ISO 19011:2011 (guía para auditorías internas y externas de sistemas de gestión de calidad).

Es relevante señalar que la Norma ISO 9001:2015 conserva el enfoque basado en procesos y abarca el enfoque de pensamiento basado en riesgos. Por lo tanto, esta versión ha sido diseñada con una estructura de alto nivel que será adoptada por otras normas de gestión, asegurando la compatibilidad y fomentando la integración de los sistemas.

### **Enfoque a procesos**

No obstante, la ISO 9001:2015 considera el enfoque a procesos como un enfoque sistemático y analítico para definir y gestionar los procesos y sus interacciones. Esta aproximación se encuentra íntimamente ligada a dos conceptos esenciales: el ciclo PHVA (Planificar-Hacer-Verificar-Actuar) y el pensamiento basado en riesgos. El ciclo PHVA promueve una mejora continua al abordar los riesgos en cada etapa, que comprende: Planificar (establecer metas y asignar recursos), Hacer (implementar lo planificado), Verificar (seguir y medir los procesos y productos/servicios) y Actuar (tomar acciones para mejorar el rendimiento). Por otro lado, el pensamiento basado en riesgos implica la identificación, consideración y control de los riesgos.

Aunque los riesgos generalmente se asocian con aspectos negativos, también pueden tener impactos positivos.

### **Bases Legales**

El componente legal que regula los elementos asociados a la calidad y viables a los fines de la investigación parte de la Carta Magna, publicada en gaceta oficial extraordinaria N° 36.860 de fecha 30 de diciembre de 1999, establece en su **Artículo** 117 lo siguiente:

Todas las personas tienen el derecho de obtener productos y servicios de calidad, así como recibir información precisa y completa acerca de los productos y servicios que utilizan. Además, tienen derecho a ejercer su libre elección y recibir un trato justo y digno. La legislación se encargará de establecer los mecanismos necesarios para asegurar estos derechos, incluyendo normas para controlar la calidad y cantidad de los bienes y servicios, procedimientos de protección al consumidor, compensación por daños causados y sanciones adecuadas en caso de violación de estos derechos.

La Ley del Sistema Venezolano para la Calidad, publicada en la Gaceta Oficial N° 37.555 el 23 de octubre de 2002, se centra en la definición y principios básicos de la calidad, contenidos en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Su objetivo principal, como se indica en el Artículo 1, es desarrollar los principios básicos de la calidad, establecer las bases políticas y desarrollar un marco legal para la regulación del Sistema Nacional de Calidad.

Asimismo, esta legislación tiene como objetivo asegurar los derechos de los individuos de tener acceso a productos y servicios de alta calidad en el territorio nacional, a través de los subsistemas de Normalización, Metrología, Acreditación, Certificación y Reglamentaciones Técnicas y Ensayos.

En virtud del Artículo 6, se establece que tanto las personas naturales como las jurídicas, tanto públicas como privadas, tienen la obligación de proporcionar bienes y servicios de calidad, cumpliendo con las reglamentaciones técnicas establecidas para tal fin. Además, según el Artículo 8, los órganos del Poder Público están obligados a proveer bienes y servicios de calidad, y para ello deben establecer los mecanismos adecuados para su prestación.

En el ámbito de las instituciones prestadoras de servicios de salud, los lineamientos específicos están establecidos en la Ley Orgánica de Salud.

La Ley Orgánica de Salud publicada en Gaceta Oficial N° 36.579 de fecha 11 de noviembre de 1998 rige todo lo relacionado con la salud en el territorio de la República, establece el Principio de Calidad como uno de los más importantes en el siguiente artículo:

**Artículo 3.** En los centros de salud se implementarán métodos de supervisión para asegurar a los usuarios la excelencia en la provisión de servicios, los cuales deberán cumplir con estándares de integridad, individualización, continuidad, adecuación, prontitud y cumplimiento de normas, procedimientos administrativos y prácticas profesionales.

## **Calidad**

Promueve una mentalidad que impulsa a tomar medidas, adoptar actitudes y seguir procedimientos centrados en proporcionar beneficios al satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes y otras partes interesadas relevantes (Roncalli, 2011, p.25).

## **Calidad de Servicio**

Se trata de la utilidad o valía que se obtiene al cubrir una necesidad mediante la compra de un producto o servicio (Briceño & García, 2008, p. 22).

### **Características del servicio al cliente**

El servicio al cliente comprende la implementación de un conjunto de estrategias por donde están involucradas las empresas, con la meta de superar a sus competidores al satisfacer de manera excepcional las necesidades y expectativas de sus clientes externos. Estas características se definen como: 1. Intangibilidad, 2. Perecedero, 3. Continuo, 4. Integral, 5. Oferta del servicio, 6. Foco del servicio, y 7. Valor agregado (Grande, 2005, s/p).

### **Expectativa del cliente**

Se refieren a los deseos que el cliente, ya sea nuevo o recurrente, espera cumplir mediante el apoyo de tu empresa, tus productos y servicios. Esto abarca también las expectativas que tienen en relación a la experiencia en el proceso de compra o uso del producto (Cacciavillani, 2018).

### **Cultura de servicio**

Esta cultura se fundamenta en un sistema de incentivos fundamentado en la felicidad del cliente (Zeithaml, 2002, p.379).

### **El Servicio**

Se refiere a la acción o conjunto de acciones que cumplen con las necesidades de los consumidores o clientes con respecto a uno o más productos (Uribe, 2014, p.333)

**Manual de calidad:** Es un documento que establece los objetivos y criterios de calidad de una organización. En dicho documento se detallan las políticas de calidad y los recursos empleados por la empresa o negocio para lograr los objetivos establecidos en esta área (ISO, 2008, p.24).

**Normas ISO 9001:2015:** Estas directrices se enfocan en la administración de riesgos, el Sistema de Gestión de Calidad (SGC) y la configuración organizativa de la empresa, resaltando la relevancia de las interconexiones y relaciones entre estos tres elementos (López, 2016, p.112).

### **Satisfacción del Cliente**

Es la percepción o la disposición del cliente hacia un producto, una compañía o un servicio proporcionado por dicha compañía (Duque, 2005, p.64).

### **Servicio al Cliente**

Brindar respaldo a los productos fundamentales de las empresas, ya sean intangibles o tangibles, lo cual generalmente se ofrece de manera gratuita (Duque, 2005, p.70).

### **Sistema de Gestión de Calidad-(SGC):**

Son acciones mediante las cuales una entidad establece sus metas y determina los procedimientos y recursos requeridos para alcanzar los resultados deseados (Laya

### **Operacionalización de la variable**

Está relacionado a un enfoque metodológico que implica analizar de manera deductiva las diferentes variables que conforman el problema de investigación, partiendo del plano macro al micro. En otras palabras, estas variables se desglosan (en caso de ser confusas) en dimensiones, áreas, aspectos, indicadores, índices, subíndices e ítems; mientras que, si son más específicas, se dividen únicamente en indicadores, índices e ítems. (Carrasco, 2009, p.226)

## **Definición de Variable**

Toda variable parte de una cualidad o propiedad que puede cambiar en relación a sí misma o a diferentes objetos a lo largo del tiempo, y cuya variación se puede medir u observar. Efectivamente en ella se concibe ciertas características o propiedades que puede cambiar y cuya variación se puede medir u observar. En otras palabras, una variable puede tomar diferentes valores y puede ser cuantitativa o cualitativa dependiendo de su naturaleza. (Hernández, Fernández y Baptista, 2008, p. 215)

### **Variable:** Manual de calidad

Se concibe como un documento de trabajo de circulación restringida, trata de un resumen que engloba las políticas, visión, misión, estructura organizativa, funciones relacionadas con la calidad y niveles de responsabilidad competentes. Además, describe los procedimientos y medidas laborales de una organización. (López, 2006, p.21). Un manual para cualquier organización va a representar un nivel de mayor exigencia.

Definición operacional: El manual de calidad se elaborará conforme a la norma ISO 9001:2015 con el objetivo de lograr una mejora continua en su rendimiento, cumplir con los requisitos y superar las expectativas, la organización se esfuerza en tomar en cuenta las necesidades de todas las partes interesadas.

Con ello, se pretenden medir las dimensiones: principios del manual de calidad y sus indicadores Integridad, Secuencialidad, Severidad de usos, Conformidad, Trazabilidad.

Elementos del Manual de Calidad e indicadores Acción correctiva, Auditoría, Mejora continua, No conformidad, Objetivo de calidad, Política de calidad y Sistema de gestión de calidad.

En razón a lo expresado, se presenta la tabla N° 1, donde se observa el proceso de operacionalización de la variable de esta investigación destacando los principios y elementos del manual de calidad, así como la secuencia de los objetivos específicos, la variable, las dimensiones, e indicadores, entre otros.

Tabla N° 1

## Mapa de Variable

<b>Objetivo General:</b> Proponer un manual de calidad de servicio para la empresa Inngrafic C.A. basado en la norma ISSO9001:2015				
<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Variable</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>
Describir los procesos de gestión de calidad de servicios sustantivos que ofrece la empresa Inngrafic, C.A. siguiendo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015	Manual de calidad de servicio	Proceso de la gestión de calidad	Proceso de ventas	1
			Proceso de I +D	2
			Proceso de suministro de productos y servicios	3
			Proceso de aprovisionamiento	4
			Proceso de almacenamiento	5
			Responsabilidad de la gestión	6
			Gestión de recursos	7
			Medición, análisis y mejora	8
			Marketing e investigación de mercados	9
			Transporte	10
			Contabilidad	11
			Mantenimiento de equipos	12
Evaluar la calidad de servicios sustantivos de la empresa Inngrafic, CA. Siguiendo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015		Calidad de servicio sustantivo	Procesos de servicio	13
			Mejora continua	14
			Estructuras de calidad	15
			Métricas	16
			Sistema de gestión de calidad	17
			Auditoría.	18
Diseñar un manual de calidad de servicio para la empresa Inngrafic, C.A. Siguiendo los lineamientos de la norma ISO 9001:20152				

*Nota:* Datos obtenidos durante la investigación. Fuente: Elaboración propia (2023)

## CAPÍTULO III

### MARCO METODOLÓGICO

En el siguiente apartado se describen los procedimientos utilizados para abordar el problema hallado. Donde se hace mención al tipo y diseño de investigación, población, muestra, técnicas e instrumentos de la recolección de la información, y tratamiento estadístico.

#### **Tipo de Investigación**

En el desarrollo del presente trabajo, el tipo de investigación es proyectiva que parte de una propuesta o modelo como respuesta a un problema o necesidad práctica, ya sea de un grupo social o una institución, en un campo específico del conocimiento. Esto se logra mediante un análisis detallado de las necesidades actuales, los procesos que las generan y las tendencias futuras (Hurtado,2000, p.325). De acuerdo con los planteamientos mencionados, la propuesta consiste en desarrollar un manual de calidad de servicio para la empresa INNGRAFIC, C.A. Este manual se encargará de guiar y organizar todos los procesos de la empresa según los estándares de la norma ISSO 9001-2015, con el objetivo de satisfacer las necesidades de los usuarios.

Además, el documento tiene un enfoque descriptivo, donde se detallan las características y otros elementos relevantes destacados con la propuesta. Esto permite comprender y definir la estructura y comportamiento de un hecho, fenómeno, individuo o grupo (Arias, 2012, p. 24).

## **Diseño de la Investigación**

El presente estudio se apoya en el diseño de campo. De acuerdo a Arias, (2008) la define como, “los datos se recogen directamente de la realidad donde suceden los hechos” (p.23). Por tanto, la información se obtuvo directamente del personal que labora en la Empresa Inn-grafic C.A.

En este mismo orden de ideas, Tamayo y Tamayo (2009) exponen que el diseño “es una estructura a seguir en una investigación ejerciendo el control de la misma con el fin de encontrar resultados confiables y su relación con las interrogantes surgidas en el problema” (p.63).

## **Población**

De acuerdo con Méndez (2009) la población es definida como “el conjunto de todos los elementos que participan o interviene en un fenómeno o suceso en una serie de especificaciones particulares” (p.164). En tal sentido los elementos participantes en esta investigación son los empleados que forman parte de la empresa Inn-grafic C.A.

Cabe señalar que Chávez (2007) plantea que la población se divide en dos categorías: a) por tamaño: una población limitada constituidas por menos de 100.000 unidades e infinitas las que excedan de esta cantidad; y b) por su función: accesible: es aquella porción sobre la cual se tiene acceso y objetivo: es una unidad o conjunto de observaciones entregadas a una población de fácil acceso. Esto determina la generalización de los resultados del estudio. (p.162)

Concretamente la población para el presente estudio pertenece al tipo finitas por no exceder del número establecido, está integrada por ocho (08) empleados incluyendo al gerente, todos ellos en condición de informantes proporcionaron datos de manera objetiva, científica y valida que permitió obtener una percepción clara de la problemática analizada.

## **Muestra**

De acuerdo con Hernández y otros (2008) la muestra “es el subconjunto representativo de la población en un estudio determinado” (p. 245). En este sentido, para efectos de esta investigación la población la conforman ocho (08) empleados que representan un número muy bajo del tipo finitas, por tanto, se estima la misma cantidad como muestra, quedando el mismo número de informantes.

## **Tipo de muestreo**

El muestreo se presenta como una valiosa herramienta en la investigación científica, ya que su principal objetivo es establecer qué parte de una población debe ser examinada con el fin de obtener conclusiones y realizar inferencias acerca de dicha población en general. En muestreo, los individuos de toda la población pueden ser parte de la muestra. Por lo tanto, es el método de muestreo que a emplear en las investigaciones, ya que es riguroso y científicamente válido. (Arvelo, 2003, p.10). Para el diseño del estudio se utilizó un muestreo probabilístico aleatorio simple por ser un tipo de población limitada cuyo universo es el mismo número que representa la muestra.

## **Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**

Seguidamente Arias (2008) sostiene que la técnica:

Es un procedimiento o forma específica de obtención de datos o información, entre los que se puedan mencionar la observación directa, encuesta análisis documental, análisis documental, análisis de contenido entre otros, es una técnica que utiliza preguntas de respuestas cortas en las que casi siempre se valen de preguntas en forma de porcentaje. (p.69)

## **La observación**

Se debe comprender que la observación es un elemento clave en cualquier proceso de investigación, de allí la importancia de su empleo organizado de los sentidos en la búsqueda de información necesaria para abordar y resolver un problema de investigación. (Sabino, 1996, p.111).

Los autores explican que las observaciones son grupos de cosas, datos y fenómenos. En conclusión, la observación permite conocer la realidad a través de la percepción directa de objetos y fenómenos, como ocurre en última dentro de las instalaciones de la Empresa Inn-grafic C.A.

## **La entrevista**

La entrevista, considerada desde una perspectiva metodológica, es una forma particular de interacción social con el propósito de recopilar información para una investigación. (Sabino, 1996, p.116). El autor argumenta que el investigador plantea preguntas a personas que pueden proporcionar datos relevantes, creando un diálogo específico y asimétrico, en el que una parte busca información y la otra es la fuente de esa información. La implementación de esta técnica permitió al investigador obtener datos que influyen en el desarrollo de la investigación, los cuales luego son analizados para su comparación con la variable.

## **La Encuesta**

Con la finalidad de recoger información precisa sobre la problemática a investigar y en correspondencia con los objetivos establecidos se implementó como técnica la encuesta, la cual se basa en la búsqueda metódica de información en la que el investigador realiza preguntas a los

participantes para obtener los datos deseados. Luego, recopila estos datos individuales y, durante el proceso de evaluación, los combina para obtener datos agregados. (Díaz, 2001, p.13)

Explica el autor que con las encuestas se obtiene información sistemáticamente de los encuestados a través de preguntas, ya sea personales, telefónicas o por correo. En este sentido, el investigador se apoyó en esta técnica para conocer las opiniones del personal que labora en la empresa Inn-grafic C.A. en el ámbito de la prestación de servicio, así como la calidad del producto. Desde esta postura, se aplicó un instrumento estructurado por un número de ítems y con alternativas de respuesta; N: Nunca, MV Muchas Veces: AV: A Veces, CS: Casi Siempre, S: Siempre, como complemento para conocer la realidad que vive la organización referida.

### **Cuestionario**

Con respecto al cuestionario Hernández (2012) plantea:

El investigador social debe diseñar un instrumento para medir las variables conceptualizadas al plantear su problema de investigación. Este instrumento es el cuestionario; en éste las variables están operacionalizadas como preguntas. Éstas no solo deben tomar en cuenta el problema que se investiga sino también la población que las contestará y los diferentes métodos de recolección de información. (p.26)

En este sentido, sostiene el autor que un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir, desde esta perspectiva se implementó un cuestionario de 18 ítems que fue aplicado al personal y directivo de la Compañía Inn-grafic C.A.

## **Validez**

Una vez elaborado el instrumento se debe cumplir con los requisitos esenciales antes de la aplicación: La validez y la confiabilidad. De allí que Chávez (2007) expone “la validez es la correspondencia del instrumento en su contexto teórico, lo que permite verificar la consistencia de los ítems en relación con la variable, objeto de estudio, precisión, claridad, así como también pertinencia con el contenido” (p.164).

Específicamente para esta investigación se utilizó la validez de contenido, que de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2010). “Es el grado en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide” (p.348). En este contexto, la validez del contenido se desarrolló a través del juicio de (03) expertos, quienes evaluaron la correspondencia de las preguntas con el contexto teórico, las variables, dimensiones e indicadores.

## **Confiabilidad**

Según lo planteado por Hernández et al. (ob. cit), la confiabilidad de un instrumento se refiere a "la medida en que la repetición de su aplicación al mismo sujeto u objeto produce resultados consistentes" (p.353). Para evaluar el grado de confiabilidad, el autor mencionado señala que se utiliza un coeficiente que varía de 0 a 1 y que refleja en qué medida el instrumento muestra de manera precisa y consistente las variables que se están midiendo. Un coeficiente de 0 indica una confiabilidad nula, mientras que un coeficiente de 1 representa una confiabilidad perfecta. Cuanto más cercano sea el coeficiente a cero (0), mayor será el error en la medida.

## Tratamiento Estadístico

Este procedimiento se refiere a la forma en que se someten las muestras recolectadas durante una investigación en cualquier campo científico. En este contexto, para determinar la confiabilidad del instrumento en esta investigación, se utilizará el coeficiente Alpha de Cronbach, el cual se aplica cuando existen múltiples opciones de respuesta. Según Chávez (ob. cit), este coeficiente se representa mediante la siguiente fórmula. En el presente estudio, se calculó la confiabilidad del cuestionario utilizando el coeficiente de Cronbach de la siguiente manera:

Donde;

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S^2_i}{S^2_t} \right]$$

$\alpha$  = Coeficiente de Cronbach

$\alpha = 0.92$   
 $k = 18$   
 $V_{si} = 15,734$   
 $\Sigma St = 206,98$

K = Número de reactivos

$(S_i)^2$  = Varianza de los puntajes de cada reactivo

$(S_t)^2$  = Varianza de los puntajes totales

$$\alpha = \frac{18}{17} = 1.05 \left[ 1 - \frac{15,734}{206,98} \right]$$

$$\alpha = 1.05 - 0.076 = 0.92$$

Para obtener la confiabilidad del instrumento se tomó la muestra seleccionada donde se determinó el valor (0.92) de acuerdo al baremo es de excelente confiabilidad el cuestionario descriptivo de frecuencia para el personal de la Empresa Inn-grafic C.A. Los datos recogidos permitieron organizar y obtener la información necesaria para la especificación del diagnóstico. Se analizaron los datos utilizando la estadística descriptiva que en versión de Chávez (2007) consiste en “un enfoque que incluye los métodos de recolección, organización, presentación e interpretación de un grupo de datos, permitiendo resumir y comparar las observaciones ejecutadas en relación a una determinada variable, estudiada” (p.159).

En el presente estudio se llevó a cabo mediante el cálculo de proporciones que se desarrolló para determinar la distribución de la frecuencia y así conocer la calidad del servicio que ofrece la

organización Inn-grafic C.A. con sede en Betijoque. Seguidamente se describe la tabla o baremo que permite medir los resultados, una vez que se realice el análisis de la investigación en curso.

## Tabla N° 2

Baremo para analizar los resultados

<b>RANGO</b>	<b>CONFIABILIDAD</b>
<b>0.53 a menos</b>	Confiabilidad Nula
<b>0.54. a 0.59</b>	Confiabilidad Baja
<b>0.60 a 0.65</b>	Confiable
<b>0.66 a 0.71</b>	Muy Confiable
<b>0.72 a 0.99</b>	Excelente Confiabilidad
<b>1</b>	Confiabilidad Perfecta

*Nota:* Datos tomados de la data análisis de consistencia.

Fuente: Elaboración propia (2023)

## Procesamiento y Análisis de Datos

En cuanto al procesamiento y el análisis de datos son considerados recursos valiosos para estructurar, explicar y examinar los datos recolectados mediante los instrumentos de investigación. (Chávez, 2007, p. 44). Según la autora, es crucial que el investigador tenga un buen conocimiento de las técnicas con el fin de describir una situación y encontrar relaciones entre dos o más variables.

A raíz de estas reflexiones, se llevaron a cabo dos procesos fundamentales en el análisis de datos. En primer lugar, se empleó un enfoque destinado a presentar de manera efectiva la información recopilada durante la investigación. Esto se logró mediante la utilización de tablas

estadísticas, las cuales resultaron muy útiles para describir los datos de acuerdo con la variable, dimensiones e indicadores presentados. Estas tablas permitieron visibilizar una organización clara y sistemática de los hallazgos obtenidos. En segundo lugar, se implementaron gráficos de barras con el objetivo de proporcionar una visualización más accesible y comprensible del panorama general del estudio diagnóstico. Estos gráficos resultaron especialmente efectivos para resumir y comunicar los resultados analizados. Cabe destacar, que estos resultados fueron respaldados con referentes teóricos sólidos, brindando un apoyo adicional a las conclusiones obtenidas.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

El siguiente capítulo presenta los resultados por medio de la aplicación del instrumento a partir de la cuantificación de las respuestas emitidas por los sujetos en relación a la calidad del servicio de la empresa. De igual manera, se señala que los resultados se analizan en forma descriptiva a través de frecuencias y porcentajes, los cuales se presentan en tablas y figuras en forma de barras para su mejor visualización, mostrando el estudio de cada variable y finalmente la discusión por indicador.

Con base en lo señalado, Hernández Fernández y Baptista (2010) exponen que “el análisis e interpretación de datos facilita la aplicación de estrategias, técnicas que la permiten al investigador tener una visión de la realidad que es objeto de estudio” (p.245). En esta dirección, al analizar e interpretar los datos obtenidos se logran los objetivos planteados, aplicando para ello la estadística descriptiva como producto de la expresión numérica aplicada.

A continuación, se describe el proceso de análisis e interpretación de los datos correspondiente a la dimensión N° 1 denominada, procesos en la gestión de calidad, contentiva de doce (12) ítems.

#### **Tabla N°. 1**

*Índice: Proceso de Venta*

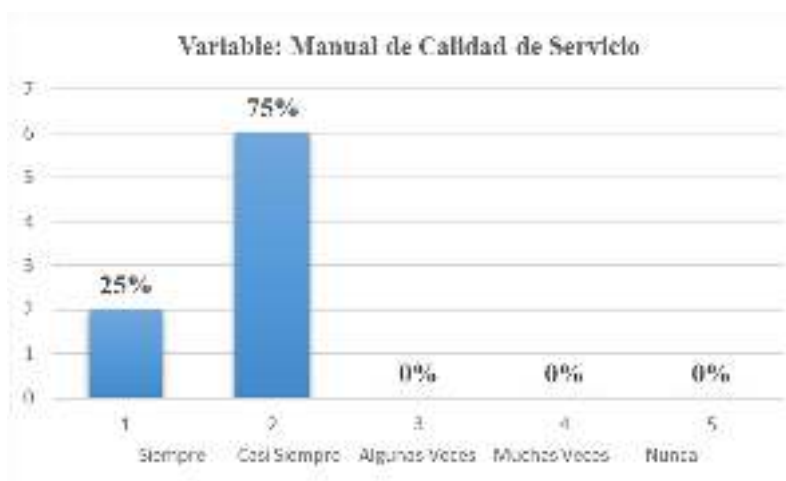
*Nota:* Frecuencia absoluta para cada ítem del indicador Proceso de venta. **Fuente:** Elaboración

ÍTEM 1	RESPUESTA	FI	PORCENTAJE (%)
Las ventas dentro de la empresa alcanzan niveles satisfactorios.	Siempre	2	25%
	Casi Siempre	6	75%
	Algunas Veces	0	0%
	Muchas Veces	0	0%
	Nunca	0	0%
<b>Total</b>		<b>08</b>	<b>100%</b>

propia (2023).

### Figura N°. 1

*Indicador: Proceso de ventas*



*Nota:* Datos estadísticos obtenidos de los ítems. **Fuente:** Elaboración propia (2023).

**Análisis:** Tal como se observa en la gráfica, predomina la opción casi siempre con un 75%, lo que representa un flujo de ventas regularmente dentro de la empresa. Sin embargo, un menor grupo consideró que siempre esta actividad se desarrolla con frecuencia. Conforme a las opiniones de los encuestados, se evidencia que las ventas en la empresa se generan periódicamente. De acuerdo con Kering & otros (2004) sostienen que:

El proceso de venta no termina con el cierre de la venta, por el contrario, una venta profesional requiere hacer un seguimiento del cliente. En esta etapa, se incluye asegurarse

que la compra del cliente se ha entregado e instalado apropiadamente, además, se han atendido las dificultades experimentadas con el uso del producto. La atención en esta etapa del proceso de venta consolida la relación entre comprador y vendedor. (p.44)

Las aseveraciones manifestadas por los empleados de la empresa Inn-grafic, consideran que las ventas mantienen un flujo medianamente.

**Tabla N°. 2**

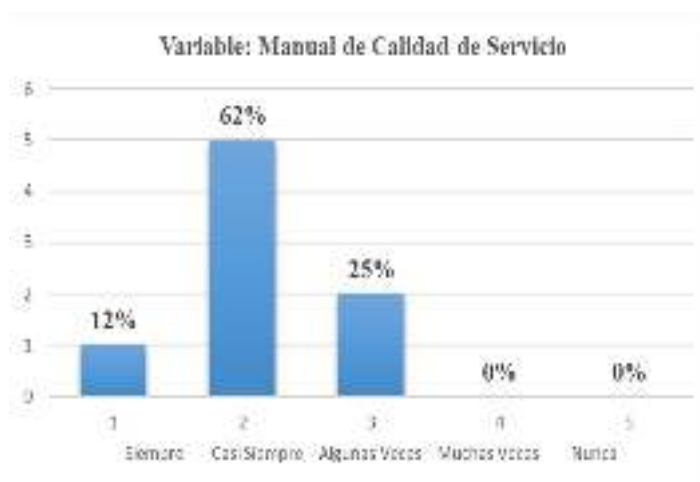
*Indicador: Proceso de I+D*

	<b>Respuesta</b>	<b>Fi</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Realiza periódicamente investigaciones para el desarrollo de nuevos diseños tecnológicos (software) conforme a los requerimientos del cliente.	Siempre	1	12%
	Casi Siempre	5	62%
	Algunas Veces	2	25%
	Muchas Veces	0	0%
	Nunca	0	0%
<b>Total</b>		<b>08</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Frecuencia absoluta para cada ítem del indicador Proceso de I+D. **Fuente:** Elaboración propia (2023).

**Figura N°. 2**

*Indicador: Proceso de I+D*



*Nota:* Datos estadísticos obtenidos de los ítems. **Fuente:** Elaboración propia (2023).

**Análisis:** De acuerdo a la gráfica se observa que un grupo mayor de encuestados consideró que casi siempre se desarrollan investigaciones para la adquisición de nuevos softwares, mientras que otro grupo menor expresó que la adquisición de nuevos softwares procede algunas veces, sin embargo, otros con un menor índice de 12% manifestaron que estas acciones siempre se desarrollan en la empresa. De acuerdo a las opiniones de los participantes la búsqueda de conocimientos científicos y técnicos que permitan mejorar la calidad de los productos para ampliar el mercado, se desarrolla más a menudo. No obstante, la investigación y desarrollo (I+D) implica indagar en el ámbito científico y técnico con el propósito de generar avances tecnológicos que conduzcan a la creación de nuevos productos, materiales o procesos. (Everett y Ronald, 1991, p.32). Los autores señalan que en las actividades de investigación y desarrollo (I+D), es esencial evidenciar un alto grado de creatividad o innovación, ya sea a través de la mejora de la calidad del producto o servicio, o mediante la reducción de su costo. En otras palabras, el objetivo es obtener una ventaja competitiva.

**Tabla N°. 3**

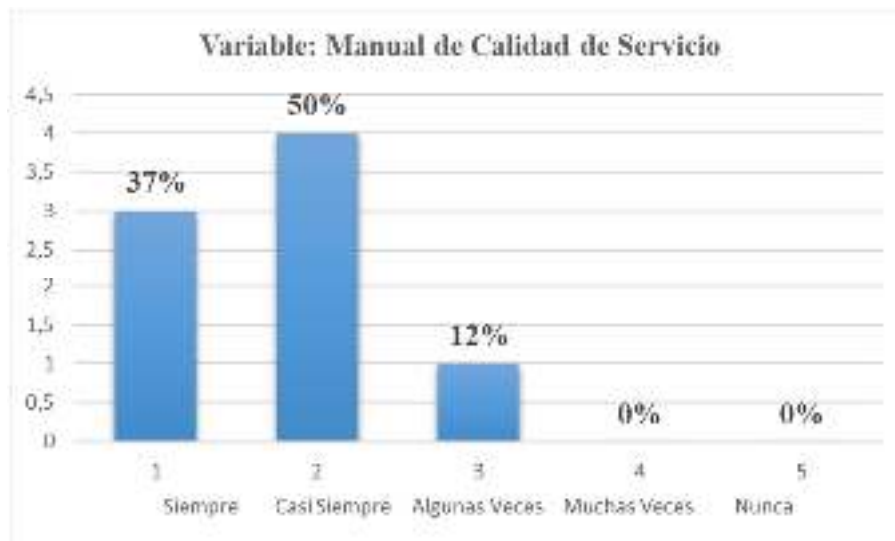
*Indicador: Proceso de suministro de productos y servicios*

Ítem 3	Respuesta	Fi	Porcentaje (%)
Cuenta la empresa con instalaciones y medios de distribución necesarios para el suministro de productos y servicios para que la mercancía llegue al cliente, al final en óptimas condiciones.	Siempre	3	37%
	Casi Siempre	4	50%
	Algunas Veces	1	12%
	Muchas Veces	0	0%
	Nunca	0	0%
<b>Total</b>		<b>08</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Frecuencia absoluta para cada ítem del indicador Proceso de suministro de productos y servicios. **Fuente:** Elaboración propia (2023).

**Figura N°. 3**

*Indicador: Proceso de suministro de productos y servicios*



*Nota:* Datos estadísticos obtenidos de los ítems. **Fuente:** Elaboración propia (2023).

**Análisis:** Puede observarse en la gráfica que la opción casi siempre, representa un 50% lo que implica que la mayoría del personal encuestado sostiene que la empresa usualmente presenta los medios adecuados para la prestación de un buen servicio. Un 37% de los encuestados considera que la empresa siempre, cuenta con buenas instalaciones y la calidad de un servicio. Mientras que para un 12% de encuestados, señalan que algunas veces el servicio es bueno. De acuerdo a lo versado por los encuestados la empresa casi siempre, distribuye de forma gradual el producto al cliente. En razón de estos planteamientos, la gestión de la cadena de suministro implica el desarrollo de una estrategia para estructurar, supervisar y motivar a los recursos involucrados en el flujo de servicios y materiales dentro de dicha cadena. (Krawjesky et al, 2008, p.21)

No obstante, según los autores mencionados, es factible sostener que las cadenas de suministro en el ámbito empresarial pueden ser gestionadas exitosamente con una estrategia adecuada. Sin embargo, lo más crucial radica en una administración eficiente y efectiva de los recursos, así como en el establecimiento de relaciones sólidas entre proveedores y clientes.

#### **Tabla N°. 4**

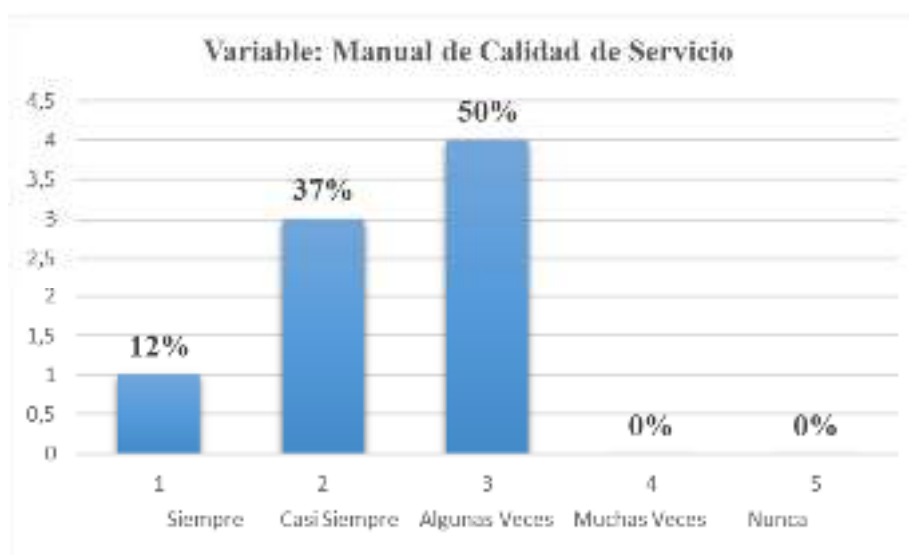
*Indicador: Proceso de Aprovisionamiento*

Ítem 4	Respuesta	Fi	Porcentaje (%)
Considera que el proceso de aprovisionamiento es pertinente para reunir los recursos necesarios que permitan la viabilidad del producto y servicio.	Siempre	1	12%
	Casi Siempre	3	37%
	Algunas Veces	4	50%
	Muchas Veces	0	0%
	Nunca	0	0%
<b>Total</b>		<b>08</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Frecuencia absoluta para cada ítem del indicador Proceso de aprovisionamiento. **Fuente:** Elaboración propia (2023).

**Figura N°. 4**

*Indicador: Proceso de Aprovisionamiento*



*Nota:* Datos estadísticos obtenidos de los ítems. **Fuente:** Elaboración propia (2023).

**Análisis:** El proceso de aprovisionamiento desarrollado por la empresa de acuerdo a la gráfica aplica algunas veces lo que representa un 50% del personal encuestado, quienes consideran que en ocasiones se dispone de un almacén organizado y coordinado. Asimismo, se observa que un 37% de esta población insiste que el proceso se desarrolla casi siempre y una minoría de encuestados que representa el 12% bajo el criterio siempre, manifestó que dicho proceso se realiza periódicamente. Conforme a las aseveraciones emitidas por los empleados de la empresa se estima

que de forma esporádica se realiza el proceso de aprovisionamiento en la organización, en cortas palabras el ciclo de este proceso escasamente se cumple.

De allí la importancia de entender el aprovisionamiento como la acción que identifica y elige a los proveedores que ofrecerán las mejores condiciones para satisfacer las necesidades de una empresa, será lo que lo que garantice a la continuidad de sus procesos productivos (Escudero, 2014, p.21)

### Tabla N°. 5

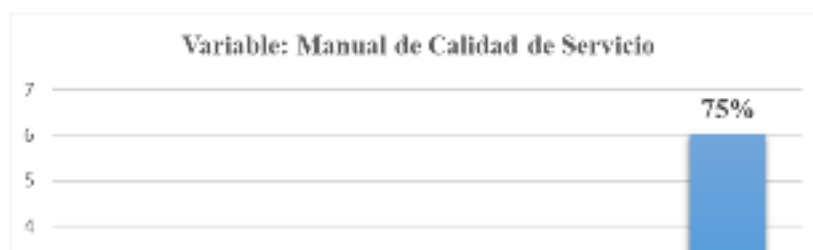
*Indicador: Proceso de Almacenamiento*

Ítem 5	Respuesta	Fi	Porcentaje (%)
Cree usted que la empresa posee sistemas de estanterías que ofrezca capacidad para almacenar.	Siempre	0	0%
	Casi Siempre	1	12%
	Algunas Veces	1	12%
	Muchas Veces	0	0%
	Nunca	6	75%
<b>Total</b>		<b>08</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Frecuencia absoluta para cada ítem del indicador Proceso de almacenamiento. **Fuente:** Elaboración propia (2023).

### Figura N°. 5

*Indicador: Proceso de Almacenamiento*



*Nota:* Datos estadísticos obtenidos de los ítems. **Fuente:** Elaboración propia (2023).

**Análisis:** De acuerdo a la figura se puede constatar que el criterio nunca obtuvo un 75%, lo que significa que casi en su totalidad de los encuestados manifestó que dentro de la empresa el proceso de almacenamiento no procede. Mientras que los criterios restantes casi siempre y algunas veces cada uno con 12% asumieron que dicho proceso se realiza más a menudo y en ocasiones. Sobre la base de los hechos expuestos, para Bureau (2011) el almacenamiento es “la actividad de depósito que permite mantener cercanos los productos, componentes y materias primas de los mercados y de los centros de producción y transformación, para poder así garantizar su normal funcionamiento” (p.220). Sin embargo, para la empresa Inn-grafic C.A. según los encuestados el almacenamiento es poco usual.

### **Tabla 8**

*Indicador: Responsabilidad de la Gestión*

<b>Ítem 6</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Fi</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
	Siempre	1	12%

Usted cree que a través de la responsabilidad de gestión le permite definir responsabilidades, políticas y estrategias de organización.	Casi Siempre	2	25%
	Algunas Veces	4	50%
	Muchas Veces	0	0%
	Nunca	1	12%

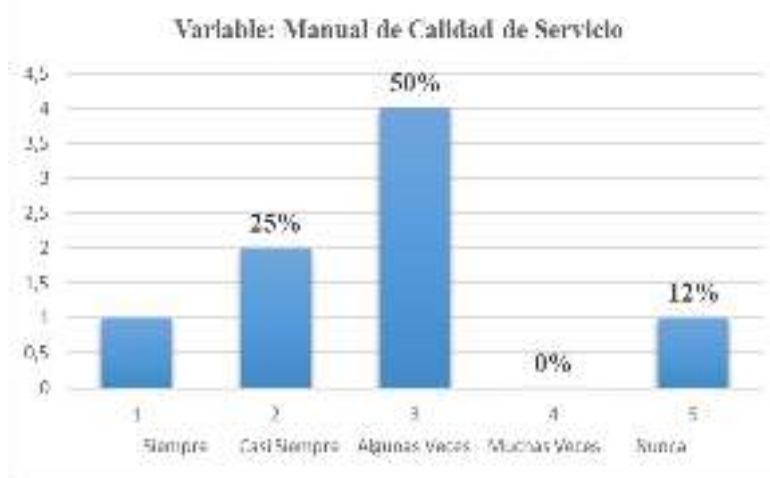
Nota:

<b>Total</b>	<b>08</b>	<b>100%</b>
--------------	-----------	-------------

Frecuencia absoluta para cada ítem del indicador Responsabilidad de la Gestión. Fuente: Elaboración propia (2023).

### Figura N°. 6

*Indicador: Responsabilidad de la Gestión*



Nota: Datos estadísticos obtenidos de los ítems. Fuente: Elaboración propia (2023).

**Análisis:** Tal como se aprecia en la gráfica, el criterio algunas veces obtuvo un 50%, marcando por arriba de los demás criterios, lo que representa que un grupo mayor consideró que la responsabilidad de la gestión procede ocasionalmente. Mientras los criterios que coinciden en su posición casi siempre con un 25% y la opción siempre en un 12% manifiestan que dicho proceso puede definir políticas, así como estrategias para una buena gestión comúnmente y en ocasiones. Sin embargo, el criterio nunca, con un 12% de encuestados, opinó diferente señalando que dicho proceso escasamente procede.

Aunado a estas razones, Robbins & Coulter (2005), señalan que “la responsabilidad de gestión o administración se refiere a la coordinación de actividades de trabajo, de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellas, lo cual se convierte en el objetivo principal de toda gestión”, (p.47). Además, los autores explican que la formalización de este nuevo rol de las empresas en la sociedad ha provocado un replanteamiento de sus roles y responsabilidades en el entorno global, destacando todo lo relacionado con la influencia y la percepción entre los diferentes grupos de interés con los que se relacionan, donde la Responsabilidad de la gestión Social se presenta como alternativa urgente, necesaria, efectiva y realista.

**Tabla N°. 6**

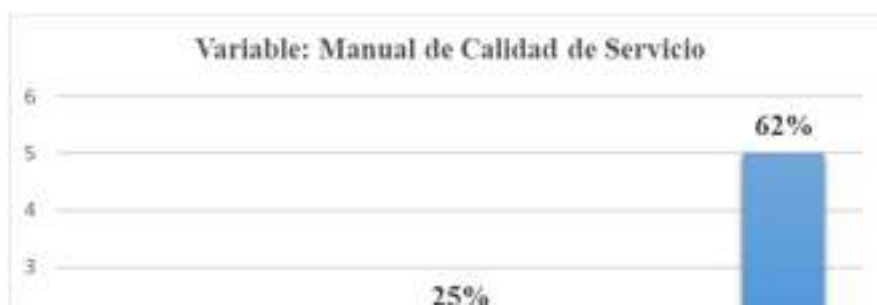
*Indicador: Gestión de Recursos*

Ítem 7	Respuesta	Fi	Porcentaje (%)
La gerencia asume interés en proporcionar diversidad de recursos para garantizar la ejecución de otros procesos.	Siempre	0	0%
	Casi Siempre	1	12%
	Algunas Veces	2	25%
	Muchas Veces	0	0%
	Nunca	5	62%
<b>Total</b>		<b>08</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Frecuencia absoluta para cada ítem del indicador Gestión de recursos. **Fuente:** Elaboración propia (2023).

**Figura N°. 6**

*Indicador: Gestión de Recursos*



*Nota:* Datos estadísticos obtenidos de los ítems. **Fuente:** Elaboración propia (2023).

**Análisis:** En la gráfica se aprecia que el criterio nunca obtuvo el más alto porcentaje, esto representa a un grupo mayor de encuestados, ellos consideran que la gestión de recursos no se lleva a cabo dentro de la empresa en un 100%, entre tanto una minoría de empleados se inclinó por los criterios casi siempre con 12% y algunas veces con 25% manifestando que la gestión de recursos o conjunto de activos se desarrolla en gran medida y otras un par de veces y de acuerdo a las aseveraciones emitidas por los empleados, existe poco interés por la diversidad de recursos.

De las opiniones vertidas emitidas por los entrevistados, cabe señalar que los recursos son herramientas que utilizan las organizaciones para realizar sus actividades y alcanzar sus objetivos. Estos recursos pueden ser bienes o servicios utilizados para realizar tareas organizativas. La administración demanda diversas especializaciones, y cada recurso requiere de una especialización particular. (Chiavenato, 2000, p.150). Conforme al autor referido, los recursos son el conjunto de factores o activos de toda organización.

## **Tabla N°. 10**

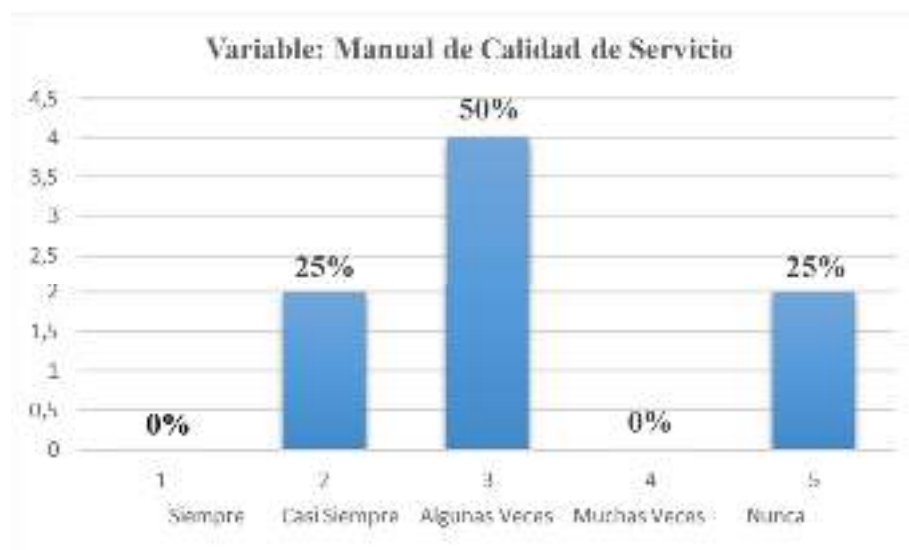
***Indicador:*** *Medición, Análisis y Mejora*

El gerente establece medidas que validen los procesos de control y repetibilidad, desde un análisis periódico, que promueva actividades de mejora continua.	Siempre	0	0%
	Casi Siempre	2	25%
	Algunas Veces	4	50%
	Muchas Veces	0	0%
	Nunca	2	25%
<b>Total</b>	<b>08</b>	<b>100%</b>	

*Nota:* Frecuencia absoluta para cada ítem del indicador Medición, análisis y mejora. **Fuente:** Elaboración propia (2023).

### Figura N°. 7

*Indicador: Medición, Análisis y Mejora*



*Nota:* Datos estadísticos obtenidos de los ítems. **Fuente:** Elaboración propia (2023).

**Análisis:** El 50% de los encuestados indicó que en ocasiones se desarrollan procesos de medición, análisis y mejora en la organización, mientras que un pequeño porcentaje con 25% sostiene que casi siempre ocurren estos procesos en la organización. Entre tanto, otra minoría con el mismo porcentaje 25% opinó diferente, ellos señalan que nunca se establecen medidas que validen los procesos de medición, análisis y mejora en la empresa.

Observando las diferentes opiniones de los encuestados, se puede concluir que los procesos referidos en función al 100% siempre van a apuntar a una cultura de mejora continua que permita superar los estándares y expectativas de los clientes. La mejora continua desde este punto de vista según la Norma ISO 9000 (2005) debe ser “un proceso en el cual se establecen los objetivos que se persiguen, así como buscar las oportunidades de mejora, en base a los resultados que se obtiene de las auditorías” (P.22).

**Tabla N°. 7**

*Indicador: Marketing e Investigación de Mercados*

Ítem 9	Respuesta	Fi	Porcentaje (%)
Cree usted que a través de la investigación de mercados se promueve información actualizada, para la implantación de estrategias de marketing.	Siempre	1	12%
	Casi Siempre	3	37%
	Algunas Veces	4	50%
	Muchas Veces	0	0%
	Nunca	0	0%
<b>Total</b>		<b>08</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Frecuencia absoluta para cada ítem del indicador Marketing e investigación de mercados.

**Fuente:** Elaboración propia (2023).

**Figura N°. 8**

*Indicador: Marketing e Investigación de Mercados*



*Nota:* Datos estadísticos obtenidos de los ítems. **Fuente:** Elaboración propia (2023).

**Análisis:** En la figura se aprecia que la barra de mayor porcentaje pertenece al criterio algunas veces con un 50%, significa que la mitad de encuestados, estima que a menudo se realiza investigación de mercado, así como la aplicabilidad de estrategias para marketing. Sin embargo, la otra mitad de encuestados coinciden en sus posturas a diferencia de los porcentajes, el criterio siempre con 12% y casi siempre con 37% ambos señalan que dicha investigación de mercado se lleva a cabo, de manera frecuente, así como la mayoría de las veces. Es evidente que entre las opiniones de los empleados se vislumbra disparidad de criterios, específicamente en el segundo grupo.

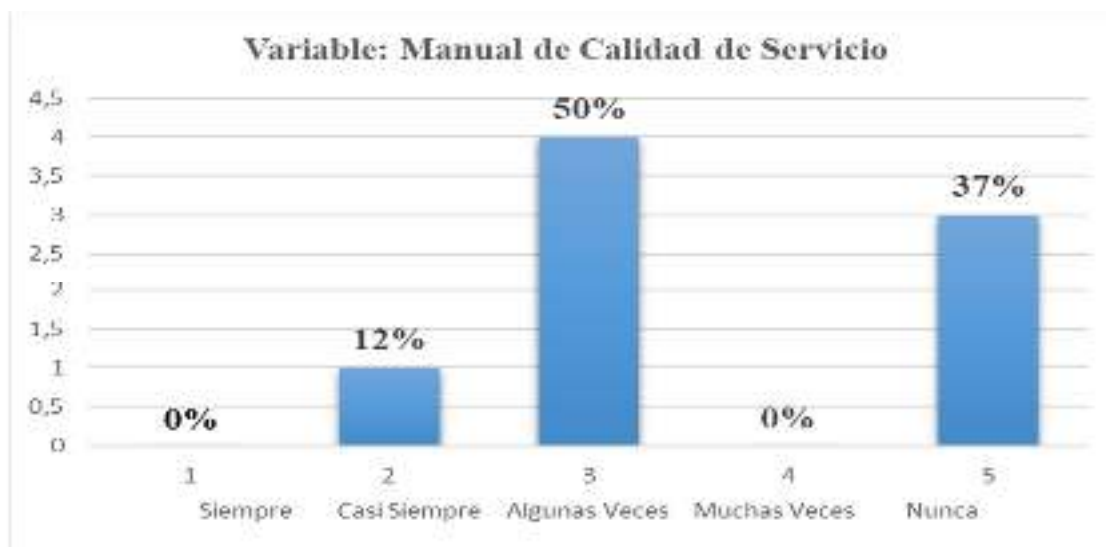
Para conocer un poco más de la temática, es relevante comprender que desarrollar una investigación de marketing demanda un esfuerzo considerable, pero a su vez ofrece una amplia gama de ventajas. Esta práctica permite eliminar suposiciones en el ámbito del marketing, ya que proporciona datos que pueden ser utilizados para impulsar la estrategia de marketing y lograr tanto los objetivos como las metas establecidas (Gutiérrez & Rodríguez, 1999, p. 50)

Los autores explican que se pueden lograr mejoras significativas en la comercialización a través de un enfoque sistemático, tanto en términos de facilidad como de efectividad. Esta estrategia requiere una inversión, pero sus beneficios son notorios, ya que ayuda a optimizar y maximizar los resultados obtenidos en las actividades de marketing.

**Tabla N°. 8***Indicador: Transporte*

Ítem 10	Respuesta	Fi	Porcentaje (%)
La organización cuenta con algún tipo de transporte para el desarrollo de sus actividades dentro y fuera de su jurisdicción.	Siempre	0	0%
	Casi Siempre	1	12%
	Algunas Veces	4	50%
	Muchas Veces	0	0%
	Nunca	3	37%
<b>Total</b>		<b>08</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Frecuencia absoluta para cada ítem del indicador Transporte. **Fuente:** Elaboración propia (2023).

**Figura N°. 9***Indicador: Transporte*

*Nota:* Datos estadísticos obtenidos de los ítems. **Fuente:** Elaboración propia (2023).

**Análisis:** La gráfica muestra como el criterio algunas veces presenta un mayor porcentaje, 50% en ventaja con el resto de los otros criterios, en esta ocasión la mitad de los encuestados expresó que el uso del transporte en la empresa puede darse a menudo. Otro grupo menor, optó por el criterio nunca con un 37%, ellos manifiestan que la logística en transporte no es viable. Mientras que una minoría con el 12% consideró que casi siempre el transporte es utilizado por la

empresa regularmente. Las manifestaciones emitidas por el personal encuestado, arrojan que el transporte para la organización no es imprescindible.

Sin embargo, se infiere que el transporte es acción y resultado de mover algo de un lugar a otro. Hace referencia a los dispositivos o vehículos utilizados para este propósito, los cuales permiten el traslado de personas o mercancías desde un lugar específico a otro. (Urzelai, 2006, p. 54).

Además, el autor explica que esto es parte integral de la logística, que se define como el conjunto de recursos y técnicas utilizadas para organizar eficientemente un servicio o una empresa.

**Tabla N°. 9**

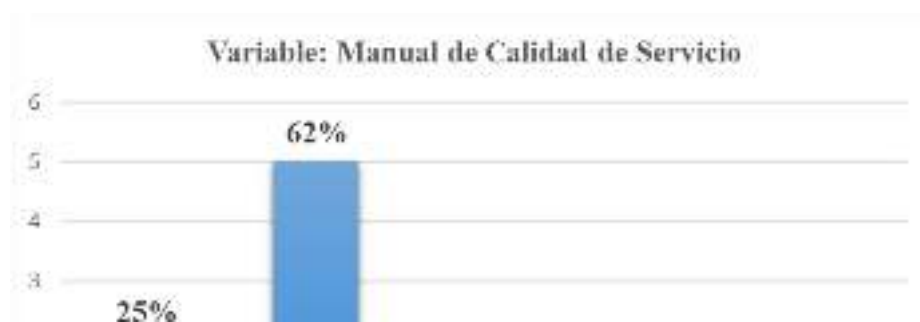
*Indicador: Contabilidad*

Ítem 11	Respuesta	Fi	Porcentaje (%)
Considera usted que el proceso contable en la actualidad es el más adecuado para el desempeño eficiente de la empresa.	Siempre	2	25%
	Casi Siempre	5	62%
	Algunas Veces	1	12%
	Muchas Veces	0	0%
	Nunca	0	0%
<b>Total</b>		<b>08</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Frecuencia absoluta para cada ítem del indicador Contabilidad. **Fuente:** Elaboración propia (2023).

**Figura N°. 10**

*Indicador: Contabilidad*



*Nota:* Datos estadísticos obtenidos de los ítems. **Fuente:** Elaboración propia (2023).

**Análisis:** De acuerdo a la figura el criterio que se impone con mayor porcentaje es casi siempre con 62%, la mayoría del personal encuestado sostuvo que dentro de la empresa el proceso contable es importante para el buen funcionamiento de la empresa, y se viene realizando usualmente. Otro grupo menor de encuestados que obtuvo un 25%, señaló que siempre funciona el proceso contable y una pequeña parte del personal, seleccionó el criterio algunas veces con un 12% expresando que en ocasiones se realiza dentro de la empresa el proceso contable. Finalmente, las manifestaciones emitidas por los empleados, señalan que el proceso contable funciona en gran medida en beneficio de la organización.

Ahondando un poco más en la temática se considera que:

No hay duda de que la contabilidad, en tanto técnica informativa, ha alcanzado un dominio total y se ha superado el estigma de ser simplemente un registro de eventos pasados. Finalmente, se le ha otorgado el lugar que le corresponde: el de una herramienta intrínsecamente informativa que se emplea para agilizar el proceso administrativo y respaldar la toma de decisiones tanto internas como externas por parte de los diversos usuarios. (Ramírez, 2008, p. 10)

Tabla N°. 10

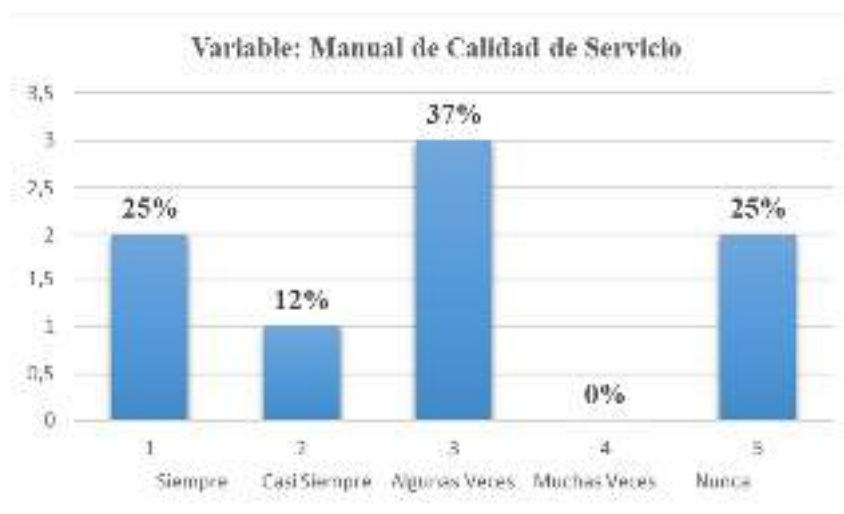
*Indicador: Mantenimiento de Equipos*

Ítem 12	Respuesta	Fi	Porcentaje (%)
Emplea herramientas de alta tecnología para un excelente mantenimiento de equipos en aras del buen servicio y satisfacción del consumidor.	Siempre	2	25%
	Casi Siempre	1	12%
	Algunas Veces	3	37%
	Muchas Veces	0	0%
	Nunca	2	25%
<b>Total</b>		<b>08</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Frecuencia absoluta para cada ítem del indicador Mantenimiento de equipos. **Fuente:** Elaboración propia (2023).

Figura N°. 11

*Indicador: Mantenimiento de Equipos*



*Nota:* Datos estadísticos obtenidos de los ítems. **Fuente:** Elaboración propia (2023).

**Análisis:** De acuerdo a la figura puede corroborarse que el porcentaje más alto lo representa el criterio algunas veces con 37%, significa que una mayoría de encuestados consideró que la empresa ocasionalmente emplea herramientas de alta tecnología para el mantenimiento de equipos. El criterio siempre se impone con un 25%, este menor grupo señala que periódicamente se aplica alta tecnología para el buen mantenimiento de equipos, y paralelamente el criterio nunca con 25%,

es una minoría de encuestados que considera totalmente lo contrario, el mantenimiento a equipos no aplica alta tecnología. Sin embargo, otra minoría de encuestados seleccionaron el criterio casi siempre con 12% señalando que este proceso de mantenimiento se realiza regularmente.

Para comprender la importancia del proceso rutinario, se hace mención al mantenimiento operativo, como se menciona en el contexto del Mantenimiento Productivo Total (TPM, por sus siglas en inglés), se refiere a la modalidad de mantenimiento llevada a cabo por los operadores de sistemas, máquinas u objetos. En cortas palabras, se basa en la relación entre el operador y el encargado del mantenimiento, como se establece en el marco productivo total (Dounce, 2014, p.57) Explica el autor que la parte operaria de los sistemas productivos, así como su objetivo, es mantener y alargar la vida útil de dichos sistemas evitando su desgaste.

En concordancia con la anteriormente referido al principio del capítulo, se reseña la siguiente dimensión N° 2 denominada Calidad de servicio sustantivo, conformada por 6 ítems, iniciando desde el número 13 hasta el número 18.

**Tabla N°. 11**

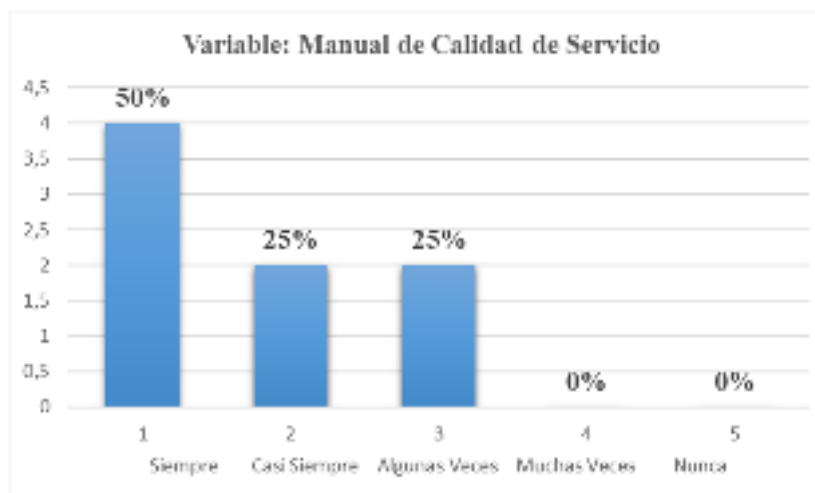
*Indicador: Procesos de Servicio*

<b>Ítem 13</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Fi</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Demuestra disposición actitudinal mediante la amabilidad orientada al cliente.	Siempre	4	50%
	Casi Siempre	2	25%
	Algunas Veces	2	25%
	Muchas Veces	0	0%
	Nunca	0	0%
<b>Total</b>		<b>08</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Frecuencia absoluta para cada ítem del indicador Procesos de servicio. **Fuente:** Elaboración propia (2023).

**Figura N°. 12**

*Indicador: Procesos de Servicio*



*Nota:* Datos estadísticos obtenidos de los ítems. **Fuente:** Elaboración propia (2023).

**Análisis:** En la figura se puede constatar que el criterio siempre obtuvo el más alto porcentaje, 50% que representa la mitad de los encuestados; ellos consideran que todas aquellas acciones implementadas por la empresa para la atención al cliente, de manera perenne ofrecen calidad de servicio; al margen de la satisfacción de un producto o servicio. Sin embargo, la otra mitad de los encuestados coincidió en porcentaje, aunque con criterios diferentes, casi siempre 25% y algunas veces con 25%, las opiniones de estos encuestados señalan que el servicio dentro de la empresa se aplica comúnmente, mientras que la otra postura sostiene que el servicio aplica de vez en cuando.

Dadas las condiciones que anteceden, es relevante comprender que el servicio al usuario cubre todas las actividades llevadas a cabo para atender a los clientes antes, durante y después de una compra, con el objetivo de lograr la satisfacción con un producto o servicio. Este proceso implica diversas etapas y factores que intervienen en el cumplimiento de ese objetivo. (Duque, 2005, p. 65). Señala dicho autor que, al evaluar la calidad desde la perspectiva de las expectativas, se considera primordial satisfacer las necesidades de los usuarios, lo cual implica tener en cuenta factores subjetivos asociados a las opiniones de las personas que utilizan el producto o servicio.

Tabla N°. 12

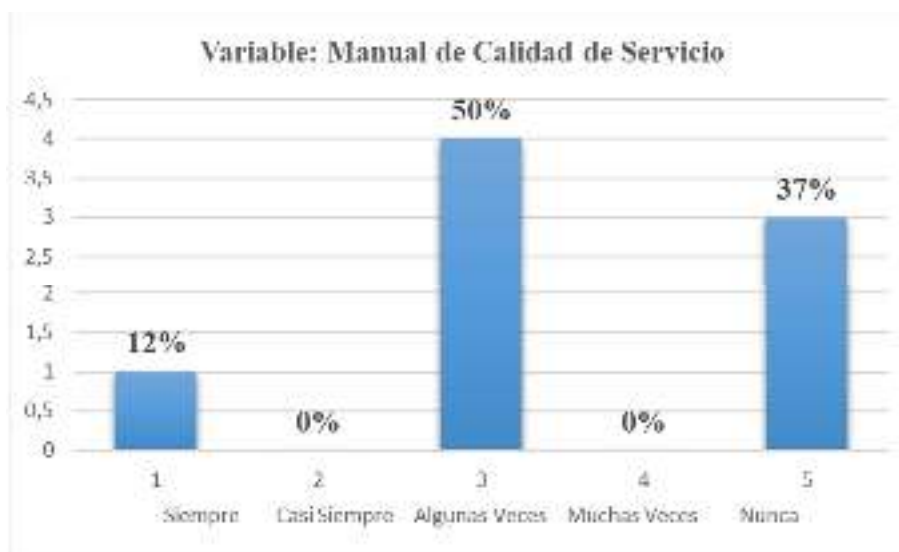
*Indicador: Mejora Continua*

Ítem 14	Respuesta	Fi	Porcentaje (%)
La gerencia establece con frecuencia la mejora continua para optimizar los procesos (productos y servicios) en búsqueda de excelencia en calidad.	Siempre	1	12%
	Casi Siempre	0	0%
	Algunas Veces	4	50%
	Muchas Veces	0	0%
	Nunca	3	37%
<b>Total</b>		<b>08</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Frecuencia absoluta para cada ítem del indicador Mejora continua. **Fuente:** Elaboración propia (2023).

Figura N°. 13

*Indicador: Mejora Continua*



*Nota:* Datos estadísticos obtenidos de los ítems. **Fuente:** Elaboración propia (2023).

**Análisis:** De acuerdo a la figura se aprecia que el criterio de mayor porcentaje y que representa a la mitad de los encuestados es algunas veces con 50%, conforme a estos datos se infiere que ellos consideran que la mejora continua en la organización se viene desarrollando en ocasiones. El criterio siempre representa a un 12% de los encuestados, quienes señalan que la empresa busca mejorar el funcionamiento de manera frecuente. Entre tanto, el criterio nunca con

un 37% de encuestados, contradice las posturas anteriores, señalan que la organización difícilmente implementa estrategias para mejorar su funcionamiento.

Comprender la importancia que amerita la mejora continua dentro de la empresa, es un aval para el éxito de la organización, en este sentido, según Kabboul (1994) el mejoramiento continuo es “como una conversión en el mecanismo viable y accesible al que las empresas de los países en vías de desarrollo cierran la brecha tecnológica que mantienen con respecto al mundo desarrollado”.

Aunado a lo anterior, la mejora continua se caracteriza como una estrategia que permite a las empresas mejorar sus posiciones en el mercado. Esto se logra al obtener la satisfacción del cliente y el aprecio por los servicios recibidos.

**Tabla N°. 13**

*Indicador: Estructuras de Calidad*

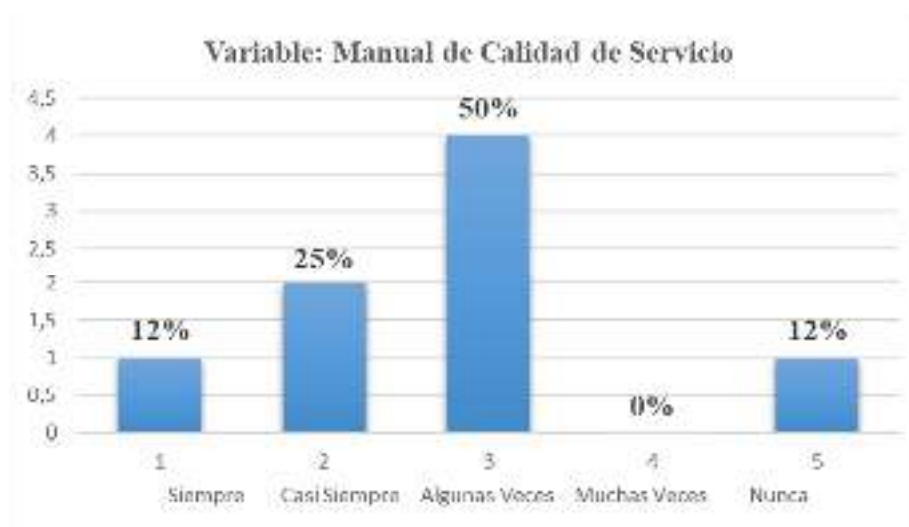
<b>Ítem 15</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Fi</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Para una excelente estructura de calidad se distribuye de manera adecuada al personal idóneo, las funciones básicas agrupadas por puestos de trabajo relacionadas entre sí por dependencias jerárquicas.	Siempre	1	12%
	Casi Siempre	2	25%
	Algunas Veces	4	50%
	Muchas Veces	0	0%
	Nunca	1	12%
<b>Total</b>		<b>08</b>	<b>100%</b>

*Nota:*

Frecuencia absoluta para cada ítem del indicador Estructuras de calidad. **Fuente:** Elaboración propia (2023).

**Figura N°. 14**

*Indicador: Estructuras de Calidad*



*Nota:* Datos estadísticos obtenidos de los ítems. **Fuente:** Elaboración propia (2023).

**Análisis:** Tal como puede corroborarse en la figura, se impone con mayor porcentaje el criterio algunas veces con 50%, datos que representan la mitad de los encuestados, quienes sostienen que todos aquellos procedimientos integrados, técnicos y administrativos de cara al buen funcionamiento de la empresa, y de conformidad con el principio de calidad, se desarrollan de vez en cuando. Otra parte de los encuestados, bajo los criterios siempre con 12% y casi siempre con 25% expresaron que la empresa coordina acciones adecuadas para la correcta distribución de la fuerza laboral de manera frecuente y ocasional. Sin embargo, una minoría optó por el criterio nunca con 12% señalando todo lo contrario a lo anterior, sostienen que difícilmente la organización ejecuta acciones estratégicas que aseguren la distribución adecuada de su capital humano para el buen funcionamiento de la compañía.

En consecuencia, a lo antes planteado, se infiere que la estructura de calidad u organización se concibe mediante la implementación de una estrategia que conlleva naturalmente a la elección de una estructura organizativa. El diseño de dicha estructura tiene como objetivo gestionar actividades derivadas de las diversas decisiones tomadas, lo que implica establecer una jerarquía,

distribuir y asignar el trabajo, establecer líneas de autoridad y comunicación, así como facilitar el flujo de datos e información a lo largo de dichas líneas. (Deming, 1989, p.75)

**Tabla N° 18**

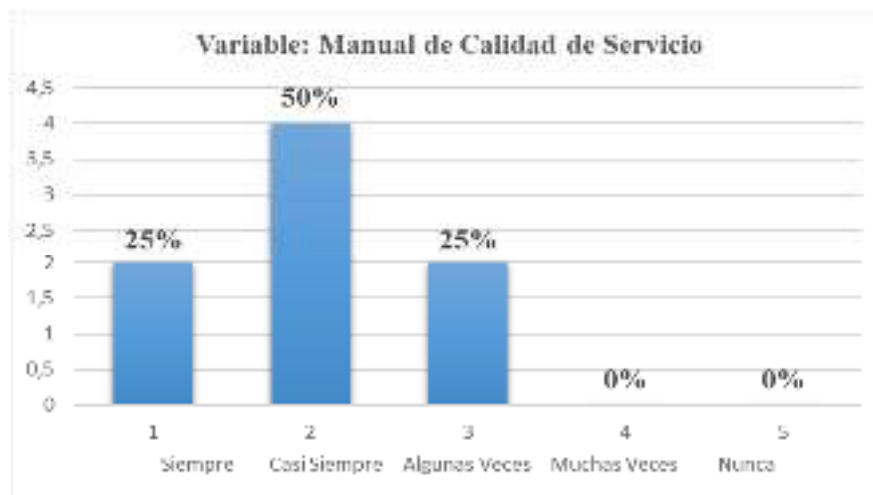
*Indicador: Métricas*

Ítem 16	Respuesta	Fi	Porcentaje (%)
Las métricas empleadas por la empresa describen el buen desempeño de la organización.	Siempre	2	25%
	Casi Siempre	4	50%
	Algunas Veces	2	25%
	Muchas Veces	0	0%
	Nunca	0	0%
<b>Total</b>		<b>23</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Nota: Frecuencia absoluta para cada ítem del indicador Métricas. **Fuente:** Elaboración propia (2023).

**Figura N°. 15**

*Indicador: Métricas*



*Nota:* Datos estadísticos obtenidos de los ítems. **Fuente:** Elaboración propia (2023).

**Análisis:** Según la gráfica referida se observa que la barra de mayor tamaño corresponde al criterio casi siempre con un 50%, porcentaje que representa a la mitad de encuestados, quienes

expresaron que la mayoría de las veces el buen desempeño de la organización parte de la implementación de las métricas. Sin embargo, surgen otras posturas en paralelo coincidiendo en sus porcentajes de 25% cada criterio, entre ellos, siempre y algunas veces. De manera que ambas posturas señalan que la organización efectúa seguimientos y evalúa el rendimiento de áreas que conforman la empresa de manera perenne, así como en ciertas ocasiones.

En vista de las opiniones emitidas, y en concordancia con la temática, se define la métrica como la unidad de medida objetiva que las empresas emplean para realizar el seguimiento, monitoreo y evaluación del éxito o fracaso de diversos procesos dentro de su organización. (Scrich, 2017, p.563). El autor sostiene que en muchas ocasiones esto implica la colaboración de las partes involucradas para determinar qué métricas son relevantes y significativas para ellos.

**Tabla N°. 14**

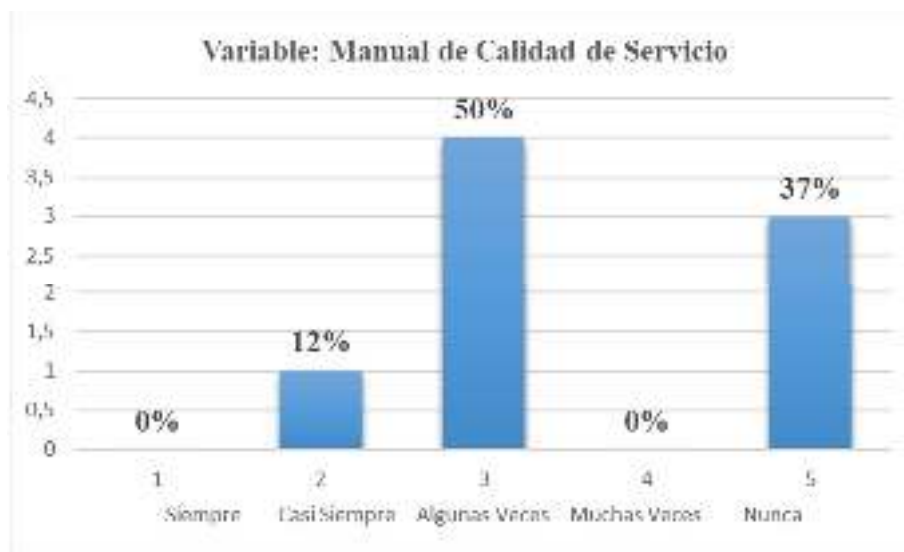
*Indicador: Sistema de Gestión de Calidad*

<b>Ítem 17</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Fi</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Son eficaces y eficientes los procesos de planear, ejecutar y controlar actividades que garanticen el buen funcionamiento de un sistema de gestión de calidad.	Siempre	0	0%
	Casi Siempre	1	12%
	Algunas Veces	4	50%
	Muchas Veces	0	0%
	Nunca	3	37%
<b>Total</b>		<b>08</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Frecuencia absoluta para cada ítem del indicador Auditoría. **Fuente:** Elaboración propia (2023).

**Figura N°. 16**

*Indicador: Sistema de Gestión de Calidad*



*Nota:* Datos estadísticos obtenidos de los ítems. **Fuente:** Elaboración propia (2023).

**Análisis:** Se observa en la figura que el mayor porcentaje le pertenece al criterio algunas veces con 50%, lo que representa a la mitad del personal encuestado, quienes expresan que los procesos de planeación y control de actividades para garantizar un sistema de gestión de calidad se aplica en ocasiones. Una minoría del personal optó por el criterio casi siempre con 12% manifestando que los procesos ya descritos se aplican en gran medida. Mientras que otro grupo mayor de encuestados se inclinó por el criterio nunca con un 37%, señalando que la operatividad de eventos que garanticen un sistema de gestión de calidad difícilmente se ejecuta dentro de la organización.

En vista de lo expresado por el personal entrevistado, y para ahondar un poco en la temática todo sistema de gestión de calidad establece una estructura operativa global en la organización y en todas las instalaciones, la cual está respaldada por procedimientos integrales, tanto técnicos como administrativos, con el fin de coordinar acciones del personal, máquinas y la información de

la organización y planta. Estos procedimientos se diseñan para garantizar a un cliente satisfecho a través de la calidad y los costos económicos más óptimos. (Rincón, 2000, p.84)

Aunado a lo anterior, al hablar del sistema de gestión de la calidad, se está haciendo referencia a la búsqueda de la excelencia y competitividad, que son los objetivos básicos de cualquier organización en el contexto actual de calidad. Además, este sistema se caracteriza por su complejidad, dinamismo e inestabilidad en el mercado, pero su objetivo es siempre brindar confianza y seguridad al cliente.

**Tabla N°. 15**

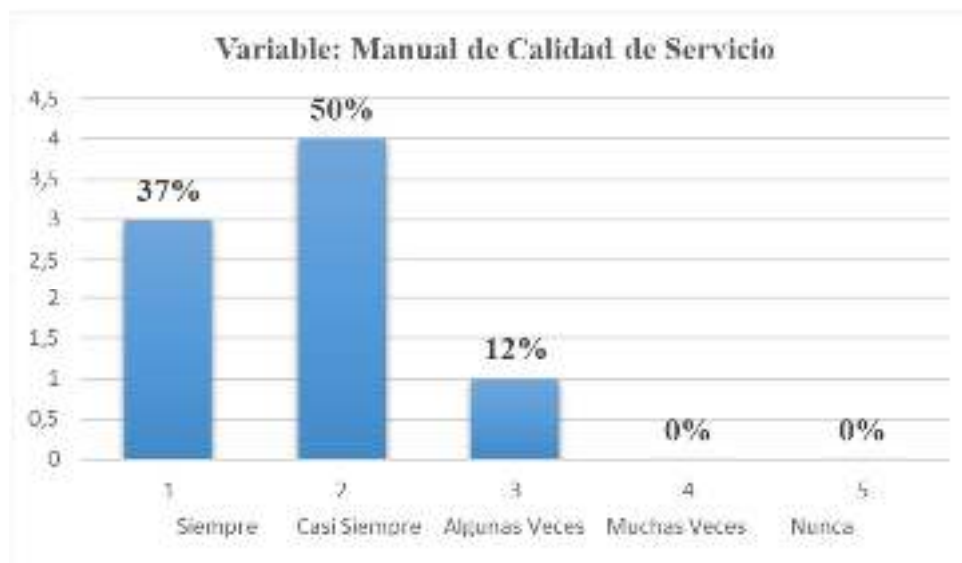
*Indicador: Auditoría*

<b>Ítem 18</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Fi</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
La aplicabilidad de la herramienta auditoría en la organización es competente para evaluar y mejorar sus políticas, objetivos y estándares de calidad.	Siempre	3	37%
	Casi Siempre	4	50%
	Algunas Veces	1	12%
	Muchas Veces	0	0%
	Nunca	0	0%
<b>Total</b>		<b>08</b>	<b>100%</b>

*Nota:* Frecuencia absoluta para cada ítem del indicador Auditoría. **Fuente:** Elaboración propia (2023)

**Figura N°. 17**

*Indicador: Auditoría*



*Nota:* Datos estadísticos obtenidos de los ítems. Fuente: Elaboración propia (2023).

**Análisis:** Desde la perspectiva de la presente figura se aprecia que el criterio casi siempre obtuvo un 50%, correspondiente a la mitad de los encuestados, y mayor porcentaje respecto a las otras opciones, este grupo sostiene que realizar auditorías regularmente ha mejorado las políticas, objetivos y estándares de calidad en la empresa. Paralelamente, el criterio siempre, se impone con un 37%, coincidiendo con el segundo criterio ya referido, por estas razones los encuestados señalan que la auditoría se desarrolla de manera frecuente, es una herramienta importante para la organización, donde sus objetivos siempre deben estar alineados con los objetivos de la alta dirección. Sin embargo, el criterio nunca alcanzó el 12% en la encuesta. Los participantes expresaron que es poco probable que el proceso de auditoría se lleve a cabo en la empresa.

Hechas las consideraciones anteriores, se define auditoría, como el procedimiento metódico, autónomo y registrado que posibilita recopilar pruebas de auditoría y llevar a cabo una evaluación imparcial para determinar en qué medida se cumplen los criterios de auditoría (un conjunto de políticas, procedimientos o requisitos que deben ser examinados). (ISO 9001: 2008, p.15). Según lo indicado en el documento, se puede deducir que el propósito de una auditoría es

realizar un diagnóstico, detectar qué actividades se llevan a cabo de acuerdo a lo previsto, cuáles no, y señalar aquellas que podrían ser mejoradas.

### **Análisis de los Resultados**

Después de analizar los doce (12) ítems correspondiente a la dimensión procesos en la gestión de calidad, se constató mediante las aseveraciones emitidas por los encuestados, que el criterio de mayor porcentaje fue, “Algunas Veces” con un 60% de la población que se inclinó por esta opción, considerando que la gestión dentro de la empresa Inn-grafic, C.A., se ha observado la importancia de la calidad en los productos ha llevado a que las organizaciones presten mayor atención a los procesos de ventas, aprovisionamiento, marketing, contabilidad y otros. Estos aspectos, que en ocasiones han sido descuidados, han adquirido un rol estratégico fundamental, ya que la calidad se ha convertido en un requisito esencial. De esta manera, muchas organizaciones dependen en gran medida de la calidad como un elemento clave para su éxito. No se trata únicamente de mantenerse competitivo en el mercado, sino de asegurar su propia estabilidad.

Del mismo modo, el criterio “Casi Siempre” se impuso con un porcentaje de 40%, ellos señalan que los procesos ya referidos son realizados dentro de la organización regularmente, mientras que otro grupo obtuvo el 20% con el criterio “Nunca”, manifestó lo contrario, los procesos de calidad que busca satisfacer los requerimientos acordados con sus clientes mediante una mejora continua, difícilmente se cumple en la organización.

A continuación, se describe el análisis de los últimos ítems del 13 al 18 pertenecientes a la segunda dimensión calidad de servicio sustantivo, en esta ocasión se sigue imponiendo con mayor porcentaje el criterio “Algunas Veces”, con 30% marcando por arriba de los otros criterios, los encuestados desde esta perspectiva manifiestan que los procesos de servicio, mejora continua,

métricas, auditoría, entre otros se ejecutan a menudo en la empresa. En vista de estos eventos, se infiere que existe poco compromiso desde la gerencia, así como del personal, han olvidado que la operatividad de estos eventos debe ejecutarse frecuentemente, con ello se pretende que los servicios de la empresa se realicen de forma consistente para una calidad de servicios superior a la de la competencia. Sin embargo, un 20% de la población encuestada se inclinó por el criterio “Casi Siempre”, ellos desde otra óptica señalan que dentro de la organización los procesos referidos se desarrollan la mayoría de las veces. Una minoría optimista con un 10% de los encuestados señaló que periódicamente se ejecutan los procesos.

En líneas generales, una vez analizadas las dos dimensiones; procesos en la gestión de calidad y calidad de servicio sustantivo, con sus respectivos indicadores, se infiere que el criterio que mayor porcentaje obtuvo fue “Algunas Veces”, con 90% de los encuestados, seguido del criterio “Casi Siempre” con 60%, mientras que los restantes criterios “Siempre” y “Nunca” predominaron con 10% y 20%. La realidad que vive la Empresa Inn-grafic conforme a las aseveraciones emitidas por el personal que labora en dicha compañía, es un tanto imprecisa, se evidencia la falta de un manual de calidad de servicio que permita determinar objetivos, establecer metas, control de actividades, planeación, cumplir con el desarrollo de sus procesos y asegurar la calidad del servicio en las decisiones con el fin de lograr una mayor satisfacción al cliente, y aumentar la competitividad.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### **Conclusiones**

Una vez finalizado el análisis de los resultados, se detalla a continuación las respuestas a las interrogantes formuladas por cada objetivo específico correspondiente al capítulo I.

De acuerdo al primer objetivo que busca, describir los procesos de gestión de calidad de servicios sustantivo que ofrece la empresa Inn-grafic C.A. vale decir que, mediante la observación, así como la aplicación del instrumento, se corroboró que dicha organización medianamente cumple con algunas políticas que pueden garantizar el buen funcionamiento que determina la eficiencia y eficacia de cada actividad, en cortas palabras, las necesidades del cliente son atendidas de forma regular.

En este sentido, se encontró que el proceso de calidad de servicio que ofrece la empresa, se rige mediante normas de calidad. Asimismo, dentro de este rango también se observó que la organización casi siempre está ofreciendo al cliente diferentes soluciones adaptadas a su presupuesto y necesidad, mostrándoles cuadros comparativos respecto a la calidad-durabilidad-eficiencia y costo.

Conforme al siguiente objetivo que pretende evaluar la calidad de servicios sustantivos de la empresa Inn-grafic. C.A. se comprobó mediante la aplicación del cuestionario que en la compañía impera la puesta en práctica de ciertos estándares como las normas de calidad y seguridad nacional e internacional, que casi siempre precisan una evaluación de calidad del servicio, y al mismo tiempo permite la satisfacción del cliente, donde la compañía busca adaptarse a las necesidades del mismo ofreciéndoles un abanico de opciones de las cuales él podría elegir, la más pertinente

Finalmente, el tercer objetivo que consiste en, diseñar un Manual de Calidad de servicio para la empresa Inn-grafic C.A. Como respuesta al siguiente objetivo, se diseñó un Manual de Calidad y con su implementación se requiere que la Compañía Inn-grafic C.A. establezca los estándares de calidad, así como sus políticas e instrumentos dotados para la consecución de los objetivos trazados. Sin duda alguna, que la implementación del Manual para la empresa constituye una herramienta determinante para el buen funcionamiento de todos los procesos que pueden ser ejecutados bajo el compromiso que debe asumir el personal que allí labora. Además, es un documento que puede estar al alcance de los usuarios, clientes, proveedores e instituciones a fin de que conozcan sus políticas por la cual se rige la organización.

Con la puesta en práctica del Manual de Calidad la compañía asegura la confiabilidad de los procesos y procedimientos ejecutados, se establece el marco estratégico, así como los objetivos corporativos a corto, mediano y largo plazo, se definen las funciones, responsabilidades y autoridades conformando la base fundamental de la compañía, basada en modelos de calidad y mejoramiento continuo.

### **Recomendaciones**

Es importante comprender que el Manual de Calidad debe revisarse periódicamente por el personal de la empresa con el propósito de estudiar cada propuesta referida.

Cada miembro de la oficina del servicio al cliente debe estar capacitado para comprender la importancia de recibir un reclamo, procesarlo y no causar frustración al cliente

La empresa debe partir de un excelente proceso para el reclutamiento de un personal idóneo para su buen desempeño en cada uno de los departamentos y oficinas que se desempeñe

La Compañía debe efectuar reuniones para dar a conocer la visión, misión, objetivos y políticas de la organización que promuevan la comunicación entre todos sus miembros por medio de capacitaciones, medios impresos, electrónicos o proyectos especiales.

Presentar mediante un despliegue total el contenido del Manual de Calidad a todos y cada uno de los miembros de la Compañía.

El proceso de certificación de calidad brinda ventaja competitiva a la Compañía, proporciona estandarización de los procesos y promueve una cultura enfocada en la capacidad y competencias de las personas

Proveer de una copia del Manual de Calidad a cada unidad, gerencia, departamento y oficina como fuente de consulta, enriquecimiento personal y global.

Es fundamental para la organización mantener y asegurar el constante progreso de los procedimientos, estructuras, guías y enfoques de trabajo.

No obstante, el presente trabajo de investigación será como punto de partida de una mejora creciente dentro de la organización enfocando al Manual de Calidad como herramienta vital para perfilarse hacia la calidad y eficacia de la Compañía.

## CAPÍTULO VI

### PROPUESTA

#### MANUAL DE CALIDAD DE SERVICIO PARA LA EMPRESA INNGRAFIC, C.A

<b>Código:</b>	<b>M-SGC-01</b>	<b>ISO 9001:2015</b>	<b>Fecha de Elaboración</b>	<b>Julio-2023</b>
<b>Actualización:</b>	<b>01</b>	<b>Documento Controlado</b>	<b>Páginas:</b>	<b>106 - 151</b>
<b>EMPRESA INN-GRAFIC, C.A.</b>				

#### Tabla de Contenido

	Pág.
<b>Introducción.....</b>	<b>105</b>
<b>Objetivo.....</b>	<b>106</b>
<b>Justificación.....</b>	<b>107</b>
<b>Alcance.....</b>	<b>108</b>
<b>Referencias normativas.....</b>	<b>108</b>
<b>Definiciones y Terminología.....</b>	<b>109</b>
<b>1-CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN</b>	
1.1-Contexto de la compañía.....	112
1.2-Misión.....	113
1.3-Visión.....	113
1.4-Comprensión de la organización y su contexto.....	114
1.5-Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas.....	114
1.6-Sistema de gestión de calidad y sus procesos.....	116
1.7-Mapa de proceso.....	116
1.8-Operacionalización de los procesos.....	117
<b>2-LIDERAZGO</b>	
2.1- Liderazgo y compromiso.....	118
2.2-Política de calidad.....	118
2.3- Roles, responsabilidades y autoridades en la organización.....	120
2.4-Enfoque al cliente.....	120
<b>3-PLANIFICACIÓN</b>	
3.1-Objetivos de la calidad y planificación para lograrlos.....	121
3.2-Planificación de los cambios.....	121
3.3-Organigrama de Inngrafic, C.A.....	123
3.4-Comunicación Interna.....	132
<b>4-APOYO - GESTIÓN DE RECURSOS</b>	
4.1-Provisión de recursos.....	134

4.2-Recursos humanos.....	135
4.3-Formación, sensibilización y competencia.....	135
4.4-Instalaciones.....	136
4.5-Ambiente de trabajo.....	136
<b>5-OPERACIÓN - REALIZACIÓN DEL PRODUCTO</b>	
5.1Planificación de la realización del producto y/o servicio.....	137
5.2-Procesos relacionados con los clientes.....	138
5.3-Revisión de los requisitos del producto.....	138
5.4-Comunicación con los clientes.....	139
<b>6-DISEÑO Y DESARROLLO</b>	
6.1Diseño.....	140
6.2-Compras.....	140
6.3-Información de compras.....	140
6.4-Verificación de los productos comprados.....	141
<b>7-PRODUCCIÓN Y PRESTACIÓN DEL SERVICIO</b>	
7.1-Control de la producción.....	142
7.2-Validación de los procesos de la producción y de la prestación del servicio.....	143
7.3-Identificación y trazabilidad.....	144
7.4-Conservación del producto.....	144
7.5-Control de los equipos de medición y seguimiento.....	145
<b>8-SEGUIMIENTO -MEDICIÓN, ANÁLISIS Y MEJORA</b>	
8.1-Satisfacción del cliente.....	146
8.2-Auditoría Interna.....	147
8.3-Medición y seguimiento de los procesos.....	147
<b>9-MEJORA</b>	
10.1-Planificación para la mejora continua.....	149
10.2-Acciones correctivas.....	150
10.3-Acciones preventivas.....	151
<b>10-DISPOSICIONES FINALES</b>	
10.1- Control de las no conformidades.....	152
10.2-Lo no previsto en este manual.....	153
10.3-Fecha de publicación.....	154

## **Introducción**

Actualmente se observa que los desafíos son cada vez mayores dentro del mundo empresarial competitivo, producto de los estándares de calidad que cada día se vuelven más exigentes. De allí la importancia de ofrecer calidad del producto y/o servicio, ya que se ha convertido en un requisito imprescindible y estratégico por ser clave en una organización permitiéndole ser sostenible y posicionarse en el mercado (Salas, 2013, p.45)

En estos momentos, es imprescindible satisfacer requisitos de calidad específicos para poder competir en un mercado cada vez más exigente. Por tanto, resulta importante la propuesta de un manual de calidad para la empresa INN-GRAFIC C.A. Este manual desempeñará un papel fundamental al establecer los objetivos y los procedimientos que la compañía debe seguir para garantizar el cumplimiento de los estándares de calidad en la producción de sus productos o servicios finales. Su objetivo es documentar de manera exhaustiva el nivel de compromiso que la organización tiene con la calidad y el sistema de gestión de calidad que emplea para alcanzar sus metas. La magnitud y el nivel de detalle del diseño del manual de calidad estarán en consonancia con el tamaño y la complejidad de la empresa.

En este mismo orden de ideas, el manual de calidad diseñado para la empresa INN-GRAFIC, C.A. se sujeta de acuerdo a los requerimientos de la Norma ISO 9001: 2015 en el marco de los principios de gestión de calidad. Por tanto, es relevante que la organización que busca fortalecer su gestión a través de políticas efectivas y eficientes deben examinar toda la operatividad de los procesos de gestión para determinar medidas para su respectiva trayectoria. En cortas palabras, mediante la implementación del Manual de Calidad, paulatinamente estará dando respuesta a muchas de las interrogantes que pueden surgir durante el proceso de cambio en la compañía INNGRAFIC, C.A.

La implementación del Manual de Calidad debe contemplar los elementos que se adecuan a la norma de acuerdo a los requerimientos de la compañía, asimismo, anexar aquellos procedimientos documentados que no son tratados por la norma pero que son importantes para el correcto funcionamiento de las actividades. Además, el documento de la empresa ayuda a proporcionar un marco de referencia para las mejoras continuas para optimizar los niveles de satisfacción del cliente, así como de las partes interesadas.

Por otro lado, aumenta la confianza de la empresa y de los usuarios en su capacidad de brindar un servicio de calidad que informe los alcances y objetivos en el contexto de la eficacia de la empresa donde confluya la interacción entre conocimiento y experiencia.

En cuanto a los logros dependerá del tamaño y la complejidad de cada organización, así como de los fines de dicha herramienta o documento, también existen compañías que resuelven aumentar su beneficio un poco más allá de documentar dichos sistemas de gestión de calidad. En este sentido, las empresas pueden documentar los manuales de Calidad y describir los compromisos de parte de la directiva a través de sus políticas, objetivos claros y evaluables, entre otros.

## **Objetivo**

Fortalecer la gestión de la calidad de la empresa INN-GRAFIC, C.A. mediante la implementación efectiva y eficiente del manual de calidad de acuerdo con los requisitos de la Norma ISO 9001:2015, que optimice el funcionamiento de los procesos de gestión y garantice el camino hacia la mejora continua.

**Justificación.**

La implementación de un manual de calidad de servicio debe estar respaldada por razones claras y validas que demuestren la importancia y los beneficios que aporta a la organización, por ello debe describir el contexto donde opera la organización y la importancia del servicio para su éxito. Identificar los desafíos y las oportunidades relacionadas con la calidad del servicio y cómo impactan en la satisfacción del cliente y en la reputación de la empresa.

Los objetivos que se pretenden alcanzar con la implementación del manual deben incluir mejorar la satisfacción del cliente, aumentar la lealtad de estos usuarios, optimizar la eficiencia operativa, reducir los costos asociados con problemas de calidad, entre otros. Asimismo, destacar los beneficios tangibles e intangibles que se esperan obtener al alcanzar estos objetivos. Los estándares de calidad como las normas ISSO 9001:2015, son de carácter relevante cumplir con sus directrices, que deben seguirse para garantizar la calidad del servicio y el cumplimiento legal.

Una ventaja competitiva del manual de calidad de servicio es demostrar mediante una excelente reputación sólida de calidad, que puede diferenciar a la empresa de sus competidores y atraer a nuevos clientes. Además, resaltar cómo la mejora continua del servicio, puede generar recomendaciones positivas y promover el boca a boca favorable.

Del mismo modo, involucra a todo el personal de la empresa estableciendo la cultura de servicio centrada en el cliente que fomentará la responsabilidad y el compromiso de cada miembro del equipo.

Vale resaltar que la puesta en práctica del manual destaca también la evaluación periódica y mejora continua de cada proceso, desde su medición y monitoreo de los indicadores claves de desempeño, determinando cómo se realizarán sus ajustes y actualizaciones según sea necesario.

## **Alcance**

El alcance del Manual de Calidad abarca a todos los procesos involucrados en la empresa INNGRAFIC, C.A., destacando la gestión de la calidad, la responsabilidad de la dirección, la gestión de recursos, la realización del servicio, la medición, análisis y mejora:

El Manual de Calidad será de obligatorio cumplimiento para todos los miembros de la organización y se mantendrá actualizado y revisado periódicamente para garantizar su adecuación a los cambios y necesidades de la empresa. El presente Manual de Calidad busca establecer una base sólida para el aseguramiento de la calidad en INN-GRAFIC, C.A., impulsando la mejora continua y la satisfacción de nuestros clientes, así como el cumplimiento de los requisitos legales y reglamentarios aplicables.

## **Referencia normativa**

Este manual de Calidad para la empresa INNGRAFIC, C.A, se fundamenta en las siguientes normas:

UNE-EN ISO 9000:2015 establece un conjunto de fundamentos y vocabulario.

UNE-EN ISO 9001-2015 contempla los requisitos que deben cumplir los sistemas de gestión de calidad.

UNE-EN ISO 9004:2018 proporciona directrices exhaustivas que abarcan tanto la eficacia como la eficiencia del sistema de gestión de calidad.

UNE-EN ISO 9011:2018 brinda las directrices para las auditorías en un sistema de gestión de calidad.

## **Definiciones y terminología**

Los términos y definiciones aplicados en el manual de calidad está bajo la Norma ISO 900:2015 “Sistema de gestión de la calidad: fundamentos y vocabulario.

**Sistema de gestión:** Incluye las actividades mediante las cuales una organización define sus objetivos y determina los procesos y recursos necesarios para lograr los resultados esperados.

**Calidad:** El grado en el que un conjunto de características cumple con los requisitos.

**Contexto de la organización:** Identifica los factores que afectan el propósito, objetivos y sustentabilidad de una organización. Considera factores internos tales como los valores, cultura, conocimiento y desempeño de la organización. También tiene en cuenta factores externos como las condiciones legales, tecnológicas, competitivas, de mercados, culturales, sociales y económicas.

La visión, misión, política y objetivos son ejemplos de las formas en las que se pueden

**Proceso:** Conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan que utiliza las entradas para proporcionar un resultado previsto.

**Procedimiento:** Es una forma específica de realizar una actividad o proceso.

**Requisito:** Una necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita y obligatoria.

**Eficiencia:** Correlación de resultados obtenidos y recursos utilizados.

**Eficacia:** Nivel de ejecución de las actividades programadas y el alcance de los resultados deseados

**La alta dirección:** Individuos o colectivos que ejercen el liderazgo y la supervisión de una organización en su nivel más elevado.

## 1- Contexto de la organización

## **1.1-Comprensión de la organización y su contexto**

La Compañía INN-GRAFIC, C.A. es una entidad localizada en la Av. 6 con calle 14 local 1 sector la Milagrosa parroquia Betijoque estado Trujillo. Es una empresa que no elabora productos si no que ofrece un servicio, dedicada a la optimización, mantenimiento e implantación de procesos en pequeñas, medianas y grandes empresas mediante la implementación de sistemas tanto electromecánicos como computacionales con miras hacia el automatismo de los mismos garantizando la seguridad y la eficiencia, poco a poco ha ido evolucionando hasta convertirse en una de las entidades del sector mayormente reconocida en nuestra región.

Esta empresa se ha destacado en su Sector y ha logrado mantenerse a la vanguardia gracias a su constante renovación de equipos. Además, ha invertido en las últimas tecnologías, especialmente en sistemas de seguridad, lo que le permite ofrecer servicios de calidad. Cuenta con un equipo de profesionales técnicos altamente capacitados y con experiencia, lo que garantiza el éxito en todos los servicios que brindan a sus clientes y fomenta un alto nivel de fidelidad por parte de los mismos.

Brinda soluciones a pequeñas, medianas y grandes empresas de la zona andina del país (Mérida, Táchira y Trujillo). Enfocados principalmente en la automatización y control de los procesos industriales, ofreciendo a dichas empresas servicios integrales como correctivos y de mantenimiento.

### **Misión**

Ser un apoyo directo a la producción nacional estableciendo sistemas eficientes en las empresas de producción que les permitan abaratar costos y aumentar la capacidad de producción, de esta manera buscamos que los productos terminados puedan abastecer la demanda regional y llegar a manos del consumidor en menor costo.

## **Visión**

Ser la empresa líder en el área de implementación de sistemas de control, automatización y mantenimiento de procesos industriales de pequeñas, medianas y grandes empresas, brindando un servicio de calidad y establecer una relación continua con dicha empresa a ofrecer los servicios de mantenimiento programado.

Desde la comprensión de la organización realmente implica un análisis exhaustivo de misión, visión, entorno, de las partes interesadas, así como un análisis interno y marco normativo.

Efectivamente, vale destacar que para la organización la misión y visión proporciona una brújula que guía todas las acciones y decisiones. La misión establece el propósito central de la organización, mientras que la visión traza la dirección a largo plazo y establece los objetivos deseados. Estas declaraciones estratégicas ayudan a mantener el enfoque en los resultados y en la creación de valor para los clientes y otras partes interesadas clave.

No obstante, la comprensión integral proporciona a la organización una base sólida para la toma de decisiones estratégicas, la identificación de oportunidades, la gestión de riesgos y el desarrollo de planes de acción efectivos. Al comprender completamente su contexto, la organización puede adaptarse y prosperar en un entorno empresarial dinámico y altamente competitivo, es por ello, que no solo es fundamental para la toma de decisiones estratégicas, sino que también impulsa el éxito y la supervivencia a largo plazo de la empresa desde una perspectiva empresarial dinámica y altamente competitiva.

### **1.2-Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas**

Realmente, es un aspecto fundamental dentro de la empresa INN-GRAFIC, C.A es brindar un servicio excepcional y satisfacer a los clientes, es esencial comprender y abordar

adecuadamente las necesidades y expectativas de todas las partes involucradas en la operación del negocio. Ahora bien, las partes interesadas son todos los individuos, grupos u organizaciones que tienen un interés directo o indirecto en las operaciones y resultados de las empresas. Estos pueden incluir clientes, empleados, proveedores, accionistas, comunidades locales y reguladores, entre otros. Estas partes tienen necesidades y expectativas específicas que deben ser identificadas y tenidas en cuenta para lograr una gestión eficaz de la calidad del servicio.

Sin duda alguna, que comprender las necesidades de los usuarios es fundamental para ofrecer un servicio de calidad. Esto implica identificar y comprender sus requisitos específicos, deseos y expectativas en relación con el servicio que la empresa proporciona. Para lograr esto, es esencial realizar una escucha activa y recopilar información a través de encuestas, retroalimentación directa, análisis de datos y seguimiento de la satisfacción del cliente. Esta información permite adaptar y mejorar continuamente los servicios para satisfacer y superar las expectativas de la parte interesada.

Por tanto, los usuarios, como los empleados también son una parte interesada crucial en la prestación de servicios de calidad. Comprender sus necesidades y expectativas es vital para mantener un entorno laboral motivador y productivo. Esto implica considerar aspectos como el desarrollo profesional, la remuneración justa, las condiciones laborales seguras y saludables, así como la comunicación clara y efectiva. Al satisfacer las necesidades de los empleados, se fomenta la satisfacción laboral, la lealtad y el compromiso, lo que a su vez se refleja en un mejor servicio al cliente. Por último, es importante mencionar la importancia de comprender y abordar las necesidades y expectativas de la comunidad. Cumpliendo con normativas y regulaciones aplicables, respetando el ambiente y contribuir positivamente al desarrollo sostenible de la comunidad en donde opera la empresa.

### **1.3-Sistema de gestión de calidad y sus procesos**

El sistema de gestión de la calidad INN-GRAFIC, C.A debe estar ajustado a la norma ISO 9001-2015 y queda descrito en la presentación de la propuesta del Manual de Calidad, el cual va ser la guía para conocer el funcionamiento de la empresa, conociendo el manejo de las actividades de calidad del servicio, así como también cumplir con los requerimientos de los clientes para lograr un cliente satisfecho. Este Manual para INN-GRAFIC, C.A Se considera una herramienta fundamental para garantizar que la empresa cumpla con los estándares de calidad establecidos y mejorar continuamente su desempeño. Este sistema se compone de una serie de procesos interrelacionados que trabajan en conjunto para lograr los objetivos de calidad de la organización. Vale decir que, la planificación de la calidad es el proceso inicial en el sistema de gestión de calidad. En este período, se definen los objetivos y metas de calidad, se identifican los requisitos y expectativas de los clientes y otras partes interesadas, y se establecen planes y estrategias para alcanzar los estándares de calidad deseados.

La planificación de la calidad implica una evaluación exhaustiva de los procesos internos, así como el desarrollo de medidas y controles para garantizar la conformidad y la mejora continua son elementos claves en este sistema. Al implementar y mantener un sistema de gestión de calidad efectivo, una organización puede asegurar la satisfacción del cliente, la eficiencia operativa y la excelencia en sus productos o servicios.

#### **1.3.1- Mapa de proceso**

INN-GRAFIC, C.A., ha determinado los procesos requeridos para el sistema de gestión de calidad (SGC), así como la secuencia e interacción de los procesos relacionados, que están acompañados de recursos que generan cambios en aquellos elementos de entrada y de salida

otorgando posteriormente un valor para el cliente. Vale decir que, este diagrama representa a modo de inventario gráfico la relación existente entre cada proceso desarrollado por la organización.

**Figura N° 19**

*Diagrama del Mapa de procesos*



*Nota:* Datos recopilados durante la investigación.

**Fuente:** Elaboración propia (2023).

### 1.8.2-Operacionalización de los procesos

Es considerado como paso crucial para garantizar que los procesos definidos en una organización se lleven a cabo de manera efectiva y eficiente, a fin de convertir los planes y procedimientos en acciones concretas y tangibles, asegurando la continuidad para que se cumplan los objetivos establecidos. De allí la importancia de asignar responsabilidades claras a cada miembro del equipo involucrado en el proceso. La asignación de recursos adecuados es clave para asegurar que se asignen los recursos necesarios para llevar a cabo cada actividad del proceso. Por otro lado, el desarrollo de procedimientos operativos estándar, que describen paso a paso cómo

realizar cada actividad del proceso y deben ser claros, concisos y fáciles de entender para todos los involucrados.

Otro aspecto importante, es la capacitación y entrenamiento a los miembros del equipo involucrados en el proceso para asegurar que comprendan y puedan llevar a cabo cada actividad de acuerdo con los procedimientos establecidos. Asimismo, la mejora continua que procede como un ciclo continuo de mejora, se puede lograr una operacionalización exitosa que permita a la organización alcanzar sus objetivos y brindar productos o servicios de alta calidad.

## **2.0-Liderazgo**

### **2.1-Liderazgo y Compromiso**

Los líderes deben tener el compromiso de establecer la visión y la dirección de la empresa, creando un entorno interno en el que el personal esté plenamente comprometido con el logro de los objetivos. En el caso de la empresa INN-GRAFIC C.A., es fundamental que el equipo directivo demuestre su compromiso con la implementación del Manual de Calidad de diferentes maneras, incluyendo la rendición de cuentas y la presentación de informes. Esto implica asumir la responsabilidad y la obligación de dar explicaciones sobre la eficacia del Manual de Calidad ante las partes interesadas, entre ellas, el consejo directivo y los cuerpos de inspección.

### **2.2- Política de calidad**

Las políticas de calidad son las directrices y principios que establecen el marco general para garantizar un servicio de alta calidad. Es por ello, que la entidad debe presentar una política de calidad que puede ser definida, documentada y ser compartida con todos los miembros de la organización, así como con el público en general. Esta política de calidad debe presentar un

carácter relevante para estar en consonancia con los objetivos establecidos y lograr altos estándares de calidad. Además, puede mejorar de manera continua todos los procesos.

A continuación, se presenta una descripción de posibles políticas de calidad para la empresa INN-GRAFIC C.A., destacando entre ellas:

**Enfoque en el cliente:** Colocar al cliente en el centro de todas las decisiones y acciones, asegurando su satisfacción y superando sus expectativas en cada interacción.

**Mejora continua:** Comprometerse con la mejora continua del servicio, buscando constantemente formas de optimizar los procesos, identificar áreas de oportunidad y aplicar soluciones para elevar la calidad.

**Capacitación y desarrollo del personal:** Promover el desarrollo profesional y personal de los empleados, brindando capacitación adecuada, oportunidades de crecimiento y fomentando un ambiente de trabajo positivo que impulse la excelencia en el servicio.

**Comunicación efectiva:** Establecer canales de comunicación claros y efectivos tanto internos como externos, para garantizar una interacción fluida y una comprensión precisa de las necesidades y expectativas de los clientes.

**Trabajo en equipo y colaboración:** Impulsar una cultura de colaboración y trabajo en equipo entre los diversos departamentos y miembros del equipo, reconociendo la importancia de esta sinergia para el logro de los objetivos organizacionales la coordinación y la cooperación para brindar un servicio integral y coherente.

**Gestión de riesgos:** Implementar procesos y prácticas para identificar y mitigar los riesgos asociados con la prestación del servicio, asegurando la seguridad y la confiabilidad en todas las etapas.

Responsabilidad social y ética: Actuar de manera responsable y ética en todas las interacciones con los clientes, empleados, proveedores y la comunidad en general, cumpliendo con los estándares legales y éticos aplicables.

Medición y seguimiento: Establecer indicadores clave de desempeño y procesos de monitoreo para evaluar regularmente la calidad del servicio, identificar áreas de mejora y tomar acciones correctivas cuando sea necesario.

Innovación y adaptabilidad: Fomentar la innovación, la creatividad y la adaptabilidad en la prestación del servicio, buscando constantemente nuevas formas de satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes y mantenerse a la vanguardia en un entorno competitivo.

Estas políticas de calidad, pueden adaptarse a las necesidades y características específicas de la organización, deben guiar a todo el personal en la búsqueda de la excelencia en el servicio y pueden ser revisadas y actualizadas periódicamente para mantener su relevancia y efectividad.

### **2.3- Roles, responsabilidades y autoridades en la organización**

Se ha creado el organigrama general de la empresa, el cual muestra claramente la estructura de autoridad y los niveles jerárquicos de los diferentes cargos. Asimismo, se identificaron los cargos que están relacionados con el sistema de gestión de calidad y se elaboraron descripciones y perfiles detallados para cada uno de ellos. En este organigrama se han asignado de manera precisa las responsabilidades y las autoridades correspondientes a cada cargo y a los procesos que se llevan a cabo en la organización. No obstante, Este compromiso, así como las autoridades están claramente definidas y se encuentran alineadas con la estructura jerárquica establecida en el organigrama.

## **2.4-Enfoque al Cliente**

Es un aspecto fundamental, para asegurar la calidad y el éxito de una organización. Por ello, es importante comprender como satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, colocándolos en el centro de todas las decisiones y acciones de la empresa. Y para aumentar la cartera de clientes se debería realizar algunos estudios de mercado para obtener información relevante sobre estos usuarios, conocer sus preferencias, necesidades y comportamientos, así como mantener excelentes relaciones con una comunicación abierta y transparente. Asimismo, se pueden ofrecer opciones y características personalizadas que permitan a los clientes elegir según sus preferencias.

## **3.0-Planificación**

### **3.1-Objetivos de la calidad y planificación para lograrlos**

Es importante acotar que estos objetivos deben ser específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un plazo de tiempo definido, que faciliten su implementación y seguimiento, destacando entre ellos:

Mejorar la satisfacción del cliente: busca centrar, comprender las necesidades, y las expectativas de los clientes, garantizar que se benefician de forma efectiva. Para lograrlo, se pueden implementar encuestas de satisfacción, análisis de retroalimentación, la mejora continua de los productos o servicios ofrecidos. Asimismo, se pueden realizar investigaciones de mercado para comprender las necesidades y preferencias de los usuarios, desarrollar programas de capacitación para el personal de atención al cliente, y realizar revisiones periódicas de los procesos internos para identificar áreas de mejora en la satisfacción del cliente.

Otro objetivo sería, asegurar la calidad del producto o servicio: debe enfocarse en garantizar, que los productos o servicios cumplan con los estándares de calidad establecidos. Para lograrlo, es necesario establecer controles de calidad, procesos de verificación y garantizar la excelencia en la producción o prestación del servicio. Del mismo modo, se pueden efectuar estándares de calidad claros y medibles para los productos o servicios. Implementar controles de calidad en cada etapa del proceso, desde la adquisición de materias primas hasta la entrega final. Asimismo, se pueden realizar las auditorías internas para identificar posibles áreas de mejora y corregir cualquier desviación o incumplimiento de los estándares.

Mejorar la eficiencia operativa, es otro de los objetivos que van en función de optimizar los procesos internos para lograr una mayor eficiencia y productividad. Para lograrlo es indispensable identificar y eliminar actividades innecesarias, reducir los tiempos de entrega y optimizar los recursos disponibles. También se requiere del uso de tecnologías, así como de herramientas que agilicen y automaticen las tareas repetitivas. Convocar a la participación activa del personal en la identificación de mejoras y capacidad de respuesta en posibles soluciones.

### **3.2-Planificación de los cambios**

Esta planificación parte de un proceso crucial para implementar con éxito cualquier tipo de cambio en una organización, y para desarrollar una planificación efectiva de los cambios es importante considera los siguientes aspectos:

Identificar la necesidad de cambio: Analizar y evaluar la situación actual de la organización. Identificar los desafíos, problemas o áreas de mejora que requieren un cambio. Respecto a la comunicación y participación: se debe comunicar abierta y claramente los motivos, la visión y los beneficios del cambio a todos los miembros de la organización.

Análisis de impacto y riesgos: Se necesita evaluar el impacto del cambio en diferentes áreas de la organización, como estructura, procesos, personal y cultura.

Desarrollo de un plan detallado: Definir los pasos y las actividades necesarias para implementar el cambio y establecer un cronograma con plazos claros para cada etapa del proceso de cambio.

Capacitación y preparación: Identificar las necesidades de capacitación relacionadas con el cambio y proporcionar programas de capacitación adecuados para el personal.

Monitoreo y evaluación: Realizar un seguimiento regular del avance y realizar ajustes según sea necesario y examinar los resultados y los efectos del cambio una vez implementado, y efectuar las mejoras pertinentes.

### 3.3-Organigrama de INNGRAFIC, C.A.

Figura N° 20



*Nota:* Datos recopilados durante la investigación. Elaboración propia (2023).

Elaboración propia (2023)

### **Dirección**

La empresa se encarga de organizar y administrar las tareas, prioridades y metas establecidas. También supervisa y evalúa el trabajo realizado por los empleados. Además, se dedica a mejorar los proyectos y las políticas legales de la compañía. Asimismo, se encarga de resolver problemas internos para evitar que afecten la imagen de la empresa. En cuanto a la contaduría y asesoría legal, se verifica el cumplimiento de la legislación aplicable en los libros contables. Se elaboran informes financieros y se hacen recomendaciones para reducir costos. También se elaboran declaraciones de impuestos y se identifican posibles reducciones y deducciones fiscales. Finalmente, se preparan presupuestos.

### **Contaduría**

A través de un registro y control preciso de las actividades económicas de la Empresa, se establece el valor de los activos, pasivos y patrimonio que posee la empresa. Se lleva a cabo un seguimiento de los ingresos y gastos, lo que permite determinar las ganancias o pérdidas al finalizar el período contable. Además, se proporciona información organizada sobre el estado económico y financiero de la compañía. Esto asegura contar con datos confiables para terceros, como clientes, inversionistas, bancos y entidades gubernamentales.

### **Asesoría Legal**

La responsabilidad de asegurar la conformación adecuada de diversas formas legales de sociedades y estructuras recae en la Organización. Su labor implica redactar los documentos necesarios para establecer la empresa y también se encarga de negociar y redactar contratos mercantiles, civiles y laborales en el ámbito de la Compañía. Brinda asesoramiento en la gestión de derechos de propiedad intelectual e industrial. En caso de ser necesario, traza la estrategia de defensa legal de la Compañía en un proceso judicial. También brinda orientación en asuntos fiscales y administrativos, y asesora en la aplicación de normativas de diversos ámbitos.

## **Gerencia**

Presentar al directorio de la empresa los proyectos necesarios para una gestión efectiva de la organización, así como proporcionar los informes y reportes requeridos.

Implementar un sistema de gestión basado en la mejora continua, que permita impulsar la eficiencia y eficacia en todos los aspectos de la empresa.

Establecer y mantener un sistema de evaluación y control óptimo para asegurar el cumplimiento de los objetivos establecidos, garantizando altos estándares de calidad, oportunidad y gestión de costos.

Actuar como representante de la empresa ante diversas autoridades y organizaciones, incluyendo autoridades civiles, judiciales, militares, eclesiásticas y la sociedad en general.

Revisar y aprobar la documentación que forma parte del Manual de Calidad, asegurando su conformidad con los estándares establecidos.

Definir las responsabilidades de elaboración, aprobación y revisión de la documentación relacionada con la calidad.

Ser responsable de la firma de contratos con proveedores y subcontratistas a nivel general, garantizando la selección de socios comerciales adecuados.

Aprobar los objetivos de calidad, los planes de formación y los indicadores de procesos de la empresa.

Aprobar la política de calidad y fomentar una comunicación interna efectiva dentro de la compañía.

### **Responsable de Calidad**

El Gerente designa al responsable de Calidad como representante encargado de garantizar el cumplimiento continuo de los requisitos de la Norma ISO 9001:2015, que sirve de base para el Manual de Calidad. Entre las funciones y responsabilidades clave del representante se encuentran:

- Realizar y difundir las distintas ediciones del manual de calidad de servicio, procedimientos, instrucciones de trabajo y observaciones.
- Retirar y eliminar las versiones desactualizadas de los informes.
- Mantener una copia única e identificar los informes que han quedado en desuso.
- Ayudar a la alta dirección en la creación de los objetivos de calidad y difundirlos entre los empleados.
- Encargarse de los requerimientos de los usuarios que tengan relación con el manual de calidad de servicio.
- Llevar a cabo la valoración y monitoreo de los proveedores.
- Continuar y analizar las quejas presentadas por los clientes.
- Hacer un monitoreo y análisis de las notificaciones.

**Realizar un seguimiento y medición de la formación.**

El encargado de calidad tiene una relación directa con el gerente y ha sido designado como representante para garantizar el cumplimiento constante de los requisitos establecidos por la norma ISO 9001:2015, que sirve como base del manual de calidad de servicio. Algunas de las tareas y responsabilidades más significativas del representante incluyen:

- ✓ Elaborar y compartir las distintas ediciones del manual de calidad de servicio, así como los procedimientos, instrucciones de trabajo y notas correspondientes.
- ✓ Eliminar y destruir las versiones antiguas.
- ✓ Preservar la copia única y detallar la documentación desactualizada.
- ✓ Desarrollar los Objetivos de Calidad en colaboración con la Dirección y repartirlos entre los empleados.
- ✓ Responder a las solicitudes del usuario que guarden relación con el manual de Calidad.
- ✓ Evaluar y dar seguimiento a los distribuidores.
- ✓ Continuar y examinar las quejas de los clientes.
- ✓ Monitorear y analizar las notificaciones.
- ✓ Realizar un monitoreo, así como un sondeo de la capacitación.

**Departamento de sistemas y proyectos**

Se llevan a cabo tareas de mantenimiento correctivo, preventivo y predictivo en los equipos. Se busca optimizar el rendimiento y ajustar el sistema operativo. Gestionar la administración de cuentas de usuario y se asignan recursos a cada una de ellas. Desarrollar la instalación, configuración y mantenimiento de servicios. Asegurar la protección de los sistemas y salvaguardar la confidencialidad de los datos de los usuarios. Realizar regularmente copias de

seguridad para respaldar la información. Evaluar los requerimientos de recursos (memoria, discos, CPU, etc.) y proporcionarlos cuando sea necesario. Realizar la instalación y actualización de las herramientas de software. Se brinda atención a los usuarios, incluyendo consultas, resolución de problemas, preguntas frecuentes, asesoramiento técnico e información general. Se efectúa la instalación y configuración de las computadoras centrales.

### **Oficina de reparación y mantenimiento**

Colaborar en la elaboración del plan anual de distribución del presupuesto para gastos operativos e inversiones físicas, así como participar en los programas correspondientes.

Crear el programa de mantenimiento anual, que incluye tanto acciones preventivas como correctivas para las instalaciones.

Realizar visitas periódicas con el objetivo de identificar necesidades de mantenimiento que puedan surgir a lo largo de semanas y meses.

Preparar la información mensual necesaria para evaluar el progreso y avanzar a la siguiente fase.

Elaborar informes trimestrales para presentar al departamento de sistemas y proyectos.

Coordinar y respaldar todas las actividades del personal, independientemente de su área de especialización y de avances.

### **Oficina de diseño**

Trabajo conjunto con el cliente para establecer y alcanzar los objetivos. Elaboración de un plan integral para todos los aspectos del producto. Supervisión y coordinación de los recursos empleados en el producto. Gestión continua de la relación con los colaboradores externos. Toma de decisiones relacionadas con el producto. Detección de fallos y presentación de soluciones.

### **Oficina de instalación**

Garantizar el adecuado rendimiento de los equipos y las instalaciones de la empresa. Organizar los mantenimientos preventivos y predictivos de las líneas de producción para garantizar su funcionamiento. Elaborar y mantener actualizados los manuales de mantenimiento preventivo y predictivo. Asignar las tareas de mantenimiento a los miembros del equipo.

### **Departamento de Administración**

Gestión eficiente de recursos: Asegurarse de asignar y utilizar los recursos de manera óptima para maximizar la calidad del servicio.

- ✓ Cumplimiento de normativas y regulaciones: Garantizar el cumplimiento de las normas y regulaciones legales relacionadas con la administración y la calidad del servicio.
- ✓ Procesos eficaces de facturación y pagos: Establecer procedimientos ágiles y precisos para la emisión de facturas y la gestión de pagos, asegurando la satisfacción del cliente y la fluidez en las transacciones financieras.
- ✓ Organización de documentación: Mantener una gestión ordenada y accesible de los documentos administrativos, facilitando la búsqueda y recuperación de información cuando sea necesario.
- ✓ Control de costos y presupuestos: Realizar un seguimiento riguroso de los costos y presupuestos, buscando la eficiencia y optimización de los recursos financieros de la empresa.

- ✓ Gestión de proveedores: Establecer relaciones sólidas con proveedores confiables y llevar a cabo una supervisión efectiva para garantizar la calidad de los productos y servicios adquiridos.
- ✓ Atención al cliente y resolución de quejas: Brindar un servicio de atención al cliente amigable, eficiente y resolutivo, buscando la satisfacción y fidelización de los clientes.
- ✓ Mejora continua: Implementar procesos de mejora continua en el departamento de administración, identificando oportunidades de optimización y actualización de prácticas y procedimientos.
- ✓ Seguridad de la información: Velar por la seguridad y confidencialidad de los datos y documentos gestionados en el departamento de administración, adoptando medidas de protección adecuadas.
- ✓ Colaboración interdepartamental: Fomentar la comunicación y colaboración con otros departamentos de la empresa para asegurar una gestión integrada y eficiente en beneficio de la calidad del servicio en general.

### **Oficina de Control de Almacén**

Organización del almacén: Categorizar y ordenar los productos en el almacén según su tipo, características o cualquier otro criterio definido, para facilitar su ubicación y acceso.

Realizar auditorías del almacén: Llevar a cabo revisiones periódicas del almacén para verificar el cumplimiento de los procedimientos establecidos, la correcta disposición de los productos y la identificación de posibles mejoras.

Inspección en la recepción: Realizar inspecciones exhaustivas de los materiales recibidos en el almacén, siguiendo las pautas y criterios aprobados, para garantizar que cumplen con los estándares de calidad y cantidad requeridos.

Control del inventario: Monitorear y mantener un control constante del stock disponible en el almacén, registrando las entradas y salidas de productos, y solicitando los materiales necesarios a medida que se agotan o alcanzan niveles mínimos predefinidos.

Gestión de materiales: Solicitar y gestionar los materiales necesarios para el funcionamiento del almacén, asegurando que haya suficiente disponibilidad de los mismos y evitando situaciones de escasez o falta.

### **Oficina de Finanzas**

- Desarrollo y actualización de los sistemas financieros.
- Administración de todas las transacciones relacionadas con las actividades de la empresa.
- Supervisión de la nómina y los salarios.
- Elaboración de presupuestos.
- Contabilidad de gestión, análisis y seguimiento de la información financiera para respaldar la frecuencia de las operaciones en la compañía.

### **Departamento de Ventas y publicidad**

La función de ventas engloba diversas tareas como la comercialización, el apoyo a la venta y las operaciones comerciales. Su principal propósito consiste en llevar a cabo las transacciones de forma eficaz y rentable, poniendo énfasis tanto en mantener a los clientes actuales como en captar nuevos compradores.

En relación a los productos que la empresa comercializa, se resaltan tanto los sistemas electromecánicos como los computacionales, con el objetivo de lograr su automatización y asegurar la seguridad y eficacia en su funcionamiento. Estos productos están diseñados para facilitar las tareas y procesos, brindando soluciones tecnológicas avanzadas que permiten un

control automatizado y eficiente. La empresa se enfoca en ofrecer productos que integren componentes electromecánicos y computacionales, buscando optimizar la operatividad de diversos sectores industriales y comerciales. Esta combinación de tecnologías garantiza un alto nivel de rendimiento, confiabilidad y satisfacción para los clientes, impulsando así la eficiencia y la productividad en sus actividades cotidianas.

### **Oficina de Atención al Cliente**

Brindar atención telefónica a los clientes, respondiendo de manera efectiva y satisfactoria a sus consultas y requerimientos.

Gestionar y procesar las solicitudes de instalación, asegurando que se lleven a cabo de manera adecuada y en tiempo oportuno, siguiendo los procedimientos establecidos.

### **Oficina de Ventas**

Realizar la promoción y comercialización de los productos o servicios ofrecidos por la Compañía, a través del equipo de ventas.

Ejecutar actividades y procesos orientados al logro de los objetivos comerciales establecidos.

Crear e implementar un protocolo de ventas que permita identificar y conectar de manera efectiva con personas interesadas en los productos o servicios, convirtiéndolas en clientes.

Promover activamente la imagen y los valores de la Compañía.

Realizar un seguimiento constante de los indicadores de rendimiento para evaluar y mejorar el desempeño comercial.

## **Oficina de Marketing**

- Establecimiento y administración de la identidad corporativa de la empresa.
- Supervisión y gestión de las redes sociales de la compañía.
- Generación de contenido para el sitio web de la empresa.
- Función de enlace con los medios de comunicación.
- Elaboración de comunicaciones de marketing internas dirigidas a los empleados.
- Investigación de mercado
- Desarrollo de pronósticos
- Comunicación externa e interna
- Análisis del producto o servicio y sus competidores

### **3.4-Comunicación Interna**

La Compañía ha implementado el procedimiento PC-02 "Responsabilidad de la Dirección", la función de liderazgo tiene la responsabilidad de asegurar una comunicación eficiente en todos los niveles y áreas de la organización, tanto de arriba hacia abajo como de abajo hacia arriba. Para cumplir con este procedimiento, se emplearán únicamente comunicados internos y el uso del panel de información. Estas herramientas facilitarán la transmisión de información importante y asegurarán que todos los miembros de la organización estén debidamente informados.

### **4.0-Apoyo - Gestión de recursos**

#### **4.1-Provisión de Recursos**

La Compañía, siguiendo el procedimiento PC-02 "Responsabilidad de la Dirección", se compromete a garantizar y proveer los recursos necesarios para diferentes aspectos:

Implementar y mejorar los procesos descritos en el Manual de Calidad. Alcanzar los objetivos de calidad establecidos. Lograr la satisfacción del cliente.

Mediante la aplicación de este procedimiento, se asegura que los recursos adecuados, tales como personal, equipo, infraestructura y tecnología, estén disponibles para respaldar las actividades relacionadas con la calidad. Esto posibilitará la ejecución eficaz y eficiente de los procesos a fin de alcanzar los resultados deseados en términos de calidad y satisfacción del cliente.

## **4.2-Recursos Humanos**

### Asignación de personal

Mediante la aplicación del procedimiento PC-04 "Gestión de Recursos", la compañía asegura que el personal que participa en el sistema de calidad disponga de los recursos necesarios para la competencia requerida a fin de desempeñar sus responsabilidades de manera efectiva. Este procedimiento establece medidas y prácticas para asegurar que el personal esté debidamente capacitado, posea los conocimientos y habilidades necesarios, y esté consciente de los requisitos y expectativas relacionados con su función en la organización. Asimismo, se fomenta el avance de las competencias de cada uno de los empleados mediante capacitación, monitoreo constante, valoración de su labor y el reconocimiento a la necesidad de formarse.

El objetivo principal es garantizar que cada miembro del personal sea capaz de cumplir con los requisitos establecidos en el sistema de calidad y contribuir al logro de los objetivos de la organización.

## **4.3-Formación, Sensibilización y Competencia**

La empresa, a través del procedimiento PC-04 "Gestión de Recursos", define los requerimientos de formación para todo el personal involucrado en actividades que impactan la calidad, y se encarga de proveer los recursos necesarios para abordar esas áreas de mejora. Todo el personal encargado de tareas específicas que puedan tener impacto en la calidad debe contar con la calificación adecuada a través de formación inicial o complementaria, así como experiencia pertinente, según sea necesario.

La Gerencia tiene la responsabilidad de aprobar anualmente un Plan de capacitación que fortalezca las debilidades del personal de la Compañía. Este plan puede ser actualizado durante el año si se proponen nuevos cursos de interés, tanto internos como externos. Los registros relacionados con la capacitación y el adiestramiento del personal se conservan y se mantienen actualizados.

Además, se utiliza un Tablón de información de interés entre el personal, lo cual contribuye a generar conciencia sobre la calidad en los procesos llevados a cabo.

#### **4.4-Instalaciones**

La Dirección, mediante la implementación del procedimiento PC-04 "Gestión de Recursos", inspecciona, provee y mantiene la infraestructura, equipos y servicios de soporte adecuados para asegurar la conformidad del servicio. Asimismo, se garantiza la actualización de las metodologías de control de calidad, supervisión y evaluación, lo que implica contar con empleados competentes para la gestión y ejecución de las labores, así como para llevar a cabo eficaces actividades de verificación, como auditorías internas.

Los principales equipos de producción de la Compañía:

- ✓ Herramientas de mano

- ✓ Equipos informáticos

Su adecuado funcionamiento y control se encuentra asegurado gracias a la aplicación de este procedimiento (PC-04 “Gestión de Recursos”).

#### **4.5-Ambiente de Trabajo**

Los empleados de la Compañía tienen la opción de enviar sus sugerencias sobre el entorno laboral al Responsable de Calidad utilizando los comunicados internos, como se especifica en el procedimiento PC-02 "Responsabilidades de la Dirección". Estas sugerencias serán consideradas durante los chequeos realizadas por la dirección.

Asimismo, la Compañía cuenta con una Evaluación de Riesgos Laborales con acceso a todos los empleados para realizar su trabajo en un entorno seguro. En cuanto al almacenamiento de productos por parte de la Compañía, no se requieren condiciones especiales de temperatura o humedad.

### **5.0-Operación**

#### **5.1-Planificación de la realización del producto y/o servicio**

Cuando sea necesario, la Empresa INNGRAFIC llevará a cabo una planificación detallada para sus procesos y servicios, en la cual se determinarán: Los objetivos de calidad específicos para cada producto, servicio, proyecto o contrato. Los procedimientos esenciales, la documentación necesaria, los recursos y las instalaciones específicas que deben ser provistos para asegurar la calidad del servicio. Las acciones de confirmar y certificar, así como los criterios establecidos para la aceptación del servicio. Los requerimientos agregados que sean indispensables para garantizar la aprobación de los procesos que determinen confianza en los usuarios.

Esta planificación se llevará a cabo durante las Revisiones por la Dirección, en el marco del procedimiento PC-02 "Responsabilidades de la Dirección". Durante estas revisiones, la Gerencia, el Responsable de Calidad y otros miembros del personal relevante contribuirán a la planificación, identificando las acciones necesarias y, si es necesario, desarrollando un plan de calidad específico.

Es importante destacar que la planificación de cada servicio se realizará siguiendo las pautas establecidas en el procedimiento PC-06 "Servicio de Instalación de Sistemas de Seguridad". Esto asegurará que cada servicio tenga su propia planificación detallada, adecuada a sus características y requisitos específicos.

## **5.2-Procesos Relacionados con los Clientes**

### **Identificación de los requisitos de los clientes**

La Compañía ha establecido su relación con los clientes mediante el procedimiento PC-03 "Relaciones con los Clientes", para ello identifica.

Los requerimientos del servicio establecidos por el usuario, que abarcan aspectos como disponibilidad, entrega y soporte.

Los requisitos implícitos, que no son expresamente mencionados por el cliente, pero son indispensables para el uso previsto o esmerado.

Las responsabilidades asociadas al producto, que incluyen requisitos legales y normativos.

## **5.3-Revisión de los requisitos del producto**

Revisión que se efectúa por personal cualificado (Responsable Comercial o Gerencia), quienes se aseguran de que:

Establecer y registrar de manera apropiada todos los requisitos necesarios.

Poder solucionar cualquier discrepancia con los requisitos mencionados en la solicitud de pedido, la solicitud del cliente o el presupuesto.

La empresa debe tener la capacidad de cumplir con todos los requisitos especificados en el contrato, acuerdo, presupuesto, solicitud o pedido de servicio.

Antes de confirmar la aceptación de una solicitud, debe revisarse y verificar que el presupuesto o acuerdo sea mutuamente satisfactorio entre las partes.

#### **5.4-Comunicación con los clientes**

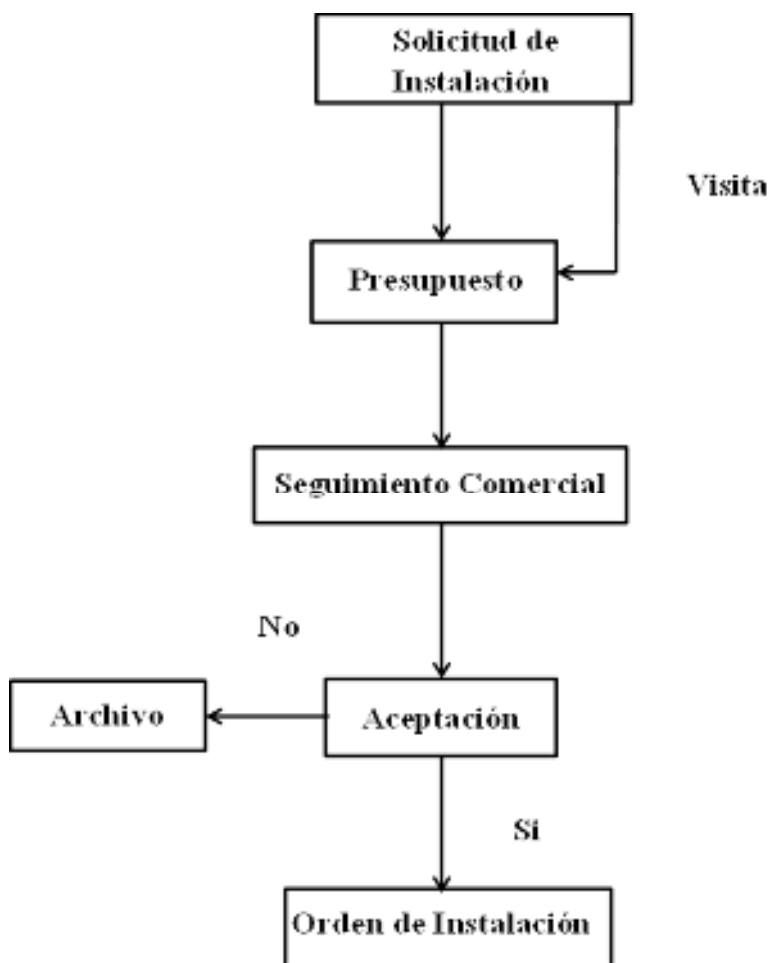
A través del procedimiento PC-03 “Relaciones con los Clientes”, la Compañía conforma la sistemática para su comunicación con los clientes incluyendo:

Datos del producto. Manejo de consultas, contratos, pedidos y sus respectivas modificaciones. El nivel de satisfacción de los usuarios, sus reclamos hechos por ellos mismos, son tratados de acuerdo al PC-07 “Medición Análisis y Mejora”.

Los gráficos donde los procesos de gestión de pedidos son los siguientes:

#### **Figura N° 21**

*Proceso de Relación con los Clientes*



*Nota:* Datos recopilados durante la investigación.

**Fuente:** Elaboración propia (2023).

## 6.0-DISEÑO Y DESARROLLO

### 6.1-Diseño

La empresa INNGRAFIC, C.A. realiza el diseño para los diferentes tipos de servicios de instalación que ofrece a sus clientes

El modo para realizar la planificación, el control, la revisión, la verificación, la validación y las modificaciones del diseño describen en el PC-06 “Servicio de Instalación de Sistemas de Seguridad”.

Es evidente que, al llevar a cabo el diseño, se deben considerar los requerimientos del usuario, entre ellos los legales y la experiencia de los técnicos de la Compañía.

Dentro de las etapas del diseño, existen grupos que demuestran que se viene desarrollando las condiciones controladas.

## **6.2-Compras**

### **Control de Compras**

La organización, mediante el procedimiento PC-05 "Compras", ha establecido los productos y servicios que pueden tener un impacto en la calidad final del servicio proporcionado a los clientes. Según este criterio, los proveedores de estos productos son evaluados de acuerdo con dicho procedimiento, el cual establece las acciones necesarias para asegurar que los controles del sistema de calidad del proveedor sean prácticos.

### **6.3-Información de compras**

La Organización se compromete a garantizar que los productos adquiridos cumplan con los recaudos señalados. Los documentos utilizados para las adquisiciones por parte de la Empresa contienen información detallada y precisa sobre el producto requerido, incluyendo sus descripciones. Estos documentos al ser aplicables contienen, los siguientes elementos: una identificación precisa del producto, como su tipo, categoría, modelo o nivel de calidad; un título u otra forma de identificación oficial, junto con la correspondiente edición de los detalles, requisitos del proceso, instrucciones de inspección y cualquier otra información técnica relevante.

Se verifica la exactitud del título, número y edición de la norma internacional que establece el sistema de calidad aplicable al producto. Antes de su distribución, los documentos de compra

se someten a un proceso de revisión y aprobación de acuerdo con el procedimiento PC-05 "Compras", con el fin de garantizar su desempeño pertinente con los demás recaudos propuestos.

Mediante este proceso de revisión y aprobación se asegura la calidad y la exactitud de los documentos previo a su utilización.

#### **6.4-Verificación de los productos comprados**

La empresa, a través del procedimiento PC-05 "Compras", establece un enfoque para verificar los productos obtenidos con el fin de asegurar que cumplan con los requisitos de calidad necesarios y así lograr la plena satisfacción de los usuarios.

Cuando esté especificado en los documentos de compra, la Compañía tiene la capacidad de realizar verificaciones de calidad de los productos comprados directamente en las instalaciones del proveedor.

### **7.0-Producción y prestación del servicio**

#### **7.1-Control de la Producción**

La caracterización de este punto de la norma ISO 9001:2015 se ubica en el proceso PC-06 "Servicio de Instalación de Sistemas de Seguridad".

Mediante la implementación del procedimiento PC-04 "Gestión de Recursos", la empresa garantiza la preservación y el correcto funcionamiento de las instalaciones, maquinaria y equipos a través de un mantenimiento adecuado.

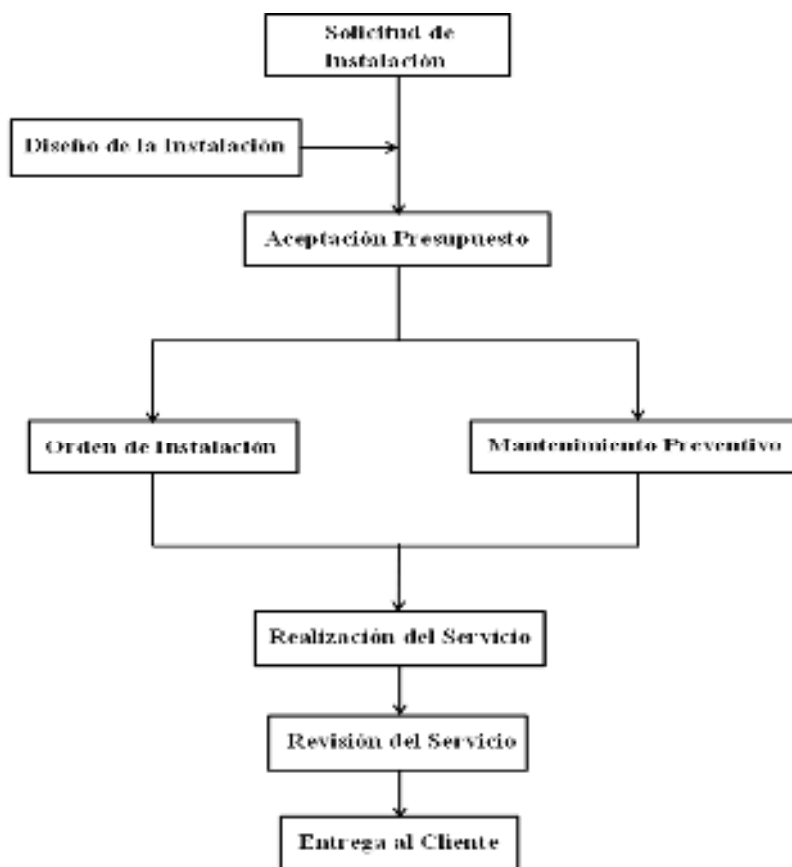
Por medio del procedimiento PC-04 "Gestión de Recursos", se garantiza la capacitación necesaria para los empleados de la empresa, específicamente a los técnicos, para que puedan llevar a cabo sus tareas de manera adecuada.

A continuación, se detallan los procesos de producción en el siguiente esquema efectuados por la organización. Para ciertas instalaciones un tanto complejas,

El Técnico encargado será el responsable de crear instrucciones de trabajo que se distribuirán entre el personal de instalación. Además, los instaladores dispondrán de manuales técnicos para garantizar un servicio adecuado. Estos manuales técnicos serán controlados por el Responsable de Calidad como documentación externa, de acuerdo con el procedimiento PC-01 "Control de la Documentación".

### Figura N° 22

*Diagrama del Proceso de Instalación*



*Nota:* Datos recopilados durante la investigación.  
Fuente: Elaboración propia (2023).

## **7.2-Validación de los procesos de la producción y de la prestación del servicio.**

La empresa no lleva a cabo ninguna forma específica de validación en sus procesos de producción, dado que su enfoque principal se centra en la prestación de servicios. Es una empresa dedicada a la optimización, mantenimiento e implantación de procesos en pequeñas, medianas y grandes empresas mediante la implementación de sistemas tanto electromecánicos como computacionales. Por tanto, este requisito de la norma no aplica a nuestra organización y queda excluido del manual de Calidad.

## **7.3-Identificación y Trazabilidad**

El procedimiento PC-08 "Control de Almacén" proporciona instrucciones detalladas sobre cómo identificar los productos comercializados por la Compañía, lo cual asegura que haya una mínima posibilidad de confusión con el producto durante la prestación del servicio por parte de la organización. Con el fin de garantizar la trazabilidad de los servicios ofrecidos a los clientes, se mantienen registros en todos los procesos relevantes. Esto nos permite reconstruir en cualquier momento la prestación de cualquier servicio relacionado con la instalación de sistemas de seguridad.

Al momento que el usuario requiera información acerca del rastreo de un servicio, el encargado de Calidad asumirá su deber en el sentido de compilar toda la información relevante que garantice dicho rastreo. Esta documentación comprende elementos como solicitudes de pedidos, presupuestos, órdenes de instalación y diseños de instalaciones. Utilizando toda esta información, se creará un informe de trazabilidad que proporcionará una visión integral de todas

las etapas involucradas y procesos relacionados con el servicio solicitado. El informe de trazabilidad proporcionará al cliente la evidencia necesaria para demostrar la calidad y el seguimiento de cada paso del servicio. El objetivo es garantizar la transparencia y la confianza en los procesos y resultados entregados.

#### **7.4-Conservación del Producto**

La Organización ha implementado el procedimiento PC-08 "Control de Almacén" para llevar a cabo la manipulación, almacenamiento, conservación y protección de los productos y equipos. De igual manera, en los procedimientos relacionados con el proceso de producción se detallan las etapas por las que pasan los equipos, asegurando su control, identificación y conservación en todo momento.

A través del procedimiento PC-08 "Control de Almacén", se garantiza el correcto almacenamiento de los productos y materiales de la Compañía. Estos productos están en óptimas condiciones, etiquetados correctamente y se gestionan a través de un control de inventario para garantizar la disponibilidad necesaria y cumplir con las expectativas de nuestros usuarios de manera eficiente y oportuna. El encargado del almacén debería realizar una revisión exhaustiva de los inventarios mensualmente para asegurar su correcto funcionamiento y una vez al año se realiza un inventario de todos los productos almacenados en nuestras instalaciones.

#### **7.5-Control de los equipos de medición y seguimiento**

La empresa INNGRAFIC, C.A. cuenta con dispositivos de medición y seguimiento, como polímetros, que son sometidos a un programa de calibración realizado por una entidad externa

autorizada. La gestión de estos equipos se podrá efectuar siguiendo el mismo procedimiento con los equipos de mantenimiento descritos en el PC-04 "Gestión de Recursos".

Sin embargo, en lugar de utilizar una ficha de mantenimiento, se utiliza una ficha de calibración para registrar la información relevante de cada equipo. De esta manera, se garantiza que los equipos de medición estén debidamente calibrados y cumplan con los requisitos de precisión y confiabilidad necesarios para su correcto funcionamiento.

## **8.0-Seguimiento -Medición, Análisis y Mejora**

### **Planificación**

A través de las reuniones y de verificación por parte de la gerencia, la organización instaure, estructura e implementa las acciones de medida y control requeridas para asegurar el cumplimiento de los requisitos y fomentar la mejora continua.

Estas acciones pueden incluir la definición y revisión de objetivos, la realización de auditorías internas y externas, la participación en cursos de formación y otras acciones relevantes. A través de este proceso de revisión, la empresa evalúa el desempeño de sus procesos, identifica áreas de mejora y toma las medidas necesarias para alcanzar los objetivos establecidos. De esta manera, se asegura que se cumplan los requisitos de calidad, se tomen medidas correctivas cuando sea necesario y se promueva la excelencia en todas las áreas de la organización.

### **Medición y Seguimiento**

#### **8.1-Satisfacción del cliente**

La Compañía, a través del procedimiento PC-07 "Medición, Análisis y Mejora", podrá realizar la verificación y el seguimiento del nivel de satisfacción de los clientes, así como la gestión

de las reclamaciones que puedan surgir relacionadas con los productos o servicios proporcionados por la organización. Este proceso incluye la recopilación y el análisis de la retroalimentación de los clientes, la evaluación de su satisfacción y la identificación de cualquier problema o deficiencia en los productos o servicios. Además, se establecen mecanismos para que puedan atender de manera oportuna y efectiva las reclamaciones de los clientes, con el fin de resolver los problemas y mejorar continuamente la calidad de los productos y servicios ofrecidos. La Organización se compromete a tomar las medidas necesarias para corregir las deficiencias identificadas y prevenir su recurrencia, asegurando así la satisfacción y fidelidad de los clientes.

## **8.2-Auditoría Interna**

La organización establece un calendario anual de auditorías para poder llevar a cabo las auditorías documentadas y planificadas con el objetivo de verificar el cumplimiento de las disposiciones definidas en relación a las actividades de calidad.

La programación de las auditorías puede realizarse considerando la naturaleza y la importancia de las actividades.

Las auditorías y las acciones subsiguientes se pueden efectuar de acuerdo con el procedimiento PC-07 "Medición, Análisis y Mejora".

El desenlace de las auditorías se registrará y se comunicará al encargado del área auditada mediante informes de auditoría que se adjuntan al procedimiento correspondiente. Si se identifican irregularidades durante las auditorías, el personal directivo responsable del área auditada tomará las medidas correctivas necesarias para poder abordar las deficiencias encontradas.

## **8.3-Medición y seguimiento de los procesos**

Mediante el procedimiento PC-07 "Medición, Análisis y Mejora", la empresa toma las medidas requeridas con respecto a las desviaciones respecto a los resultados esperados. Se establecen indicadores para seguir y evaluar la evolución y la mejora continua de los distintos procesos implementados.

Entre los procesos en los que se requiere un seguimiento y medición por parte de la compañía, se destacan:

Proceso de Comunicación: Se realizará un seguimiento de la efectividad de las comunicaciones internas y externas, asegurando una adecuada transmisión de la información.

Proceso de Formación: Se llevará a cabo un monitoreo de las actividades de formación y capacitación del personal, evaluando su impacto y eficacia en el desarrollo de las competencias necesarias.

Proceso de Relaciones con los Clientes: Se medirá la satisfacción del cliente, a través de encuestas y retroalimentación, para garantizar un alto nivel de calidad en el servicio brindado.

Durante el proceso de prestación del servicio de instalación, se llevará a cabo un monitoreo de las actividades, con el objetivo de asegurar que se cumplan los requisitos técnicos con los detalles establecidos.

Proceso de Prestación del Servicio de Mantenimiento: Se controlará la calidad y eficiencia de las labores de mantenimiento realizadas, garantizando un óptimo funcionamiento de los equipos y sistemas.

Proceso de Compras: Se llevará a cabo un seguimiento de las actividades de adquisición de productos y servicios, asegurando el cumplimiento de los requisitos establecidos y la satisfacción de las necesidades de la organización.

Proceso de Almacén: Se realizará un control de inventario y seguimiento de los materiales y productos almacenados, asegurando su disponibilidad y correcta gestión.

La empresa debería asumir el compromiso de emplear los resultados obtenidos de la medida y el monitoreo de estos procesos, como fundamentos para impulsar la mejora continua y tomar decisiones que busquen mejorar la calidad y eficiencia de sus procedimientos.

## **9.0-Mejora**

### **9.1-Planificación para la mejora continua**

La empresa establece y administra los procesos necesarios para alcanzar una mejora continua mediante el Manual de Calidad de servicio. Esto se logra por medio, de la implementación de estándares de calidad, el seguimiento de objetivos establecidos, el análisis de los resultados de las auditorías y la revisión de los datos recopilados, así como acciones correctivas y preventivas, así como las juntas de revisión ejecutadas por la Dirección.

### **9.2-Acciones Correctivas**

La Compañía ha desarrollado el procedimiento PC-07 "Medición, Análisis y Mejora" con el propósito de:

Investigar las causas incumplidas y realizar los ajustes pertinentes a fin de anticipar su recurrencia.

Examinar todos los procesos, permisos, inspecciones relacionados con la calidad, informes de uso y descontentos de los usuarios para identificar y eliminar las causas de los productos incompatibles.

Implementar medidas preventivas adecuadas según el nivel de riesgo asociado.

Llevar a cabo chequeos para garantizar la adecuación y efectividad de las acciones correctivas.

Implementar y registrar las modificaciones en los procedimientos que resulten de las medidas correctivas.

El descontento de los usuarios se examinará siguiendo las pautas establecidas en el procedimiento PC-07 "Medición, Análisis y Mejora".

Las medidas correctivas, anticipadas y el clamor de los usuarios forman parte de la documentación examinada durante las revisiones del Manual de Calidad de parte de la Directiva, de acuerdo con el procedimiento PC-02 "Responsabilidades de la Dirección".

### **9.3-Acciones Preventivas**

El procedimiento PC-07 "Medición, Análisis y Mejora" insta las medidas preventivas que se pueden aplicar para evitar quejas de clientes y situaciones de no conformidad, con el objetivo de prevenir la necesidad de tomar medidas correctivas. Estas acciones preventivas consisten en propuestas de mejora destinadas a optimizar continuamente los servicios que la organización ofrece a sus usuarios. Con el fin de detectar áreas de mejora potenciales y tomar medidas proactivas para abordarlas antes de que se conviertan en problemas o reclamaciones de los clientes, se promueve un enfoque preventivo en la gestión de la calidad. Esto tiene como objetivo garantizar la satisfacción a largo plazo de los clientes.

## **10-Disposiciones Finales**

### **10.1-Control de las no conformidades**

La Empresa mediante el procedimiento PC-07 "Medición, Análisis y Mejora" busca prevenir el uso o entrega involuntaria de productos que no cumplan con los requisitos establecidos.

Este procedimiento establece un sistema completo que abarca la identificación, documentación, evaluación y manejo de productos que no cumplen con los requisitos establecidos. Además, se establece un mecanismo para comunicar las decisiones tomadas a los departamentos pertinentes.

En el marco de este procedimiento, se gestionan los productos no conformes de acuerdo con las directrices establecidas. Se distinguen dos opciones principales: reprocesarlos para cumplir con los requisitos especificados o rechazarlos y descartarlos. El procedimiento también establece un sistema para el registro y seguimiento de las no conformidades, lo que permite un análisis efectivo y la adopción de medidas correctivas.

Además de abordar las no conformidades relacionadas con la producción, el procedimiento PC-07 también se aplica a incidentes que puedan surgir en relación con la prestación de servicios a los clientes, como problemas de entrega, presupuestos o garantías, así como otros aspectos del Manual de Calidad que no están directamente relacionados con la producción, como formación y documentación.

Todas las situaciones identificadas por la organización como problemas se clasifican como desviaciones y se examinan minuciosamente con el objetivo de asegurar la calidad y promover la mejora constante. Del mismo modo, las desviaciones causadas por proveedores y subcontratistas también son abordadas siguiendo este procedimiento, lo que permite una evaluación posterior de dichos proveedores según lo establecido en el procedimiento PC-05 "Compras".

## **10.2- Lo no previsto en este manual**

Será objeto de estudio por la gerencia general y el dpto. de sistemas y proyectos

### **10.3- Fecha de publicación**

El presente manual será objeto de ejecución y aplicación a partir de la presente fecha de publicación.

## REFERENCIAS

- Albrecht, K. (2006). *La revolución de servicio. Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente*. México. Segunda Edición.
- Brook, T. (2008) *Procesos de optimización en la organización*. Editorial: EMI
- Carrasco, J. (2001). *Gestión de Procesos*. Chile. Editorial: Evolución
- Carrasco, S. (2009). *Metodología de investigación científica: Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Editorial: San Marcos.
- Csaszar, F. (2012). *Estructura organizacional como determinante del desempeño: evidencia de fondos mutuos*. Editorial: Mac Graw Hill
- Ciravegna, L. (2015), *Una herramienta mejorada para la sostenibilidad. Revista de Ingeniería y Gestión Industrial*. Chile. Editorial: Luzca
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999)
- Cuadrado, J. y González, M. (1987) *El sector servicios en España*. Madrid. Editorial: Orbis
- Chávez, N. (2007). *Introducción a la investigación educativa*. 4ta edición. Maracaibo Venezuela
- Hammer y Champy (1993). *La gestión por procesos*. España. Editorial: Mondragón Corporación
- Folgar, O. (2005) *Sistemas Consolidados de Gestión ISO 9001*. Chile. Ediciones Macchi
- Freire, J. et. al. (2003) *La nueva ISO 9000: 2000: análisis comparativo con la ISO 9000*. Madrid. Tercera edición. Editorial: FC
- Gutiérrez (2005) *Comportamiento organizacional*. México. 17a edición. Editorial: Pearson Educación.
- Gershuny, J. y Miles, I. (1983) *La nueva economía de servicios*. Colombia. 1era. Edición
- Hernández, O. (2012). *Estadística Elemental para Ciencias Sociales*. Costa Rica. Tercera Edición. Editorial: Universidad de Costa Rica.

Hernández, Fernández y Baptista (2008) *Metodología de la Investigación*. México. Editorial: McGraw-Hill.

Hernández, S. Fernández, C & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México. Quinta Edición. Editorial: McGraw-Hill.

Heskett, James (2006): *La gestión de las empresas de servicio*. España. Editorial: Kapelux

Kent, R. (1985) *Tecnología de servicios y desarrollo económico. Perspectivas económicas*. Buenos Aires.

La Ley de Sistema Venezolano para la Calidad (2002)

La Ley Orgánica de Salud (1998)

León, M. (2004) *Los 8 principios de Calidad de Servicio*. Buenos Aires. Editorial: Suní

Lepeley, M. (2008). *Gestión y Calidad de Servicio en Educación*. México: Editorial: Mc Graw Hill

López, E. (2006) *Manual del Seminario de Gestión de la Calidad, Normas ISO 9000 y Técnicas de mejoramiento*. México.

Lovelock (2011) *Calidad total en la gestión de servicios*. Madrid. Editorial: Kalamo

Luna et. Al (2015) *Herramienta de convergencia en el sistema de gestión de la calidad basado en la Norma ISO 9001:2015*. Madrid. Editorial: Global.

Martínez, A., & Cegarra, J. (2014). *Gestión por Procesos de Negocios: Organización Horizontal*. Madrid, España. Editorial: Ecobook.

Martínez, B. (2005). *Relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del consumidor*. Buenos Aires.

Maslow, A. (1943) *Jerarquización de las necesidades*. Editorial: McGraw Hill.

- Miranda, F. et. al (2010). *Introducción a la gestión de la calidad*. Chile. Edición. Kasas
- Normas ISO 9001:2015. *Primera Edición*. Editorial: INCOTEC
- Norma ISO 9001:2015. *Sistemas de Gestión de Calidad. Requisitos*. Ginebra, Suiza. Cuarta Edición.
- Norma ISO 9000:2000. *Guía para las pequeñas Empresas*. México. Editorial: INCOTEC
- Norma ISO 9001: 2000. Quinta Edición. Editorial: INCOTEC
- Norma ISO 9000: *Sistemas de Gestión de Calidad. Concepto y vocabulario*. Ginebra, Suiza
- Norma ISO 9004:2018. *Gestión de la calidad de una organización. Orientación para lograr el éxito sostenido*. Ginebra, Suiza. Cuarta edición.
- Norma ISO 9011: 2018 *Directrices para la Auditoría de Sistemas de Gestión*. Ginebra, Suiza. Tercera edición.
- Piattini, V. (2011) *Calidad de Sistemas de Información*, México. 2a Edición: Grupo Editor.
- Restrepo et, al (2006) *La cultura de la organización en la gestión total de la calidad*. Brasil. 1era. Edición.
- Ruiz C. y López, J. (2004) “*La Gestión por Calidad Total*”. México. Edición. Alfa Omega.
- Ruiz, J. (2004), *La gestión por Calidad Total en la empresa moderna*. Madrid. Editorial: RA-MA
- Sánchez, (2016). *Administración y Control de la Calidad*. México: 1era. Edición.
- Sabino, C. (1996). *El Proceso de Investigación*. Buenos Aires. Argentina. Editorial: Lumen – Humanistas.
- Senlle, A. y Stoll, G. (2000) *Calidad total y normalización: ISO 9000, las normas para la calidad en la práctica*. México. Edición. Editorial: Mac Graw Hill
- Serna, H. (1999). *Gerencia estratégica. Planeación y gestión*. Chile. Cuarta. Edición.

Standards Australia International LTD. (2002) *Manual para las pequeñas empresas*.

Tamayo y Tamayo (2009). *Proceso de investigación científica: incluye evaluación y administración de proyectos de la investigación*. México. D.F. 4ta edición. Editorial: Limusa.

Torres, A., & Lavayen, M. (2017). *Diseño de un sistema de gestión de la calidad*. Lima. 2da Edición.

Viola, E. (2007). *La calidad de una obra*. Buenos Aires. Editorial: Nobuko.

**ANEXOS**

**ANEXO A**  
**VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY  
VICERRECTORADO ACADÉMICO  
FACULTAD DE INGENIERÍA  
ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

Quien Suscribe: Javier Mazzey, titular de la cedula de identidad N° 11.319.775, hace constar por medio de la presente, que luego de leer, analizar e interpretar el instrumento de recolección de información, elaborado para dar cumplimiento a los objetivos de la investigación titulada: **MANUAL DE CALIDAD DE SERVICIO PARA LA EMPRESA INNGRAFIC C.A.**, que presenta el estudiante: Antonio José Graterol Barrios, titular de la cedula de identidad N°: 25.485.075; considero que el mismo reúne las condiciones necesarias en cuanto a pertinencia, relación variable-dimensión-indicador-ítems, congruencia y estilo de redacción adecuado de los ítems.

En consecuencia, el referido instrumento es válido para los fines previamente establecidos.

Constancia que se expide en la ciudad de Trujillo, a los 02 días del mes de: noviembre de 2021.

Experto: Ing. Javier Mazzey  
Cedula N°: 11.319.775



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY  
VICERRECTORADO ACADÉMICO  
FACULTAD DE INGENIERÍA  
ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

Quien Suscribe: Larry Araujo, titular de la cedula de identidad N° 13.238.875, hace constar por medio de la presente, que luego de leer, analizar e interpretar el instrumento de recolección de información, elaborado para dar cumplimiento a los objetivos de la investigación titulada: **MANUAL DE CALIDAD DE SERVICIO PARA LA EMPRESA INNGRAFIC C.A.**, que presenta el estudiante: Antonio José Graterol Barrios, titular de la cedula de identidad N°: 25.485.075; considero que el mismo reúne las condiciones necesarias en cuanto a pertinencia, relación variable-dimensión-indicador-ítems, congruencia y estilo de redacción adecuado de los ítems.

En consecuencia, el referido instrumento es válido para los fines previamente establecidos.

Constancia que se expide en la ciudad de Trujillo, a los 02 días del mes de: noviembre de 2021.

Experto: Ing. Larry Araujo  
Cedula N°: 13.238.875



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA**

**UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY  
VICERRECTORADO ACADÉMICO  
FACULTAD DE INGENIERÍA  
ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**

### **CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

Quien Suscribe: Wilmer Méndez, titular de la cedula de identidad N° 5.501.239 , hace constar por medio de la presente, que luego de leer, analizar e interpretar el instrumento de recolección de información, elaborado para dar cumplimiento a los objetivos de la investigación titulada: **MANUAL DE CALIDAD DE SERVICIO PARA LA EMPRESA INNGRAFIC C.A.**, que presenta el estudiante: Antonio José Graterol Barrios , titular de la cedula de identidad N°: 25.485.075;considero que el mismo reúne las condiciones necesarias en cuanto a pertinencia, relación variable-dimensión-indicador-ítems, congruencia y estilo de redacción adecuado de los ítems.

En consecuencia, el referido instrumento es válido para los fines previamente establecidos.

Constancia que se expide en la ciudad de Trujillo, a los 02 días del mes de: noviembre de 2021.

---

Experto: Ing. Wilmer Méndez  
Cedula N°: 5.501.239

**ANEXO – B**

Cuestionario, aplicado al personal y directivo de la Compañía Inn-grafic C.A.

Valera, 01 de noviembre de 2021

Estimado Señor (a):

El cuestionario que se presenta tiene como finalidad recoger información sobre el **Manual de Calidad de Servicio para la Empresa Inn-grafic C.A.** Dada la importancia de la investigación, se le agradece la mayor sinceridad en la elección de las respuestas en cada una de las preguntas descritas. La información será tratada en forma confidencial y tendrá valor a fin del estudio que se realiza.

- Lea cuidadosamente cada proposición y marque con una (x) la opción que refleja su elección según la escala
- Asegúrese de responder cada uno de los ítems
- Responda cada ítem conforme a su criterio.

La escala a utilizar será la siguiente:

- 1 = (N) Nunca
- 2= (AV) Algunas Veces
- 3 = (CS) Casi Siempre
- 4= (S) Siempre

Atentamente:

Antonio Graterol

**República Bolivariana de Venezuela**  
**Ministerio del Poder Popular para la Educación Universitaria**  
**Universidad Valle del Momboy**  
**Vicerrectorado**  
**Facultad de Ingeniería**



**Instrucciones:**

A continuación, se presentan una serie de interrogantes en relación a: **Manual de Calidad de Servicio para la Empresa Inn-grafic C.A.** Marca con una (X) la alternativa que más se adapta a tu conocimiento sobre el tema.

**Escala:** S= Siempre, CS=Casi Siempre, AV= Algunas Veces, Muchas Veces, Nunca N= Nunca

ÍTEMS	Como personal de la Empresa, con qué frecuencia.	S	CS	AV	MV	N
	<b>ÍTEMS</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
	<b>Proceso de Ventas</b>					
1	Las ventas dentro de la empresa alcanzan niveles satisfactorios					
	<b>Proceso de I+D</b>					
2	Realiza periódicamente investigaciones para el desarrollo de nuevos diseños tecnológicos (software) conforme a los requerimientos del cliente					
	<b>Proceso de Suministro de productos y servicios</b>					
3	Cuenta la empresa con instalaciones y medios de distribución necesarios para el suministro de productos y servicios para que la mercancía llegue al cliente, al final en óptimas condiciones.					
	<b>Proceso de Aprovisionamiento</b>					
4	Considera que el proceso de aprovisionamiento es pertinente para reunir los recursos necesarios que permitan la viabilidad del producto y servicio					
	<b>Proceso de Almacenamiento</b>					
5	Cree usted que la empresa posee sistemas de estanterías que ofrezca capacidad para almacenar					
	<b>Responsabilidad de la Gestión</b>					
6	Usted cree que a través de la responsabilidad de gestión le permite definir responsabilidades, políticas y estrategias de organización					
	<b>Gestión de Recursos</b>					
7	La gerencia asume interés en proporcionar diversidad de recursos para garantizar la ejecución de otros procesos					

	<b>Medición, análisis y mejora</b>					
8	El gerente establece medidas que validen los procesos de control y repetibilidad, desde un análisis periódico, que promueva actividades de mejora continua.					
	<b>Marketing e investigación de mercados</b>					
9	Cree usted que a través de la investigación de mercados se promueve información actualizada, para la implantación de estrategias de marketing					
	<b>Transporte</b>					
10	La organización cuenta con algún tipo de transporte para el desarrollo de sus actividades dentro y fuera de su jurisdicción.					
	<b>Contabilidad</b>					
11	Considera usted que el proceso contable en la actualidad es el más adecuado para el desempeño eficiente de la empresa					
	<b>Mantenimiento de equipos</b>					
12	Emplea herramientas de alta tecnología para un excelente mantenimiento de equipos en aras del buen servicio y satisfacción del consumidor					
	<b>Procesos de servicio</b>					
13	Demuestra disposición actitudinal mediante la amabilidad orientada al cliente					
	<b>Mejora continua</b>					
14	La gerencia establece con frecuencia la mejora continua para optimizar los procesos (productos y servicios) en búsqueda de excelencia en calidad.					
	<b>Estructuras de calidad</b>					
15	Para una excelente estructura de calidad se distribuye de manera adecuada al personal idóneo, las funciones básicas agrupadas por puestos de trabajo relacionadas entre sí por dependencias jerárquicas.					
	<b>Métricas</b>					
16	Las métricas empleadas por la empresa describen el buen desempeño de la organización					
	<b>Sistema de gestión de calidad</b>					
17	Son eficaces y eficientes los procesos de planear, ejecutar y controlar actividades que garanticen el buen funcionamiento de un sistema de gestión de calidad.					
	<b>Auditoria</b>					
18	La aplicabilidad de la herramienta auditoría en la organización es competente para evaluar y mejorar sus políticas, objetivos y estándares de calidad.					

## TABLA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Por favor lea cuidadosamente cada uno de los Ítems que contiene el instrumento, luego según su criterio marque con una "X" en el formato la casilla correspondiente, suministrando si es necesaria, la información que soporte su opinión.

**Fecha:** 02/11/21

**Nombre del Experto:** Javier Mazzezy

**Aspectos a Evaluar:**

Ítem	Claridad				Congruencia				Pertinencia				Observación
	A	B	C	D	A	B	C	D	A	B	C	D	
1													
2													
3													
4													
5													

**A:** Excelente

**B:** Bueno

**C:** Regular

**D:** Deficiente

**Observaciones Generales:** El instrumento cumple con los aspectos a evaluar.

**Estudios realizados:** Pregrado: Ingeniería Industrial

**Experto:**

**Apellidos y Nombres:** Javier Mazzezy

**Firma:**



