



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E
INFORMÁTICA.**

**PROCESO DE TITULACIÓN
NOVIEMBRE 2023 -ABRIL 2024**

**EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA
PRUEBA PRÁCTICA**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN COMERCIO**

**TEMA:
GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LA EMPRESA ADOLMIA S.A.
DEL CANTÓN BABAHOYO EN EL PERIODO 2023.**

**ESTUDIANTE:
GRACE DAMARIS PALMA LEON**

**TUTOR:
ING. VIVIANA ONOFRE ZAPATA**

AÑO 2024

INDICE

Planteamiento del Problema	5
Objetivo General.....	7
Objetivos Específicos.....	7
Línea de Investigación	8
Marco Conceptual.....	9
Control de Calidad	9
Que Es Un Cliente.....	10
¿Cuál es la importancia del control de calidad?	12
Las ventajas del plan de calidad.....	12
¿Cómo establecer el control de calidad?	15
Expectativa Del Cliente.....	16
Percepción del cliente.....	17
¿Qué es calidad total?.....	18
Tres enfoques para resumir la evolución del concepto gestión de la calidad.....	19
Marco Metodológico.....	21
Resultados.....	21
Discusión de Resultados	32
Conclusión	35
Recomendaciones	36
Bibliografía	39

Agradecimiento

Quiero expresar mi profundo agradecimiento a Dios, quien ha sido la fuente inagotable de fortaleza y guía a lo largo de este proyecto. Su divina orientación ha sido la luz que iluminó cada paso de este camino, brindándome la sabiduría y la perseverancia necesarias para superar los desafíos.

A mi amada familia, mi pilar fundamental, les dedico un agradecimiento sincero; su constante apoyo, aliento y comprensión han sido el motor que impulsa mis esfuerzos. En cada desafío, sus palabras de aliento y amor han sido el recordatorio de que no estoy sola en este viaje. También agradezco a mis profesores y mentores por su orientación experta y valiosos consejos, que han contribuido enormemente a mi desarrollo académico y profesional. Su dedicación ha sido una inspiración constante. Este proyecto no habría sido posible sin la colaboración y contribución de todos aquellos que generosamente compartieron su conocimiento y experiencias; cada aporte ha enriquecido este trabajo y ha contribuido a su éxito.

Resumen

El proyecto aborda los desafíos en el control de calidad de la empresa ADOLMIA S.A., consolidada en el Cantón Babahoyo desde 2012. La falta de actualización en las metodologías de control de calidad afecta su competitividad y la percepción de los clientes. La investigación se centra en evaluar los procesos actuales, explorar nuevas metodologías y comparar estándares internos con la satisfacción del cliente.

El análisis de resultados destaca áreas clave de mejora, como la eficacia en los procesos de control de calidad y la necesidad de adoptar enfoques innovadores. La brecha entre estándares internos y expectativas del cliente subraya la importancia de una alineación más estrecha. La investigación propone la implementación de tecnologías avanzadas, la formación del personal y la retroalimentación continua con los clientes.

En conclusión, el proyecto recomienda una revisión exhaustiva y mejora continua en los procesos de control de calidad, junto con la adopción de enfoques innovadores y la alineación estratégica con las expectativas del cliente. Estas acciones no solo fortalecerán la competitividad de ADOLMIA S.A., sino que también mejorarán la calidad percibida de sus productos, elevando la satisfacción general del cliente.

Planteamiento del Problema

La empresa ADOLMIA S.A una entidad consolidada en el Cantón Babahoyo, inicio sus actividades comerciales el 25 de octubre del 2012, con el número de RUC: 1291744997001, su propietario es BRIONES CORTEZ NELSON ABRAHAN, cuenta con experiencia en venta de suministros al por mayor y al por menor de una amplia variedad de productos, bebidas no alcohólicas (jugo, gaseosa, agua mineral, etc.) material de papelería, equipo de oficina, artículos de ferretería y cerraduras.

ADOLMIA S.A. se encuentra confrontando obstáculos en su administración de calidad que inciden directamente en su posición competitiva y en la percepción del mercado. Resulta fundamental llevar a cabo una evaluación exhaustiva de los procedimientos vigentes de control de calidad con el propósito de identificar áreas específicas que demanden mejoras y posibles puntos críticos que pudiesen estar afectando de manera adversa la calidad final de los productos o servicios proporcionados.

La falta de metodologías actualizadas y en línea con las tendencias y avances en el campo del control de calidad dificulta significativamente la capacidad de la empresa para mantenerse actualizada y para adoptar enfoques innovadores que podrían potenciar su eficiencia y efectividad en la producción y entrega de productos y servicios de calidad.

Además, la diferencia entre los estándares de calidad definidos internamente y la satisfacción real del cliente aumenta la incertidumbre sobre ADOLMIA S.A. la eficacia de los productos ofrecidos. La diferencia entre la percepción interna y externa de la calidad del producto enfatiza la urgente necesidad de evaluar continuamente y adaptarse mejor a los deseos y percepciones de los clientes.

Justificación

Investigación sobre la gestión de la calidad en la empresa ADOLMIA S.A. del Cantón Babahoyo en la temporada 2023 como respuesta estratégica para mejorar la atención al cliente. Considerando la importancia de los clientes externos como principal fuente de ingresos de la organización, invertir en la mejora del servicio al cliente se configura como una medida clave para lograr la satisfacción del cliente, aumentar el rendimiento financiero y asegurar la estabilidad del negocio. La observación de falencias en el trato a los clientes en la empresa objeto de estudio obviamente despierta el interés en realizar propuestas que se centren en el servicio al cliente y su importancia para el desarrollo sostenible de la empresa.

Actualmente, la empresa enfrenta desafíos relacionados con una comunicación interna deficiente debido a la falta de datos apropiados, herramientas y malas condiciones de trabajo. Este problema contribuye a un ambiente de trabajo hostil y a una falta de compromiso interno, lo que afecta directamente la percepción de fragmentación de los clientes externos. Esta situación, a su vez, afecta negativamente a las relaciones comerciales con los clientes. Esto ayudara no solo a resolver los problemas de comunicación interna, sino que también mejora la oferta de servicios y así fortalece la posición de la empresa en un mercado competitivo y en constante desarrollo durante 2023.

Objetivo General

Analizar la calidad de los productos, identificando aspectos a perfeccionar con el objetivo de garantizar artículos que eleven la satisfacción del cliente en la empresa ADOLMIA S.A. en Babahoyo periodo 2023.

Objetivos Específicos

- Examinar los procesos actuales de control de calidad, identificando áreas de mejora y posibles puntos críticos.
- Conocer la apreciación de clientes entorno a los procesos de calidad que actualmente se desarrollan
- Comparar los estándares de calidad con la satisfacción del cliente para comprender sus expectativas y percepciones sobre la eficacia de los productos ofrecidos

Línea de Investigación

La gestión de la calidad en el contexto de la línea de investigación “Gestión financiera, administrativa, tributaria, auditoria, control” se centra en cómo la implementación de sistemas de control de calidad puede influir en la eficiencia, transparencia y efectividad de dichos procesos. La sublínea investigativa “Empresas e instituciones públicas y privadas”, analiza cómo la adopción de prácticas y estándares de calidad puede mejorar la gestión de recursos financieros, la precisión en el cumplimiento de obligaciones tributarias, la minimización de riesgos financieros y la optimización de la toma de decisiones financieras.

En el contexto del proyecto de Prácticas Pre Profesionales “Gestión administrativa en el área de Recursos Humanos en el Ministerio de Inclusión Económica y Social”, este estudio de caso se dirige de forma estructurada. En primer lugar, al estudiar la gestión de la calidad de los procesos financieros y tributarios, es posible descubrir cómo se pueden aplicar estas prácticas para mejorar la eficiencia y transparencia de la gestión de personal del ministerio.

Marco Conceptual

Control de Calidad

Evidentemente, esto implica contar con uno de los pilares fundamentales de acuerdo a la calidad de los productos. Esta estrategia puede ser utilizada para la implementación de campañas y mejoras para la empresa, sin embargo, la clave para optimizar tus actividades reside en realizar un seguimiento constante de tu progreso. **(American Society for Quality, 2022)**

El control de calidad es una herramienta fundamental para las organizaciones que buscan mejorar la calidad de sus productos o servicios, aumentar la satisfacción del cliente y ser más competitivas en el mercado. **(9001, 2020)**

Una parte esencial del control de calidad es la inspección, en la cual se examinan los productos o servicios con el fin de identificar cualquier defecto o anomalía. Para verificar la conformidad con los estándares establecidos, se pueden realizar pruebas físicas, análisis químicos, revisión de documentos y otras técnicas.

Además de la inspección, el control de calidad también implica la prevención de defectos mediante la aplicación de medidas preventivas en el proceso de producción o prestación de servicios. El uso de tecnologías avanzadas, la capacitación del personal, la mejora de los procesos y cualquier otra acción destinada a prevenir la aparición de problemas de calidad pueden ser parte de esto.

(Huacon, 2019)"La combinación de los artículos más demandados y beneficiosos por parte de los clientes". Uno de los primeros pasos en el control de calidad es definir claramente los estándares de calidad que debe cumplir el producto o servicio.

Estos estándares pueden basarse en regulaciones gubernamentales, estándares de la industria o expectativas específicas de los clientes. Una vez que se establecen estos estándares, se implementan sistemas de control para monitorear y evaluar continuamente la efectividad del proceso de producción o prestación de servicios. “Es un proceso integral que identifica, analiza y elimina la causa raíz de errores o defectos en un producto o servicio”. **(Oakland, 2022)**

Otro aspecto crucial del control de calidad es la corrección de los problemas identificados. Para solucionar cualquier defecto o anomalía detectada durante el proceso de control, es necesario tomar medidas correctivas. Estas acciones pueden variar desde modificaciones minuciosas en el proceso de producción hasta alteraciones notables en el diseño del producto o en los procedimientos laborales.

Al final, el control de calidad implica una mentalidad de mejora continua, mediante la cual se buscan continuamente métodos para racionalizar el proceso de producción o la prestación de servicios para alcanzar estándares cada vez más altos de eficiencia y calidad. Esto puede implicar recopilación y análisis de datos, seguimiento de clientes, aplicación de mejores prácticas e innovación en los procedimientos de trabajo.

Que Es Un Cliente

Desde el punto de vista **(Amaya, 2020)** “La satisfacción del cliente se alcanza cuando se superan sus expectativas al recibir lo que esperaba encontrar y aún más.” Por lo tanto, la calidad se define principalmente por la satisfacción del cliente, la cual está estrechamente relacionada con las expectativas que tiene respecto al producto o servicio.

Un cliente es cualquier individuo u organización que compra los bienes o servicios ofrecidos por una empresa, ya sea para su uso personal o para la satisfacción de otros. **(Quiroa, 2019)**

Tipos de Clientes

Reales

Clientes reales son aquellos que efectúan compras de manera repetitiva, desempeñando un rol fundamental en el escenario actual al determinar el volumen de ventas, los ingresos generados y la participación de mercado de una empresa. En la contemporaneidad, esta clase de clientes ejerce una influencia considerable en la facturación de una entidad, lo que repercute directamente en su nivel de rentabilidad.

Los clientes efectivos se segmentan en cuatro categorías y su confianza y fidelidad son pilares esenciales para el triunfo empresarial. Establecer y mantener una conexión estrecha con estos clientes es imperativo, subrayando la importancia de demostrar proximidad, mostrar interés por su experiencia con los productos adquiridos y atender cualquier inconveniente que puedan experimentar.

Potenciales

Se refieren a posibles nuevos clientes que podrían tener la intención y capacidad económica para adquirir los productos de una empresa, siendo esenciales para su desarrollo y crecimiento. Estos clientes potenciales deben cumplir con ciertos criterios, como un perfil adecuado y capacidad de compra, así como una necesidad genuina u otros factores, que las empresas buscan para considerarlos como posibles candidatos para su incorporación.

La interacción con los clientes potenciales debe adaptarse según su tipo. En este contexto, es efectivo abordarlos con una perspectiva centrada en resolver sus problemas más que en venderles algo. Dada la variedad de propuestas que reciben, los clientes potenciales solo optarán por aquella que perciban como satisfactoria para cubrir sus necesidades. La identificación y gestión de clientes potenciales pueden ser determinantes para proyectar el futuro del negocio.

Nos desafían a ser mejores, su búsqueda constante de mejores opciones nos obliga a mantenernos competitivos, innovando y adaptándonos a las nuevas tendencias del mercado.

Fidelizar a nuestros clientes y hacer que se conozcan con nuestra marca.

Según (Thompson, 2019) "El cliente es aquel individuo, empresa u organización que busca de manera voluntaria un producto o servicio que satisfaga sus necesidades o deseos."

¿Cuál es la importancia del control de calidad?

Un plan de calidad es información documentada que especifica los procedimientos y recursos de trabajo asociados y que se aplican en el proceso. Los planes de calidad brindan una forma de conectar los objetivos, necesidades, proyectos o contratos específicos con las técnicas y prácticas de trabajo y los servicios que se brindan.

Las ventajas del plan de calidad

Aumentar la confianza en que se cumplen los requisitos.

Mayor control sobre los procesos

La motivación que se debe proporcionar a los oradores.

Saber cómo mejorar las oportunidades

Según **(Ishikawa:, 2024)** “Invertir en control de calidad es invertir en el futuro de la empresa. Es la base para construir una marca sólida, competitiva y confiable, que genere satisfacción y fidelidad en los clientes.” El control de calidad no es solo un proceso, es una filosofía que impregna cada etapa de la producción, desde la materia prima hasta el producto final. Su objetivo es asegurar la excelencia, no solo para cumplir con las normas, sino para superar las expectativas de los clientes.

El control de calidad no es solo un proceso, es una filosofía que permea cada etapa de la producción, desde la materia prima hasta el producto final. Su objetivo es asegurar la excelencia, no solo para cumplir con las normas, sino para superar las expectativas de los clientes.

El proceso de control de calidad asegura que todas las actividades y acciones realizadas en el desarrollo de un producto satisfagan las necesidades del cliente (consumidor final) y los estándares de la empresa, como los relacionados con materiales, costos, tiempos de producción y otros factores.

Un método para garantizar que un producto sea seguro, útil y cumpla correctamente todas sus funciones es mediante el control de calidad. Además, sirve para verificar el cumplimiento de las normas de seguridad y calidad de los países en los que se comercializan los productos, que el embalaje sea el adecuado (para evitar daños o contaminación del producto) y que proporcione al consumidor la información que necesita (como como instrucciones de funcionamiento o productos etiquetados). **(RODRIGUEZ, 2021)**

Para establecer variables y monitorear cada etapa del proceso productivo se debe realizar un control estadístico. Esto dará como resultado la generación de frecuencia, mediciones,

intervalos, rangos, probabilidades, correlaciones, atributos y otros datos de control que permitan la producción de un producto libre de errores.

Beneficios para tu empresa:

- **Satisfacción del cliente:** La calidad es el factor principal para la satisfacción del cliente, lo que genera fidelidad y recomendaciones positivas.
- **Reducción de costos:** Prevenir errores y desperdicios reduce significativamente los costos operativos.
- **Cumplimiento normativo:** Asegurar la calidad ayuda a cumplir con las normas y regulaciones, evitando multas y sanciones.
- **Eficiencia operativa:** Los procesos controlados y consistentes optimizan la producción y la cadena de suministro.
- **Mejora continua:** La búsqueda constante de la mejora permite adaptarse a las necesidades del mercado y mantener la competitividad.

Claves para un control de calidad efectivo:

- **Establecer estándares:** Definir las características clave del producto o servicio que impactan en la calidad, junto con métricas medibles.
- **Capacitar al personal:** Brindar entrenamiento en las técnicas de medición y la importancia del control de calidad para el éxito del negocio.
- **Implementar un sistema de mejora continua:** Buscar constantemente nuevas formas de mejorar la calidad del producto o servicio.

¿Cómo establecer el control de calidad?

Una inspección de control de calidad es cuando examinamos un bien o servicio para ver si cumple con los estándares previamente establecidos por la empresa. Estos estándares se basan en características y factores del bien o servicio.

Para **(Crosby, 2023)**” El control de calidad no es solo un proceso, es una filosofía que impregna cada etapa de la producción, desde la materia prima hasta el producto final.

Como implementarlos

- Establecer estándares claros y medibles para cada característica clave.
- Asegurar que los estándares sean realistas, alcanzables y relevantes para las necesidades del cliente.
- Introducir puntos de control durante el proceso para realizar pruebas y evaluaciones.
- Establecer un sistema de monitoreo continuo para detectar posibles desviaciones de los estándares de calidad.
- Fomentar una cultura de retroalimentación abierta y honesta dentro del equipo.
- Utilizar la información de las pruebas, revisiones y retroalimentación para identificar áreas de mejora.
- Implementar cambios y mejoras en los procesos de manera sistemática y documentada.
- Asegurar que la documentación sea clara, organizada y de fácil acceso para el equipo.

- Utilizar la documentación para fines de análisis, capacitación y mejora continua.
- Asegurar que la revisión sea completa, objetiva y basada en evidencia.
- Utilizar los resultados de la revisión para mejorar continuamente el sistema de control de calidad.

Implementar un sistema de control de calidad efectivo es una inversión en el futuro de la empresa.

Expectativa Del Cliente

Según (DA SILVA, 2020) “Las expectativas del cliente son las demandas y requisitos que los clientes tienen de una marca.” Estas expectativas no son fijas, sino que se forman a partir de diversos factores como experiencias pasadas, comparaciones con otras empresas, información publicitaria.

El término "expectativa del cliente" se refiere a las necesidades, deseos y requisitos de un cliente para un bien o servicio proporcionado por una empresa. Estas expectativas pueden diferir de acuerdo con múltiples elementos, tales como las propiedades del producto, la calidad apreciada, el costo, el servicio al consumidor, la calidad de la marca y las experiencias anteriores.

Varios ejemplos de expectativas típicas de los clientes son los siguientes:

- Calidad del bien o servicio
- Valor por dinero
- Experiencia del cliente
- Cumplimiento de plazos y compromisos
- Reputación y credibilidad de la marca

Incluso antes de convertirse en clientes, los clientes tienen expectativas de las marcas. Esto se debe al hecho de que las empresas construyen su imagen a través de la publicidad y el marketing, que sirve como referencia para el mercado. Al mismo tiempo, gracias a recomendaciones o reseñas en línea, tus prospectos pueden tener ideas preconcebidas.

Los clientes esperan antes de la venta:

1. Excelente servicio al cliente
2. Evaluación del producto

VARIABLES QUE INFLUIRÁN EN LAS EXPECTATIVAS DEL CLIENTE

- Sus valores personales y principios.
- La cultura de su organización.
- Su humor.
- Sus antecedentes con proveedores anteriores.
- Que sabe sobre tu organización.

Percepción del cliente

La percepción del consumidor es el resultado de la combinación de las impresiones, pensamientos y sentimientos de un cliente sobre una marca o producto. Dicho de otra manera, es el resultado de las impresiones que se han formado como resultado de cada interacción (directa o indirecta) que un cliente ha tenido con una empresa.

Como señala **(Melara, 2020)**“La percepción del cliente se refiere a las evaluaciones subjetivas que hacen los clientes después de interactuar con los productos o servicios de una

empresa. Por este motivo, a veces también se le llama experiencia o servicio percibido porque incluye todas las experiencias directas o indirectas que ha tenido el cliente.

De acuerdo con **(Sordo, 2021)** "La percepción del cliente es lo que la gente piensa acerca de su empresa". La percepción que tiene un cliente sobre su experiencia con una empresa, producto o servicio se conoce como percepción del cliente. Es la forma en que los clientes ven, sienten y comprenden su interacción con la empresa. Las empresas deben entender cómo se sienten sus clientes para poder mejorar su experiencia y aumentar su satisfacción.

La razón por la que la percepción del cliente es tan importante es que, si se utilizan las estrategias adecuadas, puede desempeñar un papel clave para ayudar a que su negocio crezca y sobreviva en el mercado.

- Aumenta la tasa de retención
- Atrae más clientes potenciales
- Fomenta la repetición de compras.
- Aumenta el valor de la marca.
- Aumenta las oportunidades de negocio
- Ayuda a mantener clientes fieles que apuestan por la marca.

¿Qué es calidad total?

Según **(Sánchez, 2020)** "Los diversos enfoques que han surgido en el ámbito de la calidad total indican la evolución y perfeccionamiento de sus conceptos fundamentales, ajustándose a los requisitos y particularidades de los contextos en los que estas teorías han

emergido. Con el tiempo, y gracias a la aplicación de estas filosofías en diversas industrias, han realizado valiosas contribuciones a las empresas.

Se reconoce que la calidad total se alcanza gestionando eficazmente los procesos, identificando y mejorando los puntos débiles, en lugar de concentrarse exclusivamente en resolver problemas individuales.

La calidad total se define como la aplicación de los principios de gestión de la calidad a todas las actividades y al personal de la organización, no sólo a la finalización del bien o servicio que se proporciona al cliente.

De esta forma, la orientación al cliente se extiende también al cliente interno, por lo que la empresa debe garantizar la satisfacción tanto de los empleados como del cliente con sus bienes y servicios. De manera similar, la mejora continua tiene como objetivo mejorar todos los procesos organizacionales y no solo los relacionados con la productividad.

Tres enfoques para resumir la evolución del concepto gestión de la calidad

Según (Medici, 2020) "Las diversas corrientes que han surgido en el ámbito de la calidad total reflejan la evolución y perfeccionamiento de sus conceptos fundamentales, ajustándose a los requisitos y especificidades de los contextos en los que estas teorías han tenido origen. A lo largo del tiempo, y gracias a la aplicación extendida de estas filosofías en diversas industrias, han realizado valiosas contribuciones al ámbito empresarial.

A continuación, se enumeran varias aportaciones que han consolidado la calidad total como un punto de referencia crucial en el campo de la innovación y han destacado los avances logrados gracias a su implementación en distintas empresas.

1. Compromiso y participación de los empleados: Todos los colaboradores de una organización desempeñan un papel crucial en la entrega de productos de calidad o servicios, por lo que se fomenta su participación activa y compromiso continuo. Se impulsa la mejora constante.

2, Mejora continua: La calidad total impulsa la identificación y eliminación de desperdicios, optimizando procesos e implementando mejoras continuas en todas las áreas del negocio.

3. Enfoque basado en procesos: Se entiende que la calidad total se logra gestionando eficazmente los procesos, identificando y mejorando los puntos débiles, en lugar de centrarse únicamente en resolver problemas individuales."

Marco Metodológico

Para este caso de estudio se llevó a cabo una encuesta dirigida a 15 individuos que han visitado a la empresa en últimamente. Se empleó un banco de 10 preguntas estructurado para así de esta manera poder abordar aspectos clave de la gestión de la calidad. El objetivo era recopilar datos que fueran cuantificables y medibles.

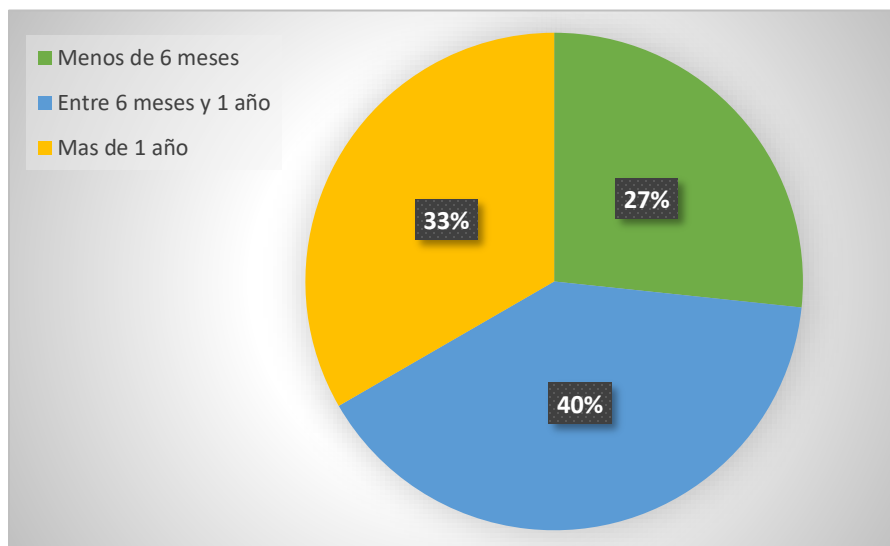
Se realizará un análisis de los datos recolectados para identificar áreas de mejoras, tendencias relacionadas con la gestión de la calidad en ADOLMIA S.A. Esta fase cuantitativa proporcionará una sólida base para la toma de decisiones y recomendaciones que aborden dicho contexto. Este análisis nos dará mejoras que complementarán la información cuantitativa.

Resultados

Resultados de la encuesta dirigida a los usuarios de la empresa ADOLMIA S.A.

1. ¿Cuánto tiempo lleva siendo cliente de ADOLMIA S.A.?

	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
OPCIÓN 1	Menos de 6 meses	4	27%
OPCIÓN 2	Entre 6 meses y 1 año	6	40%

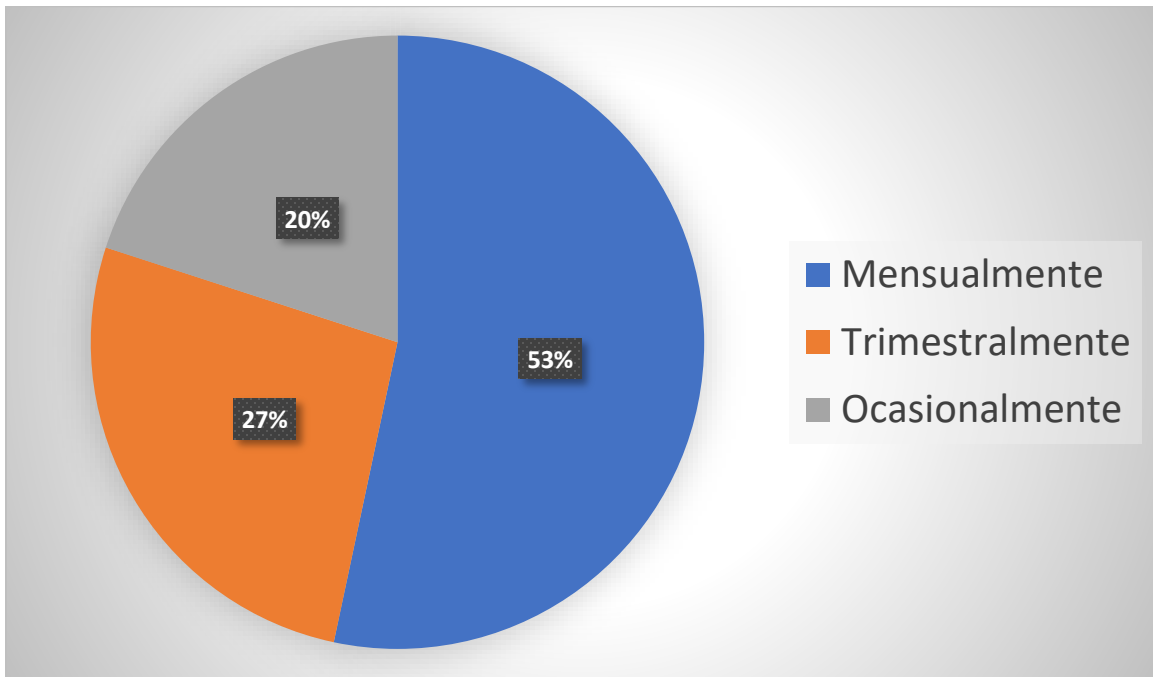


Análisis:

Este análisis indica una diversidad en la antigüedad de los clientes de ADOLMIA S.A. La proporción significativa de clientes con más de 1 año (33%) sugiere una base de clientes establecida y leal. Al mismo tiempo, la presencia de clientes recientes (27%) y aquellos con una relación de 6 meses a 1 año (27%) refleja una continua adquisición de nuevos clientes y cierta retención a medio plazo. Este equilibrio puede indicar una gestión efectiva tanto en la atracción de nuevos clientes como en la fidelización a largo plazo.

2. ¿Con qué frecuencia realiza compras en ADOLMIA S.A.?

	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
OPCIÓN 1	MENSUALMENTE	8	53%
OPCIÓN 2	TRIMESTRALMENTE	4	27%
OPCIÓN 3	OCASIONALMENTE	3	20%

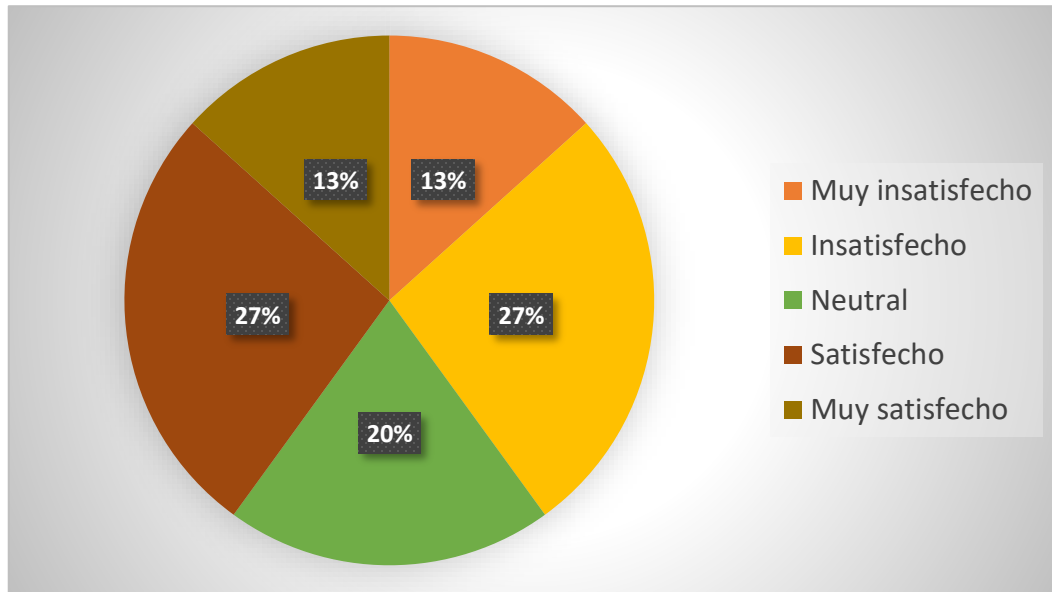


Análisis

El análisis de las frecuencias de compra en ADOLMIA S.A. refleja una diversidad en los hábitos de los clientes. La mayoría (53%) realiza compras mensualmente, indicando una base activa. Un 27% prefiere compras trimestrales, señalando una presencia regular pero menos frecuente. Aquellos que compran ocasionalmente representan el 20%, resaltando la variabilidad en los comportamientos de compra. Este panorama diverso destaca la importancia de adaptar estrategias comerciales para satisfacer las diversas preferencias de los clientes.

3. En una escala del 1 al 5 ¿cómo calificaría la calidad de los productos ofrecidos por ADOLMIA S.A.?

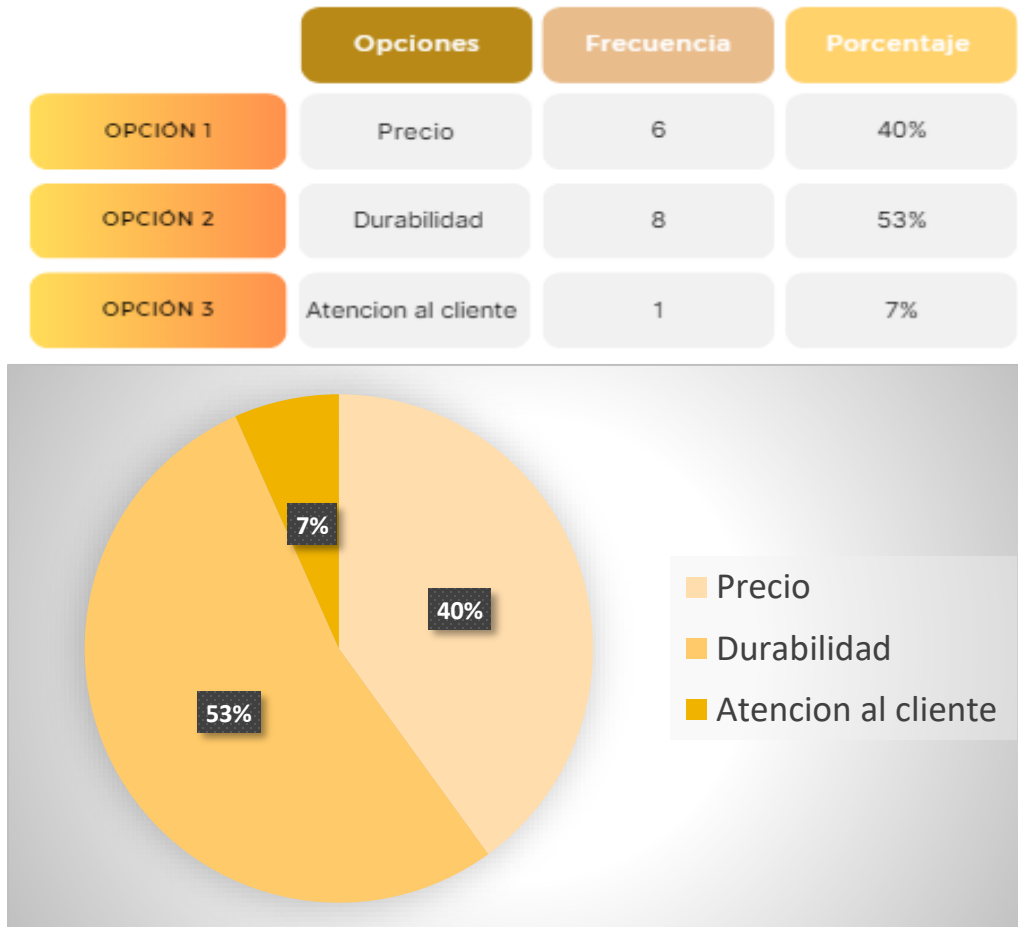
	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
OPCIÓN 1	Muy insatisfecho	2	13%
OPCIÓN 2	Insatisfecho	4	27%
OPCIÓN 3	Neutral	3	20%
OPCIÓN 4	Satisfecho	4	27%
OPCIÓN 5	Muy satisfecho	2	13%



Análisis

El 54% de los participantes se sitúa en las categorías "Insatisfecho" y "Muy insatisfecho", sugiriendo áreas de mejora. Sin embargo, un 47% de los encuestados se encuentra en las categorías "Satisfecho" y "Muy satisfecho", indicando una satisfacción considerable. La presencia de opiniones neutrales (20%) resalta la necesidad de explorar en detalle las áreas de fortaleza y debilidad para mejorar la calidad percibida.

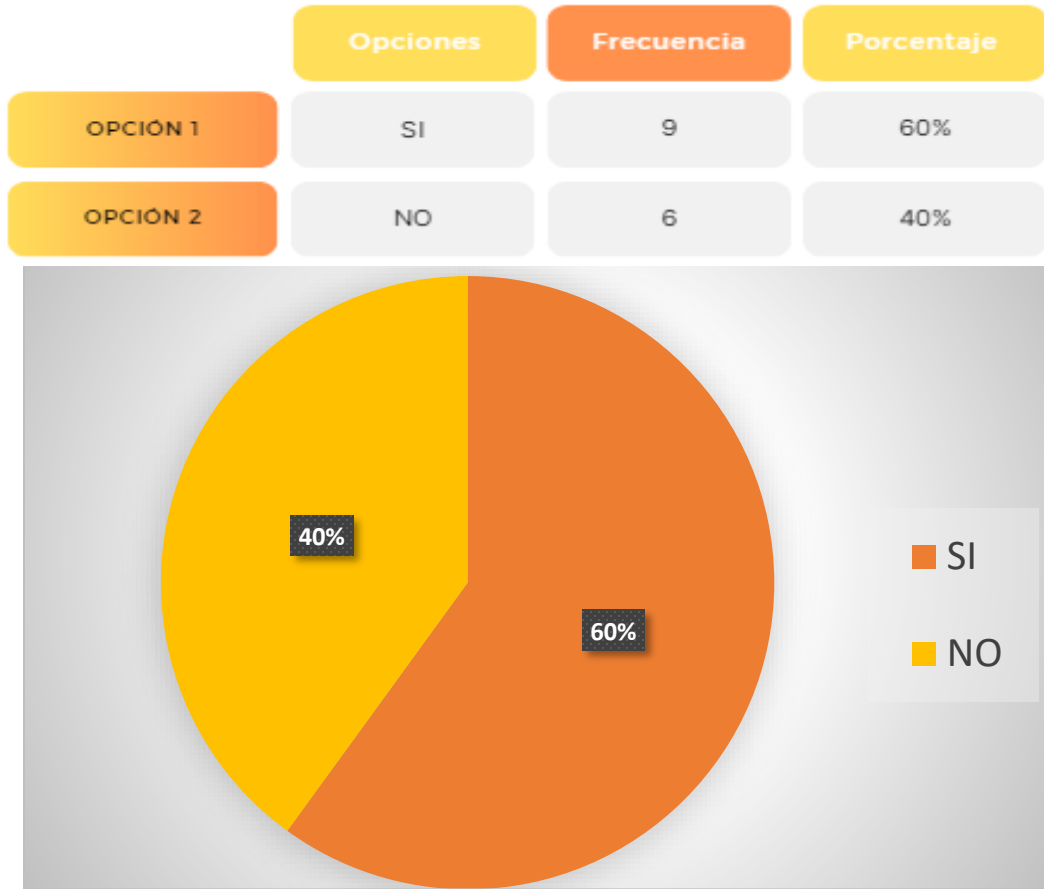
4. ¿Qué factores considera más importantes al evaluar la calidad de un producto o servicio?



Análisis

La tabulación indica que, al evaluar la calidad de productos o servicios de ADOLMIA S.A., la durabilidad es el factor más crítico, mencionado por el 53% de los encuestados. El precio también es importante para el 40%, destacando la relevancia de la relación calidad-precio. Aunque la atención al cliente es citada por solo el 7%, su consideración es esencial para una experiencia global positiva. Este análisis subraya la necesidad de equilibrar estos factores para satisfacer las diversas preferencias y expectativas de los clientes.

5. ¿Ha experimentado algún problema relacionado con la calidad de los productos?

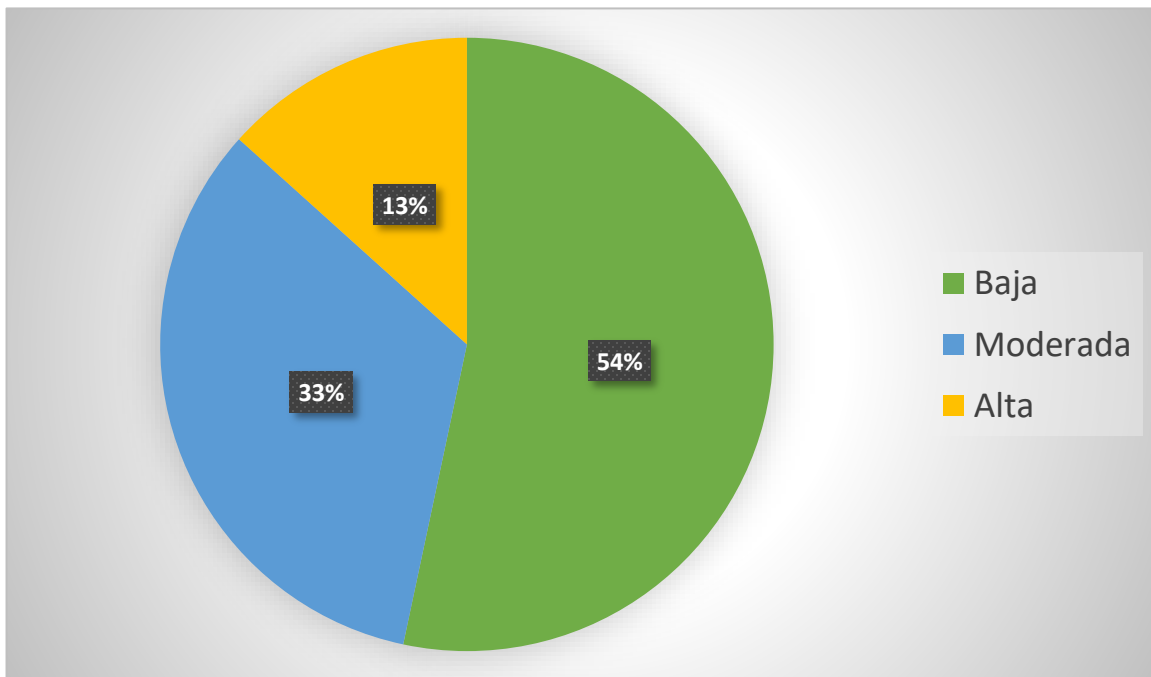


Análisis

El análisis de los datos revela que un 60% de los encuestados ha enfrentado inconvenientes vinculados a la calidad de los productos ofrecidos por ADOLMIA S.A. Esta evidencia señala la presencia de desafíos en términos de calidad que pueden impactar la satisfacción del cliente. No obstante, el 40% restante ha manifestado no haber experimentado problemas, subrayando la importancia de abordar y solventar las cuestiones de calidad para mejorar la experiencia global del cliente.

6. ¿Cómo describiría la eficacia de los procesos de control de calidad actuales de ADOLMIA S.A.?

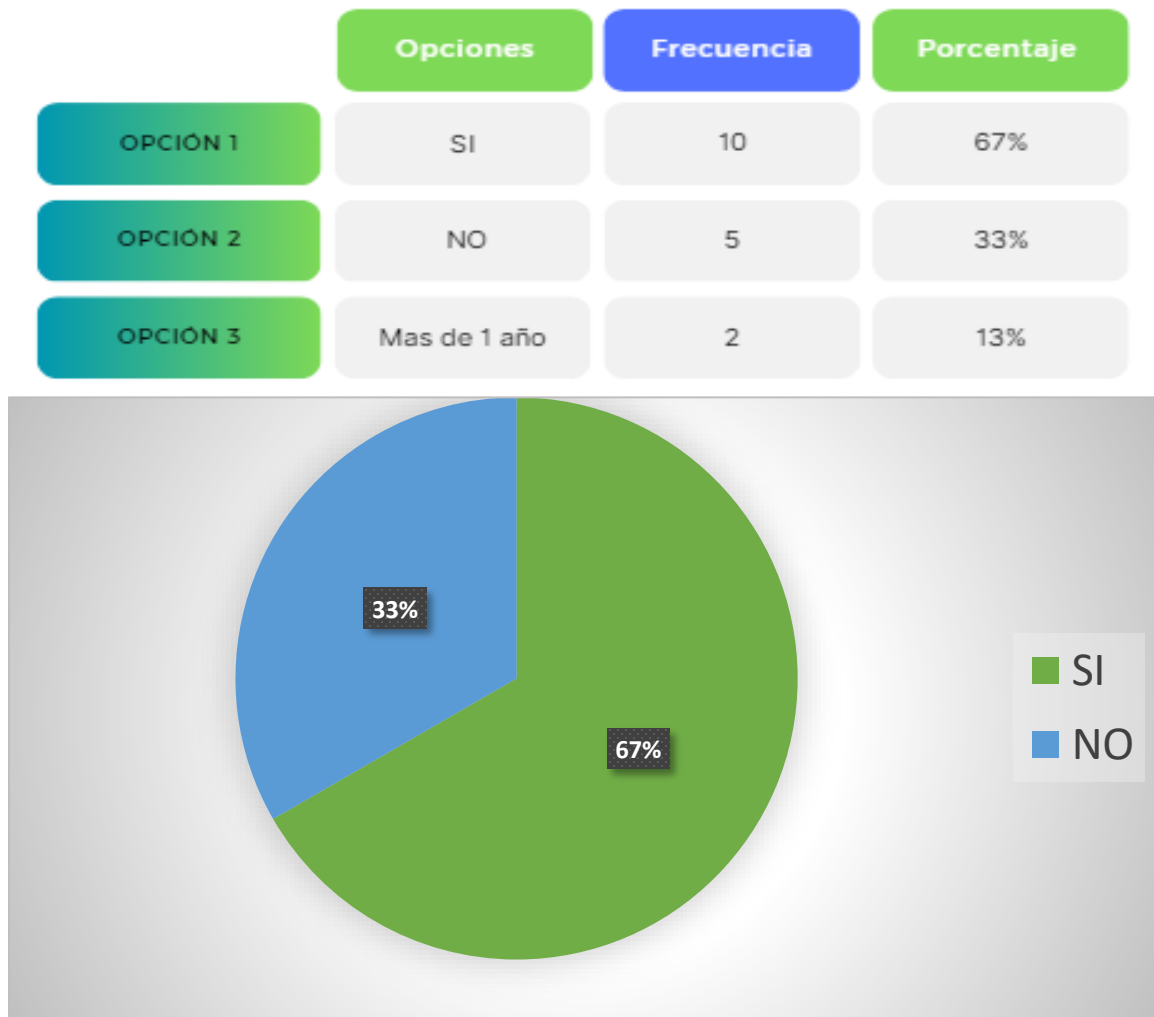
	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
OPCIÓN 1	Baja	8	54%
OPCIÓN 2	Moderada	5	33%
OPCIÓN 3	Mas de 1 año	2	13%



Análisis

La tabulación indica que la percepción sobre la eficacia de los procesos de control de calidad actuales de ADOLMIA S.A. es desafiante, con un 54% de los encuestados describiéndola como baja. Un 33% considera la eficacia como moderada, mientras que solo el 13% la clasifica como alta. Estos resultados sugieren la necesidad de revisar y fortalecer los procesos de control de calidad para abordar las preocupaciones expresadas por la mayoría de los encuestados, con el objetivo de mejorar la calidad percibida por los clientes.

7. ¿Está al tanto de alguna metodología innovadora de control de calidad en el mercado actualmente?

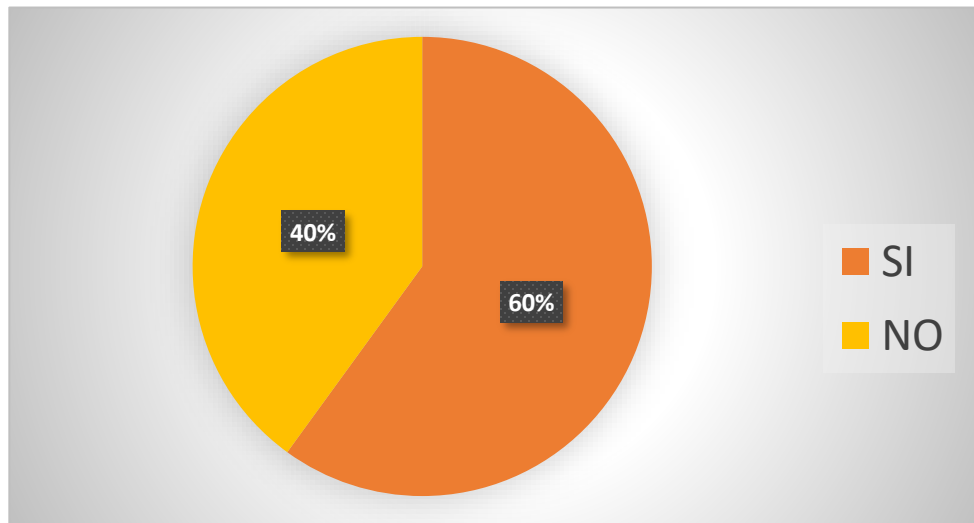


Análisis

La tabulación sugiere que la mayoría de los encuestados (67%) están al tanto de alguna metodología innovadora de control de calidad en el mercado actual. Este alto porcentaje indica un nivel significativo de conocimiento y posiblemente interés en las prácticas innovadoras en control de calidad. Sin embargo, el 33% que no está al tanto destaca una proporción no despreciable de personas que podrían no estar informadas sobre las últimas metodologías. Este análisis señala la importancia de proporcionar información y posiblemente implementar prácticas innovadoras para mejorar la percepción y eficacia del control de calidad en ADOLMIA S.A.

8. ¿Considera que los estándares de calidad de ADOLMIA S.A. cumplen con sus expectativas?

	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
OPCIÓN 1	SI	9	60%
OPCIÓN 2	NO	6	40%

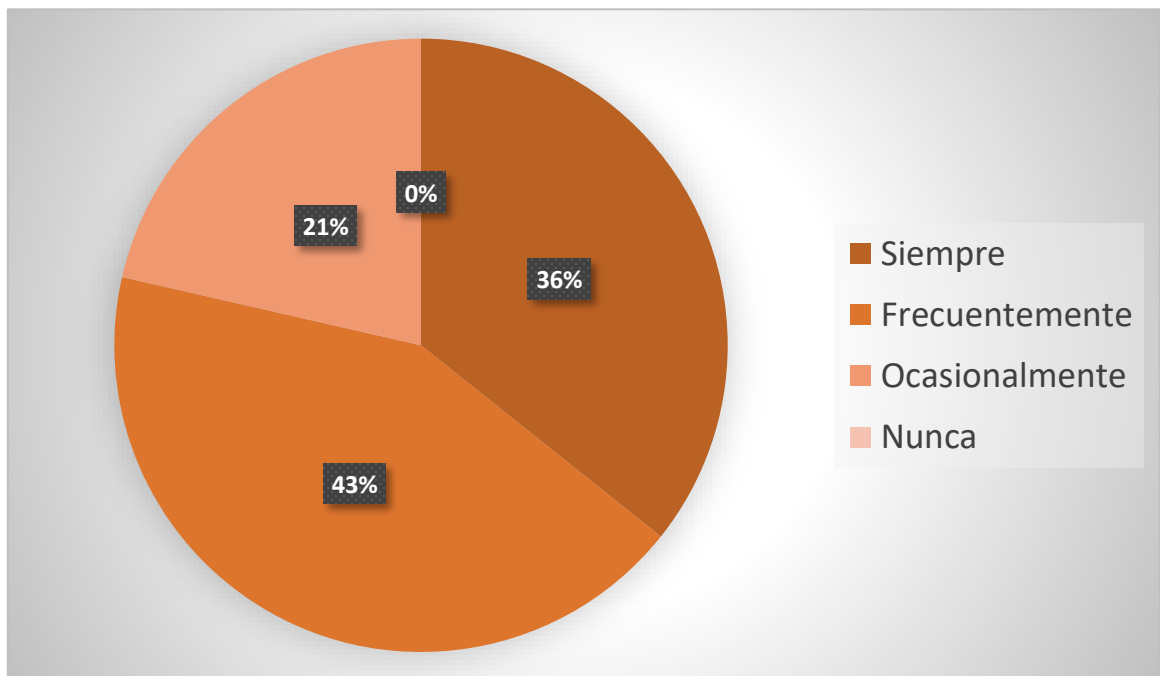


Análisis

Un 60% de los participantes manifiesta estar contento, en contraste con un 40% que muestra descontento. Estos hallazgos subrayan la necesidad de examinar y elevar la calidad percibida con el fin de preservar y ampliar la satisfacción de los clientes. La retroalimentación específica proporcionada por aquellos insatisfechos puede ser invaluable para detectar áreas de mejora y consolidar la reputación de la empresa en lo que respecta a la calidad.

9. ¿Con qué frecuencia la calidad de los productos influye en su decisión de compra?

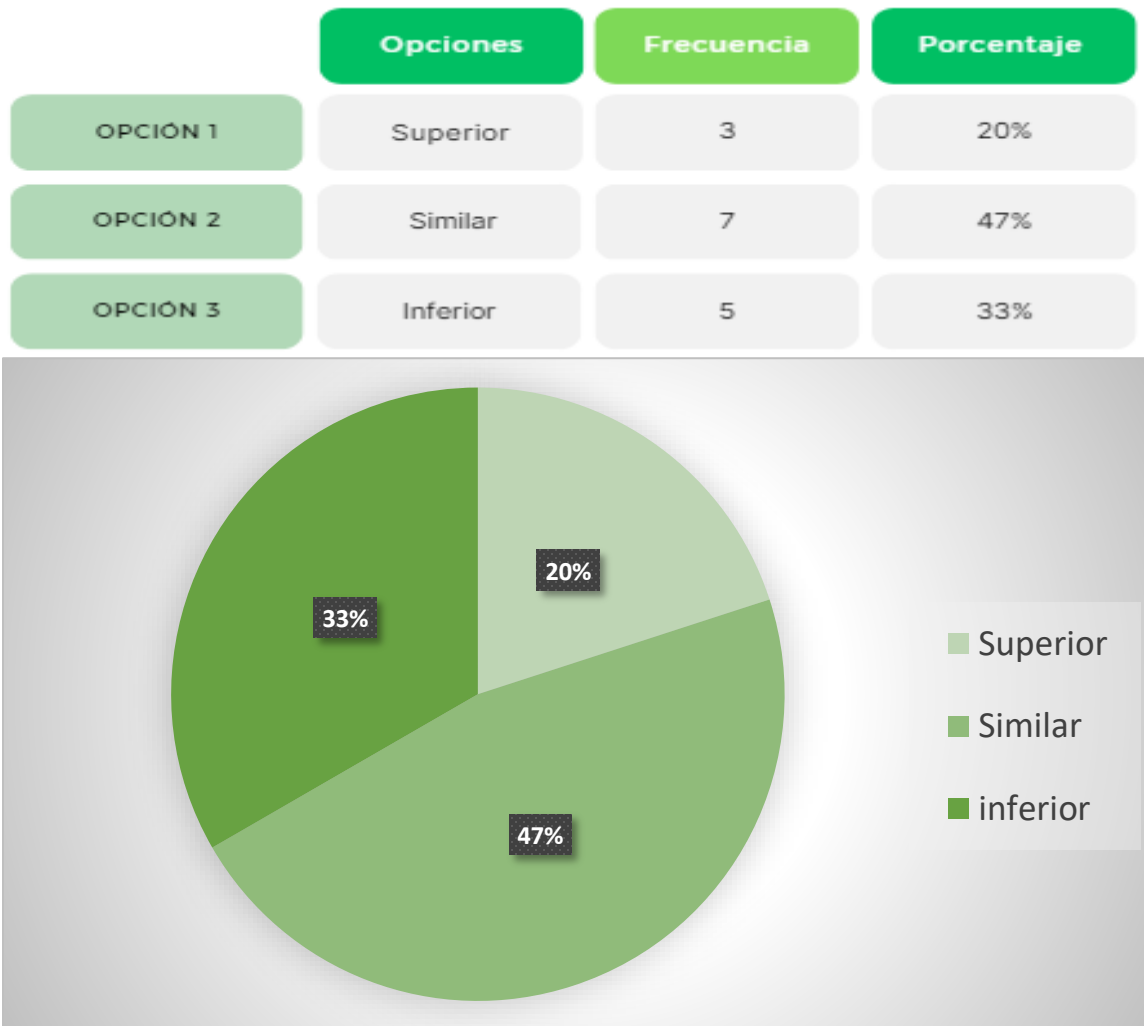
	Opciones	Frecuencia	Porcentaje
OPCIÓN 1	Siempre	5	36%
OPCIÓN 2	Frecuentemente	6	43%
OPCIÓN 3	Ocasionalmente	3	21%
OPCIÓN 4	Nunca	0	0%



Análisis

La mayoría de los encuestados (43%) afirma que la calidad de los productos siempre influye en su decisión de compra, destacando su alta importancia. Un 36% lo considera un factor frecuente, mientras que el 21% lo menciona ocasionalmente. Ningún encuestado indica que la calidad nunca influye. Estos resultados enfatizan la significativa influencia de la calidad en las decisiones de compra, subrayando la necesidad de mantener estándares de calidad consistentemente altos para satisfacer las expectativas de los clientes y promover la fidelidad.

10. En comparación con productos similares comercializados en otra empresa, ¿cómo clasificaría la calidad de los productos de ADOLMIA S.A.?



Análisis

La mayoría de los encuestados (47%) clasifica la calidad de los productos de ADOLMIA S.A. como "Similar" en comparación con productos similares en otras empresas. Un 33% percibe la calidad como "Inferior", mientras que un 20% la considera "Superior". Estos resultados sugieren una percepción variada en cuanto a la calidad, destacando la importancia de estrategias que destaquen fortalezas y aborden posibles áreas de mejora para mantener la competitividad en el mercado.

Discusión de Resultados

El presente análisis nos dejara identificar las áreas de oportunidad y desafíos que enfrenta la empresa ADOLMIA S.A. en base a la gestión de calidad, a partir de la revisión de los resultados de la encuesta realizada a sus clientes en el cantón Babahoyo durante el año 2023.

El desarrollo de esta investigación ha sido esencial para alcanzar el objetivo general establecido, que consiste en analizar la calidad de los productos, identificando aspectos a perfeccionar con el objetivo de garantizar artículos que eleven la satisfacción del cliente en la empresa ADOLMIA S.A. en Babahoyo periodo 2023. A continuación, se resaltan algunos puntos clave derivados de los resultados obtenidos en la encuesta.

La proporción significativa de clientes con más de 1 año (33%) sugiere una base establecida y leal, mientras que la presencia de clientes recientes (27%) indica una continua adquisición de nuevos clientes. Este equilibrio revela una gestión efectiva en la atracción de nuevos clientes y la fidelización a largo plazo.

La diversidad en los hábitos de compra, con la mayoría realizando compras mensuales (53%), muestra una base activa. La adaptabilidad en las estrategias comerciales será crucial para satisfacer las diversas preferencias de los clientes, incluyendo compras trimestrales (27%) y ocasionales (20%).

Aunque un 47% de los clientes se encuentra satisfecho, el 54% insatisfecho sugiere áreas de mejora. La presencia de opiniones neutrales (20%) destaca la necesidad de un análisis detallado para identificar áreas específicas de fortaleza y debilidad y mejorar la calidad percibida.

La durabilidad es el factor más crítico para el 53% de los encuestados, seguido por el precio (40%). El equilibrio entre estos factores y la atención al cliente (7%) será esencial para satisfacer las diversas preferencias y expectativas de los clientes.

El 60% de los clientes ha enfrentado inconvenientes relacionados con la calidad que han impactado la satisfacción del cliente. La resolución proactiva de estos problemas se vuelve imperativa, dado que el 40% que no ha experimentado problemas subraya la necesidad de abordar y mejorar la percepción de calidad para garantizar una experiencia global positiva.

La percepción mayoritaria de baja eficacia en los procesos de control de calidad (54%) indica la necesidad urgente de revisar y fortalecer estos procesos. Mejorar la eficacia de los procesos es crucial para abordar las preocupaciones expresadas por la mayoría de los encuestados y mejorar la calidad percibida.

Aunque la mayoría está al tanto de prácticas innovadoras (67%), el 33% que no lo está destaca una oportunidad para informar y posiblemente implementar estas metodologías. Esto podría mejorar la percepción y eficacia del control de calidad en ADOLMIA S.A.

El 60% de satisfacción destaca la importancia de evaluar y mejorar la calidad percibida. La retroalimentación específica de los insatisfechos será crucial para identificar áreas de mejora y fortalecer la reputación de la empresa en términos de calidad.

La alta importancia dada a la calidad en las decisiones de compra (79%) subraya la necesidad de mantener estándares consistentemente altos para satisfacer las expectativas de los clientes y fomentar la lealtad.

La percepción variada (47% similar, 33% inferior, 20% superior) destaca la importancia de estrategias que resalten las fortalezas y aborden áreas de mejora para mantener la competitividad en el mercado.

Conclusión

La investigación encontró que los estándares internos no cumplían con las expectativas de los clientes, destacando la importancia de alinear mejor los procesos de calidad con los requisitos del mercado. Este estudio enfatiza la importancia del análisis detallado y la mejora continua de los procesos de control de calidad en ADOLMIA S.A.

En esta investigación se podrá identificar de qué manera seguir dentro el mercado competitivo y satisfaciendo de tal manera a los clientes, todo esto contribuirá de una manera positiva a largo plazo ya que mejorará la reputación obteniendo así mejores avances. Se encontró una discrepancia entre los estándares internos y las expectativas de los clientes, lo que indica que los procesos de calidad deben ajustarse más a los requisitos del mercado.

La investigación destaca la necesidad de revisar y mejorar continuamente los procedimientos de control de calidad en ADOLMIA S.A. Se recomienda la adopción de nuevas técnicas y tecnologías para mantenerse al día en el campo de la calidad. Los estándares internos deben alinearse más estrechamente con las expectativas del cliente para garantizar la satisfacción del cliente.

Además, una mayor alineación de los estándares internos con las expectativas de los clientes se considera un factor clave para garantizar la satisfacción del cliente.

Adoptar un enfoque innovador y satisfacer estratégicamente las expectativas de los clientes no sólo fortalecerá la posición competitiva de la empresa, sino que también contribuirá significativamente a mejorar la calidad de la oferta de productos, lo que mejora la satisfacción general del cliente.

Recomendaciones

- Invertir en la formación continua del personal para familiarizarlos con las últimas metodologías y tecnologías de control de calidad. Explorar la posibilidad de implementar sistemas de inteligencia artificial y aprendizaje automático para una detección más precisa de defectos y la optimización de los procesos de control.
- Establecer un mecanismo de retroalimentación regular con los clientes para comprender mejor sus expectativas en términos de calidad. Ajustar los estándares internos para alinearse más estrechamente con las demandas del mercado, asegurando así la entrega de productos que cumplan con las expectativas del cliente.
- Explorar soluciones tecnológicas que permitan el monitoreo en tiempo real de los procesos de producción y calidad.
- Fomentar una cultura organizacional centrada en la calidad, donde cada miembro del equipo esté comprometido con la mejora continua.

PALABRAS CLAVES

1. Control de Calidad
2. Gestión Empresarial
3. Satisfacción del Cliente
4. Innovación en Metodologías
5. Eficiencia Operativa

Anexos



Bibliografía

- 9001, I. (25 de Agosto de 2020). *Logo ESG Innova Group*. Obtenido de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2020/08/que-es-la-gestion-de-la-calidad/>
- Amaya, P. F. (2020). Gestión de la Calidad, un estudio desde sus principios. *Revista Venezolana de Gerencia*. págs. 632-647.
- American Society for Quality, A. (2022). Learn About Quality.
- Crosby, P. B. (2023). *INGENIERIA DE CALIDAD*. Obtenido de INGENIERIA DE CALIDAD: <https://www.ingenieriadecalidad.com/2023/02/philip-b-crosby-bibliografia-y-aportes.html#:~:text=Philip%20Crosby%20fue%20uno%20de,14%20puntos%20de%20mejora%20continua%E2%80%9D>.
- DA SILVA, D. (2020). *ZENDESK*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/expectativa-de-los-clientes/>
- Deming, W. E. (1982). *Out of the Crisis- Mit Press*. (2. MIT Press, Ed.) ilustrada, reimpresa.
- Feigenbaum, A. V. (Julio-Septiembre de 2009). *Control de calidad*. Instituto Politécnico Nacional, Mexico.
- Huacon, G. &. (2019). *La Evolución de la productividad y calidad en las empresas de bienes y servicios*. *Revista Observatorio de la Economía* .
- Ishikawa:, K. (2024). *Blogdelacalidad*. (Copyright ©) doi:<https://blogdelacalidad.com/gurus-de-la-calidad-kaoru-ishikawa/>
- Medici, L. (2020). *ISO 9000: Evolución hacia la calidad total*. . *Publicaciones en Ciencia* .

Melara, M. (26 de marzo de 2020). *El blog de Marlon Melara*. Obtenido de

<https://marlonmelara.com/que-es-la-percepcion-del-cliente/>

Oakland, J. (14 de 03 de 2022). *Course Hero*. Obtenido de

<https://www.coursehero.com/file/135720322/Biograf%C3%ADa-y-aportes-de-John-Oaklanddocx/>

Quiroa, M. (01 de Noviembre de 2019). Obtenido de

<https://economipedia.com/definiciones/cliente.html>

RODRIGUEZ, J. (04 de NOVIEMBRE de 2021). Obtenido de

<https://blog.hubspot.es/sales/control-de-calidad#:~:text=El%20control%20de%20calidad%20tiene,y%20normas%20de%20cada%20prototipo.>

Sánchez, L. Y. (2020). *La relación entre gestión de la calidad total (GCT) y gestión de tecnología /I+D (GT/I+D) en empresas de Mexico*. Mexico.

Sordo, A. (17 de junio de 2021). *HubSpot*. Obtenido de HubSpot:

<http://blog.hubspot.es/service/mejorar-percepcion-clientes>

Thompson. (julio de 2019). *promonegocios.net*. . Obtenido de promonegocios.net. :

<https://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>