

PLAN DE MEJORA EN EL SEGUIMIENTO Y TRATAMIENTO DE QUEJAS Y
RECLAMOS BAJO LA NORMA ISO 9001: 2015 EN LA EMPRESA PLASTILENE
S.A

MORA SUAREZ YENNY PAOLA

ID 208424

CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

SOACHA

2017

PLAN DE MEJORA EN EL SEGUIMIENTO Y TRATAMIENTO DE QUEJAS Y
RECLAMOS BAJO LA NORMA ISO 9001: 2015 EN LA EMPRESA PLASTILENE S.A

YENNY PAOLA MORA SUAREZ

Sistematización de aprendizaje presentado como opción de grado para obtener el título
administrador de empresas

Tutor

Paola Gómez

CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

SOACHA

2017

Nota de aceptación

Firma del jurado

Firma del jurado

Soacha, Mayo 2017

DEDICATORIA

A Dios Por haberme guiado en todo mí camino y permitir llegar hasta este punto, por darme la salud y fortaleza para seguir y cumplir los objetivos propuestos; a mis hijas, mis padres y familia por ser mi motor y mi motivación para superarme cada día y poder ser para ellos un ejemplo de perseverancia y constancia siendo el pilar fundamental en mi formación tanto en mi vida personal y académica y por su apoyo incondicional, por sus consejos, por su tiempo e instrumento importante para alcanzar los sueños y metas.

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer a Dios, a mi familia, a los docentes de la universidad, mis jefes y a la empresa Plastilene por permitirme desarrollarme tanto en lo profesional como en lo académico.

Agradezco a todos por este logro y por ser parte de él.

TABLA DE CONTENIDO

RAE	10
INTRODUCCION	11
OBJETIVOS	12
CAPÍTULO I	13
ENTORNO PRIMARIO	13
LINEA DE INVESTIGACION	14
SUBLINEA DE INVESTIGACION	14
PERSPECTIVA DE LA SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS	15
PREGUNTAS GENERADORAS	15
CAPITULO II	16
MARCO REFERENCIAL ESTADO DE ARTE	16
MARCO TEORICO	17
MARCO INSTITUCIONAL	23
MARCO LEGAL	24
MARCO HISTÓRICO	28
DISEÑO METODOLÓGICO DE LA SISTEMATIZACIÓN	29
CAPITULO III	30
PROCESO DE INTERACTUACION SOCIAL Y/O INSTITUCIONAL	30
INSTRUMENTOS	31
CAPITULO IV	34
ANÁLISIS E INTERPRETACION CRÍTICA DE LA REALIDAD ABORDADA	34
PRODUCTO O PROPUESTA TRANSFORMADORA	35
Elaboración propia	44
BIBLIOGRAFÍA	50

LISTA DE GRÁFICOS

Gráficos 1. Trazabilidad de los reclamos 2016	37
Gráficos 2. Solicitudes de quejas y reclamos ingresadas al sistema	38
Gráficos 3. Encuesta cantidad de reclamos y quejas recibidas por parte de los clientes externos	39
Gráficos 4. Encuesta conocimiento del aplicativo para ingreso de quejas y reclamos	39
Gráficos 5. Encuesta diferencia entre queja y reclamo	40
Gráficos 6. Encuesta Conocimiento del procedimiento en el tratamiento de quejas y reclamos	41
Gráficos 7. Encuesta tiempos de respuestas	42
Gráficos 8. Encuesta Satisfacción en el procedimiento de quejas y reclamos	43
Gráficos 9. Encuesta Conocimiento para resolver la novedad	44

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Diferencias de la ISO 9001:2008- 9001:2015	45
Tabla 2. Clasificación de los procesos PHVA	45

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Objetivo de la encuesta, variables a evaluar y muestra	46
Ilustración 2. Modelo de encuesta aplicada a los clientes internos (comerciales).	47
Ilustración 3 Modelo de Capacitación.....	49

El proyecto de sistematización en el proceso de quejas y reclamos nace en el año 2016 al ingresar a la Empresa Plastilene donde su misión es la creación, producción y comercialización de películas flexibles y empaques termo formados para la industria y donde existe un procedimiento de quejas y reclamos; pero tras una reclamación que afectaba notablemente a una de las divisiones de la organización se identificó que no se estaba cumpliendo con el proceso y trazabilidad de las quejas en la división de laminados y no había seguimientos ni información documentada del inconformismo que ya era una casual permanente; de ahí surge la necesidad de identificar, conocer y generar un plan de mejora en el proceso de quejas y reclamos en la cual se aplicó muchas de las cosas aprendidas y adquiridas durante los tres años de experiencia laboral y conocimiento adquirido durante el desarrollo académico, además que de indagar lo que sucedía con los clientes internos que son los comerciales y que son el primer contacto directo con los clientes externos se identifica que aun que conocen el aplicativo y procedimiento no lo aplican para el tratamiento de las quejas; lo cual con el fin de aumentar la trazabilidad y servicio manteniendo la continuidad de los clientes y creando fidelización se alinea y se modifica con base a la actualización de la norma actual ISO 9001-2008 con el fin de optimizar la gestión de calidad basándose no solo en la satisfacción si no en las expectativas de los clientes como lo determina la ISO 9001-2015.

Esta investigación y plan de mejora se ha aplicado todo el conocimiento y experiencia laboral y actualmente se profundiza con la formación de auditores internos con certificación de un consultor externo en compañía de la Cámara de comercio de Bogotá

INTRODUCCION

El presente trabajo de sistematización establece un plan de mejora en el tratamiento de quejas y reclamos en la empresa Plastilene especialmente en la división de Laminados con

base a la actualización de la norma ISO -2008 y sustentada con investigación y evaluación del tratamiento que se lleva actualmente para así identificar la satisfacción y percepción de los clientes internos y bajo los lineamientos de la norma ISO 2015 que busca la expectativa de los clientes y que las organizaciones determinen y seleccionen oportunidades de mejora con el fin de cumplir los requisitos de los clientes incluyendo una corrección, prevención y disminución en los efectos o inconformismos no deseados. .

La satisfacción del cliente mediante la identificación de quejas y reclamos es un tema tan importante como la administración de los recursos dentro de una organización; hoy en día muchas empresas no prestan atención a sus clientes, por tal razón cuando se presenta una inconformidad no determinan oportunamente como responder a los desconcierto que tienen sus cliente externos, afectando directamente el trabajo de sus clientes internos.

Por lo anterior y con un mercado cada día más volátil donde la demanda va creciendo y el cliente va controlando y exigiendo sus necesidades las organizaciones deben ajustarse a estos deseos y tener la capacidad de competir es así como se ha implementado una serie de metodologías como son la eficiencia, la eficacia y la efectividad y para lograrlo se debe realizar seguimientos a los procesos buscando siempre la gestión eficaz y satisfacción de los clientes por lo cual es tan necesario identificar las necesidades y expectativas de los clientes lo cual las quejas y reclamaciones son muy importantes pues por este medio se pueden medir la satisfacción y de ahí generar una oportunidad de mejoramiento no solo con una atención cordial o rápida si no encaminada en el tratamiento y resultado de las quejas eliminando las causas.

Y es que dicho lo anterior y basados en la actualización de la gestión de calidad las organizaciones deben tener presente y trabajar en ello que cuando se presente una queja o reclamo deben reaccionar inmediatamente ante la inconformidad y controlarla para así corregirla en el menos tiempo posible.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Establecer un modelo de mejora en el proceso de quejas y reclamos de la empresa Plastilene en la división de Laminados con base a la actualización de la norma ISO 9001-2008.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar el procedimiento y aspectos generales para el tratamiento de las quejas y reclamos en la división de laminados.
- Conocer la norma ISO 9001 -2015 y actualizar la actual ISO 9001-2008 estableciendo lineamientos para el proceso de atención de los reclamos en la división de laminados.
- Capacitar y fortalecer el enfoque de todo el personal de la división de laminados para la atención de las quejas y reclamos promoviendo la satisfacción de cliente.

CAPÍTULO I

ENTORNO PRIMARIO

Satisfacer a los clientes es una tarea diaria que las empresas tienen; ¿pero cómo aseguran una atención eficaz de sus reclamos?

Es por ello que se ha investigado y analizado a fondo como lograr una planificación y seguimiento de las quejas y reclamos mediante metodologías para así establecer acciones de mejora dentro del sistema de gestión de calidad.

Diariamente las organizaciones reciben numerosos inconformismos frente a los productos o servicios que ofrecen por lo cual en el país existe una entidad que vigila y controla este tipo de situaciones como es la superintendencia de industria y comercio que protege los derechos de los consumidores.

Por lo anterior y en busca de una satisfacción total del cliente se identifica que aunque hay políticas y normas para el tratamiento de las quejas muchas empresas aún están apáticas en el tema o no lo consideran importante para la organización, por lo mismo se identifica en el ámbito real en una empresa colombiana como en PLASTILENE S.A ubicada en el departamento de CUNDINAMARCA, en el Municipio de SOACHA dedicada a la actividad de Fabricación de artículos de plástico donde se maneja un procedimiento para quejas y reclamos con el fin de establecer políticas para el tratamiento y respuesta de las inconformidades; pero se identifica que el proceso no se están llevando a cabo y por lo tanto no da solución inmediata al cliente frente a los diferentes conflictos como atención, tiempos y calidad del producto por lo anterior se busca reforzar la relación tanto en clientes internos como externos para ir más allá de sus expectativas.

LINEA DE INVESTIGACION

INNOVACION SOCIAL Y PRODUCTIVA

La sistematización se trabajó bajo la línea de investigación social y productiva pues esta se origina a través de una organización con fin lucrativo la cual se presenta una idea a través de la investigación y estudio de las necesidades que afectan directamente al sector productivo

SUBLINEA DE INVESTIGACION

INNOVACION SOCIAL

La investigación se basa en la aplicación de seguimiento, medición, análisis y mejora en los sistemas de gestión de calidad recopilando información real de la organización por medio de datos históricos y diagramas estadísticos para dar solución al objeto y alcance.

PERSPECTIVA DE LA SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS

En la empresa Plastilene principalmente en el área de Laminados se observa un alto índice de reclamaciones y quejas por parte de los clientes y muchas veces no se gestionan de manera oportuna ocasionando que las causas sean reincidentes.

Hoy en día se identifica que el comportamiento de las reclamaciones y quejas son de los mismos clientes y en muchas ocasiones representan económicamente para la empresa Plastilene una suma alta de millones que se debe reconocer a los reclamantes generando pérdidas en las utilidades y reproceso en devoluciones y destrucciones del material.

Este tipo de situaciones se originan por falta de compromiso y atención por parte de los procesos involucrados de la empresa además poco seguimiento en las acciones y mecanismos para la atención de las mismas afectando negativamente la imagen de la empresa y desconfianza en la calidad de los materiales lo cual genera un riesgo alarmante para la organización.

Ante esta situación se presenta un plan de mejoramiento para seguimiento y tratamiento de respuesta de las quejas y reclamos mediante análisis de las causas y novedades de las mismas planteando técnicas y modificando el procedimiento para mejorar la atención a los clientes internos y externos de la empresa y así fortalecer la oferta a los clientes.

PREGUNTAS GENERADORAS

¿Qué impacto tiene la actualización de la norma ISO 9001-2008 frente a la mejora del procedimiento de quejas y reclamos para la división de laminados?

¿Qué lineamientos se deben establecer para que se cumpla y sensibilice a la división de laminados frente a la importancia de ingresar las quejas y reclamos en el sistema?

¿Qué importancia tiene el análisis, seguimiento y evaluación de las quejas y reclamos para la satisfacción del cliente en la división de Laminados?

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL ESTADO DE ARTE

Para estos sistemas de gestión de la calidad los clientes son las figuras más importantes a la hora de definir los procesos y los requisitos organizativos. Uno de estos procesos pone especial hincapié en que las empresas deben evaluar la satisfacción del cliente, ya que conocer lo que piensan los clientes sobre los productos, los procesos de venta, gestión de incidencia, etc., facilita que la organización cumpla con los requisitos del cliente.

La propia norma ISO 9001 en su apartado 8.2.1 indica que la empresa tiene que establecer medidas necesarias para "realizar el seguimiento de la información relativa a la percepción del cliente respecto al cumplimiento de sus requisitos por parte de la organización" (José Amelio Medina-Merodio a, 2013)

Los clientes son tan importantes al momento de establecer normas y políticas dentro de la organización y estas deber estar alineadas con las expectativas y satisfacción del cliente por tal razón se debe definir mecanismos de control y seguimiento para asegurar su cumplimiento a cabalidad.

La satisfacción al cliente es el grado en que el desempeño percibido de un producto o servicio concuerda con las expectativas del comprador, si el desempeño del producto no alcanza las expectativas, el comprador queda insatisfecho.

Por eso debe medirse la satisfacción del cliente en cada contacto con la empresa sobre una base transaccional, ya que esa medición de la satisfacción o insatisfacción puede ser ventajosa al relacionarla más estrechamente con una experiencia o acción concreta, logrando determinar qué es lo que hay que mejorar y ser más efectivo.

(Gerardo E. Romero ; Jorge L. Romero , 2006)

Resolver las inconformidades de los clientes es una tarea diaria además que se puede establecer como indicador para medir el grado de satisfacción del cliente y conocer qué expectativas tiene sobre el producto o servicio.

Las empresas de hoy en día deben preocuparse por la satisfacción plena de las necesidades y expectativas de los clientes para lograr su fidelidad y ampliar la cuota de mercado sobre la base de la satisfacción de este. En un análisis de la satisfacción de los clientes con los diagnosticadores del CENTIS se determinó que. Existían algunas insatisfacciones cuyas causas fundamentales eran las deficiencias en el sistema de control de la calidad (SCC) y la falta de un adecuado diseño del servicio. Además, el costo actual de inspección es elevado. De ahí que el objetivo del presente trabajo consista en diseñar un SCC orientado a la satisfacción de los requisitos de los clientes en aras de reducir en un 50 % las quejas presentadas por los cliente externos, aumentar la satisfacción del personal y reducir los costos de inspección al mínimo posible (pavel melo casa, 2003).

Según el autor el sector empresarial es más competitivo el cual el objetivo central es la satisfacción del cliente y este se puede medir a partir de las quejas recibidas por parte del cliente por lo anterior se resalta la importancia del plan mejoramiento en el tratamiento de las quejas pues la división se enfoca en la parte comercial y se busca satisfacer la diferentes necesidades e inconformismos que presenten los clientes reduciendo los costos y optimizando la calidad y el servicio.

MARCO TEORICO

Durante años varios autores han propuesto diferentes pensamientos y corrientes para ello se tomarán algunos para fundamentar frente a la investigación y mejora en el plan de mejoramiento.

TEORÍA DEL PROCESO ADMINISTRATIVO

A mediados del siglo XX el enfoque de la administración científica hacia las organizaciones era micro y solo se interesaba por un esfuerzo operativo, más adelante March, teoría de la organización (1994) estableció principios administrativos enfocados altos niveles de la organización y Simón lo orienta al proceso administrativo donde comprende las diferentes actividades de interrelación como la planificación, organización, dirección y control. (Herbert A simon, 2006)

1. TEORIA DE LAS ORGANIZACIONES

“Una organización es un sistema social abierto, que constituye un organismo vivo, dinámico, con la flexibilidad necesaria para asimilar el cambio, y que recibe determinados recursos transformándolos en productos y/o servicios”. (*Herrera Valdes Clemente, 2010*).

1.1. Estrategia competitiva

En las organizaciones tradicionales diseñadas para el desempeño eficiente, la estrategia es formulada por los altos directivos e impuesta en la organización. Los altos directivos piensan en la forma de hacer que la organización responda mejor a la competencia, utilizar los recursos con eficiencia y manejar los cambios en el entorno. En contraste, en la organización que aprende, las acciones acumuladas de una fuerza de trabajo informada y facultada para decidir contribuyen al desarrollo estratégico. Como los empleados están en contacto con los clientes, los proveedores y la nueva tecnología, ayudan a identificar las necesidades y soluciones y participan en la elaboración de estrategias. Además, la estrategia surge de las sociedades con proveedores, clientes y otras empresas. Considere el caso de IBM, donde los altos directivos solían realizar toda la planeación estratégica. Ahora, la empresa invita a sus clientes, así como a las personas de organizaciones sin fines de lucro, de negocios,

gubernamentales y académicas a ayudarles y luego publica los resultados mediante conferencias y reportes. (Daft L. Richard, 2011)

Una estrategia organizacional es un plan para interactuar con el entorno competitivo que permite lograr los objetivos de la organización. Las estrategias pueden incluir x cantidad de técnicas para lograr el objetivo.

2. TEORÍA DE CONTROL

El control tiene como objeto cerciorarse de que los hechos vayan de acuerdo con los planes establecidos. (Butrk K . Scanlan, 2017)

2.1. SISTEMAS DEL CONTROL

Un sistema es un conjunto de elementos (Von Bertalanffy, 1986) que suman esfuerzos colaborando de manera coordinada y con una constante interacción (Bertoglio, 1993) para alcanzar objetivos en común (Sommerville, 2011).

Una parte fundamental en un sistema, es la retroalimentación, la cual se puede definir con el proceso en el cual la información de salida o respuestas se convierten nuevamente es entradas o estímulos, ocasionando con ello alcanzar un grado de estabilidad requerido para seguir operando; el cual se mantiene gracias a que se cuentan con los recursos necesarios para actuar en caso de alguna contingencia a través de mecanismos que son posibles dada la experiencia y madurez con que se cuente, que a su vez se genera en relación al conocimiento que tiene el sistema de lo que sucede en su interior. (Alonso & santillan, 2016)

2.1.1. CONTROL DEL PROCESO

El control de proceso consta de las siguientes cuatro etapas:

- a) **Establecer estándares:** se definen como una unidad de medida donde se fijan los objetivos de la empresa.

Estos estándares se aplican tanto en áreas de producción como todas las que conforman la empresa y con esto se puede verificar la calidad del producto o servicio.

b) **Medición de resultados:** se mide los resultados contra lo ejecutado.

La sistematización, identificación y análisis del tratamiento de las quejas se basa en procesos del modelo NTC ISO 9001:2008 y buscando la actualización de la versión 2015 e implementando un sistema de gestión más eficiente.

El enfoque se hace a partir en la gestión de los procesos utilizando el ciclo PHVA basado en riesgos y dirigido a aprovechar las oportunidades y prevenir resultados no deseados.

El PHVA es una herramienta de gestión creada en los años 50 por el estadístico estadounidense Edward Deming¹.

Esta herramienta es principal para el mejoramiento continuo y permite a las empresas una mejora integral y aporta una realización de actividades de forma organizada y eficaz.

El PHVA propone los siguientes pasos:

Planificar: Esta es muy importante porque aquí se definen los objetivos y cómo lograrlos de acuerdo a las políticas organizacionales y necesidades de los clientes.

Hacer: se ejecuta lo que se planeó y se recomienda la aplicación de pruebas piloto.

Verificar: se comprueba que se halla ejecutado los objetivos mediante el seguimiento y medición de los procesos.

Actuar: Aquí se realizan acciones para el mejoramiento del desempeño de los procesos.

¹William Edwards Deming: estadístico estadounidense, profesor universitario, autor de textos, consultor y difusor del concepto de calidad total

La herramienta proporciona orientación en el manejo de los procesos y no de las organizaciones por lo cual se es importante el compromiso gerencial ya que aquí se definen las estrategias que permiten a las empresas ser auto- sostenible y rentable.

- c) **Corrección:** A partir del control conduce a la acción correctiva, cuando se identifica una falla se verifica las causas y responsables con el fin de buscar una solución

En un mercado globalizado donde los clientes exigen servicios y productos competitivos que satisfagan sus necesidades hacen que las empresas diseñen estrategias efectivas y así lograr mejoras en el desempeño de la organización para ello existe varios autores o propuestas para el mejoramiento continuo y logro de resultados pero más allá de una estrategia se identifica la importancia de gestionar en las actividades, recursos y procesos para así lograr ser eficientes, eficaces y efectivos.

Es por ello que el autor (Drucker F. Peter, 2014) en su libro la gerencia efectiva “*la oportunidad esta donde uno la encuentra*”.

Los reclamos se definen como oportunidad de mejoramiento que hacen los consumidores y que se debe estar muy atento a una solución oportuna y es que durante décadas se ha visto que grandes empresas pasan por desequilibrios que generan debilidades alarmantes y así amenaza la continuidad de la organización, en países desarrollados como en Estados Unidos los desequilibrios han generado un numero notorio de ventas y cierres de empresas por dueños desorientados que no analizan a fondo los impactos y no toman medidas preventivas y a lo largo de la historia la calidad en los servicios y productos se ha transformado.

Durante la revolución industrial la mala calidad se fundamentaba en realizar un numero de productos que satisficiera la demanda y obtener así numerosos beneficios, en la segunda guerra mundial se conseguía la eficacia sin importar el costo, en la posguerra se trataba de hacer las cosas bien a un costo bajo toda esta evolución nos muestra la necesidad de buscar como ofrecer un mejor servicio o producto ir más allá de la satisfacción de cliente por eso se puede tomar ciertas que recomendaciones como lo propone en el libro atención eficaz de quejas y reclamos de la editorial vértice “*La mejora de la empresa internamente*

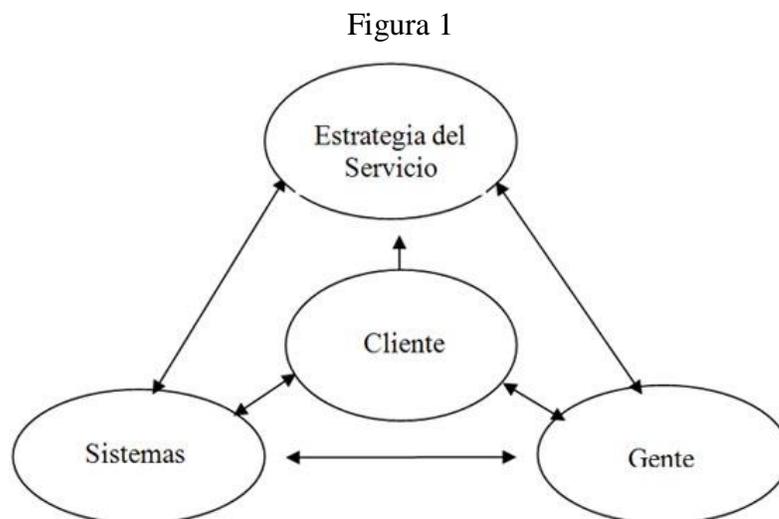
influye en la mejora del servicio al cliente ya que la organización centralizada en la satisfacción de este responde continuamente a las necesidades y expectativas de los clientes”

Pero a través del tiempo empresarios y creadores como la organización Toyota Motor Sales donde *“la satisfacción total del cliente es la piedra angular del plan Toyota en los estados unidos. Es nuestra principal filosofía empresarial y gran parte de todo lo que hacemos”* rompe el esquema propuesto en los años 90 por los académicos donde la prioridad mayor e importante es la satisfacción al cliente.

Para Albrecht, K. (1997, p.19) la gerencia del servicio es considerada como *“un enfoque total de la organización que hace de la calidad del servicio, cuando la recibe el cliente, la fuerza motriz número uno para la operación de un negocio”*.

De acuerdo a lo anterior cada organización debe contar con un proceso especializado para la atención del cliente por medio de la gerencia de servicio donde se establezca políticas para la búsqueda de la presta de un excelente servicio lo cual se es necesario identificar la interrelación de los procesos de la organización donde se establece la relación entre los empleados y los clientes.

En los años 80 Karl Albrech desarrollo un triángulo de servicio



Fuente: Albrecht, K. (1998)

El triángulo de servicio se pueden observar los elementos que las empresas deben tener en cuenta para la satisfacción de cliente y así mismo proporcionar políticas que faciliten a los empleados ofrecer un buen servicio, la gente y los sistemas deben generar estrategias de acción que facilite un acercamiento con el cliente generando una relación de confianza y conformidad para el cliente.

Es importante tener claro que la satisfacción del cliente no aumenta la rentabilidad de la organización, pero si mantiene al cliente por mucho tiempo y hace que hable bien de la empresa y de esta forma atraer más clientes.

Fornell y Wernefelt tras una investigación entre el mercado los costos y la eficacia en el trámite de las quejas hay una relación positiva y esto aumenta la continuidad del cliente.

- d) **Retroalimentación:** este depende de la calidad de la información y con el paso del tiempo se obtiene.

2.1.1.1 CONTROL DE CALIDAD

El control de calidad es una estrategia que asegura el cuidado y mejora continua de la calidad de los productos y servicios.

El proceso de control de calidad no debe estar a cargo de ningún departamento o unidad específicos. Exige la cooperación de toda la empresa y a todos los niveles. (Bertrand L,Hansen; Prabhakar M.Ghare, 1989)

MARCO INSTITUCIONAL

Plastilene S.A., es una organización empresarial con iniciativa industrial del sector de plásticos y empaques, ubicada en la zona industrial de Cazuca, localidad de SOACHA, en el departamento de CUNDINAMARCA., cuenta con más de 400 empleados, y beneficia a la cadena de valor que genera la compañía en dicho sector, conformado por proveedores de servicios, contratistas, asesores, entre otros.

Es un ejemplo de transformación productiva pasando de sencillos procesos de

extrusión de películas para los sectores agrícola y de comercio, a industrias tan importantes como las de bebidas, granos, alimentos en general, colchones, laminadores, entre otras.

Plastilene S.A., cuenta con una cadena de clientes nacionales e internacionales, estos últimos en Ecuador, Perú, Venezuela, Guatemala, Salvador, Costa Rica, y Europa, y con proveedores de los Estados Unidos, Europa, Asia y otras latitudes, que apoyan el desarrollo de sus productos al incorporar tecnología moderna.

Plastilene S.A., en sus 60 años se posiciona en mercados como Colombia, Ecuador, Guatemala, España y Perú, generando empleo, conocimiento y crecimiento de la industria nacional, y aportando al mejoramiento de la sociedad colombiana posee la infraestructura necesaria para atender las necesidades del mercado nacional e internacional, y el capital máspreciado como lo es el talento humano.

A lo largo de su historia ha sido reconocida con los siguientes galardones:

- GRAND PRIX CYREL 2000 GANADOR NACIONAL
- PREMIO A LA EXCELENCIA EN IMPRESION FLEXOGRAFICA 2003 REGION ANDINA BRONCE BANDA ANCHA TRABAJO EN LINEA SOBRE FILM.
- PREMIO ANDRIGRAF XXI LO MEJOR DEL AÑO 2006-2007

MARCO LEGAL

En Colombia para la atención de quejas y reclamos la constitución política de Colombia consagra en el artículo 23 y 74 lo siguiente:

ARTICULO 23. Toda persona tiene derecho a presentar peticiones respetuosas a las autoridades por motivos de interés general o particular y a obtener pronta resolución. El legislador podrá reglamentar su ejercicio ante organizaciones privadas para garantizar los derechos fundamentales.

El código contencioso administrativo constituye el tiempo para el tratamiento y respuesta de las quejas:

Artículo 14. Términos para resolver las distintas modalidades de peticiones. Salvo norma legal especial y so pena de sanción disciplinaria, toda petición deberá resolverse dentro de los quince (15) días siguientes a su recepción. Estará sometida a término especial la resolución de las siguientes peticiones: 1. Las peticiones de documentos y de información deberán resolverse dentro de los diez (10) días siguientes a su recepción. Si en ese lapso no se ha dado respuesta al peticionario, se entenderá, para todos los efectos legales, que la respectiva solicitud ha sido aceptada y, por consiguiente, la administración ya no podrá negar la entrega de dichos documentos al peticionario, y como consecuencia las copias se entregarán dentro de los tres (3) días siguientes. 2. Las peticiones mediante las cuales se eleva una consulta a las autoridades ' en relación con las materias a su cargo deberán resolverse dentro de los treinta (30) días siguientes a su recepción. Parágrafo. Cuando excepcionalmente no fuere posible resolver la petición en los plazos aquí señalados, la autoridad debe informar esta circunstancia al interesado, antes del vencimiento del término señalado en la ley expresando los motivos de la demora y señalando a la vez el plazo razonable en que se resolverá o dará respuesta, que no podrá exceder del doble del inicialmente previsto.

También se regula en el código contencioso administrativo el derecho de reclamar frente a entidades privadas.

Artículo 32. Derecho de petición ante organizaciones privadas para garantizar los derechos fundamentales

Parágrafo 3°. Ninguna entidad privada podrá negarse a la recepción y radicación de solicitudes y peticiones respetuosas, so pena de incurrir en sanciones y/o multas por parte de las autoridades competentes.

La empresa por su actividad económica y por proveer materia prima de primer contacto a los productos del sector alimenticios es auditada por institutos del INMIVA el cual es una entidad pública de orden Nacional con carácter científico y tecnológico regulando el funcionamiento y ejecutando políticas dispuestas por el Ministerio de la protección social en cuanto a vigilancia sanitaria y de control de calidad.

El Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA) creado por la Ley 100 del 23 de diciembre de 1993, el cual comenzó a ejercer sus funciones a partir de febrero de 1995 constituye lo siguiente:

Artículo 245 "El Instituto de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos. Créase el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos Invima, como un establecimiento público del orden nacional, adscrito al Ministerio de Salud, con personería jurídica, patrimonio independiente y autonomía administrativa, cuyo objeto es la ejecución de las políticas en materia de vigilancia sanitaria y de control de calidad de medicamentos, productos biológicos, alimentos, bebidas, cosméticos, dispositivos y elementos médico-quirúrgicos, odontológicos, productos naturales homeopáticos y los generados por biotecnología, reactivos de diagnóstico, y otros que puedan tener impacto en la salud individual y colectiva."

En la actualidad la organización plastilene S.A para la satisfacción del cliente se basa en el cumplimiento de la normativa ISO 9001-2008 donde indica que las organizaciones deben generar un continuo seguimiento, medición e identificando del grado de satisfacción de los clientes

La ISO (organización Internacional de Normalización) es un organismo nacional de normalización el cual prepara normas internacionales a través de comités técnicos de ISO donde participan organizaciones internacionales públicas y privadas.

La organización surge a partir de la unión de organismos creados previamente, como la International Federation of the National Standardizing Association, también llamada ISA, fundada en Nueva York en el año 1928 y basados en el sistema métrico, cuya finalidad era dar tratamiento a las áreas que no estaban dentro del área de la electrotécnica, ya regulada por la ICE International Electrotechnical Commission, creada en 1906. Cuando estalló la Segunda Guerra Mundial en el año 1939, la ISA suspendió su actividad debido a la falta de comunicación internacional. Por ello, es en el año 1944 cuando se forma la UNSCC United Nations Standards Coordinating Committee en Londres, empujado por el desarrollo manufacturero de armamento que se vio impulsado por la aplicación de estandarización. La UNSCC se administraba desde las mismas oficinas del ICE, organismo ya por entonces con bastante renombre. Por aquél entonces, el secretario general de dicha organización era Charles Le Maistre, por muchos considerado como el padre de la normalización.

Para poder hacer válidas estas certificaciones es necesaria una auditoría de implantación y aplicación de la norma, que en caso de ser positiva, emite un certificado de conformidad por lo anterior en la división de laminados para el tratamiento, respuesta y cierre de las quejas y reclamos se basa en la ISO 9001-2008 pero para potencializar su desempeño logrando un desarrollo sostenible se propone la actualización de la norma la ISO 9001-2015.

La actual norma en comparación a la anterior mejora la alineación en los sistemas de gestión; se muestra (Véase tabla N° 1. Listas de tablas) las principales diferencias para comprender que se busca con la actualización y los grandes cambios de los cuales la empresa debe ajustar sus procesos.

Cada uno de los capítulos se presenta de forma coherente los requisitos para la documentación y lineamientos que se deben tener al momento de buscar el cumplimiento de las políticas y objetivos dentro de la organización

MARCO HISTÓRICO

Diariamente las personas utilizan las quejas o reclamos para presentar inconformismos en el servicio pero que se diferencian una queja o reclamo.

El origen de la palabra queja se deriva del verbo quejar y procede del verbo latino coaxare que quiere decir croar

Las reclamaciones se remontan en el año de 1703 de Felipe V donde los fusiles sustituían las picas que eran utilizadas como armas y había un maestro que era el encargado del mantenimiento y los soldados se acercaban a él cuándo presentaban algún inconveniente esta tarea se volvió frecuente incluso con problemas básicos fue así con el tiempo se utilizaba la siguiente expresión:

“¡a reclamar al maestro armero! ‘Dejando entrever un tono de ‘¿y a mí que me cuentas? No es mi responsabilidad’ o ‘yo no puedo hacer nada’.”

Cuando se habla de queja o reclamo se relaciona que es lo mismo pero un reclamo se define con inconformismo directamente frente al producto o servicio que ofrece la empresa la queja es el manifiesto o descontento de la atención no se relaciona con los productos o servicios que ofrece la organización

Los reclamos llevan un tratamiento que es el proceso de tramitar e investigar las causales por el contrario las quejas sigue un protocolo de actuación.

Para el tratamiento y desde años se ha buscado por satisfacer al cliente mediante calidad y gestión es por eso que la ISO 9000 es un resultado de las necesidades de la segunda guerra mundial donde no existía control en los procesos de fabricación de productos del Reino Unido por lo tanto se estableció procedimientos e inspecciones y controles para así

aumentar la calidad a partir de la aplicación de principios como la de Pareto y las mejoras en cuanto a la aplicación estadística propuestos por Walter Shewart y así asegurar el cumplimiento con especificaciones de calidad y conformidad; en los años 50 se mantiene el enfoque de inspección y calidad, y en Estados Unidos desarrollan un esquema “Quality Program Requirements” aplicado al sector militar.

En el año 1962 la NASA promueve la evolución de sistemas asegurando la calidad frente a los proveedores de dicha entidad y ya no solo para el sector militar sino al sector energético.

Luego que varios países trabajaban mejorando la calidad empieza la iniciativa de dar respuesta a las demandas de inspección, verificación, aseguramiento de la calidad, etc. y se crea la **BS 5750**, método enfocado en el control de resultados durante el proceso de realización de los productos y en el año 1987 se convierte en la ISO 9000, con la finalidad básica de facilitar el comercio global. Para llegar al consenso sobre esta normativa, se requirió de apoyo del 75% de los países que la componían. Esta normativa está basada en dos pilares: la mejora y el desempeño, se desprendió del enfoque inicial de control y comando, se modernizó basándose en 8 principios, entre ellos los mercados, la reglamentación, las mejoras, la responsabilidad, el desarrollo del intelecto, etc. Fue a partir del año 1994 cuando salió la nueva versión de la **ISO 9001**, más interesante para las empresas. Experimentó un gran crecimiento la versión actual de la norma es la que data del año 2008 (última actualización). La del 1994, se dirigía más expresamente a empresas con procesos productivos más no tanto a empresas de servicios por tanto, en la revisión del año 2000 se simplificó la norma y empezó a ser aplicable a todo tipo de empresas, incluso de servicios o a la Administración Pública.

DISEÑO METODOLÓGICO DE LA SISTEMATIZACIÓN

Cuando un cliente presenta una queja o reclamo nos da una oportunidad de mejora es por eso que la empresa dentro de su política de calidad se centra en la satisfacción total del

cliente y cada división debe cumplir y velar por la continuidad de los clientes asegurando una atención eficaz de sus necesidades

Por tal razón es importante un plan de mejora en el procedimiento de las quejas y reclamos, especialmente en la división de laminados donde no se lleva un adecuado seguimiento de los inconformismos presentando muchas veces reincidir en la misma causa; por eso se busca disminuir el indicador donde se identifica que los comerciales encargados de recibir la queja no la ingresan al sistema (véase grafica N°1 Anexos), y por lo mismo no se puede identificar y analizar a fondo las acciones correctivas para ir mejorando y aplicar en los procesos; además que no se pueden cuantificar el costo real asumido por la empresa Plastilene por devoluciones que se han retribuido en dinero o fabricación de reposición del material para el cliente.

Frente a esta realidad y el impacto que se está evidenciado tanto económico como de prestación del servicio se busca mejorar y sensibilizar a los comerciales que es el primer contacto del cliente para llevar el procedimiento establecido y de acuerdo a los lineamiento de la ISO 9001-2015 de documentar y llevar procesos de mejora para la satisfacción del cliente.

Es así como se actualizara el actual procedimiento basado en la ISO 9001 - 2008 buscando ser participe en el mejoramiento de la realidad que vive laminados frente a la atención de sus clientes y que todo el personal se involucre para cumplir con estos compromisos facilitando el seguimiento y disminuir las causas.

CAPITULO III

PROCESO DE INTERACTUACION SOCIAL Y/O INSTITUCIONAL

La empresa se divide de acuerdo al sector de producción como son industrial, agrícola, laminados y khroma cada división está conformada por líderes, comerciales y servicio al cliente el cual día a día trabajan por mantener las expectativas y solicitudes de los

clientes si se presenta una inconformidad ya sea por el servicio, producto o atención el impacto es directamente a los actores que son los clientes internos y externos, los clientes internos son los comerciales y se ve afectado el crecimiento de las ventas e incluso poner en riesgo la continuidad del cliente en la empresa y los externos por que podrían buscar otro proveedor o reducir las compras y órdenes.

INSTRUMENTOS

Con base a datos históricos de la empresa Plastilene S.A tomados del año 2016 y falta de trazabilidad e información del tratamiento de las quejas de laminados se presentó al líder de la división un documento donde se identificaba el objeto y alcance de la propuesta y se anexo datos estadísticos los cuales se exportaron del aplicativo ZSD010² para analizar la realidad en que se encontraba el proceso frente a las demás divisiones. (Ver grafica N° 2 lista de gráficos).

Después del estudio previo se realizó una encuesta en forma presencial para conocer la percepción que tiene los clientes internos (comerciales) frente a la calidad y tratamiento de las quejas y reclamos arrojando los siguientes resultados:

En la primera pregunta para evaluar el conocimiento y la participación: ¿Usted ha recibido alguna queja, reclamo y /o sugerencia? Se determinó que el 100% de los encuestados han recibido quejas por parte de los clientes externos (Véase grafica N°3. Lista de gráficos).

En la segunda pregunta ¿Conoce el aplicativo QM01³? De los cuatro comerciales se identifica un 100 % de conocimiento del aplicativo. (Véase grafica N°4. Lista de gráficos).

² Transacción de SAP que permite almacenar la información de causas, tipos, sector de quejas y reclamos

³ Transacción de SAP donde se ingresa quejas y reclamos para su tratamiento.

Para la tercera pregunta ¿Conoce la diferencia entre queja o reclamo? la cual está relacionada con la variable de conocimiento, se pudo establecer que de las 4 personas encuestadas 3 de ellas conocen la diferencia entrega queja y reclamo, lo cual corresponde al 75% de la población muestra. (Véase grafica N°5. Lista de gráficos).

En la cuarta pregunta de conocimiento ¿Conoce el procedimiento en el tratamiento de quejas y reclamos? se pudo establecer que de las 4 personas encuestadas 3 de ellas conocen el procedimiento, lo cual corresponde al 75% de la población muestra (Véase grafica N°6. Lista de gráficos)

Para analizar la rapidez, dominio y satisfacción se aplicaron las siguientes preguntas:

En la primera pregunta ¿El tiempo de respuesta fue oportuna?, la cual está relacionada con la rapidez a la respuesta y cuya escala de valoración está dada de 1 a 5, siendo 1 el más bajo y 5 el más alto, se pudo establecer que: El 75% de los encuestados han considerado que fue oportuna la respuesta a lo que corresponde a la escala 3.

Un 25% de los encuestados no considera que fue oportuna la respuesta emitida correspondiendo este valor a la escala 2. (Véase grafica N°7. Lista de gráficos)

En la segunda pregunta de satisfacción ¿Quedo satisfecho con el procedimiento y tratamiento de su queja o reclamo? cuya escala de valoración está dada de 1 a 5, siendo 1 el más bajo y 5 el más alto, se pudo establecer que:

El 100% de los encuestados han considerado que se siente satisfecho con la respuesta brindada, lo cual corresponde valor de la escala 3. (Véase grafica N°8. Lista de gráficos)

En lo concerniente a la tercera pregunta ¿El técnico de calidad contaba con la información necesaria para resolver la novedad?, que están relacionada con el dominio que el técnico de calidad frente a la novedad y cuya escala de valoración está dada de 1 a 5, siendo 1 el más bajo y 5 el más alto, se pudo establecer que:

El 50% de los encuestados han considerado que el técnico contaba con la información necesaria para resolverla novedad con una escala de 3 y el otro 50% argumentó que la información dada por el técnico fue necesaria y resolvió la novedad con escala de 4 un 25% y escala de 5 un 25%.. (Véase grafica N°9. Lista de gráficos)

Después de reunir la información se analizó el procedimiento de quejas y reclamos de la compañía y se estableció los siguientes lineamientos enfocando al proceso de laminados y con la actualización de la norma ISO 9001-2008 a la versión 9001-2015.

Se modificó el objeto:

“Estandarizar el procedimiento para la gestión de las quejas y reclamos a partir de los requisitos de la norma ISO 9001:2015”

El alcance:

“Retroalimentación en la recepción, tratamiento y respuesta de las quejas y reclamos para el mejoramiento continuo y satisfacción del cliente”

Y de acuerdo al modelo NTC ISO 9001 -2015 que busca un sistema de gestión más eficiente se tomaron los siguientes factores para la identificación

- Influencia en la satisfacción del cliente.
- Influencia de las necesidades y expectativas de los clientes
- Tratamiento de las quejas

A partir de la identificación se modificó el procedimiento y se propuso para trabajar bajo el sistema PHVA una vez se hace la identificación se utiliza el método PHVA para la evaluación de las quejas y reclamos de esta forma incrementar la satisfacción del cliente y las expectativas de los clientes, (véase tabla N° 2. Lista de ilustraciones)

Se actualizaron en el documento vigente los siguientes lineamientos y como lo propone la ISO 9001-2015:

- La importancia de que el cliente tenga claro cómo y dónde se puede reclamar
- El tratamiento de las quejas debe ser de fácil acceso para los reclamantes
- La recepción de la queja debe ser reconocida inmediatamente al reclamante.
- Establecer claramente dentro de la división quien es responsable de responder y el tratamiento de las quejas.
- La mejora continua es un objetivo permanente para la compañía.

Frente al desarrollo de actividades se modificaron varias cosas partiendo del documento ya elaborado por la compañía como la forma de recibir la queja y quienes son los responsables de ingresarla y seguimiento del mismo, también los parámetros para la clasificación de la queja, que tiempo y como se debe analizar la queja o reclamo y como se debe llevar un cierre y los medios de respuestas para el cliente todo este procedimiento se dio a conocer a los clientes internos los cuales son los encargados de transmitir a los clientes externos cumpliendo con los lineamientos propuestos.

Por otro lado luego de establecer y modificar el procedimiento enfocando para laminados se realizó una capacitación (véase tabla 2. Lista de ilustraciones) para conocimiento a los involucrados y seguimiento del mismo se espera que en el mes de julio se realice una encuesta a clientes interno y externos para identificar la percepción y después de identificar los pro y contra nuevamente capacitar en los puntos más críticos.

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION CRÍTICA DE LA REALIDAD ABORDADA

El análisis de realidad en que se enfrenta la división de Laminados es enriquecedor, pues permiten que los procesos involucrados en la logística del ingreso, análisis, respuesta y cierre de la queja o reclamo busquen mecanismos y estrategias para transformarla en oportunidades de mejora y poder mantener indicadores frente a las demás divisiones con el propósito de satisfacer al cliente y no solo vender o no recibir quejas si no más allá de establecer políticas y lineamientos que promuevan y aporten la transformación y mejoramiento del mapa de proceso para la atención de los clientes desde la post venta hasta y fidelización del cliente.

Y es que una empresa no es solo una infraestructura con avances tecnológicos o modernas instalaciones esta se conforma del recurso más valioso que el talento humano por lo tanto desde el punto de vista de satisfacción son tan importantes tanto los clientes internos como externos pues de ellos se deriva una confianza entre si partiendo de un contrato de necesidades los cuales se complementen a trabajar día a día por cumplirlos.

Es por ello que con el tratamiento de la información, la sistematización y acercamiento a cada uno de los actores involucrados como líderes, jefes de aseguramiento, comerciales, asistentes de servicio al cliente y cartera se identificó la importancia que tienen los comentarios por parte de los clientes externos frente al servicio y productos que se ofrecen pues de ahí parte toda esta logística y motivación por trabajar y buscar la satisfacción de todos es una relación que encamina una confianza y gratitud para cada día buscar ser mejores y crecer en el mercado

PRODUCTO O PROPUESTA TRANSFORMADORA

De todo lo que se trabajó y se analizó en el procedimiento de quejas y reclamos se identificó que la empresa Plastilene S.A es una organización comprometida con la satisfacción de sus clientes tanto internos como externos y su propósito principal es velar por la calidad del servicio por lo cual las inconformidades se toman como una oportunidad de mejora y crecimiento.

En alineación con el propósito de la compañía, la división de Laminados debe mejorar la perspectiva de los clientes internos y externos frente al servicio y los productos; además de implementar y trabajar bajo los parámetros de la ISO 9001-2015 que se establecieron en el documento con base al numeral 9.1.2⁴ Satisfacción del cliente y que define lo siguiente:

La organización debe realizar seguimiento de las percepciones de los clientes del grado que se cumplen sus necesidades y expectativas. La organización debe determinar los métodos para obtener, realizar el seguimiento y revisar esta información.

De acuerdo a lo anterior y la identificación dentro del proceso de Laminados bajo los análisis de datos históricos se determina cuáles son las causas más recurrentes por el cual el cliente externo presenta inconformidad y por la misma se determina la importancia de llevar seguimientos desde los líderes y jefe de aseguramiento (técnico de calidad) para que haya una trazabilidad de estas inconformidades y se pueda documentar y generar acciones de mejora.

⁴ Capítulo 9. Evaluación del desempeño de la Norma técnica colombiana ISO 9001-2015.

La organización debe realizar el seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplen sus necesidades y expectativas. La organización debe determinar los métodos para obtener, realizar seguimiento y revisar esta información.⁵

Por otro lado los indicadores para el mes de junio del presente año deben mostrar mejoras frente a la trazabilidad y más participación de ingreso de quejas o reclamos en el sistema por parte de los clientes internos (comerciales).

Se realizara una capacitación trimestral a los comerciales, servicio al cliente y líderes de los procesos involucrados como son producción, calidad y facturación con el fin de fortalecer el conocimiento y tratamiento en la atención de quejas y reclamos.

Se determina capacitación trimestral También se realizara dos encuestas al año para conocer la percepción que tiene los clientes internos y externos frente al tratamiento de quejas y reclamos.

⁵ Capítulo 9.1.3 Análisis y evaluación de la Norma técnica colombiana ISO 9001-2015.

LISTA DE GRAFICOS

Gráficos 1. Trazabilidad de los reclamos 2016

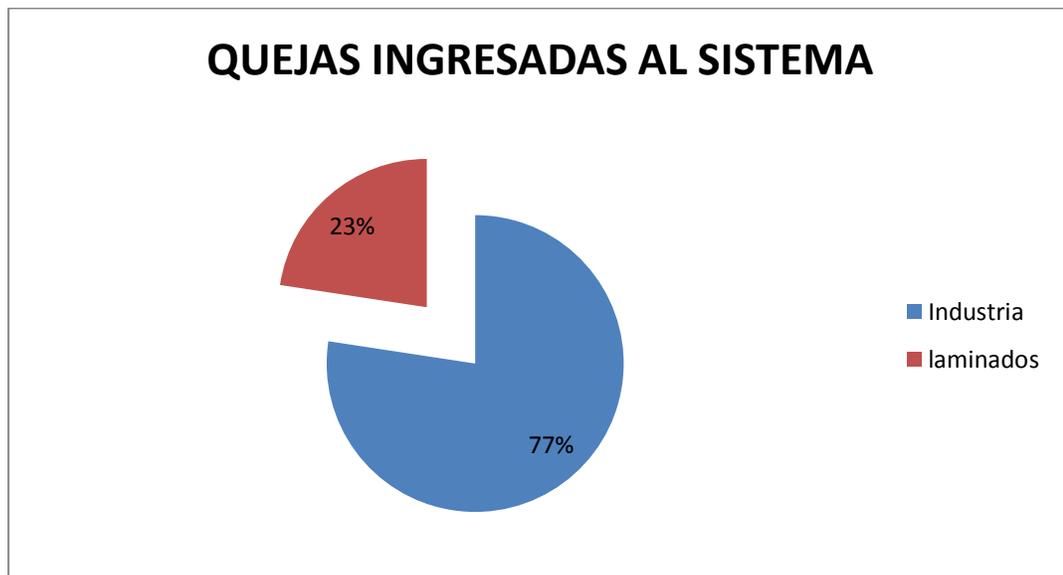
Cuenta de Aviso	Etiquetas de	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	Total general
10	Etiquetas de fili	6,0%	14,3%	7,7%	10,1%	7,5%	11,8%	5,4%	6,2%	5,2%	10,6%	5,6%	9,5%	99,8%
20		0,0%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%
Total general		6,0%	14,3%	7,9%	10,1%	7,5%	11,8%	5,4%	6,2%	5,2%	10,6%	5,6%	9,5%	100,0%



Se identifica que el proceso de laminados no cumple con el procedimiento de trazabilidad de la queja con un 0.2 % de participación.

Gráficos 2. Solicitudes de quejas y reclamos ingresadas al sistema

Cuenta de Nro. Etique	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	Total general
10	2,5%	10,9%	6,5%	5,7%	10,2%	7,1%	5,5%	4,1%	5,7%	7,9%	7,2%	4,2%	77,4%
20	2,2%	1,0%	1,0%	1,0%	0,6%	2,5%	0,3%	1,4%	1,6%	3,9%	3,5%	3,6%	22,6%
Total general	4,6%	11,9%	7,5%	6,7%	10,8%	9,5%	5,7%	5,5%	7,4%	11,8%	10,7%	7,8%	100,0%



Hay un 23% de participación en la división de laminados frente a la otra área en la radicación de las solicitudes de quejas y reclamos.

Gráficos 3. Encuesta cantidad de reclamos y quejas recibidas por parte de los clientes externos

Alternativas	# Encuestas	% Respuestas
SI	4	100,00%
NO	0	0,00%
TOTAL	4	100,00%

Elaboración propia

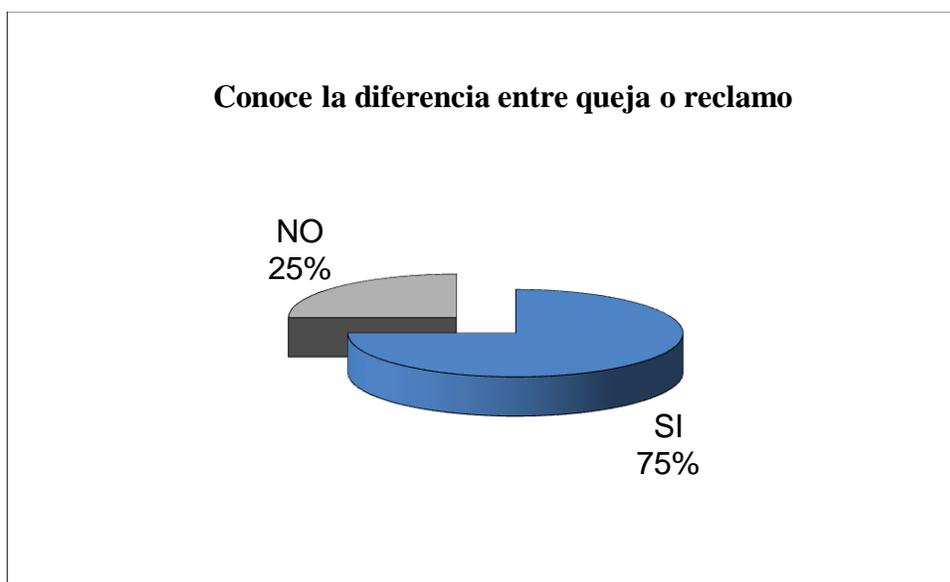
Gráficos 4. Encuesta conocimiento del aplicativo para ingreso de quejas y reclamos

Alternativas	# Encuestas	% Respuestas
SI	4	100%
NO	0	0%
TOTAL	4	100%

Elaboración propia

Gráficos 5. Encuesta diferencia entre queja y reclamo

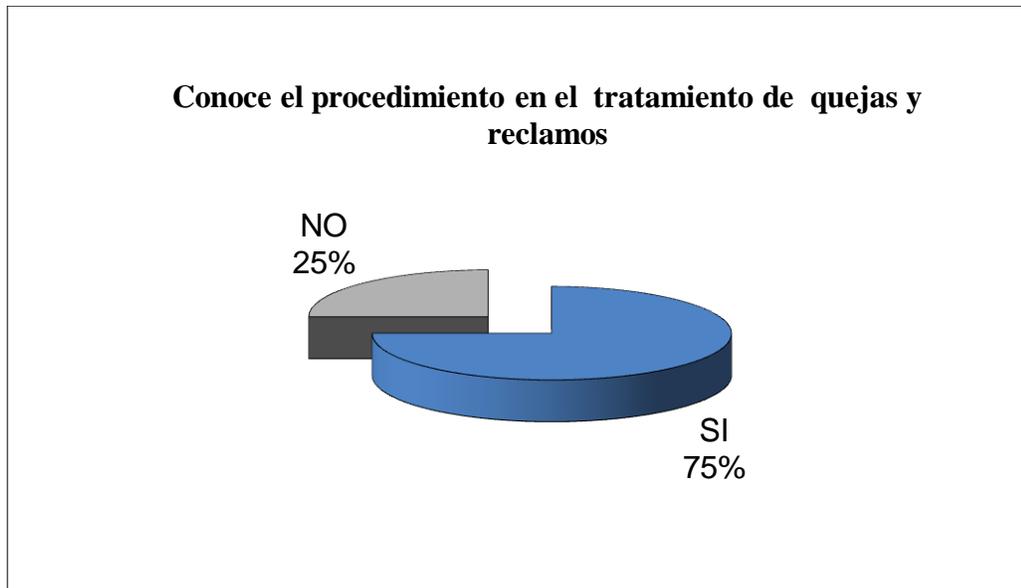
Alternativas	# Encuestas	% Respuestas
SI	3	75%
NO	1	25%
TOTAL	4	100%



Elaboración propia

Gráficos 6. Encuesta Conocimiento del procedimiento en el tratamiento de quejas y reclamos

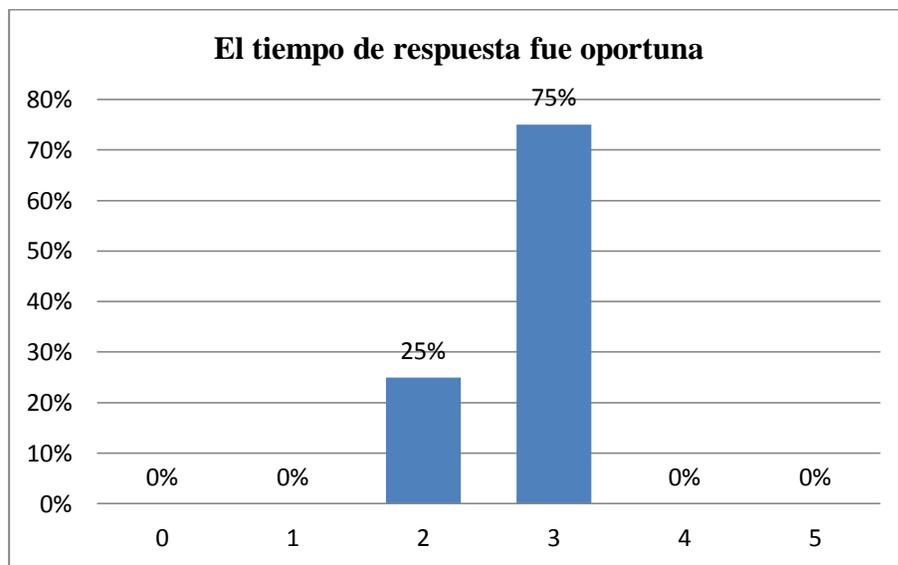
Alternativas	# Encuestas	% Respuestas
SI	3	75%
NO	1	25%
TOTAL	4	100%



Elaboración propia

Gráficos 7. Encuesta tiempos de respuestas

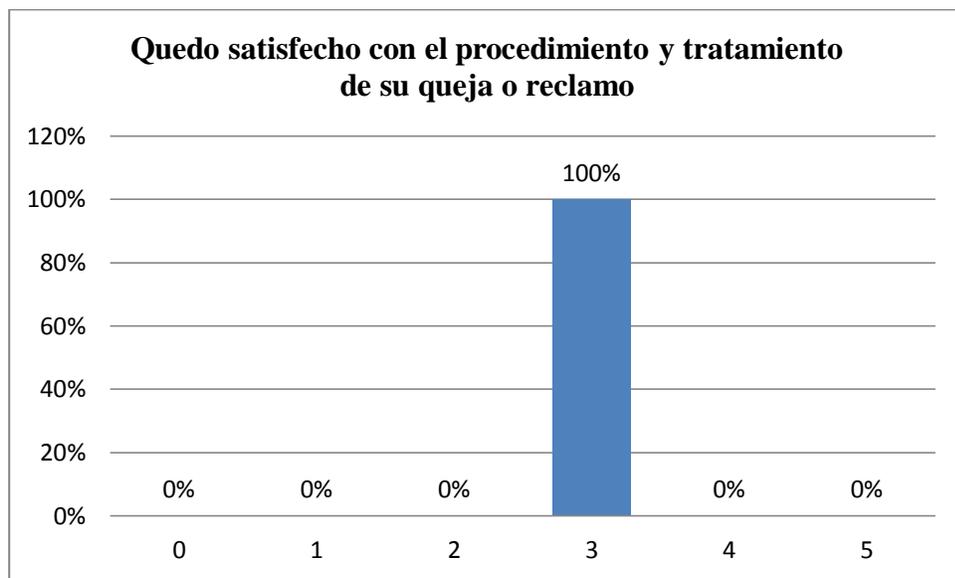
Alternativas	# Encuestas	% Respuestas
0	0	0%
1	0	0%
2	1	25%
3	3	75%
4	0	0%
5	0	0%
TOTAL	4	100%



Elaboración propia

Gráficos 8. Encuesta Satisfacción en el procedimiento de quejas y reclamos

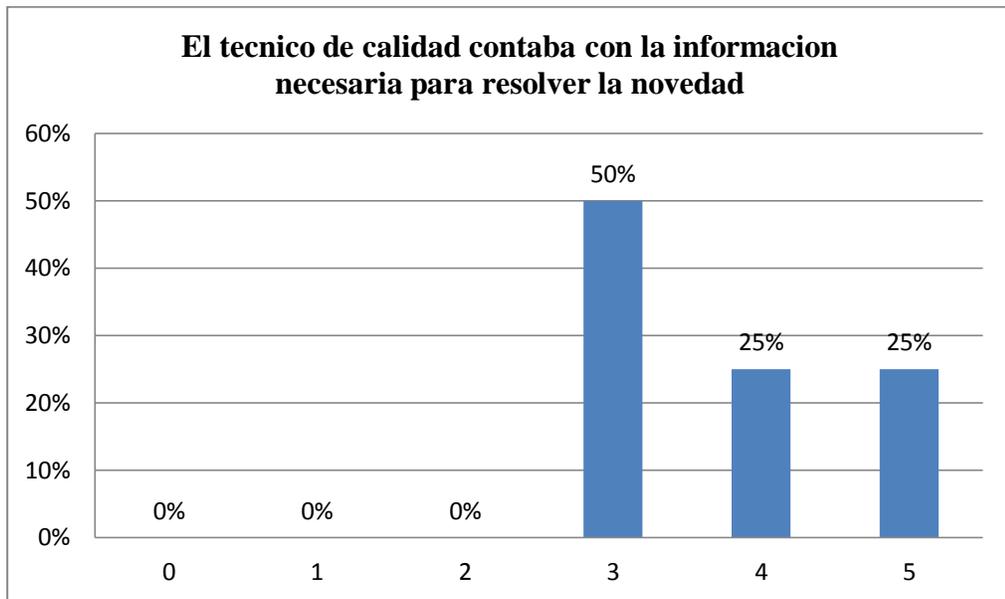
Alternativas	# Encuestas	% Respuestas
0	0	0%
1	0	0%
2	0	0%
3	4	100%
4	0	0%
5	0	0%
TOTAL	4	100%



Elaboración propia

Gráficos 9. Encuesta Conocimiento para resolver la novedad

Alternativas	# Encuestas	% Respuestas
0	0	0%
1	0	0%
2	0	0%
3	2	50%
4	1	25%
5	1	25%
TOTAL	4	100%



Elaboración propia

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Diferencias de la ISO 9001:2008- 9001:2015

ISO 9001:2008	ISO 9001 :2015
Productos	Productos y servicios
Exclusiones	no se utiliza
Representante de la dirección	No se utiliza se asignan responsabilidades y autoridades similares pero ningún requisito para un único representante de la dirección
Documentación, manual de la calidad, procedimientos, documentos, registros	información documentada
Ambiente de trabajo	Ambiente para la operación de los procesos
Equipos de seguimiento y medición	Recursos de seguimiento y Medición
productos comprados	productos y servicios suministrados externamente
Proveedor	Proveedor externo

(Norma tecnica colombiana NTC- ISO 9001, 2015)

Tabla 2. Clasificación de los procesos PHVA

CLASIFICACIÓN DE LOS PROCESOS		
P	Planeación	Objetivos y alcances recursos humanos y tecnológicos clientes
H	Ejecución	Dar a conocer al cliente como ingresar el reclamo o queja recepción de las quejas o reclamos Rastreo del reclamo Evaluación Investigación respuesta cierre del reclamo
V	verificación	Recolección de información Análisis seguimiento al manejo de reclamo o queja auditorías al proceso
A	Actuación mejora	Acciones correctivas, preventivas y mejora

Ilustración 1 Objetivo de la encuesta, variables a evaluar y muestra

<p style="text-align: center;">ENCUESTA DE SATISFACCIÓN</p> <p>OBJETIVO DE LA ENCUESTA:</p> <p>Identificar la percepción que tienen los clientes internos con relación a la calidad del servicio durante el tiempo y trámite de respuesta de la quejas y reclamos.</p> <p>VARIABLES A EVALUAR:</p> <p>Participación: Identificar cuantas quejas se reciben.</p> <p>Rapidez: Conocer el tiempo de respuesta</p> <p>Dominio: Identificar la veracidad de la información</p> <p>Satisfacción: conocer que piensa y como se siente el cliente frente al trámite que se manejó.</p> <p>PREGUNTAS ENCUESTA</p> <ol style="list-style-type: none">1. Usted ha ingresado alguna queja, reclamo y/o sugerencia.2. El tiempo de respuesta fue oportuna3. Quedo satisfecho con la respuesta brindada4. El analista de calidad contaba con la información necesaria para resolver la novedad.5. Como califica el servicio <p>MUESTRA</p> <p>La encuesta se aplica directamente a los comerciales (clientes internos) que son las personas directas que reciben atiendes y reciben las reclamaciones de los clientes y son las responsables de ingresarlas en la aplicación SAP. La encuesta se aplica en forma presencial a los comerciales en formato escrito elaboración propia del encuestador.</p>

Elaboración propia

Ilustración 2. Modelo de encuesta aplicada a los clientes internos (comerciales).

	DIVISIÓN DE LAMINADOS	CÓDIGO 01	REVISIÓN
	Encuesta de satisfacción	Abril 2017	Pág. 1 de 2

OBJETIVO DE LA ENCUESTA:

Identificar la percepción que tienen los clientes internos con relación a la calidad del servicio durante el tiempo y tramite de respuesta de la quejas y reclamos.

Variables a evaluar

Conocimiento y participación

Seleccione sí o no de acuerdo a su respuesta

1. Usted ha recibido alguna queja, reclamo y /o sugerencia

SI	NO
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Conoce el aplicativo QMD1

SI	NO
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Conoce la diferencia entre queja o reclamo

SI	NO
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Conoce el procedimiento en el tratamiento de quejas y reclamos

SI	NO
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Elaboración propia



DIVISIÓN DE LAMINADOS	CÓDIGO 01	REVISIÓN
Encuesta de satisfacción	Abril 2017	Pág. 2 de 2

Rapidez, dominio y satisfacción

Califique de 1 a 5, donde 1 es la calificación más baja y 5 la más alta

1. El tiempo de respuesta fue oportuna

0	1	2	3	4	5

2. Quedo satisfecho con el procedimiento y tratamiento de su queja o reclamo

0	1	2	3	4	5

3. El técnico de calidad contaba con la información necesaria para resolver la novedad.

0	1	2	3	4	5

Sus comentarios y sugerencias son muy importantes para nosotros.

Muchas gracias por su colaboración

Ilustración 3 Modelo de Capacitación

**CAPACITACION PARA EL MEJORAMIENTO Y SEGUIMIENTO EN
TIEMPOS DE RESPUESTA DE LAS QUEJAS Y RECLAMOS DIVISION
LAMINADOS**

OBJETIVO GENERAL

Capacitar y proporcionar conocimiento al personal involucrado en el trámite y seguimiento de las quejas y reclamo.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar y relacionar los conceptos básicos para la gestión de las quejas y reclamos.
- Presentar las nuevas metodologías para el mejoramiento en el seguimiento y tiempo de respuesta.
- Describir las actividades y delegar los procesos que hacen parte del tratamiento y respuesta de las quejas y reclamos.

Elaboración propia

BIBLIOGRAFÍA

- Daft L. Richard. (2011). *Teoría y diseño organizacional*. Mexico: Cengage Learning Editores, S.A. de C.V.,.
- Romero Gerardo E ; Romero Jorge L. . (2006). *redalyc*. Obtenido de Sistema de Información Científica Redalyc: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28014478011>
- Alonso, D. R., & santillan, L. (2016). *Teoría General de sistemas, un enfoque practico* (Vol. x). mexico: Tecnociencia chihuahua.
- Bertrand L,Hansen; Prabhakar M.Ghare. (1989). *Control de calidad: teoría y aplicaciones* (Vol. 1). Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Butrk K . Scanlan. (19 de julio de 2017). *fundamentos basicos de la administracion*. Obtenido de fundamentosbsicostesis.blogspot.com
- Drucker F. Peter. (2014). La gerencia efectiva. En D. F. Peter, *La gerencia efectiva*. Argentina.
- Gerardo E. Romero ; Jorge L. Romero . (2006). *redalyc*. Obtenido de Sistema de Información Científica Redalyc: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28014478011>
- Herbert A simon. (1 de agosto de 2006). *scielo*. Recuperado el 03 de mayo de 2017, de www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pi=s0121-47722007000100001#1
- Herrera Valdes Clemente. (03 de 02 de 2010). *Gestiopolis*. Recuperado el 12 de Abril de 2017, de <https://www.gestiopolis.com/teoria-organizacion-estructuras-organizacionales/>
- Medina-Merodio José Amelio, H. b.-R.-&. (7 de octubre de 2013). *scielo*. Obtenido de Análisis de la satisfacción de cliente mediante el uso de cuestionarios con preguntas abiertas: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0012-73532014000600011&lang=pt
- Norma tecnica colombiana NTC- ISO 9001. (2015). *SISTEMAS DE GESTION DE LA CALIDAD REQUISITOS* (Vol. cuarta actualizacion). (E. p. (Icontec), Ed.) Bogota, Cundinamarca, Colombia.
- pavel melo casa. (2003). *Dialnet*. Obtenido de Diseño del sistema de control de calidad de los diagnosticadores centis en funcion de los requerimientos de los clientes .