

**PLANTEAMIENTO DE UN MODELO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA  
CALIDAD PARA LA EMPRESA ESPUMADOS EL ORIENTE BAJO LOS  
LINEAMIENTOS DE LA NORMA NTC-ISO-9001:2015**

**ESTEBAN ALEJANDRO MALAVER RODRIGUEZ  
JUAN ESTEBAN OCHOA URVINO**

**ESPECIALIZACIÓN ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA DE SISTEMAS DE  
CALIDAD**

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS TUNJA  
FACULTAD DE POSGRADOS  
TUNJA  
2022**

**PLANTEAMIENTO DE UN MODELO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA  
CALIDAD PARA LA EMPRESA ESPUMADOS EL ORIENTE BAJO LOS  
LINEAMIENTOS DE LA NORMA NTC-ISO-9001:2015**

**ESTEBAN ALEJANDRO MALAVER RODRIGUEZ  
JUAN ESTEBAN OCHOA URVINO**

**DRA. MARTHA PATRICIA STRIEDINGER MELÉNDEZ  
ING. CARLOS ANDRÉS AGUIRRE**

**ESPECIALIZACIÓN ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA DE SISTEMAS DE  
CALIDAD**

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS TUNJA  
FACULTAD DE POSGRADOS  
TUNJA  
2022**

Nota de aceptación

---

---

---

---

Presidente Jurado

---

Jurado

---

Jurado

Tunja

24/06/2022

## CONTENIDO

|                                                          |        |
|----------------------------------------------------------|--------|
| INTRODUCCIÓN.....                                        | pág.8  |
| 1. PROBLEMA .....                                        | pág.9  |
| 1.1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....                    | pág.9  |
| 1.4. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA .....                      | pág.9  |
| 1.5. ELEMENTOS DEL PROBLEMA.....                         | pág.10 |
| 1.6. CAUSAS .....                                        | pág.10 |
| 1.7. CONSECUENCIAS.....                                  | pág.11 |
| 1.8. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....                       | pág.11 |
| 1.9. SUBPROBLEMAS .....                                  | pág.11 |
| 2. OBJETIVOS .....                                       | pág.12 |
| 2.1. OBJETIVO GENERAL .....                              | pág.12 |
| 2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....                          | pág.12 |
| 3. JUSTIFICACIÓN.....                                    | pág.13 |
| 4. MARCO TEÓRICO .....                                   | pág.14 |
| 5. MARCO CONCEPTUAL.....                                 | pág.19 |
| 6. MARCO LEGAL.....                                      | pág.22 |
| 7. MARCO REFERENCIAL .....                               | pág.25 |
| 8. DISEÑO METODOLÓGICO .....                             | pág.27 |
| 8.1. TIPO DE ESTUDIO.....                                | pág.27 |
| 8.2. FASE CUALITATIVA.....                               | pág.27 |
| 8.3. FASE CUANTITATIVA .....                             | pág.29 |
| 9. METODOLOGÍA Y DESPLIEGUE DE OBJETIVOS.....            | pág.31 |
| 10. CRONOGRAMA .....                                     | pág.32 |
| 11. RESULTADOS .....                                     | pág.33 |
| 11.1. DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN.....                | pág.33 |
| 11.2. COMPRENSIÓN DE LA ORGANIZACIÓN Y SU CONTEXTO ..... | pág.34 |
| 11.3. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.....                     | pág.36 |
| 12. CONCLUSIONES .....                                   | pág.41 |
| 13. ANEXOS .....                                         | pág.42 |
| REFERENCIAS .....                                        | pág.60 |

## **LISTA DE ILUSTRACIONES**

|                                                         |        |
|---------------------------------------------------------|--------|
| ILUSTRACIÓN 1. ÍNDICE DE CONFIANZA (K).....             | pág.29 |
| ILUSTRACIÓN 2. LOGO DE LA ORGANIZACIÓN. ....            | pág.33 |
| ILUSTRACIÓN 3. MAPA DE PROCESOS DE LA ORGANIZACIÓN..... | pág.39 |

## **LISTA DE TABLAS**

|                                                      |        |
|------------------------------------------------------|--------|
| TABLA 1. METODOLOGÍA Y DESPLIEGUE DE OBJETIVOS ..... | pág.31 |
| TABLA 2. CRONOGRAMA.....                             | pág.32 |
| TABLA 3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....              | pág.34 |

## LISTA DE ANEXOS

|                                                                                                    |         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| ANEXO 1. ÁRBOL DE PREGUNTAS.....                                                                   | pág.421 |
| ANEXO 2. ESQUEMA DE ENTREVISTA PROFUNDA. ....                                                      | pág.432 |
| ANEXO 3. FORMATO DE CUESTIONARIO.....                                                              | pág.443 |
| ANEXO 4. RESPUESTAS DE LA ENTREVISTA PROFUNDA. ....                                                | pág.45  |
| ANEXO 5. RESPUESTAS REGISTRADAS DE LA ENCUESTA APLICADA A<br>CLIENTES DE ESPUMADOS EL ORIENTE..... | pág.46  |
| ANEXO 6. RESPUESTAS DEL CUESTIONARIO.....                                                          | pág.510 |
| ANEXO 7. MATRIZ EFE Y MEFI.....                                                                    | pág.521 |
| ANEXO 8. MATRIZ DOFA. ....                                                                         | pág.53  |
| ANEXO 9. DIAGRAMA PESTEL. ....                                                                     | pág.54  |
| ANEXO 10. DIAGRAMA DE FLUJO.....                                                                   | pág.55  |
| ANEXO 11. DISEÑO DE INDICADORES.....                                                               | pág.56  |
| ANEXO 12. CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS. ....                                                        | pág.57  |
| ANEXO 13. MATRIZ DE RIESGOS.....                                                                   | pág.58  |
| ANEXO 14. PARTES INTERESADAS.....                                                                  | pág.59  |

## INTRODUCCIÓN

En el presente proyecto se plantea un modelo de sistema de gestión de calidad para la organización Espumados el Oriente, enfocado únicamente al proceso de producción ya que es una parte fundamental e importante en el desarrollo de esta organización, este sistema es implementado bajo todos los lineamientos de la norma NTC ISO 9001:2015, en el cual se usan distintos métodos, herramientas, estrategias y metodologías enfocadas directamente en dicho proceso.

En el documento se presenta un problema, con el cual se inicia toda la investigación y se procede a la recolección de información, donde por medio de la aplicación de la norma se consiguen distintas alternativas para la organización, brindándole a la directiva de la empresa un buen despliegue de ayudas y herramientas que se pueden poner en práctica para un mejor desarrollo de la organización y una mejora continua con el conocimiento de valores, planificaciones, mapas de procesos, estrategias, objetivos estratégicos, etc.

Para finalizar este proyecto se presentan sus respectivos resultados dando a conocer a la organización las ventajas de la aplicación del modelo planteado basado principalmente en la norma NTC ISO 9001:2015 o aún mejor, presentarse la oportunidad de adquirir una certificación en calidad.

## **1. PROBLEMA**

### **1.1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

Para la empresa Espumados el Oriente, organización activa en la fabricación y comercialización de espuma de poliuretano, no se posee un sistema de gestión de la calidad.

Este sistema de gestión de la calidad que se va aplicar será enfocado en la parte de producción para incrementar su alcance de mercado.

### **1.2. TÍTULO DEL PROBLEMA**

Planteamiento de un modelo de sistema de gestión de la calidad para la empresa Espumados el Oriente bajo los lineamientos de la norma NTC-ISO-9001:2015.

### **1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La empresa Espumados el Oriente no cumple con los estándares de calidad requeridos en el mercado actualmente, lo cual afecta la efectividad en los procesos de producción y por ende puede perjudicar negativamente la satisfacción del cliente, por lo tanto, requiere de un sistema de gestión de la calidad que permita mejorar la competitividad en el mercado local.

### **1.4. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA**

La espuma es un elemento importante para la creación de varios productos en la industria se quiere hablar de dónde nace este producto y cómo se desarrolla y se aplica en los últimos años dando a conocer así su composición y aplicación.

“La industria del poliuretano tiene sus orígenes en la década de los años 30. En 1937 el Dr. Otto Bayer habló específicamente de la producción de espumas rígidas elastómeros y adhesivos. Este material se caracterizaba por presentar una resiliencia media, que varía entre 20% y 55%. Luego, en el año 1991 se hizo el desarrollo de las espumas de alta y baja resiliencia. De esta manera se dio a conocer y se puso en altos estándares industriales”<sup>1</sup>

En este proyecto se analizarán los distintivos puntos fundamentales a tener en cuenta en un sistema ISO 9001 en empresas fabricantes, comercializadoras y distribuidores, con la finalidad de lograr implementar el sistema en Espumados el Oriente una empresa prestadora de servicios de fabricación, comercialización

---

<sup>1</sup> VARGAS ACOSTA Ximena Alejandra. Formulación de espuma flexible de poliuretano basada en TDI resistente al envejecimiento a escala laboratorio. Trabajo de grado para optar por el título de Magister en Ingeniería Mecánica Grupo de Materiales y Manufactura CIPP-CIPEM. Colombia, Bogotá DC. P. 10

y distribución de espuma poliuretano esta empresa tiene cobertura en el municipio de Sogamoso, Boyacá queriendo así incrementar su alcance en la región, la cual requiere un sistema de gestión de la calidad; ante su ausencia no se está cumpliendo con los estándares necesarios de calidad que requiere el mercado actualmente, por lo cual crearía una ventaja competitiva ante el mercado local y regional, y así mismo, en los clientes generaría mayor confianza y seguridad.

### **1.5. ELEMENTOS DEL PROBLEMA**

- **Calidad:** La calidad es una de las muchas cualidades de las empresas que permite caracterizar y valorar con respecto a un modelo o lineamiento, de forma que evalúa la excelencia de la organización, en donde se tienen en cuenta factores tales como; producción, desempeño e innovación, también basándose en la opinión del cliente, siendo como objetivo su satisfacción, de forma que refleje un buen desempeño en los procesos de la empresa.
- **Satisfacción del cliente:** Se puede identificar como la percepción del cliente sobre el producto o servicio que recibe en cualquier entidad u organización, donde este puede juzgar si se han cumplido sus expectativas, de forma que una buena opinión del cliente puede mejorar la imagen de la empresa y a su vez generar publicidad debido a su satisfacción. Por esta razón la norma NTC-ISO-9001:2015 tiene como uno de sus fundamentos la satisfacción del cliente.
- **Optimización de procesos:** Este es un mejoramiento detallado de las actividades dentro de los procesos desarrollados en la empresa, de forma que se puedan mejorar dichos procesos o encontrar falencias que afecten el desempeño, con el fin de mejorarlos y así lograr una mejora en los procesos y por ende esto mejora la calidad de la empresa, este es uno de los fundamentos para un sistema de gestión de calidad.
- **Comercialización:** Es un conjunto de actividades donde su función principal es introducir un producto o servicio en el sistema de distribución.
- **Distribución:** Es uno de los procesos que conlleva en hacer llegar un producto o servicio al consumidor.

### **1.6. CAUSAS**

- No cuenta con un modelo a seguir al momento de garantizar la calidad en los procesos.
- Necesidad de un profesional frente al caso.
- Carece de resistencia al cambio frente al mejoramiento de estrategias.

### **1.7. CONSECUENCIAS**

- Los procesos no cuentan con los lineamientos requeridos para garantizar la calidad.
- Falta de conocimiento frente a estrategias que garanticen la calidad en los procesos.
- Impide la optimización en los procesos.

### **1.8. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo plantear un modelo del sistema de gestión de calidad para la empresa Espumados el Oriente bajo los lineamientos de la normativa NTC ISO 9001:2015?

### **1.9. SUBPROBLEMAS**

- ¿Cómo determinar el estado actual de la empresa, de forma que sea la base del modelo del sistema de gestión de calidad, frente a los requisitos exigidos por la Norma NTC ISO 9001:2015?
- ¿Cómo lograr una mejora en la producción, para lograr el aumento de competitividad de la empresa?

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1. OBJETIVO GENERAL**

Plantear un modelo de sistema de gestión de calidad para la empresa Espumados el Oriente bajo los lineamientos de la normativa NTC ISO 9001:2015.

### **2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Realizar una evaluación del estado actual de la empresa Espumados el Oriente frente a los requisitos exigidos por la Norma NTC ISO 9001:2015.
- Establecer estrategias para el mejoramiento en la producción de la empresa, para el aumento de su competitividad.

### 3. JUSTIFICACIÓN

Para poder asegurar el ámbito de la calidad en la producción y en la distribución de productos ofertados por una empresa es de suma importancia, debido que es un factor decisivo en la toma de decisión de un cliente, de forma que satisfaga su necesidad y gracias a ello se obtenga una mejor competitividad en el mercado; es por esto que las empresas tienden a tener la necesidad de desarrollar sistemas de gestión de calidad que permitan adaptar mejoras en los procesos y se garantice la satisfacción de la clientela.

Es por esto, que el planteamiento de un modelo de sistema de gestión de la calidad bajo la norma NTC ISO 9001:2015, es necesario para la empresa *Espumados el Oriente*, con la finalidad de implementar dicho modelo, realizando un diagnóstico actual de la empresa para la determinación de los requisitos exigidos por la norma, posterior a ello la creación de estrategias para la optimización de las falencias detectadas, de forma que mejore los procesos, aumentando su eficiencia y llegando a reducir costos.

Esta implementación contiene pasos que determinan los alcances de la investigación y se enfocan en las áreas que requieren de mejoría. En primer lugar, se encuentra el diagnóstico en donde se analiza el estado actual que tiene la empresa, determinando si posee una clara identificación de sus actividades, procesos de producción e indicadores que midan el desempeño de sus procesos. Posterior a esto, se realiza una planificación en donde se analizan los resultados del diagnóstico con el fin de establecer acciones de mejoría apuntando al objetivo de la optimización de procesos.

## **4. MARCO TEÓRICO**

### **4.1. TEORÍA DE GESTIÓN DE CALIDAD**

La calidad es un tema importante que está en el ámbito empresarial y académico desde hace varios años, y es de gran importancia la implementación de estos movimientos para gestionar de buena manera esta calidad en las organizaciones como se aprecia se puede tratar para la completa implementación del movimiento por la calidad.

Actualmente estos sistemas son tratados o principalmente dominados por los medios de comunicación, que informan de los distintos planes de calidad que están en marcha por organizaciones significativas, los programas que brindan ayuda para estimular de manera más efectiva la mejora de la calidad que son propuestas por diferentes administraciones públicas, la instauración de este ámbito importante como lo es la calidad es de gran importancia y estos distintos medios de información o implementación que son orientadas a difundir y fomentar la calidad y llegar a la excelencia empresarial.

La gestión de la calidad se ha convertido actualmente en “la condición necesaria para cualquier estrategia dirigida hacia el éxito competitivo de la empresa. El aumento incesante del nivel de exigencia del consumidor, junto a la explosión de competencia procedente de nuevos países con ventajas comparativas en costes y la creciente complejidad de productos, procesos, sistemas y organizaciones, son algunas de las causas que hacen de la calidad un factor determinante para la competitividad y la supervivencia de la empresa moderna”.<sup>2</sup>

Este proceso de la gestión de la calidad frente a las demás funciones empresariales y directivas, en este proceso se hace la integración de sistemas de gestión varios (desde la gestión de la calidad a la gestión de la prevención de riesgos laborales, la gestión de los recursos humanos, la gestión ética y la gestión medioambiental) y en la unión de la gestión de la calidad con la dirección estratégica.

Desde que este sistema se diera a conocer en la industria y a un nivel empresarial, durante años ochenta y noventa del siglo XX, la gestión de la calidad ha ido creciendo potencialmente obteniendo un gran alcance al resto de sectores y que da un gran impacto a los productos y servicios de las distintas organizaciones.

Otro indicador que fue usado para la difusión de este sistema innovador es la cantidad de organizaciones que han optado por conseguir una certificación de sus sistemas de gestión de calidad, aunque en muchos casos esta certificación

---

<sup>2</sup> CAMISÓN, César; CRUZ, Sonia; GONZÁLEZ, Tomás. Gestión de la calidad. Madrid: Pearson Educación, 2006.

es sólo el primer paso hacia la implantación o implementación total que ofrecen los enfoques de gestión de la calidad avanzados. Las empresas españolas son las autoras principales dentro del movimiento las cuales poseen un buen posicionamiento en el ranking mundial de certificaciones ISO y la lista cada vez mayor de organizaciones galardonadas por su calidad y excelencia.

De lo anterior se define la necesidad de proporcionar una clara visión de los distintos conceptos de calidad y los diferentes factores para la Gestión de la Calidad que ayudará a evaluar y atacar de forma beneficiosa los inconvenientes y mejorar muchos aspectos importantes dentro de la organización

#### **4.2. TEORÍA DE LA NORMA ISO 9001:2015**

La ISO 9001 norma internacional que “se aplica a los sistemas de gestión de calidad (SGC) y que se centra en todos los elementos de administración de calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios”.<sup>3</sup>

Los clientes actuales prefieren siempre los proveedores que ya cuentan con esta certificación o acreditación y así de esta manera tienen más confiabilidad o aseguran que el producto o servicio ya este regido bajo un sistema de gestos de calidad. Esta certificación hace constar que la organización esta entre las 640.000 organizaciones en todo el mundo que poseen este sistema y genera una mayor confiabilidad para los distintivos clientes.

Los principios de la ISO 9001 se han propuesto principios de gestión de la calidad que pueden ser usados por la alta dirección con el objetivo de llevar a la organización hacia una mejora en el desempeño.

1. Enfoque al cliente: Las organizaciones siempre tienen dependencia de sus clientes y por lo tanto deberían conocer perfectamente las necesidades actuales y futuras de los mismos, satisfacer los requisitos de los clientes y esforzarse en poder superar las expectativas de los clientes.
2. Liderazgo: Los líderes establecen siempre unos propósitos para la buena orientación o el buen camino de la organización. También son los responsables de crear y mantener un buen ambiente interno, en el cual los operarios lleguen a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización.
3. Participación del personal: El personal, en todos los niveles y en todas las áreas son la esencia de la organización así que el compromiso beneficia y acelera el cumplimiento de los objetivos de la organización trayendo beneficio para esta.

---

<sup>3</sup> YÁÑEZ, Carlo. Sistema de gestión de calidad en base a la norma ISO 9001. Internacional eventos, 2008, vol. 9.

4. Enfoque basado en procesos: Para poder alcanzar los resultados que se esperan es indispensable que la realización de las actividades del proceso esté con una buena dirección de gestión y así conseguirlos.
5. Enfoque de sistema para la gestión: Identificar, entender, gestionar y actuar con los procesos que hacen parte de los sistemas de la organización, contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el cumplimiento de sus objetivos.
6. Mejora continua: La mejora continua es y debería ser siempre uno de los principales objetivos que deben tener las organizaciones ya que con este la evolución de la organización y destacar en el desempeño global.
7. Enfoque basado en hechos para la toma de decisión: Para la toma de decisiones es muy importante tener una previa preparación con un buen análisis de información y datos que conlleven la decisión.
8. Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor: Una organización y sus proveedores deben otorgar una excelente relación sin dejar a un lado sus intereses personales pero que los dos se vean beneficiados al respecto.

Estos ocho principios de gestión de la calidad constituyen la base de las normas de sistemas de gestión de la calidad de la familia de normas ISO 9000.

#### **4.3. TEORÍA DE GESTIÓN POR PROCESOS**

El enfoque por procesos, aparece siendo una estrategia administrativa para llegar a mejorar el resultado de la gestión organizacional.

La organización es la unión de varios procesos complejos. Los procesos aparecen como obligaciones que responden a una necesidad interna o externa y son la clave para un buen desempeño. El rol que tiene la nueva gerencia es comprender y dirigir los procesos de la organización, ya que los clientes cada vez son más exigentes hasta en el más mínimo detalle y por lo tanto requieren cambios importantes en la organización (Harrington, 1993).

Gestión por procesos, implica un avance en las organizaciones hacia una manera de enfocar la participación del personal y orientarla hacia el cliente. Tradicionalmente, las organizaciones se han estructurado por departamentos o áreas funcionales, que no tienen nada que ver con las necesidades del cliente. Muchos de los procesos fluyen horizontalmente a través de las clásicas organizaciones funcionales: en algún área pudiera haber un “nicho de poder”, planteando problemas para delegar responsabilidades sobre la totalidad del proceso (Fernández de Velasco, 1996). Es necesario gestionar las relaciones entre las distintas funciones dentro de la organización (Roure & Rodríguez Badal, 1997). Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso (gestión, 2008).<sup>4</sup>

De muchas opiniones de los autores citados anteriormente sobre el enfoque que se tiene en la gestión por procesos, se desprenden tres elementos principales donde se explica dicha estrategia administrativa:

---

<sup>4</sup> ZAMORA, Mauro Hernán. Teoría de la gestión por procesos: un análisis del Centro de Fórmulas Lácteas Infantiles del Hospital Sor María Ludovica de La Plata. 2017. Tesis Doctoral. Universidad Nacional de La Plata.

1. Cambio en las expectativas y necesidades del cliente, teniendo presente que cada día se tiene que estar más exigente (mercados globalizados y clientes con más conocimiento e información).
2. Necesidad de eficacia y eficiencia en las organizaciones (entorno de elevada competencia donde la exigencia es mayor en el control de los costos).
3. Estructuras funcionales que no se adaptan a las necesidades de la organización.

Por otra parte, por medio de la selección de técnicas y estrategias apropiadas, se puede llegar a diseñar procesos que den a las organizaciones una ventaja competitiva. Es decir, éstas se pueden utilizar como arma competitiva.

#### **4.4. TEORIA DE JURAN**

Esta teoría habla de implementar los pasos posibles o que sean necesarios para llegar a la calidad.

- **Planificar la calidad**

Para conseguir esta planificación de calidad es importante conocer los siguientes puntos: identificar quiénes son los clientes y sus necesidades concretamente, desarrollar un producto o servicio que satisfaga esas necesidades, planear cómo se va a llevar a cabo, y comunicar este plan al equipo encargado de producirlo.

- **Control de calidad**

Este control es todo un proceso de creación del producto, es supervisar que efectivamente se está realizando de la mejor manera.

Para ello, es importante evaluar el impacto del producto en el mundo real, buscar estar por encima de las distintas competencias, y trabajar para eliminar las diferencias que no dejan ser los líderes del mercado.

- **Mejora de la calidad**

Otra vez en el contexto de relacionar la idea de la mejora constante, una vez que este creado un producto hay llevar a cabo una serie de pasos para estar seguro de que la próxima vez el proceso vaya a ser todavía más eficaz.

Estos pasos son los siguientes: “crear la infraestructura que permita la mejora, identificar puntos concretos en los que puede haber un aumento de la calidad, asignar un equipo de expertos a esta tarea, y proporcionarles todos los recursos y formación que puedan necesitar para llevar la calidad del producto creado al siguiente nivel”.<sup>5</sup>

#### **4.5. TEORIA DEL CONTROL DE LA CALIDAD**

Creada por el Doctor Feigenbaum, se dispone a crear un sistema con unos pasos que se volvieron un proceso o ciclo a seguir que permitiese llegar a conseguir la mayor calidad en todo tipo de productos o servicios. De esta manera, se eliminaba la suerte en el proceso de conseguir la mayor satisfacción del cliente.

Sus principios básicos son los siguientes:

- Hoy en día, existe una gran cantidad de productos similares en el mercado, los compradores se fijan más que todo en las diferencias entre uno y el otro. Por eso, la calidad de un producto es un factor más importante y decisivo a la hora de adquirirlo.
- La calidad de los productos es uno de los mejores predictores del éxito y el crecimiento de una empresa.
- “La calidad proviene de la gestión de la empresa; por lo tanto, si se es capaz de educar a los dirigentes, los productos creados por una compañía serán de la mayor calidad posible”.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> ALEJANDRO RPDRIGUEZ PUERTA. Las 4 teorías de la calidad [en línea], <https://www.lifeder.com/teorias-calidad/>

<sup>6</sup> ROJAS RAMOS DANIEL. Teorías de la calidad. Orígenes y tendencias de la calidad total [en línea]. <<https://www.gestiopolis.com/teorias-de-la-calidad-origenes-y-tendencias-de-la-calidad-total/>>

## **5. MARCO CONCEPTUAL**

En la actualidad, la gestión de la calidad es de suma importancia en todo tipo de organización, debido a que los compradores perciben la calidad en los productos que compiten en un mercado, en donde se inclinan por este factor. Por esto la calidad es un factor básico en la decisión del cliente a la hora de comprar o adquirir ya sea un producto o servicio. Según Armand V. Feigenbaum “La calidad ha llegado a ser la única fuerza de gran importancia que lleva el éxito organizacional y al crecimiento de la compañía en mercados nacionales e internacionales”.<sup>7</sup> Lo anteriormente mencionado es relevante para el desarrollo de este trabajo, debido a que se da a entender que en el desarrollo de procesos de calidad deben ser eficientes y efectivos, para lograr buenos resultados y también herramientas para la organización en el caso de contar con estrategias de calidad que se puedan representar en un incremento de aceptación del mercado y mejoras en la productividad, a su vez que aumentando la competitividad.

A continuación, se describirán algunos aspectos importantes dentro de la administración de la calidad, donde se distingue la mejora de calidad enfocada en el cliente, quien es el que percibe la calidad mediante el cumplimiento de sus expectativas.

### **5.1. CLIENTE**

Toda organización está en funcionamiento de un mercado porque tiene clientes a quienes complacer o satisfacer, los o el cliente es la persona que adquiere o compra bienes o servicios.

El fin último de cualquier organización es poder captar y mantener clientes, de manera que se vea beneficiada también la organización disponiendo de sus productos o servicios, para ello es necesario tener a los clientes satisfechos, que, según Ros Jay, esto significa:

- Personal más alegre y motivado, al cual se le agradece, en lugar de tener críticas o inconvenientes con él.
- Mantener una mayor retención de clientes, que ahorra costos de tener que reclutar clientes nuevos, simplemente para reemplazar los perdidos.
- Identificar según recomendaciones de los clientes los productos o servicios fuertes de la organización.

Es importante tener la capacidad de distinguir que existen generalmente dos tipos de clientes en una organización: clientes internos, que “son aquellos que pertenecen a la organización, y que por lo general reciben algún producto o servicio de otras áreas o departamentos para su uso y a su vez estos pudiesen

---

<sup>7</sup> FEIGENBAUM, Armand. Slideshare [en línea], [Consultado el 05 octubre del 2021]. Disponible en <https://es.slideshare.net/OPIITSA/2-armand-feigenbaum>

luego ser proveedores de otro departamento o área. Y los clientes externos, los cuales son aquellos entes externos a la empresa que compran o contratan el producto o servicio final que ofrece la empresa”.<sup>8</sup>

## **5.2. VENTAJAS COMPETITIVAS**

Ventaja es como la superioridad o mejoría de algo con respecto a otra, y competitividad, como la capacidad de rivalizar con otro, se puede definir que la ventaja competitiva es la capacidad, habilidad o diferencia que posee un ente con respecto a otro, el cual lo hace superior y lo lleva a ganar en un ámbito competitivo.

En el libro Estrategias para la competitividad de las pymes, José Gómez afirma que “los elementos habituales de singularidad competitiva con respecto a un producto o servicio están relacionados al precio, diseño, marca, peculiaridades de uso, presentaciones, servicio, capacidad y tiempo de respuestas, entre otros”.<sup>9</sup>

Las fuentes básicas de ventajas competitivas son cuando es posible diferenciarse y sobresalir de los demás competidores.

## **5.3. SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD**

Se comprende como Sistema de gestión de la Calidad de una organización, como “el mecanismo empleado para la planeación, establecimiento y ejecución de procesos y sus respectivas acciones de mejora, mediante estándares de calidad determinantes a través de indicadores que se desarrollan en pro de los clientes comprometiéndonos como la fuente de ingresos de la organización y de quienes depende la empresa para lograr los objetivos”.<sup>10</sup>

De esta forma la gestión de calidad se hace mucho más eficaz y eficiente, ya esta manera se puede mostrar la importancia y el impacto del mismo para un funcionamiento estable de las organizaciones, en este aspecto la norma ISO 90001, más que ser una normatividad vigente, se convierte en un recurso de información y guía para el desarrollo de actividades enfocadas en la calidad de los procesos.

Igualmente el sistema de gestión de la calidad se asegura de que los indicadores de gestión se transformen en elementos de control que además de permitir

---

<sup>8</sup> Cita y referencia: PERESSON, Lory. Sistemas de gestión de la calidad con enfoque al cliente. España: Universidad de Valladolid, 2007.

<sup>9</sup> Cita y referencia: PERESSON, Lory. Sistemas de gestión de la calidad con enfoque al cliente. España: Universidad de Valladolid, 2007.

<sup>10</sup> Cita y referencia: BELTRÁN, Jorge Estrada. Sistemas de gestión de la calidad: una herramienta imprescindible en la auditoría financiera. Revista En-contexto/ISSN: 2346-3279, 2015, no 3, p. 143-160.

evaluar la gestión hace parte de un plan de mejoramiento continuo, que se logra a por medio de la gestión por competencias que se gestionan en los recursos humanos de las organizaciones orientándose a los productos o servicios de alta calidad.

#### **5.4. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA**

La planificación estratégica se basa en el diseño de las acciones que son necesarias para el cumplimiento de los objetivos previstos en cada una de las actividades en las que infiere este concepto, priorizando los inconvenientes que se pueden presentar, la solución, los responsables, los recursos y la debida evaluación para poder establecer avances de tal manera que se contemple el pensamiento basado en el riesgo que caracteriza la implementación de un sistema de gestión de la calidad bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015.<sup>11</sup>

#### **5.5. VARIABLES DEPENDIENTES**

- Calidad del producto
- Precio del producto
- Tiempo de entrega
- Estrategias de producción

#### **5.6. VARIABLES INDEPENDIENTE**

- Profesionalismo
- Atención al cliente

---

<sup>11</sup> SCHWARTZ, Peter; VÁSQUEZ, Javier Medina. La planificación estratégica. Cuadernos de Administración, 1995, vol. 14, no 21, p. 199-225.

## 6. MARCO LEGAL

Los ámbitos presentes en el desarrollo del país, mediante entidades, existen parámetros y normativas técnicas y legales las cuales direccionan y rigen una correcta ejecución de acciones en cada sector.

Igualmente, la infraestructura del país en el sector comercial y de producción, se rige principalmente a por medio del cumplimiento de los requerimientos legales, al igual que técnicos, establecidos por jurisdicciones competentes y conocedoras del sector, como lo son el ministerio de ambiente, el ministerio de transporte, el ministerio de comercio.

Es importante que, a Espumados el Oriente, se le contemple la puesta en práctica de dichas normatividades, establecidas por leyes generales o locales, las cuales pueden ser internas o externas, estas se deben aplicar en la ejecución de actividades necesarias en sus procesos. Es por esto, que se da a conocer las normas legales en las cuales se ve involucrada la organización:

### 6.1. CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA 1991:

- **Artículo 78:** La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización.<sup>12</sup>
- **Artículo 333:** La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley. La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades.<sup>13</sup>

### 6.2. DECRETOS:

- **Decreto 679 de 2016:** La Constitución Política establece que la ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público para su comercialización. Así mismo, el mencionado artículo determina la responsabilidad de quienes en la producción y en la comercialización de

---

<sup>12</sup> CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. Artículo 78. [en línea], [Consultado el 12 de noviembre del 2021]. Disponible en: <https://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-3/articulo-78>

<sup>13</sup> CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. Artículo 333. [en línea], [Consultado el 10 de mayo del 2020]. Disponible en: <https://www.constitucioncolombia.com/titulo-12/capitulo-1/articulo-333>

bienes y servicios atenten contra la salud, la seguridad de los consumidores y usuarios.<sup>14</sup>

### 6.3. LEYES:

- **Ley 87 de 1993:** Por la cual se establecen normas para el ejercicio del control interno en las entidades y organismos del Estado y se dictan otras disposiciones.<sup>15</sup>
- **Ley 527 de 1999:** Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones. - Comercio Electrónico.<sup>16</sup>
- **Ley 590 de 2000:** Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa. MYPIMES<sup>17</sup>
- **Ley 1648 de 2013:** Por medio de la cual se establecen medidas de observancia a los Derechos de Propiedad Industrial.<sup>18</sup>

### 6.4. RESOLUCIONES:

- **Resolución 02013 de junio 6 de 1986:** Reglamento para la organización y funcionamiento de los comités, de medicina, higiene y seguridad industrial en lugares de trabajo.<sup>19</sup>

### 6.5. CÓDIGOS:

- **Artículo 1º. Aplicabilidad de la ley comercial:** Los comerciantes y los asuntos mercantiles se regirán por las disposiciones de la ley comercial,

---

<sup>14</sup> SISTEMA ÚNICO DE INFORMACIÓN INFORMATIVA. Decreto 676 del 2016. [en línea], [Consultado el 10 de mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=30021632>

<sup>15</sup> Sic.gov.co. 2021. [online] Available at: <[https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Cuadro\\_Leyes\\_Definitivo.pdf](https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Cuadro_Leyes_Definitivo.pdf)> [Accessed 12 November 2021].

<sup>16</sup> Sic.gov.co. 2021. [online] Available at: <[https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Cuadro\\_Leyes\\_Definitivo.pdf](https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Cuadro_Leyes_Definitivo.pdf)> [Accessed 12 November 2021].

<sup>17</sup> Sic.gov.co. 2021. [online] Available at: <[https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Cuadro\\_Leyes\\_Definitivo.pdf](https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Cuadro_Leyes_Definitivo.pdf)> [Accessed 12 November 2021].

<sup>18</sup> Sic.gov.co. 2021. [online] Available at: <[https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Cuadro\\_Leyes\\_Definitivo.pdf](https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Cuadro_Leyes_Definitivo.pdf)> [Accessed 12 November 2021].

<sup>19</sup> ARL SURA. Resolución 02013 de junio 6 de 1986. [en línea], [Consultado el 11 de mayo del 2020]. Disponible en: <https://www.arlsura.com/index.php/decretos-leyes-resoluciones-circulares-y-jurisprudencia/206-resoluciones/2470-resolucion-2013-de-1986>

y los casos no regulados expresamente en ella serán decididos por analogía de sus normas.<sup>20</sup>

- **Artículo 19. Obligaciones de los comerciantes:** Es obligación de todo comerciante:
  - 1) Matricularse en el registro mercantil;
  - 2) Inscribir en el registro mercantil todos los actos, libros y documentos respecto de los cuales la ley exija esa formalidad;
  - 3) Llevar contabilidad regular de sus negocios conforme a las prescripciones legales;
  - 4) Conservar, con arreglo a la ley, la correspondencia y demás documentos relacionados con sus negocios o actividades;
  - 5) Denunciar ante el juez competente la cesación en el pago corriente de sus obligaciones mercantiles, y
  - 6) Abstenerse de ejecutar actos de competencia desleal.<sup>21</sup>
- **Artículo 50. Contabilidad:** La contabilidad solamente podrá llevarse en idioma castellano, por el sistema de partida doble, en libros registrados, de manera que suministre una historia clara, completa y fidedigna de los negocios del comerciante, con sujeción a las reglamentaciones que expida el gobierno.<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> ic.gov.co. 2021. [online] Available at:

<[https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Cuadro\\_Leyes\\_Definitivo.pdf](https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Cuadro_Leyes_Definitivo.pdf)> [Accessed 12 November 2021].

<sup>21</sup> ic.gov.co. 2021. [online] Available at:

<[https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Cuadro\\_Leyes\\_Definitivo.pdf](https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Cuadro_Leyes_Definitivo.pdf)> [Accessed 12 November 2021].

<sup>22</sup> ic.gov.co. 2021. [online] Available at:

<[https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Cuadro\\_Leyes\\_Definitivo.pdf](https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Cuadro_Leyes_Definitivo.pdf)> [Accessed 12 November 2021].

## 7. MARCO REFERENCIAL

La importancia que tiene la calidad ya sea dentro y fuera de las organizaciones se refleja estando presente en la implementación de diferentes recursos o herramientas en una organización con el fin de ayudar al crecimiento, desarrollo y sostenimiento dentro del ambiente competitivo, buscando lograr una certificación en los modelos de sistemas de gestión de la calidad que han sido uno de los recursos con mayor efectividad y relevancia para las organizaciones.

En el ámbito de la producción y comercialización de productos y prestación de servicios ha estado en el auge del mejoramiento de la calidad y eficiencia de sus productos y servicios se crea muy diferenciadas competencias por el cual las organizaciones pretenden destacarse y han optado otros recursos, para llegar obtener un modelo de sistemas de gestión de la calidad, de tal forma que puedan cumplir con la finalidad última de este que es la certificación.

Existen varios tipos de certificación para las organizaciones y en cualquier tipo de ambiente laboral o actividad que se desempeñe, que como organización le podrían interesar para poder implementarlos. Principalmente esta norma ISO 9001, que establece los requisitos que debe cumplir un sistema de gestión de calidad. Esta norma es la guía para que la certificación pueda ser aplicable a cualquier tipo y tamaño de organización para mejorar el funcionamiento interno de la compañía o bien, los criterios con el cliente.

Un caso de éxito que se conoce del producto de esta certificación es la de COPACKING, una empresa de producción y comercialización de envases industriales, donde en julio del 2019 recibió la certificación de su sistema de gestión de la calidad bajo la norma ISO 9001:2015 para sus distintos procesos como los de diseño, producción, comercialización y distribución de envases para uso industrial; con el cual evidencia su compromiso y la mejora continua con el cumplimiento de los requisitos.<sup>23</sup>

Enfocados un poco más en el ámbito de Espumados el Oriente que se dedica a la fabricación y comercialización de colchones, colchonetas y espumas se tiene como referencia una de las organizaciones que más impacto tienen en el país en esta área que es Comodísimos<sup>24</sup> y que tiene este tipo de certificaciones por

---

<sup>23</sup> CATALOGO DE EMPAQUE. Certificaciones de calidad, Garantía de cara al cliente, 2021. Disponible en [Catalogodelempaque.com](http://Catalogodelempaque.com) [online], febrero 2020.

<sup>24</sup> COMODISIMOS. Especialistas en descanso. Disponible en <https://www.comodisimos.com/> 2021

el cual se puede evidenciar los resultados beneficiosos que trae conseguir la certificación.

La organización de Comodísimos cuenta con su propia planta de producción de 19.000 mts<sup>2</sup>, la más moderna y tecnificada del mercado. La fabricación continua de espuma, resortes, confección de forros y ensamble del colchón, permitiendo tener absoluto control durante cada uno de los procesos y ofrecer a quienes desean estar Comodísimos, la garantía de un buen confort con doble certificación NTC-ISO 9001 versión 2015 y NTC 2094, posicionándose como los verdaderos especialistas en descanso.<sup>25</sup>

De la misma manera un factor como lo es la atención del cliente es de mucha importancia para atraer a más clientela y de esta manera tener un beneficioso aumento de la demanda, la revista Chanel News presenta en su artículo “Atención y servicio al cliente” escrito por Boris Choy el cual indica que “las empresas deben preocuparse primero de aspectos fundamentales en la atención, antes que en el o los servicios que puedan ofrecer. Si no se cumple con una buena atención, los servicios tendrán una menor importancia perceptiva por parte de nuestros clientes.” Se concluye que efectivamente una mala atención afectaría o impactaría de manera negativa a la organización generando las pérdidas de clientes trayendo consigo la disminución de la demanda por lo cual lleva a decir que el cliente es la preferencia de las organizaciones.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> COMODISIMOS. Especialistas en descanso. Disponible en:  
[//www.comodisimos.com/institucional/quienes-somos](http://www.comodisimos.com/institucional/quienes-somos). Colombia 2021.

<sup>26</sup> CHOY BORIS. Revista Chanel News. Atención y servicio al cliente. [en línea], [Consultado el 18 de mayo de 2020]. Disponible en:  
<http://www.emb.cl/channelnews/articulo.mvc?xid=1369&ni=atencion-y-servicio-al-cliente>

## **8. DISEÑO METODOLÓGICO**

### **8.1. TIPO DE ESTUDIO**

En el presente proyecto se emplea una de investigación de metodología mixta, donde se aplica una recolección de información acerca de los sistemas de gestión de la calidad en organizaciones que están empeñadas a la producción y distribución. Posteriormente se procede a realizar una encuesta a los clientes más frecuentes de Espumados el Oriente con la finalidad de evaluar su percepción y nivel de satisfacción con respecto a la empresa.

### **8.2. FASE CUALITATIVA**

En el presente proyecto se emplea un tipo de investigación de metodología mixta, en donde se aplica una recopilación de información acerca de los sistemas de gestión de la calidad en organizaciones dedicadas a la producción y distribución. Posteriormente se procede a realizar una encuesta a los clientes más frecuentes de Espumados el Oriente con la finalidad de evaluar su percepción y nivel de satisfacción con respecto a la empresa.

#### **8.2.1. Objetivos**

- Realizar una evaluación del estado actual de la empresa Espumados el Oriente frente a los requisitos exigidos por la Norma NTC ISO 9001:2015.
- Establecer estrategias para el mejoramiento en la producción de la empresa, para el aumento de su competitividad.

#### **8.2.2. Datos secundarios**

El principio de esta investigación son los requisitos establecidos en la norma ISO 9001:2015 y la revisión bibliográfica que se realizó teniendo en cuenta artículos y documentos de la implementación de sistemas de calidad en organizaciones de producción y distribución, dicha información se obtuvo mediante:

- Norma ISO 9001:2015
- Beneficios de implementar un sistema de gestión de la calidad
- Avances de certificación ISO 9001: 2015 e ISO 14001 en Colombia
- La gestión de producción y prestación de servicios según la ISO 9001:2015 blog de la escuela Europea de Excelencia
- ISO 9001 en los procesos de producción blog de la escuela Europea de Excelencia

### **8.2.3. Datos primarios**

Se realiza una entrevista profunda al gerente general de la organización, por lo tanto, se realizará dicha entrevista con el fin de inducir a la empresa en un sistema de gestión de la calidad que ayude a cumplir los objetivos propuestos.

### **8.2.4. Aplicación de ley de datos personales**

De conformidad con la expedición de la ley estatutaria 1582 de dos mil doce (2012) por la "cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales" y el Decreto reglamentario número 1377 de dos mil trece (2013) por el "cual se reglamenta parcialmente la ley 1582 de dos mil doce (2012)", autorizo a la Universidad Santo Tomás, a emplear y tratar para fines estadísticos y de registro la siguiente información, para efectos de acceso al servicio de asesoría especializada.

### **8.2.5. Variables sociodemográficas**

A continuación, se presentan los datos que describen al personal que lleva a cabo la diligenciación:

Nombre: \_\_\_\_\_  
Profesión: \_\_\_\_\_  
Cargo: \_\_\_\_\_  
Antigüedad del cargo: \_\_\_\_\_

### **8.2.6. Árbol de preguntas**

En el **anexo 1** se presenta el esquema de organización de las preguntas que se llevan a cabo en la entrevista, por lo tanto, se presentan las fases de cada una de ellas.

En el árbol de preguntas es una herramienta para poder identificar que posibilidades se dan dependiendo de cual sea la respuesta y tener un paso a seguir claro.

### **8.2.7. Entrevista profunda**

En el **anexo 2** se presenta una serie de preguntas y respuestas con el fin de dirigir la entrevista entorno al primer objetivo.

Esta entrevista se creó para poder conocer el estado actual de la organización e identificar si cuenta o no con un Sistema de Gestión de Calidad, este se aplica por medio de una conversación con el gerente de la organización y que la información se obtenga de manera natural como tema de conversación.

### 8.2.8. Cuestionario

El **anexo 3** presenta la estructura de un cuestionario el cual se aplica a los directivos de la organización como apoyo de la entrevista profunda de manera enfocada en procesos específicos de la empresa.

### 8.3. FASE CUANTITATIVA

Esta fase se limita a la medición, de manera que permite analizar los temas en interés, como lo es el servicio de atención y la calidad del producto, es por esto que se aplica el muestreo mediante una encuesta, la cual se realiza por medio de la herramienta de encuestas “Google Forms” a los clientes más frecuentes de la empresa Espumados el Oriente.

Para llevar a cabo la ejecución de las encuestas es necesario delimitar el tamaño de la muestra, obteniendo como dato inicial un tamaño total de la muestra que son los clientes, de esta manera se puede llegar a determinar el tamaño de la muestra de tipo probabilístico debido a que el tamaño total de la muestra es menor a 100.000 clientes, a continuación, la **ecuación 1** dicho cálculo:

$$n = \frac{k^2 qpN}{e^2(N-1) + k^2 pq} \quad (1)$$

La **ilustración 1** muestra los valores de K para cada uno de los porcentajes de nivel de confianza, por lo tanto, se toma un índice de confianza del 95%, el cual indica un valor de K de 1,96:

*Ilustración 1. Índice de confianza (k)*

|  | Nivel de confianza | 90%  | 95%  | 99%  |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|------|------|------|
|                                                                                     | Valor de K         | 1,65 | 1,96 | 2,58 |

Fuente: <https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>

Se presentan cada uno de los valores, partiendo del valor de K de 95%, lo que generaría un error (e) del 5%, posteriormente se selecciona una población (N) de 150 personas, lo cual genera dos porciones de individuos de la población,

una porción es de individuos que contienen la característica de estudio (p), y la otra porción de individuos no posee esta característica (q):

N=150

e=5%

k=95%=1.96

p=0.85

q=0.15

Una vez se tienen dichas variables, se procede a plasmarlas en la **ecuación 1**, quedando como resultado la muestra de la población a estudiar, como se puede evidenciar en la **ecuación 2**:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,15 \times 0,85 \times 150}{0,05^2(150 - 1) + 1,96^2 \times 0,85 \times 0,15} = 85.2 \cong 85 \quad (2)$$

A continuación, se mostrará el formato de una encuesta llevada a cabo los días del 10 al 15 de noviembre del 2021, aplicando la misma a los clientes más frecuentes.

#### **8.3.1. Encuesta**

La encuesta a implementar a los clientes, se puede evidenciar en el **anexo 5**, iniciando por el siguiente encabezado:

De conformidad con la expedición de la ley estatutaria 1582 de dos mil doce (2012) por la "cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales" y el Decreto reglamentario número 1377 de dos mil trece (2013) por el "cual se reglamenta parcialmente la ley 1582 de dos mil doce (2012)", autorizo a la Universidad Santo Tomás, a emplear y tratar para fines estadísticos y de registro la siguiente información, para efectos de acceso al servicio de asesoría especializada.

Usted tiene derecho a conocer, actualizar y corregir sus datos personales, también podrá solicitar la supresión revocar la autorización otorgada para su tratamiento. En caso de reclamo o consulta relativa con sus datos personales, puede realizarla ingresando la petición remitiendo la solicitud al correo institucional [esteban.malaver@usantoto.edu.co](mailto:esteban.malaver@usantoto.edu.co) o al correo institucional [juan.ochoa@usantoto.edu.co](mailto:juan.ochoa@usantoto.edu.co)

## 9. METODOLOGÍA Y DESPLIEGUE DE OBJETIVOS

La **tabla 1** presenta estrategias para llegar a alcanzar los objetivos específicos establecidos:

*Tabla 1. Metodología y despliegue de objetivos*

| Objetivo Específico                                                                                                                          | Estrategia Metodológica                                                                                                                                              | Acciones                                                                                                                                                                   | Entregable                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| Realizar una evaluación del estado actual de la empresa Espumados el Oriente frente a los requisitos exigidos por la Norma NTC ISO 9001:2015 | Recopilación y consulta de información sobre la organización                                                                                                         | <b>P:</b> Precisar la información necesaria                                                                                                                                | Diagnóstico de la organización                               |
|                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                      | <b>H:</b> Solicitar información a la alta dirección                                                                                                                        |                                                              |
|                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                      | <b>V:</b> Organizar la información                                                                                                                                         |                                                              |
|                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                      | <b>A:</b> Revisar si se tiene la suficiente información                                                                                                                    |                                                              |
|                                                                                                                                              | Implementar una entrevista profunda al gerente de la organización, para determinar el estado actual de la empresa con respecto a un sistema de gestión de la calidad | <b>P:</b> Planear adecuadamente las preguntas que se van a realizar al gerente garantizando la seguridad de las respuestas con la aplicación de la ley de datos personales | Respuestas registradas con respecto a la entrevista profunda |
|                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                      | <b>H:</b> Tener un encuentro acordado con el gerente para la realización de la entrevista                                                                                  |                                                              |
|                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                      | <b>V:</b> Dependiendo de las respuestas dadas o encontradas en la entrevista se hace un respectivo análisis de la misma                                                    |                                                              |
|                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                      | <b>A:</b> Dependiendo del análisis e identificando las fallas de los procesos se procede a realizar el Sistema de Gestión de Calidad en el o los procesos identificados    |                                                              |

*Fuente: Elaboración propia.*

## 10. CRONOGRAMA

En el cronograma se plasman las acciones establecidas en la metodología y despliegue de objetivos, desde una etapa de planificación del proyecto hasta una fase de aplicación, como se muestra en la **tabla 2**:

*Tabla 2. Cronograma.*

| CRONOGRAMA             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                 |                                                              |       |   |       |   |   |   |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------------------------------------------------------|-------|---|-------|---|---|---|
| ETAPA                  | ACTIVIDADES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | RESPONSABLE     | RESULTADOS / ENTREGABLE                                      | MARZO |   | ABRIL |   |   |   |
|                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                 |                                                              | 4     | 5 | 1     | 2 | 3 | 5 |
| Planificación proyecto | Precisar la información necesaria<br>- Solicitar información a la alta dirección<br>- Organizar la información<br>- Revisar si se tiene la suficiente información                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Esteban Malaver | Diagnóstico de la organización                               |       |   |       |   |   |   |
| Fase direccionamiento  | Planear adecuadamente las preguntas que se van a realizar al gerente garantizando la seguridad de las respuestas con la aplicación de la ley de datos personales<br>- Tener un encuentro acordado con el gerente para la realización de la entrevista<br>- Dependiendo de las respuestas dadas o encontradas en la entrevista se hace un respectivo análisis de la misma<br>- Dependiendo del análisis e identificando las fallas de los procesos se procede a realizar el Sistema de Gestión de Calidad en el o los procesos identificados | Juan Ochoa      | Respuestas registradas con respecto a la entrevista profunda |       |   |       |   |   |   |
| Fase estructuración    | Realizar un organigrama que permita estructurar la nómina de la organización                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Esteban Malaver | Organigrama de la organización                               |       |   |       |   |   |   |
| Fase aplicación        | Planificar el procedimiento de la producción<br>- Realizar la producción para poder determinar riesgos y sus causas<br>- Verificar los efectos que ocasionan dichas causas, para llegar a realizar un control<br>- Presentar una evidencia (control) a cargo de un responsable el cual ejecuta las acciones establecidas                                                                                                                                                                                                                    | Juan Ochoa      | Matriz de riesgos                                            |       |   |       |   |   |   |

*Fuente: Elaboración propia.*

## 11. RESULTADOS

### 11.1. DIAGNÓSTICO DE LA ORGANIZACIÓN

- Nombre de la empresa: Espumados el Oriente (Persona Natural)
- NIT: 9397437-1
- Logo:  
La **ilustración 2** presenta la imagen representativa de la empresa:

*Ilustración 2. Logo de la organización.*



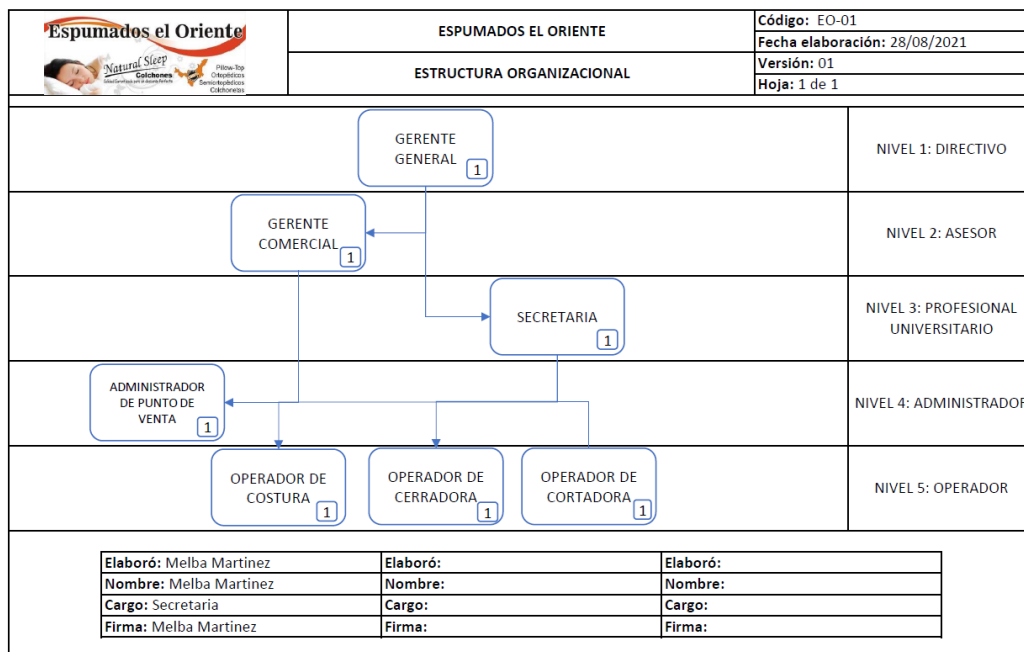
*Fuente:*

<https://web.facebook.com/esdeloriente/photos/a.454734328253104/1000979760295222>

- Estructura organizacional:

En la **tabla 3** se evidencia el diagrama el cual explica o permite visualizar de manera jerárquica la composición real que posee la organización.

*Tabla 3. Estructura Organizacional.*



*Fuente: Elaboración propia.*

Se pueden evidenciar el orden jerárquico que se tiene actualmente en la organización.

## 11.2. COMPRENSIÓN DE LA ORGANIZACIÓN Y SU CONTEXTO

- Las respuestas de la entrevista profunda se presentan en el **anexo 4**:  
Esta entrevista se aplicó directamente al gerente de la organización y de esta manera conocer si la organización tiene o no un sistema de gestión de calidad y así poder implementarlo.

Al evaluar las respuestas registradas, se evidencia que la organización conoce lo que es un sistema de gestión de calidad, pero no posee uno, a su vez se encuentra interesado en implementar un sistema de gestión de calidad con el fin de optimizar su producción de espuma de poliuretano.

- Las respuestas registradas de la encuesta aplicada a Espumados el Oriente se evidencian en el **anexo 5**:

Esta encuesta que fue realizada por medio de la herramienta de Google Forms y aplicada directamente a 10 distintivos clientes que posee la organización.

Se evidencia por medio de los resultados de la encuesta realizada, que por mayoría la buena conformidad que tiene la organización en la venta de productos y los servicios ofrecidos.

- Respuestas del cuestionario:  
Este es un cuestionario elaborado para ser aplicado a uno de los distintivos trabajadores de la organización para poder identificar el estado actual dependiendo de sus conocimientos, se puede evidenciar en el **anexo 6**.

Se logra tener una visión del desempeño y los productos con mayor demanda que posee la organización.

- Matriz EFE y MEFI:  
Son matrices usadas para el diseño de estrategias factibles para la organización; MEFI principalmente se encarga de los aspectos externos y la EFE principalmente de decisiones internos e importantes de la organización, estas matrices se presentan en el **anexo 7**.

Esta herramienta fue creada por el grupo de trabajo ya que la organización no contaba con esta y se pudo analizar y obtener una ponderación de los factores internos y externos más importantes de la organización.

Se evidencia por mayoría la buena conformidad que tiene la organización en la venta de sus productos y los servicios ofrecidos.

- DOFA:  
En esta matriz presentada en el **anexo 8**, se plasman los distintos factores como amenazas, oportunidades, fortalezas y debilidades, que por medio de esta herramienta se hace un cruce y así concluir las mejores estrategias organizacionales.

Esta herramienta fue creada por el grupo de trabajo ya que la organización no contaba con esta y se pudo analizar y obtener estrategias que se usan para atacar amenazas y debilidades por medio de oportunidades y fortalezas.

Se dio a conocer distintas estrategias que se pueden poner en práctica dentro de la organización para impactar inconvenientes presentados.

- **PESTEL:**  
Esta herramienta evidenciada en el **anexo 9**, es usada para definir considerablemente las mejores alternativas que puede optar la organización teniendo en cuenta varios factores que son: políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales.

Esta herramienta fue creada por el grupo de trabajo ya que la organización no contaba con esta y se pudo analizar y obtener y dar a conocer para los miembros de la organización el impacto de distintos factores importantes que no se conocían.

Se evidencian y se presentan distintos puntos importantes en varios ámbitos que se relacionan directamente con el desempeño de la organización.

### **11.3. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA**

- **Reseña histórica:**  
Espumados el Oriente, se creó el 6 noviembre 2001 como un punto de sola distribución y venta de productos como espumas de poliuretano, colchones, colchonetas, almohadas y productos de tapicería, para el año 2006 entra a operar el punto de fabricación de la espuma, así empieza a transformar su propio producto con marcas propias como Natutal-Sleep para colchones de alta gama y Eco-Sleep para línea más económica, convirtiendo los puntos de venta como puntos directos de fábrica, para dicho año 2006 se compra la maquinaria necesaria para la producción, corte de la espuma y confección. En el año 2009 entra en funcionamiento la máquina para cerrar colchones que aumenta la productividad de este producto, también se abrieron los puntos de comercialización en las ciudades de Duitama, Tunja y Yopal.

La producción de espuma ha continuado hasta la fecha de forma ininterrumpida, con el aumento de nuevos productos en las líneas de colchones y espuma de tapicería.

- **Misión:** La misión de la compañía es mejorar nuestros principales productos tanto en calidad como en presentación para así poder ser más competitivos en el mercado regional de espuma y atraer más clientela a nuestra compañía.
- **Visión:** La visión de la compañía es convertirse en una de las líderes del mercado a nivel regional ofreciendo la mejor calidad tanto en la fabricación y comercialización de espumas, siendo como objetivo para el año 2025.

Esta misión y visión son elaboradas por los autores basándose en el enfoque general del modelo presente, el cual es llegar a mejorar los

productos y llegar a cumplir de una mejor manera las necesidades del cliente.

- Valores corporativos:
  - Seguridad: Brindar confiabilidad a los operarios mediante un sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo, con el fin de otorgar protección a los trabajadores.
  - Respeto: Aceptar y comprender a las personas que interactúan con la empresa, ya sean clientes o trabajadores.
  - Servicio: Otorgar a los clientes actitudes de respeto y compromiso, a su vez que un buen producto, con la finalidad de satisfacer sus expectativas.
  - Compromiso: Asumir profesionalidad por parte de los trabajadores en las labores a ejecutar, facilitando lograr las metas de la empresa, comprometiéndose y cumpliendo con sus deberes de manera incentiva.
- Determinación del alcance del sistema de gestión de la calidad:  
El alcance del Sistema de Gestión de la Calidad de la empresa Espumados el Oriente es la producción y distribución de derivados de espuma de poliuretano tanto a microempresas, clientes mayoristas y personas naturales.
- Política de calidad:  
En Espumados el Oriente, brindamos al público productos derivados de la espuma de poliuretano en la región de Boyacá. Nuestro compromiso con los clientes es otorgarles productos de calidad al precio adecuado de acuerdo con sus necesidades.

La puntualidad en entregas, la atención al cliente, los conocimientos y habilidades del personal son factores clave para la mejora de nuestros procesos durante el año 2021.

Es por ello que la Dirección General ha tomado la decisión de implementar en la compañía un Sistema de Gestión de la Calidad bajo la norma ISO 9001:2015 y se compromete a cumplir con los requisitos aplicables con el fin conseguir la mejora continua del Sistema de Gestión de la Calidad.

- Objetivos estratégicos:
  - Establecer mecanismos que permitan asegurar la calidad tanto del producto como del servicio.
  - Mejorar factores tanto de atención, producción y administración con el fin de conseguir una mayor competitividad en el mercado.
  - Establecer métodos de producción fijos, de forma que aumenten la productividad y garanticen la calidad del producto.

Estos objetivos fueron establecidos por los autores con la finalidad de apuntar todo el planteamiento hacia una misma dirección, teniendo como referencia la calidad.

- Diagrama de flujo:  
Es una herramienta muy útil la cual representa un sistema o proceso y se encarga precisamente en la mejora de estos procesos, planificando, perfeccionando e identificando mejores estrategias para su aplicación, como se puede evidenciar en el **anexo 10**.

Esta herramienta fue creada por el grupo de trabajo ya que la organización no contaba con esta donde se plasmó específicamente como es el proceso de producción de la organización.

Se evidencia el orden correcto de cómo realizar cualquier tipo de procedimiento o proceso interno en la organización.

- Diseño de indicadores:  
El diseño de indicadores, presentado en el **anexo 11**, es un modelo que se encarga de asegurar que los resultados o los instrumentos a usar sean significativos o relevantes para la organización, con los cuales es posible rastrear, evaluar y corregir si aquello que se está realizando es factible o no.

Es decir, estos sirven de forma efectiva para alinear el buen desempeño de la organización y adicional brindar apoyo para el mejoramiento continuo.

Gracias a esta herramienta se logran establecer indicadores que ayude a suplir necesidades de la organización con el fin de lograr una mejora constante dentro de la misma.

- Caracterización de procesos:  
La caracterización de procesos es una herramienta táctica usada para describir el funcionamiento de un proceso en específico a través de la identificación de elementos de la gestión y control de los procesos y así dar cumplimiento a los requisitos de la norma, esta herramienta se puede ver evidenciada en el **anexo 12**.

Esta herramienta se creo por el grupo de trabajo donde se plasmó la caracterización del proceso para la creación de la espuma de poliuretano

con todos los requisitos, actividades y objetivos necesarios para esta caracterización.

- **Análisis de riesgos:**

Con esta herramienta aplicada en el **anexo 13**, sirve para gestionar y controlar los distintos riesgos que se pueden presentar en la organización en cualquier tipo de proceso o área. Ayuda a conocer los más significativos para garantizar mayor seguridad de la organización.

Se analizan posibles problemas existentes o problemas con los que la empresa Espumados el Oriente pueda tener en un futuro, de esta manera se pueden identificar las causas y efectos de dichos riesgos con el fin de alcanzar los objetivos de calidad establecidos para llegar a mejorar el proceso de producción.

- **Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas** presentado en el **anexo 14**:

Con esta herramienta se logra identificar y describir a las partes interesadas que es una persona interna o externa de la organización que de alguna manera afecta en las actividades o en los objetivos organizacionales y evalúa sus intereses respectivos en temas particulares.

- **Mapa de procesos de la organización:**

Es un diagrama en el cual se plasma o se permite visualizar más fácilmente el conjunto de acciones o actividades que se llevan a cabo en cada uno de sus procesos, este diagrama se presenta a continuación en la **ilustración 3**:

*Ilustración 3. Mapa de procesos de la organización.*



Fuente: *Elaboración propia.*

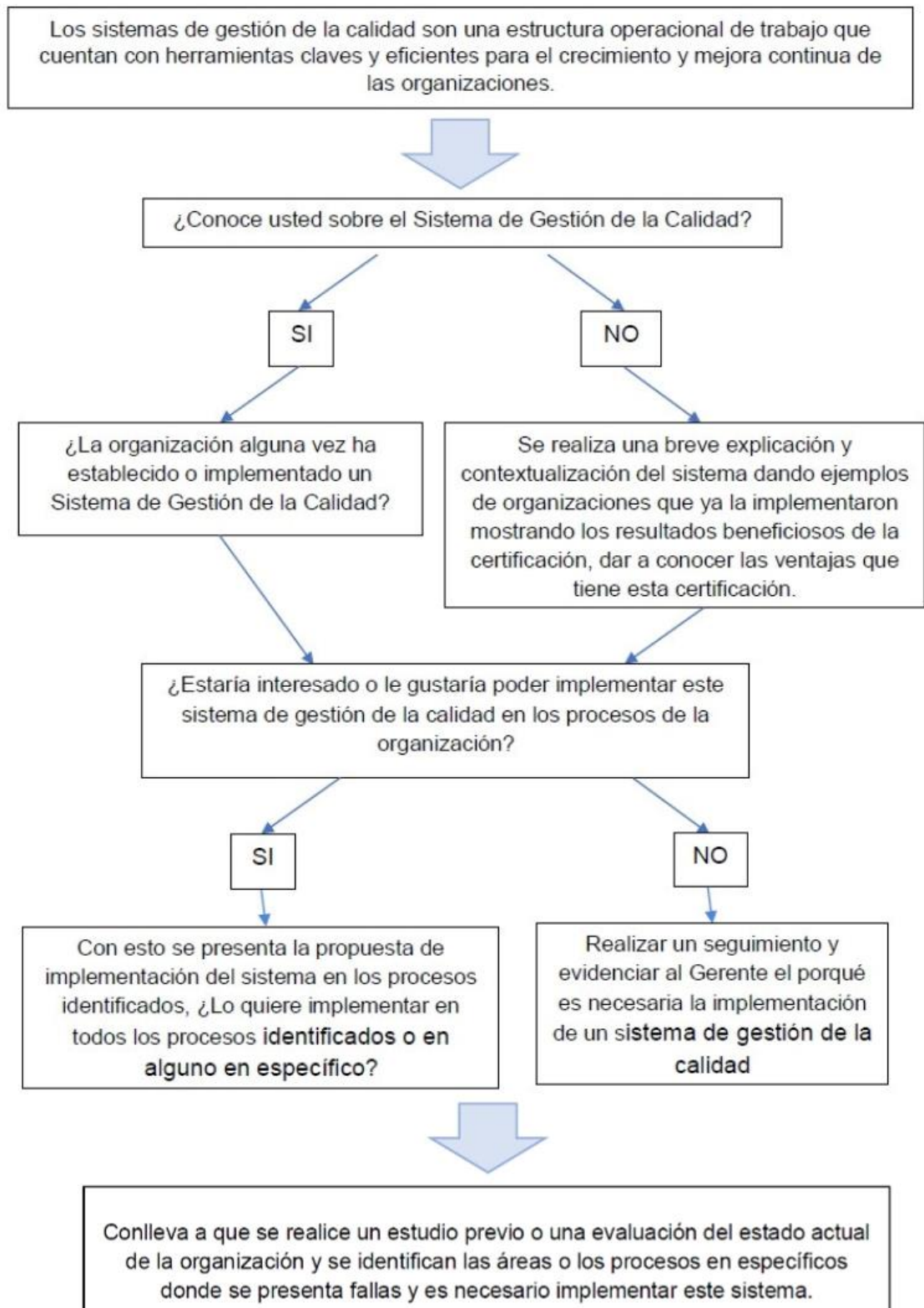
Esta herramienta permite evidenciar los procesos presentes durante el desarrollo de lograr la satisfacción del cliente partiendo desde la necesidad del mismo.

## **12. CONCLUSIONES**

- Dependiendo de las herramientas usadas para el desarrollo del proyecto y el planteamiento del SGC, se determinó que la organización está en constante evolución y tiende a mantenerse y mejorar debido a la diversidad de productos, servicios ofrecidos y calidad de los mismos.
- Con las herramientas que se usaron se obtuvo un diagnóstico donde el principal logro es el cumplimiento de los objetivos del proyecto y de igual manera plasmaron estrategias para el planteamiento del mismo.
- Por medio de las herramientas usadas y creadas para ser adaptadas en la organización se dedujeron muchas estrategias claves para el proceso de producción específicamente y garantizar su crecimiento empresarial y competitivo en el mercado.
- Se realizaron también distintos análisis para poder identificar objetos que pueden ser influyentes en la organización que fueron identificados por medio de un análisis de riesgos y así conocer las posibles amenazas que se pueden presentar y del mismo modo establecer controles para evitar que sucedan.
- A través del estudio realizado al área específica de producción se identificó que se puede obtener un mayor potencial lo cual se espera que dinamice el mercado y esta organización resulte más competitiva otorgándole un mejor posicionamiento.

### 13. ANEXOS

#### Anexo 1. Árbol de preguntas.



## *Anexo 2. Esquema de entrevista profunda.*

- Se realiza directamente al gerente general de la organización.

Preguntas que se pueden realizar:

- ¿Conoce usted sobre el Sistema de Gestión de la Calidad?

Si conoce, se continúa la charla y se puede preguntar...

- ¿La organización alguna vez ha establecido o implementado un Sistema de Gestión de la Calidad?

No conoce y no se ha implementado, se realiza una breve explicación y contextualización del sistema dando ejemplos de organizaciones que ya la implementaron mostrando los resultados beneficiosos de la certificación, dar a conocer las ventajas que tiene esta certificación.

- ¿Estaría interesado o le gustaría poder implementar este Sistema de Gestión de la Calidad en los procesos de la organización?

Conlleva a que se realice un estudio previo o una evaluación del estado actual de la organización y se identifican las áreas o los procesos en específicos donde se presenta fallas y es necesario implementar este sistema.

- Con esto se presenta la propuesta de implementación del sistema en los procesos ya identificados.

- Si se acepta la propuesta se pregunta ¿Lo quiere implementar en todos los procesos identificados o en alguno en específico?

En este caso la implementación del Sistema de Gestión de la Calidad se está implementando únicamente a uno de los procesos con más interés e importancia para la organización que son los procesos de producción.

*Anexo 3. Formato de cuestionario.*

Marque con una X la puntuación que considere más acorde con respecto a la pregunta (1 como el grado menor, 5 como grado mayor):

| CUESTIONARIO                                                                                                                                            |   |   |   |   |   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| Cuáles son los tres productos más vendidos durante el último año                                                                                        | 1 |   |   |   |   |
|                                                                                                                                                         | 2 |   |   |   |   |
|                                                                                                                                                         | 3 |   |   |   |   |
|                                                                                                                                                         | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| De 1 a 5 (1 como mínimo y 5 como máximo), qué nivel de demanda tiene el producto 1                                                                      |   |   |   |   |   |
| De 1 a 5 (1 como mínimo y 5 como máximo), qué nivel de demanda tiene el producto 2                                                                      |   |   |   |   |   |
| De 1 a 5 (1 como mínimo y 5 como máximo), qué nivel de demanda tiene el producto 3                                                                      |   |   |   |   |   |
| Cómo califica del 1 al 5 el desempeño del personal en este año con respecto al anterior (1 como mínimo y 5 como máximo)                                 |   |   |   |   |   |
| En qué nivel del 1 al 5 fue el desempeño en el área de producción de la empresa en este año con respecto al anterior (1 como mínimo y 5 como máximo)    |   |   |   |   |   |
| Del 1 al 5 (1 como mínimo y 5 como máximo), qué grado de optimización han recibido los procesos de producción durante este año con respecto al anterior |   |   |   |   |   |
| Cómo califica del 1 al 5 (1 como mínimo y 5 como máximo), el desempeño de ventas de la empresa en este año con respecto al anterior                     |   |   |   |   |   |
| El incremento de precios debido al alza de materias primas, de 1 a 5, en qué nivel ha influido en la demanda (1 como nivel bajo y 5 como nivel máximo)  |   |   |   |   |   |

#### *Anexo 4. Respuestas de la entrevista profunda.*

##### **Entrevista profunda**

- Se realiza directamente al gerente general de la organización.

Preguntas que se realizaron y respuestas obtenidas:

- ¿Conoce usted sobre el Sistema de Gestión de la Calidad?

RTA: Conozco lo que es calidad, pero no tenía idea de que existía un Sistema de Calidad.

- ¿La organización alguna vez ha establecido o implementado un Sistema de Gestión de la Calidad?

RTA: No, nunca se ha implementado un Sistema de Calidad en nuestra organización.

- ¿Estaría interesado o le gustaría poder implementar este Sistema de Gestión de la Calidad en los procesos de la organización?

RTA: Me gustaría conocer mas sobre el tema y obviamente tener la oportunidad de implementarlo en la organización y así tener un mejor respaldo de nuestros productos.

Conlleva a que se realice un estudio previo o una evaluación del estado actual de la organización y se identifican las áreas o los procesos en específicos donde se presenta fallas y es necesario implementar este sistema.

- Con esto se presenta la propuesta de implementación del sistema en los procesos ya identificados.
- Si se acepta la propuesta se pregunta ¿Lo quiere implementar en todos los procesos identificados o en alguno en específico?

RTA: Como la organización se basa en la producción de espumados, me gustaría implementarlo en este proceso en específico.

En este caso la implementación del Sistema de Gestión de la Calidad se está implementando únicamente a uno de los procesos con más interés e importancia para la organización que son los procesos de producción.

*Anexo 5. Respuestas registradas de la encuesta aplicada a clientes de Espumados el Oriente.*

**ESPUMADOS EL ORIENTE**

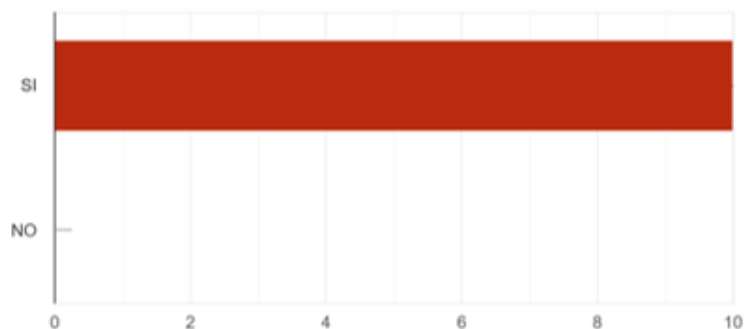
Esta encuesta fue presentada a 10 distinguidos clientes de la organización y donde cada respuesta a las preguntas es analizada por medio de una herramienta de diagramas de Google Forms.

Usted es cliente de **Espumados El Oriente**, por eso queremos que reciba su producto con calidad óptima; para esto requerimos de su ayuda resolviendo algunas preguntas.

1. ¿Se encuentra satisfecho con la atención brindada?
  - Si
  - No

¿Se encuentra satisfecho con la atención brindada?

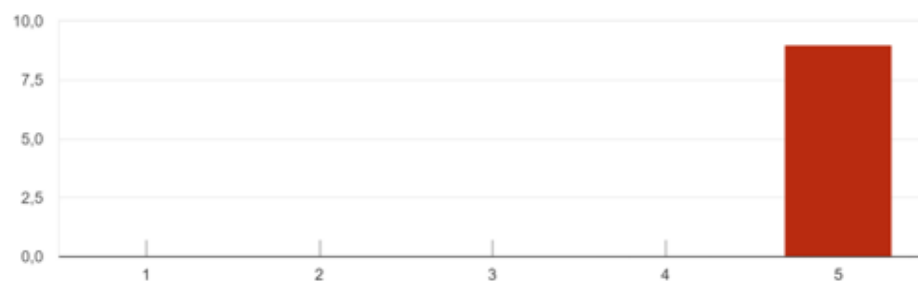
10 respuestas



2. ¿Podría calificar del 1 al 5 su nivel de satisfacción con la atención recibida en Espumados el Oriente? (Tenga en cuenta que 1 es muy insatisfecho y 5 es satisfecho):

¿Podría calificar del 1 al 5 su nivel de satisfacción con la atención recibida en Espumados el Oriente? (Tenga en cuenta que 1 es muy insatisfecho y 5 es satisfecho):

9 respuestas



3. Si la respuesta anterior está por debajo de 3 ¿díganos cuál es su inconformidad con la atención?

Si la respuesta anterior esta por debajo de 3 ¿díganos cual es si inconformidad con la atención?

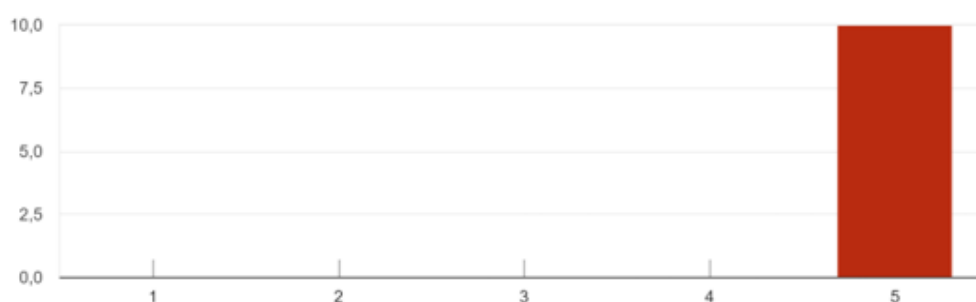
1 respuesta

Ninguna, buen servicio

4. ¿Podría calificar del 1 al 5 su nivel de satisfacción con la calidad de los productos que ofrece Espumados Oriente? (Tenga en cuenta que 1 es muy insatisfecho y 5 es satisfecho):

¿Podría calificar del 1 al 5 su nivel de satisfacción con la calidad de los productos que ofrece Espumados el Oriente? (Tenga en cuenta que 1 es muy insatisfecho y 5 es satisfecho):

10 respuestas



5. Si la respuesta anterior está por debajo de 3 ¿díganos cuál es si inconformidad con los productos?

Si la respuesta anterior esta por debajo de 3 ¿díganos cual es si inconformidad con los productos?

0 respuestas

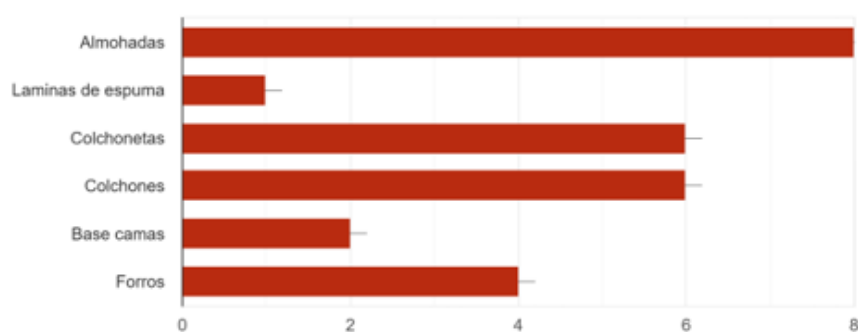
Aún no hay respuestas para esta pregunta.

6. Cuáles son los productos que compra con mayor frecuencia (marque con una X):

|                  |  |
|------------------|--|
| Almohada         |  |
| Lámina de espuma |  |
| Colchoneta       |  |
| Colchón          |  |
| Base Cama        |  |
| Forros           |  |

¿Cuáles son los productos que compra con mayor frecuencia? (Seleccione uno o varios):

10 respuestas

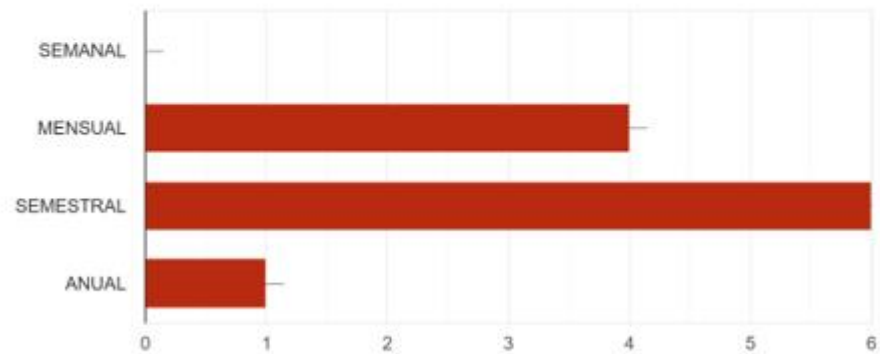


7. ¿Con qué frecuencia suele adquirirlos?

- Semanal
- Mensual
- Semestral
- Anual

¿Con que frecuencia adquiere nuestros productos?

10 respuestas



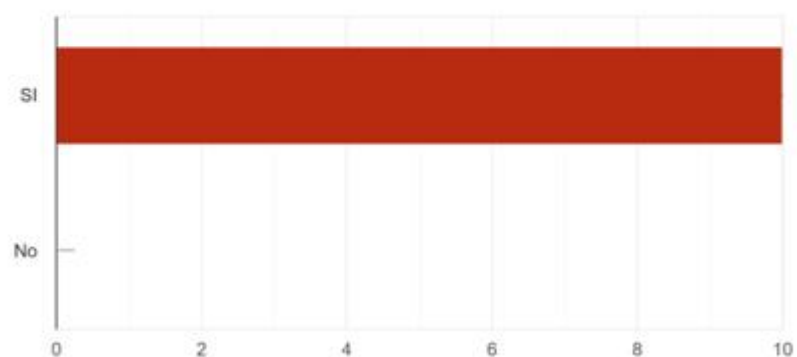
8. ¿Recomendaría a Espumados el Oriente?

- Si
- No

¿Porqué?: \_\_\_\_\_

Recomendaría a la empresa Espumados El Oriente

10 respuestas



### Aspectos de mejora:

9. ¿Podría indicarnos algún aspecto a mejorar?

---

¿Podría indicarnos algún aspecto a mejorar?

7 respuestas

|                                                             |
|-------------------------------------------------------------|
| Ampliación del local con mayor visibilidad de los productos |
| Por ahora ninguno                                           |
| La variedad de productos                                    |
| Atención al cliente                                         |
| ninguno                                                     |
| N/A                                                         |
| No señor                                                    |

10. ¿Ha tenido inconformidades?

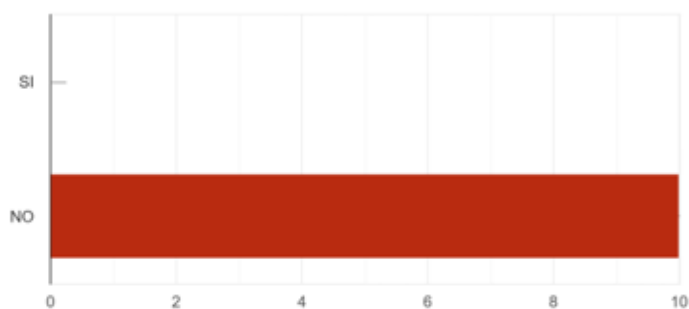
- Si
- No

En caso de marcar Si, ¿cuál ha sido su inconformidad?:

---

¿Ha tenido inconformidades?

10 respuestas



Muchas gracias por su atención prestada y por ayudarnos a mejorar en Espumados el Oriente, que tenga un feliz día.

Anexo 6. Respuestas del cuestionario.

| CUESTIONARIO                                                                                                                                            |                                                                   |   |   |   |   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|
| Cuáles son los tres productos más vendidos durante el último año                                                                                        | 1. <u>Colchonetas</u><br>2. <u>Laminas</u><br>3. <u>Colchones</u> |   |   |   |   |
|                                                                                                                                                         | 1                                                                 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| De 1 a 5 (1 como mínimo y 5 como máximo), qué nivel de demanda tiene el producto 1                                                                      |                                                                   |   |   | X |   |
| De 1 a 5 (1 como mínimo y 5 como máximo), qué nivel de demanda tiene el producto 2                                                                      |                                                                   |   |   |   | X |
| De 1 a 5 (1 como mínimo y 5 como máximo), qué nivel de demanda tiene el producto 3                                                                      |                                                                   |   | X |   |   |
| Cómo califica del 1 al 5 el desempeño del personal en este año con respecto al anterior (1 como mínimo y 5 como máximo)                                 |                                                                   |   |   | X |   |
| En qué nivel del 1 al 5 fue el desempeño en el área de producción de la empresa en este año con respecto al anterior (1 como mínimo y 5 como máximo)    |                                                                   |   |   | X |   |
| Del 1 al 5 (1 como mínimo y 5 como máximo), qué grado de optimización han recibido los procesos de producción durante este año con respecto al anterior | X                                                                 |   |   |   |   |
| Cómo califica del 1 al 5 (1 como mínimo y 5 como máximo), el desempeño de ventas de la empresa en este año con respecto al anterior                     |                                                                   |   |   |   | X |

Anexo 7. Matriz EFE y MEFI.

| FACTORES EXTERNOS CLAVES                                                                         | PONDERACION | CLASIFICACION | PUNTUACION PONDERADA |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|---------------|----------------------|
| <b>OPORTUNIDADES</b>                                                                             |             |               |                      |
| Desarrollo del mercado                                                                           | 0.12        | 3             | 0.36                 |
| Eventos de empresas externas gratuitas y de costo dirigidas al sector                            | 0.1         | 4             | 0.4                  |
| Ofertas de crecimiento para organizaciones de la region                                          | 0.17        | 4             | 0.68                 |
| Existencia de licitaciones por parte de entidades publicas                                       | 0.13        | 3             | 0.39                 |
| <b>AMENAZAS</b>                                                                                  |             |               |                      |
| Problemas sociales que afectan el comercio produciendo una concentración de mercancía sin vender | 0.09        | 1             | 0.09                 |
| Competencia en el mercado                                                                        | 0.14        | 2             | 0.28                 |
| Constante aumento de precio de las materias primas                                               | 0.14        | 2             | 0.28                 |
| Poca demanda en el mercado                                                                       | 0.11        | 1             | 0.11                 |
| <b>TOTAL</b>                                                                                     | <b>1.00</b> |               | <b>2.59</b>          |
| FACTORES INTERNOS CLAVES                                                                         | PONDERACION | CLASIFICACION | PUNTUACION PONDERADA |
| <b>FORTALEZAS</b>                                                                                |             |               |                      |
| Nombre de la empresa con buena reputación                                                        | 0.08        | 3             | 0.24                 |
| Buen servicio y garantía                                                                         | 0.14        | 4             | 0.56                 |
| Amplia red de distribuidores                                                                     | 0.15        | 4             | 0.6                  |
| Dispone de máquinas y equipos operativos                                                         | 0.11        | 3             | 0.33                 |
| Cuenta con personal capacitado                                                                   | 0.11        | 3             | 0.33                 |
| <b>DEBILIDADES</b>                                                                               |             |               |                      |
| Concentración de unidades de mayor precio                                                        | 0.13        | 2             | 0.26                 |
| Ubicación de la organización en un solo municipio del departamento                               | 0.17        | 2             | 0.34                 |
| Desmotivación de trabajadores                                                                    | 0.12        | 1             | 0.12                 |
| Aglomeración de clientes y no tener capacidad suficiente de atención                             | 0.10        | 1             | 0.1                  |
| <b>TOTAL</b>                                                                                     | <b>1.00</b> |               | <b>2.55</b>          |

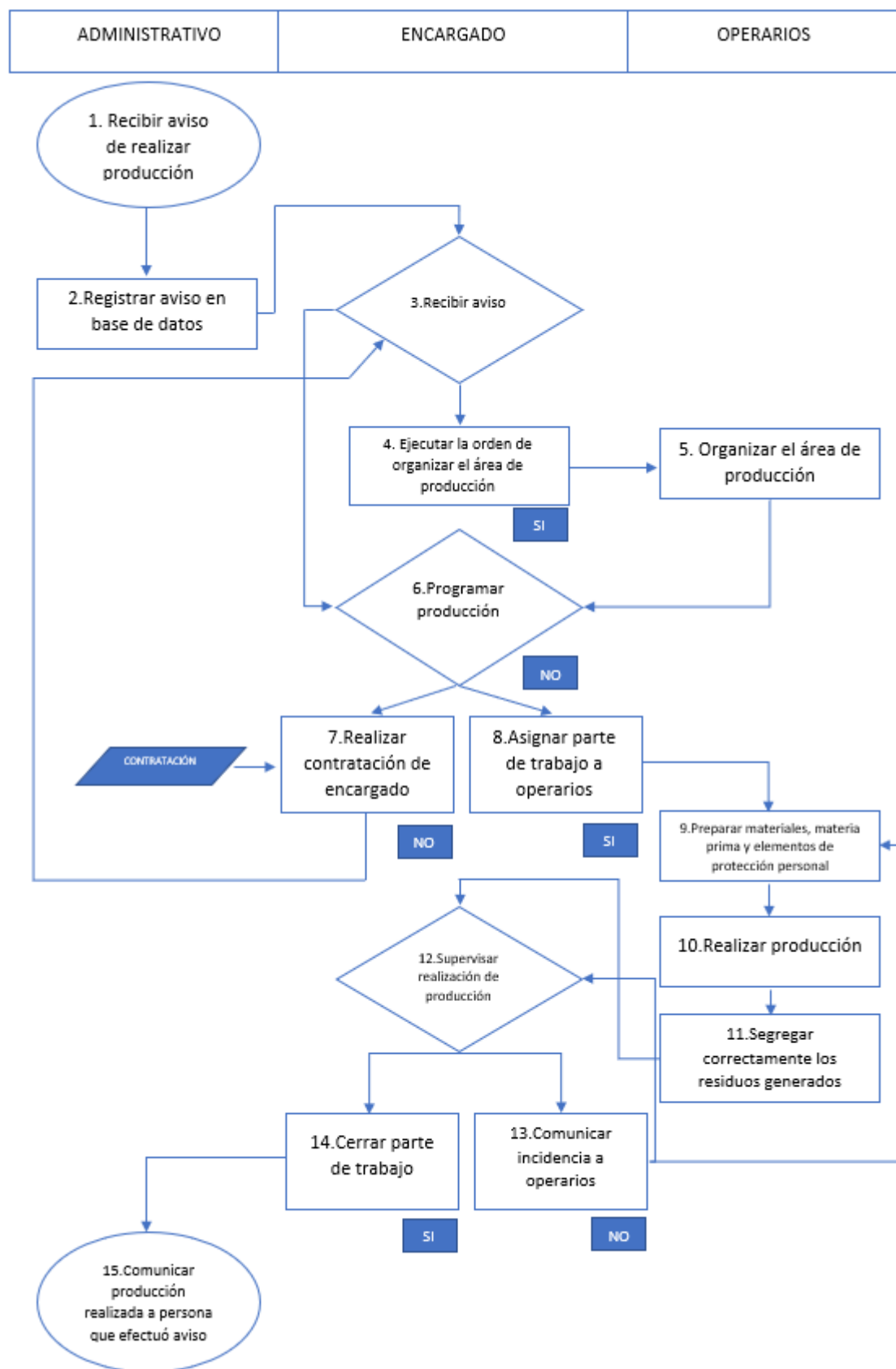
Anexo 8. Matriz DOFA.

| Matriz DOFA:                                                                                                                                                                             | <b>Fortaleza 1:</b><br>Buen servicio y garantía<br><b>Fortaleza 2:</b><br>Cuenta con personal capacitado                                                                                                                                                                                                                         | <b>Debilidad 1:</b><br>El progreso de expansión se encuentra pausado<br><b>Debilidad 2:</b><br>Concentración de unidades de mayor precio                                                                                                                                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Oportunidad 1:</b><br>Amplia red de distribuidores<br><b>Oportunidad 2:</b><br>Desarrollo del mercado                                                                                 | -O1F1 Brindar oportunidad a demás microempresas otorgándoles un precio mayorista con el fin de aumentar la oferta de los productos en el mercado logrando un crecimiento en el reconocimiento de estos<br>-O2F2 Utilizar el personal capacitado para crear métodos de venta que permitan el progreso de la empresa en el mercado | -D1O1 Iniciar su expansión por medio de páginas web, redes sociales para llegar a más personas y ofreciendo los productos con ofertas<br>-D2O2 Generar promociones que ofrezcan los productos de mayor precio y logre circular dichas unidades para progresar en el mercado  |
| <b>Amenazas 1:</b><br>Falta de formación reciente del personal<br><b>Amenazas 2:</b><br>Problemas sociales que afectan el comercio produciendo una concentración de mercancía sin vender | -F1A1 Brindar formación al personal con falta de formación mediante la mentoría del personal capacitado<br>-F2A2 Crear planes a cargo del personal capacitado que logre impulsar la mercancía estancada                                                                                                                          | -A1D1 Promocionar combos con descuentos permitiendo la venta de más productos garantizando el movimiento de mercancía<br>-A2D2 Circular la mercancía variando sus características, de modo que se logre ofrecer los distintos productos una vez ya aplicadas las promociones |

*Anexo 9. Diagrama PESTEL.*

| P                                                                   | E                                      | S                                  | T                    | E                                 | L                 |
|---------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|------------------------------------|----------------------|-----------------------------------|-------------------|
| Iniciativas gubernamentales para beneficios en el mercado comercial | Evaluación y reevaluación de la moneda | Paros nacionales                   | Internet             | Cambio climático                  | Seguridad laboral |
| Cambios en tratados comerciales                                     | Impuestos                              | Opiniones de clientes              | Innovación           | Contaminación                     | Salario mínimo    |
| Conflictos internos o externos                                      | Inflación                              | Nivel de ingresos                  | Software empresarial | Políticas medioambientales        | Liquidaciones     |
| Cambios en el gobierno nacional alternando las políticas            | Índice de confianza del consumidor     | Opiniones de medios de información | Nueva maquinaria     | Consumo de recursos no renovables | Patente           |

Anexo 10. Diagrama de flujo.



## Anexo 11. Diseño de indicadores.

| DISEÑO DE INDICADORES               |                                                                         |                                                                                                                                                                    |                                               |                           |               |                                                                                                                 |                                     |
|-------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|---------------------------|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| CLIENTES                            | NECESIDADES                                                             | REQUISITOS VALIDOS                                                                                                                                                 | INDICADOR                                     | RESPONSABLE DE LA MEDIDAD | PERIODOICIDAD | FORMULA DE CALCULO                                                                                              | META O VALOR LIMITE DE CUMPLIMIENTO |
| Personal de operación en la empresa | Capacitación del personal para la óptima operación de equipos           | Evaluar las competencias del personal y su desempeño en la operación de los equipos                                                                                | Formación del personal                        | Gerente general           | Anual         | (Nuevos capacitados/Capacitados antiguos+Capacitados nuevos) *100                                               | 50%                                 |
| Personal de venta de la empresa     | Aplicar nuevos medios y metodos de venta                                | Examinar las competencias del personal y su desempeño en labores asignadas                                                                                         | Desempeño del personal                        | Gerente general           | Semestral     | (Aumento de producción con nuevos metodos/Producción antigua+aumento de producción con nuevos metodos) *100     | 40%                                 |
| Empresa Espumados el Oriente        | Aumentar la producción y las ventas aprovechando las nuevas tecnologías | Observar el incremento de clientela o conocimiento de las personas acerca de la empresa mediante publicidad en medios como redes sociales y espacios publicitarios | Crecimiento en redes y espacios digitales     | Gerente comercial         | Mensual       | (Aumento de producción/Aumento de producción+Producción normal) *100                                            | 50%                                 |
| Clientela general                   | Aumentar las ventas de la organización                                  | Medir el aumento de clientela por medio de promociones de productos                                                                                                | Promociones para atraer clientes              | Gerente comercial         | Mensual       | (Nuevo aumentos de ventas/Aumento de ventas+Ventas anteriores) *100                                             | 50%                                 |
| Microempresas                       | Aumentar el desempeño comercial mediante microempresas                  | Promediar los pedidos de mayoristas mensualmente, lo cual indica un mayor o menor índice de producción y ventas                                                    | Distribución de productos con precio especial | Gerente comercial         | Semanal       | (Cantidad de microempresas nuevas en convenio/Cantidad de antiguas microempresas en convenio + las nuevas) *100 | 60%                                 |
| Clientela general                   | Atraer clientela y llegar a atacar la demanda                           | Medir la capacidad de poseer distintas promociones para lograr innovar frente a la competencia en la oferta de sus productos                                       | Promociones de productos en combo             | Gerente general           | Mensual       | (Clientes nuevos/Clientes nuevas+Clientes antiguos) *100                                                        | 70%                                 |

## Anexo 12. Caracterización de procesos.

|                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                          |                                                   |                                              |                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|----------------------------------------------|-----------------|
| ESPUMADOS EL ORIENTE                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                 | CODIGO:                                                                                                                  | CP-01                                             | VERSION:                                     | 01              |
|                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                 | FECHA:                                                                                                                   | 15/10/2021                                        |                                              |                 |
| CARACTERIZACION DE PROCESO DE PRODUCCION                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                          |                                                   |                                              |                 |
| PROCESO                                                                                                             | Producción                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                          |                                                   | RESPONSABLE                                  | Esteban Malaver |
| OBJETIVO DEL PROCESO                                                                                                | Mejorar la eficiencia de los distintos procesos de producción dentro de la empresa, de forma que se cumpla con la calidad y presentación del producto pero aumentando la cantidad de productos producidos optimizando el tiempo |                                                                                                                          |                                                   |                                              |                 |
| PROVEEDOR                                                                                                           | ENTRADAS                                                                                                                                                                                                                        | ACTIVIDADES                                                                                                              | SALIDAS                                           | CLIENTE                                      |                 |
| Geos Quimica                                                                                                        | Poliol                                                                                                                                                                                                                          | Se realizan los balances de ecuaciones necesarios para generar la reacción al entrar en contacto y generar la espumación | Espuma de cajón                                   | Clientela general                            |                 |
| Geos Quimica                                                                                                        | TDI                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                          |                                                   |                                              |                 |
| Bufalo                                                                                                              | Cera roja                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                          |                                                   |                                              |                 |
| Cooservicios                                                                                                        | Agua                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                          |                                                   |                                              |                 |
| Mundiplas                                                                                                           | Rollos de plastico                                                                                                                                                                                                              | Forrar en plastico los productos acabados                                                                                | Empaque de productos terminados                   | C Clientela general                          |                 |
| Fabrica Naranjo Paipa                                                                                               | Rollos de tela                                                                                                                                                                                                                  | Confeccion de forros para los distintos tipos de productos                                                               | Forros                                            | C Clientela general                          |                 |
| Plasticas                                                                                                           | Superespuma                                                                                                                                                                                                                     | Redistribución de laminas de espuma de alta calidad para tapiceria                                                       | Superespuma                                       | Tapiceros                                    |                 |
| RECURSOS NECESARIOS                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                          |                                                   |                                              |                 |
| Infraestructura: Computadores, oficinas, fabrica                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                          |                                                   |                                              |                 |
| Ambiente de trabajo: Puestos de trabajo                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                          |                                                   |                                              |                 |
| Humano: Trabajadores de mano de obra                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                          |                                                   |                                              |                 |
| Maquinaria: Maquinas necesarias para los procesos                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                          |                                                   |                                              |                 |
| REQUISITOS POR CUMPLIR                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                          |                                                   |                                              |                 |
| DEL CLIENTE                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                 | INTERNOS DE LA COMPAÑIA                                                                                                  |                                                   | LEGALES                                      |                 |
| Calidad del producto                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                 | Calidad del producto                                                                                                     |                                                   | Cuidado medioambiental                       |                 |
| Garantia                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                 | Eficacia                                                                                                                 |                                                   | Aplicación de impuestos                      |                 |
| Puntualidad                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                 | Menor desperdicio de materia prima                                                                                       |                                                   | Optima explotacion de recursos no renovables |                 |
| SEGUIMIENTO Y MEDICION DEL PROCESO                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                          |                                                   |                                              |                 |
| OBJETIVO ESTRATEGICO CON EL QUE ESTA ALINEADO EL PROCESO                                                            |                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                          |                                                   |                                              |                 |
| Establecer métodos de producción fijos, de forma que aumenten la productividad y garanticen la calidad del producto |                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                          |                                                   |                                              |                 |
| INDICADORES DE GESTION                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                          |                                                   |                                              |                 |
| OBJETIVO DEL SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD AL QUE APOYA                                                             |                                                                                                                                                                                                                                 | NOMBRE DEL INDICADOR                                                                                                     | META                                              | PERIODICIDAD                                 |                 |
| Capacitar al personal para la lograr la optima operación de equipos                                                 |                                                                                                                                                                                                                                 | Capacitacion de personal                                                                                                 | Optima operación de equipos                       | Anual                                        |                 |
| Mantener el buen desempeño laboral de los trabajadores                                                              |                                                                                                                                                                                                                                 | Desempeño laboral                                                                                                        | Optima produccion                                 | Mensual                                      |                 |
| Aumentar la produccion y las ventas aprovechando las nuevas tecnologías                                             |                                                                                                                                                                                                                                 | Nuevas tecnologias                                                                                                       | Aprovechar las ventajas de las nuevas tecnologias | Semestral                                    |                 |

Anexo 13. Matriz de Riesgos.

|                                                                                   |                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
|  | <h1>MATRIZ DE RIESGOS</h1> |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|

|          |            |
|----------|------------|
| PROCESO: | Producción |
|----------|------------|

| OBJETIVO DE CALIDAD       |             | Mejorar las propiedades de la espuma                     | Aumentar la fabricación de productos con respecto |
|---------------------------|-------------|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| IDENTIFICACIÓN DEL RIESGO | Causas      | Mejoramiento de materia prima                            | Aumento de inventario                             |
|                           | Riesgo      | Subida de precio en el mercado                           | Represa de productos                              |
|                           | Efectos     | Menor demanda                                            | Mayor oferta que demanda                          |
| CONTROLES ACTUALES        | Descripción | Revisión periodica de propiedades del producto terminado | Registro contable de productos en bodega          |
|                           | Evidencia   | Registros de monitoreo                                   | Inventario de bodega                              |
| TRATAMIENTO DEL RIESGO    | Acciones    | Promociones                                              | Ofrecer productos al por mayor                    |
|                           | Responsable | Administrador del punto de venta                         | Auxiliar de ventas                                |
|                           | Evidencia   | Inventario                                               | Registro de pedidos                               |
|                           | Fecha       | 06/03/2022                                               | 06/03/2022                                        |

Anexo 14. Partes interesadas.

| MATRIZ DE PARTES INTERESADAS |    |                       |                                                                                            |                                                                                                                            |                                                                                                         |                                                                                                                          |                                                                                                             |  |     |                                                                                                         |
|------------------------------|----|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Grupo                        | #  | Parte interesada      | Contacto                                                                                   | Procesos que intervienen                                                                                                   | Necesidades                                                                                             | Expectativas                                                                                                             | Cómo afecta al SGC                                                                                          | IMP                                                                                 | INF | Manejo                                                                                                  |
| Clientes                     | 1  | Clientela general     | Lista de propietarios                                                                      | Recomendaciones, estabilidad, atracción de mas clientes                                                                    | Revisión documental, revision de su producto con un seguimiento al comprador.                           | Satisfaccion y buenas recomendaciones atrayendo a mas clientes                                                           | Clientes referidos, quejas y reclamos puestos, exigencias de mejora continua.                               | 10                                                                                  | 1   | Comunicaciones constantes, mejoramiento en pro de darles más beneficios, estudios de satisfacción.      |
|                              | 2  | Tapiceros             | Lista de tapiceros                                                                         | Recomendaciones, estabilidad, atracción de mas tapiceros                                                                   | Revisión documental, revision de su producto con un seguimiento al comprador.                           | Servicio oportuno, óptimo funcionamiento de espuma con beneficios de compra.                                             | Tapiceros referidos, producto vendido, quejas y reclamos puestos, exigencias de mejora continua.            | 7                                                                                   | 3   | Comunicaciones constantes, mejoramiento en pro de darles más beneficios, seguimiento a la operación.    |
|                              | 3  | Entidades Publicas    | Listado de licitaciones                                                                    | Gestión de ventas, Productos a la venta, Ventas, Promociones.                                                              | Oportuna llegada del producto, cobros acordados, buena llegada de envío, óptimo y calidad del producto. | Respuesta oportuna a nuevos pedidos o reclamos, planes de mantenimiento o limpieza, nuevas tecnologías en los productos. | Quejas y reclamos puestos, terminación del contrato, necesidad de mejora continua.                          | 7                                                                                   | 1   | Involucrarlos como un aliado de negocio, estudio de rutas para ahorrarles costos.                       |
|                              | 4  | Mayoristas            | Listado de mayoristas                                                                      | Gestión de ventas, Productos a la venta, Ventas, Promociones.                                                              | Oportuna llegada del producto, cobros acordados, buena llegada de envío, óptimo y calidad del producto. | Respuesta oportuna a nuevos pedidos o reclamos, planes de mantenimiento o limpieza, nuevas tecnologías en los productos. | Quejas y reclamos puestos, denuncias, necesidad de mejora continua.                                         | 10                                                                                  | 3   | Estudio de zonas de solicitud de espuma para mejorar los tiempos y convenios para darles más obsequios. |
| Proveedores                  | 5  | Geos Química          | <a href="mailto:geosquim@colomsat.net.co">geosquim@colomsat.net.co</a>                     | Negociación, Proveeduría.                                                                                                  | Facturación oportuna, cumplimiento del contrato.                                                        | Aliado de negocio, duración de contrato, mejoramiento continuo de la empresa.                                            | Nos facilita la obtencion de materias primas como el poliol y el TDI                                        | 9                                                                                   | 10  | Involucrarlos como un aliado de negocio a través del establecimiento de relaciones a largo plazo.       |
|                              | 6  | Bufalo                | <a href="mailto:servicioalcliente@inbisonte.com">servicioalcliente@inbisonte.com</a>       | Negociación, Proveeduría.                                                                                                  | Facturación oportuna, cumplimiento del contrato.                                                        | Aliado de negocio, duración de contrato, mejoramiento continuo de la empresa.                                            | Nos facilita la obtencion de materias primas como la cera roja                                              | 5                                                                                   | 5   | Involucrarlos como un aliado de negocio a través del establecimiento de relaciones a largo plazo.       |
|                              | 7  | Mundiplas             | <a href="mailto:servicioalcliente@mundiplas.com">servicioalcliente@mundiplas.com</a>       | Negociación, Proveeduría.                                                                                                  | Facturación oportuna, cumplimiento del contrato.                                                        | Aliado de negocio, duración de contrato, mejoramiento continuo de la empresa.                                            | Nos facilita la obtencion de materias primas como los rollos de plastico                                    | 5                                                                                   | 7   | Involucrarlos como un aliado de negocio a través del establecimiento de relaciones a largo plazo.       |
|                              | 8  | Fabrica Naranjo Paipa | 313 8726592                                                                                | Negociación, Proveeduría.                                                                                                  | Facturación oportuna, cumplimiento del contrato.                                                        | Aliado de negocio, duración de contrato, mejoramiento continuo de la empresa.                                            | Confecciona forros para los distintos productos                                                             | 7                                                                                   | 10  | Involucrarlos como un aliado de negocio a través del establecimiento de relaciones a largo plazo        |
|                              | 9  | Plasticas             | <a href="mailto:salaespuma@espumasplasticas.com.co">salaespuma@espumasplasticas.com.co</a> | Negociación, Proveeduría.                                                                                                  | Facturación oportuna, cumplimiento del contrato.                                                        | Aliado de negocio, duración de contrato, mejoramiento continuo de la empresa.                                            | Redistribucion de nuestras laminas de mas alta calidad a los clientes                                       | 9                                                                                   | 9   | Involucrarlos como un aliado de negocio a través del establecimiento de relaciones a largo plazo.       |
| Accionistas                  | 10 | Accionistas           | Junta de accionistas                                                                       | Gestión de la estrategia                                                                                                   | Más rentabilidad, y utilidad.                                                                           | Buen clima laboral, mejoramiento continuo, expansión de la empresa, aumento de clientes y usuarios.                      | Sus decisiones son de obligatoria aplicación en la empresa.                                                 | 10                                                                                  | 10  | Mantener informados de los resultado de la compañía y el cumplimiento de planes y proyectos.            |
| Entidades legales            | 11 | Ministerio de trabajo | Línea nacional gratuita<br>01 8000 513 100                                                 | Seguridad social, protección social, fomentar la calidad en el trabajo y cumplimiento de los derechos de los trabajadores. | Cumplimiento de los requisitos legales.                                                                 | Comunicación constante para el cumplimiento de los requisitos, actualización de normativas del trabajo.                  | A través de creación de leyes y con las sanciones que pueda interponer por el incumplimiento de requisitos. | 4                                                                                   | 8   | Auditorías de cumplimiento legal para estar preparadas ante visita del ente.                            |

## REFERENCIAS

- [10] ALEJANDRO RPDRIGUEZ PUERTA. Las 4 teorías de la calidad [en línea], <https://www.lifeder.com/teorias-calidad/>
- [19] ARL SURA. Resolución 02013 de junio 6 de 1986. [en línea], [Consultado el 11 de mayo del 2020]. Disponible en: <https://www.arlsura.com/index.php/decretos-leyes-resoluciones-circulares-y-jurisprudencia/206-resoluciones/2470-resolucion-2013-de-1986>
- [5]: BELTRÁN, Jorge Estrada. Sistemas de gestión de la calidad: una herramienta imprescindible en la auditoría financiera. Revista En-contexto/ISSN: 2346-3279, 2015, no 3, p. 143-160.
- [23] CATALOGO DE EMPAQUE. Certificaciones de calidad, Garantía de cara al cliente, 2021. [Catalogodeempaques.com](http://catalogodeempaques.com) [online], febrero 2020.
- [7] CAMISÓN, César; CRUZ, Sonia; GONZÁLEZ, Tomás. Gestión de la calidad. Madrid: Pearson Educación, 2006.
- [26] CHOY BORIS. Revista Channel News. Atención y servicio al cliente. [en línea], [Consultado el 18 de mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.emb.cl/channelnews/articulo.mvc?xid=1369&ni=atencion-y-servicio-al-cliente>
- [24] COMODISIMOS. Especialistas en descanso. Disponible en <https://www.comodisimos.com/> 2021
- [25] COMODISIMOS. Especialistas en descanso. Disponible en: [//www.comodisimos.com/institucional/quienes-somos](https://www.comodisimos.com/institucional/quienes-somos). Colombia 2021.
- [12] CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. Artículo 78. [en línea], [Consultado el 12 de noviembre del 2021]. Disponible en: <https://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-3/articulo-78>
- [13] CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. Artículo 333. [en línea], [Consultado el 10 de mayo del 2020]. Disponible en: <https://www.constitucioncolombia.com/titulo-12/capitulo-1/articulo-333>
- [2] FEIGENBAUM, Armand. Slideshare [en línea], [Consultado el 05 octubre del 2021]. Disponible en <https://es.slideshare.net/OPIITSA/2-armand-feigenbaum>
- [3,4] PERESSON, Lory. Sistemas de gestión de la calidad con enfoque al cliente. España: Universidad de Valladolid, 2007.

- [11] ROJAS RAMOS DANIEL. Teorías de la calidad. Orígenes y tendencias de la calidad total [en línea]. <https://www.gestiopolis.com/teorias-de-la-calidad-origenes-y-tendencias-de-la-calidad-total/>
- [14] SISTEMA ÚNICO DE INFORMACIÓN INFORMATIVA. Decreto 676 del 2016. [en línea], [Consultado el 10 de mayo de 2020]. Disponible en: <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=30021632>
- [1] VARGAS ACOSTA Ximena Alejandra. Formulación de espuma flexible de poliuretano basada en TDI resistente al envejecimiento a escala laboratorio. Trabajo de grado para optar por el título de Magister en Ingeniería Mecánica Grupo de Materiales y Manufactura CIPP-CIPEM. Colombia, Bogotá DC. P. 10
- [8] YÁÑEZ, Carlo. Sistema de gestión de calidad en base a la norma ISO 9001. Internacional eventos, 2008, vol. 9.
- [9] ZAMORA, Mauro Hernán. Teoría de la gestión por procesos: un análisis del Centro de Fórmulas Lácteas Infantiles del Hospital Sor María Ludovica de La Plata. 2017. Tesis Doctoral. Universidad Nacional de La Plata.
- [15, 16, 17, 18] Sic.gov.co. 2021. [online] Available at: <[https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Cuadro\\_Leyes\\_Definitivo.pdf](https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Cuadro_Leyes_Definitivo.pdf)> [Accessed 12 November 2021].
- [20, 21, 22] ic.gov.co. 2021. [online] Available at: <[https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Cuadro\\_Leyes\\_Definitivo.pdf](https://www.sic.gov.co/sites/default/files/files/Cuadro_Leyes_Definitivo.pdf)> [Accessed 12 November 2021].