

**Indicadores de gestión organizacional ISO  
9001:2015, comercializadoras de banano de la  
provincia “El Oro”**

**Indicators of organizational management ISO:  
9001:2015, banana marketers of the province “El  
Oro”**

**Karen Estefanía Gamboa-Argudo**

Universidad Técnica de Machala - Ecuador  
kgamboa\_est@utmachala.edu.ec

**Damaris Pamela Renteria-Pesantes**

Universidad Técnica de Machala - Ecuador  
drenteria\_est@utmachala.edu.ec

**Wilton Eduardo Romero-Black**

Universidad Técnica de Machala - Ecuador  
weromero@utmacfhala.edu.ec

**Norman Vinicio Mora-Sánchez**

Universidad Técnica de Machala - Ecuador  
nmora@utmachala.edu.ec

**[doi.org/10.33386/593dp.2020.6-1.395](https://doi.org/10.33386/593dp.2020.6-1.395)**

## RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo evaluar los procesos del departamento de comercialización, establecidos en indicadores de gestión como medidores de desarrollo organizacional, para el incremento de las ventas establecidas en la empresa XYZ; la metodología aplicada es mediante las Normas ISO 9001:2015 como pauta fundamental; con la aplicación del método descriptivo, con la ayuda de herramientas adecuadas tales como; fichas de observación, entrevistas, se logra recolectar la respectiva información y mediante la evaluación de los indicadores de gestión aplicados al departamento de comercialización, se identifica que los procesos del departamento no están estandarizados, proporcionando resultados diferenciales, obstaculizando el valorar de manera uniforme técnicas como establece la norma ISO seleccionada.

**Palabras clave:** departamento de comercialización, indicadores de gestión, ISO 9001:2015, requisitos del cliente, satisfacción al cliente

Cómo citar este artículo:

APA:

Gamboa, K., Rentería, D., Romero, W., & Mora, N. (2020). Indicadores de gestión organizacional ISO 9001:2015, comercializadoras de banano de la provincia "El Oro". 593 Digital Publisher CEIT, 5(6-1), 242-253. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.6-1.395>

Descargar para Mendeley y Zotero

## ABSTRACT

The objective of this article evaluate the marketing department's processes, set out in management indicators such as organizational development meters, for the increase in sales established at XYZ; The methodology applied is through the ISO 9001: 2015 Standards as a fundamental guideline; with the application of the descriptive method, with the help of suitable tools such as; observation sheets, interviews, the respective information is collected and by evaluating the management indicators applied to the marketing department, it is identified that the department's processes are not standardized, providing differential results, hindering the uniform evaluation of techniques such as sets the selected ISO standard.

**Key words:** marketing department, management indicators, iso 9001:2015, customer requirements, customer satisfaction

## Introducción

El mundo evoluciona constantemente y exige cambios en las diferentes organizaciones, por lo cual deben mejorar sus procesos internos y externos, con el fin de ser más competitivos en el mercado; sus productos y/o servicios se enmarcan en la satisfacción de las necesidades y que estos permitan mejorar su participación en el mercado sea local, nacional e internacional. (Romero, Campuzano, & Chávez, 2018).

Los indicadores de gestión permiten conocer el comportamiento que tienen las organizaciones al realizar cada uno de sus procesos; por lo cual se considera que el control de estos comportamientos es de mucha relevancia puesto que ayudan a conocer el estado en el que se encuentra la empresa (Arango, Ruiz, Ortiz, & Zapata, 2017).

En el marco ecuatoriano, los indicadores de gestión han sido manifiestos en la última década en todas las organizaciones públicas y privadas, dado que existe un control de lo que se realiza cada año, contribuyendo al crecimiento de las organizaciones (Romero, Campuzano, & Chávez, 2018).

Ecuador es un país rico en biodiversidad, se encuentra entre los primeros países productores y exportadores de banano a nivel mundial, la exportación que realizan constituye al 32% del comercio mundial de banano, y el 3,84% del PIB (producto interno bruto) (Martínez, Lapo Calderón, Pérez Rodríguez, & Zambrano Cabrera, 2015).

Es allí donde la implementación de las normas ISO son necesarias porque ayudan a que la organización mejore su participación en el mercado aumentando su rentabilidad mediante la satisfacción de las necesidades de los consumidores (Benzaquen & Perez, 2016).

El objetivo como tal de las normas ISO 9001:2015 es facilitar la integración de toda la organización, por lo cual ayudara al crecimiento continuo y al mejoramiento de sus procesos internos y externos (Sanchez & Montero, 2016).

## Según Norma ISO 9001:2015

*“Los beneficios potenciales para una organización de implementar un sistema de gestión de calidad basado en la Norma Internacional son.*

*Capacidad para proporcionar regularmente productos y servicios que satisfagan los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables;*

*Facilitar oportunidades de aumentar la satisfacción del cliente;*

*Abordar los riesgos y oportunidades asociadas con su contexto y objetivos; y*

*La capacidad de demostrar la conformidad con requisitos del sistema de gestión de la calidad especificados” (ISO, 2020).*

La empresa objeto de estudio es una asociación “XYZ” se orienta a la exportación e importación de banano, cuenta con 25 trabajadores, la empresa nace por el 2005, comenzó como una comercializadora de banano, contando con 10 productores; En el año 2013 llegaron a exportar banano, al presente año tienen 150 socios bananeros; en la actualidad comercializan el banano, lo exportan a diferentes partes del mundo; se vuelve una parte fundamental en la investigación que se está realizando, porque es la guía dentro de la estructura de una empresa, con los clientes que forman parte de ella.

La empresa XYZ realiza sus actividades con normalidad, pero carece de indicadores adecuados, que ayuden a evaluar los distintos procesos que se ejecutan en el área de comercialización, lo que genera el incumplimiento de las metas planteadas por el departamento y poder implementar acciones correctivas para su mejora; para lo cual se plantea como objetivo el de Evaluar los procesos del departamento de comercialización, establecidos en indicadores de gestión como medidores de desarrollo organizacional, para el incremento de las ventas establecidas en la empresa XYZ .

Las empresas bananeras tratan de manejarse de acuerdo a las demandas del mercado, por eso

la venta de la fruta debe contener una serie de requerimientos; buena tecnificación, calidad y como empresarios bananeros siempre se busca el modernizar y estar acorde a las normas que están en vigencia, tanto los indicadores de gestión como la norma ISO 9001:2015; lo que guiará a que se mantengan a la vanguardia de la tecnología y actualizados con los conocimientos para mejorar la calidad tanto del producto como de la empresa (Pardo & Novillo, 2016).

En las empresas deben existir diferentes pautas de acuerdo con las normas ISO: 9001:2015 Requisitos para los productos y servicios.

**Comunicación con el cliente:** como empresa deberán proporcionar información sobre productos y el servicio, será una guía para mejorar la comunicación con el cliente, se tratan las consultas, los pedidos en esto se debe incluir los cambios que existan, deben mantener una retroalimentación de los consumidores esto incluye las quejas que puedan existir (Parra, Pavon, Guerrero, & Paneque, 2016).

**Determinación de los requisitos para los productos y servicios:** se considera necesario para la empresa, cumplir con lo que ofrecen a sus consumidores, se debe considerar la forma física, sensorial, funcional, comportamiento, ergonómicas (Davalos, 2016).

**Según** (Fundacion universidad empresa, 2017) menciona que:

**Revisión de los requisitos para los productos y servicios:** En la empresa deben verificar con que volumen cuentan para poder ofrecer a los clientes el producto, tener un control de los socios y observar los días de corte de la fruta

**Cambios en los requisitos para los productos:** Ayuda a que si el producto se encuentra en mal estado verifican y así no se obtendrá pérdidas para la empresa.

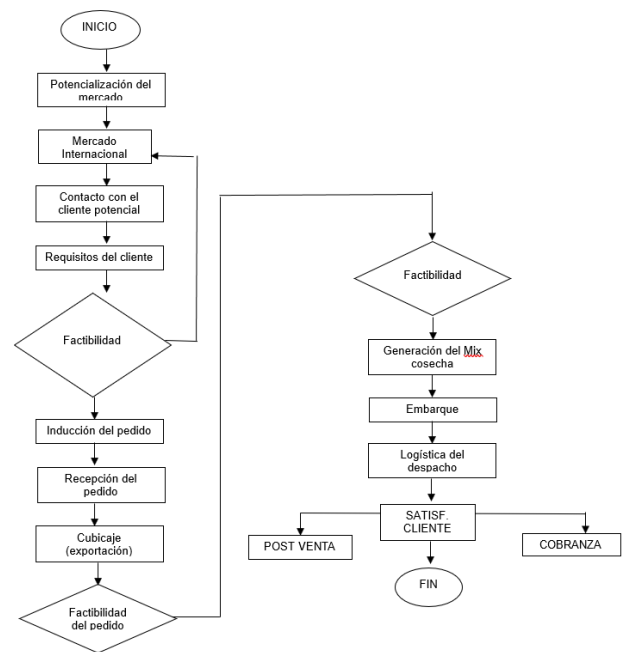


Figura 1. Flujograma de pedido

**Simbología**

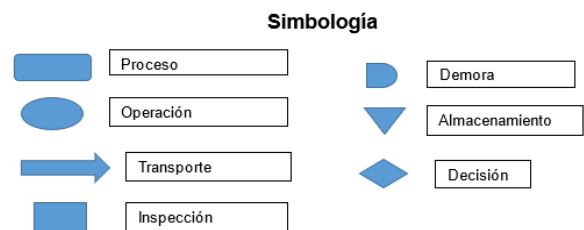


Tabla 1

Requisitos del cliente

ÍTEM	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES			
1	Inicio	X		
2	Entrevista con el cliente		X	
3	Interpretación (Diseño) de las necesidades		X	
4	Determinar la factibilidad del proyecto			X
5	Preparación de área de producción de nuevo producto			X
6	Prototipo		X	
7	FIN	X		

Tabla 2

Servicio post venta

ÍTEM	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES			
1	Inicio	X		
2	Comunicarse con el cliente		X	
3	Gestión y control del pedido		X	
4	Medir la satisfacción del producto			X
5	Medir la satisfacción del servicio			X
6	Incentivos mediante programas de fidelización		X	
7	FIN	X		

Tabla 3

Satisfacción del cliente

ÍTEM	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES			
1	Inicio	X		
2	Comunicación con el cliente		X	
3	Entrevista con el cliente		X	
4	Aplicación de instrumentos (encuesta)		X	
5	Cumplimiento de requisitos del producto.			X
6	Sugerencias de mejora			X
7	FIN	X		

Tabla 4

Proceso de pedido de cliente

ÍTEM	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES			
1	Inicio	X		
2	Comunicación del cliente		X	
3	Recepción del pedido		X	
4	Revisar disponibilidad del producto			X
5	Ingreso del pedido		X	
6	Transferencia de pedido a Hacienda			X
7	FIN	X		

## Indicadores

### Requisitos del cliente

Antes de aceptar un pedido de un cliente, se revisen los requisitos que en él se incluyen. Ya que se debe garantizar que la organización está capacitada para cumplirlos, y por tanto se requiere de una validación especial. Esta aprobación suele ser realizada por la Dirección General o Comercial, y hay diversas formas de hacerla según la forma de trabajar de cada empresa (ISO, 2020).

### Servicio post venta

Para satisfacer plenamente las necesidades del cliente es necesario comprender la percepción que éste tiene acerca del bien o servicio que recibe, tomando en consideración las expectativas expresadas como las no expresadas, pues esto implica una opinión de carácter subjetivo que en ocasiones no es enunciada por el cliente pero sin embargo si se consigue el cumplimiento de ambas, su percepción acerca del servicio puede ser siempre positiva (Toache, Hernández, & Mendoza, 2015).

### Satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente ayuda en la empresa, a verificar sus procesos que se están desarrollando, esto se da porque la empresa busca crecer y así tener más clientes, por lo cual necesitaran estar enmarcados en que sus normas de calidad estén en el mejor de los estándares, y así captar más mercado, con posibles clientes, socios potenciales para la empresa (Napolés, Tamayo, & Moreno, 2016).

### Proceso de pedido del cliente

El proceso del pedido del cliente es un elemento importante en el sistema de una empresa bananera, porque deben tener en cuenta el coste, la producción en algunos casos que el producto solicitado debe estar en stock; es así como lograran la puntualidad en la entrega del producto solicitado (Wakabayashi & Merzxtal, 2015).

## Cualitativo

En lo que respecta a lo cualitativo, en la empresa bananera la procedencia de datos que se realizan tiene como finalidad estar al cabo del detalle sobre el área financiera, de la empresa; el propósito de todo esto es hacer proyecciones y evaluaciones sobre el futuro económico de la misma (De la Cuesta, 2015).

## Cuantitativo

El enfoque cuantitativo dentro de la empresa se refiere a mediciones, mediante la técnica estadística para analizar los datos obtenidos,

## Ambiente laboral

Para el ambiente de trabajo tiene relación con la satisfacción que los empleados puedan tener para desarrollarse de una forma positiva, es decir se asemeja a un balance entre el trabajo y lo que el empleado pueda ser, pero sobre todo lo que la empresa pueda ofrecer (Pacheco, 2017). Entonces las actitudes que tengan el líder del grupo como los empleados influenciara bastante en el desarrollo de las labores preestablecidos, es decir debe haber un ambiente equilibrado y correcto (2018, pág. 52).

## Desarrollo organizacional

El desarrollo organizacional, esta estrategia sirve para mejorar a la empresa, modifica y desarrolla el personal para poder alcanzar la efectividad, las empresas requieren implementar el desarrollo organizacional y así alcanzar la misión y visión que se ha estructurado (Garbanzo, 2016).

## Satisfacción laboral

Podemos mencionar que uno de los indicadores en donde los empleadores deben trabajar es en la satisfacción laboral, recalando que es algo fundamental en las empresas. (Zayas, Baéz, Zayas, & Hernandez, 2015) Afirma "La satisfacción laboral ha sido una de las variables más estudiadas en el ámbito de la actividad laboral" (pág. 37) ". Este indicador me permite relacionar el conocimiento de los empleados que tienen, con referencia a la empresa en la que



laboran, percepciones, desempeño, incluso las normas a las que deben sujetarse; la satisfacción laboral influye directamente en la productividad de la organización, sabemos que si un empleado goza de varios beneficios, su desempeño será mejor, (Sanchez & Garcia, 2017).

### **Comercialización**

En las empresas es importante el manejo de la parte comercial, deben generar estrategias cumplir con normativas; La comercialización son los procesos que tiene la organización desde la producción del producto como la venta de este (Rizo, Villa, Vuelta, & Vargas, 2017).

### **Exportación**

Para La exportación se la conoce como la gestión de exportar un artículo o producto nacional; ayuda en la organización a elevar sus costos porque se generan ingresos (Baidal & Lopez, 2017).

### **Procesos**

Son labores que diseñan los manuales de entradas de un producto o servicio. Las organizaciones detallan todos sus procesos, no en todas se encuentran distintas reconocidos. Los procesos demandan de pasos a seguir para un mejor funcionamiento (Carriel, 2018).

### **Servicio al cliente**

El servicio al cliente es el que brinda una organización mediante un servicio o productos para satisfacer las necesidades y deseos, el cliente es la estrella de una empresa el cual nos lleva a tener éxito y la lealtad del cliente si obtiene una satisfacción de parte de la organización. (Salazar Yopez & Cabrera Vallejo, 2016).

### **Eficiencia**

La eficiencia además de redundar en las utilidades de una empresa también contribuye a la superación del personal, desarrollo y progreso del individuo, de la empresa y su entorno. Del análisis de este indicador, se desprende que no puede ser considerado ninguno de ellos de

forma independiente, ya que cada uno brinda una medición parcial de los resultados. Es por ello por lo que deben ser considerados como un sistema al medir la gestión de la organización. (García Guilianny, y otros, 2019).

### **Eficacia**

La eficacia valora el impacto de lo que se hace, del producto o servicio que se presta. No basta con producir el 100% de efectividad el servicio o producto fijado, tanto en cantidad y calidad, sino que es necesario que el mismo sea el adecuado; aquel que logrará realmente satisfacer al cliente o impactar en el mercado. Con la eficacia, se busca armonizar la organización con las condiciones externas. De acuerdo con esto, la eficacia reconoce e interpreta las condiciones dentro de las cuales opera la organización y establece lo que es correcto hacer con miras a adecuar su actuación a las condiciones del entorno (García Guilianny, y otros, 2019).

### **Método**

La presente investigación se realizó en el departamento de Comercialización de la empresa Bananera, la cual está representada por un grupo exportador que tienen a su cargo varias fincas y a su vez cuenta con un número significativo de asociados, más o menos 7,500 hectáreas de cultivo para banano de exportación con diferentes procesos.

De acuerdo con la investigación que se realizó, esta nos permitió indagar sobre los indicadores de gestión organizacional, se fundamentó de manera científica con la epistemología del estudio realizado, mediante la investigación de revistas científicas, así mismo mediante la exploración de la empresa Bananera. La manera como se obtiene y valoran; es revisando los datos de indicadores con fórmulas planteadas que explican si existe o no el cumplimiento de los objetivos antes planteados, por lo cual el diseño de tablas nos ayudó a obtener de manera rápida la comprobación del cumplimiento de los indicadores antes mencionados.

### **Fuente de datos en la investigación.**

Se observó y analizo, el proceso de actividades bajo indicadores en el departamento de comercialización. Luego se procedió a verificar si cumplen con los objetivos y metas previamente planteados. La ficha de observación ayudo a verificar, las metas, eficiencia, eficacia y calidad de los procesos que realizan en la empresa bananera; del mismo modo, ventajosos para realizar el análisis y evaluación de los indicadores de gestión. Con la observación directa, se pudo contrastar los indicadores que inciden directamente en la parte comercial de la empresa bananera, la cual mediante la siguiente ficha que analizaremos podremos ver ciertos datos que ayudara a conocer a la sociedad en la cual hemos aplicado la investigación.

Tabla 5

#### Ficha de observación directa

<b>Propósito:</b> Proceso de actividades bajo indicadores en el departamento de comercialización	<b>Lugar:</b> Asociación 3 de junio en la Provincia de El Oro
<b>Inciso:</b> Desempeño Laboral	<b>Investigador:</b> Rentería Damaris – Gamboa Karen
<b>Hora de inicio:</b> 9:45 am	<b>Investigados:</b> departamento de comercialización
<b>Hora final:</b> 15:45 pm	<b>Fecha de observación:</b> 01 de septiembre del 2020
<b>Descripción:</b> En el departamento de comercialización se realizan 4 procesos, cada proceso tiene su descripción de actividades: requisitos del cliente, servicio post venta, satisfacción del cliente, procesos de pedido de cliente.	
<b>Análisis:</b> Descripción de los procesos de comercialización	
<b>Asunto:</b> Evaluar los indicadores de gestión organizacional mediante las normas ISO:9001:2015	

Teniendo en cuenta los procesos del departamento de Comercialización, se evalúa por actividad los siguientes indicadores.

#### Indicador de requisito del cliente

Total de requisitos de clientes esperados / total de requisitos de clientes confirmados; cumpliendo el 100% de requisitos de cliente

#### Indicador de servicio post venta

Total de servicios post venta esperados / total de servicios post venta contactados; cumpliendo

con el 100% de servicio post-venta

#### Indicador satisfacción del cliente

Para el indicador se utilizó la fórmula:

Total de clientes satisfechos esperados / total de clientes satisfechos con la empresa; cumpliendo el 100% de satisfacción del cliente.

#### Indicador proceso de pedido de cliente

Para el indicador se utilizó la fórmula:

Total de pedidos esperados /total de pedidos realizados; cumpliendo con el 100% del proceso de pedido de cliente.

#### Sistema de categorización en el análisis de datos

Para el análisis de caso de indicadores de gestión como medidores del cumplimiento del desarrollo organizacional de la empresa bananera; la cual nos ayudamos en la recolección de datos mediante la ficha de observación, lo que permite evaluar los indicadores del departamento de comercialización de la siguiente manera:



Tabla 6

Indicador de Requisito del cliente

Meta	Fórmula	Eficacia	Eficiencia	Calidad
95%	Total de requisitos de clientes esperados / total de requisitos de clientes confirmados) * 100	El proceso de comercialización es eficaz dado que del 100%, se alcanzó un 95%, se cumplen con los requisitos	El proceso de comercialización es eficiente dado que del 100%, se alcanzó un 95%, es decir que de 150 clientes a 143 se les cumplen con los requisitos	El proceso de comercialización cumple del 100% un 95% al momento de cumplir con los requisitos del cliente, dando una buena imagen de la empresa

Tabla 7: Indicador Servicio post venta.

Meta	Fórmula	Eficacia	Eficiencia	Calidad
95%	Total de servicios post venta esperados / total de servicios post venta contactados) *100%	El proceso de comercialización es eficaz dado que del 100%, se alcanzó un 95% de servicio post venta	El proceso de comercialización es eficiente dado que del 100%, se alcanzó un 95%, es decir que de 150 clientes 143 fueron contactados para un servicio post venta	Atienden a las necesidades, internas de la empresa; pero el servicio no está siendo bien retribuido, del 100% un 95% ha sido contactado luego de su compra.

Tabla 8

Indicador satisfacción del cliente

Meta	Fórmula	Eficacia	Eficiencia	Calidad
95%	(Total de clientes satisfechos esperados / total de clientes satisfechos con la empresa) *100	El proceso de comercialización es eficaz dado que el 100% alcanzo un 95% de cumplimiento, de los socios que forman parte de la empresa 143 están satisfechos.	El proceso de comercialización es eficiente porque del 100% cumple con la meta del 95% de clientes satisfechos; en la empresa son 150 socios y 143 socios están satisfechos con la atención que reciben, más de mitad de socios inmersos en la empresa bananera.	Atienden a las necesidades, internas de la empresa; pero el servicio no está siendo bien retribuido, del 100% un 95% está satisfecho.

Tabla 9

Indicador proceso de pedido de cliente.

Meta	Fórmula	Eficacia	Eficiencia	Calidad
95%	(Total de pedidos esperados /total de pedidos realizados) *100	El proceso de comercialización es eficaz dado que de un 100% proceso cumplimiento pedido de cliente, considerando que la meta es de 95%.	El proceso de comercialización es eficiente porque del 100% cumple con un 95%, dentro del proceso de pedido de producto, el pedido lo realizan dentro de los días establecidos que cada hacienda realiza su proceso, cada 8 o 15; Cumplen con la meta.	El proceso de comercialización cumple del 100% un 95% en proceso de pedido de cliente, el tiempo lo hacen dentro de los días requeridos.

## Resultados

Para obtener la concerniente información, se solicita acceso a la persona encargada del departamento de comercialización: Empresa Bananera El Oro, en los documentos requeridos se encuentra el proceso que realiza la organización, de acuerdo con el desarrollo que realizan en el departamento de comercialización.

El indicador "requisitos del cliente" la empresa es eficaz y eficiente ya que del 100%, cumple con el 95% de lo requerido; no obstante, se trata de mejorar para el futuro.

El indicador "servicios post-venta" para lo que referente a la comercialización es eficaz y eficiente ya que atienden a las necesidades internas de la empresa; pero el servicio no está siendo bien retribuido, del 100% un 95% ha sido contactado luego de su compra.

El indicador de Gestión "satisfacción del cliente" se identificó que el proceso es eficaz, eficiente, porque cumple con la meta del 100%; en cuanto a la calidad no cumple porque existe una meta del 95%, existen ciertas vicisitudes internas que deben atender.

Por último, el indicador "proceso de pedido de cliente" observamos que el proceso es eficaz, eficiente; cumple con la meta del 95%, con respecto a la calidad cumple con el 95% en el proceso de pedido de cliente, la empresa bananera se encarga de tener los pedidos listos dentro de los días requeridos.

## Discusión

La implementación de los indicadores de gestión establecidos en el departamento de comercialización fue necesario medir la eficacia y eficiencia de los procesos que desarrolla la empresa bananera, también observar si existe dentro de la empresa Normas ISO; sin embargo, constatamos que no cuenta con dichas normas.

La empresa bananera como tal posee indicadores de gestión, pero estos no son evaluados (estandarizados). Conoce la importancia de la aplicación de procesos conforme a un Sistema

de Gestión de Calidad, pero no cuenta con las Normas ISO 9001:2015. Sus controles tienden a no cumplirse en óptimas condiciones, no se realizan auditorias de forma constante lo que ocasiona que sus actividades no sean eficientes y eficaces.

La bananera Asociación" XYZ", a pesar de que es una empresa prestigiosa e importante para el desarrollo del cantón, sin embargo, esta organización agrícola debe de contar con estándares, que permitan a la empresa utilizar sus recursos de forma óptima generándole mayores beneficios. (Topanta & Calvacho, 2020).

Podemos mencionar de acuerdo con los indicadores de gestión sobre la satisfacción del cliente y el proceso de pedido de cliente tienen falencias. Existen 7 socios que no son muy recurrente por lo cual se determina que la empresa no alcanza a cubrir por completo las expectativas de sus clientes, como se lo observa en la tabla 8 y 9; existe otro motivo por el cual se evidencia una disminución de los clientes ocasionada por el cambio de temporada climática que disminuye la producción del banano, sin embargo eso es imposible de evitarlo, por lo que es de suma importancia centrarse en alcanzar una mayor satisfacción de los clientes mediante la mejora de su Sistema de Gestión de Calidad.

## Referencias bibliográficas

Arango, M. D., Ruiz, S., Ortiz, L. F., & Zapata, J. A. (2017). Indicadores de desempeño para empresas del sector logístico: Un enfoque desde el transporte de carga terrestre. *Ingeniare. Revista Chilena de Ingeniería*, 25(4), 707-720. Recuperado el 18 de Septiembre de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/772/77254022014.pdf>

Baidal, C., & Lopez, I. (Mayo de 2017). ERTIFICACIÓN DE CALIDAD EN EL DESARROLLO DE LA. *TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO*, 151. Guayaquil. Recuperado el 18 de Septiembre de 2020, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/18286/1/TRABAJO%20DE%20TITULACION%20IVETTE%20>

LOPEZ%20Y%20JEANPIERRE%20  
BAIDAL%202017.pdf

pdf/440/44043204005.pdf

Benzaquen, J., & Perez, M. (Septiembre-diciembre de 2016). El ISO 9001 y TQM en las empresas de Ecuador. *Journal of Globalization, Competitiveness & Governability / Revista de Globalización Competitividad y Gobernabilidad / Revista de Globalização, Competitividade e Governabilidade*, 10(3), 153-176. Recuperado el 18 de Septiembre de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/5118/511854477006.pdf>

García Guiliany, J., CAZALLO Antúnez, A., BARRAGAN Morales, C. E., MERCADO Zapata, M., OLARTE Durán, L., & MEZA Rodríguez, V. (2019). Indicadores de Eficacia y Eficiencia en la gestión de procura de materiales en empresas del sector construcción del Departamento del Atlántico, Colombia. *Revista Espacios*, 40(22), 16. Recuperado el octubre de 2020, de <http://www.revistaespacios.com/a19v40n22/a19v40n22p16.pdf>

Carriel. (Febrero de 2018). Sistema de gestión y control de la calidad: Norma ISO 9001:2015. *Revista científica mundo de la investigación y el conocimiento*, 2(1), 625-644. Recuperado el 22 de octubre de 2020

ISO. (08 de 09 de 2020). *iso.org*. Obtenido de iso.org: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9001:ed-5:v1:es>

Davalos, L. (05 de 2016). <https://labcalidad.files.wordpress.com/>. Recuperado el 6 de septiembre de 2020, de <https://labcalidad.files.wordpress.com/>: <https://labcalidad.files.wordpress.com/2016/05/punto-8-2-2-al-8-2-4.pdf>

Martínez, O., Lapo Calderón, B., Pérez Rodríguez, J., & Zambrano Cabrera. (2015). Mecanismo de gelatinización del almidón nativo de banano exportable del Ecuador. *Revista Colombiana de Química*, 44(2), 16-21. Recuperado el 18 de Septiembre de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/3090/309044127003.pdf>

De la Cuesta, C. (Julio{Septiembre de 2015). LA CALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA: DE EVALUARLA A LOGRARLA. *Texto Contexto Enferm*, 24(3), 883-90. Recuperado el 19 de Septiembre de 2020, de [https://www.scielo.br/pdf/tce/v24n3/es\\_0104-0707-tce-24-03-00883.pdf](https://www.scielo.br/pdf/tce/v24n3/es_0104-0707-tce-24-03-00883.pdf)

Napoles, L., Tamayo, P., & Moreno, M. (2016). Medición y mejora de la satisfacción del cliente interno en instituciones universitarias. *Ciencias Holguín*, 22(2), 1-16. Recuperado el 19 de Septiembre de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/1815/181545579003.pdf>

Fundacion universidad empresa, r. m. (Marzo de 2017). Manual de calidad. Recuperado el 6 de Septiembre de 2020, de [www.enaes.es](http://www.enaes.es): [https://www.enaes.es/sites/default/files/sites/default/files/imagenes-editor/manual\\_calidad.pdf](https://www.enaes.es/sites/default/files/sites/default/files/imagenes-editor/manual_calidad.pdf)

Pacheco, A. (2017). Ambiente de trabajo: Una evaluación de riesgos psicosociales y carga de trabajo mental en agentes de tránsito. *Revista de la Universidad Industrial de Santander*, 49(4), 567-576. Recuperado el 19 de Septiembre de 2020, de <http://www.scielo.org.co/pdf/suis/v49n4/0121-0807-suis-49-04-00567.pdf>

Garbanzo, G. (2016). Desarrollo organizacional y los procesos de cambio en las instituciones educativas, un reto de la gestión de la educación. *Educación*, 40(1), 67-87. Recuperado el 18 de Septiembre de 2020, de <https://www.redalyc.org/>

Pardo, C., & Novillo, E. (2016). Proceso de control de calidad para el banano de exportación en finca bananera. *Revista observatorio de la economía latinoamericana*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2020, de <https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2016/>

finca-bananera.html

- Parra, L., Pavon, Y., Guerrero, Y., & Paneque, J. (Julio-Septiembre de 2016). Procedimiento de un sistema de comunicación para la gestión de calidad. *Ciencias Holguín*, 22(3), 1-17. Recuperado el 6 de Septiembre de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/1815/181546432007.pdf>
- Rizo, M., Villa, B., Vuelta, D., & Vargas, B. (2017). ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN PARA LA GESTIÓN DE VENTAS EN EL MERCADO AGROPECUARIO ESTATAL FERREIRO DE SANTIAGO DE CUBA. *Ciencia en su PC*(4), 91-102. Recuperado el 18 de Septiembre de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/1813/181353794007.pdf>
- Romero, W., Campuzano, J., & Chávez, G. (2018). INDICADORES DE CUMPLIMIENTO ORGANIZACIONAL ISO 9001:2008 EN EMPRESAS BANANERAS ECUATORIANAS: CASO AUSUR S.A. *Revista ECA Sinergia. Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. U.T.M.*, 9(1), 47-59. Recuperado el 18 de Septiembre de 2020, de [https://www.researchgate.net/publication/326107155\\_INDICADORES\\_DE\\_CUMPLIMIENTO\\_ORGANIZACIONAL\\_ISO\\_90012008\\_EN\\_EMPRESAS\\_BANANERAS\\_ECUATORIANAS\\_CASO\\_AUSUR\\_SA](https://www.researchgate.net/publication/326107155_INDICADORES_DE_CUMPLIMIENTO_ORGANIZACIONAL_ISO_90012008_EN_EMPRESAS_BANANERAS_ECUATORIANAS_CASO_AUSUR_SA)
- Salazar Yepez, W., & Cabrera Vallejo, M. (2016). Diagnosticó de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo - Ecuador. *Industrial Data*, 19(2), 13-20. Recuperado el 18 de Septiembre de 2020, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81649428003>
- Sanchez, M., & Garcia, M. (Junio de 2017). Satisfacción Laboral en los Entornos de Trabajo. Una exploración cualitativa para su estudio. *Scientia Et Technica*, 22(2), 161-166. Recuperado el 18 de Septiembre de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/849/84953103007.pdf>
- Sanchez, R., & Montero, T. (21 de Septiembre de 2016). Proyecto de Implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001:2015 en la Empresa Pinatar Arena Football Center S.L. 1-131. (O. Rodriguez, Ed.) Cartagena. Recuperado el 18 de Septiembre de 2020, de <https://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/5818/tfg-san-pro.pdf?sequence=1>
- Toache, M. G., Hernández, M. Y., & Mendoza, G. V. (2015). Aseguramiento de la calidad en el departamento de post-venta de una marca francesa de automóvil. *Pistas educativas*, 35(111), 144-153. Recuperado el octubre de 2020, de <http://itcelaya.edu.mx/ojs/index.php/pistas/article/view/363>
- Topanta, K., & Calvacho, J. (2020). plicación de la Norma ISO 9001:2015 en Instituciones de Educación Superior (IES). Caso de estudio, Instituto Superior Tecnológico ISMAC. *593 Digital publisher*, 5(3), 150-163. Recuperado el 10 de octubre de 2020, de [https://www.593dp.com/index.php/593\\_Digital\\_Publisher/article/view/210/447](https://www.593dp.com/index.php/593_Digital_Publisher/article/view/210/447)
- Wakabayashi, J., & Merzxtal, J. (15 de Noviembre de 2015). Directrices para la implementación de un modelo de gestión de la relación con el cliente en el sector industrial: caso DAMERA. *El sevier*, 31, 455-462. Recuperado el 19 de Septiembre de 2020, de <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v31n137/v31n137a11.pdf>
- Zayas, P., Baéz, R., Zayas, J., & Hernandez, M. (diciembre de 2015). CAUSAS DE LA SATISFACCIÓN LABORAL EN UNA ORGANIZACIÓN COMERCIALIZADORA MAYORISTA. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, XXIII(2), 35-51. Recuperado el 18 de Septiembre de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/909/90943601004.pdf>