

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tema:

"SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD EN LOS SERVICIOS Y SU INCIDENCIA EN LAS VENTAS DE LA COMPANIA "GERIZIM CIA. LTDA." DE LA CIUDAD DE AMBATO"

Disertación de grado previo a la obtención del título de Ingeniera Comercial con mención en Administración de la Productividad

Línea de Investigación:

Calidad, Productividad, Eficiencia y/o Competitividad.

Autora:

VERÓNICA ELIZABETH SILVA SALINAS

Director:

ING. RAMIRO PATRICIO CARVAJAL LARENAS, DR.

Ambato – Ecuador

Enero 2015

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE AMBATO

HOJA DE APROBACIÓN

Tema:

"SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD EN LOS SERVICIOS Y SU INCIDENCIA EN LAS VENTAS DE LA COMPANIA "GERIZIM CIA LTDA" DE LA CIUDAD DE AMBATO"

Línea de Investigación:

Calidad, Productividad, Eficiencia y/o Competitividad.

Autora:

VERÓNICA ELIZABETH SILVA SALINAS

Ramiro Patricio Carvajal Larenas, Dr.
CALIFICADOR f._____

Eduardo Javier Gutiérrez Zambrano, MBA.
CALIFICADOR f._____

Miguel Augusto Torres Almeida, Mg.
CALIFICADOR f. _____

Andrea del Carmen González Bucheli, MBA.
DIRECTORADE LA ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS f. _____

Hugo Rogelio Altamirano Villarroel, Dr.
SECRETARIO GENERAL PUCESA f. _____

Ambato – Ecuador

Enero 2015

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo, Verónica Elizabeth Silva Salinas portadora de cédula de ciudadanía Nº 1803531027 declaro que los resultados obtenidos en la investigación que presento como informe final, previo la obtención del título de Ingeniera Comercial con mención en Administración de la Productividad son absolutamente originales, auténticos y personales.

En tal virtud, declaro que el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden del trabajo propuesto de investigación y luego de la redacción de este documento son y serán de mi sola y exclusiva responsabilidad legal y académica.

Verónica Elizabeth Silva Salinas

C.I .180353102-7

AGRADECIMIENTO

Mi gratitud al Doctor Patricio Carvajal, quien con sus valiosos conocimientos, enseñanzas, consejos y apreciable asesoría, ha aportado grandes beneficios para la realización de este trabajo.

Mi agradecimiento a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato, a la Escuela de Administración de Empresas, a la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, en especial al Economista Juan José Carrillo y al Ingeniero Danilo Luna por brindarme la oportunidad y confianza de culminar el presente estudio.

Mi profundo agradecimiento a Javier Pazmiño (Javu) por su inmensurable apoyo, bondad, confianza y a su distinguida familia por toda su ayuda. Eternamente agradecida, Dios los bendiga.

A Carmencita por todo el cariño, consejos, colaboración, gracias por el privilegio de conocerla y aprender que la prosperidad hace amistades y la adversidad las prueba.

A mis amigas Ara, Diani, Cris, Gaby, Marita, Peque, por nuestra hermosa amistad y continuar juntas en cada etapa de nuestras vidas.

A Verito y Marquito por su calidad humana y profesional, a Vane, Pao, Arturito, Gonza, por su amistad, disposición y ayuda desinteresada.

Agradezco a cada una de las personas que de una u otra manera han contribuido para que este trabajo se lleve a cabo con éxito. Mil gracias

Verónica Elizabeth Silva Salinas

(Morocha)

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado principalmente a Dios que con su infinito amor, nos da la fuerza para salir adelante y siempre tiene un propósito para nuestras vidas.

A mis padres por su entrega para darnos la mejor herencia la educación, porque han formado todo lo que soy, sus principios, valores, perseverancia son el regalo más valioso.

A mi madre por todo su sacrificio, por ser un ejemplo de mujer, de superación, de entrega abnegada a sus hijos.

A mi hermano Javier por ser mi compañero, amigo.

A Don Carlos por su presencia y ayuda en mis estudios.

A mi familia por su amor y nuestro ángel Papi Micho que nos cuida y protege.

Verónica Elizabeth Silva Salinas

(Morocha)

RESUMEN

El presente trabajo de investigación cuyo tema es: "Sistema de gestión de la calidad en los servicios y su incidencia en las ventas de la Compañía "GERIZIM CIA. LTDA", tiene como finalidad analizar como incide la carencia de un sistema de Gestión de la Calidad en el volumen de ventas de la compañía. El enfoque de la investigación es cualitativo, cuya modalidad básica se apoya en una investigación documental bibliográfica y de campo, y el nivel o tipo de investigación es exploratoria, correlacional y descriptiva. Las técnicas utilizadas son: la observación con su instrumento la ficha de observación, la encuesta con su instrumento el cuestionario y la entrevista. Mediante los resultados obtenidos se estableció las conclusiones y recomendaciones que implican la elaboración de un SGC como alternativa de solución a los problemas detectados. La propuesta de la elaboración de un Sistema de Gestión de Calidad en el que se define misión, visión y objetivos de calidad, además de realizar el manual de calidad con los procedimientos estandarizados y necesarios para mejorar la calidad, tiene como propósito describir la estructura, operación, medición y mejoramiento continuo de la compañía.

ABSTRACT

The present research work, “Services Quality Management System and his influence in the sales of the company: “GERIZIM CIA LTDA.” is aimed to analyze what the influence of the lack of a Services Quality Management System in the volume of sales of the company is.

The approach of the research is mainly qualitative; the basic methodology used is based on field and documentary research and the level or type of investigation is exploratory co relational and descriptive. The techniques that were used are: observation with an observation card, a survey with the instruments of collecting data: a questionnaire and an interview.

After obtaining the results we provided conclusions and recommendations that advice the development of a Quality Management System as an alternative to solve the problems that the company is facing.

The proposal of developing a Quality Management System which will have the company’s mission, vision and quality objectives and the development of the quality manual with all the necessary and standardized processes to improve the quality is aimed to describe the structure, operation, measurement and permanent improvement of the company.

TABLA DE CONTENIDOS

PRELIMINARES
HOJA DE APROBACIÓN ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD iii
AGRADECIMIENTO iv
DEDICATORIA v
RESUMEN vi
ABSTRACT vii
TABLA DE CONTENIDOS viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS xi
INTRODUCCIÓN 1
CAPÍTULO I 4
1. PROBLEMA 4
1.1 Tema 4
1.2 Planteamiento del problema 4
1.2.1 Contextualización 4
1.2.2 Análisis Crítico 8
1.2.3 Prognosis 10
1.2.4 Formulación del Problema 11
1.2.5 Preguntas Directrices 11
1.2.6 Delimitación del objeto de la investigación 12
1.3 Justificación 12
1.4 Objetivos 15
1.4.1 Objetivo General 15
1.4.2 Objetivos Específicos 15
CAPÍTULO II 16
2. MARCO TEÓRICO 16
2.1 Antecedentes investigativos 16
2.2 Fundamentación filosófica 19
2.3 Fundamentación legal 20
2.4 Categorías fundamentales 21
2.4.1 Sistema de gestión de la calidad 24
2.4.1.1 Servicio 24
2.4.1.2 Servicio al cliente 24
2.4.1.3 Calidad de servicio 25
2.4.1.4 Función calidad 27
2.4.1.5 Gestión de la calidad 28
2.4.1.5.1 Principios del sistema de gestión de la calidad 28

2.4.1.6 Norma ISO-9001:2008 31
2.4.1.7 Sistema de gestión de la calidad 34
2.4.1.8 Responsabilidad de la Dirección 38
2.4.1.9 Gestión de Recursos 40
2.4.1.10 Realización del Producto (servicio) 40
2.4.1.11 Medición, análisis y mejora 41
2.4.2 Ventas. 43
2.4.2.1 Objetivos de ventas. 44
2.4.2.2 Administración de Ventas. 45
2.4.2.3 Técnicas de ventas 46
2.4.2.4 Canales de venta 47
2.4.2.5 Elementos de la venta. 49
2.4.2.6 Estrategias de ventas 50
2.4.2.6.1 Ejemplos de estrategias 50
2.4.2.7 Productividad en las ventas 53
2.4.2.7.1 Las cuatro dimensiones de la productividad en las ventas 54
2.4.2.7.1.1 Visión y estrategia de mercadeo. 54
2.4.2.7.1.2 Composición y eficacia de la fuerza de ventas. 55
2.4.2.7.1.3 Sistemas y control de ventas 56
2.4.2.7.1.4 Eficacia de la primera línea 57
2.4.2.8 Niveles de satisfacción 59
2.5 Hipótesis 61
2.6 Señalamiento de variables 61
CAPÍTULO III 62
3. MARCO METODOLÓGICO 62
3.1 Enfoque de la investigación 62
3.2 Modalidad de la investigación 62
3.3 Tipo de investigación 64
3.4 Población y muestra 65
3.5 Operacionalización de variables 67
3.6 Recolección de información 69
3.7 Procesamiento y análisis de la información 69
CAPÍTULO IV 71
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS 71
4.1 Análisis e interpretación de resultados de la encuesta realizada a los clientes externos de la compañía GERIZIM CIA. LTDA., de la ciudad de Ambato 71
4.2 Análisis e interpretación de resultados de la entrevista realizada al personal de la compañía GERIZIM CIA. LTDA., de la ciudad de Ambato. 86
CAPÍTULO V 90
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 90

5.1 Conclusiones 90
5.2 Recomendaciones 93
CAPITULO VI 96
6. PROPUESTA 96
6.1 Tema 96
6.1.1 Datos informativos 96
6.2 Antecedentes de la propuesta 97
6.3 Justificación 98
6.4 Objetivos 100
6.4.1 Objetivo General 100
6.4.2 Objetivos específicos 100
6.5 Análisis de factibilidad 101
6.6 Fundamentación teórica 104
6.6.1 Objeto y campo de aplicación 105
6.6.2 Referencias normativas 106
6.6.3 Términos y definiciones 106
6.6.4 Sistema de gestión de la calidad 106
6.6.5 Responsabilidad de la dirección 109
6.6.6 Gestión de los recursos 112
6.6.7 Realización del producto 114
6.6.8 Medición, análisis y mejora 125
6.7 Metodología modelo operativo 130
6.7.1 Sistema de gestión de la calidad, bajo estándares de la norma ISO-9001:2008 130
6.7.2 Presupuesto de la Propuesta 191
6.7.3 Cronograma de la Propuesta 192
6.8 PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN 193
BIBLIOGRAFÍA 194
ANEXOS 196

TABLA DE GRÁFICOS

GRÁFICOS

Gráfico N° 1.1: Árbol de Problemas 10
Gráfico N° 2.1: Variable X 22
Gráfico N° 2.2: Variable Y 23
Gráfico N° 2.3: Principios del Sistema de Gestion de la Calidad 31
Gráfico N° 2.4: Sistema de gestión de la calidad 42
Gráfico N° 4.1: Frecuencia del uso del servicio 72
Gráfico N° 4.2: Frecuencia de compra por producto 73
Gráfico N° 4.3: Cumplimiento de expectativas de calidad 75
Gráfico N° 4.4: Cumplimiento de expectativas 77
Gráfico N° 4.5: Satisfacción De Necesidades 79
Gráfico N° 4.6: Atributos de la compañía 81
Gráfico N° 4.7: Manera de atención del personal 83
Gráfico N° 4.8: Mejoramiento del servicio 85
Gráfico N° 6.1: Portada Manual de Calidad bajo Estándares de la Norma ISO-9001:2008 "GERIZIM CIA. LTDA." 139
Gráfico N° 6.2: Mapa de Procesos Gerizim Cía. Ltda. 146

TABLAS

Tabla N° 2.1: Contenido de la Norma ISO-9001:2008 33
Tabla N° 3.1: Matriz de operacionalización variable independiente 67
Tabla N° 3.2: Matriz de operacionalización variable dependiente 68
Tabla N° 3.3: Técnicas de investigación 69
Tabla N° 4.1: Frecuencia del uso del servicio 71
Tabla N° 4.2: Frecuencia de compra por producto 73
Tabla N° 4.3: Cumplimiento de expectativas de calidad 75
Tabla N° 4.4: Calificación del servicio ofertado 77
Tabla N° 4.5: Satisfacción de necesidades 79
Tabla N° 4.6: Atributos de la compañía 81
Tabla N° 4.7: Manera de atención del personal 83
Tabla N° 4.8: Mejoramiento del servicio 85
Tabla N° 6.1: Presupuesto de la Propuesta 192
Tabla N° 6.2: Cronograma de la Propuesta 192
Tabla N° 6.3: Matriz de Monitoreo y Evaluación de la Propuesta 193

INTRODUCCIÓN

La compañía “GERIZIM CIA. LTDA” se encuentra legalmente establecida en la zona centro de la ciudad de Ambato, en las calles Marcos Montalvo s/n y Pablo Neruda, parroquia Huachi Chico Provincia de Tungurahua; su actividad principal es la producción y comercialización de ropa interior para dama y caballero.

La compañía se encuentra operando en el mercado hace 16 años, en sus inicios como un pequeño negocio de compra y venta al por menor, debido a la creciente demanda de los productos y el cambio de los enfoques comerciales se constituyó como compañía en el año 2010.

La compañía “GERIZIM CIA. LTDA”, se encuentra legalmente establecida y aprobada por la Superintendencia de Compañías mediante Resolución N° 238 y su ingreso el 21 de julio del año 2010.

Actualmente, cuenta con 396 clientes representativos, la compañía en su búsqueda de posicionarse en el mercado ha incursionado en el creciente sector textil de la comercialización de prendas íntimas, tanto en la línea masculina como femenina; con productos tales como: tangas, pantis, cacheteros, braceares, bóxeres, calzoncillos, BVds.

El crecimiento que la compañía ha tenido en los últimos años ha sido gratificante para sus accionistas, ya que paulatinamente van alcanzando un mayor número de clientes, sin embargo, por el alto índice de competencia en este negocio, es necesario que la misma busque alternativas de mejora continua, para trabajar bajo procesos

estandarizados, los mismos que permitirán optimizar recursos, mejorando la productividad de la compañía y de este modo alcance la satisfacción de las necesidades de los clientes, y por ende que los niveles de venta se vayan incrementando.

El diseño de un SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD (SGC) en la empresa "GERIZIM CIA LTDA", es una decisión primordial para la administración, debido a las necesidades existentes en el mercado; la implantación de un SGC contribuirá en el mejoramiento del proceso de comercialización, proporcionando un servicio de calidad, que permita saber que quiere el cliente, enfocar el servicio en estas necesidades, saber cómo lo recibió y hacer los cambios necesarios para mejorar dicho servicio.

La compañía al definir sus sistemas y los procesos contenidos dentro de ellos, le permitirá obtener los datos e información necesaria, para establecer indicadores de medición, que permitirán llevar un mejor control y la posibilidad de evaluar la mejora de la gestión empresarial sobre una base continua.

Por ello, la implementación de un sistema de gestión de calidad en la compañía basada en la norma ISO 9001:2008, permitirá conocer la evolución de la demanda empresarial; así como, establecer herramientas de gestión que ayuden a conseguir mejoras y resultados visibles.

El presente trabajo investigativo constituye una guía valiosa para quienes cumplen la gerencia de empresas textiles, que buscan siempre estrategias para alcanzar la calidad, que les garantice el éxito en un mundo altamente competitivo.

CAPÍTULO I. EL PROBLEMA, contiene: Contextualización, Definición del Problema, Delimitación del Tema, Preguntas Básicas, Justificación, Objetivos.

CAPÍTULO II, MARCO TEÓRICO, contiene: Antecedentes Investigativos y Fundamentación Teórica.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA, contiene: Enfoque, Modalidad de Investigación, Nivel o Tipo de Investigación, Técnicas e Instrumentos de Recopilación de Información, Población y Muestra.

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS, consta de: Entrevista dirigida a los Clientes Internos; y una Encuesta dirigida a los Clientes Externos, de la empresa "GERIZIM CIA LTDA".

CAPÍTULO V. en este capítulo se establece las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO VI. PROPUESTA, en este capítulo encontramos el sistema de Sistema de Gestión de la Calidad.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA

1.1 Tema

Sistema de Gestión de la Calidad en los servicios y su incidencia en el volumen de ventas de la compañía “GERIZIM CIA. LTDA”, de la ciudad dad de Ambato.

1.2 Planteamiento del problema

¿Cómo incide la falta de un Sistema de Gestión de la Calidad en el volumen de ventas, de la Compañía “GERIZIM CIA. LTDA”, de la ciudad de Ambato?

1.2.1 Contextualización

En el ámbito empresarial a nivel mundial, se viene generando un proceso de mejoramiento continuo; por lo que, las empresas buscan modelos de negocios eficientes, que les permita ser competitivos dentro del mercado.

En los últimos años el termino calidad ha sido muy utilizado y discutidos por los empresarios, pero realmente poco aplicado. Las complicaciones concernientes a la eficacia y eficiencia en la calidad se presentan diariamente en los negocios, es por eso que en la actualidad las empresas buscan la manera de implantar un conjunto de

normas, políticas, infraestructura, accesos y una correcta administración que establezcan procedimientos a seguir para mejorar y alcanzar los objetivos propuestos.

Todas estas complicaciones han dado origen a la elaboración de una serie de normas por el Organismo Internacional de Normalización (ISO), que han sido adoptadas por un gran número de países y han servido para la construcción de los sistemas de gestión de la calidad de sus empresas cuyo objetivo es brindar soluciones que cumplan tanto con exigencias comerciales y sociales efectivas para enfrentar la globalización y capitalizar sus esfuerzos.

La importancia de esta normativa es establecer un sistema permanente que detecte e identifique problemas, busque y elimine sus causas, permitiendo asegurar que no vuelvan a ocurrir. El enfoque en la calidad, no solo proporciona beneficios para la empresa, clientes, sino también es un factor influyente para la administración en la toma de decisiones.

El sistema de gestión de la calidad, es una estructura usada tanto en el sector público como privado que busca mejorar la productividad, tanto de la empresa como de la persona, alcanzando altos niveles de calidad tanto en los productos y servicios provistos por las organizaciones.

La industria textil de nuestro país se ha convertido en una actividad muy importante que ha contribuido a generar empleo, activando el desarrollo socioeconómico del Ecuador.

Nuestro país no es la excepción, para que las empresas ya sean grandes o medianas busquen asesoría en lo concerniente a la Gestión de la Calidad. Uno de los principales organismos reguladores que emiten la certificación de la calidad en Ecuador es el ICONTEC (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación). La finalidad de este organismo, es la creación de normas técnicas y la certificación de normas de calidad para empresas y actividades profesionales. ICONTEC es el representante de la Organización Internacional para la Estandarización (ISO).

Las normas técnicas desarrolladas por ICONTEC, son el resultado consolidado de investigaciones científicas y tecnológicas, que recogen las experiencias nacionales e internacionales, concluyendo los criterios más convenientes en la ejecución de una amplia gama de procesos industriales, profesionales y sociales.

El principal objetivo de un documento técnico, es garantizar beneficios óptimos para los consumidores y la comunidad en general. En la Provincia de Tungurahua, uno de los sectores que se ha desarrollado a través de los años, es el textil, ya que se ha registrado un incremento en la demanda, aspecto que ocasiona un impacto en las inversiones del sector; promoviendo la necesidad de un cambio hacia una nueva visión de gestión con calidad.

Los Sistemas de Gestión de Calidad, ayudan a estandarizar los procesos, optimizar las operaciones; y mejorar los servicios, haciendo que el modelo de gestión empresarial sea eficiente y eficaz, incidiendo en el crecimiento de las ventas,

generando una mejor rentabilidad que permitirá tener mayores ventajas competitivas en el sector textil.

La empresa textil GERIZIMIN CÍA. LTDA, se dedica a la comercialización de ropa íntima de dama y caballero, la misma no cuenta con un sistema de gestión de calidad, que le permita mejorar el proceso productivo, optimizando recursos; por lo que, no tiene un crecimiento económico en los últimos años.

La inexistencia de un sistema de gestión de calidad, repercute en funcionamiento satisfactorio de la empresa, así como en los niveles de rentabilidad; por lo que, la implementación del mismo ayudará a descubrir las necesidades y exigencias del mercado competitivo y, de esta manera poder aumentar el grado de satisfacción de los clientes tanto en producto como en el servicio, influyendo positivamente en el incremento de las ventas.

La compañía "GERIZIM CIA. LTDA", se encuentra legalmente establecida y aprobada por la Superintendencia de Compañías mediante Resolución N° 238 y su ingreso el 21 de julio del año 2010; cuya junta de accionistas designo como Presidente de la compañía a la Ingeniera Molina Rivadeneira Adela Elizabeth y como Gerente al Doctor Beltrán Narváez Diego Javier.

Actualmente cuenta con 396 clientes representativos, la compañía en su búsqueda de posicionarse en el mercado ha incursionado en el creciente sector textil de la comercialización de ropa íntima, tanto en la línea masculina como femenina; con

productos tales como: tangas, pantis, cacheteros, braceares, bóxeres, calzoncillos, BVD´s.

La compañía “GERIZIM CIA. LTDA”, se encuentra legalmente establecida en la zona centro de la ciudad de Ambato, en las calles Marcos Montalvo s/n y Pablo Neruda, parroquia Huachi Chico, Provincia de Tungurahua.

Uno de los problemas que se suscita en la Compañía “GERIZIM CIA. LTDA”, es que no existe un sistema de Gestión de la Calidad, lo que incide directamente en el nivel de ventas, dado que al trabajar bajo parámetros de un sistema, se alcanzará a mejorar la productividad comercial de la compañía y así cumplir con los objetos de venta establecidos.

1.2.2 Análisis Crítico

Los factores económicos, políticos, sociales y la falta de innovación en los procesos, hacen que el mercado sea cada vez más competitivo, de ahí surge la necesidad de que toda empresa busque liderar el mercado, basándose en la calidad de los productos y servicios lo que permitirá alcanzar un mejor posicionamiento.

Las empresas están tratando de acogerse a un Sistema de Gestión de la Calidad ya que ayuda a generar una cultura enfocada hacia el mejoramiento continuo, permitiendo contar con la estructura necesaria para poder alcanzar la certificación, esto constituye un beneficio tanto de imagen de los productos y servicios, como un correcto manejo de la gestión de la organización, aumento de los beneficios

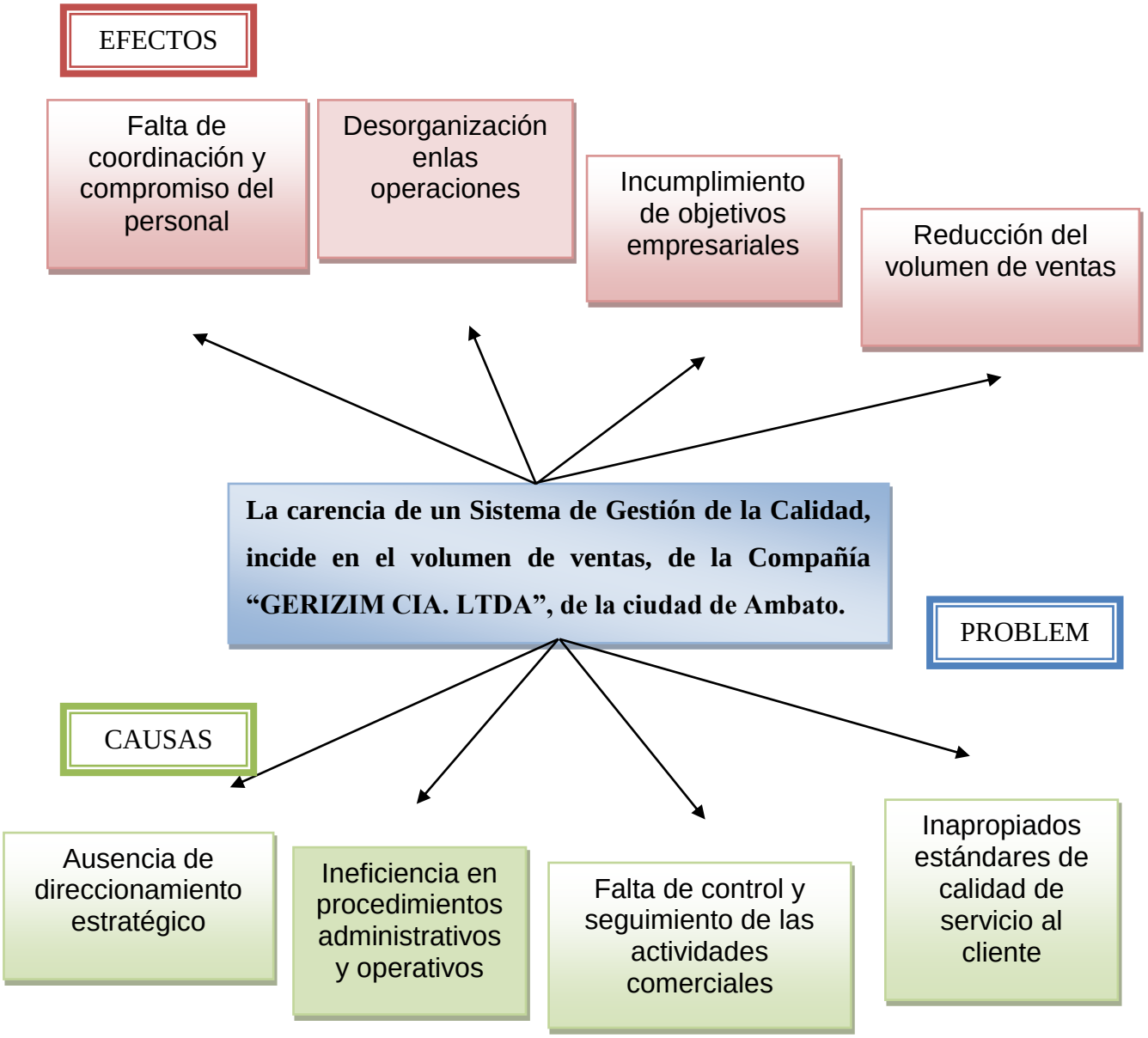
económicos y la normalización de los procesos para la eliminación de errores, permitiendo entregar un servicio de calidad enfatizados en la satisfacción del cliente.

La importancia de la problemática se sustenta en que la empresa, no cuenta con un sistema de gestión de calidad que promueva no solo mejores volúmenes de venta; sino también, integración y participación en el mercado, lo cual ha sido ocasionado en primer lugar, porque no se cuenta con un direccionamiento estratégico, por la ausencia de liderazgo y trabajo en equipo, reflejado en el incumplimiento de los objetivos y las metas empresariales, en segundo lugar se presenta desorganización interna en procedimientos administrativos y operativos, esto se refleja en la insatisfacción de las necesidades del cliente.

Finalmente, se observa que el deficiente clima organizacional en las áreas de trabajo, debido a la falta de compromiso del personal, incide en la productividad de la empresa frente a sus competidores.

A continuación, se presenta el árbol de problemas con causas y efectos.

Gráfico N° 1.1 Árbol de Problemas



Elaborado: SILVA, Verónica (2014).

1.2.3 Prognosis

Al no tomar en cuenta los factores que se desarrollan en el ambiente laboral, hace que las empresas se manejen empíricamente y no alcancen óptimos niveles de desempeño. Tanto a nivel internacional como nacional las empresas se direccionan

hacia la mejora continua, ofreciendo valor agregado, que les permita conseguir la tan anhelada certificación de calidad.

En el mercado competitivo en el que se desenvuelven las empresas, se ha visto la necesidad de establecer un cambio de modelo administrativo, basado en un modelo de Sistema de Gestión de Calidad, que permita enfrentar las fuerzas del entorno de una manera integral, basado en una estructura organizacional que promueva dinamismo en el mercado; lo cual, afectará el volumen de ventas y el crecimiento en la productividad, competitividad y rentabilidad de la compañía.

Si no se encaminan todos los esfuerzos hacia una mejora continua que permita cumplir con los objetivos empresariales y exigencias del cliente, se podrán ver afectados los márgenes de ingresos de la compañía, lo que afectará su posicionamiento en el mercado y podría derivar en un cierre de sus operaciones.

1.2.4 Formulación del Problema

¿Cómo incide la carencia de un Sistema de Gestión de la Calidad, en el volumen de ventas, de la Compañía “GERIZIM CIA. LTDA.”, de la ciudad de Ambato?

1.2.5 Preguntas Directrices

¿Qué factores se deben analizar antes de la elaboración de un sistema de Gestión de la calidad, para incrementar el volumen de ventas?

¿Qué tipo de norma de estandarización, es la más adecuada para lograr mayor satisfacción en los clientes, con lo que alcanzaremos fidelización y aumento de cartera de clientes?

¿Cuál es el correcto diseño de un Sistema de Gestión de la Calidad, que permita incrementar el volumen de ventas, basados en el mejoramiento de la productividad y en la calidad del servicio?

1.2.6 Delimitación del objeto de la investigación

Delimitación de contenido:

Campo: Administración

Área: Gestión de la Calidad

Aspecto: Servicio al Cliente

Delimitación Espacial:

Compañía “GERIZIM CIA. LTDA.”, de la ciudad de Ambato.

Delimitación Temporal: Marzo - Agosto 2014

1.3 Justificación

La importancia de implementar un Sistema de Gestión de la Calidad, ya sea para los productos o servicios de una empresa, radica en el hecho de que sirve de plataforma para desarrollar desde el interior de la organización un conjunto de actividades, procesos y procedimientos, encaminados a lograr que las características presentes, tanto en el producto como en el servicio cumplan con los requisitos exigidos por el

cliente; es decir, sea de calidad. Estos parámetros de calidad ofrecerán mayor oportunidad de que los productos o servicios sean adquiridos por el cliente, logrando y/o aumentando el porcentaje de ventas planificado por la empresa.

La calidad es el eje central para competir en el largo plazo y que a través de una certificación se constituirá en un elemento generador de confianza en las relaciones cliente – proveedor.

El presente estudio busca el desarrollo institucional a partir del análisis de problemas dentro de la organización, que inicie con una evaluación de: fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en el ambiente interno y externo; tomando como punto de partida la planificación y gestión como causales de competitividad y proponiendo soluciones que corrijan los problemas y potencialicen aquellos que están por buen camino, permitiendo que la empresa funcione en sincronía.

La realización del diseño de un Sistema de Gestión de la Calidad, permitirá que la compañía mejore la ejecución de sus actividades, cuyos resultados se verán reflejados en la optimización de tiempos y recursos, de todo tipo de gestión dentro de la organización, contribuyendo así a disponer de una administración eficiente y a la satisfacción total del cliente.

La adopción de un sistema de gestión de calidad, permitirá además tener un mayor nivel de competencia, mayor comprometimiento con los diferentes procesos, definición de objetivos, determinación de indicadores que permitirán mejorar

continuamente, evitar desperdicios, tener una óptima comercialización a costos muy bajos para obtener réditos altos.

El objetivo de instaurar un Sistema de Gestión de Calidad en la empresa GEREZIM Cía. Ltda., que permita mejorar el servicio, radica en que el proceso comercial se encuentra desorganizado en todas sus estructuras, tanto en sus procesos, recursos, estrategias, documentos, estructura organizacional; motivo por el cual, el nivel de ventas de la misma se ve afectado, lo cual, no permite lograr los objetivos empresariales, la rentabilidad y la inversión en el mercado.

Este trabajo de investigación, pretende dar a los directivos herramientas necesarias para ejecutar adecuadamente el proceso de comercialización de sus productos. Se podrá redefinir sus estrategias competitivas, a través de una efectiva dirección estratégica que tenga como enfoque principal, el cumplimiento de las expectativas del cliente y la fidelización del mismo.

El Sistema de Gestión de Calidad que se aplicará en el proceso comercial, permitirá la reorganización de las operaciones administrativas, una apropiada coordinación con el personal, definición de estándares, establecimiento de procedimientos y documentación, acciones que ayudarán a brindar un servicio al cliente eficiente y de calidad.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

- Determinar cómo incide la carencia de un Sistema de Gestión de la Calidad, en el volumen de ventas, de la Compañía GERIZIM CIA. LTDA.” de la ciudad de Ambato.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Analizar el proceso de ventas de la compañía GERIZIM CIA. LTDA.”, mediante la aplicación de una entrevista a los clientes internos, para determinar la productividad, con el afán de incluir parámetros específicos en el Sistema de Gestión de la Calidad.

- Medir el nivel de la satisfacción actual, de los clientes externos de la compañía GERIZIM CIA. LTDA.”, mediante la aplicación de una encuesta, para determinar los factores relevantes que deberán incluir el Sistema de Gestión de la Calidad.

- Proponer el diseño de un Sistema de Gestión de la Calidad, bajo estándares de la norma ISO-9001:2008, para incrementar el volumen de ventas de la Compañía GERIZIM CIA. LTDA.”, de la ciudad de Ambato.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes investigativos

Luego de la revisión de los informes de investigación, se presenta los siguientes antecedentes investigativos:

En el trabajo de investigación realizado por **HOLGUIN, C. (2011),** con el tema "Diseño de un sistema de calidad en la empresa CALZALONA para el cumplimiento de los estándares de calidad exigidos por Plasticaucho Industrial S.A", Escuela de Administración de Empresas; Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato, quien llego a las siguientes conclusiones:

- La Empresa CALZALONA, suministrará a los clientes productos y servicios de alta calidad al menor costo posible.
- Se cubrirá en todas las secciones y/o departamentos control de calidad y tácticas para motivar a todo el personal de la empresa para que trabaje activamente en la búsqueda de la calidad.
- Con la adaptación de un Sistema de Gestión de Calidad en la Empresa CALZALONA, se cumplirá los estándares de calidad para garantizar la calidad de sus productos y servicios.

- Mayor satisfacción de los clientes, mayor participación en el mercado, mayor satisfacción de los accionistas, mejora de la producción, mayor satisfacción del personal, reducción de costos, mejor relación con los proveedores.
- Actividad industrial en condiciones de competitividad en el mercado internacional por medio de Plasticaucho Industrial S.A., generando el desarrollo del país, que se traduce en beneficios para toda la sociedad.

Por otro lado, el trabajo investigativo de **MEJIA, F. (2005),** con el tema "**Diseño de un Sistema de Gestión de Calidad para la empresa de Confecciones "PINTO S.A."**.Facultad de Ciencias de la Ingeniería, Escuela de Ingeniería Textil; Universidad Tecnológica Equinoccial quien llego a las siguientes conclusiones:

- El sistema de gestión de calidad, asegura la implementación del 100% de documentación a la empresa Pinto S.A., ya sea manual de calidad, políticas, objetivo de calidad y procedimientos, necesario para un mejoramiento continuo.
- Todos los procesos productivos optimizados logran estándares de calidad que permiten a la organizaciones mantenerse en mejor nivel frente a la competencia Nacional e Internacional.
- Las auditorías internas deben de ser controladas rigurosamente para analizar posibles falencias que puedan ocasionar incremento en la no conformidad del cliente y de la empresa.
- La responsabilidad y el grado de interés por parte de la alta gerencia, empieza desde el desarrollo de procedimientos e instrucciones de trabajo que pueda ser implementado cuando existan los recursos financieros, humanos,

tecnológicos necesarios para cumplir adecuadamente con los objetivos del Sistema desarrollado en este estudio.

- El Manual de Calidad realizado en este proyecto de investigación, será una guía de trabajo para cada una de las personas responsables del Sistema de Gestión de Calidad, el mismo que les instruirá, fortalecerá, el compromiso cliente-empresa, de esta manera se logra engrandecer sus conocimientos empíricos en técnicas de trabajo adecuado.
- Los círculos de calidad que pueden efectuarse con este sistema, conseguirán que el trabajo proceda a ser en equipo, manteniendo reglas que ayuden a optimizar los métodos de trabajo.

En el Ecuador al momento son pocas empresas del sector textil que han alcanzado la certificación ISO 9001-2008; por lo que, al ser este un mercado en crecimiento obliga a los empresarios a fijarse como objetivo primordial la aplicación de sistemas de gestión de calidad que les permita encaminarse hacia la certificación.

Textiles La Escala, Enkador son unas de las pocas empresas que al momento han logrado obtener la certificación ISO 9001-2008. La empresa "Textil San Pedro" que ha alcanzado prestigio y trayectoria en la producción y comercialización de productos textiles, tiene como misión crear valor para sus clientes, accionistas, trabajadores y para el país, transformando con eficiencia sus productos en moda con innovadores acabados, textiles, manteniendo la tradición de estar siempre a la vanguardia en calidad y tecnología, con una gestión empresarial sólida, transparente y socialmente responsable; por otra parte, tiene como visión ser una empresa líder basada en su solidez, experiencia, servicio e innovación, con infraestructura

moderna, alta tecnología y personal capacitado, buscando el reconocimiento a nivel mundial por su calidad, protegiendo al medio ambiente y contribuyendo al bienestar de sus trabajadores y el desarrollo del país; recalcando en su política de calidad que es brindar productos de alta calidad, a través de procesos eficientes con tecnología de punta y respeto al medio ambiente.

Buscando la satisfacción del cliente, promoviendo políticas de mejoramiento continuo basados en la honradez y la actitud mental positiva, motivando al personal para conseguir un ambiente de trabajo agradable, además de su bienestar. Textiles San Pedro, tiene una trayectoria de permanencia en el mercado ecuatoriano de 60 años, en el año 1989 inicio el gran desafío de exportar a países con alto índice de calidad, como: Alemania Colombia y Chile, al momento cuenta con marcas registradas como Springfield, Renattta, Feeling, BuonGiorno, Di Pietro, Matisse, Alouette, Stalin Royal, al ser una de las empresas más importantes del sector textil en el Ecuador; actualmente, se encuentra en el proceso de obtener la certificación ISO 9001-2008, lo que le ayudará a alcanzar sus objetivos empresariales bajo el cumplimiento de políticas y procesos bajo estándares de calidad, permitiéndoles ser más competitivos a nivel nacional e internacional.

2.2 Fundamentación filosófica

El presente trabajo investigativo se fundamenta en un enfoque critico-propositivo, el mismo que se caracteriza por su enfoque en el análisis de la problemática de la situación actual de la compañía, utilizando sustentos científicos que permitan realizar una propuesta que genere cambios, y ayude a dar solución al problema.

2.3 Fundamentación legal

La ejecución de la presente investigación se sustenta en la Constitución Política de la República del Ecuador; Registro Oficial No. 225 Junio 30 de 2010 No. 058-2010 en donde EL DIRECTORIO DEL INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACION da a conocer que de conformidad con lo dispuesto en el artículo 52 de la Constitución Política de la República del Ecuador, las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La CONCAL (Consejo Nacional de la Calidad) SISTEMA ECUATORIANO DE LA CALIDAD; Considerando que, a partir del 22 de febrero de 2007, se encuentra en vigencia la Ley No. 2007-76, del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, promulgada en el suplemento del Registro Oficial No. 026., manifiesta que los productos y/o servicios que el consumidor acceda deben ser de calidad, que no afecten a la integridad del consumidor y que cumplan con las expectativas del mismo.

LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR, Sección 3ª DE LOS CONSUMIDORES, Control de Calidad. Art. 18.- ENTREGA DEL BIEN O PRESTACION DEL SERVICIO.- Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, tarifa, costo de reposición u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento.

Art. 66.-Normas Técnicas.- El control de calidad se realizará de conformidad con las normas técnicas establecidas por el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN), entidad que también se encarga de su control sin perjuicio de la participación de los demás organismos gubernamentales competentes. De comprobarse técnicamente una defectuosa calidad de dichos bienes y servicios, el INEN no permitirá su comercialización; para esta comprobación técnica actuara en coordinación con los diferentes organismos especializados públicos o privados, quienes prestaran obligatoriamente sus servicios y colaboración.

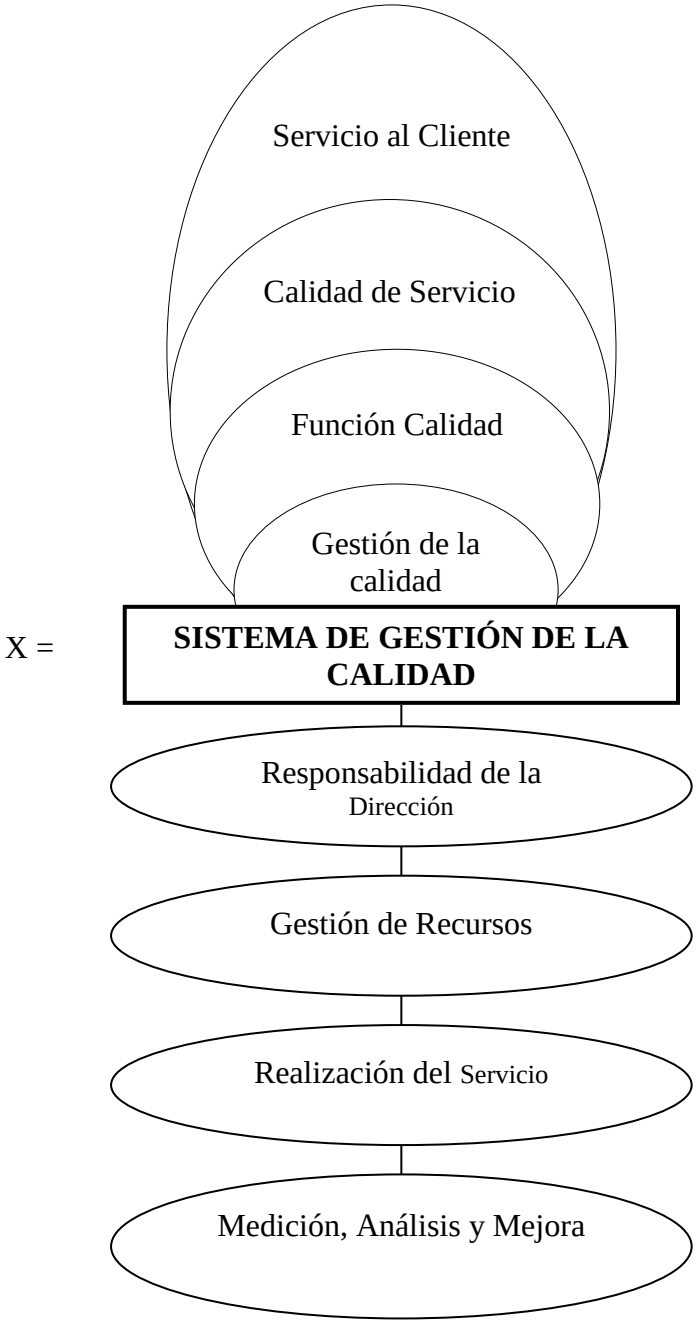
LEY ORGÁNICA DEL SISTEMA ECUATORIANO DE LA CALIDAD, TITULO VI, DEL DESARROLLO Y LA PROMOCIÓN DELA CALIDAD, Artículo 49.- Del desarrollo y la promoción de la calidad.- El Estado Ecuatoriano propicia el desarrollo y la promoción de la calidad y de la productividad y el mejoramiento continuo en todas las organizaciones públicas y privadas, mediante la concientización y la capacitación en los principios y valores de la calidad.

2.4 Categorías fundamentales

X = Sistema de Gestión de la Calidad

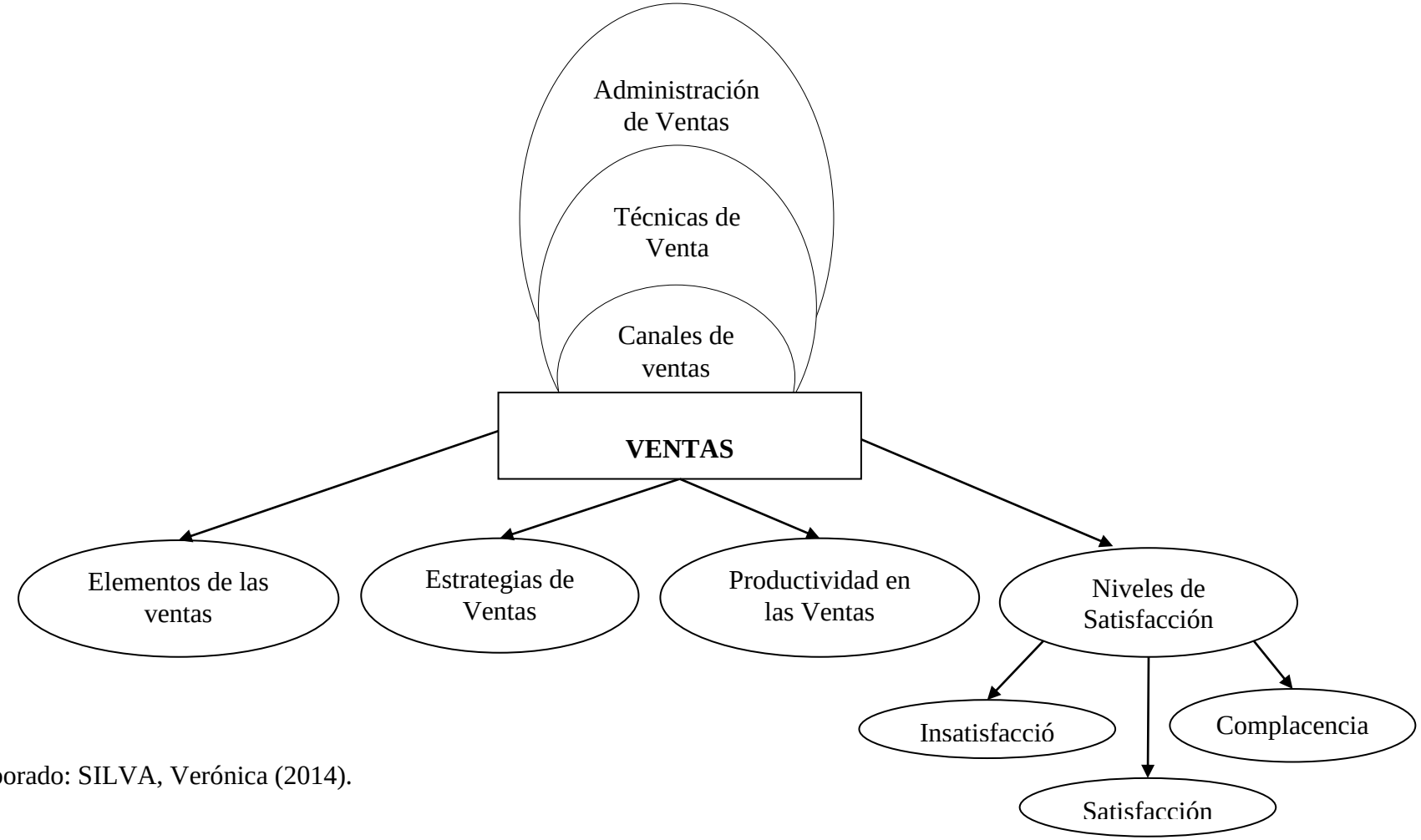
Y= Ventas

Gráfico N° 2.1 Variable X



Elaborado: SILVA, Verónica (2014).

Gráfico N° 2.2 Variable Y



Elaborado: SILVA, Verónica (2014).

2.4.1 Sistema de gestión de la calidad

2.4.1.1 Servicio

“El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además de las procedentes del producto, como consecuencia del precio, la imagen y a veces la marca” (Berlinches A., 2008, p.51).

Según Olvera I. &Scherer O.

> El servicio es una actividad humana que se caracteriza por: ofrecer tiempo, habilidades y conocimientos en beneficio de los demás. Escuchar con atención a los demás, buscar una solución a sus problemas, dar una sonrisa, saludar y ayudar. El servicio y la atención atraen, satisfacen y retienen a los clientes. (2009, p.33)

2.4.1.2 Servicio al cliente

Para Domínguez H.

> Servicio al cliente significa proporcionar asistencia a los clientes, de tal forma que esto redunde en un mayor grado de satisfacción, y que además sea concordante con su objetivo. Por lo tanto, se fundamenta el servicio al cliente en la preocupación constante por las preferencia de los clientes, tanto en el nivel de la interacción con ellos, como en el diseño de los escenarios apropiados en los cuales se presta el servicio. (2006, p7)

Dentro de la definición de Servicio al Cliente encontramos que el servicio es una actividad o conjunto de actividades de naturaleza casi siempre intangible que se realiza a través de la interacción entre el cliente y el empleado y/o instalaciones físicas de servicio, con el objeto de satisfacerle un deseo o necesidad. (http://es.scribd.com/doc/233275935/Serv-Cliente-e-y-Terminologia)[Fecha de consulta: 17/04/2014; 19:58]

2.4.1.3 Calidad de servicio

"La calidad está dada por las características, atributos y tecnología del producto mismo; el aspecto de la calidad de la calidad del servicio está fuertemente influido porque tan eficazmente se coordinan y se aplican los diferentes recursos, áreas y departamentos" (Gutiérrez H., 2010, p18).

Domínguez H. manifiesta:

> Para que haya un buen servicio, adecuado y de calidad, el sistema o sistemas diseñados y establecidos en la organización tendrán que operar de manera viable y sostenida en el tiempo; pero con un nivel de desempeño que sea aceptado y reconocido por el cliente. Al cliente se le debe proporcionar el servicio en forma permanente y no interrumpido de acuerdo con sus necesidades; pero también al mismo tiempo deberá conservar las características iniciales, es decir sin deterioros en la prestación de esta. Este conjunto de cualidades y características que operan en manera integral, se debe considerar como la calidad del servicio ofrecido. (2006, p. 46).

Para Moreno M.

Agrupa diferentes percepciones de calidad dentro de cuatro categorías como:

- **Calidad como conformidad.-** es una idea que surge en el ámbito del taller y de la fábrica de manufacturas, siendo sus principales defensores Juran, Deming y Crosby. Éste concepto de calidad equivale a la no variabilidad de procesos y productos. Un inconveniente de esta definición de calidad, que puede ser aplicada a productos, servicios y procesos, es que se centra en la eficiencia pero no en la eficacia.
- **Calidad como satisfacción de las expectativas del cliente.-** la evolución de la gestión de la calidad da cada vez mayor importancia a la satisfacción de las expectativas de los clientes, en este sentido un producto o servicio será de calidad cuando satisfaga o exceda las dichas expectativas. Un inconveniente de esta definición de calidad, es que está basada en expectativas de clientes que son difíciles de detectar y medir, pues cada cliente puede tener un conjunto de expectativas distintas.
- **Calidad como valor de relación al precio.-** los autores que utilizan esta definición son entre otros: Abbott, Feigenbaum e Ishikawa, entienden que la noción de valor debe ser incluida en la definición de calidad, pues indican que tanto precio como calidad deben ser tomados en cuenta en un mercado competitivo. Un inconveniente de esta definición de calidad, es que los componentes del valor de un producto o un servicio, especialmente aquellos que forman parte de las preferencias del

consumidor, son difíciles de conocer, además de ser ésta una cuestión cambiante en función de las situaciones de mercado.

- **Calidad como excelencia.-** es un conjunto que permite y exige incorporar el compromiso de todos los integrantes de la organización.

En definitiva, un producto o un servicio son de calidad excelente cuando se aplica en su realización, los mejores componentes, la mejor gestión y la ejecución de procesos. (2001, pp. 8-12)

2.4.1.4 Función calidad

El Dr. Mizuno define el Despliegue de la Función de Calidad (QFD) como: "el despliegue paso a paso con el mayor detalle de las funciones que conforman sistemáticamente la calidad, con procedimientos objetivos, más que subjetivos" (Akao, 1993).

Son tres los objetivos que persigue el QFD:

- Dar prioridad a las necesidades expresadas y latentes de los clientes con respecto a un producto.
- Traducir esas necesidades en términos de características y especificaciones técnicas.
- Diseñar, producir y entregar un producto o servicio de calidad, centrándose en la satisfacción de los clientes.

(http://www.aiteco.com/qfd-despliegue-de-la-funcion-de-calidad/) [Fecha de consulta: 18/04/2014; 20:58]

2.4.1.5 Gestión de la calidad

Según Gutiérrez H. indica que:

> Sirve para conducir y operar una organización en forma exitosa, dirigiendo y controlando en forma sistemática y transparente, los principios de la gestión de la calidad pueden ser utilizados por la alta dirección con el fin de conducir a la organización hacia una mejora en el desempeño. (2010, p. 71)

Berlinches A. manifiesta:

> La gestión de la calidad es un factor imprescindible para la continuidad a largo plazo de una empresa. En unos mercados cada vez más competitivos en que los compradores demandan mejores productos, las empresas utilizan como argumento de venta la alta calidad de los mismos. Pero la calidad no surge por generación espontánea, sino que requiere un esfuerzo y dedicación continuados por parte de todas las personas que compone la empresa. (2008, p. 38)

2.4.1.5.1 Principios del sistema de gestión de la calidad

Según Berlinches A.

Un principio de gestión de la calidad es una pauta o convicción amplia y fundamental para guiar y dirigir una organización, encaminada a la mejora-continúa de las prestaciones por medio de centrarse en el cliente, a la vez que identifica las necesidades de todas las partes interesadas.

Se sustentan en ocho principios:

1. **Enfoque al cliente:** Las organizaciones dependen de sus clientes y, por lo tanto, deberían comprender las demandas actuales y futuras de sus clientes, satisfacer los requerimientos y esforzarse en rebasar sus expectativas.
2. **Liderazgo:** Los líderes son los que establecen la unidad en cuanto a los fines y el rumbo de la organización. Es conveniente que estos desarrollen y mantengan su entorno interno que permita que las personas puedan participar de forma plena en la consecución de los objetivos de la organización.
3. **Participación del personal:** Las personas que intervienen en todos los niveles de la organización constituyen la esencia de esta y su plena participación es lo q permite que sus capacidades sean aprovechadas en beneficio de la organización.
4. **Enfoque en el proceso:** El resultado esperado se consigue de forma más eficiente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso.

5. **Gestión basada en los sistemas:** La identificación, comprensión y gestión a modo de sistema de los procesos interrelacionados contribuyen a la eficacia y a la eficiencia de la organización a la hora de conseguir sus objetivos identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos.
6. **Mejora continua:** La mejora continua del funcionamiento global de la organización debería constituir unos objetivos permanentes de esta.
7. **Toma de decisiones basada en hechos:** Las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y la información.
8. **Relaciones mutuamente beneficiosas con los suministradores:** Una organización y sus suministradores mantienen independencia y una relación mutuamente beneficiosa sirve para aumentar la capacidad de ambas partes a la hora de aportar un valor añadido. (2008, pp. 10-11)

Gráfico N° 2.3 Principios del Sistema de Gestión de la Calidad



Fuente: (http://diariodeungerente.blogspot.com/2011/01/los-ocho-principios-de-gestion-de.html) [Fecha de consulta: 20/04/2014; 20:00]

2.4.1.6 Norma ISO-9001:2008

Gutiérrez H., indica:

> Que por el trabajo que implica y por los beneficios que puede traer un buen SGC, la decisión de implantarlo debe ser una decisión estratégica de la organización.
>
> El diseño y la implementación del SGC de una organización están influidos por aspectos como:
>
> a) El entorno de la organización, los cambios en ese entorno y los riesgos asociados con ese entorno.

b) Sus necesidades cambiantes.

c) Sus objetivos particulares.

d) Los productos que proporciona.

e) Los procesos que emplea.

f) Su tamaño y la estructura de la organización.

Desarrollar un SGC que cumpla los requisitos de la norma ISO-9001 implica un esfuerzo considerable, pero a cambio de ello se tiene una serie de beneficios potenciales.

Algunos de ellos son un mayor enfoque hacia el cliente, una identificación de los procesos principales en los que se divide el sistema, una filosofía más de mejora y prevención que de detección, un sistema de acciones preventivas y correctivas para mejorar los resultados, una comunicación consistente dentro del proceso y entre usuarios, proveedores y clientes, un registro completo y un eficiente control de los documentos del sistema de gestión, una mayor facilidad de acceso a mercados y ventajas competitivas respecto a otras organizaciones que no tengan certificado su sistema de calidad. (2010, pp. 76-77)

Tabla N° 2.1. Contenido de la Norma ISO-9001:2008
1 Objeto y campo de aplicación
1.1 Generalidades
1.2 Aplicación
2 Referencias normativas
3 Términos y definiciones
4 Sistema de Gestión de la Calidad
4.1 Requisitos generales
4.2 Requisitos de la documentación
5 Responsabilidad de la dirección
5.1 Compromiso de la dirección
5.2 Enfoque al cliente
5.3 Política de la calidad
5.4 Planificación
5.5 Responsabilidad, autoridad y comunicación
5.6 Revisión por parte de la dirección
6 Gestión de los recursos
6.1 Provisión de recursos
6.2 Recursos humanos
6.3 Infraestructura
6.4 Ambiente de trabajo
7 Realización del producto
7.1 Planificación de la realización del producto
7.2 Procesos relacionados con el cliente
7.3 Diseño y desarrollo
7.4 Compras
7.5 Producción y prestación del servicio

7.6 Control de los equipos de seguimiento y de medición
8 Medición, análisis y mejora
8.1 Generalidades
8.2 Seguimiento y medición
8.3 Control del producto no conforme
8.4 Análisis de datos
8.5 Mejora

Fuente: Gutiérrez H. (2010, pp. 76-77)
Elaborado: Silva, Verónica (2014)

2.4.1.7 Sistema de gestión de la calidad

Para Berlinches A. define:

> Un sistema de la calidad es la estructura organizativa, las responsabilidades, los procedimientos, los procesos y los recursos necesarios para llevar a cabo la gestión de la calidad.
>
> La dirección deberá desarrollar, establecer e implantar un sistema de calidad con los medios necesarios para que puedan cumplirse las políticas y objetivos establecidos.
>
> Circunstancias externas a la empresa, tales como el desarrollo tecnológico, las mejoras en los métodos de la productividad, la mayor exigencia reglamentaria, normativa, etc., y los mayores conocimientos sobre la calidad de los productos que tiene los usuarios, o circunstancias internas tales como la competitividad o complejidad estructural, hacen necesaria que las empresas

implanten sistema de calidad que aglutinen todos los esfuerzos para conseguir los objetivos marcados. (2008, p. 7)

Gutiérrez H. puntualiza los requisitos que establece la norma ISO 9001-2008, estructurados según el siguiente esquema:

- **Requisitos Generales**

  La organización debe establecer, documentar, implementar, mantener y mejorar un SGC. Para ello, la organización debe:

  a) Determinar los procesos necesarios para el sistema de gestión de la calidad y su aplicación a través de la organización,

  b) Determinar la secuencia e interacción de estos procesos,

  c) Determinar los criterios y métodos necesarios para asegurarse de que tanto la operación como el control de estos procesos sean eficaces,

  d) Asegurarse de la disponibilidad de recursos e información necesarios para apoyar la operación y el seguimiento de estos procesos,

  e) Realizar el seguimiento, la medición – cuando sea aplicable – y el análisis de estos procesos,

  f) Implementar las acciones necesarias para alcanzar los resultados planificados y la mejora continua de estos procesos.

Además, la norma señala que cuando la organización opte por contratar externamente cualquier proceso que afecte la calidad del producto

(conformidad), debe asegurarse de controlar dichos procesos y tal control tiene que estar definido dentro del SGC.

- **Requisitos de la documentación**

  - **Generalidades**

    La norma establece que la documentación del SGC, debe incluir la política de la calidad y los objetivos de la calidad, un manual de la calidad, los procedimientos documentados y los registros requeridos por la misma norma, así como, los documentos, incluidos los registros que la organización determina necesarios para asegurar la eficacia de la planificación, la operación y el control de los procesos.

    En notas aclaratorias la norma, señala que el término procedimiento documentado significa que el procedimiento, sea: establecido, documentado, implementado y mantenido, y que la extensión de la documentación del SGC puede diferir de una organización a otra, debido a sus características y complejidad. Además de que la documentación, puede estar en cualquier formato o tipo de medio.

  - **Manual de la calidad**

Éste es el documento central que debe reflejar las características y los componentes principales del SGC. Es decir, aquí queda plasmado qué hace la organización para cumplir con los requisitos que exige la norma ISO-9001.

Por ello, la norma señala que el manual de calidad debe incluir:

a) El alcance del SGC, incluyendo los detalles y la justificación de cualquier exclusión ,
b) Los procedimientos documentados establecidos para el SGC, o referencia a los mismos,
c) Una descripción de la interacción entre los procesos del SGC.

- **Control de los documentos**

Los documentos requeridos por el SGC deben controlarse. Ya sabemos que los registros son un tipo especial de documento y deben controlarse de acuerdo con los requisitos.

De esta manera se debe establecer un procedimiento documentado que defina los controles necesarios para aprobar, revisar y actualizar los documentos y; que además, asegure la identificación de los cambios y el estado de la versión vigente de los documentos y que las versiones vigentes de los documentos estén disponibles en los puntos de uso, permanezcan legibles y fácilmente

identificables.

- **Control de los registros**

La norma textualmente señala: los registros establecidos para proporcionar evidencia de la conformidad con los requisitos, así como de la operación eficaz del sistema de gestión de la calidad, deben controlarse. La organización debe establecer un procedimiento documentado para definir los controles necesarios para la identificación, el almacenamiento, la protección, la recuperación, la retención y la disposición de los registros.

Los registros deben permanecer: legibles, fácilmente identificables y recuperables. (2010, Pp. 78-79)

2.4.1.8 Responsabilidad de la Dirección

"La alta dirección debe evidenciar su compromiso con el SGC. Debe apoyar permanentemente el desarrollo y mejora del mismo, mediante: definición y documentación de responsabilidades, compromisos y obligaciones de requerimientos y necesidades del cliente" (Berlinches A., 2008, p. 13).

Gutiérrez H., manifiesta:

Que todos los requisitos de la norma son importantes, pero éste es decisivo,

ya que en él se reflejan varios de los principios de la gestión de la calidad, y qué parte de la eficiencia y utilidad del SGC, radicará en el grado en el que la dirección cumpla con sus responsabilidades para con el SGC. El liderazgo, el compromiso y la participación activa de la alta dirección son esenciales para desarrollar y mantener un SGC eficaz y eficiente.

Para esto, se requiere de:

- Compromiso de la dirección
- Enfoque al cliente
- Política de la calidad
- Planificación
    - ✓ Objetivos de la calidad
    - ✓ Planificación del SGC
- Responsabilidad, autoridad y comunicación
    - ✓ Responsabilidad y autoridad
    - ✓ Representante de la dirección
    - ✓ Comunicación interna
- Revisión por parte de la dirección
    - ✓ Generalidades
    - ✓ Información para la revisión
    - ✓ Resultados de la revisión(2010, pp. 79-82)

2.4.1.9 Gestión de Recursos

Gutiérrez H.**,** indica que la Gestión de los recursos incluye:

- Provisión de recursos
- Recursos humanos
  - ✓ Generalidades
  - ✓ Competencia, toma de conciencia y formación
- Infraestructura
- Ambiente de trabajo. (2010, pp. 82-83)

2.4.1.10 Realización del Producto (servicio)

Gutiérrez H., describe que la realización del producto (servicio), incluye:

- Planificación de la realización del producto
- Procesos relacionados con el cliente
  - ✓ Determinación de los requisitos relacionados con el producto
  - ✓ Revisión de los requisitos relacionados con el producto
  - ✓ Comunicación con el cliente
- Diseño y desarrollo
  - ✓ Planificación del diseño y desarrollo
  - ✓ Elementos de entrada para el diseño y desarrollo
  - ✓ Resultados del diseño y desarrollo
  - ✓ Revisión del diseño y desarrollo

- ✓ Verificación del diseño y desarrollo
- ✓ Validación del diseño y desarrollo
- ✓ Control de los cambios del diseño y desarrollo

- Compras
  - ✓ Proceso de compras
  - ✓ Información de las compras
  - ✓ Verificación de los productos comprados

- Producción y prestación del servicio
  - ✓ Control de la producción y de la prestación del servicio
  - ✓ Validación de los procesos de la producción y de la prestación del servicio
  - ✓ Identificación y trazabilidad
  - ✓ Propiedad del cliente
  - ✓ Preservación del producto

- Control de los equipos de seguimiento y de medición. (2010, pp. 83-89)

2.4.1.11 Medición, análisis y mejora

Según Gutiérrez H.**,** la medición, análisis y mejora, incluye:

- Generalidades
- Seguimiento y medición
  - ✓ Satisfacción del cliente
  - ✓ Auditoría interna

- ✓ Seguimiento y medición de los procesos
- ✓ Seguimiento y medición del producto

- Control del producto no conforme
- Análisis de datos
- Mejora
  - ✓ Mejora continua
  - ✓ Acción correctiva
  - ✓ Acción preventiva. (2010, pp. 89-92)

El Gráfico #2.4 muestra el proceso de mejora continua del Sistema de la Calidad.

Gráfico N° 2.4 Sistema de gestión de la calidad



Fuente: (http://blogs/calidad-y-gestion/tag/software-para-gestion-de-calidad/) [Fecha de consulta: 20/04/2014; 22:38]

En la actualidad las empresas líderes están implantando la calidad como punto estratégico que les permita mejorar sus niveles de competitividad para no ser desplazadas por sus competidores en el amplio mercado comercial. Las normas ISO impulsan a las organizaciones a planear, controlar y mejorar todos aquellos elementos de administración que influyen en el cumplimiento de los requisitos del cliente, a través de la definición de procesos, procedimientos que contribuyen a mejorar la calidad de sus productos o servicios.

Es responsabilidad de las organizaciones apalancar todos sus esfuerzos en impulsar la mejora de la calidad en la gestión ya que los clientes la demanda y su futuro depende de ello.

2.4.2 Ventas.

"La venta es una acción que promueve un intercambio de productos y servicios" (Reid A., 2005, p.54).

"La venta es la capacidad del mercado para absorber las ventas de la empresa, calculado a partir de cuotas de mercado actuales y extrapolaciones" (Kuster I., 1980, p.5).

Define a la venta como: "La cesión de una mercancía mediante un precio convenido" (Romero R. 2007, p. 35).

El Diccionario de la Real Academia Española, define a la venta como: "La acción y efecto de vender. Cantidad de cosas que se venden. Contrato en virtud del cual, se transfiere a dominio ajeno una cosa propia por el precio pactado." En síntesis, la definición de venta enfoca la misma desde dos perspectivas diferentes: Una

perspectiva general, en el que la "venta" es la transferencia de algo (un producto, servicio, idea u otro) a un comprador mediante el pago de un precio convenido. (http://www.rae.es/) [Fecha de consulta: 20/04/2014; 21:06]

.

2.4.2.1 Objetivos de ventas.

Según López Ma. & Lobato F. determinan:

> Existen una infinidad de posibles objetivos y maneras de formularlos. Algunos son:
>
> - Primer objetivo (vender): Se pretende alcanzar un cierto volumen de ventas.
> - Segundo objetivo (obtener una cuota de mercado importante): El objetivo de ventas se formula como un porcentaje del mercado total.
> - Tercer objetivo (rentabilidad): Los objetivos por mercados y productos pueden definirse en términos de beneficios o de rentabilidad.
> - Cuarto objetivo (de imagen): El objetivo puede estar relacionado con la imagen de la empresa o del producto en un cierto mercado.
> - Quinto objetivo (de beneficios): Consiste en aplicar actuaciones sobre el productos que la empresa ofrece, tales como:
>
> ✓ Reducción de costes en la producción del producto.
>
> ✓ Perfeccionamiento del producto.
>
> ✓ Ampliación de las líneas de producto.
>
> ✓ Lanzamientos de productos nuevos.

Un jefe de ventas se fija objetivos y actuaciones del tipo siguiente:

- ✓ Necesidades y características de la clientela y como podrá atenderla.
- ✓ Equipo de ventas con el que cuenta, nivel profesional necesario.
- ✓ Estructura de comunicación, motivación, remuneración.
- ✓ Desarrollo de rutas y territorios, sistema de viajes y de gastos.
- ✓ Análisis para la disminución de costes y mejorar la rentabilidad.
- ✓ Forma de coordinación con el resto de la empresa. (2006, p. 37)

2.4.2.2 Administración de Ventas.

"La administración de ventas se define como el planeamiento, organización, dirección y control del programa comercial de todas las actividades de negocios que contribuyen al incremento de las ventas y sus beneficios" (Hernández S., 2012, p 33). Según Hartley R. menciona:

> La administración de ventas está interesada en el aspecto de la dirección del personal de ventas de las operaciones de mercadotecnia de una compañía. En términos de relaciones con el personal, esta responsabilidad va desde el reclutamiento, entrenamiento y motivación del personal de ventas, hasta la

evaluación de su desempeño y la determinación de las medidas correctivas que se hagan necesarias. (1995, p. 23)

2.4.2.3 Técnicas de ventas

Según López Ma. & Lobato F. describen:

En la venta personal el vendedor tiene como objetivo cerrar la venta y mantener la confianza del cliente y para ello debe utilizar técnicas de venta basadas en la negociación.

La evolución de la distribución comercial ha propiciado la aparición de nuevas formas comerciales y, consecuentemente, cambios en los hábitos de compra y consumo de la sociedad; esto ha supuesto una modificación de los sistemas de comercialización de las empresas así como el desarrollo de métodos de venta que tienden a una mejor adaptación a la clientela para atender de forma más eficiente la demanda.

Existen distintas clasificaciones de los métodos de venta según en el criterio según en el criterio que se adopte, el criterio más apropiado para su clasificación es el tipo de contacto que se establece con el cliente.

Tipos de Ventas:

- Venta a distancia
    - ✓ Venta por correspondencia.
    - ✓ Venta por video.

- ✓ Tele venta.
- ✓ Venta por teléfono.
- ✓ Venta automática.
- ✓ Venta electrónica.

- Venta Personal
  - ✓ Interna: Directa, en libre servicio, en ferias, salones y exhibiciones.
  - ✓ Externa: A domicilio, ambulante, Auto venta.
- Venta Multinivel
  - ✓ Multinivel.
  - ✓ Piramidal. (2006, pp. 3-4)

2.4.2.4 Canales de venta

Jobber D. & Lancaster G. concluyen:

> Los canales de distribución implican dos actividades separadas, pero con una conexión estrecha: la logística, o administración de la distribución física (ADF) y los canales de distribución.
>
> **Logística o Administración de la distribución física.-**Los términos logística y ADF son intercambiables, aunque algunos autores infieren que la logística se enfoca más en los aspectos estratégicos, mientras que la ADF se refiere más a las tácticas. Básicamente, logística significa planeación, implementación y control (efectivos y Económicos) del flujo físico de

materiales en su estado no procesado hasta los productos terminados, y desde el punto de origen hasta la entrega al consumidor final. La logística convencional comienza con los clientes y trabaja hacia atrás hasta la fuente original de abastecimiento.

La mezcla de logística describe los elementos funcionales implicados en este proceso:

- Procesamiento de la orden.
- Manejo de materiales.
- Almacenamiento.
- Control de inventarios.
- Transporte.
- Embalaje.

Canales de distribución.-Un canal de distribución es la ruta que toman los bienes durante el proceso de venta desde el proveedor hasta el cliente. Algunas veces el canal es directo, en especial, cuando los bienes vendidos se incorporan en un procedo de manufactura. Los productos finales pueden entonces mediante diferentes canales (…) Cuando consideramos un producto desde la etapa de materia prima hasta el producto terminado, intervienen muchos canales de ventas en las diferentes etapas de manufactura.

Un canal de ventas también puede ser indirecto, cuando el fabricante vende a un mayorista o agente, quien, por su parte, vende lotes más pequeños a otros

clientes. Esto se conoce como “consolidación” pues implica consolidar o reunir varios embarques pequeños para distintos clientes en una carga más grande.

La investigación demuestra que la administración de canales tiene un papel importante en la administración de ventas. Se trata de una responsabilidad enorme, ya que para muchos fabricantes el éxito o fracaso esta parciamente determinado porque tan eficiente y efectiva es la manera en que se venden sus productos a través de los canales de marketing (como agentes, mayoristas, distribuidores, minoristas). La implicación es que el gerente de ventas requiere capacitación sobre cómo manejar estos aspectos relacionados con la administración de canales. (2012, pp. 118-119)

2.4.2.5 Elementos de la venta.

Los elementos de la venta promueven la implementación de mecanismos voluntarios que eleven el nivel de gestión de la calidad en el servicio prestado en su negocio, así como el del resto del sector comercial.

A continuación se detallan los elementos de la venta:

- Consumidores y clientela.
- Establecimientos comerciales.
- Productos y precios.
- Personal y motivación.
- Proceso de venta.

- Actuaciones de comunicación y merchandising.
- Tecnologías de la información y la comunicación.

(http://www.portaldelcomercioclm.com/elementos_basicos.php)[Fecha de consulta: 28/04/2014, 18:06]

2.4.2.6 Estrategias de ventas

Según Hulbert J. define:

> Estrategias de Ventas en términos de los propósitos para los cuales se concibe, siendo el más importante de éstos la asignación de los recursos de ventas disponibles, de una manera que ayude a cumplir los objetivos lo mejor posible. A este respecto, la estrategia de ventas puede compararse con cualquier otra estrategia dado que implica concebir medios para alcanzar fines (objetivos) (1990, p 148).

"Las estrategias abarcan del conjunto de e3nfoque que la compañía usara para lograr sus objetivos" (Jobber D. & Lancaster G., 2012, p.55).

2.4.2.6.1 Ejemplos de estrategias

Según Jobber D. & Lancaster G. citan como ejemplos:

> Estrategia 1: Búsqueda de mercados meta.- Para el comerciante, fijar metas es equivalente a la segmentación. Una estrategia de segmentación o búsqueda de

mercados meta puede basarse en cualquiera de los siguientes elementos o en todos ellos:

- Valor (consumo alto o bajo, valor de los bienes comprados).
- Preferencia del cliente (orden de servicio por teléfono / correo electrónico, tipo de productos / servicios comprados).
- Etapa de la vida (estado de la relación entre proveedor y cliente: activa, en declive, inactiva, meses desde la última compra).

En este punto es importante hacer inca pie en que:

- Los segmentos deben ser potencialmente redituables.
- Los segmentos no son mutuamente excluyentes.
- Los segmentos no son estables

Por lo tanto, un consumidor puede pertenecer a más de un segmento, o a diferentes segmentos, en diferentes periodos. Si el segmento requiere un esfuerzo especial para lograr la apertura o atracción, entonces debe haber suficiente poder de compra potencial para justificar el esfuerzo.

Estrategia 2: Fijar precios.- de acuerdo con el enfoque clásico del comerciante, es posible adoptar las siguientes estrategias:

- Hacer reducciones tácticas de corto plazo.
- Establecer sobre precios.
- Elevar la calidad percibida

Así, es posible adoptar el principio clásico de elevar la calidad percibida de una marca para que tenga un margen más alto de ventas. Además, un descuento vale más si se comprende el valor de lo que se descuenta.

Por supuesto, el descuento prevalece en todo el marketing (…).

Estrategia 3: Retención del cliente.- debido a que la tecnología avanza permite al proveedor dar seguimiento al proceso de un cliente o de quien pide informes, cada vez más, el enfoque cambia de la rentabilidad del producto a la rentabilidad de las relaciones con el cliente. Sin embargo, la rentabilidad del cliente estar determinada por:

- El costo de adquisición.
- Las pérdidas de clientes o de clientes potenciales en varias etapas claves de la relación.

Las etapas claves en la relación con el cliente estará determinada por:

- El costo de adquisición.
- Conversión en cliente.
- Compra repetida.
- Comercio alto.
- Amenaza de inactividad.
- Recuperación.(2012, pp55-56)

2.4.2.7 Productividad en las ventas

Años atrás las organizaciones invertían todos sus esfuerzos en la mejora de la productividad en la fabricación, actualmente las administraciones se direccionan hacia las ventas y el marketing, puesto que el propio mercado presiona en todo lo relativo a la calidad y a la satisfacción del cliente.

La Productividad y su enfoque en las ventas es una herramienta que se utiliza para auditar los esfuerzos y la productividad del equipo comercial e identificar las estrategias y tácticas que permitirán alcanzar nuevos y mejores niveles de desempeño; a través de:

- La identificación de las actividades que afectan de manera más notable la habilidad de su fuerza de ventas para satisfacer las necesidades de resultados de sus clientes.
- Calificar el nivel de satisfacción con los esfuerzos empleados por la empresa.
- Establecer prioridades de productividad del equipo comercial
- Determinar un plan de acción que ayude a mejorar la eficacia de la fuerza de ventas.

La productividad en las ventas consiste en obtener los mejores resultados económicos-financieros, conjuntamente con la fidelidad del cliente, a partir de las gestiones de venta.

2.4.2.7.1 Las cuatro dimensiones de la productividad en las ventas

2.4.2.7.1.1 Visión y estrategia de mercadeo.

Esta dimensión define y da forma a la respuesta de la organización a las demandas del mercado. Representan los compromisos fundamentales de la organización con los clientes, para responder a las necesidades de mercado, desarrollar relaciones a largo plazo y proporcionar un servicio eficaz.

Representan también los compromisos básicos con los empleados, definir y comunicar objetivos razonables, estimular la innovación y establecer la estrategia clave para la marcha del negocio. Algunas de estas son:

Actividades típicas.

1. Desarrollar y comunicar el ideario de la empresa y las estrategias de ventas.
2. Estimular la innovación: nuevos productos, nuevas estrategias.
3. Asegurarse de que los productos y servicios satisfacen las necesidades del mercado.
4. Establecer relaciones a largo plazo con los clientes.
5. Asegurar un servicio eficaz al cliente.
6. Implantar métodos que permitan a los clientes comprender y evaluar nuestros productos y servicios.
7. Abrir nuevos negocios a los clientes ya establecidos.

8. Implantar estrategias para vender eficazmente frente a la competencia.
9. Seleccionar los canales de distribución adecuados.
10. Establecer objetivos de venta individuales y colectivos.
11. Informar del progreso en relación con los objetivos de venta.

2.4.2.7.1.2 Composición y eficacia de la fuerza de ventas.

Esta dimensión agrupa actividades que determinan el carácter y habilidades de la fuerza de ventas.

Incluyen tanto la estructuración de la operación, determinación del número adecuado de vendedores, del método de selección y rotación, como la motivación hacia los resultados una vez que se cuenta con la gente adecuada.

Podemos nombrar entre otras actividades las de formación y desarrollo, tratamiento de problemas de actuación, supervisión de desempeño y el control de la rotación.

Actividades típicas.

1. Distribuir la fuerza de ventas de manera eficaz.
2. Determinar el número adecuado de vendedores en cada delegación.
3. Establecer criterios adecuados para medir y evaluar el desempeño de la fuerza de ventas.
4. Controlar el nivel de rotación de directivos y comerciales en las áreas de ventas.

5. Determinar y utilizar criterios adecuados de contratación.
6. Asignar tareas comerciales a personas con el perfil, la formación y habilidades adecuadas para vender.
7. Asegurar que los vendedores tienen buenas habilidades comerciales.
8. Asegurarse que los comerciales comprenden su función, responsabilidades y expectativas.
9. Proporcionar a los vendedores formación en producto adecuada.
10. Proporcionar a los vendedores información acerca de la competencia.
11. Conseguir que las nuevas incorporaciones sean operativas de prisa.
12. Tratar adecuadamente a los vendedores con desempeños pobres o marginales.

2.4.2.7.1.3 Sistemas y control de ventas

Las ocho actividades incluidas en esta dimensión regulan la respuesta de la organización al mercado, a través de los precios, del control de costes, y de proporcionar a los vendedores un sistema adecuado de compensación – salario, incentivos, comisiones. También controlan y dan seguimiento al sistema observando el progreso de las ventas y estableciendo una estructura departamental que asegure la continuidad de la operación.

Actividades típicas:

1. Asegurar que los puestos de directivos se cubren deprisa y con el personal apropiado
2. Establecer estructuras de precios adecuados al mercado.
3. Implantar sistemas de seguimiento de ventas en toda empresa.
4. Hacer previsiones de ventas razonables y rigurosas.
5. Controlar los gastos de las oficinas comerciales (dedicados a vender).
6. Implantar programas de compensación que apoyen la estrategia comercial de la empresa.
7. Proporcionar beneficios sociales (vacaciones, seguros, etc.).
8. Establecer un programa de incentivos que recompensen desempeños y/o resultados concretos.

2.4.2.7.1.4 Eficacia de la primera línea

Esta dimensión recoge 14 actividades que hacen posible que la organización responda a las necesidades específicas de los clientes en el "día a día". Actividades clave en esta dimensión son la creación de equipos, la supervisión y motivación del personal, así como el apoyo diario, tanto de marketing como en el campo, que puede ir desde anuncios locales hasta la utilización de ordenadores portátiles y/o dispositivos móviles.

Actividades típicas:

1. Promover el espíritu de trabajo en equipo dentro de las oficinas comerciales.
2. Impulsar la colaboración entre la función comercial y otros departamentos de la empresa.
3. Sostener el reconocimiento y la imagen positiva de la empresa en el mercado.
4. Proporcionar soporte comercial adecuado (anuncios, campañas).
5. Establecer un sistema de respuesta y contacto con el cliente.
6. Asegurar que los jefes de ventas dirigen los esfuerzos comerciales en la misma línea que la estrategia de la empresa.
7. Asegurar que los jefes de ventas realicen supervisión habitualmente.
8. Asegurar que los comerciantes tienen un conocimiento profesional de los factores de negocio de sus clientes.
9. Equipar a los comerciantes con medios técnicos avanzados.
10. Proporcionar soporte administrativo eficaz y suficiente para el equipo comercial.
11. Reconocer adecuadamente los desempeños comerciales de especial relevancia.
12. Mantener un nivel elevado de moral y satisfacción en el trabajo de los comerciales.
13. Permitir a los jefes de ventas y comerciales negociar precios y condiciones, dentro de las normas establecidas.
14. Procesar y resolver las propuestas con rapidez y eficacia.

El análisis pormenorizado de estas actividades, considerando su relevancia para la organización, así como el impacto que tienen "en concreto" para usted y el grado de satisfacción con su desempeño es lo que le puede ayudar a conocer:

- El impacto medio de cada dimensión.
- Sus puntos fuertes, oportunidades perdidas y esfuerzos mal dirigidos.
- Las acciones a: mantener, potenciar, eliminar

Pero hay que ser realista. No se va a optimizar la productividad comercial de la fuerza de ventas de un día para otro. Una vez realizada esta "auditoria", es posible que interese ir introduciendo algunas de las acciones clave en la dinámica comercial (reuniones, notas informativas, métodos y herramientas, etc.). La mejor parte de los directivos del área comercial saben que la mera mención de ciertos temas para generar discusiones interminables.

(http://www.cenytconsultancy.com/Informe_sobre_la_Productividad_Comercial.pdf) [Fecha de consulta: 29/04/2014, 19:00]

2.4.2.8 Niveles de satisfacción

Según Domínguez H.:

> Para poder medir y evaluar los grados de satisfacción/insatisfacción de los clientes de la organización, es importante tener claro que se entiende por satisfacción o insatisfacción de un cliente.

> Si bien existen varias definiciones alternativas de la satisfacción/insatisfacción de los clientes, la más popular dice que se trata de una comparación de las expectativas de los consumidores con sus percepciones relacionadas con el encuentro real del servicio. (2006, p. 100)

Los Niveles de Satisfacción se refiere a los que los clientes experimentan luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio.

Los niveles de satisfacción que se presentan son:

- **Insatisfacción:** se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.
- **Satisfacción:** se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.
- **Complacencia:** se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

(http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/satisfaccion-cliente.htm)[Fecha de consulta: 29/04/2014, 19:38]

En la economía actual las ventas son de vital importancia simplemente ya que sin ventas, no existen ingresos y sin ingresos no existen las organizaciones.

Para que exista una efectividad en las ventas deben desarrollarse dentro de un marketing estratégico global, solo así se asegurara que todos esfuerzos en las ventas complementen todas las actividades de marketing.

La administración de ventas debe velar porque el programa de ventas se implemente y evalúen en un contexto de trabajo por objetivos y planeación; la eficacia del mismo se verá reflejado en los niveles de ventas, el nivel de posicionamiento de una organización en el mercado y así también en la economía de un sector.

2.5 Hipótesis

La implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad, incrementará las ventas, de la Compañía "GERIZIM CIA. LTDA", de la ciudad de Ambato.

2.6 Señalamiento de variables

X = Sistema de Gestión de la Calidad - Cualitativa

Y= Ventas - Cuantitativa Continua

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Enfoque de la investigación

De acuerdo al paradigma crítico – propositivo, seleccionado en la fundamentación filosófica, la elaboración de la presente investigación se encuentra inmersa en el enfoque cualitativo, proyectando a involucrarse con la compañía y mediante la aplicación de herramientas de investigación como la observación, la encuesta, la entrevista y el análisis que ayudan para examinar el problema objeto de estudio en su totalidad , para comprenderlo y conocer la perspectiva desde su origen , de ésta forma buscar alternativas para generar una solución mediante el diseño de un Sistema de Gestión de la Calidad, el mismo que permitirá incrementar el nivel de ventas, por medio del aumento de la productividad, enfocándose a la satisfacción del cliente.

3.2 Modalidad de la investigación

Investigación Bibliográfica o Documental

Para el desarrollo del presente proyecto de investigación se utilizó información recopilada de libros, informes, documentos, revistas especializadas y relacionadas con el problema objeto de estudio; información que permite interpretar, explicar y aumentar el nivel de conocimientos acerca del problema, así como también ayuda a

ampliar las probabilidades de buscar alternativas de solución, mediante la visión y los conocimientos generados por otros autores, por ende basados en estos mejorar la capacidad de analizar el problema objeto de estudio y darle un mejor tratamiento al mismo.

Investigación de Campo

Se realizó una investigación de campo mediante la interacción entre el investigador y las personas que se encuentran involucradas directa o indirectamente con el problema objeto de estudio, con el propósito de buscar la realidad del problema y recabar información valedera, clara y concisa, con el afán de generar una solución.

Dicha investigación se llevó a cabo mediante observación de la realidad, entrevistas a los miembros de la compañía, con el objetivo de detectar las falencias en el ámbito administrativo y así poder mejorar la productividad de la compañía, a más de esto se realizó la aplicación de encuestas a los clientes externos, siendo ellos el punto primordial de la investigación, ya que al tener un acercamiento con los clientes permite analizar tanto su satisfacción con la compañía en la actualidad, así como determinar lo que a ellos les gustaría que la compañía realice, para incentivar la fidelización; efectuando un análisis de esta información se puede diseñar de mejor manera los lineamientos que contendrá el Sistema de Gestión de la Calidad con el propósito de incrementar las ventas en la compañía.

3.3 Tipo de investigación

Investigación exploratoria

A este tipo de investigación, se considera como el primer acercamiento científico a un problema. Se utiliza cuando éste aún no ha sido abordado o no ha sido suficientemente estudiado, y las condiciones existentes no son aún determinantes; lo cual permite determinar si existe o no el problema objeto de estudio al inmiscuirnos en la compañía, para indagar la situación actual de la misma.

La función de la investigación exploratoria, es descubrir las bases y recabar información que permita como resultado del estudio, la formulación de una hipótesis. Las investigaciones exploratorias son útiles, por cuanto sirve para familiarizar al investigador con un objeto de estudio, a su vez, sirve como base para la posterior realización de una investigación descriptiva, y ayuda a precisar un problema o a concluir con la formulación de una hipótesis.

Investigación correlacional

Este tipo de investigación nos ayuda a establecer las relaciones entre variables, dependiente e independiente, es decir determinar la correlación entre dos variables. Siendo su objetivo primordial medir el grado de relación existente entre las variables. Por tanto ayuda a identificar la incidencia que tiene la carencia de un Sistema de Gestión de la Calidad, e identificar los lineamientos más adecuados que

serán aplicados en la búsqueda de una solución a la problemática seleccionada, para medir su impacto en el incremento del nivel de ventas.

Investigación descriptiva

Con la aplicación de esta investigación se puede describir los hechos como son observados, ya que consiste, fundamentalmente, en caracterizar la situación concreta suscitada en la Compañía, indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores. El objetivo de este tipo de investigación consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas que se encuentran inmersas en el problema.

3.4 Población y muestra

Para el desarrollo de ésta investigación se procedió a trabajar tanto con los clientes internos como los externos de la compañía, enfocándose en el concepto de que si se desea incrementar las ventas, se debe detectar las falencias tanto en el desarrollo de las ventas así como en la percepción adquirida por los clientes externos hacia la compañía, tomando en cuenta también el servicio post venta, lo que permite mantener una cartera de clientes estables con lo que se asegurará los volúmenes de ventas, es decir que si se mejora la productividad de la compañía, se mejorará el volumen de ventas.

Se aplicó una encuesta a los clientes internos de la compañía, la misma que sirve de guía para determinar los parámetros que deberá incluirse en el Sistema de Gestión de la Calidad, en lo referente a los procesos administrativos.

En cuanto a los clientes internos, para un mejor desarrollo de la investigación se procedió a calcular una muestra, mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

Fórmula:

$$n= \frac{Z^2 \, p \, q \, N}{Z^2 \, p \, q + N \, e^2}$$

Donde:

n es el tamaño de la muestra;

Z es el nivel de confianza;

p es la variabilidad positiva;

q es la variabilidad negativa;

N es el tamaño de la población;

E es la precisión o el error.

$$n= \frac{(1.96^2)\,(0.5)\,(0.5)\,(396)}{(1.96^2)\,(0.5)\,(0.5) + (396)\,(0.05^2)}$$

n = 195 Clientes Externos Activos de la compañía GERIZIM CIA. LTDA., de la ciudad de Ambato.

3.5 Operacionalización de variables

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Hipótesis: La implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad, incrementará las ventas, de la Compañía "GERIZIM CIA. LTDA", de la ciudad de Ambato.

Variable Independiente: Sistema de Gestión de la Calidad

Tabla N° 3.1. Matriz de operacionalización variable independiente

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA E INSTRUMENTO
Sistema de Gestión de la Calidad. Conjunto de normas estandarizadas interrelacionadas que se aplican en una organización, para lo cual planifica, mantiene y busca la mejora continua del desempeño de sus procesos, bajo un esquema de eficiencia y eficacia que le permite lograr ventajas competitivas.	Normas Estandarizadas	Norma ISO-9001:2008	¿Tiene conocimiento sobre la Normativa ISO- 9001:2008?	Entrevista a los clientes internos.
	Mejora Continua	Nivel de cumplimiento de Objetivos Tiempo de demora en los Procedimientos Calidad en el Servicio	¿Estaría dispuesto a trabajar bajo los lineamientos establecidos en la Normativa? ¿Considera que mejorar la atención al cliente ayuda a aumentar la productividad del servicio?	Entrevista a los clientes internos.
	Ventajas Competitivas	Porcentaje Eficiencia Porcentaje Eficacia		Entrevista a los clientes internos.

Elaborado: SILVA, Verónica (2014).

Variable Dependiente: Ventas

Tabla N° 3.2. Matriz de operacionalización variable dependiente

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA E INSTRUMENTO
VENTAS.-Es el proceso que promueve la comercialización de productos y servicios, que implica identificar las preferencias del cliente, para la satisfacción de sus necesidades, apoyándose en la calidad del servicio.	Comercialización	Productos Servicios	¿De los productos ofertados por "GERIZIM CIA. LTDA", cuáles compra con mayor frecuencia?	Encuesta dirigida al cliente externo
	Clientes	Satisfechos Insatisfechos	¿El servicio ofrecido por la compañía "GERIZIM CIA. LTDA"?., satisface sus necesidades?	Encuesta dirigida a los clientes externos
	Calidad en el servicio	Satisfactorio Insatisfactorio	¿Cómo califica usted el servicio brindado por el personal de la compañía "GERIZIM CIA. LTDA"?	Encuesta dirigida a los clientes externos

Elaborado: SILVA, Verónica (2014).

3.6 Recolección de información

Para la recolección de la información, se utilizó las siguientes técnicas e instrumentos:

Tabla N° 3.3. Técnicas de investigación

Técnicas de Investigación	Instrumentos de Recolección
1. Información Secundaria	
1.1 Lectura Científica	1.1 Libros de Gestión de la Calidad, Satisfacción del Cliente, Productividad, Incremento de ventas, Informes de investigación, revistas, Internet.
1.2 Fichaje	1.2 Fichas Nemotécnicas y Bibliográficas
2. Información Primaria	
2.1 Observación	2.1 Ficha de Observación
2.2 Encuesta	2.2 Cuestionario

Elaborado: SILVA, Verónica (2014).

3.7 Procesamiento y análisis de la información

Este proceso se lo llevó a cabo de una manera secuencial, primero se tomó en cuenta que cada instrumento esté codificado con el fin de facilitar la tabulación, a su vez se revisó que el cuestionario esté bien estructurado, es decir, que se encuentre con las categorías necesarias, para que el encuestado tenga la facilidad de encontrar en el mismo alternativas coherentes a su situación. Seguidamente, se realizó la tabulación,

y se procedió al análisis de los datos obtenidos, utilizando un estadígrafo descriptivo básicamente el método de porcentajes; a continuación de esto se presenta los datos de forma tabular y gráfica lo que facilita, su comprensión; para finalmente interpreta los resultados, los mismos que determinaran las acciones a tomar; así como, también las conclusiones y recomendaciones referente al problema objeto de estudio.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis e interpretación de resultados de la encuesta realizada a los clientes externos de la compañía GERIZIM CIA. LTDA., de la ciudad de Ambato

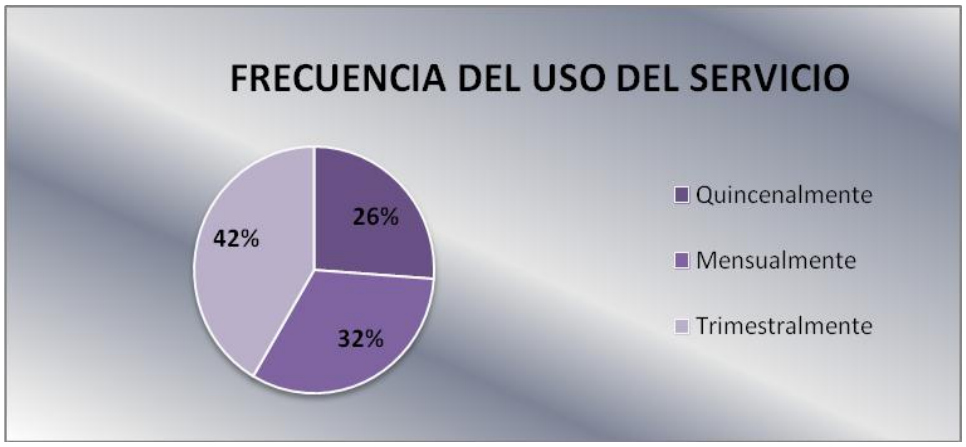
Pregunta Nº 1

1.- ¿Con qué frecuencia adquiere los productos que ofrece "GERIZIM CIA. LTDA"

Tabla N° 4.1. Frecuencia del uso del servicio

TIEMPO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Quincenalmente	51	26%
Mensualmente	63	32%
Trimestralmente	81	42%
TOTAL	195	100%

Gráfico N° 4.1 Frecuencia del uso del servicio



Fuente: Encuestas
Elaborado: SILVA, Verónica (2014).

Análisis

Los resultados de la primera pregunta, revelan que 51 clientes, correspondiente al 26% del total de la muestra adquieren los productos quincenalmente; 63 clientes que representa el 32% adquieren los productos una vez por mes; y finalmente, 81 clientes equivalente al 42% que respondieron a la encuesta realizan sus compras trimestralmente a la compañía.

Interpretación

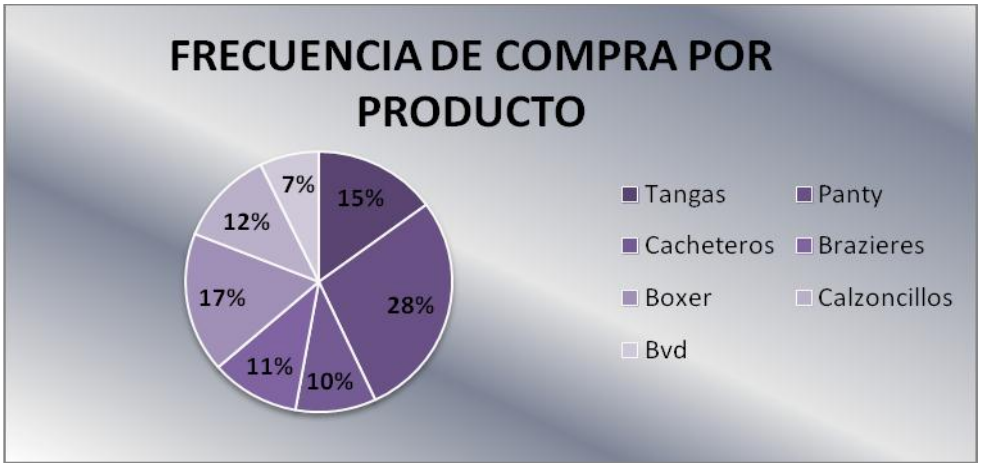
Mediante los resultados obtenidos de los clientes encuestados, un porcentaje considerable, ya vienen utilizando los productos con un tiempo de frecuencia de compra trimestral; lo que, refleja que la compañía GERIZIM CIA. LTDA., mantiene clientes permanentes, a su vez de manera paulatina, busca la forma de ir captando más usuarios, para incrementar su portafolio de clientes.

Pregunta 2

2.- Del listado de productos ofertados por "GERIZIM CIA. LTDA.", ¿cuáles compra con mayor frecuencia?

Tabla N° 4.2.	Frecuencia de compra por producto	
PRODUCTO	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
Tangas	**29**	**15%**
Panty	**55**	**28%**
Cachetero	**19**	**10%**
Brazieres	**21**	**11%**
Bóxer	**34**	**17%**
Calzoncillos	**23**	**12%**
BVD´s	**14**	**7%**
TOTAL	**195**	**100%**

Gráfico N° 4.2 Frecuencia de compra por producto



Fuente: Encuestas
Elaborado: SILVA, Verónica (2014).

Análisis

Los resultados reflejan que el 15% que representa a 29 clientes, compran mayoritariamente el producto tanga; en tanto que el producto panty lo compran el 28%, correspondiente a 55 clientes, reflejando así que este es el producto más adquirido; con un 10% que representa a 19 clientes que respondieron favorablemente a la compra del producto cachetero, mientras que 21 clientes equivalentes al 11% de los encuestados respondieron que el brazier es su producto preferido; en cuanto al producto bóxer respondieron afirmativamente 34 personas correspondiente al 17%; por otra parte, 17 clientes que constituye el 12% tienen como preferencia de compra el producto calzoncillo y; por último un 7% que representa a 14 clientes manifestaron que su producto de mayor venta son los BVDs.

Interpretación

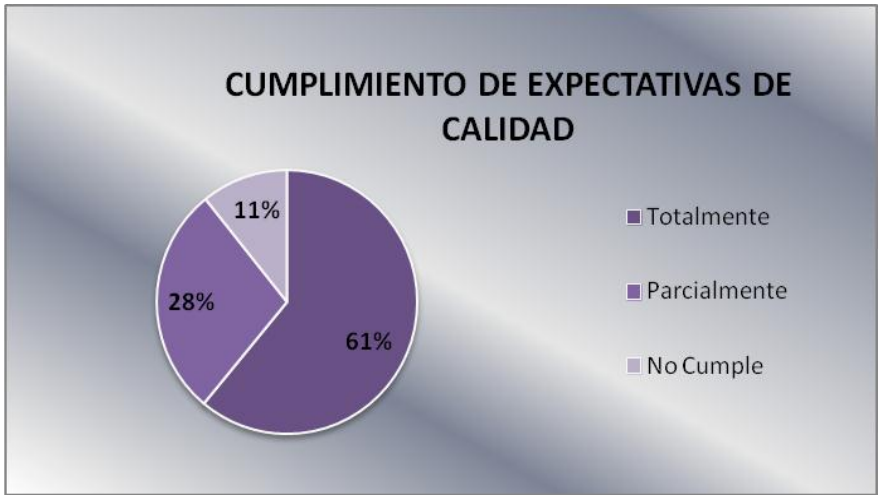
Se observa que en mayor porcentaje los clientes tienen como preferencia el producto panty para el mercado femenino, seguido por el producto bóxer en el mercado masculino, lo cual denota que estos son los productos de mayor demanda en el mercado de ropa íntima. Se debe tomar en cuenta que en un porcentaje sumamente bajo está el producto BVD, lo que refleja que el mismo no tiene mayor rotación en el mercado de ropa íntima masculina, ya que en los últimos años ha ido perdiendo interés por los cambios de gustos y preferencias del segmento masculino; por lo que, se debería establecer nuevas estrategias de mercadeo que impulsen el crecimiento de dicho producto.

Pregunta N° 3

3.- ¿Los productos que oferta "GERIZIM CIA. LTDA." cumple con sus expectativas de calidad?

Tabla N° 4.3. Cumplimiento de expectativas de calidad		
ITEM	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
Totalmente	**119**	**61%**
Parcialmente	**55**	**28%**
No Cumple	**21**	**11%**
TOTAL	**195**	**100%**

Gráfico N° 4.3 Cumplimiento de expectativas de calidad



Fuente: Encuestas
Elaborado: SILVA, Verónica (2014).

Análisis

Al preguntar sobre el cumplimiento de expectativas y requerimientos sobre la calidad de los productos que ofrece GERIZIM CIA. LTDA., los resultados demuestran que el 61%; es decir, 119 clientes consideran que la calidad de los productos de la compañía cumplen totalmente con sus necesidades; el 28% que representa a 55 clientes consideran que lo cumplen parcialmente y, 21clientes que corresponde al 11% mencionan que la calidad del producto ofertado no cumple con sus expectativas.

Interpretación

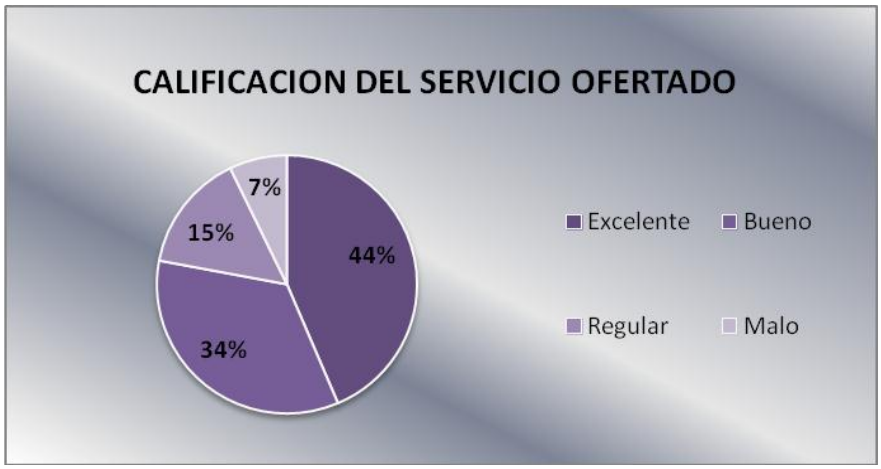
Los resultados de la encuesta indican, que en un porcentaje mayoritario los clientes de la compañía se encuentran satisfechos con los productos ofertados, ya que los mismos logran cumplir con sus expectativas y requerimientos; lo cual, demuestra que la compañía cuenta al momento con un buen desempeño, que le permitirá a largo plazo, alcanzar mejores niveles de posicionamiento frente a sus competidores.

Pregunta N° 4

4.- ¿Cómo califica usted el servicio brindado por el personal de la compañía "GERIZIM CIA. LTDA."?

Tabla N° 4.4.	Calificación del servicio ofertado	
CALIFICACION	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
Excelente	**85**	**44%**
Bueno	**67**	**34%**
Regular	**29**	**15%**
Malo	**14**	**7%**
TOTAL	**195**	**100%**

Gráfico N° 4.4 Cumplimiento de expectativas



Fuente: Encuestas
Elaborado: SILVA, Verónica (2014).

Análisis

En la pregunta 4 de la encuesta realizada a los clientes podemos concluir como resultados, que 85 clientes que representan el 44% de los encuestados califican al servicio brindado por el personal de GERIZIM CIA. LTDA., como excelente; el 34 % que representa a 67 personas califican el servicio como bueno; 29 clientes equivalente al 15% lo califican como regular y el 7% correspondiente a 14 clientes califican al servicio como malo.

Interpretación

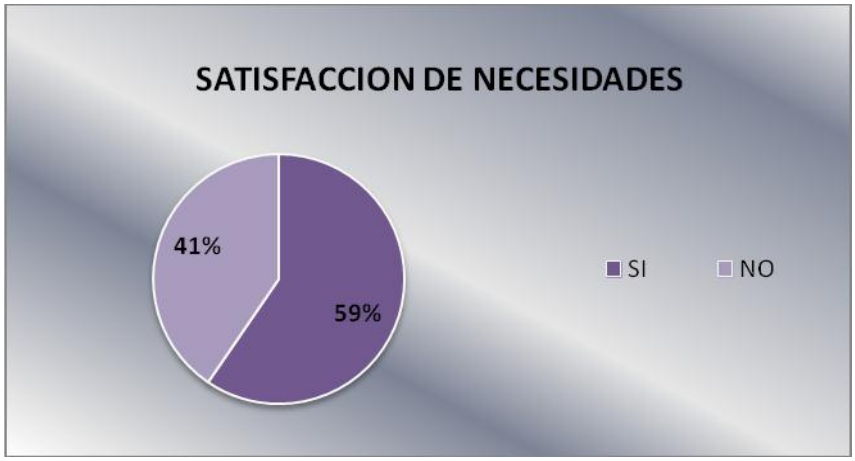
Los resultados obtenidos demuestran que el mayor porcentaje de los clientes consideran que el servicio brindado por el personal de "GERIZIM CIA. LTDA.", es excelente, ya que la gestión que realiza el personal que trabaja en la compañía genera en ellos un nivel de satisfacción, que a través de la experiencia del servicio al cliente, puede constatar que son el ente principal del giro del negocio; por otra parte, en cuanto a la clientela que no se encuentra satisfecha por el servicio recibido, la compañía debe implementar acciones que permitan dar solución a los problemas, consultas y requerimientos de los clientes de una manera eficaz y oportuna.

Pregunta N° 5

5.- ¿El servicio ofrecido por la compañía "GERIZIM CIA. LTDA."., satisface sus necesidades?

Tabla N° 4.5. Satisfacción de necesidades		
ITEM	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
Si	**116**	**59%**
No	**79**	**41%**
Total	**195**	**100%**

Gráfico N° 4.5 Satisfacción De Necesidades



Fuente: Encuestas
Elaborado: SILVA, Verónica (2014).

Análisis

Los resultados acerca de la satisfacción de las necesidades de los clientes de GERIZIM CIA. LTDA., muestran que 116 clientes que representan 59% del total de encuestados, están satisfechos con el servicio proporcionado; mientras que 79 clientes que constituyen el 41% considera que el servicio ofrecido no cumple con sus necesidades.

Interpretación

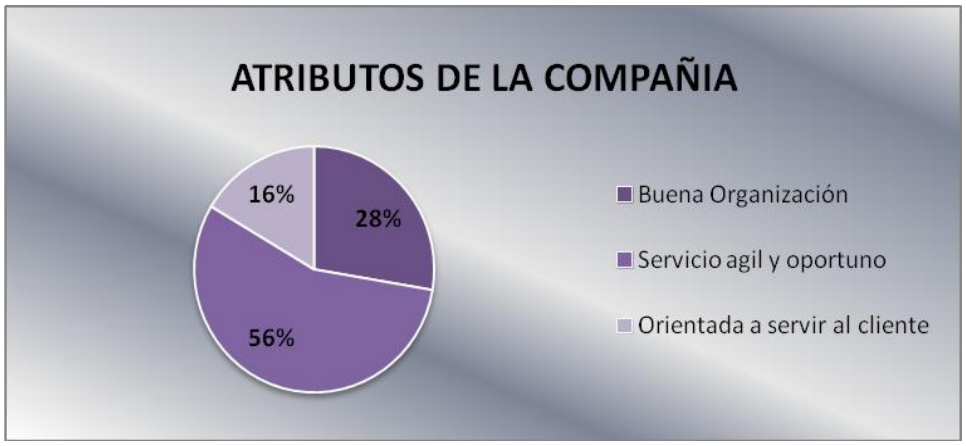
El porcentaje de aceptación de la compañía se encuentra dentro de un nivel aceptable, según las encuestas se considera que el servicio ofrecido satisface las necesidades de la gran mayoría de los clientes, en cuanto al porcentaje de clientes insatisfechos por el servicio ofertado, debe constituirse uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales de la compañía, ya que el cliente satisfecho permite el crecimiento y ampliación de los beneficios de la misma.

Pregunta N° 6

6.- Elija de los siguientes atributos, el que usted considera que la compañía "GERIZIM CIA. LTDA"., cumple para su funcionamiento:

Tabla N° 4.6. Atributos de la compañía		
ATRIBUTOS	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
Buena Organización	**54**	**28%**
Servicio ágil y oportuno	**109**	**56%**
Orientada a satisfacer al cliente	**32**	**16%**
TOTAL	**195**	**100%**

Gráfico N° 4.6 Atributos de la compañía



Fuente: Encuestas
Elaborado: SILVA, Verónica (2014).

Análisis

Al momento de preguntar sobre los atributos que presenta GERIZIM CIA. LTDA., los resultados reflejaron lo siguiente: un 28% que representa a 54 clientes consideran que la compañía muestra una buena organización; 109 clientes equivalente al 56%, manifiestan que el servicio es ágil y oportuno; y finalmente 32 clientes que representan al 16% de los encuestados consideran que la compañía están orientada a satisfacer al cliente.

Interpretación

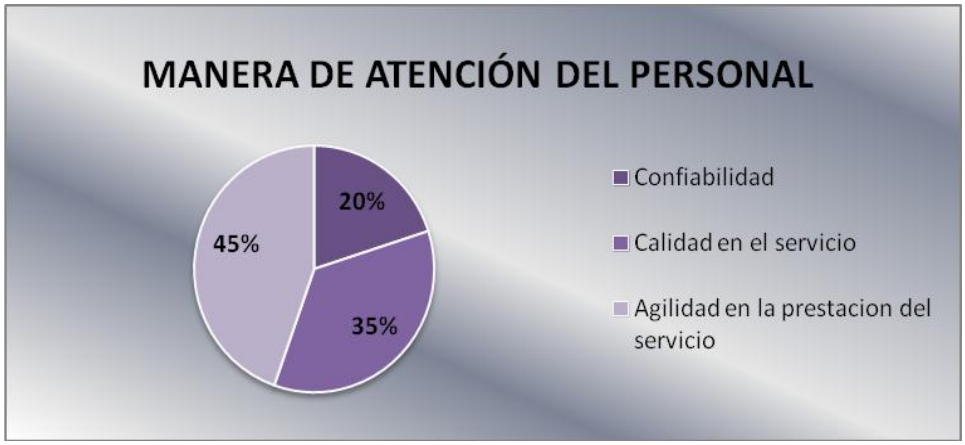
Un porcentaje considerable de encuestados, destacan que uno de los atributos que presenta la compañía es brindar un servicio ágil y oportuno, de igual forma consideran importante que la compañía mantenga una buena organización, esto representa beneficioso para GERIZIM CIA. LTDA., ya que realza la imagen empresarial de la misma.

Pregunta N° 7

7.- De los siguientes aspectos, elija como le atendió el personal de la compañía "GERIZIM CIA. LTDA.", al momento de brindar el servicio ofertado:

Tabla N° 4.7. Manera de atención del personal		
ASPECTOS	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
Confiabilidad	**39**	**20%**
Calidad en el servicio	**69**	**35%**
Agilidad en la prestacion del servicio	**87**	**45%**
TOTAL	**195**	**100%**

Gráfico N° 4.7 Manera de atención del personal



Fuente: Encuestas
Elaborado: SILVA, Verónica (2014).

Análisis

Los resultados al preguntar sobre los atributos que utilizó el personal de la compañía, al momento de brindarle el servicio, fueron los siguientes: confiabilidad alcanzó el 20% correspondiente a 39 clientes; el 35% que representa a 69 clientes, consideran que el personal demuestra Calidad en el servicio; y el 45% representado por 87 clientes indican que un atributo del personal es la agilidad en la prestación del servicio.

Interpretación

Estos resultados demuestran que el personal se esmera por atender bien al cliente, puesto que las tres características que se han expuesto en la encuesta, forman parte de parámetros de una adecuada atención al cliente al momento de brindar el servicio de venta, siendo la prestación de un servicio de calidad el aliciente para poder fidelizar a los clientes y, así alcanzar altos niveles de satisfacción, mediante el cumplimiento eficiente de sus necesidades.

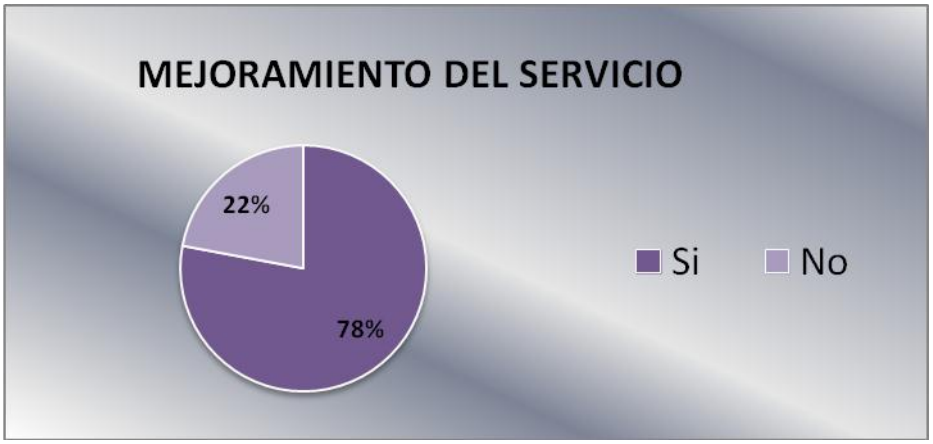
Pregunta N° 8

8.- ¿Considera importante que la compañía "GERIZIM CIA. LTDA."; implemente un sistema de gestión de la calidad, para mejorar el servicio?

Tabla N° 12

Tabla N° 4.8. Mejoramiento del servicio		
ITEM	**FRECUENCIA**	**PORCENTAJE**
Si	**152**	**78%**
No	**43**	**22%**
TOTAL	**195**	**100%**

Gráfico N° 4.8 Mejoramiento del servicio



Fuente: Encuestas
Elaborado: SILVA, Verónica (2014).

Análisis

Al preguntar a los encuestados si consideran conveniente implementar un Sistema de Gestión de Calidad para mejorar el servicio ofrecido por la compañía, el 78% conformado por 152 clientes encuestados, indican que si es conveniente que se implemente dicho sistema, mientras que 43 clientes que refleja el 22%, mencionan que no es necesario implementar un Sistema de Gestión de Calidad.

Interpretación

La mayoría de clientes consideran que si es necesario que se implemente un Sistema de Gestión de la Calidad, porque están conscientes que esto, ayudará a mejorar el servicio y crecimiento de la compañía. Mientras que el mínimo porcentaje, piensan que no es necesario, respuesta que puede ser, para el desconocimiento de la importancia y beneficios de contar con un "SGC".

4.2 Análisis e interpretación de resultados de la entrevista realizada al personal de la compañía GERIZIM CIA. LTDA., de la ciudad de Ambato.

Pregunta Nº 1

¿Tiene conocimiento sobre la Normativa ISO-9001:2008?

El personal de la compañía manifiesta que tienen conocimientos básicos en lo referente al Sistema de Gestión de la Calidad; es decir, están conscientes que es un conjunto de requisitos que debe cumplir una organización; por los cuales, se administra de forma sistemática la calidad de la misma, en la búsqueda de la mejora continua. Otros integrantes de la compañía también tienen conocimiento que entre los elementos del Sistema de Gestión de la Calidad, están:

1. Estructura de la organización: la misma que responde al organigrama de los sistemas de la empresa donde se jerarquizan los niveles directivos y de gestión.
2. Estructura de responsabilidades: la cual implica a personas y departamentos, en la cual se indican las diversas funciones de la calidad.
3. Procedimientos: son aquellos que responden al plan permanente de pautas detalladas para controlar las acciones de la organización.
4. Procesos: son quienes responden a la sucesión completa de operaciones dirigidos a la obtención de un objetivo específico.
5. Recursos: los mismos que no solamente son económicos, sino humanos, técnicos y de otro tipo, deben estar definidos de forma estable y circunstancial.

Análisis e interpretación

Por medio de la entrevista con el personal, se puede inducir que la mayor parte del personal tiene un conocimiento básico de lo que es un Sistema de Gestión de la Calidad; con lo cual, se llega a establecer, que antes de la implementación de dicho sistema en la compañía, se deberá realizar una capacitación al personal para que tengan conocimientos claros sobre el significado de un sistema y sus implicaciones.

Pregunta Nº 2

¿Estaría dispuesto a trabajar bajo los lineamientos establecidos en la Normativa?

La mayor parte del personal, reveló que si estarían dispuestos a trabajar bajo los lineamientos establecidos por el Sistema de Gestión de la Calidad, debido a que deben adecuarse a cualquier tipo de cambio que sea en beneficio para crecimiento de la compañía.

Análisis e interpretación

Luego de la entrevista se puedo ratificar, que se cuenta con el personal idóneo para la implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad, ya que en gran parte de su resultado depende de la aprobación y aceptación del personal, para adaptarse a los cambios que este requiere, ya que tendrán que trabajar bajo parámetros establecidos y con un seguimiento riguroso, para de esta manera alcanzar la mejora continua.

Pregunta Nº 3

¿Considera que mejorar la atención al cliente ayuda a aumentar la productividad del servicio?

El personal de la compañía concuerda en que una buena atención al cliente ayuda a ser más efectivos en el servicio; es decir, que esto les permite satisfacer las

necesidades de los clientes; también expresaron que han tenido capacitaciones sobre atención al cliente, en estas se les ha indicado, que el cliente es la razón de ser del giro de negocio cualquiera que sea este.

Análisis e interpretación

Se puede deducir que el personal está consciente en que se debe dar una buena atención al cliente, para poder satisfacer las necesidades de los mismos; a su vez, esto ayudará a aumentar la cartera de clientes, con lo que se incrementará el posicionamiento en el mercado, y así lograr que los clientes obtengan un mejor nivel de satisfacción y puedan seguir confiando en la compañía, con el afán de mejorar los volúmenes de venta

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Luego de haber realizado el trabajo de investigación, se puede determinar las siguientes conclusiones:

- Se determina que la mayoría de clientes que adquieren los productos de "GERIZIM CIA. LTDA.", lo efectúa trimestralmente, los mismos que constituyen un grupo de clientes fieles, con los que cuenta actualmente la compañía.

- Se establece que los clientes utilizan con mayor frecuencia los productos panty y bóxer para los segmentos de mercado femenino y masculino respectivamente que oferta la compañía, a su vez se determina que en un porcentaje mínimo compran el producto de BVD´s, lo que representa una falencia en el desempeño comercial; es decir, tiene un efecto en las ventas y por ende en los beneficios.

- Se llega a establecer que la compañía trabaja arduamente por brindar productos y servicios que cumplan con las expectativas y requerimientos de

los clientes; sin embargo, no se cubre en su totalidad el poder satisfacer las exigencias que los clientes buscan al momento de adquirir ropa íntima.

- Realizada la investigación se llega a concluir que un número considerable de clientes, califican el servicio ofertado por la compañía como excelente, esto refleja que parcialmente se está satisfaciendo las necesidades de los clientes; así como también, se debe buscar alternativas que permitan cumplir con las necesidades de los clientes que consideran que el servicio brindado es malo, demostrando así su insatisfacción con "GERIZIM CIA. LTDA.".

- El estudio realizado refleja que la mayor parte de los clientes, se encuentran satisfechos con el servicio que brinda la Compañía; sin embargo, no hay que descartar que un considerable número de éstos, no se encuentran satisfechos, esto denota que existen falencias al momento de brindar el servicio; lo que, indica que el personal no cumple a cabalidad con la orientación a la satisfacción total de las necesidades del cliente, siendo este un punto primordial al tratarse del giro del negocio.

- Los entrevistados, consideran que el servicio es ágil y oportuno por parte de la compañía, siendo esta, una de las características más relevantes de la misma, cabe recalcar que no hay que dejar de lado la correcta organización; no solo por la rapidez en la realización del proceso comercial, sino también, para demostrar la calidad del servicio, concomitante con la organización que

presente la administración, para dirigir y controlar cada una de las actividades que se realiza dentro y fuera de la empresa.

- El estudio establece que el personal brinda a los clientes agilidad en la prestación del servicio, lo que indica que el personal sabe realizar su trabajo de manera oportuna, pero no sabe brindar confiabilidad, siendo un atributo primordial al tratarse en este tipo de negocios, considerando que es uno de los aspectos que da lugar a la insatisfacción presentada por los clientes.

- Se concluye que es necesario la implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad dentro de la compañía, para mantener y corregir el servicio ofrecido, mejorando la calidad, enfocándose en la satisfacción de los clientes, aumentando la confiabilidad, incrementando el porcentaje de retorno de la inversión, maximizando el porcentaje del beneficio obtenido en ventas de la compañía.

5.2 Recomendaciones

Realizado el estudio se establecen las siguientes recomendaciones:

- Implementar parámetros que permitan mejorar el servicio ofrecido por "GERIZIM CIA. LTDA.", para mantener a los clientes actuales, y fomentar el crecimiento de la misma; con lo que, se incentivará a que los clientes usen los productos ofertados por tiempos prolongados.

- Impulsar estrategias de ventas, para ofertar la cartera de productos que en lugar de oferta produce "GERIZIM CIA. LTDA.", para incrementar el volumen de ventas y; por ende, se genere mayor rentabilidad para el giro de negocio, creando confianza en los clientes y como consecuencia, lograr mayor fidelidad de los mismos con nuestros productos, siempre enfocados en satisfacer sus necesidades y de esta forma incrementar su nivel de satisfacción y la empresa incrementar sus ventas y beneficios.

- Mejorar los procesos que intervienen en la comercialización, con el afán de cumplir con las expectativas y los requerimientos que los clientes buscan al momento de elegir una compañía para adquirir productos de ropa íntima, que garantice calidad y confiabilidad, en cada uno de los productos y, complementando con los servicios brindados por la compañía.

- Capacitar al personal sobre la Atención al Cliente, para mejorar el servicio, con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar

adecuado y, logre alcanzar a cumplir las perspectivas de los mismos, mediante un servicio de calidad y, con el objetivo de cumplir con cada una de las necesidades presentadas por los clientes.

- Establecer parámetros para que el personal, cumplan eficientemente con cada una de sus actividades, y enfocadas a brindar un servicio de calidad, con enfoque de mejora continua en los procesos, proporcionando un valor agregado, que marque la diferencia en relación al producto o servicio que se entrega al cliente final, con el único afán de alcanzar la satisfacción de los mismos.

- Corregir los procesos administrativos, a través de la correcta planificación, organización, dirección y control de los recursos, con el fin de obtener el máximo beneficio posible, lo que permitirá tener una compañía sólida, en la que se refleje estabilidad, tanto para clientes internos como para los clientes externos. Enfocándose siempre en que el cliente, es la razón de ser de la compañía; y encaminando todos los esfuerzos hacia la búsqueda de la satisfacción de las necesidades.

- Fomentar en el personal valores corporativos, los mismos que ayudarán a mantener y mejorar el posicionamiento respecto a la buena atención al cliente en la compañía; así también, alcanzando el cumplimiento de las metas, a través de la correcta toma de decisiones, que permitirá lograr el éxito en los procesos de mejora.

- Diseñar un Sistema de Gestión de la Calidad, para mejorar los procesos de la compañía, enfocarse en la satisfacción de los clientes y alcanzar la calidad en el servicio.

CAPITULO VI

6. PROPUESTA

6.1 Tema

Diseño de un Sistema de Gestión de la Calidad, bajo estándares de la norma ISO-9001:2008, para incrementar el volumen de ventas de la Compañía “GERIZIM CIA. LTDA.” CIA. LTDA.”, de la ciudad de Ambato.

6.1.1 Datos informativos

Institución ejecutora: “GERIZIM CIA. LTDA.”

Beneficiarios: Accionistas, clientes internos y externos de la Compañía “GERIZIM CIA. LTDA.”.

Ubicación: Provincia del Tungurahua, en la Ciudad de Ambato; parroquia Huachi Chico en las calles Marcos Montalvo s/n y Pablo Neruda

Responsable: Dr. Diego Javier Beltrán Narváez (Gerente General)

Equipo técnico responsable: Gerente, Contador, Personal Administrativo

Financiamiento: Recursos propios de la compañía.

Tiempo estimado para la ejecución:

Inicio: Noviembre 2014 **Finalización**: Noviembre 2015

6.2 Antecedentes de la propuesta

En la ejecución de cualquier giro de negocio, es importante que estos se desarrollen bajo parámetros que garanticen calidad en sus productos y/o servicios, con el objetivo de satisfacer las necesidades de cada cliente. En el ámbito productivo, comercial; es necesario que exista un adecuado control de las actividades que realizan las compañías, en especial a las que son reguladas por la Superintendencia de Compañías, presentando informes transparentes, que cumplan con la normativa de regulación y control del sector, que regula el mercado de valores societario, trabajando activamente en la prevención del lavado y el financiamiento de delitos; es precisos que aseguren confiabilidad a sus clientes y a la comunidad, de igual forma deben trabajar bajo parámetros que estén enfocados a la satisfacción del cliente, ya que éste es el eje central de todo negocio.

Una vez realizado una previa investigación se concluye que la compañía "GERIZIM CIA. LTDA.", no cuenta con un sistema de gestión de la calidad. La compañía al no realizar un diagnóstico tanto interno como externo; no cuentan con un análisis sustentable acerca de lo que acontece en su entorno; en cuanto a las características de los procesos, metodologías de trabajo, criterios organizacionales; por lo que, no se ha podido incorporar un procedimiento normalizador que permita definir, datos de entrada, salida y parámetros de control.

El diseño de un sistema de gestión de calidad basado en la Norma ISO-9001:2008 permitirá a la compañía, dirigir, controlar y llevar un buen funcionamiento en todo momento, con respecto a los estándares de calidad; siendo una vía para reducir costos, mejorar procesos de producción, comercialización; estableciendo estrategias

competitivas para mejorar el servicio y por lo tanto incrementar las ventas, como factor clave en el creciente mercado de ropa íntima.

Un sistema eficaz, permitirá un mejor desempeño de la compañía; con lo que ayudará a cumplir su misión, presentando un servicio ágil, oportuno, innovador que permita a la compañía tener un mejor nivel de competitividad, manteniendo un sólido compromiso de calidad y eficiencia para la satisfacción de los clientes a nivel interno y externo; y, cumplir a cabalidad su visión que es ser la compañía de producción, calidad y comercialización de ropa íntima con mayor productividad e innovación en el país.

6.3 Justificación

Tanto a nivel mundial como en Ecuador, es de vital interés que las organizaciones, empresas, compañías, presenten certificaciones de calidad, esto facilita la medición del grado de cumplimiento de las políticas y procedimientos internos, problemas de control y administración interna detectados; como resultado de estos indicadores, permitirá estandarizar y mejorar continuamente los procesos y procedimientos, alcanzando reconocimiento, confianza y credibilidad, tanto de los clientes internos como externos, debido a la seguridad, grado de excelencia que denota la certificación emitidas por calificadoras internacionales.

En la actualidad, las empresas productoras y comercializadoras de ropa íntima, enfocan todos sus esfuerzos hacia el fortalecimiento del sistema de control de la calidad y en pro de encaminarse hacia la tan anhelada certificación. La adecuada aplicación del Sistema de Gestión de la Calidad, es muy valiosa ya que da origen a

procedimientos correctivos, evitando los desperdicios de recursos humanos, materiales, financieros, tecnológicos y ambientales.

El propósito de este sistema es identificar los procesos estratégicos, de realización y apoyo relacionados con los productos y servicios, lo que permitirá mejorar los tiempos de respuesta y satisfacer las necesidades de los clientes, mejorar cualitativa y cuantitativamente; con el objetivo de orientar las actividades hacia el fortalecimiento, posicionamiento y prestación de servicios de buena calidad, fundamentada en los requisitos de la Norma ISO 9001:2008 como base para la mejora continua.

El diseño de un Sistema de Gestión de la Calidad, bajo estándares de la Norma ISO-9001:2008 es necesario para la compañía "GERIZIM CIA. LTDA.", pues los socios y el personal administrativo tendrán una visión clara de los aspectos de la compañía, mismos que serán válidos para la toma de decisiones acertadas, respecto de la inversión actual como para inversiones futuras, también tener su información financiera organizada de manera oportuna y clara, además de contar con un adecuado control interno que le permitirá el logro de los objetivos y un correcto manejo de los riesgos para la protección de sus recursos, que lo llevará a un crecimiento sostenido y sustentable.

Además, se contribuirá a la mejora de la gestión administrativa y operativa de la compañía, lo que permitirá que los indicadores establecidos sean coherentes con las metas propuestas tanto a corto como a largo plazo; el resultado se verá reflejado en el incremento del nivel de satisfacción de los clientes, obteniendo un servicio de calidad, eficiente y oportuno, debido a que la Normativa ISO-9001:2008 está

centrada en aumentar la satisfacción del cliente, a través de la aplicación eficaz del sistema, incluidos los proceso para la mejora continua y el aseguramiento de la conformidad con los requisitos del cliente y los legales reglamentarios aplicables.

El correcto cumplimiento del sistema, permitirán que todos los clientes se identifiquen con la compañía y mantengan su nivel de implicación con la misma.

6.4 Objetivos

6.4.1 Objetivo General

- Diseñar un Sistema de Gestión de la Calidad, bajo estándares de la norma ISO-9001:2008, para incrementar el volumen de ventas de la Compañía "GERIZIM CIA. LTDA.", de la ciudad de Ambato.

6.4.2 Objetivos específicos

- Desarrollar lineamientos y parámetros, conformes a la Norma ISO-9001:2008, para incluir en el Sistema de Gestión de la Calidad.

- Crear los procedimientos adecuados, basados en la Normativa ISO-9001:2008, para elaborar en el Manual de Calidad.

- Aplicar los lineamientos, parámetros y procedimientos del Sistema de Gestión de la Calidad, bajo estándares de la Norma ISO-9001:2008, para

incrementar el volumen de ventas de la Compañía “GERIZIM CIA. LTDA.”, de la ciudad de Ambato.

6.5 Análisis de factibilidad

Política

La propuesta es viable ya que en este momento, el Gobierno Ecuatoriano ha ido incrementando normativas gubernamentales, referentes a la creación y manejo de compañías, debido a la aparición de un sin número de compañías que brindan productos y servicios; razón por la cual, se ha ido desarrollando políticas de vigilancia, auditoría, intervención y control de las actividades económicas, sociales y ambientales, con el propósito de que las mismas se sujeten al ordenamiento jurídico y atiendan al interés general ciudadano.

Las compañías constituyen las organizaciones más capaces de adaptarse a los cambios tecnológicos y de generar empleo, con lo que representan un importante factor de política de distribución de ingresos a las clases media y baja; con lo cual, fomentan el desarrollo económico de todo un país.

Socio-Cultural

En la actualidad existen culturas de consumo cambiantes, dado que las personas lo que más buscan en una decisión de compra es la seguridad y confiabilidad que su proveedor presente; razón por la cual, la compañía debe buscar acciones para

satisfacer la exigencia del consumidor en cuanto a calidad de los productos y servicios ofertados.

Por otra parte, se determina la factibilidad en este ámbito dado al nivel cultural al cual va direccionado, ya que se buscan alternativas para ayudar al desarrollo de sectores, la comunidad, orientados en promover la satisfacción de las necesidades de los mismos; basados en el cumplimiento con responsabilidad solidaria.

Tecnología

Implementar un sistema de control de calidad para optimizar la producción de ropa íntima es factible, puesto que se dispone con la tecnología suficiente para la confección de las prendas, no obstante la implementación de tecnologías modernas pueden incrementar el nivel de competitividad de la compañía en el mercado.

Organización

La Compañía "GERIZIM CIA. LTDA.", a través de su gerencia está dispuesta a congregar sus esfuerzos y, a realizar cualquier cambio que signifique trabajar bajo los procesos estandarizados por la Norma ISO-9001:2008, para mostrar su mejor desempeño e incrementar la satisfacción al cliente.

Ambiental

Es factible la propuesta dado que la compañía debe implementar acciones orientadas a la responsabilidad ambiental, mismas que están en la obligación de realizar.

Económico

Se trata de una propuesta cuyo impacto económico es relevante en las inversiones que realizará, pero absolutamente necesarias en función de cumplir con los planes de crecimiento de la compañía "GERIZIM CIA. LTDA.", a nivel nacional e internacional.

Financiero

La Compañía "GERIZIM CIA. LTDA.", presenta disponibilidad de recursos para poder financiar los gastos que demanden el diseño y posterior análisis de la implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad, porque por medio de éste se proyecta incrementar los niveles de satisfacción en sus clientes, lo cual incrementará también la rentabilidad del negocio.

Legal

Es factible ya que las nuevas leyes implementadas en nuestro país, están encaminadas a salvaguardar el interés de los clientes, quienes adquieren un bien o servicio seguros de que estos cumplan con los requisitos de acuerdo a la ley sobre, precios, garantías, cargos especiales, fechas de entrega, otras. La compañía está en la obligación de contar con las certificaciones que avalen su legalidad en la ejecución de sus actividades.

6.6 Fundamentación teórica

Las Normas ISO - 9001:2008 es un conjunto de normas y gestión de calidad, establecidas por la Organización Internacional de Normalización (ISO). Estas normas se pueden aplicar en cualquier tipo de organización o actividad orientada a la producción de bienes o servicios. Las normas recogen tanto el contenido mínimo como las guías y herramientas específicas de implantación como los métodos de auditoría. El ISO 9001 específica la manera en que una organización opera sus estándares de calidad, tiempos de entrega y niveles de servicio.

Dentro de las ventajas que se logra al implementar un sistema de calidad tenemos:

- Estandarizar las actividades del personal que trabaja dentro de la organización por medio de la documentación.
- Incrementar la satisfacción del cliente al asegurar la calidad de productos y servicios de manera consistente, dada la estandarización de los procedimientos y actividades.
- Medir y monitorear el desempeño de los procesos.
- Incrementar la eficacia y/o eficiencia de la organización en el logro de sus objetivos.
- Mejorar continuamente en los procesos, productos, eficacia, entre otros.
- Reducir las incidencias negativas de producción o prestación de servicios.
- Mantienen la calidad.

Contenido de un sistema de gestión de la calidad bajo estándares ISO-9001:2008

El Sistema de Gestión de la Calidad ayuda a las organizaciones a aumentar la satisfacción del cliente. Los clientes necesitan productos con características que satisfagan sus necesidades y expectativas.

El enfoque a través de un sistema de Gestión de la Calidad, anima a las organizaciones a analizar los requisitos del cliente y a mantener estos procesos bajo control.

6.6.1 Objeto y campo de aplicación

- **Generalidades.-** esta norma específica los requisitos para un Sistema de Gestión de la Calidad, cuando una organización:

  a) Necesita demostrar su capacidad para proporcionar de forma coherente productos que satisfagan los requisitos del cliente y los reglamentos aplicables, y

  b) Aspira a aumentar la satisfacción del cliente a través de la aplicación eficaz del sistema, incluidos los procesos para la mejora continua del sistema y el aseguramiento de la conformidad con los requisitos del cliente y los reglamentarios aplicables.

- **Aplicación.-** todos los requisitos de esta Norma Internacional son genéricos y se pretende que sean aplicables a todas las organizaciones sin importar su tipo, tamaño y producto suministrado.

6.6.2 Referencias normativas

El documento normativo, contiene disposiciones que, a través de referencias en este texto, constituyen disposiciones de esta Norma Internacional.

6.6.3 Términos y definiciones

Para el propósito de esta Norma Internacional, son aplicables los términos y definiciones dados en la Norma ISO 9000. Los términos siguientes, utilizados en esta edición de la Norma ISO 9001 para describir la cadena de suministro, se han cambiado para reflejar el vocabulario actualmente en uso.

Proveedor……→ Organización……→ Cliente

El término "organización" reemplaza al término "proveedor" que se utilizó en la Norma ISO 9001:1994 para referirse a la unidad a la que se aplica esta Norma Internacional.

A lo largo del texto de esta Norma Internacional, cuando se utilice el término "producto", éste puede significar también "servicio".

6.6.4 Sistema de gestión de la calidad

- **Requisitos generales.-**la organización debe establecer, documentar, implementar, mantener un Sistema de Gestión de la Calidad y mejorar continuamente su eficacia de acuerdo con los requisitos de esta Norma Internacional.

La organización debe:

a) Determinar los procesos necesarios para el Sistema de Gestión de la Calidad y su aplicación a través de la organización,
b) Determinar la secuencia e interacción de estos procesos,
c) Determinar los criterios y métodos necesarios para asegurarse de que tanto la operación como el control de estos procesos sean eficaces,
d) Asegurarse de la disponibilidad de recursos e información necesarios para apoyar la operación y el seguimiento de estos procesos,
e) Realizar el seguimiento, la medición – cuando sea aplicable – y el análisis de estos procesos,
f) Implementar las acciones necesarias para alcanzar los resultados planificados y la mejora continua de estos procesos.

La organización debe gestionar estos procesos de acuerdo con los requisitos de esta Norma Internacional.

Además la norma señala que cuando la organización opte por contratar externamente cualquier proceso que afecte la calidad del producto (conformidad), debe asegurarse de controlar dichos procesos y tal control tiene que estar definido dentro del SGC.

- **Requisitos de la documentación.-**la norma establece que la documentación del SGC debe incluir la política de la calidad y los objetivos de la calidad, un manual de la calidad, los procedimientos documentados y los registros requeridos por la propia norma, así como los documentos, incluidos los registros que la organización determina necesarios para asegurar la eficacia de la planificación, la

operación y el control de los procesos.

- **Generalidades.-** la documentación del Sistema de Gestión de la Calidad debe incluir:

  a) Declaraciones documentadas de una política de la calidad y de objetivos de la calidad,

  b) Un manual de la calidad

  c) Los procedimientos documentados requeridos en esta Norma Internacional.

- **Manual de la Calidad.-** éste es el documento central que debe reflejar las características y los componentes principales del SGC. Es decir, aquí queda plasmado qué hace la organización para cumplir con los requisitos que exige la norma ISO-9001. Por ello, la norma señala que el manual de calidad debe incluir:

  a) El alcance del SGC, incluyendo los detalles y la justificación de cualquier exclusión,

  b) Los procedimientos documentados establecidos para el SGC, o referencia a los mismos,

  c) Una descripción de la interacción entre los procesos del SGC.

- **Control de los Documentos.-** los documentos requeridos por el SGC deben controlarse. Ya sabemos que los registros son un tipo especial de documento y deben controlarse de acuerdo con los requisitos. De esta manera se debe establecer un procedimiento documentado que defina los controles necesarios para aprobar, revisar y actualizar los documentos; y que además asegure la identificación de los cambios y el estado de la versión vigente de los documentos,

y que las versiones vigentes de los documentos estén disponibles en los puntos de uso, permanecen legibles y fácilmente identificables.

- **Control de los Registros.-** la norma textualmente señala: los registros establecidos para proporcionar evidencia de la conformidad con los requisitos, así como de la operación eficaz del Sistema de Gestión de la Calidad, deben controlarse. La organización debe establecer un procedimiento documentado para definir los controles necesarios para la identificación, el almacenamiento, la protección, la recuperación, la retención y la disposición de los registros.

  Los registros deben permanecer legibles, fácilmente identificables y recuperables.

6.6.5 Responsabilidad de la dirección

Indica que todos los requisitos de la norma son importantes, pero éste es decisivo, ya que en él se reflejan varios de los principios de la gestión de la calidad, y qué parte de la eficiencia y utilidad del SGC radicará en el grado en el que la dirección cumpla con sus responsabilidades para con el SGC. El liderazgo, el compromiso y la participación activa de la alta dirección son esenciales para desarrollar y mantener un SGC eficaz y eficiente.

- **Compromiso de la dirección.-** la alta dirección debe proporcionar evidencia de su compromiso con el desarrollo e implementación del SGC, y la mejora continua.

- **Enfoque al cliente.-** la alta dirección debe asegurarse de que los requisitos del

cliente se determinen y se cumplen con el propósito de aumentar la satisfacción del cliente.

- **Política de la Calidad.-** la alta dirección debe asegurarse de que la política de la calidad:

  a) Es adecuada al propósito de la organización,

  b) Incluye un compromiso de cumplir con los requisitos y de mejorar continuamente la eficacia del SGC,

  c) Proporciona un marco de referencia para establecer y revisar los objetivos de la calidad,

  d) Es comunicada y entendida dentro de la organización, y

  e) Es revisada para su continua adecuación.

- **Objetivos de la Calidad.-** la alta dirección debe asegurarse de que los objetivos, incluyendo aquéllos necesarios para cumplir los requisitos para el producto, se establecen en las funciones y niveles pertinentes dentro de la organización. Los objetivos de la calidad deben ser medibles y coherentes con la política de la calidad.

- **Planificación del SGC.-** la alta dirección debe asegurarse de que:

  a) La planificación del Sistema de Gestión de la Calidad se realiza con el fin de cumplir los requisitos citados en 4.1, así como los objetivos de la calidad, y

  b) Se mantiene la integridad del SGC cuando se planifican e implementan cambios en éste.

- **Responsabilidad y autoridad.-** la alta dirección debe asegurarse de que las responsabilidades y autoridades están definidas y son comunicadas dentro de la organización.
- **Representante de la dirección.-** la alta dirección debe asignar un miembro de la dirección quien, con independencia de otras responsabilidades, debe tener la responsabilidad y autoridad que incluya:

  a) Asegurarse de que se establecen, implementan y mantienen los procesos necesarios para el Sistema de Gestión de la Calidad,

  b) Informar a la alta dirección sobre el desempeño del sistema de gestión del calidad y de cualquier necesidad de mejora, y

  c) Asegurarse de que se promueva la toma de conciencia de los requisitos del cliente en todos los niveles de la organización.

- **Comunicación interna.-** la alta dirección debe asegurarse de que se establecen los procesos de comunicación apropiados dentro de la organización y de que la comunicación se efectúa considerando la eficiencia del sistema de gestión de calidad.

- **Revisión por parte de la dirección**

- **Generalidades.-** la alta dirección debe, a intervalos planificados, revisar es SGC de la organización, para asegurarse de su conveniencia, adecuación y eficacia continuas. La revisión debe incluir la evaluación de las oportunidades de mejora y la necesidad de efectuar cambios en el SGC, incluyendo la política de la calidad y los objetivos de la calidad.

- **Información para la revisión.-** la información de entrada para la revisión por la dirección debe incluir:

  a) Resultados de auditorías,

  b) Retroalimentación del cliente,

  c) Desempeño de los procesos y conformidad del producto,

  d) Estado de las acciones correctivas y preventivas,

  e) Acciones de seguimiento de revisiones por la dirección previas,

  f) Cambios que podrían afectar al Sistema de Gestión de la Calidad, y

  g) Recomendaciones para la mejora.

- **Resultados de la revisión.-** los resultados de la revisión por la dirección deben incluir todas las decisiones y acciones relacionadas con:

  a) La mejora de la eficacia del Sistema de Gestión de la Calidad y sus procesos,

  b) La mejora del producto en relación con los requisitos del cliente, y

  c) Las necesidades de los recursos.

6.6.6 Gestión de los recursos

- **Provisión de recursos.-** la organización debe terminar y proporcionar los recursos necesarios para:

  a) Implementar y mantener el Sistema de Gestión de la Calidad y mejorar continuamente su eficacia, y

  b) Aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos.

- **Generalidades.-** El personal que realice trabajos que afecten a la calidad del producto debe ser competente con base en la educación, formación, habilidades y experiencia apropiadas.

- **Competencia, toma de conciencia y formación.-** la organización debe

  a) Determinar la competencia necesaria para el personal que realiza trabajos que afecten a la calidad del producto,

  b) Proporcionar formación o tomar otras acciones para satisfacer dichas necesidades,

  c) Evaluar la eficacia de las acciones tomadas,

  d) Asegurarse de que su personal es consciente de la pertinencia e importancia de sus actividades y de cómo contribuyen al logro de los objetivos de la calidad, y

  e) Mantener los registros apropiados de la educación, formación, habilidades y experiencia.

- **Infraestructura.-** la organización debe determinar, proporcionar y mantener la infraestructura necesaria para lograr la conformidad con los requisitos del producto. La infraestructura incluye, cuando sea aplicable

  a) edificios, espacio de trabajo y servicios asociados,

  b) equipo para los procesos, (tanto hardware como software), y

  c) servicios de apoyo tales (como transporte o comunicación).

- **Ambiente de trabajo.-** la organización debe determinar y gestionar el ambiente de trabajo necesario para lograr la conformidad con los requisitos del producto.

6.6.7 Realización del producto

- **Planificación de la realización del producto.-** la organización debe planificar y desarrollar los procesos necesarios para la realización del producto. La planificación de la realización del producto debe ser coherente con los requisitos de los otros procesos del Sistema de Gestión de la Calidad.

  Durante la planificación de la realización del producto, la organización debe terminar, cuando sea apropiado, lo siguiente:

  a) Los objetivos de la calidad y los requisitos para el producto;

  b) La necesidad de establecer procesos, documentos y de proporcionar recursos específicos para el producto;

  c) Las actividades requeridas de verificación, validación, seguimiento, inspección y ensayo/prueba específicas para el producto así como los criterios para la aceptación del mismo;

  d) Los registros que sean necesarios para proporcionar evidencia de que los procesos de realización y el producto resultante cumplen los requisitos.

El resultado de esta planificación debe presentarse de forma adecuada para la metodología de operación de la organización.

- **Procesos relacionados con el cliente**

- **Determinación de los requisitos relacionados con el producto/ servicio.-** la organización debe determinar:

a) Los requisitos especificados por el cliente, incluyendo los requisitos para las actividades de entrega y las posteriores a la misma,

b) Los requisitos no establecidos por el cliente pero necesarios para el uso especificado o para el uso previsto, cuando sea conocido,

c) Los requisitos legales y reglamentarios relacionados con el producto, y

d) cualquier requisito adicional determinado por la organización.

- **Revisión de los requisitos relacionados con el producto/ servicio.-** la organización debe revisar los requisitos relacionados con el producto. Esta revisión debe efectuarse antes de que la organización se comprometa a proporcionar un producto al cliente (por ejemplo envió de ofertas, aceptación de contratos o pedidos, aceptación de cambios en los contratos o pedidos) y debe asegurarse de que:

  a) Están definidos los requisitos del producto,

  b) Están resueltas las diferencias existentes entre los requisitos del contrato o pedido y los expresados previamente, y

  c) La organización tiene la capacidad para cumplir con los requisitos definidos.

Deben mantenerse registros de los resultados de la revisión y de las acciones originadas por la misma. Cuando el cliente no proporcione una declaración documentada de los requisitos, la organización debe confirmar los requisitos del cliente antes de la aceptación.

Cuando se cambien los requisitos del producto, la organización debe asegurarse de que la documentación pertinente sea modificada y de que el personal correspondiente sea consciente de los requisitos modificados.

NOTA: En algunas situaciones, tales como las ventanas por internet, no resulta práctico efectuar una revisión formal de cada pedido. En su lugar, la revisión puede cubrir la información pertinente del producto, como son los catálogos o el material publicitario.

- **Comunicación con el cliente.-**la organización debe determinar disposiciones eficaces para la comunicación con los clientes, relativas a:
  a) La información sobre el producto
  b) Las consultas, contratos o atención de pedidos, incluyendo las modificaciones, y
  c) La retroalimentación del cliente, incluyendo sus quejas.

- **Diseño y desarrollo**

- **Planificación del diseño y desarrollo.-**la organización debe planificar y controlar el diseño y desarrollo del producto.

  Durante la planificación del diseño y desarrollo la organización debe determinar
  a) Las etapas del diseño y desarrollo

b) La revisión, verificación y validación, apropiadas para cada etapa del diseño y desarrollo, y

c) Las responsabilidades y autoridades para el diseño y desarrollo.

La organización debe gestionar las interfaces entre los diferentes grupos involucrados en el diseño y desarrollo para asegurarse de una comunicación eficaz y una clara asignación de responsabilidades. Los resultados de la planificación deben actualizarse, según sea apropiado, a medida que progresa el diseño y desarrollo.

- **Elementos de entrada para el diseño y desarrollo.-** deben determinarse los elementos de entrada relacionados con los requisitos del producto y mantenerse registros. Estos elementos de entrada deben incluir

  a) Los requisitos funcionales y de desempeño,

  b) Los requisitos legales y reglamentarios aplicable,

  c) La información proveniente de diseños previos similares, cuando sea aplicable

  d) Cualquier otro requisito esencial para el diseño y desarrollo.

Estos elementos deben revisarse para verificar su educación. Los requisitos deben estar completos, sin ambigüedades y no deben ser contradictorios.

- **Resultados del diseño y desarrollo.-** los resultados del diseño y desarrollo deben proporcionarse de tal manera que permitan la verificación respecto a los

elementos de entrada para el diseño y desarrollo, y deben aprobarse antes de su liberación.

Los resultados del diseño y desarrollo deben:

a) Cumplir los requisitos de los elementos de entrada para el diseño y desarrollo,

b) Proporcionar información apropiada para la compra, la producción y la prestación del servicio,

c) Contener o hacer referencia a los criterios de aceptación del producto, y

d) Especificar las características del producto que son esenciales para el uso seguro y correcto.

- **Revisión del diseño y desarrollo.-** en las etapas adecuadas, deben realizarse revisiones sistemáticas del diseño y desarrollo de acuerdo con lo planificado:

a) Evaluar la capacidad de los resultados de diseño y desarrollo para cumplir los requisitos, e

b) Identificar cualquier problema y proponer las acciones necesarias.

Los participantes en dichas revisiones deben incluir representantes de las funciones relacionadas con la(s) etapa(s) de diseño y desarrollo que esta(n) revisando. Deben mantenerse registros de los resultados de las revisiones y de cualquier acción necesaria.

- **Verificación del diseño y desarrollo.-** se debe realizar la verificación, de acuerdo con lo planificado para asegurarse de que los resultados del diseño y desarrollo cumplen los requisitos de los elementos de entrada del diseño y desarrollo. Deben mantenerse registros de los resultados de la verificación y de cualquier acción que sea necesaria.

- **Validación del diseño y desarrollo.-** se debe realizar la validación del diseño y desarrollo de acuerdo con lo planificado para asegurase de que el producto resultante es capaz de satisfacer los requisitos para su aplicación especificada o uso previsto, cuando sea conocido Siempre que sea factible, la validación debe completarse antes de la entrega o implementación del producto.

  Deben mantenerse registros de los resultados de la validación y de cualquier acción que sea necesaria.

- **Control de los cambios del diseño y desarrollo.-** los cambios del diseño y desarrollo deben identificarse y deben mantenerse registros. Los cambios deben revisarse, verificarse y validarse, según sea apropiado, y aprobarse antes de su implementación. La revisión de los cambios del diseño y desarrollo debe incluir la evaluación del efecto de los cambios en las partes constitutivas y en el producto ya entregado. Deben mantenerse registros de los resultados de la revisión de los cambios y de cualquier acción que sea necesaria.

- **Compras**

- **Proceso de compras.-** la organización debe asegurarse de que el producto adquirido cumple los requisitos de compra especificados. El tipo y alcance del control aplicado al proveedor y al producto adquirido debe depender del impacto del producto adquirido en la posterior realización del producto o sobre el producto final.

  La organización debe evaluar y seleccionar los proveedores en función de su capacidad para suministrar productos de acuerdo con los requisitos de la organización. Deben establecerse los criterios para la selección, la evaluación y la re-evaluación. Deben mantenerse los registros de los resultados de las evaluaciones y de cualquier acción necesaria que se derive de las mismas.

- **Información de las compras.-** la información de las compras debe describir el producto a comprar, incluyendo, cuando sea apropiado

  a) Requisitos para la aprobación del producto, procedimientos, procesos y equipos,

  b) Requisitos para la calificación del personal y

  c) Requisitos del Sistema de Gestión de la Calidad.

La organización debe asegurarse de la adecuación de los requisitos de compra especificados antes de comunicárselos al proveedor.

- **Verificación de los productos comprados.-** la organización debe establecer e implementar la inspección u otras actividades necesarias para asegurarse de que el producto comprado cumple los requisitos de compra especificados.

  Cuando la organización o su cliente quieran llevar a cabo la verificación en las instalaciones del proveedor, la organización debe establecer en la información de compra las disposiciones para la verificación pretendida y el método para la liberación del producto.

- **Producción y prestación del servicio**

- **Control de la producción y de la prestación del servicio.-** la organización debe planificar y llevar a cabo la producción y la prestación del servicio bajo condiciones controladas. Las condiciones controladas deben incluir, cuando sea aplicable.

  a) La disponibilidad de información que describa las características del producto.

  b) La disponibilidad de instrucciones de trabajo, cuando sea necesario,

  c) El uso del equipo apropiado,

  d) La disponibilidad y uso de dispositivos de seguimiento y medición,

  e) La implementación del seguimiento y de la medición, y

  f) La implementación de actividades de liberación entrega y posteriores a la entrega.

- **Validación de los procesos de la producción y la prestación del servicio.-** la organización debe validar aquellos procesos de producción y de prestación del servicio donde los productos resultantes no puedan verificarse mediante actividades de seguimiento o medición posteriores. Esto incluye a cualquier proceso en el que las deficiencias se hagan aparentes únicamente después de que el producto este siendo utilizado o se haya prestado el servicio.

  La validación debe demostrar la capacidad de estos procesos para alcanzar los resultados planificados.

  La organización debe establecer las disposiciones para estos procesos, incluyendo, cuando sea aplicable:

  a) Los criterios definidos para la revisión y aprobación de los procesos,

  b) La aprobación de equipos y calificación del personal,

  c) El uso de métodos y procedimientos específicos,

  d) Los requisitos de los registros,

  e) La revalidación.

- **Identificación.-** cuando sea apropiado, la organización debe identificar el producto por medios adecuados, a través de toda la realización del producto.

  La organización debe identificar el estado del producto con respecto a los requisitos de seguimiento y medición.

Cuando la trazabilidad sea un requisito, la organización debe controlar y registrar la identificación única del producto.

NOTA: En algunos sectores industriales, la gestión de la configuración es un medio para mantener la identificación y la trazabilidad.

- **Propiedad del cliente.-** la organización debe cuidar los bienes que son propiedad del cliente mientras estén bajo el control de la organización o estén siendo utilizados por la misma. La organización debe identificar, verificar, proteger y salvaguardar los bienes que son propiedad del cliente suministrados para su utilización o incorporación dentro del producto. Cualquier bien que sea propiedad del cliente que se pierda, deteriore o que de algún otro modo se considere inadecuado para su uso debe ser registrado y comunicado al cliente.

  NOTA: La propiedad del cliente puede incluir la propiedad intelectual.

- **Preservación del producto.-** la organización debe preservar la conformidad del producto durante el proceso interno y la entrega al destino previsto. Esta preservación debe incluir la identificación, manipulación, embalaje, almacenamiento y protección. La preservación debe aplicarse también a las partes constitutivas de un producto.

- **Control de los equipos de seguimiento y de medición.-** la organización debe determinar el seguimiento y la medición a realizar, y los dispositivos de medición

y seguimiento necesarios para proporcionar la evidencia de la conformidad del producto con los requisitos determinados.

La organización debe establecer procesos para asegurase de que el seguimiento y medición pueden realizarse y se realizan de una manera coherente con los requisitos de seguimiento y medición. Cuando sea necesario asegurarse de la validez de los resultados, el equipo de medición debe:

a) Calibrarse o verificarse a intervalos especificados o antes de su utilización, comparado con patrones de medición trazables a patones de medición nacional o internacionales; cuando no existan tales patrones deben registrarse la base utilizada para la calibración o la verificación.

b) Ajustarse o reajustarse según sea necesario;

c) Identificarse para poder determinar el estado de calibración.

d) Protegerse contra ajustes que pudieran invalidar el resultado de la medición,

e) Protegerse contra los daños y el deterioro durante la manipulación, el mantenimiento y el almacenamiento.

Además, la organización debe evaluar y registrar la validez de los resultados de las mediciones anteriores cuando se detecte que el equipo no está conforme con los requisitos.

La organización debe tomar las acciones apropiadas sobre el equipo y sobre cualquier producto afectado. Deben mantenerse registros de los resultados de la calibración y la verificación.

Debe confirmarse la capacidad de los programas informáticos para satisfacer su aplicación prevista cuando estos se utilicen en las actividades de seguimiento y medición de los requisitos especificados. Esto debe llevarse a cabo antes de iniciar su utilización y confirmarse de nuevo cuando sea necesario.

6.6.8 Medición, análisis y mejora

- **Generalidades.-** la organización debe planificar e implementar los procesos de seguimiento, medición, análisis y mejora necesarios para:

a) Demostrar la conformidad del producto

b) Asegurarse de la conformidad del Sistema de Gestión de la Calidad; y

c) Mejorar continuamente la eficacia del Sistema de Gestión de la Calidad.

Esto debe comprender la determinación de los métodos aplicables, incluyendo las técnicas estadísticas; y el alcance de su utilización.

- **Seguimiento y medición**

- **Satisfacción el cliente.-** como una de las medidas del desempeño del Sistema de Gestión de la Calidad; la organización debe realizar el seguimiento de la información relativa del cliente con respecto al cumplimiento de sus requisitos por parte de la organización. Deben determinarse los métodos para obtener y utilizar dicha información.

- **Auditoría Interna.-** la organización debe llevar a cabo a intervalos planificados auditorías internas para determinar si el Sistema de Gestión de la Calidad

  a) Es conforme con las disposiciones planificadas con los requisitos de esta norma internacional y con los requisitos del Sistema de Gestión de la Calidad establecidos por la organización, y

  b) Se ha implementado y se mantiene de manera eficaz

Se debe planificar un programa de auditoría tomando en consideración el estado y la importancia de los procesos y las áreas a auditar, así como los resultados de auditorías previas. Se deben definir los criterios de auditoría, el alcance de la misma, su fragancia y metodología. La selección de los auditores y la realización de las auditorias deben asegurar la objetividad e imparcialidad del proceso de auditoría. Los auditores no deben auditar su propio trabajo.

Deben definirse, en un procedimiento documentado, las responsabilidades y requisitos para la planificación y la realización de auditorías, para informar de los resultados y para mantener los registros.

La dirección responsable del área que este siendo auditada debe asegurarse de que se toman acciones sin demora injustificada para eliminar las no conformidades detectadas y sus causas. Las actividades de seguimiento deben incluir la verificación de las acciones tomadas y el informe de los resultados de verificación.

- **Seguimiento y medición de los procesos.-** la organización debe aplica métodos apropiados para el seguimiento, y cuando sea aplicable, la medición de los procesos del Sistema de Gestión de la Calidad. Estos métodos deban demostrar la capacidad de los procesos para alcanzar los resultados planificados.

  Cuando no se alcanzan los resultados planificados, deben llevarse a cabo correcciones y acciones correctivas, según sea conveniente, para asegurarse de la conformidad del producto.

- **Seguimiento y medición del producto.-** la organización debe medir y hacer un seguimiento de las características del producto para verificar que se cumplen los requisitos del mismo. Esto debe realizarse en las etapas apropiadas del proceso de realización del producto de acuerdo con las disposiciones planificadas.

  Debe mantenerse evidencia de la conformidad con los criterios de aceptación. Los registros deben indicar la(s) persona(s) que autoriza(n) la liberación del producto, la liberación del producto y la prestación del servicio no deben llevarse a cabo hasta que se hayan complementado satisfactoriamente las disposiciones planificadas, a menos que sean probados de otra manera por una autoridad pertinente y; cuando corresponda, por el cliente.

- **Control del producto no conforme.-** la organización debe asegurarse de que el producto que no sea conforme con los requisitos, se identifica y controla para prevenir su; uso o entrega no internacional. Los controles, las responsabilidades y autoridades relacionadas con el tratamiento del producto no conforme deben estar

definidos en un procedimiento documentado. La organización debe tratar los productos no conformes mediante una o más de las siguientes maneras:

a) Tomando acciones para eliminar la no conformidad detectada;

b) Autorizando su uso, liberación o aceptación bajo concesión por una autoridad pertinente y, cuando sea aplicable, por el cliente;

c) Tomando acciones para impedir su uso o aplicación originalmente previsto.

Se deben mantener registros de la naturaleza de las no conformidades y de cualquier acción tomada posteriormente, incluyendo las concesiones que se hayan obtenido:

a) Cuando se corrige un producto no conforme, debe someterse a una nueva verificación para demostrar su conformidad con los requisitos.
b) Cuando se detecta un producto no conforme después de la entrega o cuando ha comenzado su uso, la organización debe tomar las acciones apropiadas respecto a los efectos o efectos potenciales, de la no conformidad.

- **Análisis de datos.-** la organización debe determinar, recopilar y analizar los daros apropiados para demostrar la idoneidad y la eficacia del Sistema de Gestión de la Calidad y para evaluar donde puede realizarse la mejora continua de la eficacia del Sistema de Gestión de la Calidad. Esto debe incluir los datos generados del resultado del seguimiento y mediación y de cualesquiera otras fuentes pertinentes.

  El análisis de datos debe proporcionar información sobre:

a) La satisfacción del cliente

b) La conformidad con los requisitos del producto

c) Las características y tendencias de los procesos y de los productos, incluyendo las oportunidad para llevar a cabo acciones preventivas, y

d) Los proveedores.

- **Mejora**

- **Mejora continua.-** la organización debe mejorar continuamente la eficacia del Sistema de Gestión de la Calidad mediante el uso de la política de la calidad, los objetivos de la calidad, los resultados de las auditorias, el análisis de datos, las acciones correctivas y preventivas y la revisión por la dirección.
- **Acción correctiva.-** la organización debe tomar acciones para eliminar la causa de no conformidades con objeto de prevenir que vuelva a ocurrir. Las acciones deben ser apropiadas a los efectos de las no conformidades encontradas.

Debe establecerse un procedimiento documentado para definir los requisitos para:

a) Revisar las no conformidades (incluyendo las quejas de los clientes)

b) Determinar las causas de las no conformidades

c) Evaluar la necesidades de adoptar acciones para asegurarse de que la no conformidades no vuelvan a ocurrir,

d) Determinar e implementar las acciones necesarias,

e) Registrar los resultados de las acciones tomadas

f) Revisar las acciones correctivas tomadas.

- **Acción preventiva.-** la organización debe determinar acciones para eliminar las causas de no conformidades potenciales para prevenir su ocurrencia. Las acciones preventivas deben ser apropiadas a los efectos de los problemas potenciales. Debe establecerse un procedimiento documentado para definir los requisitos para:

  a) Determinar las no conformidades potenciales y sus causa

  b) Evaluar la necesidad de actuar para prevenir la ocurrencia de no conformidades,

  c) Determinar e implementar las acciones necesarias,

  d) Registrar los resultados de las acciones tomadas y

  e) Revisar las acciones preventivas tomadas.

Fuente: Humberto Gutiérrez (2010, pp. 76-92)

6.7 Metodología modelo operativo

6.7.1 Sistema de gestión de la calidad, bajo estándares de la norma ISO-9001:2008

El Sistema de Gestión de la Calidad, ayuda a las organizaciones a aumentar la

satisfacción del cliente aumentando la productividad de la empresa. Los clientes necesitan productos o servicios con características que satisfagan sus necesidades y expectativas. El enfoque a través de un Sistema de Gestión de la Calidad, anima a las organizaciones a analizar los requisitos del cliente y a mantener estos procesos bajo control.

El documento central, donde se refleja las características y los componentes principales del SGC, es el Manual del Sistema de Gestión de la Calidad. Es decir, aquí queda plasmado qué hace la organización para cumplir con los requisitos que exige la norma ISO-900:2008. Por ello, la norma señala que el Manual de Calidad debe incluir:

a) El alcance del Sistema de Gestión de la Calidad, incluyendo los detalles y la justificación de cualquier exclusión ,
b) Los procedimientos documentados establecidos para el Sistema de Gestión de la Calidad, o referencia a los mismos,
c) Una descripción de la interacción entre los procesos del Sistema de Gestión de la Calidad.

El Manual de Calidad bajo estándares de la Norma ISO-9001:2008 para la Compañía GERIZIM CIA. LTDA.", de la ciudad de Ambato., se estructura de la siguiente manera:

MANUAL DE CALIDAD BAJO ESTÁNDARES DE LA NORMA ISO-9001:2008 – "GERIZIM CIA. LTDA."

Verónica Silva
Gerizim Cía. Ltda.

GERIZIM	MANUAL DE CALIDAD BAJO ESTÁNDARES DE LA NORMA ISO-9001:2008	**Fecha de Elaboración:** 15/10/2014
		Fecha de Revisión: 30/10/2014
Elaborado por: Verónica Silva.	**Revisado por:** Ing. Patricio Carvajal	**Aprobado por**: Dr. Diego Beltrán

MANUAL DE CALIDAD BAJO ESTÁNDARES DE LA NORMA ISO-9001:2008 GERIZIM CIA. LTDA.

1.	**Objetivo**	**135**
2.	**Referencias normativas**	**135**
2.1.	Presentación de la empresa	135
2.2.	Misión	136
2.3.	Visión	136
2.4.	Declaración de la Gerencia	136
3.	**Términos y definiciones**	**137**
3.1.	Interrelación de Procesos	137
4.	**Sistema de gestión de la calidad**	**139**
4.1.	Requisitos generales	139
4.2.	Requisitos de la documentación	139
4.2.1.	Generalidades	139
4.2.2.	Manual de la Calidad	139
5.	**Responsabilidad de la Dirección**	**140**
5.1.	Compromiso de la Dirección	140
5.2.	Enfoque al cliente	140
5.3.	Política de la Calidad	140
5.4.	Planificación	142
5.4.1.	Objetivos de la calidad	142
5.5.	Responsabilidad, autoridad y comunicación	142
5.5.1.	Responsabilidad y autoridad	142
5.5.2.	Representante de la dirección	142
5.5.3.	Comunicación interna	143
5.6.	Revisión por la dirección	143
5.6.1.	Generalidades	143
5.6.2.	Información de entrada para la revisión	144
6.	**Gestión de los recursos**	**144**
6.1.	Provisión de recursos	144
6.2.	Recursos humanos	145
6.2.1.	Generalidades	145

6.2.2.	Competencia, formación y toma de conciencia	154
6.3.	Infraestructura	160
6.4.	Ambiente de trabajo	160
7.	**Realización del producto**	**167**
7.1.	Planificación de la realización del producto	167
7.2.	Procesos relacionados con el cliente	167
7.2.1.	Determinación de los requisitos relacionados con el producto	167
7.2.2.	Revisión de los requisitos relacionados con el producto	168
7.2.3.	Comunicación con el Cliente	168
7.3.	Diseño y desarrollo	169
7.4.	Compras	177
7.4.1.	Proceso de compras	177
7.4.2.	Información de Compras	179
7.4.3.	Verificación de los productos comprados	179
7.5.	Producción y Prestación del servicio	179
7.5.1.	Control de la Producción	179
7.5.2.	Identificación y trazabilidad	181
7.5.3.	Propiedad del Cliente	181
7.5.4.	Preservación del Producto	182
8.	**Medición, análisis y mejora**	**182**
8.1.	Generalidades	182
8.2.	Seguimiento y medición	182
8.2.1.	Satisfacción del Cliente	182
8.2.2.	Auditoria Interna	186
8.2.3.	Seguimiento y medición del producto	186
8.3.	Control del producto no conforme	186
8.4.	Análisis de datos	189
8.5.	Mejora	189
8.5.1.	Mejora continua	189
8.5.2.	Acción correctiva	189
8.5.3.	Acción preventiva	190
8.6.	Administración	191

1. Objetivo

El manual tiene como finalidad describir la estructura, operación, medición y mejoramiento continuo del Sistema de Gestión de la Calidad, de la Compañía GERIZIM CIA. LTDA.

Alcance

El Sistema de Gestión de la Calidad descrito en el presente manual aplica a todos los niveles de la empresa en la **fabricación y venta de ropa interior para damas y caballeros,** de este modo se elaborará responsablemente el Sistema de Calidad de acuerdo con las normas internacionales ISO-9001:2008.

2. Referencias normativas

2.1. Presentación de la empresa

GERIZIM CIA. LTDA., es una empresa legalmente constituida, dedicada a la producción y la comercialización de ropa interior para damas y caballeros.

Se encuentra ubicada en la ciudad de Ambato, provincia del Tungurahua, en las calles Marcos Montalvo s/n y Pablo Neruda

2.2. Misión

GERIZIM CIA. LTDA., es una compañía dedicada al diseño, la producción y comercialización de ropa íntima de dama y caballero, con un talento humano comprometido, prestando siempre un servicio ágil y oportuno, ofreciendo a la sociedad competitividad e innovación, manteniendo un sólido compromiso de calidad y eficiencia para la satisfacción de nuestros clientes a nivel interno y externo.

2.3. Visión

Ser la compañía de producción, calidad y comercialización de ropa íntima con mayor productividad e innovación en el país.

2.4. Declaración de la Gerencia

La empresa GERIZIM CIA. LTDA., está dedicada a la producción de ropa íntima de dama y caballero buscando:

- La satisfacción de necesidades y expectativas de los clientes
- Deberá evaluar periódicamente el clima, motivación y cultura de la empresa con el fin de obtener datos que aseguren el desarrollo de la misma.
- La obtención de niveles de rentabilidad adecuados

3. Términos y definiciones

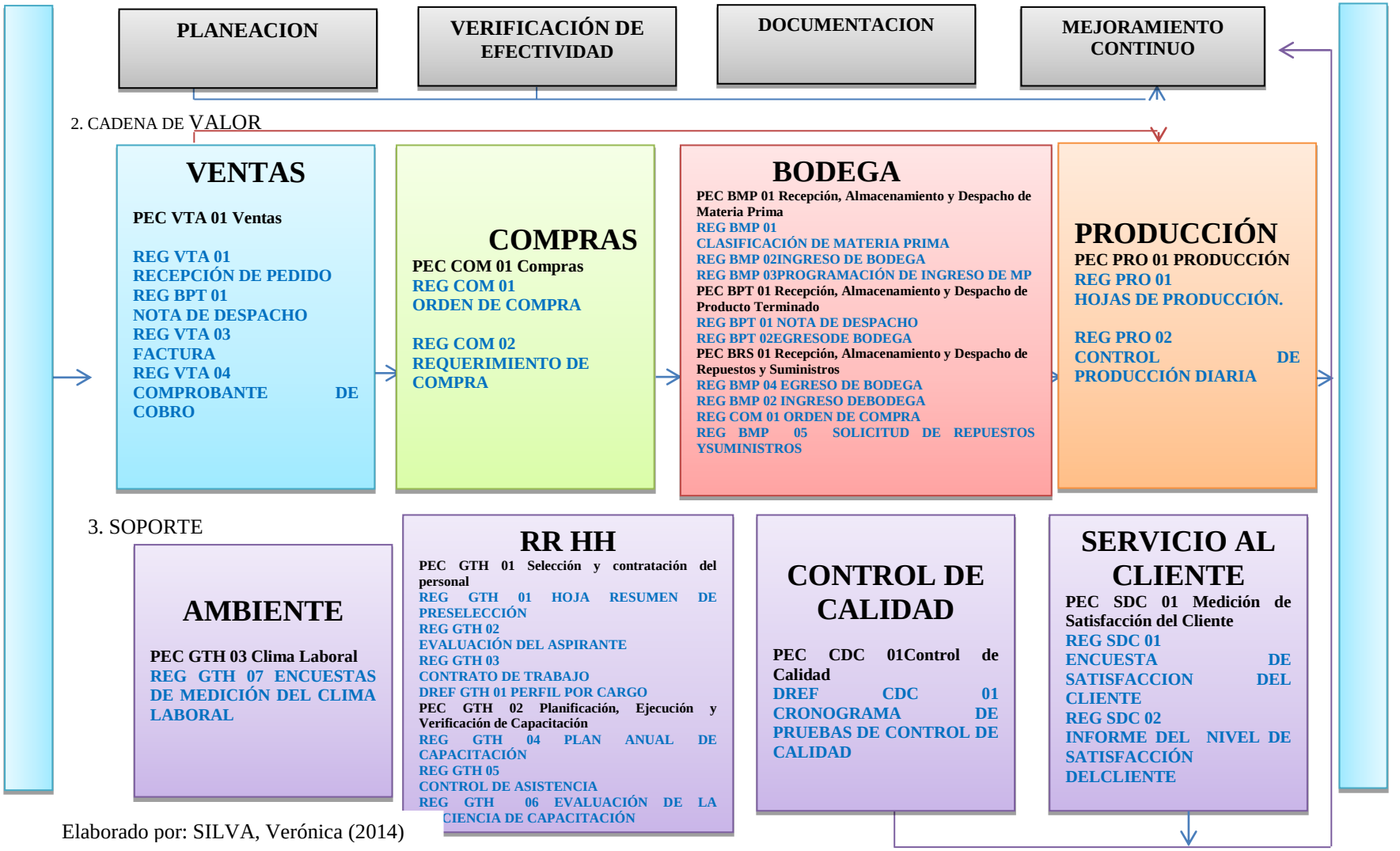
- Calidad.- Característica permanente de nuestros servicios para la satisfacción de los clientes
- Cliente.- Cualquier persona u organización que adquiere nuestros servicios
- Desempeño.- Resultados obtenidos por la prestación de nuestros servicios con respecto a resultados o metas medibles preestablecidas
- Variables o atributos de control del servicio.- Características establecidas según los criterios de satisfacción del cliente que otorgan conformidad o grado de aceptación de los servicios suministrados por la organización
- Sistema de gestión de la calidad.- Conjunto estructurado de: responsabilidades, recursos y personas para la Gestión de la Calidad

3.1. Interrelación de Procesos

Se encuentra determinado en el mapa de procesos

GERIZIM	MANUAL DE CALIDAD BAJO ESTÁNDARES DE LA NORMA ISO-9001:2008	**Fecha de Elaboración:** 15/10/2014
		Fecha de Revisión: 30/10/2014
Elaborado por: Verónica Silva.	**Revisado por:** Ing. Patricio Carvajal	**Aprobado por**: Dr. Diego Beltrán

MAPA DE PROCESOS GERIZIM CIA. LTDA.



Elaborado por: SILVA, Verónica (2014)

4. Sistema de gestión de la calidad

4.1. Requisitos generales

GERIZIM CIA. LTDA., no dispone de un Sistema de Gestión de la Calidad.

4.2. Requisitos de la documentación

4.2.1. Generalidades

GERIZIM CIA. LTDA., deberá plantear la documentación necesaria, como:

- Manual de la Calidad
- Procedimientos
- Registros

4.2.2. Manual de la Calidad

El manual hace referencia a los procedimientos, instructivos de trabajo y a la documentación que utilizará la empresa en sus diferentes áreas.

5. Responsabilidad de la Dirección

5.1. Compromiso de la Dirección

La norma responsabiliza a la Alta Dirección para que desarrolle e implemente el Sistema de Gestión de Calidad, así como también la mejora continua de la eficacia, para esto se compromete a:

- Comunicar a la compañía la importancia de satisfacer los requisitos del cliente tanto los legales como los reglamentarios.
- Establecer la política de la calidad de GERIZIM CIA. LTDA.
- Comprometer a que se establecen los objetivos de la calidad
- Realizar revisiones por la dirección
- Asegura la disponibilidad de los recursos para GERIZIM CIA. LTDA.

5.2. Enfoque al cliente

GERIZIM CIA. LTDA., conoce los requisitos del cliente en calidad, precio, servicio, esto debe cumplirse para satisfacer completamente sus necesidades.

5.3. Política de la Calidad

La gerencia de GERIZIM CIA. LTDA., afirma que su política de la calidad es el pilar fundamental para la planificación de la organización y la definición de las metas e indicadores.

"Producir ropa íntima de alta calidad para nuestros clientes, a través de procesos eficientes optimizando los costes de producción y cumpliendo el plazo y los requisitos de calidad especificados, con la mayor rentabilidad y satisfacción para nuestros clientes.

Buscar la satisfacción del cliente, promoviendo políticas de mejoramiento continuo, basados en honradez y la actitud mental positiva.

Motivar al personal para conseguir un ambiente de trabajo agradable y además de velar por su bienestar.

Los principios que orientan nuestro trabajo son:

Los clientes son el centro de todo lo que hacemos.

La rentabilidad del negocio es nuestra garantía de futuro.

El compromiso de nuestros empleados es clave para el logro de la calidad.

Los proveedores son esenciales en nuestro negocio.

La prevención y la mejora continua son fundamentales para nuestro éxito.

La calidad es responsabilidad de todos.".

5.4. Planificación

5.4.1. Objetivos de la calidad

GERIZIM CIA. LTDA., de acuerdo a sus intereses define sus Objetivos de Calidad, los que pueden ser modificados con el tiempo y según la visión de la empresa.

- Cumplir con los tiempos de entrega de pedidos
- Lograr un grado de satisfacción del cliente del 85 a 100%, ofreciendo productos y servicios de calidad.
- Cumplir responsablemente todos los procedimientos estandarizados de calidad.

5.5. Responsabilidad, autoridad y comunicación

5.5.1. Responsabilidad y autoridad

La Junta Directiva de GERIZIM CIA. LTDA., define las autoridades y responsabilidades en el organigrama funcional y las comunica a todo el personal.

5.5.2. Representante de la dirección

La Junta Directiva de la GERIZIM CIA. LTDA., designará un gerente de calidad, como su representante, el cual deberá:

- Asegurar el correcto cumplimiento de los procedimientos establecidos en el Sistema de Gestión de la Calidad.
- Informar a la gerencia sobre el adecuado desempeño del Sistema de Gestión de la Calidad y de cualquier necesidad de mejora.
- Asegurar el conocimiento de los requisitos del cliente en toda la empresa.

5.5.3. Comunicación interna

La Junta Directiva de GERIZIM CIA. LTDA., asegura que existirá comunicación apropiada entre todos los departamentos involucrados en el Sistema de Gestión de Calidad.

5.6. Revisión por la dirección

5.6.1. Generalidades

La Junta Directiva de GERIZIM CIA. LTDA., revisa el sistema de gestión de la calidad a intervalos planificados, para aseverarse de la eficiencia continua. La revisión contiene las oportunidades de mejora y la necesidad de efectuar cambios en el sistema de gestión de la calidad.

5.6.2. Información de entrada para la revisión

La revisión periódica del Sistema de Gestión de la Calidad abarca:

- Política y objetivos de la calidad
- Resultados de auditorías
- Medición de satisfacción del cliente
- Reclamos realizados por parte de los clientes
- Desempeño de los procesos según sus objetivos establecidos
- Conformidad del servicio suministrado por parte de GERIZIM CIA. LTDA.,
- Generación y estado de las acciones correctivas, preventivas y de mejora encontradas en el período revisado.
- Seguimiento de las acciones o disposiciones declaradas en la última reunión de revisión.
- Cambios o asuntos diversos que afectan al Sistema de Gestión de la Calidad

6. Gestión de los recursos

6.1. Provisión de recursos

GERIZIM CIA. LTDA., determina y proporciona los recursos necesarios con la finalidad de garantizar la implementación y el mantenimiento del Sistema de Gestión de la Calidad, para incrementar la satisfacción del cliente.

6.2. Recursos humanos

6.2.1. Generalidades

El personal que labora en la empresa es excelente, con niveles altos de educación, formación, habilidades y experiencia.

PEC = Procedimiento Estandarizado de Calidad.

GTH = Gestión de Talento Humano.

PEC GTH 01 Selección y contratación del personal

ERIZIM	MANUAL DE CALIDAD BAJO ESTÁNDARES DE LA NORMA ISO-9001:2008	**Fecha de Elaboración:** 15/10/2014
		Fecha de Revisión: 30/10/2014
Elaborado por: Verónica Silva.	**Revisado por:** Ing. Patricio Carvajal	**Aprobado por**: Dr. Diego Beltrán

ERIZIM	PROCEDIMIENTO ESTANDARIZADO DE CALIDAD **SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL**	PEC GTH 01 Pág. 1/2

ALCANCE
Desde la necesidad de personal hasta la contratación del mismo.

POLÍTICAS Y REQUISITOS
▪ Además de sus documentos de identidad, todo aspirante deberá presentar su record policial vigente y tipo de sangre emitido por la Cruz Roja Ecuatoriana. ▪ Las personas preseleccionadas deberán someterse a una evaluación psicológica. ▪ Ante cualquier vacante se dará preferencia a una selección interna.

SELECCION		
No.	**RESPONSABLE**	**ACTIVIDAD**
1	Gerente de Área	Determina y comunica a Presidencia la necesidad de personal.
2	Presidencia	Aprueba el requerimiento y dispone que se inicie el proceso.
3	Gerente Administrativo Financiero	Inicia la búsqueda de personal de acuerdo al **DREF GTH 01 PERFIL POR CARGO** establecido. En caso de no encontrar candidatos internos, inicia la búsqueda externamente (carpetas de aspirantes receptadas y/o publicación externa).
4	Gerente Administrativo Financiero	Analiza las carpetas personales de acuerdo al **DREF GTH 01 PERFIL POR CARGO**. Realiza una preselección.
5	Gerente Administrativo Financiero	Solicita se realice pruebas psicológicas a los aspirantes preseleccionados. NOTA: Las pruebas psicológicas serán tercer izadas.
6	Supervisor de Planta y/o Gerente Administrativo Financiero	De creerlo necesario, aplica pruebas técnicas en función de cargo y del perfil establecido.
7	Supervisor de Planta y/o Gerente Administrativo Financiero	Realiza una entrevista a los candidatos que considere necesario, registrando los resultados en el **REG GTH 02 EVALUACIÓN DEL ASPIRANTE**. NOTA: Todo aspirante preseleccionado deberá llenar el **REG GTH 01 HOJA RESUMEN DE PRESELECCIÓN**.
8	Gerente Administrativo Financiero	Con la información obtenida en todo el proceso y en base a los perfiles por cargo evalúa a los aspirantes en el **REG GTH 02 EVALUACIÓN DEL ASPIRANTE** y recomienda a Presidencia Ejecutiva la contratación de la mejor opción.
9	Gerente Administrativo Financiero	Archiva los documentos relacionados con la selección del nuevo trabajador en su carpeta personal.

CONTRATACIÓN		
No.	**RESPONSABLE**	**ACTIVIDAD**
1	Asistente Administrativa	Elabora tres ejemplares del **REG GTH 03 CONTRATO DE TRABAJO**, los cuales debidamente legalizados serán remitidos a la Inspectoría de Trabajo. Una vez registrados, archiva un ejemplar en el área de Talento Humano (carpeta personal) y entrega a Contabilidad un ejemplar para su archivo e inclusión del nuevo trabajador en nómina y en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

DOCUMENTOS Y REGISTROS

- **REG GTH 01 HOJA RESUMEN DE PRESELECCIÓN**
- **REG GTH 02 EVALUACIÓN DEL ASPIRANTE**
- **REG GTH 03 CONTRATO DE TRABAJO**
- **DREF GTH 01 PERFIL POR CARGO**

EDICIÓN	FECHA DE REVISIÓN	RESPONSABLE	ÁREA
00	Octubre, 2014	Gerente Administrativo Financiero	Gestión del Talento Humano

ERIZIM	MANUAL DE CALIDAD BAJO ESTÁNDARES DE LA NORMA ISO-9001:2008	**Fecha de Elaboración:** 15/10/2014
		Fecha de Revisión: 30/10/2014
Elaborado por: Verónica Silva.	**Revisado por:** Ing. Patricio Carvajal	**Aprobado por**: Dr. Diego Beltrán

DREF: Documento De Referencia.
GTH: Gestión de Talento Humano.
DREF GTH 01 PERFIL POR CARGO

ERIZIM	DOCUMENTO DE REFERENCIA ESTANDARIZADO DE CALIDAD	DREF GTH 01 Pág. 1/1
	PERFIL POR CARGO	

1. IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
DENOMINACIÓN:	CÓDIGO:
NIVEL:	ASIGNACIÓN SALARIAL:
DEPENDENCIA:	
2. OBJETO GENERAL DEL CARGO	
3. REQUISITOS MÍNIMOS	
3.1 FORMACIÓN ACADÉMICA	
3.2 EXPERIENCIA LABORAL	

4. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES

FUNCIONES	PERIODICIDAD	TIPO

EDICIÓN	FECHA DE REVISIÓN	RESPONSABLE	ÁREA
00	Octubre, 2014	Gerente Administrativo Financiero	Gestión del Talento Humano

REG: Registro

GTH: Gestión de Talento Humano.

REG GTH 01 HOJA RESUMEN DE PRESELECCIÓN.

ERIZIM	REGISTRO ESTANDARIZADO DE CALIDAD	REG GTH 01 Pág. 1/1
	HOJA RESUMEN DE PRESELECCIÓN.	

PRESELECCIONADOS			
NOMBRE	**DIRECCIÓN**	**TELÉFONO**	**E-MAIL**

EDICIÓN	FECHA DE REVISIÓN	RESPONSABLE	ÁREA
00	Octubre, 2014	Gerente Administrativo Financiero	Gestión del Talento Humano

ERIZIM	MANUAL DE CALIDAD BAJO ESTÁNDARES DE LA NORMA ISO-9001:2008	**Fecha de Elaboración:** 15/10/2014
		Fecha de Revisión: 30/10/2014
Elaborado por: Verónica Silva.	**Revisado por:** Ing. Patricio Carvajal	**Aprobado por**: Dr. Diego Beltrán

REG GTH 02 EVALUACIÓN DEL ASPIRANTE.

ERIZIM	REGISTRO ESTANDARIZADO DE CALIDAD	REG GTH 02 Pág. 1/1
	EVALUACIÓN DEL ASPIRANTE	

Nombre evaluador:	Fecha de realización:		
Nombre del evaluado:	Cargo:		
Tipo de evaluación:			
HABILIDADES Y DESTREZAS	**CALIFICACIÓN**		
	BAJA	**MEDIA**	**ALTA**
Empresariales			
Predisposición al cambio			
Enfoque hacia el cliente			
Poder de decisión			
Pro actividad e iniciativa			
Planeamiento y organización			
Responsabilidad y compromiso			
Liderazgo			
Análisis y solución de problemas			
Comunicación interpersonal			
Trabajo en equipo			
Físicas			
Motriz			
PERFIL BÁSICO			
Formación o capacitación			
Experiencia			
PERFIL FUNCIONAL			
Nivel de conocimiento en las actividades, herramientas, procedimientos del cargo			
Aplicación de los procedimientos correspondientes al cargo			
Cumplimiento con los objetivos planteados del área			
Presenta sugerencias para mejorar los métodos de trabajo aplicados en el cargo			
Concentra los esfuerzos en las actividades importantes			
Capacidad para utilizar todos los recursos disponibles a fin de lograr los objetivos			
Desarrolla sistemas de seguimiento propios que le permiten verificar el cumplimiento de sus tareas dentro de estándares de calidad y plazos establecidos			
OBSERVACIONES:			

EDICIÓN	FECHA DE REVISIÓN	RESPONSABLE	ÁREA
00	Octubre, 2014	Gerente Administrativo Financiero	Gestión del Talento Humano

ERIZIM	MANUAL DE CALIDAD BAJO ESTÁNDARES DE LA NORMA ISO-9001:2008	**Fecha de Elaboración:** 15/10/2014
		Fecha de Revisión: 30/10/2014
Elaborado por: Verónica Silva.	**Revisado por:** Ing. Patricio Carvajal	**Aprobado por**: Dr. Diego Beltrán

REG = Registro
GTH = Gestión de Talento Humano.
REG GTH 03 CONTRATO DE TRABAJO.

ERIZIM	REGISTRO ESTANDARIZADO DE CALIDAD	REG GTH 03 Pág. 1/3
	CONTRATO DE TRABAJO	

Contrato de trabajo

En la ciudad de Ambato_, a los _____ días del mes de _____ del año _____, comparecen, por una parte _____ (Escriba los nombres completos del EMPLEADOR. Si se trata de una persona jurídica colocar el nombre de la compañía, seguida de la frase "debidamente representada por [nombre del representante legal"]) portadora de la cédula de ciudadanía N° _____ (Escriba la cédula de identidad del EMPLEADOR) en calidad de EMPLEADOR; y por otra parte, el/la señor(a/ita) _____ (Escriba el nombre del TRABAJADOR), portador de la cédula de ciudadanía N°_____ (Escriba el número de cédula de ciudadanía del TRABAJADOR) en calidad de TRABAJADOR. Los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de _____ (ciudad de domicilio de las partes) y capaces para contratar, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrar este CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO INDEFINIDO con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas:

Al EMPLEADOR y TRABAJADOR en adelante se los denominará conjuntamente como "Partes" e individualmente como "Parte".

PRIMERA.- ANTECEDENTES:

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades y desarrollo de las tareas propias de su actividad necesita contratar los servicios laborales de un_____ (ingresar cargo requerido).

SEGUNDA.- OBJETO DEL CONTRATO:

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades contrata al TRABAJADOR en calidad de_____ (Ingresar cargo del TRABAJADOR). Revisados los antecedentes de _____ (Escriba los nombres completos del TRABAJADOR), éste declara tener los conocimientos necesarios para el desempeño del cargo indicado, por lo que en base a las consideraciones anteriores y por lo expresado en los numerales siguientes, El EMPLEADOR y el TRABAJADOR proceden a celebrar el presente Contrato de Trabajo

TERCERA.- JORNADA Y HORARIO DE TRABAJO:

EL TRABAJADOR cumplirá sus labores en la jornada ordinaria máxima, establecida en el artículo 47 del Código de Trabajo, de lunes a viernes en el horario de _____ (detalle las horas de la jornada de trabajo), con descanso de _____ (detalle la hora de descanso, ejemplo: una hora para el almuerzo), de acuerdo al artículo 57 del mismo cuerpo legal, el mismo que declara conocerlo y aceptarlo.

Las Partes podrán convenir que el TRABAJADOR labore tiempo extraordinario y suplementario cuando las circunstancias lo ameriten, para lo cual se aplicará las disposiciones establecidas en el artículo 55 de este mismo Código.

El horario de labores podrá ser modificado por el empleador cuando lo estime conveniente y acorde a las necesidades y a las actividades de la empresa, siempre y cuando dichos cambios sean comunicados con la debida anticipación, conforme el artículo 63 del Código del Trabajo.

Los sábados y domingos serán días de descanso forzoso, según lo establece el artículo 50 del Código de la materia.

CUARTA.- REMUNERACIÓN:

El Empleador, de acuerdo a los artículos 80 y 83 del Código de Trabajo, cancelará por concepto de remuneración a favor del trabajador la suma de _____ (colocar la cantidad que será la remuneración en letras y números, ejemplo: SEISCIENTOS DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA, USD 600,00), mediante_____ (detallar la forma de pago, ejemplo: acreditación a la cuenta bancaria del trabajador, efectivo, cheque).

Además, el Empleador cancelará los demás beneficios sociales establecidos en los artículos 97, 111 y 113 del Código de Trabajo, conforme el Acuerdo Ministerial No. 0046 del Ministerio de Relaciones Laborales. Asimismo, el Empleador reconocerá los recargos correspondientes por concepto de horas suplementarias o extraordinarias, de acuerdo a los artículos 49 y 55 del Código de Trabajo, siempre que hayan sido autorizados previamente y por escrito.

ERIZIM	MANUAL DE CALIDAD BAJO ESTÁNDARES DE LA NORMA ISO-9001:2008	**Fecha de Elaboración:** 15/10/2014
		Fecha de Revisión: 30/10/2014
Elaborado por: Verónica Silva.	**Revisado por:** Ing. Patricio Carvajal	**Aprobado por**: Dr. Diego Beltrán

ERIZIM	REGISTRO ESTANDARIZADO DE CALIDAD	REG GTH 03 Pág. 3/3
	CONTRATO DE TRABAJO	

QUINTA.- PLAZO DEL CONTRATO:

El presente contrato, conforme el artículo 14 del Código de Trabajo, es de plazo indefinido. Este contrato podrá terminar por las causales establecidas en el Art. 169 del Código de Trabajo en cuanto sean aplicables para este tipo de contrato.

SEXTA.- LUGAR DE TRABAJO:

El TRABAJADOR desempeñará las funciones para las cuales ha sido contratado en las instalaciones ubicadas en _____ (Escriba la dirección de la compañía), en la ciudad de _____ (Ingresar la ciudad), provincia de _____ (Ingresar Provincia y barrio) para el cumplimiento cabal de las funciones a él encomendadas.

SÉPTIMA.- OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES Y EMPLEADORES:

En lo que respecta a las obligaciones, derechos y prohibiciones del empleador y trabajador, estos se sujetan estrictamente a lo dispuesto en el Código de Trabajo en su Capítulo IV "De las obligaciones del Empleador y del Trabajador", a más de las estipuladas en este contrato.

OCTAVA.- LEGISLACIÓN APLICABLE:

En todo lo no previsto en este Contrato, las partes se sujetan al Código del Trabajo.

NOVENA.- JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA:

En caso de suscitarse discrepancias en la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Contrato y cuando no fuere posible llegar a un acuerdo entre las Partes, estas se someterán a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado, así como al procedimiento oral determinados por la Ley.

DÉCIMA.- SUSCRIPCIÓN:

Las partes se ratifican en todas y cada una de las cláusulas precedentes y para constancia y plena validez de lo estipulado, firman este contrato en original y dos ejemplares de igual tenor y valor. Suscrito en la ciudad de _____ (Escriba la ciudad), el día_____ del mes de _____ del año _____.

EL EMPLEADOR EL TRABAJADOR

EDICIÓN	FECHA DE REVISIÓN	RESPONSABLE	ÁREA
00	Octubre, 2014	Gerente Administrativo Financiero	Gestión del Talento Humano

Fuente: (http://www.relacioneslaborales.gob.ec) [Fecha de consulta: 15/10/2014; 20:30]

6.2.2. Competencia, formación y toma de conciencia

GERIZIM CIA. LTDA.:

- Determina y proporciona el entrenamiento necesario para la inducción y desarrollo del personal
- Evalúa la eficacia de la inducción y entrenamiento proporcionado mediante la calificación de su desempeño
- Enfoca al personal de GERIZIM CIA. LTDA., a la satisfacción del cliente, al cumplimiento de la política y objetivos de calidad establecidos.

PEC = Procedimiento Estandarizado de Calidad.

GTH = Gestión de Talento Humano.

PEC GTH 02 Planificación, Ejecución y Verificación de Capacitación

ERIZIM	MANUAL DE CALIDAD BAJO ESTÁNDARES DE LA NORMA ISO-9001:2008	**Fecha de Elaboración:** 15/10/2014
		Fecha de Revisión: 30/10/2014
Elaborado por: Verónica Silva.	**Revisado por:** Ing. Patricio Carvajal	**Aprobado por**: Dr. Diego Beltrán

ERIZIM	PROCEDIMIENTO ESTANDARIZADO DE CALIDAD	PEC GTH 02 Pág. 1/1
	PLANIFICACIÓN, EJECUCIÓN Y VERIFICACIÓN DE CAPACITACIÓN	

ALCANCE
Desde la planificación de la capacitación hasta la comprobación de su eficacia.

POLÍTICAS Y REQUISITOS
▪ Toda capacitación deberá tener previa aprobación escrita por Presidencia Ejecutiva.

PLANIFICACIÓN		
No.	**RESPONSABLE**	**ACTIVIDAD**
1.	Comité Administrativo	En base al presupuesto realizado a principios de año y a los perfiles por cargo, planifican la capacitación a realizarse en el año
2.	Gerente Administrativo Financiero	Plasma dicha planificación en el **REC GTH 04 PLAN ANUAL DE CAPACITACIÓN.** Envía dicho plan a Presidencia para su aprobación
3.	Presidencia	Aprueba el plan y dispone su aplicación.
EJECUCIÓN		
No.	**RESPONSABLE**	**ACTIVIDAD**
1.	Gerente Administrativo Financiero	Coordina las actividades de capacitación en las fechas establecidas. **Nota:** Las actividades que no se hayan cumplido deberán ser reprogramadas.
		El día del evento los asistentes firman en el **REG GTH 05 CONTROL DE ASISTENCIA.**
VERIFICACIÓN		
No.	**RESPONSABLE**	**ACTIVIDAD**
1.	Gerente de Área (a cargo)	Una vez concluida la capacitación evalúa el efecto de la misma en el **REG GTH 06 EVALUACIÓN DE LA EFICIENCIA DE CAPACITACIÓN.** **Nota:** En cursos de capacitación externa se verificará la misma por medio de un certificado de aprobación emitido por el organismo capacitador.
2.	Gerente Administrativo Financiero	Archiva los documentos de la capacitación en la carpeta de los trabajadores capacitados.

DOCUMENTOS Y REGISTROS
▪ **REG GTH 04 PLAN ANUAL DE CAPACITACIÓN** ▪ **REG GTH 05 CONTROL DE ASISTENCIA** ▪ **REG GTH 06 EVALUACIÓN DE LA EFICIENCIA DE CAPACITACIÓN**

EDICIÓN	**FECHA DE REVISIÓN**	**RESPONSABLE**	**ÁREA**
00	Octubre, 2014	Gerente Administrativo Financiero	Gestión del Talento Humano

ERIZIM	MANUAL DE CALIDAD BAJO ESTÁNDARES DE LA NORMA ISO-9001:2008	**Fecha de Elaboración:** 15/10/2014
		Fecha de Revisión: 30/10/2014
Elaborado por: Verónica Silva.	**Revisado por:** Ing. Patricio Carvajal	**Aprobado por**: Dr. Diego Beltrán

REG: Registro

GTH: Gestión de Talento Humano.

REC GTH 04 PLAN ANUAL DE CAPACITACIÓN.

ERIZIM	REGISTRO ESTANDARIZADO DE CALIDAD	REG GTH 04 Pág. 1/1
	PLAN ANUAL DE CAPACITACIÓN.	

PLAN ANUAL DE CAPACITACIONES												
	FECHA DE CUMPLIMIENTO											
CAPACITACIONES PLANIFICADAS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE

EDICIÓN	FECHA DE REVISIÓN	RESPONSABLE	ÁREA
00	Octubre, 2014	Gerente Administrativo Financiero	Gestión del Talento Humano

REG: Registro

GTH: Gestión de Talento Humano.

REC GTH 05 CONTROL DE ASISTENCIA.

GERIZIM	REGISTRO ESTANDARIZADO DE CALIDAD	REG GTH 05 Pág. 1/1
	CONTROL DE ASISTENCIA	

TEMA:

INSTRUCTOR: Fecha : _____

Apellidos / Nombres	Cargo	Firma

EDICIÓN	FECHA DE REVISIÓN	RESPONSABLE	ÁREA
00	Octubre, 2014	Gerente Administrativo Financiero	Gestión del Talento Humano

REG: Registro

GTH: Gestión de Talento Humano.

REC GTH 06 EVALUACIÓN DE LA EFICIENCIA DE CAPACITACIÓN

ERIZIM	REGISTRO ESTANDARIZADO DE CALIDAD	REG GTH 06 Pág. 1/2
	EVALUACIÓN DE LA EFICIENCIA DE CAPACITACIÓN	

Capacitación:		**Fecha:**
Nombre:	**Área:**	**Cargo:**

Las siguientes preguntas le permiten indicar su opinión con relación a la aplicación de los conocimientos adquiridos en esta capitación.
Lea cuidadosamente cada pregunta y responda con toda franqueza ya que esto permite obtener la información adecuada para mejorar futuras capacitaciones o cursos de formación.
Marque con una X la opción que usted considere la adecuada.

CUESTIONARIO

1. Antes de esta capacitación, mi nivel de conocimientos o competencias para el objetivo de este curso era.

   Malo ……
   Regular ……
   Bueno ……
   Excelente ……

2. Al finalizar esta capacitación mi nivel de conocimientos o competencias para el objetivo de este curso era.

   Malo ……
   Regular ……
   Bueno ……
   Excelente ……

3. Establezca que porcentaje de lo aprendido en esta capacitación UD. podrá aplicar en sus actividades laborales.

   25%..... 50%..... 75%..... 100%.....

Si la respuesta indicada es menor del 50% indique si las razones para ello están relacionadas con factores de la capacitación o con el ambiente laboral.

……
……
……
……

4. Identifique el nivel de importancia del contenido de la capacitación en relación con su trabajo actual.

Bajo	……
Medio	……
Alto	……
Extraordinario	……

5. Que tan satisfecho se encuentra con las herramientas ofrecidas por la capacitación para el desarrollo de su trabajo.

Insatisfecho	……
Poco Satisfecho	……
Satisfecho	……
Muy Satisfecho	……

6. Para mejorar próximas capacitaciones indique los temas a los cuales se les podría

Adicionar	…….
Dar mayor énfasis	…….
Dar menor énfasis	……..…
Suprimir	……..…

6.3. Infraestructura

GERIZIM CIA. LTDA., cuenta con infraestructura moderna y completa para brindar un buen servicio a los clientes, incluyendo:

- Planta Industrial
- Sala de reuniones
- Maquinaria y equipos adecuados para el funcionamiento de los procesos.
- Software y hardware
- Servicios de apoyo: teléfono e internet

6.4. Ambiente de trabajo

GERIZIM CIA. LTDA., asegura un ambiente de trabajo seguro y adecuado a todas las condiciones climáticas para lograr la conformidad con el producto.

PEC = Procedimiento Estandarizado de Calidad

GTH = Gestión de Talento Humano.

PEC GTH 03 Clima Laboral

ERIZIM	PROCEDIMIENTO ESTANDARIZADO DE CALIDAD	PEC GTH 03 Pág. 1/1
	MEDICIÓN DEL CLIMA LABORAL	

ALCANCE
Desde la necesidad de evaluar el clima laboral hasta la tabulación y análisis de resultados.

POLITICAS Y REQUISITOS
▪ La medición del clima laboral se realizará anualmente. ▪ Todo proceso de medición del clima laboral deberá ser dispuesto por Presidencia.

CLIMA LABORAL		
No.	**RESPONSABLE**	**ACTIVIDAD**
1.	Gerente Administrativo Financiero	De acuerdo a los objetivos de calidad, o cuando el comité administrativo lo solicite, inicia el proceso para llevar a cabo la medición del clima laboral, **REG GTH 07 ENCUESTAS DE MEDICIÓN DEL CLIMA LABORAL.**
2.	Comité Administrativo	Analiza la encuesta y procede a dar la orden para la aplicación de la misma.
3.	Personal Seleccionado	Realizan la encuesta establecida.
4.	Gerente Administrativo	Tabula los resultados obtenidos en las encuestas. Presenta un informe al Comité Administrativo de los resultados obtenidos.

DOCUMENTOS Y REGISTROS
▪ **REG GTH 07 ENCUESTAS DE MEDICIÓN DEL CLIMA LABORAL.**

EDICIÓN	**FECHA DE REVISIÓN**	**RESPONSABLE**	**ÁREA**
00	Octubre, 2014	Gerente Administrativo Financiero	Gestión del Talento Humano

GERIZIM	MANUAL DE CALIDAD BAJO ESTÁNDARES DE LA NORMA ISO-9001:2008	**Fecha de Elaboración:** 15/10/2014
		Fecha de Revisión: 30/10/2014
Elaborado por: Verónica Silva.	**Revisado por:** Ing. Patricio Carvajal	**Aprobado por**: Dr. Diego Beltrán

REG: Registro

GTH: Gestión de Talento Humano.

REG GTH 07 ENCUESTAS DE MEDICIÓN DEL CLIMA LABORAL

GERIZIM	REGISTRO ESTANDARIZADO DE CALIDAD	REG GTH 06 Pág. 1/5
	ENCUESTAS DE MEDICIÓN DEL CLIMA LABORAL	

El objetivo de esta encuesta es encontrar las áreas de oportunidad que nos permitan **MEJORAR EL CLIMA LABORAL** en GERIZIM CIA. LTDA.
Cabe indicar que las respuestas son opiniones basadas en TU experiencia laboral por lo tanto NO HAY RESPUESTAS CORRECTAS O INCORRECTAS.
Lee cuidadosamente cada una de los ítems y marque con una X en la casilla correspondiente la respuesta que mejor describa tu opinión. No debe quedar ningún ítem en blanco.
La escala a utilizar es del 1 (totalmente de acuerdo) al 3 (En desacuerdo). Tienes la opción de elegir N/A (no aplica) en los casos que así lo consideres.

1- Totalmente de acuerdo
2- Parcialmente de acuerdo
3- En desacuerdo
4- No Aplica (N/A)

PREGUNTAS	1	2	3	N/A
Me siento muy satisfecho con mi ambiente laboral				
GERIZIM CIA. LTDA.tiene claramente definida su Misión y Visión.				
Existe un plan para alcanzar los objetivos de la organización.				
Yo aporto al proceso de planificación en mi área de trabajo.				
En GERIZIM CIA. LTDA., la gente planifica cuidadosamente antes de tomar acción.				
Si GERIZIM CIA. LTDA., presenta un nuevo Plan Estratégico, estoy dispuesto a servir de voluntario para iniciar los cambios.				
Está conforme con la limpieza, orden, higiene y salubridad en su lugar de trabajoGERIZIM CIA. LTDA.				

GERIZIM	MANUAL DE CALIDAD BAJO ESTÁNDARES DE LA NORMA ISO-9001:2008	**Fecha de Elaboración:** 15/10/2014
		Fecha de Revisión: 30/10/2014
Elaborado por: Verónica Silva.	**Revisado por:** Ing. Patricio Carvajal	**Aprobado por**: Dr. Diego Beltrán

GERIZIM	REGISTRO ESTANDARIZADO DE CALIDAD	REG GTH 06 Pág. 2/5
	ENCUESTAS DE MEDICIÓN DEL CLIMA LABORAL	

Cuento con los materiales suministros y equipos necesarios para realizar mi trabajo				
Las herramientas y equipos que utilizo (computador, teléfono, etc.) son mantenidos en forma adecuada.				
Salgo del trabajo sintiéndome satisfecho de lo que he hecho				
Nuestros clientes externos están recibiendo el servicio que demandan de nosotros				
Nuestros clientes internos están recibiendo el servicio que demandan de nosotros				
GERIZIM CIA. LTDA., valoran mi trabajo				
Conozco mi cliente final				
Me siento orgulloso de trabajar en GERIZIM CIA. LTDA.				
Considero que mi salario es justo.				
Estoy satisfecho con los beneficios que recibo				
Considero que necesito capacitación en alguna área de mi interés y que forma parte importante de mi desarrollo				
AUTONOMIA				
Mi jefe superior me motiva a cumplir con mi trabajo del a manera que yo considere mejor.				
Me responsabilizo del trabajo que realizo				
Soy responsable de cumplir los estándares de desempeño y/o rendimiento				
Conozco las exigencias de mi trabajo				
Me siento comprometido para alcanzar las metas establecidas por GERIZIM CIA. LTDA.,				
El horario de trabajo de GERIZIM CIA. LTDA., me permite atender mis necesidades personales				
COHESIÓN				
Mis compañeros y yo trabajamos juntos de manera efectiva.				
En mi grupo de trabajo, solucionar el problema es más importante que encontrar algún culpable.				

GERIZIM	MANUAL DE CALIDAD BAJO ESTÁNDARES DE LA NORMA ISO-9001:2008	**Fecha de Elaboración:** 15/10/2014
		Fecha de Revisión: 30/10/2014
Elaborado por: Verónica Silva.	**Revisado por:** Ing. Patricio Carvajal	**Aprobado por**: Dr. Diego Beltrán

GERIZIM	REGISTRO ESTANDARIZADO DE CALIDAD	REG GTH 06 Pág. 3/5
	ENCUESTAS DE MEDICIÓN DEL CLIMA LABORAL	

En GERIZIM CIA. LTDA., existe un espíritu o mística de que "estamos todos juntos en esto".				
Siento que formo parte de un equipo que trabaja hacia una meta común.				
Mi grupo trabaja de manera eficiente y enfocada.				
Mi superior inmediato toma acciones que refuerzan el objetivo común de la Institución.				
Puedo confiar en mis compañeros de trabajo.				
En el trabajo tengo un buen amigo con quien hablar.				
Mi superior inmediato pide mis opiniones para ayudarle a tomar decisiones.				
Mi superior inmediato escucha lo que dice su personal.				
Mi superior inmediato busca los aportes del equipo para que se puedan comprender y dar solución a las actitudes complejas que se presentan.				
Mi superior inmediato maneja mis asuntos laborales de manera satisfactoria.				
Mi superior inmediato da un buen ejemplo.				
Mi superior inmediato está disponible cuando lo requiero.				
Mi superior inmediato posee las capacidades para supervisarme.				
Mi superior inmediato respeta la confidencialidad de los temas que comparto con él.				
Mi superior inmediato me exhorta a mejorar mis capacidades o educación.				
Hay evidencia de que la falta de conocimiento sobre las funciones de algún departamento ha provocado quedar mal con los clientes				
Mi superior inmediato se enfoca en hacer bien las actividades indicadas.				
Mi superior inmediato posee una clara visión de la dirección de nuestro grupo de trabajo.				
Cuento con una descripción de mi cargo por escrito y actualizada.				

ERIZIM	MANUAL DE CALIDAD BAJO ESTÁNDARES DE LA NORMA ISO-9001:2008	**Fecha de Elaboración:** 15/10/2014
		Fecha de Revisión: 30/10/2014
Elaborado por: Verónica Silva.	**Revisado por:** Ing. Patricio Carvajal	**Aprobado por**: Dr. Diego Beltrán

ERIZIM	REGISTRO ESTANDARIZADO DE CALIDAD	REG GTH 06 Pág. 4/5
	ENCUESTAS DE MEDICIÓN DEL CLIMA LABORAL	

PRESIÓN				
Tengo mucho trabajo y poco tiempo para realizarlo.				
Mi institución es un lugar relajado para trabajar.				
En casa, a veces temo oír sonar el teléfono porque pudiera tratarse de alguien que llama sobre un problema en el trabajo.				
Me siento como si nunca tuviese un día libre.				
Muchas de los trabajadores de mi empresa en mi nivel, sufren de un alto estrés, debido a la exigencia de trabajo.				
Para desempeñar las funciones de mi puesto tengo que hacer un esfuerzo adicional y retador en el trabajo				
APOYO				
Hay evidencia de que mi jefe me apoya utilizando mis ideas o propuestas para mejorar el trabajo				
Considero que mi jefe es flexible y justo ante las peticiones que solicito				
Puedo contar con la ayuda de mi jefe cuando la necesito				
A mi jefe la interesa que me desarrolle profesionalmente.				
Mi jefe me respalda 100%				
Es fácil hablar con mi jefe sobre problemas relacionados con el trabajo.				
Mi jefe me respalda y deja que yo aprenda de mis propios errores.				
La dirección se interesa por mi futuro profesional al definir avenidas de desarrollo para mí (capacitación, plan de carrera, etc.)				
RECONOCIMIENTO				
Cuando hay una vacante primero se busca dentro de la misma organización al posible candidato				
Puedo contar con una felicitación cuando realizo bien mi trabajo.				
La única vez que se habla sobre mi rendimiento es cuando he cometido un error.				
Mi jefe conoce mis puntos fuertes y me los hace notar.				

GERIZIM	MANUAL DE CALIDAD BAJO ESTÁNDARES DE LA NORMA ISO-9001:2008	**Fecha de Elaboración:** 15/10/2014
		Fecha de Revisión: 30/10/2014
Elaborado por: Verónica Silva.	**Revisado por:** Ing. Patricio Carvajal	**Aprobado por**: Dr. Diego Beltrán

GERIZIM	REGISTRO ESTANDARIZADO DE CALIDAD	REG GTH 06 Pág. 5/5
	ENCUESTAS DE MEDICIÓN DEL CLIMA LABORAL	

Dentro de la dirección se reconoce la trayectoria del personal de mi departamento para ser promovido				
Mi jefe es rápido para reconocer una buena ejecución.				
Mi jefe me utiliza como ejemplo de lo que se debe hacer.				
Existe reconocimiento de dirección para el personal por sus esfuerzos y aportaciones al logro de los objetivos y metas de GERIZIM CIA. LTDA.,				
Mi jefe me hace saber que valora mis esfuerzos y aportaciones en mi trabajo, aun cuando por causas ajenas no se alcance el objetivo deseado				
El instrumento de medición utilizado para evaluar al personal arroja conclusiones justas sobre mi desempeño.				
EQUIDAD				
Puedo contar con un trato justo por parte de mi jefe.				
Los objetivos que fija mi jefe para mi trabajo son razonables.				
Es poco probable que mi jefe me halague sin motivos.				
Si mi jefe despide a alguien es porque probablemente esa persona se lo merece.				
INNOVACIÓN				
Mi jefe me anima a desarrollar mis propias ideas.				
A mi jefe le agrada que yo intente hacer mi trabajo de distinta formas				
Mi jefe "valora" nuevas formas de hacer las cosas.				
Se me exhorta a encontrar nuevas y mejores maneras de hacer el trabajo.				
Cuando algo sale mal, nosotros corregimos el motivo del error de manera que el problema no vuelva a suceder.				
Nuestro ambiente laboral apoya la innovación.				
Los directivos de GERIZIM CIA. LTDA., superiores inmediatos reaccionan de manera positiva ante nuestras nuevas ideas.				

EDICIÓN	FECHA DE REVISIÓN	RESPONSABLE	ÁREA
00	Octubre, 2014	Gerente Administrativo Financiero	Gestión del Talento Humano

7. Realización del producto

7.1. Planificación de la realización del producto

GERIZIM CIA. LTDA., deberá planificar la realización del producto, lo que deberá guardar coherencia con los procesos del Sistema de Gestión de Calidad, considerando:

a. Los objetivos de la calidad del producto

b. Los requisitos del producto a ofertar

c. El establecimiento de los procesos documentados y el suministro de los recursos necesarios para la realización adecuado del producto

d. Las actividades requeridas de supervisión y seguimiento

e. Los registros necesarios para proporcionar evidencia de los diferentes procesos de producción

7.2. Procesos relacionados con el cliente

7.2.1. Determinación de los requisitos relacionados con el producto

El Gerente de Calidad de GERIZIM CIA. LTDA., de durante la negociación con sus clientes determina:

- Los requisitos especificados por el cliente

- Los requisitos no especificados por el cliente pero recomendados por la organización para la obtención de un mejor servicio
- Los requisitos legales relacionados con el producto
- Cualquier requisito adicional determinado por el cliente

7.2.2. Revisión de los requisitos relacionados con el producto

GERIZIM CIA. LTDA., revisa los requisitos relacionados con el producto antes del comprometimiento a la comercialización del mismo y asevera que:

- Los requisitos de cada producto estén claramente definidos
- Las diferencias existentes entre los requisitos del cliente o contrato y los expresados previamente sean resueltos
- Se tenga la disponibilidad y la capacidad tecnológica para cumplir con los requisitos definidos

Cuando se cambien los procesos del producto, la documentación pertinente se modifica y el personal involucrado es informado de los cambios.

7.2.3. Comunicación con el Cliente

GERIZIM CIA. LTDA., conserva líneas de comunicación con los clientes relativas a:

- La información sobre el servicio y su estado
- Servicio técnico - atención posventa

- La medición de satisfacción del cliente incluyendo el manejo de sus quejas.

7.3. Diseño y desarrollo

Desarrollo de los siguientes procedimientos:

NOTA. Por sigilo empresarial y por tratarse de ser este un documento para acceso público se exigió no dar a conocer el formato de los registros en cuanto a la PRODUCCIÓN, BODEGA, VENTAS, COMPRAS Y CONTROL DE PRODUCCIÓN se refiere; en los PEC se señalará el registro correspondiente pero en este documento no se incluirán los formatos antes mencionados.

PEC = Procedimiento Estandarizado de Calidad

PRO = Producción

PEC PRO 01 PRODUCCIÓN

ERIZIM	PROCEDIMIENTO ESTANDARIZADO DE CALIDAD	PEC PRO 01 Pág. ½
	PRODUCCIÓN	

ALCANCE
Llevar a cabo la elaboración de los productos con los mayores estándares de calidad desde el mismo instante donde se comienza el proceso de producción, para así poder obtener prendas de marca única y de excelente confección.

POLÍTICAS Y REQUISITOS
▪ Todo el personal debe utilizar elementos de protección personal (EPP). ▪ Todos los equipos deben estar en superficies estables.

PRODUCCIÓN		
No.	**RESPONSABLE**	**ACTIVIDAD**
1	Personal de Operaciones Contramaestre Supervisor de Planta.	**Proceso de tendido:** Consiste básicamente en ubicar capas de telas de manera cuidadosa y exacta para que el producto terminado no salga defectuoso y de acuerdo a la capacidad de la máquina de corte.

2	Personal de Operaciones Contramaestre Supervisor de Planta.	**Proceso de trazado:** Consiste en trazar con los moldes ya elaborados las piezas que se deberán cortar con mucho cuidado y velando por abarcar todo el espacio posible para evitar los desperdicios de telas.
3	Personal de Operaciones Contramaestre Supervisor de Planta.	**Proceso de corte:** Consiste únicamente en realizar el corte y verificar que todo el trazado y el tendido se haya elaborado de la mejor manera.
4	Personal de Operaciones Contramaestre Supervisor de Planta.	**Proceso de estampado (revisión y planchado):** En caso que el producto requiera el proceso de estampado se llevará a cabo este paso, la empresa sólo se encarga de la revisión y el planchado.
5	Personal de Operaciones Contramaestre Supervisor de Planta.	**Proceso de bordado (revisión y planchado):** En caso que el producto requiera el proceso de bordado se llevará a cabo este paso, la empresa sólo se encarga de la revisión y el planchado.
6	Personal de Operaciones Contramaestre Supervisor de Planta.	**Confección:** Consiste básicamente en habilitar las partes que se necesitan para la prenda, hacer el armado por partes de la prenda y por último viene lo que es el cocido de la prenda que no es más que la costura por partes de la prenda de vestir.
7	Personal de Operaciones Contramaestre Supervisor de Planta.	**Embalaje o empaquetado:** Este proceso es cuanto el producto está terminado y lo que se hace es guardarlo en fundas, para luego llevarlo a sección de producto terminado.
8	Personal de Operaciones Contramaestre Supervisor de Planta.	**Depósito o almacén de producto terminado:** A la bodega de producto terminado es donde se llevan las prendas de vestir que ya están empaquetadas, para luego llevarlas al servicio de ventas o ventas.
9	Personal de Operaciones Contramaestre Supervisor de Planta.	**Limpieza y cuidado de maquinaria:** Es necesario aplicar un proceso de mantenimiento a la maquinaria después de realizar todos los procesos, con el fin básico de conservarlos y mantenerlos en buen estado, esto es lo que hace el personal de mantenimiento.

DOCUMENTOS Y REGISTROS

- **REG PRO 01 HOJAS DE PRODUCCIÓN.**
- **REG PRO 02 CONTROL DE PRODUCCIÓN DIARIA**

EDICIÓN	FECHA DE REVISIÓN	RESPONSABLE	ÁREA
00	Octubre, 2014	Gerente de Operaciones y Planta	Producción

PEC = Procedimiento Estandarizado de Calidad

BMP = Bodega Materia Prima

PEC BMP 01 Recepción, Almacenamiento y Despacho de Materia Prima

ERIZIM	PROCEDIMIENTO ESTANDARIZADO DE CALIDAD	PEC BMP 01 Pág. 1/2
	RECEPCIÓN, ALMACENAMIENTO Y DESPACHO DE MATERIA PRIMA	

ALCANCE
Desde recepción de la materia prima hasta el despacho de la misma para producción.

POLÍTICAS Y REQUISITOS
▪ La descarga de contenedores se realizará siempre en la plataforma de descarga. ▪ Realizar la clasificación de grupos de rollos de tela de acuerdo a la distribución establecida por el Supervisor de Planta.

RECEPCIÓN Y ALMACENAMIENTO		
No.	**RESPONSABLE**	**ACTIVIDAD**
1	Supervisor de Planta	Realiza la clasificación del lote a recibir, generando el **REG BMP 01 CLASIFICACIÓN DE MATERIA PRIMA** y al Auxiliar de Bodega / Contramaestre
2	Personal de seguridad	Una vez que hayan arribado la materia prima, recepta la **GUÍA DE REMISIÓN** y la entrega al Gerente Administrativo Financiero
3	Auxiliar de Bodega / Contramaestre	Coordina la descarga de arribado la materia prima, verificando que el sello de seguridad no haya sido manipulado
4	Personal asignado	Procede a la descarga y pesaje del material y registra los datos requeridos y lo entrega al Gerente de Operaciones y Planta
5	Auxiliar de Bodega / Contramaestre	Coordina la ubicación de rollos de acuerdo al **REG BMP 01 CLASIFICACIÓN DE MATERIA PRIMA**.
6	Supervisor de Planta	Detalla el pesaje de los rollos.
7	Auxiliar de Bodega	Genera el **REG BMP 02 INGRESO DE BODEGA** (original: contabilidad; copia: bodega)

8	Supervisor de Planta	Adjudica el peso a cada grupo de trabajo preestablecido y lo entrega al Auxiliar de Bodega.
DESPACHO		
1	Contramaestre	Programa la colocación de rollos de tela en el área de apertura en el **REG BMP 03 PROGRAMACIÓN DE INGRESO DE MP.**
2	Auxiliar de Bodega	Coloca los rollos en el área de apertura, asegurándose la continuidad del proceso.

DOCUMENTOS Y REGISTROS	
▪ **REG BMP 01**	**CLASIFICACIÓN DE MATERIA PRIMA**
▪ **REG BMP 02**	**INGRESO DE BODEGA**
▪ **REG BMP 03**	**PROGRAMACIÓN DE INGRESO DE MP**

EDICIÓN	**FECHA DE REVISIÓN**	**RESPONSABLE**	**ÁREA**
00	Octubre, 2014	Auxiliar de Bodega	Bodega de Materia Prima

NOTA. Por sigilo empresarial y por tratarse de ser este un documento para acceso público se exigió no dar a conocer el formato de los registros en cuanto a la PRODUCCIÓN, BODEGA, VENTAS, COMPRAS Y CONTROL DE PRODUCCIÓN se refiere; en los PEC se señalará el registro correspondiente pero en este documento no se incluirán los formatos antes mencionados.

PEC = Procedimiento Estandarizado de Calidad

BPT = Bodega Producto Terminado

PEC BPT 01 Recepción, Almacenamiento y Despacho de Producto Terminado

ERIZIM	MANUAL DE CALIDAD BAJO ESTÁNDARES DE LA NORMA ISO-9001:2008	**Fecha de Elaboración:** 15/10/2014
		Fecha de Revisión: 30/10/2014
Elaborado por: Verónica Silva.	**Revisado por:** Ing. Patricio Carvajal	**Aprobado por**: Dr. Diego Beltrán

ERIZIM	PROCEDIMIENTO ESTANDARIZADO DE CALIDAD **RECEPCIÓN, ALMACENAMIENTO Y DESPACHO DE PRODUCTO TERMINADO**	PEC BPT 01 Pág. 1/1

ALCANCE
Desde la recepción y almacenamiento del producto terminado hasta el despacho del mismo.

POLÍTICAS Y REQUISITOS
▪ El producto terminado deberá mantenerse en los respectivos cartones clasificados por modelo y tallas, desde la recepción hasta su despacho. ▪ El despacho deberá tener la aprobación de Supervisor de Planta.

RECEPCIÓN Y ALMACENAMIENTO DE PRODUCTO TERMINADO		
No.	**RESPONSABLE**	**ACTIVIDAD**
1	Auxiliar de Bodega	Recepta los cartones con el producto y los ubica en la bodega de producto terminado.
2	Auxiliar de Bodega	Registra los modelos y tallas del producto terminado, verificando el correcto embalaje.
DESPACHO DE PRODUCTO TERMINADO		
1	Auxiliar de Bodega	De acuerdo a la disposición de Gerencia de Operaciones y Planta genera el **REG BPT 01 NOTA DE DESPACHO** (copia 1: cliente; copia 2: ventas)
2	Auxiliar de Bodega	Según el **REG BPT 01 NOTA DE DESPACHO** realiza la entrega de la mercancía y realiza la descarga en el módulo Bodega e Inventarios, generando el **REG BPT 02 EGRESO DE BODEGA** (original: Contabilidad; copia: Auxiliar de Bodega)

DOCUMENTOS Y REGISTROS
▪ **REG BPT 01 NOTA DE DESPACHO** ▪ **REG BPT 02EGRESO DE BODEGA**

EDICIÓN	**FECHA DE REVISIÓN**	**RESPONSABLE**	**ÁREA**
00	Octubre, 2014	Auxiliar de Bodega	Bodega de Materia Prima

NOTA. Por sigilo empresarial y por tratarse de ser este un documento para acceso público se exigió no dar a conocer el formato de los registros en cuanto a la PRODUCCIÓN, BODEGA, VENTAS, COMPRAS Y CONTROL DE PRODUCCIÓN se refiere; en los PEC se señalará el registro correspondiente pero en este documento no se incluirán los formatos antes mencionados.

PEC = Procedimiento Estandarizado de Calidad
BRS = Bodega Repuestos y Suministros

ERIZIM	MANUAL DE CALIDAD BAJO ESTÁNDARES DE LA NORMA ISO-9001:2008	**Fecha de Elaboración:** 15/10/2014
		Fecha de Revisión: 30/10/2014
Elaborado por: Verónica Silva.	**Revisado por:** Ing. Patricio Carvajal	**Aprobado por**: Dr. Diego Beltrán

PEC BRS 01 Recepción, Almacenamiento y Despacho de Repuestos y Suministros

ERIZIM	PROCEDIMIENTO ESTANDARIZADO DE CALIDAD	PEC BRS 01 Pág. 1/1
	RECEPCIÓN, ALMACENAMIENTO Y DESPACHO DE REPUESTOS Y SUMINISTROS	

ALCANCE
Desde la recepción de repuestos y suministros en bodega hasta el despacho de los mismos para su uso.

POLÍTICAS Y REQUISITOS
▪ Se mantendrá un sistema de stock de mínimos y máximos ▪ Prohibido ingreso de personal no autorizado ▪ La entrega de EPP se realizará una vez que se canjee el EPP usado o en mal estado ▪ El despacho de cualquier repuesto deberá tener la aprobación de Supervisor de Planta

RECEPCION Y ALMACENAMIENTO DE INSUMOS		
No.	**RESPONSABLE**	**ACTIVIDAD**
1	Auxiliar de Bodega	Recepta y verifica los repuestos y suministros, junto con el **REG COM 01 ORDEN DE COMPRA,** realiza el ingreso a bodega en el módulo Bodega e Inventarios, y genera el **REG BMP 02 INGRESO DE BODEGA** (copia 1: bodega; copia 2: contabilidad)
2	Auxiliar de Bodega	Ubica los repuestos y suministros en la bodega.
DESPACHO DE INSUMOS		
1	Personal Empresa	Solicita los repuestos y suministros y registra los datos necesarios en el **REG BMP 05 SOLICITUD DE REPUESTOS Y SUMINISTROS.** **Nota**: En caso de ser repuestos se requiere la autorización del Supervisor de Planta.
2	Auxiliar de Bodega	Entrega los repuestos y suministros requeridos y realiza la descarga de Bodega e Inventarios, y genera el **REG BMP 04 EGRESO DE BODEGA** (copia 1: bodega; copia 2: contabilidad)

DOCUMENTOS Y REGISTROS
▪ **REG BMP 04 EGRESO DE BODEGA** ▪ **REG BMP 02 INGRESO DE BODEGA** ▪ **REG COM 01 ORDEN DE COMPRA** ▪ **REG BMP 05 SOLICITUD DE REPUESTOS Y SUMINISTROS**

EDICIÓN	**FECHA DE REVISIÓN**	**RESPONSABLE**	**ÁREA**
00	Octubre, 2014	Auxiliar de Bodega	Bodega de Repuestos y suministros

ERIZIM	MANUAL DE CALIDAD BAJO ESTÁNDARES DE LA NORMA ISO-9001:2008	**Fecha de Elaboración:** 15/10/2014
		Fecha de Revisión: 30/10/2014
Elaborado por: Verónica Silva.	**Revisado por:** Ing. Patricio Carvajal	**Aprobado por**: Dr. Diego Beltrán

NOTA. Por sigilo empresarial y por tratarse de ser este un documento para acceso público se exigió no dar a conocer el formato de los registros en cuanto a la PRODUCCIÓN, BODEGA, VENTAS, COMPRAS Y CONTROL DE PRODUCCIÓN se refiere; en los PEC se señalará el registro correspondiente pero en este documento no se incluirán los formatos antes mencionados.

PEC = Procedimiento Estandarizado de Calidad

VTA = Ventas

PEC VTA 01 Ventas

ERIZIM	PROCEDIMIENTO ESTANDARIZADO DE CALIDAD	PEC VTA 01 Pág. ½
	VENTAS	

ALCANCE
Desde la recepción del pedido hasta la recuperación de cartera.

POLÍTICAS Y REQUISITOS
▪ Los pedidos deberán siempre ser por escrito ▪ Deberá confirmarse con el cliente las cantidades y fechas de entrega ▪ Las facturas serán aprobadas por el Supervisor de Planta.

PEDIDOS		
No.	**RESPONSABLE**	**ACTIVIDAD**
1	Personal de Ventas	Gestiona y negocia ventas con el cliente. Una vez cerrado un negocio, comunica y envía por correo electrónico a Asistente Administrativa
2	Asistente Administrativa	Gestiona y recepta el pedido de los clientes y la información se registra en **REG VTA 01 RECEPCIÓN DE PEDIDO** y la entrega a Gerencia de Operaciones y Planta.
3	Gerencia de Operaciones y Planta	Recepta el **REG VTA 01 RECEPCIÓN DE PEDIDO**, analiza la programación de producción y completa los campos requeridos para la confirmación al cliente. Entrega el **REG VTA 01 RECEPCIÓN DE PEDIDO** a Asistente Administrativa.
4	Asistente Administrativa	Con la información receptada, confirma al cliente las cantidades y fechas de entrega.

ERIZIM	MANUAL DE CALIDAD BAJO ESTÁNDARES DE LA NORMA ISO-9001:2008	**Fecha de Elaboración:** 15/10/2014
		Fecha de Revisión: 30/10/2014
Elaborado por: Verónica Silva.	**Revisado por:** Ing. Patricio Carvajal	**Aprobado por**: Dr. Diego Beltrán

ERIZIM	PROCEDIMIENTO ESTANDARIZADO DE CALIDAD	PEC VTA 01 Pág. 2/2
	VENTAS	

FACTURACIÓN		
1	Asistente Administrativa	Recepta **REG BPT 01 NOTA DE DESPACHO** (original: cliente; copia: archivo) y en base a esta información emite el **REG VTA 03 FACTURA** (original: cliente; copia 1: contabilidad; copia 2: archivo) y **GUÍA DE REMISIÓN** (usuario, SRI, transportista: empresa de transporte; emisor: archivo)
RECUPERACIÓN DE CARTERA		
1	Asistente Administrativa	Monitorea los saldos pendientes de los clientes gestiona la recuperación de cartera.
2	Asistente Administrativa	Una vez realizada la recuperación de cartera emite el **REG VTA 04 COMPROBANTE DE COBRO.**

DOCUMENTOS Y REGISTROS
▪ **REG VTA 01 RECEPCIÓN DE PEDIDO**
▪ **REG BPT 01 NOTA DE DESPACHO**
▪ **REG VTA 03 FACTURA**
▪ **REG VTA 04 COMPROBANTE DE COBRO**

EDICIÓN	**FECHA DE REVISIÓN**	**RESPONSABLE**	**ÁREA**
00	Octubre, 2014	Asistente Administrativa	Ventas

7.4. Compras

7.4.1. Proceso de compras

La empresa asegura elaborar su producto con materia prima de calidad, realizando una evaluación a los proveedores para certificar que las compras cumplan con los estándares establecidos GERIZIM CIA. LTDA.

NOTA. Por sigilo empresarial y por tratarse de ser este un documento para acceso público se exigió no dar a conocer el formato de los registros en cuanto a la PRODUCCIÓN, BODEGA, VENTAS, COMPRAS Y CONTROL DE PRODUCCIÓN se refiere; en los PEC se señalará el registro correspondiente pero en este documento no se incluirán los formatos antes mencionados.

PEC = Procedimiento Estandarizado de Calidad

ADQ = Adquisiciones

PEC COM 01 Compras

ERIZIM	MANUAL DE CALIDAD BAJO ESTÁNDARES DE LA NORMA ISO-9001:2008	**Fecha de Elaboración:** 15/10/2014
		Fecha de Revisión: 30/10/2014
Elaborado por: Verónica Silva.	**Revisado por:** Ing. Patricio Carvajal	**Aprobado por**: Dr. Diego Beltrán

ERIZIM	PROCEDIMIENTO ESTANDARIZADO DE CALIDAD	PEC COM 01 Pág. 1/1
	COMPRAS LOCALES	

ALCANCE
Desde el requerimiento de insumos / materiales hasta la entrega del producto en bodega.

POLÍTICAS Y REQUISITOS
▪ Los requerimientos de materiales deberán ser solicitados en bodega. ▪ Toda compra será tramitada única y exclusivamente con una orden de compra debidamente aprobada. ▪ Las órdenes serán aprobadas por Gerencia Administrativa Financiera.

COMPRAS LOCALES		
No.	**RESPONSABLE**	**ACTIVIDAD**
1	Personal de la empresa	Solicita a bodega la compra de insumos / materiales
2	Auxiliar de Bodega	Con la información receptada, genera el **REG COM 02 REQUERIMIENTO DE COMPRAS** y lo entrega a Auxiliar de Logística.
3	Auxiliar de Logística	Analiza los requerimientos y emite el **REG COM 01 ORDEN DE COMPRA** (original y copia)
4	Gerente Administrativo Financiero	Aprueba el **REG COM 01 ORDEN DE COMPRA** (original y copia)
5	Auxiliar de Logística	Gestiona la compra entregando el **REG COM 01 ORDEN DE COMPRA** (original) al proveedor.
6	Auxiliar de Logística	Entrega los insumos en bodega, y el **REG COM 01 ORDEN DE COMPRA** (copia).

DOCUMENTOS Y REGISTROS	
▪ **REG COM 01**	**ORDEN DE COMPRA**
▪ **REG COM 02**	**REQUERIMIENTO DE COMPRA**

EDICIÓN	**FECHA DE REVISIÓN**	**RESPONSABLE**	**ÁREA**
00	Octubre, 2014	Auxiliar de Logística	Adquisiciones

7.4.2. Información de Compras

GERIZIM CIA. LTDA., analiza la información de compra describe el producto o servicio a adquirir para evitar compras o contrataciones erróneas y para asegurar que la calidad de nuestro producto sea soportado por proveedores calificados.

7.4.3. Verificación de los productos comprados

GERIZIM CIA. LTDA., comprueba que el producto o servicio adquirido cumple con los requisitos de compra especificados, mediante la verificación del cumplimiento de las condiciones de compra o contratación.

7.5. Producción y Prestación del servicio

7.5.1. Control de la Producción

GERIZIM CIA. LTDA., proyecta y lleva a cabo las diferentes actividades de los procesos de producción bajo condiciones controladas, estas condiciones incluyen:

- Procedimientos de trabajo
- Utilización de elementos de protección personal e infraestructura apropiada

NOTA. Por sigilo empresarial y por tratarse de ser este un documento para acceso público se exigió no dar a conocer el formato de los registros en cuanto a la PRODUCCIÓN, BODEGA, VENTAS, COMPRAS Y CONTROL DE PRODUCCIÓN se refiere; en los PEC se señalará el registro correspondiente pero en este documento no se incluirán los formatos antes mencionados.

PEC = Procedimiento Estandarizado de Calidad

CDC = Control De Calidad

PEC CDC 01 Control de Calidad

ERIZIM	PROCEDIMIENTO ESTANDARIZADO DE CALIDAD	PEC CDC 01 Pág. 1/2
	CONTROL DE CALIDAD DEL PROCESO	

ALCANCE
Desde la toma de las muestras, hasta la verificación y programación de los datos en las prendas de vestir.

POLÍTICAS Y REQUISITOS
• Los ensayos se realizarán según **DREF CDC 01 CRONOGRAMA DE PRUEBAS DE CONTROL DE CALIDAD** • Utilizar elementos de protección personal • Todos los equipos deben estar en superficies estables

No.	RESPONSABLE	ACTIVIDAD
1	Auxiliar de Control de Calidad	Revisión completa de la tela desde antes que esta se utilice para el proceso de producción.
2	Auxiliar de Control de Calidad	Revisión completa y con exactitud de los procesos de tendido, trazado y corte, debido a que de esto dependerá la calidad de los productos al final de la confección.
3	Auxiliar de Control de Calidad	Tensión adecuada de la tela durante el tendido. De ser excesiva, puede generar encogimiento en la prenda; de ser escasa, genera arrugas en el tendido.
4	Auxiliar de Control de Calidad	Cuchilla de corte siempre perpendicular a la mesa. De esta manera, la primera y la última capa tendrán iguales dimensiones.
5	Auxiliar de Control de Calidad	Tamaño de los piquetes (pequeñas marcas de orientación para la costura) que, de ser demasiado grandes pueden producir roturas durante el lavado.
6	Auxiliar de Control de Calidad	Tipo y tensión del hilo de costura que de ser excesiva puede provocar frunces en las prendas por alto encogimiento de las costuras.

7	Auxiliar de Control de Calidad	Coincidencia de piquetes para que el armado sea correcto.
8	Auxiliar de Control de Calidad	Diferente tensión de arrastre que puede provocar piernas torcidas.
9	Auxiliar de Control de Calidad	Tipo y desgaste de la aguja que puede provocar picado en las costuras.
10	Auxiliar de Control de Calidad	Aplicar todos los estándares de calidad en las prendas de ropa desde el inicio hasta el final, para así tener un buen producto y lanzarlo al mercado al que nos dirigimos.

DOCUMENTOS Y REGISTROS
▪ **DREF CDC 01 CRONOGRAMA DE PRUEBAS DE CONTROL DE CALIDAD**

EDICIÓN	**FECHA DE REVISIÓN**	**RESPONSABLE**	**ÁREA**
00	Octubre, 2014	Auxiliar de Control de Calidad	Control de Calidad

7.5.2. Identificación y trazabilidad

GERIZIM CIA. LTDA., identifica los diferentes estados de inspección, de tal forma que se garantice el control de aquellos servicios conformes y no conformes. Por otro lado es complicado mantener la trazabilidad a lo largo del proceso y no se hace indispensable considerando los siguientes aspectos:

- No agrega valor al proceso de prestación del servicio
- Los proveedores de productos críticos son seleccionados cuidadosamente

7.5.3. Propiedad del Cliente

GERIZIM CIA. LTDA., protege y conserva los bienes de propiedad de los clientes, en caso de pérdida, deterioro o algún otro modo que determine que el uso del bien es inadecuado se registra y comunica al cliente.

7.5.4. Preservación del Producto

En GERIZIM CIA. LTDA., no es aplicable esta cláusula, al sistema de Gestión de la Calidad de la empresa, ya que no se elaboran productos perecibles.

8. Medición, análisis y mejora

8.1. Generalidades

GERIZIM CIA. LTDA., mejorará su sistema de calidad, mediante la medición y monitoreo de seguimiento, ejecutada y detallada en el presente manual.

8.2. Seguimiento y medición

8.2.1. Satisfacción del Cliente

Como una de las medidas del desempeño del Sistema de Gestión de la Calidad, GERIZIM LTDA., realiza mediciones de la satisfacción de sus clientes con respecto al servicio y la atención que se le suministra.

PEC = Procedimiento Estandarizado de Calidad

SDC = Satisfacción del Cliente

PEC SDC 01 Medición de Satisfacción del Cliente

ERIZIM	MANUAL DE CALIDAD BAJO ESTÁNDARES DE LA NORMA ISO-9001:2008	**Fecha de Elaboración:** 15/10/2014
		Fecha de Revisión: 30/10/2014
Elaborado por: Verónica Silva.	**Revisado por:** Ing. Patricio Carvajal	**Aprobado por**: Dr. Diego Beltrán

ERIZIM	PROCEDIMIENTO ESTANDARIZADO DE CALIDAD	PEC SDC 01 Pág. 1/1
	MEDICIÓN DE SATISFACCION DEL CLIENTE	

ALCANCE
Desde la aplicación de las encuestas hasta el informe al Comité Administrativo.

POLÍTICAS Y REQUISITOS
▪ Las encuestas se realizarán trimestralmente. ▪ La encuesta se aplicará a clientes que adquieran valores equivalentes al 5% de la producción total.

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE		
No.	**RESPONSABLE**	**ACTIVIDAD**
1	Asistente Administrativa	Aplica el **REG SDC 01 ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**, a los clientes a los cuales se les ha vendido en el trimestre que termina.
2	Asistente Administrativa	Tabula los resultados de las encuestas realizadas en el **REG SDC 02 NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.** **Nota:** si los resultados obtenidos son desfavorables se debe generar una **ACCIÓN DE MEJORA**
3	Asistente Administrativa	Genera una impresión y archiva los registros: **REG SDC 01 ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE** **REG SDC 02 INFORME DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**
4	Asistente Administrativa	Los resultados se harán conocer al Comité Administrativo, y se tomará las respectivas decisiones.

DOCUMENTOS Y REGISTROS
▪ **REG SDC 01 ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE** ▪ **REG SDC 02 INFORME DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE** ▪

EDICIÓN	**FECHA DE REVISIÓN**	**RESPONSABLE**	**ÁREA**
00	Octubre, 2014	Asistente Administrativa	Ventas

ERIZIM	MANUAL DE CALIDAD BAJO ESTÁNDARES DE LA NORMA ISO-9001:2008	**Fecha de Elaboración:** 15/10/2014
		Fecha de Revisión: 30/10/2014
Elaborado por: Verónica Silva.	**Revisado por:** Ing. Patricio Carvajal	**Aprobado por**: Dr. Diego Beltrán

REG = Procedimiento Estandarizado de Calidad

SDC = Satisfacción del Cliente

REG SDC 02 INFORME DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

ERIZIM	REGISTRO ESTANDARIZADO DE CALIDAD	REG SDC 02 Pág. 1/1
	INFORME DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	

FECHA DE ENCUESTA:	Nº DE ENCUESTAS
TABULACIÓN:	
ANÁLISIS:	
DECISIÓN:	

EDICIÓN	FECHA DE REVISIÓN	RESPONSABLE	ÁREA
00	Octubre, 2014	Asistente Administrativa	Ventas

8.2.2. Auditoría Interna

GERIZIM CIA. LTDA., tendrá la obligación de efectuar en forma periódica auditorías internas para establecer si el sistema de gestión de la calidad:

- Es suficiente o cumple con los requisitos de los estándares ISO-9001:2008
- Se cumple, de manera eficiente cada uno de los procesos, establecidos en el Sistema de Gestión de Calidad.
- Es efectivo, en cuanto al cumplimiento de metas y resultados que otorga el Sistema de Gestión de la Calidad

8.2.3. Seguimiento y medición del producto

GERIZIM CIA. LTDA., dará el seguimiento al producto ofertado, verificando que se den cumplimiento con los requisitos y expectativas del cliente. Esto se realiza en las etapas apropiadas del proceso.

8.3. Control del producto no conforme

GERIZIM CIA. LTDA., asegura que el producto identificado como no conforme se reporte y corrija inmediatamente. Los controles y responsabilidades relacionadas con los mismos, y el personal preparado para dar seguimiento y solución a la inconformidad, los mismos que están definidos en el procedimiento de quejas.

ERIZIM	MANUAL DE CALIDAD BAJO ESTÁNDARES DE LA NORMA ISO-9001:2008	**Fecha de Elaboración:** 15/10/2014
		Fecha de Revisión: 30/10/2014
Elaborado por: Verónica Silva.	**Revisado por:** Ing. Patricio Carvajal	**Aprobado por**: Dr. Diego Beltrán

PEC = Procedimiento Estandarizado de Calidad
SDC = Satisfacción del Cliente
PEC SDC 02 Manejo de Quejas

ERIZIM	PROCEDIMIENTO ESTANDARIZADO DE CALIDAD	PEC SDC 02 Pág. 1/1
	MANEJO DE QUEJAS	

ALCANCE
Desde la recepción de una queja hasta la solución y retroalimentación de la misma con el cliente

POLÍTICAS Y REQUISITOS
▪ Las inconformidades generadas deberán ser atendidas por el área que tenga mayor relación con el inconveniente ▪ La solución aplicada deberá ser comunicada al cliente para su conformidad.

MANEJO DE QUEJAS		
No.	**RESPONSABLE**	**ACTIVIDAD**
1	Asistente Administrativa	Ante una inconformidad del cliente, recepta la queja y la registra en el **REG SDC 03 HISTORIAL DE QUEJAS.**
2	Asistente Administrativa	Envía por correo electrónico la inconformidad del cliente a Presidencia Ejecutiva, Gerencia Adm. Financiera. y Gerencia de Operaciones y Planta, y personal de ventas – de ser el caso- para su análisis y direccionamiento
3	Gerente Adm. Financiero y/ o Supervisor de Planta	Coordina o ejecuta las acciones necesarias para dar solución al inconveniente y comunica a Asistente Administrativa para su registro en el **REG SDC 03 HISTORIAL DE QUEJAS**
4	Gerente Adm. Financiero y/ o Supervisor de Planta	Una vez realizadas las acciones verifica que la inconformidad no se produce nuevamente y notifica a Asistente Administrativa.
5	Asistente Administrativa	Registra la información necesaria en el **REG SDC 03 HISTORIAL DE QUEJAS** para realizar el cierre de la inconformidad.
6	Asistente Administrativa	Comunica al cliente el resultado de las acciones relacionadas con la inconformidad para asegurarse la conformidad del mismo.

DOCUMENTOS Y REGISTROS
▪ **REGSDC 03 HISTORIAL DE QUEJAS**

EDICIÓN	**FECHA DE REVISIÓN**	**RESPONSABLE**	**ÁREA**
ED 00	Octubre, 2014	Asistente Administrativa	Ventas

REG = Procedimiento Estandarizado de Calidad

SDC = Satisfacción del Cliente

REG SDC 03 HISTORIAL DE QUEJAS

ERIZIM	REGISTRO ESTANDARIZADO DE CALIDAD	REGSDC 03 Pág. 1/1
	HISTORIAL DE QUEJAS	

Nº	FECHA	CLIENTE	DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	RESPONSABLE DE LA SOLUCIÓN	ACCIÓN	SOLUCIÓN	
						SI	NO

EDICIÓN	FECHA DE REVISIÓN	RESPONSABLE	ÁREA
ED 00	Octubre, 2014	Asistente Administrativa	Ventas

8.4. Análisis de datos

GERIZIM CIA. LTDA., medirá y analizará los datos que el Sistema de Gestión de la Calidad proporciona de manera que pueda generar la mayor cantidad de mejoras.

8.5. Mejora

8.5.1. Mejora continua

GERIZIM CIA. LTDA., mejorará continuamente la eficacia del Sistema de Gestión de la Calidad por medio de la utilización de la política de la calidad, objetivos de la calidad, resultados de las auditorías, análisis de datos, acciones correctivas y preventivas y la revisión por la dirección.

8.5.2. Acción correctiva

GERIZIM CIA. LTDA., toma acciones para eliminar la causa de no conformidades con el objeto de prevenir su repetición, definiendo los requisitos para:

- Revisar no conformidades (incluyendo quejas de los clientes)

- Determinar la causa que ocasionó la no conformidad
- Evaluar la necesidad de adoptar acciones para asegurar que las no conformidades no vuelvan a ocurrir
- Determinar e implementar las acciones necesarias
- Registrar los resultados de las acciones tomadas
- Revisar las acciones correctivas tomadas

8.5.3. Acción preventiva

GERIZIM CIA. LTDA., establece las acciones para eliminar las causas de las no conformidades potenciales para prevenir su ocurrencia, definiendo los requisitos para:

- Determinar no conformidades potenciales y sus causas
- Evaluar la necesidad de actuar para prevenir la ocurrencia de no conformidades
- Determinar e implementar las acciones necesarias
- Registrar los resultados de las acciones tomadas
- Revisar las acciones preventivas tomadas.

8.6. Administración

La responsabilidad directa estará a cargo del Gerente de la Compañía "GERIZIM CIA. LTDA.", en coordinación con el departamento de contabilidad, y el personal administrativo, quienes serán los delegados para vigilar la implementación y desarrollo del Sistema de Gestión de la Calidad según se vayan realizando las actividades cotidianas. A medida que se vaya desarrollando se realizarán ajustes, dependiendo las necesidades que se vayan originando; a su vez se realizarán revisiones y un monitoreo permanente de la ejecución y desarrollo del sistema.

La Compañía "GERIZIM CIA. LTDA.", para la ejecución de la propuesta deberá contratar los servicios de la empresa consultora**, quien será la encargada de la capacitar y guiar en el transcurso de la implementación, es decir será la encargada de emitir el curso introductorio a la Norma ISO-9001:2008, el curso a los Auditores Internos y de realizar la Pre-Auditoria de Certificación.**

La empresa deberá buscar una certificadora registrada en la OAE (ORGANISMO DE ACREDITACIÓN ECUATORIANO) para llevar a cabo la certificación e implementación del Sistema de Gestión de la Calidad en "GEREZIM CIA LTDA.

6.7.2 Presupuesto de la Propuesta

El presupuesto realizado está considerado para el tiempo estimado para la ejecución del Sistema de Gestión de la Calidad Noviembre 2014 - Noviembre 2015 es el siguiente:

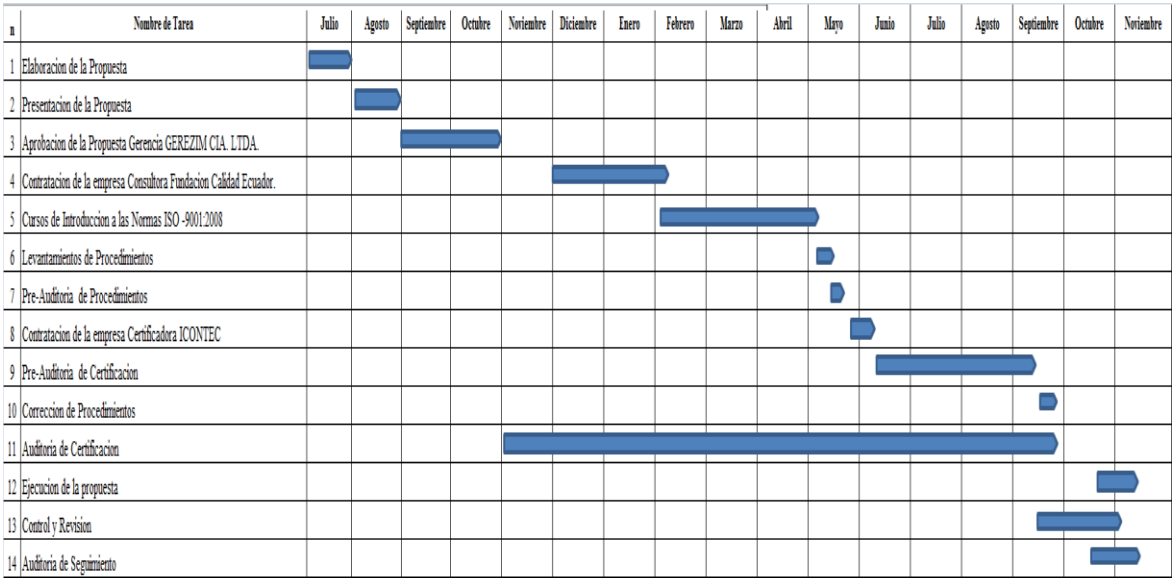
Tabla N° 6.1. Presupuesto de la Propuesta

DETALLE	INGRESOS	EGRESOS
Financiamiento de la empresa	28820,00	
Pago Consultora Fundación para el Desarrollo y Tecnología Calidad Ecuador.		8000,00
Honorarios Profesionales Gerente Calidad		6000,00
Pre Auditoría por parte de la Certificadora ICONTEC 2 Auditores (incluido movilización y estadía)		2800,00
Auditoría de Certificación y emisión de certificado por parte de la Certificadora ICONTEC 2 Auditores (incluido movilización y estadía)		5000,00
Implementación Oficina / Departamento de Calidad		3000,00
Suministros de Oficina		2000,00
SUBTOTAL		**26800,00**
Imprevistos 10 %		2680,00
TOTAL	**28820,00**	**29480,00**

Elaborado: SILVA, Verónica (2014).

6.7.3 Cronograma de la Propuesta

Tabla N° 6.2. Cronograma de la Propuesta



Elaborado: SILVA, Verónica (2014).

6.8 PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

Para garantizar y asegurar la ejecución de la propuesta según con lo programado para el cumplimiento de los objetivos planteados, se deberá realizar la Matriz de Monitoreo y Evaluación de la Propuesta, esto como un proceso de seguimiento y evaluación permanente, que permita anticipar contingencias que se puedan presentar en el transcurso, a fin de implementar correctivos a través de acciones que aseguren el cumplimiento de las metas.

Tabla N° 6.3. Matriz de Monitoreo y Evaluación de la Propuesta

PREGUNTAS	EXPLICACIÓN
1. ¿Quiénes solicitan evaluar?	Compañía GERIZIM CIA. LTDA.,
2. ¿Por qué evaluar?	Para establecer el grado de no conformidad que presenten los clientes en la prestación del servicio ofertado por la compañía.
3. ¿Para qué evaluar?	Para mejorar la atención del cliente brindando buen servicio y un producto de calidad, esto ayudará a tener una mejora continua en todos los procesos del sistema de gestión de calidad.
4. ¿Qué evaluar?	Los factores de no conformidad por los cuales los clientes no encuentran satisfactorio el servicio que brinda la compañía. ▪ Cumplimiento de fechas de entrega ▪ Cumplimiento de volumen de entrega ▪ Calidad de las prendas.
5. ¿Quién evaluar?	Asistente Administrativa.
6. ¿Cuándo evaluar?	Se evaluara cada seis meses continuamente.
7. ¿Cómo evaluar?	Empleando indicadores que ayuden a establecer el nivel de aceptación de los clientes.
8. ¿Con que evaluar?	Con recursos que la empresa designará para el plan de monitoreo.

Elaborado: SILVA, Verónica (2014)

BIBLIOGRAFÍA

Gutiérrez, H. (2006) Calidad Total y Productividad. 2ª Edición. Editorial Mc-Graw Hill. México. pp. 18- 23; pp. 71-92

Holguín, C. (2011), Tesis "Diseño de un sistema de calidad en la empresa CALZALONA" Pontificia Universidad Católica del Ecuador.

Mejía, F. (2005), Tesis "Diseño de un Sistema de Gestión de Calidad para la Empresa de Confecciones "PINTO S.A.". Universidad Tecnológica Equinoccial.

Domínguez, H. (2006) El Servicio Invisible 1ª Edición. Editorial Ecoe Ediciones. Bogotá. p. 7; p. 46; p.100.

Berlinches, A. (2008) Calidad. 6ª Edición. Editorial Paraninfo. España. p. 7; pp. 10-11; p. 13; p. 38; p. 51.

Olvera, I. & Scherer, O. (2009). "El cliente y la calidad en el servicio". 1° Edición. Editorial TRILLAS. México. p. 37

Moreno, M., Peris, F y González T. (2001).Gestión de la Calidad y Diseño de la Organización. Editorial Prentice Hall. España. p. 35.

Reid, A. (2005). "Las Técnicas Modernas de Venta y sus Aplicaciones". Editorial Diana. México. p. 64

Kuster, Inés, (1980) "Venta Personal y Dirección de ventas. Editorial Thomson. España. p.124

Romero, R. (2007). "Marketing". Segunda Edición. Editorial Palmir E.I.R.L. Buenos Aires. Argentina. p.38

Hernández, S. (2012). "Administración de Ventas". Editorial Trillas. México. P. 33

Hartley, R. (1995) "Administración de ventas" Editorial Continental S.A. México. P. 23

López, Ma., Lobato, F. (2006). "Operaciones de Venta". Editorial Paraninfo. España. p. 37; p. 47-48

Jobber, D., Lancaster, G. (2012) "Administración de ventas" Editorial Pearson. México. pp. 118-119. Pp.55-56.

Hulbert, J., (1990) "Mercadotecnia una perspectiva estratégica". Editorial McGraw-Hill. México. p. 148.

DOCUMENTOS LEGALES

- LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR, Sección 3ª DE LOS CONSUMIDORES, Control de Calidad. Art. 18.- ENTREGA DEL BIEN O PRESTACION DEL SERVICIO.
- LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR, Sección 3ª DE LOS CONSUMIDORES, Control de Calidad. Art. 66 Normas Técnicas
- LEY ORGÁNICA DEL SISTEMA ECUATORIANO DE LA CALIDAD, TITULO VI, DEL DESARROLLO Y LA PROMOCIÓN DELA CALIDAD, Artículo 49.

INTERNET

- Aiteco consultores. 2012. Despliegue de la función calidad. Recuperado:http://www.aiteco.com/qfd-despliegue-de-la-funcion-de-calidad
- Real academia española. 2012. Recuperado:http://www.rae.es/
- Elementos básicos del proceso de venta.2010.Recuperado:http://www.portaldelcomercioclm.com/elementos_basicos.php
- CenytConsultancy Productividad Comercial. 2012. Recuperado: http://www.cenytconsultancy.com/Informe_sobre_la_Productividad_Comercial.pdf
- Ivan Thompson. La Satisfacción del cliente. 2005. Recuperado: http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/satisfaccion-cliente.htm
- Ministerio de Relaciones Laborales. Sistema de contratos actas de finiquitos(2014).Recuperado: http://www.relacioneslaborales.gob.ec/sistema-de-registro-de-contratos-y-actas-de-finiquito/

ANEXOS

ANEXO 1

Cuestionario N°……..

ENCUESTA CLIENTES

OBJETIVO:

Indagar el nivel de satisfacción y frecuencia de compra que mantienen en la actualidad los clientes externos de la compañía "GERIZIM CIA. LTDA", para identificar las falencias en el servicio y la satisfacción de los clientes.

INSTRUCCIONES:

Estimado Cliente:

- Dedique unos minutos a completar esta pequeña encuesta.
- Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y serán utilizadas únicamente para mejorar el servicio que le proporcionamos.
- Marque con una x la respuesta que usted crea conveniente.

ASPECTOS GENERALES:

Género:

M ☐ F ☐

Tipo de Cliente:

Mayorista ☐ Minorista ☐

Ciudad: _____

ENCUESTA

1.- ¿Con qué frecuencia adquiere los productos que ofrece "GERIZIM CIA. LTDA"?

Quincenalmente	☐
Mensualmente	☐
Trimestralmente	☐

2.- ¿Del listado de productos ofertados por "GERIZIM CIA. LTDA", cuáles compra con mayor frecuencia?

Tangas	☐
Panty	☐
Cachetero	☐
Brazieres	☐
Bóxer	☐
Calzoncillos	☐
BVD`s	☐

3.- ¿Los productos que oferta "GERIZIM CIA. LTDA" cumple con sus expectativas de calidad?

Totalmente	☐
Parcialmente	☐
No Cumplen	☐

¿Por qué?

_____
_____
_____
_

4.- ¿Cómo califica usted el servicio brindado por el personal de la compañía "GERIZIM CIA. LTDA"?

Excelente	☐
Bueno	☐
Regular	☐
Malo	☐

¿Por qué?

_____
_____
_____
_

5.- ¿El servicio ofrecido por la compañía “GERIZIM CIA. LTDA”?., satisface sus necesidades?

Si ☐
No ☐

¿Por qué?

_____
_____
_____

6.- Elija de los siguientes atributos lo que usted considera que la compañía “GERIZIM CIA. LTDA”, cumple en sus actividades:

Buena organización ☐
Servicio ágil y oportuno ☐
Orientada a satisfacer al cliente ☐

7.- De los siguientes aspectos elija como le atendió el personal de la compañía “GERIZIM CIA. LTDA”, al momento de brindar el servicio ofertado:

Confiabilidad ☐
Calidez en el Servicio ☐
Agilidad en la prestación del Servicio ☐

8.- ¿Considera importante que la compañía “GERIZIM CIA. LTDA”, implemente un sistema de gestión de la Calidad para mejorar el servicio?

Si ☐
No ☐

9.- ¿Qué sugerencias haría para que la empresa mejore la calidad del servicio al cliente?

_____
_____
_____
_____
_____
_____
____

GRACIAS POR SU COLABORACION

ANEXO 2

ENTREVISTA AL PERSONAL DE LA COMPAÑÍA GERIZIM CIA. LTDA.

1.- ¿Tiene conocimiento sobre la Normativa ISO-9001:2008?

_____

_____

_____

_____

_____

2.- ¿Estaría dispuesto a trabajar bajo los lineamientos establecidos en la Normativa?

_____

_____

_____

_____

3.- ¿Considera que mejorar la atención al cliente ayuda a aumentar la productividad del servicio?

_____

_____

_____

_____

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 3

0223

Ambato, Enero 10 del 2011

Doctor
DIEGO JAVIER BELTRAN NARVÁEZ
Presente

Estimado señor:

Por este medio tengo a bien comunicarle a usted que ha sido elegido para que se desempeñe en el cargo de **GERENTE GENERAL** de la Compañía "GERIZIM CIA. LTDA." por un periodo de tres años, para que le represente legal, judicial o extrajudicialmente y las demás funciones señaladas según el artículo 20 designación que por unanimidad consta en el acta de la Junta General Universal de Socios de la compañía realizada el 7 de Enero del 2011.

La Compañía "GERIZIM CIA. LTDA." se constituyo mediante escritura pública el día 21 de Junio del 2010. Otorgado ante el Notario Quinto del Cantón Ambato Doctor Hernán Santamaría y legalmente inscrito en el Registro mercantil de esta ciudad de Ambato el 5 de Julio 2010 bajo el número cuatrocientos treinta y seis (0436)

Sra. Adela Elizabeth Molina Rivadeneira
PRESIDENTE

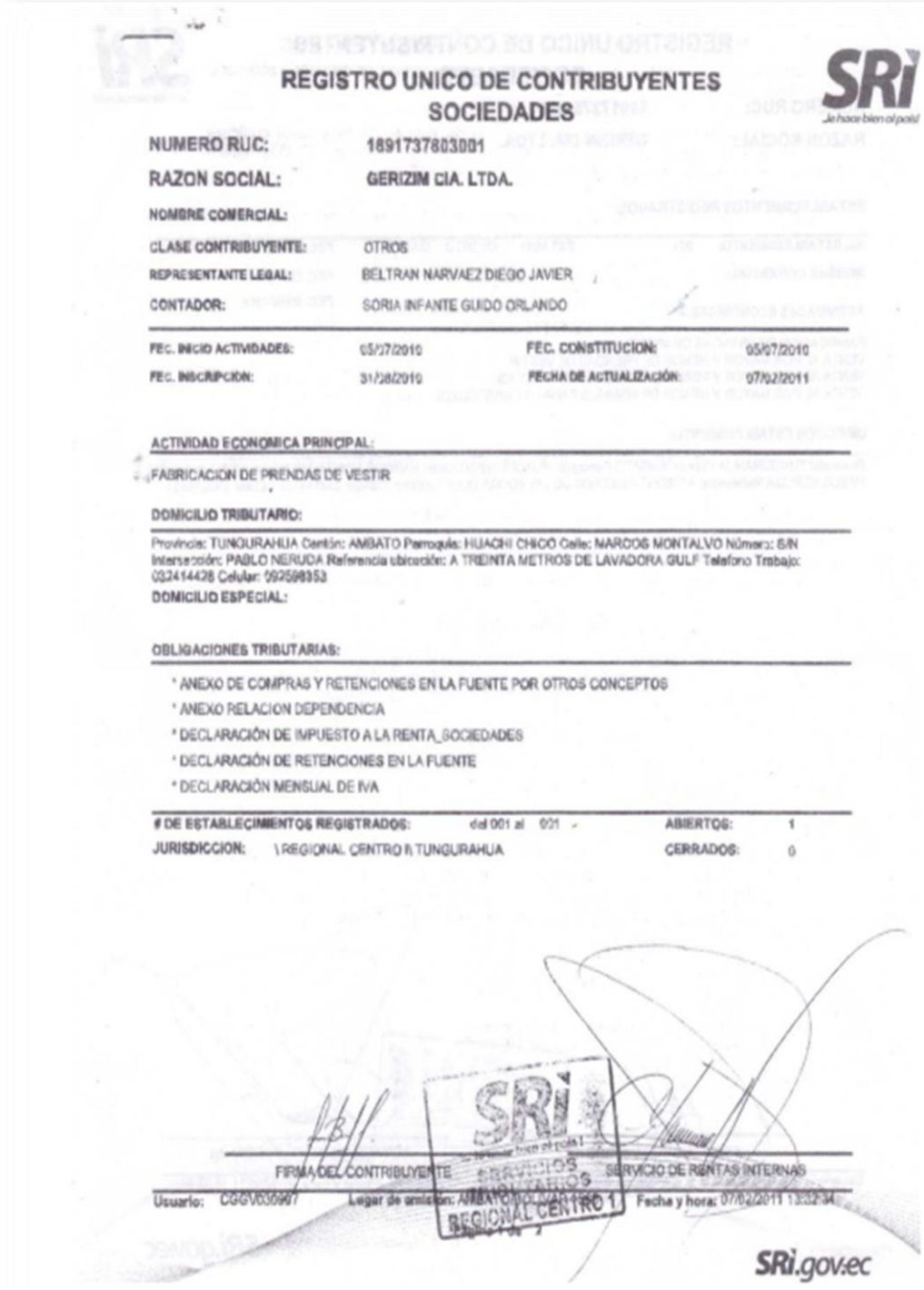
ACEPTACION

Ambato, Enero 10 del 2011

Acepto el nombramiento de **GERENTE GENERAL** de la Compañía "GERIZIM CIA. LTDA."

Dr. Diego Javier Beltrán Narváez
C.C. Nro. 1603160314
De nacionalidad Ecuatoriana, domiciliado en esta ciudad de Ambato en las calles Selva Alegre y Antonio Ante

ANEXO 4



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
SOCIEDADES

SRi
Je hace bien al país

NUMERO RUC: 1891737803001
RAZON SOCIAL: GERIZIM CIA. LTDA.
NOMBRE COMERCIAL:
CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS
REPRESENTANTE LEGAL: BELTRAN NARVAEZ DIEGO JAVIER
CONTADOR: SORIA INFANTE GUIDO ORLANDO

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 05/07/2010 FEC. CONSTITUCION: 05/07/2010
FEC. INSCRIPCION: 31/08/2010 FECHA DE ACTUALIZACION: 07/02/2011

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:
FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR

DOMICILIO TRIBUTARIO:
Provincia: TUNGURAHUA Cantón: AMBATO Parroquia: HUACHI CHICO Calle: MARCOS MONTALVO Número: S/N Intersección: PABLO NERUDA Referencia ubicación: A TREINTA METROS DE LAVADORA GULF Telefono Trabajo: 02414428 Celular: 092598353
DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:
* ANEXO DE COMPRAS Y RETENCIONES EN LA FUENTE POR OTROS CONCEPTOS
* ANEXO RELACION DEPENDENCIA
* DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA_SOCIEDADES
* DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001 ABIERTOS: 1
JURISDICCION: \ REGIONAL CENTRO I\ TUNGURAHUA CERRADOS: 0

FIRMA DEL CONTRIBUYENTE
SERVICIO DE RENTAS INTERNAS
Usuario: CGGV030907 Lugar de emision: AMBATO/DIVISION 1 Fecha y hora: 07/02/2011 13:32:34

SRi.gov.ec