

Planificación y satisfacción del cliente: sistema de gestión de calidad en unidades de producción

Planning and customer satisfaction: quality management system in production units

July Jazmin Bosquez Cabezas¹ , Juan Enrique Ramos Guevara² , Washington Marcelo Gallardo Medina³ 

¹Universidad Técnica de Ambato, Facultad Ciencias Administrativas, Ambato – Ecuador

Correo de correspondencia: jbosquez1446@uta.edu.ec, je.ramos@uta.edu.ec, wm.gallardo@uta.edu.ec

Información del artículo

Tipo de artículo:
Artículo original

Recibido:
04/04/2023

Aceptado:
15/06/2023

Publicado:
18/07/2023

Revista:
DATEH

OPEN ACCESS



Resumen

Esta investigación presenta un enfoque cuantitativo, basado en el paradigma del post-positivismo con un nivel descriptivo correlacional de corte transversal. Su objetivo es determinar la relación existente entre la planificación y satisfacción del cliente dentro de las Unidades de Producción de la Universidad Técnica de Ambato, para lo cual, se aplicó como instrumento de recolección de información un cuestionario de encuesta, el mismo que consta de 17 ítems los que fueron estructurados en base a la norma internacional ISO 9001-2015 que trata sobre el Sistema de Gestión de Calidad y específicamente en lo referente al numeral 8.5.1 el cual trata sobre control de la producción y la provisión del servicio, la misma que permite dar soporte en cuanto a la implementación de las actividades para el seguimiento y medición de procesos en determinados periodos de tiempo, con el fin de evitar errores humanos. El instrumento fue aplicado a 11 responsables de las Unidades de Producción, posteriormente, se determinó la normalidad de los datos mediante la prueba de Shapiro Wilk lo cual permitió establecer que se debe aplicar estadística paramétrica; para determinar la relación existente entre las variables de estudio, se aplicó la prueba estadística de Pearson, obteniéndose como resultado un valor de ($r = 0,338$), lo cual indica que existe una correlación positiva débil entre la planificación y satisfacción del cliente; por tal razón, se sugiere que todas las Unidades de Producción apliquen la planificación para llegar al alcance de los objetivos organizacionales.

Palabras clave: Planificación, satisfacción del cliente, Modelo Servqual, calidad de servicios, Unidades de Producción.

Abstract

This research presents a quantitative approach, based on the paradigm of post-positivism with a descriptive correlational cross-sectional level. Its objective is to determine the relationship between planning and customer satisfaction within the Production Units of the Technical University of Ambato, for which a survey questionnaire was applied as an instrument for collecting information, which consists of 17 items that were structured based on the international standard ISO 9001-2015 which deals with the Quality Management System and specifically about numeral 8. 5.1 which deals with the control of production and service provision, the same that allows to support the implementation of activities for monitoring and measuring processes in certain periods of time, in order to avoid human errors. The instrument was applied to 11 heads of the Production Units, subsequently, the normality of the data was determined by means of the Shapiro Wilk test, which established that parametric statistics should be applied; to determine the existing relationship between the study variables, the Pearson statistical test was applied, obtaining as a result a value of ($r = 0.338$), which indicates that there is a weak positive correlation between the planning and customer satisfaction; for this reason, it is suggested that all the Production Units should apply parametric statistics to determine the relationship between the study variables.

Keywords: Planning, customer satisfaction, Servqual Model, quality of services, production units.

Forma sugerida de citar (APA): López-Rodríguez, C. E., Sotelo-Muñoz, J. K., Muñoz-Venegas, I. J. y López-Aguas, N. F. (2024). Análisis de la multidimensionalidad del brand equity para el sector bancario: un estudio en la generación Z. Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 14(27), 9-20. <https://doi.org/10.17163/ret.n27.2024.01>.

INTRODUCCIÓN

A través del análisis que respecta a las Unidades de Producción de la Universidad Técnica de Ambato se identificó que el requisito referente al control de la producción y la provisión del servicio especificado en la norma ISO 9001-2015 se cumple en un 33,37%, por lo cual, se pretende hacer un diagnóstico de cada Unidad de Producción con el objetivo de determinar su situación actual y la relación existente entre la planificación y la satisfacción del cliente; seguidamente, utilizando estos resultados se aplicará acciones de mejora que sean de gran beneficio para los usuarios que adquieren los diferentes servicios que brindan las Unidades de Producción.

La situación mundial actual obliga a las organizaciones a mantenerse preparadas para dar respuestas a problemáticas adversas, uno de los casos más recientes que se suscitó en el año 2020 a raíz de la pandemia, fue que muchos negocios se tuvieron que cerrar y, por ende, bajaron sus ingresos, los más afectados fueron los micronegocios y una causa principal se considera el poco conocimiento en lo referente a la planificación, es por ello, que se sugiere ampliar el conocimiento en lo que respecta a la planificación y comprender como esta puede servir para el cumplimiento de los objetivos de una forma eficaz (Vinueza, 2020).

La Universidad Técnica de Ambato actualmente cuenta con diversas Unidades de Producción que se encuentran dentro de áreas de la salud, servicio médico veterinario, servicio agroalimentario, desarrollo metalmecánico, análisis de materiales, análisis de suelos y producción gráfica; cada una de estas áreas brindan productos y servicios con el fin cubrir necesidades y mejorar la calidad de vida de la comunidad universitaria y agentes externos involucrados a los sectores sociales, productivos y gubernamentales de la provincia de Tungurahua (Dirección de Vinculación con la Sociedad, 2022, p. 3).

La planificación esta direccionada hacia el futuro, pero sus antecedentes remota desde el pasado, básicamente desde la era primitiva y específicamente cuando el hombre se encargaba de recolectar, cazar y pescar; pues, es aquí cuando surge la necesidad por parte del hombre en querer llevar a cabo mediante un orden específico cada una de las actividades a realizarse durante el día, en esta época se planificaba de forma empírica (Álvarez, 2002).

Bonilla et al., (2020) resaltan que en la actualidad es casi imposible que una empresa llegue a la obtención de resultados positivos si la planificación no se realiza con un presupuesto, insumos y tiempo establecido acorde a ciertos estándares que direccionen a lograr los objetivos trazados. La comprensión referente a este tema en ocasiones tiende a ser un poco compleja, pero, si se analiza

desde una perspectiva crítica se puede llegar a una definición sencilla, es decir, se denomina a la planificación como aquel “elemento fundamental del proceso administrativo que ha servido durante muchos años para alcanzar el éxito en muchas de las empresas”.

Serpell y Alarcón (2019) señalan la importancia de la planificación al momento de ser utilizada para encaminar hacia un objetivo futuro deseado, del mismo modo que enfatizan en cuanto a la ruta que se debe construir con el propósito de llegar al cumplimiento de dicho objetivo, por ende, se debe seleccionar a una persona bien capacitada para que se encargue de gestionar todos los recursos considerando un orden cronológico para el cumplimiento de todas las actividades.

En el mundo empresarial los gerentes quienes son los encargados de decidir sobre el futuro de la organización a través de la toma de decisiones utilizan la planificación como una de las técnicas que permite eliminar la incertidumbre y dar consistencia al trabajo de una empresa (Jiménez, 2021). Izquierdo et al., (2019) consideran que la planificación es uno de los primeros elementos del proceso administrativo que permite establecer objetivos, diagnósticos organizativos y estimaciones presupuestarias que se van dando a lo largo del desarrollo de un proyecto.

Según Gonzáles y Rodríguez (2019) la planificación a más de ser la encargada de ayudar en la toma de decisiones también direcciona en qué se debe hacer, cuando hacer y de qué manera realizarlo, es decir, ayuda en todas las actividades necesarias para llegar a cumplir los objetivos organizacionales esperados. Por consiguiente, Núñez (2020) determina que la planificación no es más que un instrumento flexible que gracias a su fácil adaptación en cualquier ámbito ya sea personal o profesional permite llegar al logro de los objetivos.

Existen varios tipos de planificación, así, lo menciona la (Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, 2019, p. 12); asimismo, indica que la planificación no solamente se involucra en aspectos políticos y económicos sino también en temas sociales y culturales que por lo general son estos los que influyen de forma más directa en el cumplimiento de un plan. A continuación, se mencionan cada tipo de planificación:

Planificación estratégica

Particularmente se define como una hoja de ruta que paso a paso ayuda a visualizar el futuro de una organización ya que asocia el trabajo en equipo y la comunicación efectiva para desarrollar y alcanzar objetivos institucionales. En resumidas palabras, ayuda de forma estratégica a determinar cuestiones en cuanto a la resolución de problemas, tomando muy en cuenta el tipo de liderazgo

que ejerce la persona encargada de direccionar al éxito de la organización.

Planificación táctica

Este tipo de planificación va encaminada hacia los temas principales de los departamentos que conforman una organización, a más de eso asegura que se use apropiadamente y se optimice cada uno de los recursos para llegar al alcance de las metas definidas. Sus características son:

- Involucra a cada uno de los encargados de las diversas áreas de la empresa para que brinden sugerencias u opiniones respecto a los planes que se quiere realizar.
- Sus lineamientos están direccionados en función de los planes estratégicos.
- Agrupa de forma significativa los recursos y áreas que participaran dentro del plan.
- Como eje principal tiene el enfoque del logro de los objetivos a través de la eficacia y efectividad.

Planificación Operativa

La finalidad de la planificación operativa es establecer con previa anticipación cual es la función que cumple cada persona respecto a su área de trabajo para llegar al logro de objetivos mediante evaluaciones que permitan evidenciar el alcance de estos (Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, 2019, p. 12).

A continuación, se muestra una línea de tiempo que representa a las definiciones de la planificación:

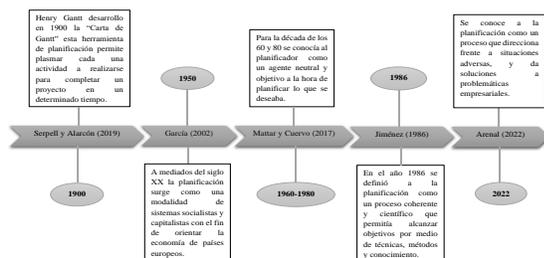


Figura 1 Línea de tiempo de la Planificación

Calidad del Servicio (Modelo SERVQUAL)

Bustamante et al., (2019) denominan al Modelo SERVQUAL como un método de evaluación que se efectúa a través de la aplicación de un cuestionario de encuesta que busca medir un sistema de dimensiones e ítems que representan los componentes de la calidad del servicio. Es importante considerar que al momento de estructurar un cuestionario de encuesta se debe formular

preguntas de un tema de interés, como, por ejemplo, en esta investigación aborda el tema de riesgos y oportunidades.

El Modelo SERVQUAL es uno de los instrumentos más utilizados para medir la calidad del servicio en diferentes ámbitos empresariales; entre estos se encuentra lo económico, normativo y político (Ramírez et al., 2020). A continuación, se indican cinco de diez dimensiones que mencionó Parasuraman en el año 1985 y que se han ido agrupando al transcurrir el tiempo:

Tangibilidad: básicamente trata respecto al aspecto que tienen las instalaciones de una empresa, su personal y todos sus elementos físicos como los equipos y materiales.

Fiabilidad: es la destreza de una persona encargada de ejecutar su servicio para sus clientes aquí influye el contacto directo o indirecto con el mismo, la confianza que le brinda y si lo realiza de una manera sutil.

Seguridad: responde dudas e inquietudes, es uno de los métodos más fáciles a la hora de brindar seguridad para adquirir un producto, e inclusive sobreprotege bajo reglas y políticas el bienestar de estos.

Empatía: atención exclusiva que se brinda a los clientes y fácil adaptación al trato que cada uno de los clientes merecen, lo más importante es ponerse en el lugar de ellos.

Capacidad de respuesta: dar una respuesta inmediata hace que nuestros consumidores sean más frecuentes a la hora de visitar nuestra empresa, aquí se ve la importancia de implementar estrategias que permitan eliminar las colas de esperas, ya que muchos de los clientes suelen retirarse del lugar e inclusive no volverlo a visitar porque sienten que ellos no están siendo prioridad en la empresa (Ramírez et al., 2020).

Satisfacción del cliente con la implementación del SGC

Se conoce al Sistema de Gestión de la Calidad como una de las herramientas que sirve para documentar todo lo referente a políticas, procesos y procedimientos en una organización, también, es importante considerar que hoy en día el tema en cuanto a la satisfacción de los clientes depende mucho de la calidad del servicio (Sánchez, 2023). En cambio Smarandache & Vazquez (2021) llegan a definir la satisfacción del cliente como aquel agente diferenciador ya que gracias a la repercusión que tuvo durante la Revolución Industrial se identificó que la producción resultaba ser costosa debido a que la satisfacción del cliente no era tomada en cuenta, la innovación en cuanto a los equipos de trabajo como, por ejemplo, maquinaria, entre otras herramientas que servirían para entregar un producto de calidad se

encontraban obsoletos, entonces, es allí cuando surge la idea de considerar como agente diferenciador a la satisfacción del cliente y, por ende, entregar un producto de calidad.

Partiendo de la definición de calidad y considerando también la calidad como factor clave en una empresa a la hora de generar una ventaja competitiva se añade a esto el Sistema de Gestión de Calidad, el cual, permite a una empresa crear ciertas metodologías, responsabilidades y recursos suficientes que sirven para ejecutar cualquier actividad que previamente se establecen para llegar al logro de los objetivos (Gorotiza y Romero, 2021). De igual forma Ochoa (2021) ha logrado definir que la satisfacción del cliente en relación con la calidad del servicio va de la mano al momento de brindar un producto y prestar un servicio ya que estos dos modelos sirven para implementar estrategias y así intervenir de forma directa en la mente de los consumidores frente a las necesidades que ellos presenten.

La calidad del servicio en una empresa casi siempre depende del compromiso que tiene cada uno de los colaboradores al momento de realizar su trabajo, también, se involucra la utilización de recursos para entregar un servicio, una vez que se complementan estos dos factores en una empresa el cliente podrá valorar el servicio que recibe de manera positiva o negativa, se puede obtener una respuesta del cliente de diversas formas ya sea escuchando buenos comentarios o mediante la aplicación de una encuesta al cliente que gracias a varios estudios que se han realizado durante años se llega a la conclusión de que el cliente responde de forma positiva en una encuesta o entrevista, según, las emociones y sensaciones percibidas a la hora de consumir un servicio porque gracias a la capacidad cognitiva que poseen todos los seres humanos pueden reaccionar de forma diferente frente a diversas situaciones cotidianas (Barrios, 2021).

Desde la perspectiva de Hernández et al., (2021) la satisfacción no es más que el grado de aceptación previa e inclusive posterior a haber consumido el producto y haber logrado la superación de expectativas por parte de los consumidores hace que se generen emociones positivas dentro de cada uno de los consumidores y que se dirijan de forma decisiva hacia la adquisición del producto o servicio que presta la empresa. Rojas (2021) menciona a la capacidad de respuesta como un factor influyente en la satisfacción del cliente, porque, trata de brindar un servicio rápido y seguro obviamente cumpliendo con las exigencias del cliente.

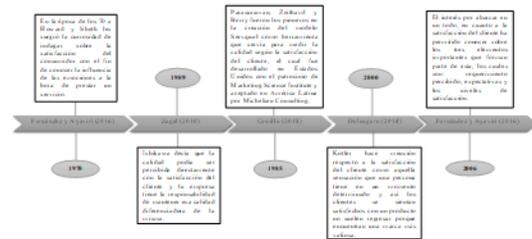


Figura 2. Línea de tiempo de la Satisfacción del Cliente

El Sistema de Gestión de Calidad

Según Oviedo (2019) la actividad que se desarrolla en un Sistema de Gestión de Calidad es la identificación de objetivos para establecer procesos y recursos que permitan alcanzar resultados deseados.

Norma ISO 9001-2015

Esta norma es una de las más reconocidas internacionalmente en la actualidad ya que contiene una serie de información que sirve de mucho para una organización debido a que le permite tener un mejor rendimiento; su principio se basa esencialmente en planificar, hacer, controlar, actuar, gracias a la certificación que brinda esta normativa hace que la empresa se diferencie de las demás y brinde seguridad a los clientes al momento que ellos deseen consumir los productos o servicios, debido, a que esta norma se rige bajo los principios de la Gestión de la Calidad (Betlloch et al., 2019).

Toda empresa que cuente con una certificación ISO crea una mayor credibilidad al público e inclusive sirve como ayuda para minimizar costos, ya que esta norma facilita el entendimiento respecto a términos como principios, procesos y recursos que se encuentran relacionados al manejo eficaz y eficiente dentro del Sistema de Gestión de Calidad (Oviedo A. , 2019).

MATERIALES Y MÉTODOS

La metodología y técnicas utilizadas para la presente investigación está basada en el paradigma del post-positivismo de Corbetta (2010), el cual, enfatiza en la observación empírica o también conocida como la percepción propia de cualquier evento que tienen los seres humanos, y que a través de ella pueden dar diferentes puntos de vista en base a la realidad, por ello, es importante mencionar que la realidad depende de una u otra forma del conocimiento teórico científico que posee una persona, el mismo que permite opinar frente a hechos o eventos cotidianos.

Este trabajo se realiza dentro de las Unidades de Producción de la Universidad Técnica de Ambato, once representantes de estas unidades respondieron a criterio

personal a las diecisiete preguntas que contiene el instrumento de recolección de información (cuestionario de encuesta), las cuales están relacionadas a las variables planificación y satisfacción del cliente, es importante mencionar que el cuestionario es validado por cuatro expertos quienes dieron su apreciación cualitativa correspondiente a cada una de las preguntas, después de esto se realiza las correcciones pertinentes, también se mide el porcentaje de aceptación que tiene el instrumento mediante la aplicación de la fórmula de V de Aiken y se determina la confiabilidad del mismo mediante alfa de Cronbach. Seguidamente se define a esta investigación con un enfoque cuantitativo puesto que mediante la aplicación de la Norma ISO 9001 – 2015 basada en el Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) se busca perfeccionar ciertos aspectos relacionados a la planificación y calidad del servicio, siendo estos los aspectos más importantes a la hora de encontrar la satisfacción en los clientes. Además, el estudio corresponde a un nivel descriptivo y de correlación, debido a que básicamente se analizan el comportamiento de las variables investigativas para así establecer la correlación existente entre las mismas, también esta investigación es considerada de corte transversal debido a que se recolecta la información suficiente en un período determinado de tiempo.

Finalmente, esta investigación consta de un análisis interpretativo en base a los informes anuales referentes al año 2021 y 2022 de cuatro Unidades de Producción con el fin de determinar la satisfacción en los clientes que se ha logrado durante los años que las personas han hecho uso de la prestación de servicios que han brindado estas unidades.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El criterio de jueces o también conocido como validación por expertos, se realizó con la finalidad de conocer si el cuestionario a ser aplicado contiene el criterio de calidad (validez), para la validación se consideró la opinión de cuatro expertos quienes fueron los encargados de dar su apreciación mediante una tabla que se compone por dos criterios (Bien = 1 o Mal = 0), con esto se procedió a determinar la V de Aiken obteniendo un valor de 0,87, el cual indica que la mayoría de jueces están de acuerdo con la estructura del cuestionario. De la misma manera se procedió a la respectiva aplicación del Alfa de Cronbach en el software SPSS, el cual permitió determinar la consistencia de los ítems, obteniéndose un resultado de fiabilidad de 0,795; infiriendo así que son fiables los 17 ítems del cuestionario ya que se considera valido este valor debido a que Oviedo y Arias (2005) determinan que el valor mínimo aceptable para este coeficiente debe estar por encima del 0,70; caso contrario la consistencia interna es considerada baja y no es recomendable aplicar así el

instrumento. Además, la prueba KMO y Bartlett de la medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo, sirvió como complemento para determinar que el cuestionario tiene validez y puede ser aplicado.

Fórmula V de Aiken

$$V = \frac{S}{n(C - 1)} = 0,87$$

Alfa de Cronbach	N de elementos
.795	17

Tabla 1 Estadísticas de fiabilidad

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo	.500
Prueba de esfericidad de Bartlett	1.032
Aprox. Chi-cuadrado	1
Gl	1
Sig.	.310

Tabla 2. Prueba de KMO y Bartlett

Se aplicó la prueba estadística de Shapiro-Wilk para determinar la normalidad de los datos, es así, que se obtuvo el siguiente valor de significancia ($p=0,675$) para la variable planificación, mientras que, para la variable de satisfacción se obtuvo un valor de significancia de ($p=0,168$); según estos resultados se concluye que existe una distribución normal entre los datos de las dos variables.

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
PLANIFICACION	.952	11	.675
SATISFACCION	.897	11	.168

Tabla 3. Prueba de normalidad

Al momento de medir la correlación de las variables entre la planificación y satisfacción del cliente se puede determinar que existe una correlación positiva débil ($r=0.338$) estadísticamente no significativa (p valor= 0.309).

	PLANIFICACIÓN	SATISFACCIÓN
PLANIFICACIÓN	Correlación de Pearson	1
	Sig. (bilateral)	.338
	N	11
SATISFACCIÓN	Correlación de Pearson	.338
	Sig. (bilateral)	.309
	N	11

Tabla 3. Correlación de variables

De la misma manera a continuación, se realiza un análisis para medir la correlación existente entre ítems como, la utilización de equipos de medición de servicios como softwares dentro de cada una de las Unidades de Producción que sirven para mejorar procesos a la hora de

entregar un servicio y la forma inmediata de resolver inquietudes que el cliente solicite, mismas que indican una correlación positiva fuerte ($r=0.713$) con un nivel de significancia (p valor= 0.014) lo que permite sobreentender que el uso de los diferentes equipos con los que cuentan las Unidades de Producción facilitan la ejecución de los diversos procesos permitiendo así llevar un orden específico que pueda dar una respuesta inmediata frente a las inquietudes de los clientes.

Equipos de medición de servicios	Respuesta a inquietudes al cliente		
Equipos de medición de servicios	Correlación de Pearson	1	.713*
	Sig. (bilateral)		.014
	N	11	11
Respuesta a inquietudes al cliente	Correlación de Pearson	.713*	1
	Sig. (bilateral)		.014
	N	11	11

Tabla 4. Correlación entre ítems

Se puede indicar que existe una correlación positiva moderada ($r = 0,516$) entre los ítems relacionados al personal capacitado y las sugerencias por parte de las personas encargadas de las Unidades de Producción y un nivel de significancia estadística (p valor = 0.104), es por ello, que se puede inferir que a la hora de contratar personal para desempeñar el trabajo dentro de las unidades no se consideran que necesariamente estén capacitados o que su profesión anterior tenga relación a lo que va a desarrollar y es por eso que muchos de los encuestados en el ítem de sugerencias refieren respecto a que se debe capacitar a todo el personal que forman parte dentro de cada una de las áreas de las Unidades de Producción.

	Personal capacitado	Sugerencias
Personal capacitado	Correlación de Pearson	1
	Sig. (bilateral)	.104
	N	11
Sugerencias	Correlación de Pearson	.516
	Sig. (bilateral)	.104
	N	11

Tabla 5. Correlación entre ítems

Una vez realizado el análisis de correlación entre las variables planificación y satisfacción del cliente se procede a realizar un análisis comparativo para el año 2021 - 2022 según los datos que poseen los informes de rendición de cuentas de las Unidades de Producción de la Universidad Técnica de Ambato, el análisis se realiza a cuatro Unidades de Producción: hospital docente veterinario, granja experimental Querochaca, laboratorio de terapia física y laboratorio de análisis bioquímicos y bacteriológicos.



Figura 3. Representación gráfica referente al total de pacientes y el número de procedimientos que fueron realizados durante el año 2021-2022 en el Hospital Veterinario.

Análisis interpretativo

En la figura 3 se puede observar la cantidad de pacientes entre ellos caninos y felinos que fueron atendidos durante el año 2021 - 2022 y el total de procedimientos que fueron realizados, evidenciando así que para el año 2022 los dueños de mascotas han considerado la prestación de los servicios que brinda el Hospital Veterinario como una buena alternativa para someter a sus mascotas a diagnósticos clínicos y otras intervenciones debido a la calidad de profesionales que posee esta Unidad de Producción.

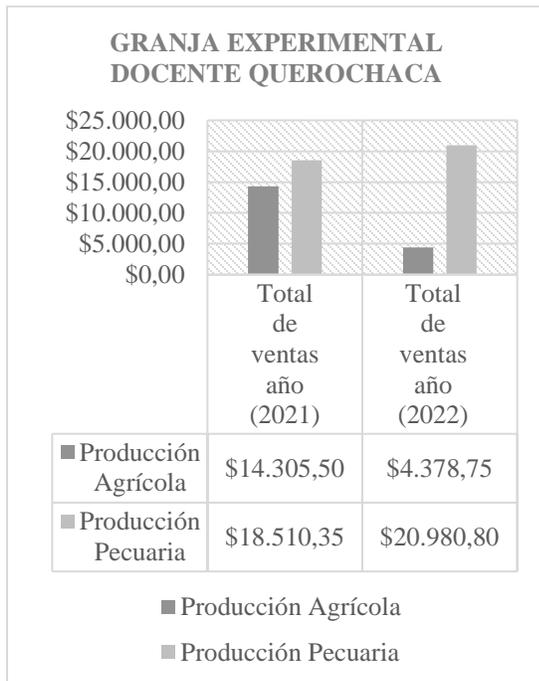


Figura 4. Esta representación muestra la comparación del total de ventas que se realizaron durante el año 2021-2022 en la Granja Experimental Querochaca en la parte agrícola y pecuaria.

Análisis interpretativo

En la figura 4 se evidencia el total de ventas que realizó la Granja Experimental Querochaca en el año 2021 en lo referente a producción agrícola (\$14.305,50) y producción pecuaria (\$18.510,35), observándose que para el año 2022 el total de ventas en la producción agrícola disminuyó significativamente (\$ 9.926,75) ya que solo se vendió (\$ 4.378,75), se puede considerar que una de las problemáticas para el 2022 es que no contaban con sembríos de variedades de frutas; en cambio, las ventas para la producción pecuaria aumentaron (\$ 2.470,45) dando así un valor (\$ 20.980,80), lo rescatable de esta Unidad de Producción es que a pesar que en el año 2021 el país entero se encontraba afectado a causa del Covid-2019 siempre se mantuvo trabajando para hacer llegar alimentos saludables a los consumidores.

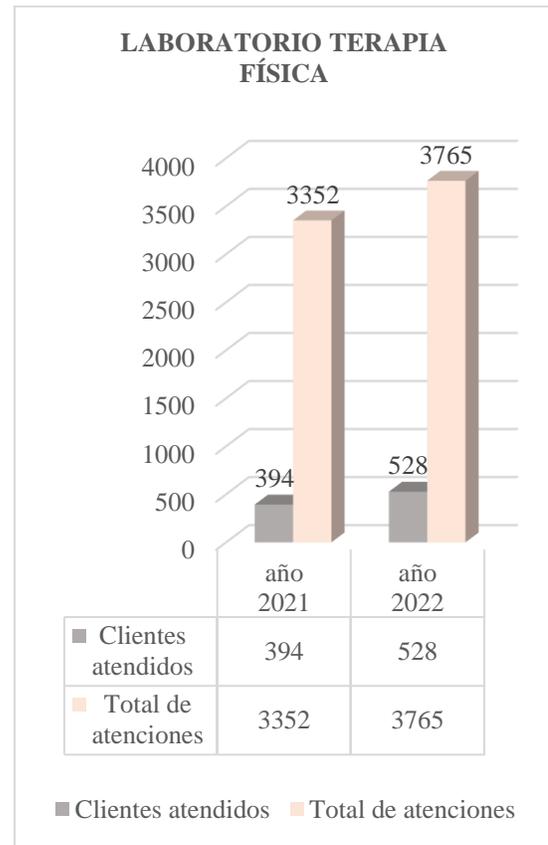


Figura 5. Representa el total de atenciones y la cantidad de clientes que fueron atendidos durante el año 2021-2022.

Análisis interpretativo

Mediante el análisis comparativo con respecto a la figura 5 se puede determinar el total de clientes atendidos y el total de atenciones referente al año 2021 – 2022, mostrando así que existe un incremento de clientes que consumen el servicio ya que indica que fueron 528 pacientes que fueron atendidos en el año 2022 mientras que en el año 2021 representaron una cantidad de 394 pacientes y el total de atenciones para el año 2022 fue de 3765 lo que indica que cada año siguen aumentando el número de personas que adquieren el servicio que brinda la Unidad de Producción de terapia física.



Figura 6. Muestra los ingresos totales que se obtuvo en el Laboratorio de Bioquímicos y bacteriólogos durante el año 2021-2022.

Análisis interpretativo

Para el análisis de la figura 6 se consideraron los ingresos totales de la unidad de producción del “Laboratorio de bioquímicos y bacteriólogos” respecto al año 2021 - 2022 de tal manera que se considera que el porcentaje de ingresos que se obtuvo en el año 2021 con una representación del 12%, en cambio para el año 2022 el ingreso total fue de 88% por lo que se ratifica que los clientes se sienten a gusto consumiendo el servicio que las Unidades de Producción brindan.

CONCLUSIONES

Después de haber identificado que la planificación y la satisfacción del cliente tienen una correlación positiva débil ($r = 0,338$) se concluye que no todas las Unidades de Producción de la Universidad Técnica de Ambato consideran el aspecto de la planificación al momento de realizar sus actividades, sino más bien la mayoría de estas lo hacen de una forma empírica, es decir, técnicamente hablando no logran abordar los riesgos y oportunidades dentro de cada una de sus áreas así como lo indica el Sistema de Gestión de Calidad. Por ende, se sugiere que los responsables de estas Unidades de Producción brinden capacitaciones referentes a este tema en particular, ya que una vez comprendido conceptualmente los conceptos sobre planificación y satisfacción del cliente se puede desarrollar de mejor forma toda actividad y ejecutar todo tipo de procesos en periodos determinados, ya sean, diarios, semanales o mensuales.

Los análisis comparativos de variables de interés para las cuatro Unidades de Producción durante los periodos 2021 – 2022 permitieron determinar un nivel considerable de la satisfacción existente en los clientes, es así, que se evidencia que hay un mayor consumo del servicio durante el año 2022 esto se ve reflejado en el total de ingresos, en la cantidad de pacientes en el área veterinaria y pacientes en el área de salud humana. De la misma manera se realizó el análisis en base al numeral 9.1.2 de la norma ISO 9001-2015, el cual trata sobre las diferentes formas de medir la satisfacción en los clientes, como por ejemplo el análisis

de las cuotas de mercado usado para hacer el análisis comparativo. Cabe indicar, que no solo con la aplicación de cuestionarios a los clientes se puede determinar la satisfacción del cliente.

El presente trabajo servirá para futuras investigaciones en lo referente a las variables: planificación y satisfacción del cliente, aspectos importantes que juntamente con la aplicación del Sistema de Gestión de la Calidad basado en la normativa internacional ISO 9001 contribuyen a llegar al logro de los objetivos institucionales.

Finalmente, se concluye que la planificación influye de una manera directa en la satisfacción de los clientes de las diversas organizaciones; por tal razón, si todas las Unidades de Producción consideraran este aspecto se obtendría mejores resultados, es por ello, que después de la realización de esta investigación se puede explicar la importancia de llevar una planificación adecuada para el alcance de los objetivos empresariales, también, se puede indicar que este tema de la planificación aplicado en las actividades diarias sirve para cumplir objetivos y alcanzar metas personales.

AGRADECIMIENTO

Los autores agradecen el apoyo brindado por parte de la Universidad Técnica de Ambato, a través de la DIDE en el proyecto de investigación: “Modelo de Gestión para Unidades de Producción de la Universidad Técnica de Ambato”.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, I. (2002). Planificación y desarrollo de proyectos sociales y educativos. México: Limusa. https://books.google.com.ec/books?id=8PQn0-uLuHwC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Barrios, C. (2021). Satisfacción del cliente y su relación con la calidad de servicio del ecommerce de una tienda por departamento durante el periodo pandémico 2020-2021, caso estilos S.R.L. Arequipa. Repositorio unas, 42-43. <http://hdl.handle.net/20.500.12773/13781>
- Betiloch, M., Sapena, R., & García, A. (2021). Implantación y desarrollo de un sistema integrado de gestión de calidad según la norma ISO 9001:2015 en un Servicio de Dermatología. ScienceDirect. doi:<https://doi.org/10.1016/j.adengl.2019.01.003>
- Bonilla, V., Chavez, A., & Calderón, J. (2020). El valor agregado de la planificación estratégica en la cadena de suministro. Dialnet, 1-5. doi:<https://doi.org/10.37956/jbes.v4i2.69>
- Bustamante, M., Zerda, E., Obando, F., & Tello, M. (2019). Fundamentos de la calidad de servicio

- modelo servqual. Dialnet, 1-9. file:///C:/Users/ADMINISTRADOR%201/Downloads/Dialnet-FundamentosDeCalidadDeServicioElModeloServqual-7361518%20(1).pdf
- Corbetta, P. (2010). Metodología y técnicas de investigación social. Madrid: Mc Graw Hill.
- Dirección de Vinculación con la Sociedad. (2022). Carta de servicios Unidades de Producción, centros de transferencia y desarrollo de tecnologías. Ambato. <https://diviso.uta.edu.ec/v4.0/images/serviciosup.pdf>
- González, J., & Rodríguez, M. (2019). Manual práctico de planeación estratégica. Madrid: Diaz de Santos. https://books.google.com.ec/books?id=kGzWDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Gorotiza, G., & Romero, E. (1-9). El sistema de gestión de calidad con ISO 9001:2015 como estrategia para el mejoramiento de los procesos de la Comercializadora ITM. Dialnet. doi:10.23857/pc.v6i4.2561
- Hernández, A., Jaraba, A., Blanes, G., & Carrasco, R. (2021). Sustainability and Branding in Retail: A Model of Chain of Effects. MPDI, 1-3. doi:<https://doi.org/10.3390/su12145800>
- Izquierdo, I., Dueñas, M., & Sánchez, M. (2019). Teoría y Práctica de la calidad 2da edición revisada y actualizada. Madrid: Ediciones Paraninfo S.A. https://books.google.com.ec/books?id=JP6NDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Jiménez, B. (Julio de 2021). Planificación en la gestión de seguridad industrial e higiene ocupacional. Panel, 1-11. doi:<https://doi.org/10.33996/panel.v3i2.5>
- Núñez, P. (2020). La planificación financiera una herramienta clave para el logro de objetivos empresariales. Scielo, 1-7. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n3/2218-3620-rus-12-03-160.pdf>
- Ochoa, I. (2021). Satisfacción del cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro restaurantes: caso shawarma club del distrito de Ayacucho, 2020. repositorio uladech, 21-22. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/30753>
- Oviedo, A. (2019). Requisitos, Orientación y Correlación ISO 9001:2015. México. https://www.google.com.ec/books/edition/Requisitos_Orientaci%C3%B3n_y_Correlaci%C3%B3n_I/GlaMDwAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=definiciones+sobre+la+norma+iso+9001+2015&printsec=frontcover#bsht=Cgdic2h3Y2hwEgQIBDAB
- Oviedo, C., & Arias, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. Revista Colombiana de Psiquiatría, 7. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80634409>
- Ramírez, E., Maguiña, M., & Huerta, R. (2020). Actitud, satisfacción y lealtad de los clientes en las cajas municipales del Perú. Retos, 3-5. doi:<https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.08>
- Rojas, A. (2021). Gestión por procesos para incrementar la satisfacción del cliente en Jireh Médica S.A.C Santiago de Surco, Lima, 2021. Repositorio ucv, 23-24. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/81403>
- Sánchez, S. (2023). Control de calidad y certificaciones industriales. Universidad Almería. https://books.google.com.ec/books?id=s5OtEAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Serpell, A., & Alarcón, L. (2019). Planificación y Control de Proyectos. Bogotá: Alfaomega. https://books.google.com.ec/books?id=Cn54EAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Smarandache, F., & Vazquez, M. (2021). Neutrosophic Computing and Machine Learning, Vol. 16, 2021. México: Infinitive Study. https://books.google.com.ec/books?id=LyFCEAAQBAJ&source=gbs_navlinks_s
- Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. (2019). El arte de planificar. Nicaragua: FUPECG – ÁBACOnRed. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/10/LIBRO-El-arte-de-planificar.pdf>
- Vinueza, J. C. (2020). Plan Estratégico que adoptan las empresas Ecuatorianas en tiempos de pandemia. Fipcaec, 3-4. doi:<https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i1.367>