



**UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Trabajo de Investigación Previo a la Obtención del  
Título de Ingeniero en Administración Especialidad  
Marketing y Gestión de Negocios**

**TEMA: “El Sistema de Calidad y su Incidencia en el Volumen  
de Ventas de la Empresa “SEGUVIT” de la Ciudad de  
Ambato”**

**AUTOR: Patricio Dimas Castelo Miranda**

**TUTOR: Dr. MSc. José Logroño**

**AMBATO – ECUADOR  
2011**

**Dr. MSc. José Logroño.**

**CERTIFICA:**

Que el presente trabajo ha sido prolijamente revisado. Por lo tanto autorizó la presentación de este Trabajo de Investigación, el mismo que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad.

Ambato, Noviembre del 2011

---

**Dr. M. Sc. José Logroño.**  
**TUTOR DE LA TESIS**

## **DECLARACION DE AUTENTICIDAD**

Yo, Patricio Dimas Castelo Miranda, manifiesto que los resultados obtenidos en la presente Investigación, previo la obtención del título de Ingeniero en Administración especialidad Marketing y Gestión de Negocios son absolutamente originales, auténticos y personales; a excepción de las citas.

---

Sr. Patricio Dimas Castelo Miranda

C.I. 1802401768

**AUTOR**

## **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO**

Los suscritos Profesores Calificadores, aprueban el presente Trabajo de Investigación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

f.- .....

Ing. M.Sc. Lorena Ibarra

f.- .....

Ing. MBA. Irene Ulloa

Ambato, Noviembre del 2011

## **DEDICATORIA**

A dios: mi padre, y madre por guiarme por el sendero del bien y darme sus bendiciones día a día.

A mi esposa e hijos que son la razón de mí ser, y darme todo el amor y respaldo para alcanzar mis metas.

Patricio Castelo Miranda

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a la Facultad de Ciencias Administrativas, a los docentes por haberme guiado eficazmente en la elaboración de mi trabajo.

Al Gerente de “SEGUVITT” Señor Raúl Espín, por el apoyo y la información brindada, para la realización de la presente investigación.

Patricio Castelo.

## INDICE GENERAL DE CONTENIDOS

Contenido

CERTIFICA .....	ii
DECLARACION DE AUTENTICIDAD .....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO .....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPITULO I.....	3
EL PROBLEMA .....	3
TEMA .....	3
1.1    PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
<b>1.1.1    Contextualización.....</b>	<b>3</b>
1.2.2 Análisis Crítico.....	5
1.2.3 Prognosis .....	5
1.2.4 Formulación del Problema .....	6
1.2.5 Interrogantes.....	6
1.2.6 Delimitación del Objetivo de la Investigación.....	6
1.3 JUSTIFICACION. ....	7
1.4 OBJETIVOS .....	8
1.4.1 Objetivo General .....	8
1.4.2 Objetivos Específicos:.....	8
CAPITULO II .....	9
2. MARCO TEORICO.....	9
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....	9
2.2 FUNDAMENTACION FILOSOFICA .....	12
2.3 FUNDAMENTACION LEGAL.....	13
2.4 CATEGORIAS FUNDAMENTALES .....	18
2.5 HIPOTESIS.....	65
2.6 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES.....	65
CAPITULO III.....	66
3. METODOLOGIA .....	66
3.1. ENFOQUE .....	66

3.2. MODALIDADES BASICAS DE LA INVESTIGACION.....	67
3.2.1 Investigación bibliográfica.....	67
3.2.2 Investigación de campo.....	68
3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACION .....	68
3.3.1 Investigación Exploratorio .....	68
3.3.2 Investigación Correlacional .....	69
3.3.3 Investigación descriptiva.....	69
3.4. POBLACION Y MUESTRA.....	69
3.4.1 POBLACION .....	69
3.5. MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES.....	71
3.6. RECOLECCION DE INFORMACION .....	73
3.6.1 LA ENCUESTA.....	73
3.7. PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE INFORMACION.....	75
CAPITULO IV.....	77
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	77
4.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	77
4.2 INTERPRETACION DE DATOS .....	78
4.2.1 Encuesta Clientes Externos .....	78
4.3 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS .....	94
4.3.1 Modelo Lógico .....	94
4.3.2 Nivel de significancia.....	94
4.3.3 Elección de la prueba estadística Chi cuadrado .....	95
4.3.3 Combinación de frecuencias .....	95
4.3.4 Calculo del grado de libertad .....	96
4.3.5 Cálculo matemático.....	96
4.3.6 Decisión final. ....	98
CAPITULO V .....	99
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	99
5.1 CONCLUSIONES .....	99
5.2. RECOMENDACIONES .....	101
CAPITULO VI.....	104
6. PROPUESTA.....	104
TITULO .....	104



6.1 DATOS INFORMATIVOS .....	104
6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA .....	104
6.3 JUSTIFICACIÓN .....	105
6.4. OBJETIVOS .....	107
6.4.1 OBJETIVO GENERAL .....	107
6.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	107
6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD .....	107
6.6 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	111
6.6.1 ESTRUCTURA DE LA NORMA ISO 9001:2000 .....	111
6.6.2 PRINCIPIOS DE LA NORMA ISO 9001:2000.....	112
6.6.3 METODOLOGIA “PDCA” .....	114
6.6.4 DIAGNOSTICO DEL SISTEMA DE CALIDAD .....	115
6.6.5 FASE DE DIAGNÓSTICO DEL SISTEMA DE CALIDAD .....	116
6.6.6 PROCESO DE IMPLEMENTACION DEL SISTEMA DE CALIDAD ...	117
6.6.7 PROBLEMAS DEL SISTEMA DE CALIDAD.....	118
6.6.8 ESTRATEGIAS DEL SISTEMA DE CALIDAD.....	119
6.6.9 BENEFICIOS DE LA NORMA ISO 9001:2000.....	119
6.6.10 DESVENTAJAS DE LA NORMA ISO 9001:2000.....	120
6.6.11 METODOLOGIA DE IMPLEMENTACION DEL SISTEMA DE CALIDAD BASADO EN LA NORMA ISO 9001:2000 .....	121
6.6.12 PRODUCTO CERTIFICADO.....	123
6.6.13 NOMBRE DEL PRODUCTO CERTIFICADO .....	123
6.6.14 ETAPAS DE IMPLEMENTACION DEL SISTEMA DE CALIDAD ....	124
6.6.15 FASES DEL PROCESO DE IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA DE CALIDAD.....	126
6.6.16 ESQUEMA DE LAS FASES DEL SITEMA DE CALIDAD.....	131
6.6.17 PRESUPUESTO DE LA IMPLANTACION .....	133
6.6.18 CUANTO SE TARDA EN IMPLANTAR EL SISTEMA DE CALIDAD BASADO EN LA NORMA ISO 9001:2000. ....	133
6.6.19 EMPRESA CERTIFICADORA .....	133
6.6.20 SISTEMA DOCUMENTAL DEL SISTEMA DE CALIDAD .....	134
1. OBJETO Y CAMPO DE APLICACIÓN .....	135
4.- SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD .....	136
4.1 Requisitos Generales.....	136
4.2 Requisitos de la Documentación.....	137

4.2.2	Manual de la Calidad .....	137
4.2.3	Control de los Documentos .....	138
4.2.4	Control de los Registros .....	139
5.	RESPONSABILIDADES DE LA DIRECCIÓN .....	140
5.1	Compromiso de la Dirección .....	140
5.2	Enfoque al Cliente .....	141
5.3	Política de la Calidad .....	142
5.4	Planificación .....	143
5.5	Responsabilidad, Auditoria y comunicación .....	143
5.6	Revisión por la dirección .....	144
6	GESTION DE LOS RECURSOS .....	145
6.1	Provisión de los recursos .....	145
6.2	Recursos humanos .....	146
6.3	Infraestructura .....	147
6.4	Ambiente de trabajo .....	147
7	REALIZACION DEL PRODUCTO .....	148
7.1	Planificación de la realización del producto .....	148
7.2	Procesos relacionados con el cliente .....	148
7.3	Diseño y Desarrollo .....	150
7.4	Compras .....	151
7.5	Producción y prestación del servicio .....	153
8	MEDICIÓN, ANÁLISIS Y MEJORA .....	157
8.1	General .....	157
8.2	Seguimiento y medición .....	158
8.3	Control del producto no conforme .....	161
8.4	Análisis de Datos .....	163
8.5	Mejora Continua .....	164
6.7	METODOLOGÍA MODELO OPERATIVO	MAPA DE
	PROCESOS .....	167
	MANUAL DE CALIDAD .....	173
	COMPROMISO DE LA GERENCIA CON EL SISTEMA DE CALIDAD .....	174
1.	PRESENTACION DE LA EMPRESA .....	176
1.1	INFORMACION DE LA EMPRESA .....	176
1.2	RESEÑA HISTORICA .....	177

1.3 MISIÓN.....	177
1.4 VISION .....	177
1.5 VALORES EMPRESARIALES.....	178
1.6 POLÍTICAS .....	179
1.6.1 POLÍTICAS GENERALES .....	179
1.7 ESTRATEGIAS .....	179
2 SISTEMA DE CALIDAD DE LA EMPRESA “SEGUVIT” .....	180
2.1 ALCANCE.....	180
2.2 POLITICA DE CALIDAD .....	180
2.3 OBJETIVOS DE CALIDAD .....	181
3. DESCRIPCION DEL SISTEMA DE CALIDAD .....	181
3.1. DIAGRAMA DE PROCESOS .....	181
3.2 DESCRIPCION DEL SISTEMA DE CALIDAD .....	182
3.2.1 PLANIFICACION ESTRATEGICA.....	182
3.2.2 GESTION DE LA CALIDAD .....	183
3.2.3 COMPRAS.....	185
3.2.4 PRODUCCION.....	186
3.2.5 VENTAS .....	187
3.2.6 SERVICIO AL CLIENTE .....	189
3.2.7 MANTENIMIENTO.....	190
3.2.8 FINANZAS .....	191
3.2.9 CONTROL DE DOCUMENTOS Y REGISTROS .....	192
6.8 ADMINISTRACIÓN .....	197
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA “SEGUVIT” ACTUAL	197
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA “SEGUVIT”	
PROPUESTA.....	198
6.9 PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN .....	198
BIBLIOGRAFIA: .....	201
ANEXOS No .....	206

## INDICE DE GRÁFICOS

<b>GRÁFICO</b>	<b>PÁGINA</b>
GRÁFICO 1.....	63
GRÁFICO 2.....	64
GRÁFICO 3.....	79
GRÁFICO 4.....	80
GRÁFICO 5.....	82
GRÁFICO 6.....	83
GRÁFICO 7.....	84
GRÁFICO 8.....	86
GRÁFICO 9.....	87
GRÁFICO 10.....	88
GRÁFICO 11.....	89
GRÁFICO 12.....	91
GRÁFICO 13.....	92
GRÁFICO 14.....	97
GRÁFICO 15.....	111
GRÁFICO 16.....	114
GRÁFICO 17.....	117
GRÁFICO 18.....	134
GRÁFICO 19.....	166
GRÁFICO 20.....	196
GRÁFICO 21.....	197

## INDICE DE TABLAS

<b>TABLA</b>	<b>PÁGINA</b>
TABLA 1 .....	79
TABLA 2 .....	80
TABLA 3 .....	81
TABLA 4 .....	83
TABLA 5 .....	84
TABLA 6 .....	85
TABLA 7 .....	87
TABLA 8 .....	88
TABLA 9 .....	89
TABLA 10 .....	90
TABLA 11 .....	92
TABLA 12 .....	95
TABLA 13 .....	95
TABLA 14 .....	97

## INDICES DE CUADROS

<b>CUADRO</b>	<b>PÁGINA</b>
CUADRO 1 .....	71
CUADRO 2 .....	72
CUADRO 3 .....	74
CUADRO 4 .....	75
CUADRO 5 .....	114
CUADRO 6 .....	129
CUADRO 7 .....	193
CUADRO 8 .....	194
CUADRO 9 .....	195

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El objetivo de la presente investigación es proponer “El sistema de calidad”, en la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, para satisfacer las necesidades que es requerida por la industria carrocera, arquitectónica e industrial de la provincia de Tungurahua, con la finalidad de incrementar las ventas de la empresa.

En la actualidad la empresa “SEGUVIT”, se encuentra subsistiendo con políticas, procesos y procedimientos obsoletos, los mismos que no están satisfaciendo las necesidades de sus clientes, en cuanto a su producto que comercializa, ya que existe una despreocupación en cuanto a la capacitación del personal, evaluación, control y supervisión del producto. Por no contar con un Sistema de Calidad, el mismo que conlleva a pérdidas económicas y sociales reduciendo el número de clientes y el volumen de ventas.

Se ha realizado un trabajo de investigación de campo, el cual ha permitido conocer con profundidad la problemática de la empresa “SEGUVIT”, es por ello que se pretende plantear un aporte en la búsqueda de soluciones al problema existente, debido a la falta del sistema de calidad, que inciden de manera significativa el bajo volumen de ventas de la empresa.

Con el apoyo total del personal que labora en la empresa, se puede organizar para solucionar los problemas que continuamente se presentan, se necesita de un largo proceso y esfuerzo para la implantación del sistema de calidad, para poder obtener un producto de calidad y por ende incrementar las ventas de la empresa “SEGUVIT”. La información que se detalla en esta tesis, será de gran utilidad e importancia para poner en práctica y lograr los objetivos requeridos por la empresa.

## **INTRODUCCIÓN**

En nuestro entorno cada vez más competitivo, es necesario que las pequeñas empresas como es la de “SEGUVIT”, se organicen para poder competir dentro del mercado Nacional e Internacional, esto obliga a un mejoramiento continuo, creatividad e innovación del producto, por lo que se propone al señor Raúl Espín, Gerente propietario de la empresa “SEGUVIT”, la implantación del Sistema de Calidad basado en la Norma ISO 9001-2000, que es una metodología moderna para que las empresas sean organizadas de una mejor manera, la misma que involucraría a todo su personal, con el comprometimiento de la alta dirección, para lograr los objetivos propuestos en la calidad del producto, con la finalidad de satisfacer a sus clientes e incrementar el volumen de ventas.

“SEGUVIT”, es una empresa que se dedica ala transformación y comercialización de vidrio; convirtiéndole en vidrio templado de seguridad para la industria carroceras, arquitectónica e industrial. Además, el sistema propuesto para la empresa, permitirá abrir una puerta al conocimiento de cómo obtener un producto de calidad, basado el la Norma ISO 9001-2000, el mismo que coadyuve al cumplimiento de sus procesos.

La información que se ha recopilado para este presente trabajo de investigación ha sido obtenida directamente en la empresa, con la ayuda directa de todo el personal que labora, y su Gerente propietario señor Raúl Espín, con quien se evidencio la problemática existente.

Para permanecer en el mercado hay que ser muy competitivos, satisfacer las exigencias y expectativas del cliente, para mantenerlos encantados, brindando un producto de calidad, servicio y atención al cliente, lo cual se considera una ventaja competitiva dentro del mercado.

Por todo ello el presente trabajo de investigación, esta desarrollado para dar un aporte mas a la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, en busca de obtener un producto de calidad que satisfagan las necesidades del cliente, por ende incrementar su volumen de ventas, con un mayor número de clientes, los mismos que se enmarque con la política de la empresa para ser competitivos en el mercado.



## **CAPITULO I**

### **1 EL PROBLEMA**

#### **1.1 TEMA**

El Sistema de Calidad y su incidencia en el volumen de ventas de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato.

#### **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:**

##### **1.2.1 Contextualización**

El sistema de calidad en el Ecuador, es el estudio mas evolucionado en las empresas Ecuatorianas, dentro de las transformaciones que ha sufrido el termino calidad a lo largo del tiempo, la filosofía del gobierno en el sistema de calidad a nivel nacional proporciona una concepción global, que cada vez fomenta la mejora continua del producto en una empresa, centrándose en la satisfacción del cliente; pero aun existen

algunas empresas en nuestro país, que no muestran estas nuevas formas de hacer empresa y poco a poco se están haciendo los cambios, para que puedan ser competitivos dentro del mercado nacional e internacional.

El sistema de calidad en las pequeñas y grandes empresas en el Ecuador, ya tienen una forma establecida o un modelo de hacer negocios. En una empresa pequeña, lo más probable es que el sistema sea muy efectivo; pero informal, y probablemente indocumentado. Las normas del sistema de calidad, identifican estos rasgos que pueden ayudar a que las empresas satisfagan lo solicitado por el cliente.

En los últimos años el sistema de calidad en la Provincia de Tungurahua, se ha venido evolucionando en forma masiva, en las diferentes empresas ya sea pequeñas y grandes, la cual ha dado una mejor estabilidad socioeconómica para las familias Tungurahueses. Esto nos incentiva a la mejora continua del producto en la empresa, y así crear una mayor satisfacción a nuestros clientes.

Un sistema de calidad en las empresas, es una herramienta para alcanzar, mantener y mejorar la calidad del producto, manteniendo encantados a nuestros clientes y de la misma manera poder incrementar las ventas de la empresa.

“SEGUVIT” es una empresa, cuya actividad principal es la Transformación y comercialización de vidrio; convirtiéndole en vidrio templado de seguridad para la industria carrocera, la misma que presta sus servicios desde el año 2006, y se encuentra ubicada en el barrio de Huachi Totoras de la ciudad de Ambato, con su gerente propietario, el señor Raúl Marcelo Espín, la misma que cuenta con un espacio en el desarrollo de la economía de la provincia de Tungurahua.

Una de las problemáticas de la empresa “SEGUVIT”, es la falta de un sistema de calidad, equipos de tecnología y capacitación a su personal, Implantando este sistema de calidad, podríamos brindar un producto de excelencia a nuestros clientes, enfocando esencialmente a la industria carrocera, arquitectónica e industrial.

El sistema de calidad en la empresa “SEGUVIT”, será de mayor importancia para manejar sistemáticamente ventajas, que nos permita alcanzar una determinada posición socioeconómico en el mercado, obteniendo rendimientos superiores de acuerdo a la competencia.

### **1.2.2 Análisis Crítico**

El Ecuador, es un país que se encuentra en vías de desarrollo, pero no por esto, puede quedar al margen de nuevas propuestas y procedimientos científicamente avanzados, para lo cual, es necesario dar un giro radical en las empresas, Implantando un Sistema de Calidad, para ofrecer productos de primera y poder competir con nuestros productos de similares características en el mercado.

Los gobiernos, de la mayoría de los países en vías de desarrollo, deben luchar para mantener la estabilidad política y social, y al mismo tiempo, considerar nuevas políticas, alternativas, que garanticen la confianza de los ecuatorianos, creando empresas que den fuentes de trabajo a mayor número de personas, para mantener una visión futurista, emprendedora y positiva hacia las empresas.

Por lo expuesto; podemos indicar que el problema que presenta la empresa “SEGUVIT”, es la no Implantación del sistema de calidad en la empresa, ya que sin este sistema de calidad, es imposible elaborar y obtener productos de calidad, para las empresas carroceras, arquitectónicas e industriales en el cantón Ambato, motivo por el cual, será la causa fundamental para el no desarrollo de la empresa.

### **1.2.3 Prognosis**

La falta del sistema de calidad en la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, será un problema muy grave, que ha traído como consecuencia el bajo volumen de ventas, alejamiento de los clientes, los cuales están prefiriendo a la competencia.

La implantación del sistema de calidad, es primordial en la empresa “SEGUVIT”, en la cual, si no se toma medidas correctivas a tiempo en la empresa, estarían apunto de irse a la quiebra, por lo tanto se hace imprescindible Implantar el sistema de calidad, basado en las Normas ISO 9001-2000, recurso humano, Tecnológico, financiero y material, se tomara muy en cuenta todos estos elementos, para que puedan ser competitivos a nivel nacional e internacional con el producto.

#### **1.2.4 Formulación del Problema**

¿Cómo incide la carencia del sistema de calidad en el bajo volumen de ventas de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato?

#### **1.2.5 Interrogantes**

1.- ¿Qué sistema de calidad nos permitirá obtener un producto de excelente calidad de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato?

2.- ¿Qué sistema de calidad se debería implantar para que exista un incremento en las ventas de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato?

3.- ¿Qué sistema de calidad permitirá maximizar las ganancias de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato?

#### **1.2.6 Delimitación del Objetivo de la Investigación**

Campo:	Gestión de la Calidad
Área:	ISO 9001:2000
Aspecto:	Sistema de Calidad

Espacio:                   Cantón Ambato.

Límite espacial: La presente investigación se realizará en la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, que se encuentra ubicado en el sector de Huachi Totoras de la ciudad de Ambato, se desarrollará en el segundo semestre del año 2010.

### **1.3 JUSTIFICACION.**

Este presente proyecto tiene la finalidad de Implantar el sistema de calidad, para garantizar un producto de calidad en la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato para el año 2011, esto facilitará que la empresa obtenga mayor volumen de ventas de vidrio templado, dando una mayor seguridad total para nuestro sector carrocero, a los señores transportistas, que puedan viajar con la mayor seguridad de acuerdo a sus destinos establecidos, los mismos que contribuirán al mejor desarrollo de la empresa “SEGUVIT”.

Se debe garantizar que en un futuro inmediato, la empresa “SEGUVIT” logre posesionarse en el mercado a nivel local, para lograr las ventas deseadas por la empresa en cuanto al producto, El Implantar el Sistema de Calidad en la empresa “SEGUVIT”; asegurará a obtener un producto de calidad, el mismo que ayudará a enfrentar a la competencia existente.

Toda empresa debe trabajar en equipo, estar en constante comunicación en todas las áreas, dar mantenimiento periódicamente a su maquinaria, facilitar capacitación a su personal, brindar un servicio y atención al cliente oportuno, los mismos que fortalecerá y permitirá lograr y obtener un producto de calidad permanente, y así; lograr un mayor volumen de ventas.

Esta investigación se justifica por la factibilidad que tiene su realización, pues se dispone de tiempo suficiente para su desarrollo, acceso a las fuentes de información

dentro de la empresa, posibilidad de aplicar el proyecto, disponibilidad de recursos humanos, materiales, tecnológicos y económicos.

El éxito de la investigación, se logró a través de un estudio de las falencias existentes en la empresa, los mismos que serían las que están ocasionando un problema dentro de la empresa, y para contrarrestar estos problemas, se tendrá que involucrar a todo el personal para organizar y coordinar los procesos adecuadamente. Hay que recalcar que una vez Implantado el Sistema de Calidad de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, garantizará un espacio en el mercado con un producto de calidad para competir a nivel local y nacional, obteniendo grandes réditos económicos para la empresa.

#### **1.4 OBJETIVOS:**

##### **1.4.1 Objetivo General**

Determinar como el Sistema de Calidad incide en el volumen de ventas, de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato.

##### **1.4.2 Objetivos Específicos:**

Analizar qué Sistema de Calidad sería el adecuado para neutralizar el bajo volumen de ventas de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato.

Identificar qué Sistema de Calidad se podría aplicar para mejorar la calidad del producto de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato.

Proponer un Sistema de Calidad basado en la Norma ISO 9001:2000, de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, que permita incrementar el volumen de ventas, garantizando márgenes de utilidad.

## **CAPITULO II**

### **2. MARCO TEORICO**

#### **2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

De acuerdo a las Investigaciones realizadas en las diferentes tesis ya elaboradas se pudo recopilar la siguiente Información:

**CARRANZA, D.** (2005). “Sistemas de gestión de Calidad Aplicando las normas ISO 9001:2000 para mejorar los procesos de la empresa GENIMAG Desing”, Biblioteca de la ciudad y la provincia de Tungurahua.

El Sistema de Gestión de Calidad permitirá mejorar el desempeño, la coordinación y producción de la organización, mediante un enfoque de los objetivos del negocio y las expectativas del cliente.

El Sistema permitirá aumentar la calidad de los productos y servicios, mejorar la productividad de los recursos y conseguir distinguirse entre los competidores como el mejor.

Ante todo, el Sistema de Gestión de Calidad busca garantizar en el largo plazo la supervivencia, el crecimiento, la rentabilidad de una organización maximizando su competitividad, mediante el aseguramiento permanente de la satisfacción de sus clientes y la eliminación de todo tipo de despilfarro.

Por lo tanto, es necesario que las pequeñas y medianas empresas cuenten con un sistema de calidad basado en las Normas ISO 9001-2000, para mejorar los procesos de producción, asegurando un incremento en las ventas, especialmente de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, como una alternativa de mejorar el desempeño de toda la empresa, mediante la coordinación enfocada a los objetivos de la organización y las expectativas del cliente, la misma que permitirá aumentar la calidad de los productos y garantizar la supervivencia y rentabilidad a largo plazo de toda la empresa.

**GOMEZ, F.** (2010). “Aplicación del manual de calidad para mejorar los procesos productivos en la “Imprenta y Encuadernación Gómez M” de la ciudad de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

En el presente trabajo, que manifiesta la necesidad de implantar un Modelo de Gestión de Calidad como lo es la norma ISO 9001:2000 en la empresa, permitiendo de esta manera que exista una cultura de superación y mejora continua.

La elaboración de un Manual de Calidad Total, bajo las normas establecidas en la norma ISO 9001:2000 es la forma más inteligente de dirigir un negocio y que son; mejorar la satisfacción del cliente, reducir el tiempo del ciclo de producción y reducir sus efectos, mediante operaciones en forma ordenada y coordinadas dentro de la empresa.



En este trabajo de investigación se propondrá trabajar con la aplicación de un Manual de Calidad Total, basado en la Norma ISO 9001:2000, para mejorar los procesos productivos en la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, obtener un grado mayor de satisfacción del cliente, reducir tiempos en cuanto a la producción, demostrando que existe superación y mejora continua en cuanto al producto terminado, involucrando a todo el personal de la empresa a una superación continua.

**GUAMANGALLO, S. (2003).** “Desarrollo de estrategias de calidad total aplicada al recurso humano para mejorar el servicio al cliente del Banco pichincha C .A. Biblioteca de la ciudad y la provincia de Tungurahua.

El Desarrollo de estrategias de calidad total aplicada al recurso humano, para mejorar el servicio al cliente del Banco pichincha C .A. Es implementar una cultura de planeación estratégica formal, estableciendo políticas a corto, mediano y largo plazo, de tal manera que estas se orienten hacia un crecimiento institucional, social y financiero sostenido, manteniendo como eje fundamental al cliente.

En este trabajo que presenta la autora, hace conocer el manejo adecuado de los sistemas de información los mismos que permitió dar a conocer las ventajas y bondades que nuestro sistema tecnológico y de comunicación presenta a todos sus clientes. Y que tenga que ver con el desarrollo de la institución y de manera específica con la atención al cliente.

Este trabajo ayudaría mucho en cuanto a lo que se propone hacer para la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, establecer programas de motivación adecuada, para tomar muy en cuenta el criterio de los trabajadores, y de esta manera hacer mucho mas efectivo su aplicación, permitiendo un verdadero incremento en el animo, el desempeño laboral y la productividad de la empresa, garantizando de esta manera obtener un incremento en las ventas

## 2.2 FUNDAMENTACION FILOSOFICA

Esta investigación que se presenta, se desarrolló en base a la normativa del paradigma **crítico propositivo**, ya que las ciencias Administrativas es en una ciencia que estudia el motivo y el por qué de las cosas, crítico; porque permitió analizar y señalar claramente la falta de un Sistema de Calidad que no mantiene en estos momentos la empresa, la misma que esta teniendo serios inconvenientes en cuanto a sus ventas; propositivo, porque da la posibilidad de proponer alternativas de superación para la empresa, mediante un estudio científico, analizando alternativas adecuadas para el cambio de la empresa “SEGUVIT”, teniendo como finalidad Implantar el Sistema de Calidad basado en la Norma ISO 9001: 2000, para organizar, planificar, controlar y evaluar el proyecto.

Este presente trabajo, que se propone tendrá una Fundamentación **Epistemológica**, el cual ayudaría a conocer y analizar la realidad del problema, conocer el porque no se ha Implantado el Sistema de Calidad en la empresa “SEGUVIT”, el mismo que contribuiría en el crecimiento y optimización de recursos existentes en la empresa, incrementando los volúmenes de venta, maximizando las utilidades de ganancia, obteniendo un producto de calidad, para satisfacción de los clientes; Con una Fundamentación **Ontológica**, la que permitiría ver cómo evolucionaría la empresa a través del Sistema de Calidad a implantar, para mejorar la eficacia y desempeño de sus procesos orientada especialmente a las necesidades del cliente, para lo cual se debería definir y promover el Sistema de Calidad que llevaría a mejorar la organización y el desenvolvimiento de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, mediante la obtención y utilización de información y datos de conocimiento de mejora continua del producto, los mismos que servirían, para utilizar métodos adecuados, para evaluar la mejora de dichos procesos a implantar en la empresa, y de una forma complementaria para satisfacción del cliente y asegurar la rentabilidad para la empresa; una Fundamentación **Axiológica**, con el objetivo de poder Identificar los valores Humanos, ( respeto, honradez, responsabilidad, etc.), técnicos, materiales y económicos que posee la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, fundamentalmente involucrando a

todo el personal a capacitarse y obtener habilidades tecnológicas, requeridas por la empresa, procurando que los conocimientos, las técnicas, habilidades y estrategias del Investigador sea un aporte importante en la Implantación del Sistema de Calidad para la empresa, conservando principalmente los valores de honestidad, capacidad y disciplina en el servicio encomendado por la empresa; y una Fundamentación **Metodológica**, para determinar que métodos o procesos se aplicaría en la investigación para la implantación el Sistema de Calidad deseado en la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, receptando la información de los hechos particulares del mercado, como una forma de interpretar la realidad de las cosas en el campo mismo, en la cual se utilizó, encuestas, cedula de entrevista, análisis de mercado, costos de calidad, personal calificado en beneficio de la empresa y satisfacción de sus clientes, y de esta manera permitió que este trabajo adquiriera una categoría **heurística**, que garantice su efectividad.

### **2.3 FUNDAMENTACION LEGAL**

Esta Investigación se enmarcó según lo que dispone la Constitución Política del Ecuador, todo proyecto de investigación para su desarrollo debe respaldarse en leyes o normas legales que determinan las empresas que regulan el desarrollo económico del país, como son:

#### **La Ley de la Superintendencia de compañías**

Art. 4.- El domicilio de la compañía estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma.

Art. 6.- Toda compañía nacional o extranjera que negociare o contrajera obligaciones en el Ecuador deberá tener en la República un apoderado o representante que pueda contestar las demandas y cumplir las obligaciones respectivas.

Art. 26.- El ejercicio económico de las compañías terminará cada 31 de diciembre.

Art. 49.- El o los administradores no podrán ser removidos de su cargo sino por dolo, culpa grave o inhabilidad en el manejo de los negocios. La remoción podrá ser pedida por cualquiera de los socios y, en caso de ser judicial, declarada por sentencia.

**Ley General Orgánica del consumidor, publicada en el registro oficial No 116 del 10 de Julio del 2000.**

Art.3.-Bienes y servicios de óptima calidad.- Para la aplicación de los numerales 2 y3 del art. 4 de la ley, se entenderá por bienes y servicios de óptima calidad aquellos que cumplan con las normas de calidad establecidas por el INEN o por el organismo público competente o, por su defecto, por las normas mínimas de calidad internacionales. A falta de las normas indicadas, el bien o servicio deberá cumplir con el objeto por el cual fue fabricado u ofertado.

**Ley del Régimen Tributario (Interno)**

Art. 12. Amortización de inversiones. Será deducible la amortización de inversiones necesarias realizadas para los fines del negocio o actividad.

Art. 14. Pagos a compañías verificadoras. Los pagos que los importadores realicen a las sociedades que tengan suscritos con el Estado contratos de inspección, verificación, aforo, control y certificación de importaciones, sea que efectúen este tipo de actividades en el lugar de origen o procedencia de las mercaderías o en el de destino, requerirán necesariamente de facturas emitidas en el Ecuador por dichas sucursales.

Art. 19. Obligación de llevar contabilidad.- Están obligadas a llevar contabilidad y declarar el impuesto en base a los resultados que arroje la misma todas las sociedades. También lo estarán las personas naturales y sucesiones indivisas que al primero de enero operen con un capital o cuyos ingresos brutos o gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso se establezcan en el

Reglamento, incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.

Art. 20.- Derechos.- El Instituto Nacional de Contratación Pública establecerá los derechos de inscripción al RUP que deberán pagar los proveedores, los que se regularán en relación de los costos de operación del Sistema, exclusivamente. En ningún caso los derechos representarán un obstáculo para la inscripción de micro y pequeñas empresas, artesanos y profesionales.

**Leyes y reglamentos Ministerio de Trabajo. (Código Laboral) Registro oficial No 167 con fecha del 16 de diciembre del 2005.**

## **CODIGO DE TRABAJO**

Art. 1.- Ámbito de este Código.- Los preceptos de este Código regulan las Relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo.

Art. 2.- Obligatoriedad del trabajo.- El trabajo es un derecho y un deber social. El trabajo es obligatorio, en la forma y con las limitaciones prescritas en la Constitución y las leyes.

Art. 3.- Libertad de trabajo y contratación.- El trabajador es libre para dedicar su esfuerzo a la labor lícita que a bien tenga.

Ninguna persona podrá ser obligada a realizar trabajos gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos por la ley, salvo los casos de urgencia extraordinaria o de necesidad de inmediato auxilio. Fuera de esos casos, nadie estará obligado a trabajar sino mediante un contrato y la remuneración correspondiente.

En general, todo trabajo debe ser remunerado

## **Leyes y reglamentos de Seguridad Social. (IEES)**

Artículo 13. Voluntariamente podrán ser sujetos de aseguramiento al régimen obligatorio:

I. Los trabajadores en industrias familiares y los independientes, como profesionales, comerciantes en pequeño, artesanos y demás trabajadores no asalariados;

II. Los trabajadores domésticos;

III. Los ejidatarios, comuneros, colonos y pequeños propietarios;

IV. Los patrones personas físicas con trabajadores asegurados a su servicio.

Artículo 15. Los patrones están obligados a:

I. Registrarse e inscribir a sus trabajadores en el Instituto, comunicar sus altas y bajas, las modificaciones de su salario y los demás datos, dentro de plazos no mayores de cinco días hábiles;

II. Llevar registros, tales como nóminas y listas de raya en las que se asiente invariablemente el número de días trabajados y los salarios percibidos por sus trabajadores, además de otros datos que exijan la presente Ley y sus reglamentos. Es obligatorio conservar estos registros durante los cinco años siguientes al de su fecha.

Artículo 15 A. Cuando en la contratación de trabajadores para un patrón, a fin de que ejecuten trabajos o presten servicios para él, participe un intermediario laboral, cualquiera que sea la denominación que patrón e intermediarios asuman, ambos serán responsables solidarios entre sí y en relación con el trabajador, respecto del cumplimiento de las obligaciones contenidas en esta Ley.

Artículo 41. Riesgos de trabajo son los accidentes y enfermedades a que están expuestos los trabajadores en ejercicio o con motivo del trabajo.

Artículo 42. Se considera accidente de trabajo toda lesión orgánica o perturbación funcional, inmediata o posterior; o la muerte, producida repentinamente en ejercicio, o con motivo del trabajo, cualquiera que sea el lugar y el tiempo en que dicho trabajo se preste. También se considerará accidente de trabajo el que se produzca al trasladarse el trabajador, directamente de su domicilio al lugar del trabajo, o de éste a aquél.

Artículo 52. El patrón que oculte la realización de un accidente sufrido por alguno de sus trabajadores durante su trabajo o lo reporte indebidamente como accidente en trayecto, se hará acreedor a las sanciones que determine esta Ley y el reglamento respectivo.

Artículo 53. El patrón que haya asegurado a los trabajadores a su servicio contra riesgos de trabajo, quedará relevado en los términos que señala esta Ley, del cumplimiento de las obligaciones que sobre responsabilidad por esta clase de riesgos establece la Ley Federal del Trabajo.

#### **Permiso de los Bomberos # 057490.**

Las empresas deben instalar sistemas de prevención de incendios para garantizar la vida de su personal, así como también la asistencia por las empresas de seguros nacionales para resguardo de los bienes. Esta inspección que realiza el cuerpo de bomberos del área correspondiente consta de sistemas contra incendio, señalización de escape y permiso de habitabilidad y su base está en las normas Covenin, su solicitud se hace directamente en el cuerpo de bomberos, en el departamento de prevención y seguridad.

El permiso es el primer requisito que los representantes legales del comercio (de cualquier tipo) deben tener para legalizar la operatividad de sus establecimientos. En las oficinas de la entidad, el primer paso es informar a los usuarios sobre el servicio

y la importancia de cumplir con este requisito, que deberá ser renovado después de 365 días, (tiene un año de vigencia desde el día de la emisión).

## **2.4 CATEGORIAS FUNDAMENTALES**

### **CALIDAD TOTAL**

La Calidad Total, implica que todos y cada uno de los entes que configuran la organización empresarial, es decir, personas, procesos, proveedores, departamentos, etc., se consideran a la vez, clientes y proveedores; de este modo, la calidad total persigue la satisfacción total de todos los clientes, tanto internos como externos.

La inspección no aporta calidad a lo que no tiene pero impide que se propague.

La calidad total y la gestión de calidad tratan de hacer las cosas bien a la primera, con el mínimo coste y satisfaciendo las necesidades de los clientes. No se busca solo la calidad del producto final, sino la calidad a largo de todo el proceso. **MARTINEZ, G. PELLICER, E.** (2007, p. 46), Organización y gestión de proyectos y obras.

La calidad total es la clave para el liderazgo efectivo a través del compromiso para el mejoramiento constante, una filosofía de hacerlo bien a la primera, capacitar al personal para que entienda las relaciones cliente proveedor, no comprar solo por el precio, administrar el mejoramiento de los sistemas, métodos modernos de capacitación y supervisión, administración de procesos a través de trabajo de equipo y comunicaciones mejoradas, eliminación de barreras y miedos, educación constante y desarrollo de “expertos”, un informe sistemático para implantar el TQM. **OAKLAN, J.** (2007, p. 16).

En el concepto de calidad se incluye la satisfacción del cliente y se aplica tanto al producto como a la organización. La Calidad Total pretende, teniendo como idea final la satisfacción del cliente, obtener beneficios para todos los miembros de la empresa.



Por tanto, no sólo se pretende fabricar un producto con el objetivo de venderlo, sino que abarca otros aspectos tales como mejoras en las condiciones de trabajo y en la formación del personal.

El concepto de la calidad total es una alusión a la mejora continua, con el objetivo de lograr la calidad óptima en la totalidad de las áreas.  
[http://es.wikipedia.org/wiki/Gesti%C3%B3n\\_de\\_calidad\\_total](http://es.wikipedia.org/wiki/Gesti%C3%B3n_de_calidad_total) Enero 2011  
09H57

Un autor reconocido de la gestión de la calidad, proporcionó la siguiente definición respecto a la Calidad Total: "Filosofía, cultura, estrategia o estilo de gerencia de una empresa según la cual todas las personas en la misma, estudian, practican, participan y fomentan la mejora continua de la calidad". La calidad total puede entenderse como la satisfacción global aplicada a la actividad empresarial. **KAORU Ishikawa**, (2008, p.112) Administración y control de la calidad

## **GESTION DE CALIDAD**

Conjunto de elementos mutuamente relacionados o que interactúan para establecer la política de calidad y los objetivos de la calidad, y para lograr dichos objetivos, para dirigir y controlar una organización con respecto a la calidad. (ISO 9001:2000).

La Gestión de la calidad es el conjunto, por escrito, de la estructura de la organización, de funciones, de responsabilidades, de procedimientos, de procesos y de recursos que se establecen para obtener, controlar y mantener la calidad de los productos o servicios de una empresa u organización.  
[http://www.juntadeandalucia.es/averroes/iesbahiadecadiz/pdf/electr/cesarsanchez/calidad\\_gestion.pdf](http://www.juntadeandalucia.es/averroes/iesbahiadecadiz/pdf/electr/cesarsanchez/calidad_gestion.pdf). 06 Febrero 201111H40

Engloba las acciones planificadas y sistemáticas necesarias para proporcionar la confianza adecuada de que un producto o servicio va a satisfacer los requisitos del

cliente sobre la calidad y que además, es conforme con determinadas normas o especificaciones técnicas; en esta fase, destaca tanto el mayor compromiso que adquiere la dirección, con una declaración formal y escrita y con unos objetivos claros y concisos, como el enfoque basado en los procesos de la empresa y el enfoque al cliente. **MARTINEZ, G. PELLICER, E. (2007, p. 46).** Organización y gestión de proyectos y obras.

La dirección de la empresa y sus responsables establecerán un Sistema de Calidad debidamente documentado en el que consten los procedimientos e instrucciones, para lo cual deberán organizar y poner en marcha el programa, así como entrenar a las personas para que estén capacitadas para hacerlo. **ANDRES, S. STOLL, G. (2000, p. 147).**

## **CONTROL DE CALIDAD**

El control de calidad es un conjunto de actividades y técnicas operativas que se utilizan para comprobar que los requisitos teóricos de un producto o servicio se alcancen en la práctica. En su aspecto más básico consiste en comprar el producto o servicio con una referencia dada por una determinada normativa. El control de calidad suele dividirse en dos tipos: Producción y recepción. Los materiales o equipos recibidos en obra suelen someterse en fabrica a un control de producción, homologado o no por una organización de prestigio ajena al fabricante y complementando su control con el de recepción en obra. Ambos controles son realmente útiles, el primero por lo intenso o continuo que puede llegar a ser, y el segundo porque sirve para contrastar el volumen de información que facilita el primero. **MARTINEZ, G. PELLICER, E. (2007, p. 284).** Organización y gestión de proyectos y obras.

El control de calidad son todos los mecanismos, acciones, herramientas que realizamos para detectar la presencia de errores. La función del control de calidad existe primordialmente como una organización de servicio, para conocer las especificaciones establecidas por la ingeniería del producto y proporcionar asistencia al departamento de fabricación, para que la producción alcance estas especificaciones. Como tal, la función

consiste en la colección y análisis de grandes cantidades de datos que después se presentan a diferentes departamentos para iniciar una acción correctiva adecuada. [http://es.wikipedia.org/wiki/Control\\_de\\_calidad](http://es.wikipedia.org/wiki/Control_de_calidad)20 Enero 2011 21H02.

El control de calidad es entonces esencialmente el conjunto de actividades y técnicas empleadas para lograr y mantener la calidad de un producto, proceso servicio. Incluye una actividad de supervisión, pero también está dedicada a encontrar y a eliminar las causas del problema de calidad de manera que los requisitos del cliente sean cumplidos en forma continua. **OAKLAN, J.** (2007, p. 14).

La gestión de la calidad a través del control significa tratar con los datos obtenidos del proceso utilizado para la fabricación de productos o servicio. Debido a que los productos o servicios son siempre producidos a través de las especificaciones del cliente, el control eficaz del proceso y fabricación dará como resultado un rendimiento coherente y estandarizado que siempre cumplirá con los requisitos. Significa menos pérdidas, más eficacia y, probablemente, mayores beneficios. **JAMES, P.** (1997, p.30). Gestión de la calidad total.

### **NORMAS ISO 9001:2000**

La norma ISO 9001, es un método de trabajo, que se considera tan bueno, Que es el mejor para mejorar la calidad y satisfacción de cara al consumidor. La versión actual, es del año 2000 ISO 9001:2000, que ha sido adoptada como modelo a seguir para obtener la certificación de calidad. Y es a lo que tiende, y debe de aspirar toda empresa competitiva, que quiera permanecer y sobrevivir en el exigente mercado actual. [http://www.buscarportal.com/articulos/iso\\_9001\\_gestion\\_calidad.html](http://www.buscarportal.com/articulos/iso_9001_gestion_calidad.html)20 Enero 2011 21H 53

UNE-EN-ISO 9001:2000. “Sistema de Gestión de Calidad. Requisitos” Esta norma especifica los requisitos de un sistema de gestión de calidad que pueden utilizarse para su aplicación interna por las organizaciones, con fines de certificación o contractuales.

Se centra en la eficacia del sistema de gestión de calidad para dar cumplimiento a los requisitos del cliente. Por tanto, los requisitos del sistema de gestión de calidad establecidos en ella, además del aseguramiento de la calidad del producto, pretenden también aumentar la satisfacción del cliente. **MARTINEZ, G. PELLICER, E.** (2007, p. 455). Organización y gestión de proyectos y obras.

Es la norma internacional que se basa en los principios de la mejora continua y establece los requisitos para el establecimiento de un sistema de gestión de la calidad. Estos requisitos son: responsabilidad de la dirección, gestión de los recursos, realización del producto y disponibilidad de información para la medida, el análisis y la mejora. **Obtenido de "[http://www.derecho.com/c/ISO\\_9001:2000](http://www.derecho.com/c/ISO_9001:2000)"** 06 Febrero 2011 11H56

La ISO 9001 es una norma internacional que se aplica a los sistemas de gestión de calidad (SGC) y que se centra en todos los elementos de administración de calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios. Los clientes se inclinan por los proveedores que cuentan con esta acreditación porque de este modo se aseguran de que la empresa seleccionada disponga de un buen sistema de gestión de calidad (SGC). **<http://www.normas9000.com/que-es-iso-9000.html>**20 Enero 2011 21:56.

## **SISTEMA DE CALIDAD**

Un sistema de gestión de la calidad es el conjunto de normas interrelacionadas de una empresa u organización por los cuales se administra de forma ordenada la calidad de la misma, en la búsqueda de la satisfacción de las necesidades y expectativas de sus clientes.

Estructura, responsabilidades, actividades, recursos y procedimientos de la organización que permiten conjuntamente asegurar que los productos, procesos o servicios cumplir en los requisitos de calidad. **<http://www.google.com/search?define:Sistema+de+calidad>**05 Marzo 2011 14H26.

La dirección de la empresa y sus responsables establecerán un sistema de calidad debidamente documentado en el que consten los procedimientos e instrucciones, para lo cual deberán organizar y poner en marcha el programa, así como entrenar a las personas para que estén capacitadas para hacerlo. **SENLE, A. STOLL, G.** (2000, p.147).Enciclopedia de excelencia y calidad total

Se entiende por sistema de calidad el conjunto de directrices, políticas y requisitos que se deben satisfacer en una empresa con el fin de dar cumplimiento a los estándares de calidad definidos o acordados con el cliente para un producto o proceso.

Los sistemas de calidad se diseñan para establecer y facilitar las tareas productivas de la empresa, mediante métodos relacionados con la actividad; que permiten controlar, evaluar y resolver de manera permanente el proceso operativo y los problemas inherentes, tomando en cuenta los aspectos directos e indirectos respecto de la calidad.

<http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=9&g=7> 06  
Marzo 2011 10H30

## **RESPONSABILIDAD DE LA DIRECCION**

Esta persona tendrá la responsabilidad de la planeación y la puesta en práctica del TQM. Se le seleccionara primero por su capacidad para la administración de proyectos en lugar del conocimiento detallado de asuntos relacionados con el aseguramiento de la calidad. Dependiendo del tamaño y la complejidad de la organización y sus actividades previas en la administración de la calidad, el puesto puede ser de tiempo completo o de medio tiempo, pero tiene que depender directamente del director general. **OAKLAN, J.** (2007, p. 271).

La dirección de la empresa es responsable de establecer una política de calidad y comprometerse con ella, como medio de satisfacer al cliente. Implantar un sistema de calidad orientando la empresa al cliente, así como el mantenimiento eficaz del sistema, son responsabilidades de la dirección. **SENLE, A. VILAR, J.** (2000, pp. 86).

Asignación a órganos específicos de la alta dirección del compromiso de asegurar que se documente, implante y mantenga el sistema de gestión de calidad con un enfoque en el cliente, basado en la política de calidad y la planificación (procedimientos, indicadores de eficacia y seguimiento del sistema). Asimismo, el manejo de la autoridad, responsabilidad, comunicación y revisión de la alta dirección. **BEMJAMIN, E. FINCOWSKY, F.** (2009, p. 263)

## **POLITICA DE CALIDAD**

Las mismas hacen a la mejor gestión de la empresa en su búsqueda de la excelencia. Los directivos y líderes deben tener perfectamente bien en claro adonde debe llegarse y cómo hacer para lograrlo. Sin ideas claras y precisas los empleados no sabrán a qué atenerse. Políticas claras y no contradictorias en materia de relaciones con proveedores, contratación de personal, inversión en capacitación y entrenamiento, y en sistemas de premios y castigos son fundamentales a la hora de lograr la calidad total [http://www.wikilearning.com/monografia/la\\_gestion\\_de\\_la\\_calidad\\_total-politicas\\_de\\_calidad/11162-19](http://www.wikilearning.com/monografia/la_gestion_de_la_calidad_total-politicas_de_calidad/11162-19) 07 Febrero 2011 16H10.

La Política de Calidad de la Organización, donde la misma, a través de su Dirección, expone sus intenciones respecto a la Calidad. (Definición ISO 9000:2000; “Intenciones globales y orientación de una organización relativas a la calidad tal como se expresan formalmente por la alta dirección”). En este punto se determina, por ejemplo, si la Organización se ha decantado por la implantación de un Sistema ISO, por el modelo EFQM, o bien por el modelo ONG con calidad. Además declara su intención de cara a que todos los miembros de la Organización comprendan el compromiso de la Dirección con la Calidad.

Declaración que establece el compromiso de lograr la satisfacción de clientes y una buena relación con proveedores, a través del mejoramiento continuo de precios, calidad, servicio, comunicación e innovación tecnológica. **BEMJAMIN, E. FINCOWSKY, F.** (2009, p. 262)

La dirección se desarrollará y documentará la política de calidad refiriéndose a:

- Servicio a prestar
- Imagen de la empresa relacionada con la calidad
- Objetivo de la calidad en el servicio.
- Forma de lograr los objetivos.
- Implicación del personal. **SENLE, A. VILAR, J.** (2000, pp. 86, 87).

La política de calidad comprende aquellas decisiones fundamentales de la empresa relativas a:

- Objetivos de calidad a alcanzar.
  - Los instrumentos o medios para conseguir los objetivos fijados.
  - Los principios a observar en la aplicación de los instrumentos elegidos.
- SENLE, A. STOLL, G.** (2000, p.147). Enciclopedia de la calidad total

## **OBJETIVOS DE CALIDAD**

Los objetivos de la Calidad, o ambiciones que, respecto a este tema, tiene la Organización. (Definición ISO 9000:2000; “Algo ambicionado, o pretendido, relacionado con la calidad”).

- Satisfacer al cliente
- Cuidar el medio ambiente
- Eficacia del servicio

Para lo cual se establecerán medios, métodos, controles análisis de costes, análisis de requisitos y resultados del servicio. Esto debe llevarse a cabo mediante el compromiso de todas las personas que componen la empresa, y requerirá sensibilización, motivación, preparación técnica y humana, y entrenamiento. **SENLE, A. VILAR, J.** (2000, p. 87).

Explicación de los propósitos específicos que la organización establece para lograr:  
La satisfacción de sus clientes cumpliendo sus expectativas.

- Rentabilidad.
- La mejora de procesos.
- Liderazgo en el mercado.
- El trabajo en equipo para crear valor.
- El desarrollo del capital humano. **BEMJAMIN, E. FINCOWSKY, F.** (2009, p. 262).

## **RESPONSABILIDAD DE CALIDAD**

La dirección es la encargada de fijar la política de calidad, y de crear un sistema por el cual durante todas las etapas del proceso se asegure, evalúe y controle la calidad, y se establezca un sistema de mejora continua.

Si bien la dirección tiene la máxima autoridad, tanto los mandos administrativos como el personal de trato con el cliente deben responsabilizarse en su área de delegación. Pero responsabilizarse es el último eslabón de una cadena; formación técnica, formación humana, formación eficaz, participación en el proyecto responsabilidad por una área del proyecto. Queda claro que todo el personal debe estar formando e implicado en la calidad del servicio.

Como todas las políticas empresariales (y con más razón en este caso), fijar la política de la calidad es tarea específica de la más alta dirección, al mismo tiempo que diseñar y echar a andar la organización precisa, para el logro de los objetivos planteados. Esto significa que aunque se delegue la coordinación y ejecución directa de las acciones necesarias en un responsable y exista un comité de la calidad con funciones de apoyo, la



responsabilidad última de obtenerla recae en la Dirección, que manifestara clara y explícitamente su compromiso con el proceso y sus fines, proporcionando medios humanos, técnicos y económicos para alcanzarlos. **SENLE, A. STOLL, G.** (2000, p.66).Enciclopedia de excelencia y calidad total.

La responsabilidad de crear un sistema de calidad, por el cual durante todas las etapas del proceso se asegure, evalúe y controle la calidad, es responsabilidad de la dirección, para poder establecer un sistema de mejora continua, por medios humanos, técnicos y económicos para poder alcanzarlos.

## **REVISIÓN DE LA DIRECCIÓN**

Una vez puesto en marcha el sistema, la dirección establecerá revisiones y controles para asegurar la continuidad y la mejora continua. Para ello se elaboran encuestas y métodos de análisis que proporcionen información sobre la prestación del servicio y la conformidad de los clientes.

Las auditorías internas aseguran el cumplimiento de los objetivos establecidos y, a su vez, serán garantías de superar auditorías externas.

Toda observación, información, dato o recomendación, debe documentarse y deben servir para mejorar la calidad del servicio.

Para constatar que el sistema funciona con eficacia la dirección hará revisiones a intervalos determinados que tengan en cuenta la relación entre política de calidad, Revisión del sistema, los procedimientos y las acciones preventivas. Es necesario eliminar las causas potenciales de las no-conformidades anticipándose a ellas. **SENLE, A. STOLL, G.** (2000, p.147).Enciclopedia de excelencia y calidad total

Es responsabilidad de la dirección, establecer revisiones y controles, para asegurar la continuidad de la mejora continua, toda aportación o recomendación debe ser

documentado, para mejorar la calidad del servicio y mantenerlos encantado a nuestros clientes.

## **GESTION DE RECURSOS**

Recursos humanos, Infraestructura y ambiente de trabajo.

Forma de asignar los recursos de acuerdo con su disponibilidad, competencia y condiciones de higiene y seguridad, que implica garantizar la educación de las condiciones, los equipos, el mobiliario y los servicios de apoyo necesarios para el logro de los objetivos de la calidad. **BEMJAMIN, E. FINCOWSKY, F.** (2009, p. 263)

Partiendo del concepto de gestión como la acción y efecto de gestionar, y entendiendo por gestionar la realización de diligencias encaminadas a la obtención de un negocio o beneficio empresarial, y tomando a las personas como los recursos activos de las organizaciones podría decirse que la gestión de recursos humanos sería "el conjunto de actividades que ponen en funcionamiento, desarrollan y movilizan a las personas que una organización necesita para realizar sus objetivos".  
<http://www.gestiopolis.com/canales/derrhh/articulos/37/grrhhest.htm>19 enero 2011  
12H23

Debemos decir que el concepto de gestión aplicado a la administración de empresas obliga a que la misma cumpla con cuatro funciones fundamentales para el desempeño de la empresa;

La primera de esas funciones es la **PLANIFICACION**, que se utiliza para combinar los recursos con el fin de planear nuevos proyectos que puedan resultar redituables para la empresa, en términos más específicos nos referimos a la planificación como la visualización global de toda la empresa y su entorno correspondiente, realizando la toma de decisiones concretas que pueden determinar el camino más directo hacia los objetivos planificados.

La segunda función que le corresponde cumplir al concepto de gestión es la **ORGANIZACIÓN**, en donde se agruparan todos los recursos con los que la empresa cuenta, haciendo que trabajen en conjunto, para así obtener un mayor aprovechamiento de los mismos y tener más posibilidades de obtener resultados.

La dirección de la empresa en base al concepto de gestión implica un muy elevado nivel de **COMUNICACION**, por parte de los administradores para con los empleados, y esto nace a partir de tener el objetivo de crear un ambiente adecuado de trabajo y así aumentar la eficacia del trabajo de los empleados aumentando las rentabilidades de la empresa.

**EL CONTROL**, es la función final que debe cumplir el concepto de gestión aplicado a la administración, ya que de este modo se podrá cuantificar el progreso que ha demostrado el personal empleado en cuanto a los objetivos que les habían sido marcados desde un principio.

Teniendo todo esto que ha sido mencionado en cuenta, podemos notar la eficiencia que posee el hecho de llevar a cabo la administración de empresas en base al concepto de gestión. El mismo aporta un nivel mucho más alto de organización permitiendo así que la empresa pueda desempeñarse muy bien en su área de trabajo. En el caso de que emprenda un nuevo negocio o una empresa, con el objetivo de que la misma llegue a grandes estatutos empresariales, le recomendamos entonces que la administración correspondiente a su empresa se encuentre regida por el concepto de gestión, y de esta manera se aumentarán los niveles de posible éxitos que se pueda tener en la empresa.

<http://www.gestionyadministracion.com/empresas/concepto-de-gestion.html> 07

Febrero 2011 18H35

## **RECURSO HUMANO**

La dirección de los recursos humanos es el proceso de selección, formación, desarrollo y consecución de las personas calificadas necesarias para conseguir los objetivos de la

organización; se incluyen en este proceso las actividades precisas para conseguir la máxima satisfacción y eficiencia de los trabajadores.

**<http://www.mailxmail.com/curso-mejora-gestion-recursos-humanos/concepto-recursos-humanos> 31 Marzo 2011 08H45**

En ocasiones, cometer errores durante el proceso de producción puede y suele deberse a carencias de capacitación del recurso humano. Personal capacitado ofrece mejor rendimiento, reduce los costos de operación e, incluso, puede contribuir con sugerencias para mejorar el proceso y el producto. Así mismo, en muchas ocasiones la información previa y la capacitación al cliente es suficiente para incrementar la aceptación de nuestros productos por parte del consumidor. Nuestro artículo es bueno y lo que se requiere es que el consumidor lo sepa; pero..., ¿cómo lo sabrá si nuestros vendedores no lo saben? Sólo mediante programas de capacitación se subsana este defecto.

**<http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/tecnicas-de-calidad-total-mejoramiento-continuo.htm> 26 Marzo 2011 11H25**

La norma dice textualmente: “El recurso más importante, en cualquier organización, es el conjunto de las personas que la componen”. El clima de la empresa, las relaciones interpersonales internas (el servicio interno) y el rendimiento de cada persona repercute directamente en la calidad del servicio

Para asegurar el clima, el rendimiento, la motivación, la eficacia y la calidad, la dirección pondrá en práctica: **SENLE A. VILAR, J.** (2000. P 87). Enciclopedia de excelencia y calidad total.

## **RECURSOS TECNOLOGICOS**

Es todo el instrumental necesario para producir el artículo en nuestra empresa. Equipo moderno en instalaciones cómodas y funcionales incrementa la producción, así como el control y supervisión del trabajador durante el proceso productivo. Máquinas modernas pueden hacer lo que antes resultaba imposible o, por lo menos, incrementan la potencialidad de nuestra empresa en lo que se refiere a variedad de artículos producidos,

capacidad de cumplir con el tiempo de entrega, etcétera.

**<http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/tecnicas-de-calidad-total-mejoramiento-continuo.htm>** 26 Marzo 2011 11H25

Un recurso es un medio de cualquier clase que permite satisfacer una necesidad o conseguir aquello que se pretende. La tecnología, por su parte hace referencia a las teorías y técnicas que posibilitan el aprovechamiento práctico del conocimiento científico.

Un recurso tecnológico, por lo tanto, es un medio que se vale de la tecnología para cumplir con su propósito. Los recursos tecnológicos pueden ser de dos clases tangibles (como una computadora una impresora u otra maquina) o intangibles (un sistema, o una aplicación virtual).

En la actualidad, los recursos tecnológicos son una parte imprescindible de las empresas o de los hogares. Es que la tecnología se ha convertido un aliado clave para la realización de todo tipo de tareas. **<http://definicion.de/recursos-tecnologicos/>** 31 Marzo 2011 08H22

## **RECURSOS MATERIALES**

Un recurso es un medio de cualquier clase que permite satisfacer una necesidad o conseguir aquello que se pretende. Un material, por otra parte es algo perteneciente o relativo al material (resulta opuesto, por lo tanto relativo a lo espiritual). Los Recursos materiales en definitiva son los medios físicos y concretos que ayudan a conseguir un objetivo. El concepto es habitual en el ámbito de las empresas y de los gobiernos. **<http://definicion.de/recursos-tecnologicos/>** 31 Marzo 2011 08H35

Entre los recursos materiales necesarios para que el sistema de calidad funcione con eficacia se nombran:

## **Instalaciones**

Instalaciones y oficinas para el departamento de calidad. En el caso de empresas pequeñas el consultor o asesor llevará externamente el tema, igual que el contable o el asesor fiscal.

Equipos, elementos, ordenadores, pantallas, fax.

Alojamientos, transportes.

Documentación técnica.

Aquí, nosotros queremos incluir el contar con un presupuesto adecuado o tramitar las subvenciones estatales que se otorgan. Una vez puesto en marcha el sistema, debe garantizar el ahorro de gastos y aumento de beneficios, ya que los fines que se pretende alcanzar son: rentabilizar la empresa y garantizar su futuro.

Es muy importante destacar la vital importancia del apoyo que debe recibir el Sistema de Gestión de la Calidad por parte de la Dirección de la empresa.

Esta responsabilidad constituye claramente una necesidad para cualquier proyecto de implementación, que además está definida en el estándar ISO 9001:2008, y comprende desde el compromiso que debe demostrar la Dirección hacia el SGC, hasta la realización periódica de revisiones o actualizaciones, pasando por la planificación y el establecimiento y control de políticas y objetivos.

La orientación general que esta norma internacional define para la Responsabilidad de la Dirección hace foco en el concepto vital de que el liderazgo, el compromiso y la participación activa de la alta dirección son esenciales para desarrollar y mantener un sistema de gestión de la calidad eficaz y eficiente para lograr beneficios para todas las partes interesadas.

**<http://blogs.monografias.com/calidad-y-gestion/2009/07/30/responsabilidad-de-la-direccion/>** 19 Enero 2011. 12H55.

## COMUNICACIÓN

La transmisión de información y el significado de una parte a otra, mediante el uso de símbolos compartidos **SNELL, B.** (2009, p. 536). Administración.

Una vez las personas están seleccionadas y formadas, necesitan herramientas para comunicarse. Cada persona en la organización precisa cierta información y datos concretos para realizar su trabajo, cumplir con los objetivos y satisfacer las necesidades de sus cliente interno o externo.

Actividades como coordinar, cooperar, resolver problemas o proponer mejoras, se realizan adecuadamente mediante métodos apropiados que deberán diseñarse como parte del sistema.

Un adiestramiento en técnica de reuniones garantizará que esta sea una herramienta eficaz, en lugar de una pérdida de tiempo desmotivante. **<http://blogs.monografias.com/calidad-y-gestion/2009/07/30/responsabilidad-de-la-direccion/>**19 Enero 2011. 12H55.

Se llama comunicación a la transmisión de información entre dos o más seres. Para comunicarles el ser humano utiliza diversos sistemas de signos: auditivos, visuales, táctiles, olfativos y lingüísticos. **<http://html.rincondelvago.com/concepto-y-elementos-de-comunicacion.html>**25 marzo 2011 18H28

## MEDICION, ANALISIS Y MEJORAMIENTO

Para demostrar la conformidad del producto y/o servicio, asegurar la conformidad y mejorar continuamente la eficacia del sistema de gestión de calidad, se deben efectuar el seguimiento y la medición de la satisfacción del cliente, de los procesos y de los productos y/o servicios; aplicar auditorias; controlar inconformidades; analizar los datos

y mejoras (mejoras continua, acción correctiva y acción preventiva). **BEMJAMIN, E. FINCOWSKY, F.** (2009, p. 264)

La norma ISO 9001, Medición, análisis y mejora, se explica que hay que medir, para que nos de información de cómo mejorar nuestro sistema de gestión de la calidad.

- Hay que medir la satisfacción del cliente respecto a nuestros productos y organización.
- Hay que realizar a intervalos planificados auditorías internas para determinar el estado del sistema de gestión de la calidad.
- Aplicar los métodos apropiados para medir la evolución de los procesos del sistema de gestión de la calidad.
- Medir y hacer un seguimiento de las características del producto para verificar que se cumplen los requisitos del mismo.
- Asegurar que el producto que no sea conforme con los requisitos, se identifica y se controla para prevenir su uso o entrega no intencionada.
- Determinar, recopilar y analizar los datos para demostrar la idoneidad y la eficacia del sistema de gestión de la calidad.
- Mejorar continuamente la eficacia del sistema de gestión de la calidad.
- Tomar acciones correctivas para eliminar las causas de las no conformidades, con objeto de prevenir que vuelvan a ocurrir.
- Tomar acciones preventivas para eliminar las causas de las no conformidades potenciales, con objeto de prevenir su ocurrencia.

**[http://www.mailxmail.com/curso-sistema-gestion-calidad-iso-](http://www.mailxmail.com/curso-sistema-gestion-calidad-iso-9001/medicion-analisis-mejora)**

**9001/medicion-analisis-mejora**20 Enero 2011, 18h22

Es probable que el mejoramiento sin fin o continuo es el concepto mas poderoso para guiar a la administración. Es un término no muy bien comprendido en muchas organizaciones, aunque eso tiene que comenzar a cambiar si esas organizaciones quieren sobrevivir. Para mantener una ola de interés en la calidad es necesario



desarrollar generaciones de gerentes que no solo comprendan sino que estén dedicadas a la búsqueda de una mejora sin fin, para satisfacer las necesidades requeridas del cliente.

El concepto requiere de un enfoque sistemático a la administración de la calidad que tienen los componentes siguientes.

- Planear los procesos y sus insumos.
- Proporcionar los insumos.
- Operar los procesos.
- Evaluar los resultados.
- Examinar el desempeño de los procesos.
- Modificar los procesos e insumos. **OAKLAN, J.** (2007, p. 349).

## **MEJORAMIENTO**

Los gerentes tienen que comprender y buscar el mejoramiento interminable. Esto debe abarcar los procesos de planeación y operación, proporcionar información de entrada, evaluar los resultados, examinar el desempeño y la modificación de los procesos y sus informaciones de entrada. **OAKLAN, J** (2007, p. 354),

Hay tres principios básicos de la mejora continua:

- Centrar la atención en el cliente
- Comprender el proceso y
- Ver que todos los empleados estén comprometidos con la calidad. **OAKLAN, J** (2007, p. 354),

La medición, análisis y mejoramiento, se debe realizar un seguimiento de los procesos del producto o servicio, medir y analizar la satisfacción del cliente, realizar auditorías,

controlar inconformidades del cliente, analizar mejoras continuas involucrando a su personal en el Sistema de Calidad basado en la Norma ISO 9001:2000.

## **EL CLIENTE**

El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes. Ellos son los protagonistas principales y el factor más importante que interviene en el juego de los negocios

Si la empresa no satisface las necesidades y deseos de sus clientes tendrá una existencia muy corta. Todos los esfuerzos deben estar orientados hacia el cliente, porque él es el verdadero impulsor de todas las actividades de la empresa. De nada sirve que el producto o el servicio sean de buena calidad, a precio competitivo o esté bien presentado, si no existen compradores.

**<http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/administracion/acliente.htm> 07  
Febrero 2011 18H59**

El cliente es nuestro jefe y nuestra razón de ser como empresarios.**<http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/administracion/acliente.htm> 07  
Febrero 201119H00**

El cliente es la parte más importante de nuestro negocio, todo nuestro esfuerzo debe estar orientado al cliente, porque ellos son los impulsores reales de la existencia de todas las empresas.

## **PROCESOS PRODUCTIVOS**

Revisión de los procesos para elaborar los productos y prestar los servicios considerando los elementos siguientes:

- Planificación.
- Procesos relacionados con el cliente.
- Diseño y desarrollo.
- Compras.
- Control de la elaboración del producto, prestación del servicio o ambas cosas.
- Control de los dispositivos de seguimiento y medición.**BEMJAMIN, E. FINCOWSKY, F.** (2009, p. 264)

Podemos decir que un proceso productivo, es aquel conjunto de elementos, personas, y acciones, que transforman materiales y/o brindan servicios de cualquier índole, es decir, que se agrega algún tipo de valor.

Es por ello, que resulta muy importante dominar el proceso a partir de sus componentes. El no hacerlo, puede significar que el resultado final no es el deseado, con el consiguiente derroche de materiales, energía, tiempo, y por sobre todo con la insatisfacción del cliente de dicho proceso.

Cada vez más resulta imposible pensar en un arranque de proceso sin la previa validación del mismo, con la consiguiente comprobación del estado de las cosas, de manera de asegurar que el producto final sea el que se busca, optimizando recursos y disminuyendo costos innecesarios.

**<http://www.monografias.com/trabajos68/inspeccion-proceso-productivo/inspeccion-proceso-productivo.shtml>** 21/01/201111H45.

### **1) Materia Prima:**

Las materias primas necesarias para el proceso, deben ser las especificadas por las hojas de operaciones correspondientes, chequeando la procedencia, el estado, la cantidad y la fecha de fabricación/ingreso.

## **2) Mano de Obra.**

Es posiblemente una de las más importantes. En general cualquier proceso, incluso los de mayor grado de automatización, tienen un componente cuantitativo / cualitativo de mano de obra más ó menos especializada.

La mano de obra que trabaje en un proceso, debe estar instruida y entrenada en las operaciones, sabiendo diferenciar un producto bueno de uno que no lo es. Deben conocer cómo reaccionar ante una no conformidad, y llevar los registros correspondientes a la operación.

Según sea su grado de conocimiento y experiencia, pueden variar desde personal en entrenamiento con fuerte supervisión, a personal con vasta experiencia y suficiente conocimiento como para entrenar a otro operario nuevo.

## **3) Método de trabajo:**

Las operaciones no deben hacerse de cualquier manera, sino que debe haber una forma pautada e indicada en las hojas de operaciones, que lleve a la respetabilidad de acciones, de manera de asegurar la uniformidad en el resultado. El método indica la secuencia de acciones dentro de la operación, y el número de operarios involucrados.

## **4) Máquinas.**

Se deben usar las máquinas y los herramientas especificados en la hoja de procesos. Inicialmente al arrancar el proceso, se debe hacer un chequeo rápido por parte del operario, llamado a veces "Mantenimiento de 1er. nivel", donde se verifica que el equipo esté operable, que no haya ruidos ó golpeteos extraños, que no se verifiquen recalentamientos ó fugas de fluidos líquidos ó gaseosos, y la limpieza del mismo.

## **5) Medio Ambiente:**

Muchas veces descuidado, el medio ambiente se refiere al orden y a la limpieza del sector productivo, y porque no a la seguridad de los operadores, y al trabajo sostenido en un clima agradable de colaboración y respeto mutuo.

La falta de orden y limpieza atenta contra la obtención de buenos productos, favoreciendo la mezcla y la confusión, dificultando los desplazamientos libres, y aumentando las chances de accidentes de trabajo. En realidad todo sector productivo debiera asegurarse de este punto, antes de seguir con los demás.

## **6) Medición.**

Se refiere a todo tipo de medición que se hace en el sector. Por ejemplo: cantidad de piezas fabricadas, tiempos estándar de operación, cantidad de piezas conformes y no conformes, mediciones hechas sobre piezas, productividad, cantidad de re-trabajos, etc.

Pensemos que una gestión ágil y moderna de un proceso, se hace cuando se conocen sus índices ó mediciones. Esto permite hacer correcciones, mejoras, es decir tomar decisiones. Eso sólo se puede hacer, cuando se conocen valores del proceso.

**<http://www.mailxmail.com/curso-7-m-todo-proceso-productivo/managing>** 21

Enero 2011 11H55

Los procesos Productivos son una Secuencia de actividades requeridas para elaborar un producto (bienes o servicios).

**<http://www.infomipyme.com/Docs/SV/Offline/comoadministrar/proceso1.htm>** 20

Enero 2011 21H17.

Los factores de producción son los elementos o recursos que requiere la cadena económica productiva, la cual mantiene el funcionamiento adecuado del circuito social y económico de un lugar. Dicho de otra manera los factores de producción son los

medios necesarios para el proceso de producción. <http://sobreconceptos.com/factores-de-produccion> 20Enero 2011 21H24.

“Es el arte o técnica de dirigir e inspirar a los demás, con base en un profundo y claro conocimiento de la naturaleza humana”. Y contrapone esta definición con la que da sobre la organización como: “la técnica de relacionar los deberes o funciones específicas en un todo coordinado”. **J. D. Mooney** 20 Enero 2011 21H29

Es un proceso muy particular consistente en las actividades de planeación, organización, ejecución y control, desempeñadas para determinar y alcanzar los objetivos señalados con el uso de seres humanos y otros recursos. <http://www.mitecnologico.com/Main/DefinicionAdministracionYConceptosBasicos> 20 Enero 2011 21H29

## **RECURSOS HUMANOS**

Conjunto de experiencias, habilidades, aptitudes, actitudes, conocimientos, voluntades, etc. de las personas que integran una organización. (Derivado de las personas, NO son las personas).

Propósito de la Administración de Recursos Humanos.

Es mejorar las contribuciones productivas del personal a la organización; de manera que sean responsables desde el punto de vista estratégico, ético y social.

Capital Humano.

Cuantificación y valoración de los recursos humanos. Valor de las habilidades, capacidades, experiencias y conocimientos de las personas que integran una organización.

Administración de personal.

Parte de la administración de Recursos Humanos que se encarga de especificar tiempos, competencias, estándares, salarios, jornadas, desempeño de las personas.

**<http://www.mitecnologico.com/Main/ConceptoPropositoRecursosHumanos>** 31  
Marzo 2011 08H48

En la administración de empresas, se denomina recursos humanos (RRHH) al trabajo que aporta el conjunto de los empleados o colaboradores de esa organización. Pero lo más frecuente es llamar así a la función que se ocupa de seleccionar, contratar, formar, emplear y retener a los colaboradores de la organización. Estas tareas las puede desempeñar una persona o departamento en concreto (los profesionales en Recursos Humanos) junto a los directivos de la organización.

El objetivo básico que persigue la función de Recursos Humanos con estas tareas es alinear las políticas de RRHH con la estrategia de la organización, lo que permitirá implantar la estrategia a través de las personas.

Generalmente la función de Recursos Humanos está compuesta por áreas tales como reclutamiento y selección, contratación, capacitación, inducción de personal y su permanencia en la empresa. Dependiendo de la empresa o institución donde la función de Recursos Humanos opere, pueden existir otros grupos que desempeñen distintas responsabilidades que pueden tener que ver con aspectos tales como la administración de la nómina de los empleados o el manejo de las relaciones con sindicatos, entre otros. Para poder ejecutar la estrategia de la organización es fundamental la administración de los Recursos humanos, para lo cual se deben considerar conceptos tales como la comunicación organizacional, el liderazgo, el trabajo en equipo, la negociación y la cultura organizacional. **[http://es.wikipedia.org/wiki/Recursos\\_humanos](http://es.wikipedia.org/wiki/Recursos_humanos)** 31 Marzo 2011 08H45.

Los objetivos que persigue el departamento de los recursos humanos, es evaluar sus aptitudes, conocimientos, habilidades del personal, para involucrarles en los diferentes departamentos de la organización. Y obtener un mejor desenvolvimiento de sus tareas asignadas dentro de la empresa.

## **SERVICIO AL CLIENTE**

Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. El servicio al cliente es una potente herramienta de marketing. <http://www.monografias.com/trabajos11/sercli/sercli.shtml> 07 febrero 2011 18H50.

Se trata de aquella parte de la organización empresarial que se dedica a satisfacer las necesidades del cliente que lo requiera. Este aspecto resulta complementario a la venta del producto. **ELDICCIONARIO DEL MARKETING, CULTURA S, A**, (p. 308).

Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. El servicio al cliente es una potente herramienta de mercadeo. Se trata de una herramienta que puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada, para ello se deben seguir ciertas políticas institucionales. [http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio\\_de\\_atenci%C3%B3n\\_al\\_cliente25](http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_atenci%C3%B3n_al_cliente25) marzo 2011 18H12.

## **COMERCIALIZACION**

Las pruebas de mercado ofrecen a la dirección de Marketing la información necesaria para tomar la decisión final relativa al lanzamiento del producto, si la empresa sigue adelante con la comercialización (introducción de un nuevo producto en el mercado) se enfrenta a costes elevados.



Comercialización se refiere al conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean. Según **KOTLER, P. ARMSTRONG, G.** Marketing, (2006, p. 341).

La Comercialización es un conjunto de actividades relacionadas entre sí para cumplir los objetivos de determinada empresa. El objetivo principal es hacer llegar los bienes y/o servicios desde el productor hasta el consumidor en excelentes condiciones.

Implica el vender, dar carácter comercial a las actividades de mercadeo, desarrollar estrategias y técnicas de venta de los productos y servicios, la importación y exportación de productos, compra-venta de materia prima y mercancías al por mayor, almacenaje, la exhibición de los productos en mostradores, organizar y capacitar a la fuerza de ventas, pruebas de ventas, logística, compras, entregar y colocar el producto en las manos de los clientes, financiamiento etc.

Para llevar a cabo la comercialización de un producto es muy importante realizar una correcta investigación de mercados para detectar las necesidades de los clientes y encontrar la manera de que el producto o servicio que se ofrezca cumpla este propósito.

Entre otras cosas la comercialización incluye actividades como: Tele-marketing, Email Marketing, ventas, técnicas de ventas, publicidad, merchandising, marketing, mercadeo, ferias, exposiciones etc.

Como puedes darte cuenta son muchísimas las actividades que encierra la comercialización sin embargo son imprescindibles para concretar la venta de los productos de la empresa y así obtener la satisfacción del cliente.  
**<http://www.tumercadeo.com/2010/02/que-es-comercializacion.html>** 21enero 2011  
11H 05

El mercado de prueba proporciona a los directores la información que necesita para tomar la decisión final en cuanto a si lanzar o no el producto nuevo. Si la empresa decide proceder con la comercialización la introducción del producto nuevo en el mercado Enfrentará costes elevados. **KOTLER, P. ARMSTRONG, G.** Fundamentos de marketing (2003, p. 333).

Define a la comercialización como las “actividades que aceleran el movimiento de bienes y servicios desde el fabricante hasta el consumidor, que incluye todo lo relacionado con publicidad, distribución, técnicas de mercado, planificación del producto, promoción, investigación y desarrollo, ventas, transportes y almacenamiento de bienes y servicios” .**ROSENBERG** (1983, p.85)

Para la comercialización del producto, se debe realizar una correcta investigación de mercado, para poder determinar las necesidades o exigencias de los consumidores, y así poder lanzar o no el producto al mercado. La comercialización es el movimiento de bienes o servicios desde el fabricante al consumidor.

## **DIRECCION DE VENTAS**

En la dirección de ventas, al igual que sucede con cualquier clase de dirección, se lleva a cabo tres conjuntos de decisiones o procesos interrelacionados: planificación y organización, la ejecución y evaluación o control. Ahora bien, en los últimos años se a experimentado un cambio en el énfasis, en la naturaleza y en el papel de la dirección de ventas. A titulo de ejemplo, hoy en día se espera que un director de ventas juegue un papel mucho más estratégico y que contribuya activamente en la formulación de los planes de la empresa. Por tanto, ya no es suficiente con que domine las técnicas asociadas con la planificación, como la previsión de ventas, si no también con concepto de marketing, de forma que se aseguren que están integradas tanto las actividades de las ventas como las de marketing (honeycutt, Ford y Simintiras, 2003) **KUSTER, I. ROMAN, S.** (2003, p.20) Venta personal y dirección de ventas.

La función de ventas ¿Deberá estar integrada en el departamento de marketing o actuar como una unidad independiente? Desde el punto de vista conceptual la respuesta debe estar bastante clara, pero las empresas dan a este asunto soluciones operativas diferentes

La dirección ejecutiva del personal de ventas se consigue a través de tres bloques de decisión interrelacionadas.

La fórmula del plan estratégico de ventas que incluye la **PLANIFICACION Y ORGANIZACIÓN** de los esfuerzos de ventas para integrarlos con los restantes elementos de la estrategia de marketing de la empresa.

La importancia del programa de ventas que incluye la **SELECCIÓN, FORMACION Y MOTIVACION** del personal de ventas adecuado para alcanzar los objetivos deseados.

**LA EVALUACION Y CONTROL** del rendimiento del personal de ventas, que posibilita llevar a cabo los ajustes necesarios ante cualquier desviación de resultados que se produzca. **LA ENCICLOPEDIA PRACTICA DE VENTAS**, (pp. 6, 7),

La dirección de ventas es la actividad de marketing responsable de la planificación, organización, administración y control del sistema y personal de ventas. Comprende dos funciones principales: el diseño e implantación de la estrategia de ventas y la dirección del equipo de ventas.

La estrategia de ventas incluye la formulación y ejecución de un conjunto de decisiones básicas relativas a la configuración y funcionamiento efectivo del sistema de ventas (especificación de los objetivos de ventas, elección del sistema y equipo de ventas, organización de la red de ventas, determinación del tamaño del equipo de ventas, planificación de las visitas, etc.).

La dirección del equipo de ventas abarca un conjunto de actividades relativas al mantenimiento de la eficacia y rendimiento del equipo de ventas (selección, formación,

motivación, remuneración, evaluación y control del equipo de ventas).  
<http://www.facebook.com/> 14 Enero 2011. 12H23

## **ESTRATEGIAS DE VENTAS**

Plan diseñado para alcanzar los objetivos de venta. Es una parte del plan de marketing y suele incluir los objetivos de cada vendedor, material promocional a usar, presupuesto de gastos asignados al presupuesto de ventas. Promedio de visitas al día a realizar por vendedor, tiempo a dedicar a cada producto etc. **ELDICCIONARIO DEL MARKETING, CULTURA S, A**, (p. 131).

La estrategia de ventases un tipo de estrategia que se diseña para alcanzar los objetivos de venta. Suele incluir los objetivos de cada vendedor, el material promocional a usar, el número de clientes a visitar por día, semana o mes, el presupuesto de gastos asignados al departamento de ventas, el tiempo a dedicar a cada producto, la información a proporcionar a los clientes (slogan o frase promocional, características, ventajas y beneficios del producto), etc. <http://www.marketing-free.com/glosario/estrategias-ventas.html> 14 Enero 2011. 12H43

Define como el análisis, planificación, implementación y control de las actividades de la fuerza de ventas. Esto incluye diseñar la estructura y estrategia de las ventas, reclutar, seleccionar, capacitar y compensar, supervisar y evaluar a los vendedores de la empresa. **KOTLER, P. ARMSTRONG, G.** Fundamentos de marketing (2003, p. 515)

Las estrategias de ventas son un elemento fundamental del éxito en cualquier negocio. Una buena estrategia nos indicará el camino a seguir. Si usted piensa que está haciendo negocios “como siempre”, tenga por seguro que su competencia estará ganando más que usted. Para ganar dinero en Internet, ahora más que nunca debe enfocar, mejorar y posiblemente cambiar lo que haga falta para adquirir, retener y conservar a los clientes.

Tanto si usted lleva una compañía unipersonal como si tiene cien personas a su cargo, su brújula debe apuntar hacia lo que los clientes quieren y necesitan. Esta es la dirección del éxito a largo plazo. Sus clientes tienen la información que necesita para desarrollar sus productos y servicios y elaborar así sus estrategias de ventas y de marketing. <http://www.goodworkfromhome.com/estrategias-de-ventas-y-de-marketing.html> 07 Febrero 2011 16H40

## **PLAN DE VENTAS**

Vender es cada vez más difícil, los clientes están más preparados y son más exigentes, la competencia es más agresiva, y la velocidad de las innovaciones más rápida.

Mantener y aumentar la cartera de clientes exige mantener un equipo de ventas, más esfuerzos, mejor preparación y una planificación exhaustiva de sus actividades.

La herramienta que tiene a su disposición el vendedor ante esta situación es el plan de ventas, Es la columna vertebral de la estrategia de ventas que le permite, desarrollar su actividad con un alto grado de exigencia. **LA ENCICLOPEDIA PRÁCTICA DE VENTAS**, (2002, p. 247).

La venta es una disciplina y una acción que hay que saber desarrollar para tener éxito. Conseguir volumen de negocio no es suficiente, hay que saber vender para crear una cartera de clientes solventes y duraderos en el tiempo. No hay mejor forma de hacer las cosas que con método y esto es el plan de ventas.

No podemos olvidar que el plan de ventas debe seguir ciertas etapas para su correcto desarrollo.

- Análisis del mercado y la empresa.
- Definición de los objetivos comerciales.
- Proponer una estrategia de venta.
- Confeccionar un manual de ventas y su aseguramiento.

Definir los elementos para consolidar a los clientes y garantizar en el largo plazo la actividad comercial de la empresa.

La realización de un plan y presupuesto de ventas, donde se incluyan previsiones de ventas, los gastos, así como los ingresos, constituyen la última fase de la planificación y organización. En dicho documento formal deberán incluir igualmente las cuotas de ventas específicas para cada uno de los vendedores del equipo. **KUSTER, I. ROMAN, S.** (2003, p.22) Venta personal y dirección de ventas.

El Plan de Ventas es la parte del plan de marketing de una empresa o proyecto, que concreta cuáles son los objetivos de venta y especifica de qué forma se conseguirán cuantificándolo en un presupuesto. En algunos casos (en función de la estructura y los hábitos de la empresa) el plan de ventas comprenderá también un plan de acciones comerciales. <http://www.slideshare.net/enriquehg123/plan-de-ventas> 14 Enero 2011. 21H04

Primer paso en el proceso de ventas, consiste en una realización de una prospección de los posibles compradores, algunas veces la empresa incluso en ese caso son los propios vendedores los que, en la mayoría de los casos, deben desarrollar sus planes. Pueden ser planes acorto y a largo plazo. **ELDICCIONARIO DEL MARKETING, CULTURA S, A,** (p. 252).

## **VENTAS**

Definimos que las ventas también, satisfacer las necesidades que requieren las personas por lo cual el individuo vendedor se va a valer de esas necesidades para ofrecer el producto o servicio que tiene en consignación, con la finalidad de obtener un lucro. <http://publicalpha.com/definicion-de-las-ventas/> 05 Marzo 2011 14H18

Muchas organizaciones sigue el concepto de venta, según el cual los consumidores no comprarán una cantidad suficiente de los productos de la organización a menos que esta

realice una labor de ventas y promoción a gran escala. Este concepto suele practicarse con bienes no buscados – aquellos que las personas normalmente no piensan comprar, como seguros o donativos de sangre. **KOTLER, P. ARMSTRONG, G.**, Fundamentos de marketing (2003, p. 10),

La venta es un proceso organizado orientado a potenciar la relación vendedor/cliente con el fin persuadirle para obtener los productos de la empresa.<http://www.rivassanti.net/curso-ventas/definicion-de-venta.php> 05 Marzo 2011 14H20

La venta es una de las actividades más pretendidas por empresas, organizaciones o personas que ofrecen algo (productos, servicios u otros) en su mercado meta, debido a que su éxito depende directamente de la cantidad de veces que realicen ésta actividad, de lo bien que lo hagan y de cuán rentable les resulte hacerlo.<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion-concepto-venta.htm> 05 Marzo 2011 14H10

### **TIPOS DE VENTA:**

En una primera instancia, se puede identificar a dos grandes Tipos de Venta, cuya diferencia radica en "a quién" se le vende y los usos o fines que éstos le dan a los productos adquiridos. Estos dos tipos de venta son:

**Venta Minorista o al Detalle:** Incluye todas las actividades relacionadas con la venta directa de bienes y servicios al consumidor final para un uso personal no comercial. Un minorista o establecimiento al detalle es toda aquella empresa cuyo volumen de ventas procede, principalmente, de la venta al menudeo. Entre los principales tipos de minoristas tenemos: Establecimientos especializados, almacenes departamentales, supermercados, establecimientos de conveniencia, establecimientos de descuento, minoristas de precios bajos, súper tiendas y tiendas catálogo.

Entrar en las ventas al detalle es fácil y fracasar es todavía más fácil. Para sobrevivir en las ventas al detalle una empresa tiene que hacer una labor satisfactoria en su función primaria: atender a los consumidores. Por supuesto, una empresa detallista tiene también que cumplir su otro papel, servir a los productores y mayoristas. Esta función doble es tanto la justificación como la clave del éxito en las ventas al detalle. **STANTON, E. y WALKER.**

Las ventas al detalle o detallistas (comercio detallista o al detalle [a veces aparecen también los términos “minoristas”, “al menudeo” y al “por menor”]). Consiste en la venta, y todas las actividades relacionadas directamente con esta, de bienes y servicios a los consumidores finales para uso personal, no lucrativos. Aunque la mayoría de las ventas al detalle tienen lugar por medio de las tiendas detallistas, pueden hacerlas cualquier institución.

Cualquier empresa –fabricante, mayorista o detallista – que vende algo a los consumidores para su uso particular, esta haciendo una venta detallista. Esto es así independientemente de cómo se venda el producto (en persona, en línea, o por teléfono, correo o maquina vendedora) o en donde se venda (si es en una tienda, en el lugar del consumidor, en otro lugar físico, o por internet). Sin embargo, a una empresa que se ocupa principalmente de las ventas al detalle se llama detallista. **WILLIAM, J. STANTON, I. MICHAEL, J. ETZEL, I. BRUCE, J Y WALKER.** (2007, p. 432). Fundamentos de marketing.

**Venta Mayorista o al Mayoreo:** Incluye todas las actividades de venta de bienes o servicios dirigidos a la reventa o a fines comerciales. Las ventas al mayoreo (o comercio mayorista) son las ventas, y todas las actividades relacionadas directamente con éstas, de bienes y servicios a empresas de negocios y otras organizaciones para: 1) reventa, 2) uso en la producción de otros bienes y servicios o 3) la operación de una organización.

Entre los principales tipos de mayoristas tenemos: Mayoristas en general, mayoristas de servicios completos, mayoristas de servicios limitados, comisionistas y agentes,



sucursales y oficinas de fabricantes y de distribuidores minoristas, y mayoristas especializados.

Por regla general, se recurre a los mayoristas cuando resultan más eficaces en el desarrollo de una o más de las siguientes funciones: Venta y promoción, compra y constitución del surtido de productos, ahorros derivados de un gran volumen de compras, almacenamiento, transporte, financiamiento, asunción de riesgos, información del mercado y servicios de administración y asesoría. **KOTLER y KELLER.**

En una segunda instancia, se puede identificar al menos cinco tipos de venta, cuya diferencia radica en "la actividad de venta" que las empresas pueden optar por realizar, los cuales son: 1) Venta personal, 2) venta por teléfono, 3) venta en línea, 4) venta por correo y 5) venta por máquinas automáticas. A continuación, veremos en qué consiste

Existen varios tipos de ventas, en los cuales son:

### **VENTA PERSONAL**

Es la venta que implica una interacción cara a cara con el cliente. Dicho de otra forma, es el tipo de venta en el que existe una relación directa entre el vendedor y el comprador.

La venta personal es la herramienta más eficaz en determinadas etapas del proceso de compra, especialmente para llevar al consumidor a la fase de preferencia, convicción y compra. **KOTLER, AMSTRONG, CAMARA y CRUZ.**

Forma de venta en la que existe una relación directa entre comprador y vendedor. Es una herramienta efectiva para crear preferencias, convicciones y acciones en los compradores, debido a varias razones: envuelve una relación inmediata, viva e interactiva entre dos o más personas; permite cultivar todo tipo de relaciones e influye en la respuesta del comprador, mediante el sentimiento del mismo de tener algún tipo de

obligación por haber escuchado al vendedor. **ELDICCIONARIO DEL MARKETING, CULTURA S, A**, (p. 344).

Apoyo a la venta personal: Esta tarea involucra una serie de actividades que apoyan a los vendedores que obtienen pedidos, por ejemplo, realizando exhibiciones del producto o servicio en el negocio del cliente. **STANTON, E. y WALKER**.

El objetivo de todo marketing es incrementar las ventas rentables, satisfaciendo los deseos de los consumidores en el largo plazo, en el contexto de negocios las ventas personales son la comunicación personal de información para persuadir a alguien de que compre algo. Es, por mucho, el principal método de promoción para alcanzar esta objetivo. **WILLIAM, J. STANTON, I. MICHAEL, J. ETZEL, I. BRUCE, J Y WALKER**. (2007, p. 528). Fundamentos de marketing.

**Venta por Teléfono (tele marketing)**: Este tipo de venta consiste en iniciar el contacto con el cliente potencial por teléfono y cerrar la venta por ese mismo medio.

Los productos que se pueden comprar sin ser vistos son idóneos para las ventas por teléfono. Ejemplos de éste son los servicios de control de plagas, las suscripciones a revistas, las tarjetas de crédito y las afiliaciones a clubes deportivos. **STANTON, E. y WALKER**.

La venta telefónica es una de las principales herramientas de venta directa, tanto en venta a consumidores como a empresas. La introducción por las compañías telefónicas de líneas gratuitas para el consumidor permite obtener un elevado índice de respuestas a las ofertas postales o telefónicas. En España se presenta como la línea 900: todo número con este prefijo permite que el cargo de la llamada se realice a la empresa contratante del número y no al usuario. **Eldiccionario del marketing, cultura s, a**, (p. 345).

**Existen dos tipos de venta por teléfono:**

La venta telefónica externa o de salida: Consiste en llamar (por teléfono) a los clientes potenciales para ofrecerles un producto o servicio con la intención de cerrar la venta en cada llamada. Dada sus complejidades, este tipo de venta telefónica requiere de vendedores especializados para lograr resultados óptimos.

La venta telefónica interna o de entrada: Consiste en atender las llamadas de los clientes para recibir sus pedidos (que pueden ser fruto de los anuncios en la televisión o de publicaciones en periódicos o revistas, acciones de correo directo, etc.). Este tipo de venta telefónica requiere, por lo general, de números gratuitos (como el 0800 o 0900) para que los clientes no corran con el gasto de la llamada.

**Venta Online (en línea o por internet):** Este tipo de venta consiste en poner a la venta los productos o servicios de la empresa en un sitio web en internet (por ejemplo, en una Tienda Virtual), de tal forma, que los clientes puedan conocer en qué consiste el producto o servicio, y en el caso de que estén interesados, puedan efectuar la compra "online", por ejemplo, pagando el precio del producto con su tarjeta de crédito, para luego, recibir en su correo electrónico la factura, la fecha de entrega y las condiciones en las que recibirá el producto.

Las categorías en que las ventas en línea abarcan la porción más cuantiosa del comercio detallista son los libros, música y videos, hardware y software de computadora, viajes, juguetes y bienes de consumo electrónicos. Por supuesto, ya que los cambios en internet se producen rápidamente, estas categorías pueden verse superadas pronto por otrastal vez, por artículos de belleza y cuidados de la salud, partes para autos, o productos para mascotas. **STANTON, E. y WALKER**

**Venta por Correo: O correo directo.** Este tipo de venta consiste en el envío de cartas de venta, folletos, catálogos, vídeos, Cds y/o muestras del producto a los clientes potenciales mediante el correo postal, pero con la característica adicional de que se incluye un "formulario de pedido" para que la persona interesada pueda efectuar la compra, ya sea enviando el formulario (también) por correo, realizando una llamada

telefónica o ingresando a una página web para hacer efectivo el pedido. **STANTON, E. y WALKER**

Técnica de venta que se aplica cada vez con mayor frecuencia. Su utilización surge de dos maneras: en primer lugar, esta oportunidad de compra es ofrecida por grandes almacenes u otros establecimientos comerciales como formula de ganar clientela cuando existe una gran guerra por el cliente, en segundo lugar, la desarrollan empresas especializadas en este tipo de ventas. Las empresas especializadas basan sus ventas en el envío por correo por catálogos con todos los productos que ofrecen y sus precios. En España, este mercado esta en pleno auge, siendo “Damart” la primera compañía. **ELDICCIONARIO DEL MARKETING, CULTURA S, A**, (p. 344).

El correo es un medio adecuado para la comunicación directa e individualizada, ya que permite una mejor selección del público objetivo, se puede personalizar, es flexible y permite evaluar fácilmente los resultados. Además, y según los mencionados autores, se ha podido comprobar que el correo es un medio eficaz para la promoción de todo tipo de productos, desde libros, suscripciones a revistas y seguros, hasta artículos de regalo, moda, artículos de alimentación de gran calidad o productos industriales. El correo es también un medio muy utilizado por las instituciones benéficas en los Estados Unidos y gracias a él, recaudan miles de millones de dólares al año. **KOTLER, AMSTRONG, CAMARA y CRUZ**,

**Venta por Máquinas Automáticas:** La venta de productos por medio de una máquina sin contacto personal entre comprador y vendedor se llama venta por máquinas automáticas. Su atractivo radica en la conveniencia o comodidad de la compra. Los productos vendidos en máquinas vendedoras automáticas son habitualmente marcas pre vendidas, bien conocidas, con una alta tasa de rotación, de alimentos y bebidas. Las máquinas vendedoras pueden ampliar el mercado de la compañía por estar ante los clientes en el lugar y el momento en que éstos no pueden ir a una tienda. Por consiguiente, el equipo vendedor se encuentra casi en todas partes. **STANTON, E.**

Las principales desventajas de la venta por máquinas automáticas son: 1) Su implementación tiene un costo elevado (por la inversión inicial), 2) necesita de mantenimiento regular y requiere de reabastecimiento de los productos, por lo que sus costos operativos pueden ser altos y 3) requiere de un espacio físico y de cierta vigilancia, lo cual, suele tener un costo adicional.

En todo caso, se debe ponderar los beneficios que brinda a la empresa (en volumen de ventas, utilidades, presencia de marca y/o servicio a los clientes), contra sus costos totales, para decidir si se emplea o no este tipo de venta.

## **COMPETENCIA**

La competencia es la fuerza que hace que el sistema de libre empresa funcione. La competencia se puede definir como la rivalidad entre las empresas para atraer y servir a clientes con la esperanza de obtener una utilidad. Constante mente genera mejoras en las formas como los minoristas distribuyen productos y servicios a sus clientes. Los minoristas compiten entre ellos al satisfacer las cambiantes necesidades de los grupos de consumidores. **ZAMORA. EDITORES LTDA**, primera edición, (2003, p. 331),

Se conoce como competencia al conjunto de empresas que ofrecen productos iguales (o similares) a los de nuestra empresa o producen bienes "sustitutivos"(que sustituyen en el consumo a nuestros productos).

Es usual que cuando hablamos de competencia nos venga a la mente empresas que son nuestra directa competencia: aquellas que producen o comercializan los mismos productos. Pero la competencia no se limita al caso de las empresas que compiten con la nuestra directamente (con los mismos productos). También se considera competencia a las empresas que ofrecen productos que pueden sustituir a los nuestros.

También deben ser consideradas como competencia todas aquellas medidas y acciones que impiden que nuestro producto llegue al mercado. Hay que tener presente que no siempre nuestros competidores recurren a métodos éticamente aceptables, muchas veces

aprovechan ciertos vacíos legales para emplear métodos éticamente muy cuestionables. En previsión de cualquier sorpresa, siempre debemos estar atentos a las acciones que tomen nuestros competidores, especialmente en aquellas que puedan influir en la distribución la publicidad y la venta de nuestro producto.  
**<http://www.gestiopolis.com/canales/economia/articulos/30/tiposcomp.htm>** 07  
Febrero 2011 17H22

Concurrencia de una multitud de vendedores en el libre mercado, que para conseguir la venta de sus productos pugnan entre si, proponiendo los precios que le permitan sus costes, que se mantengan en línea con los del mercado, dando lugar a un reparto del mercado real. Los competidores pueden ser a varios niveles:

- Competidores por la necesidad.
- Competidores genéricos.
- Competidores de producto.
- Competidores de marca. **Eldiccionario del marketing, cultura s, a**, (p. 59).

#### **LA COMPETENCIA PERFECTA:**

Básicamente, un mercado que se caracteriza por la competencia perfecta es aquel en el cual ningún comprador o vendedor individual influye sobre el precio con sus compras o ventas.  
**<http://www.gestiopolis.com/canales/economia/articulos/30/tiposcomp.htm>**  
07 Febrero 2011 17H22

La competencia perfecta es un tipo o modelo de mercado en el que existen numerosos vendedores y compradores que están dispuestos a vender o comprar libremente entre ellos productos que son homogéneos o iguales en un mercado dado (como el mercado del cobre, de la madera, del trigo u otras materias primas, productos agrícolas, valores financieros o productos que son bien conocidos y estandarizados), pero, sin tener influencia distinguible en el precio de venta porque este es fijado de manera impersonal

por el mercado; en el cual, la información circula de manera perfecta de tal forma que los compradores y vendedores están bien informados. Además, en este tipo de mercado los vendedores no dedican mucho tiempo a elaborar una estrategia de mercadotecnia ni a implementar actividades relacionadas con ésta, como la investigación de mercados, desarrollo de productos, fijación de precios y programas de promoción, porque desempeñan una función insignificante o ninguna en absoluto. Finalmente, y teniendo en cuenta las condiciones anteriormente descritas, los vendedores tienen una curva de demanda horizontal o perfectamente elástica. <http://www.promonegocios.net/mercado/competencia-imperfecta.html> 07 Febrero 2011 17H45

Situación de mercado en la que (coexiste) muchos ofertantes y muchos demandantes, de manera que ningún producto posee control sobre el precio, si no que este viene fijado de manera impersonal por el mercado, en el cual la información circula de manera perfecta. Desde la perspectiva de la teoría económica es la situación de mercado más conveniente, pues es la única en la que se consigue una asignación eficiente de los recursos. **El diccionario del marketing, cultura s, a**, (p. 61).

## **COMPETENCIA IMPERFECTA**

Según los economistas Samuelson y Nordhaus, la competencia imperfecta "se refiere a los mercados en los que no existe competencia perfecta, porque al menos un vendedor (o un comprador) es suficientemente grande para influir en el precio de mercado y, por tanto, tiene una curva de demanda (o de oferta) de pendiente negativa". Complementando esta afirmación, ambos autores señalan que "la competencia imperfecta se refiere a cualquier tipo de imperfección: el monopolio puro, el oligopolio o la competencia monopolística". <http://www.promonegocios.net/mercado/imperfecta.html> 07 Febrero 2011 17H45.

En una industria, un sector de la industria o un mercado se presenta competencia imperfecta cuando alguno de los agentes posee algún grado de control sobre los

precios.<http://www.gestiopolis.com/canales/economia/articulos/30/tiposcomp.htm>

Febrero 2011 17H22

## **TIPOS DE COMPETENCIAS**

En función del grado de sustitución de los productos podemos distinguir cuatro diferentes niveles de competencia:

**Competencia de marcas.** Una empresa considera que sus competidores son otras empresas que ofrecen bienes y servicios muy parecidos a los mismos clientes, a precios similares.

**Competencia en la industria.** Una empresa considera que sus competidores son todas aquellas empresas que fabrican el mismo producto o tipo de producto.

**Competencia de formas.** Una empresa considera que sus competidores son todas aquellas empresas que fabrican productos que ofrecen el mismo servicio.

**Competencia genérica.** Una empresa considera que sus competidores son todas aquellas empresas que compiten por el dinero de los consumidores.

<http://www.piska.marketing---tipos-de-competencia.html> 07 Febrero 2011 17H30

## **SATISFACCION DEL CLIENTE**

El proceso de satisfacer las necesidades de este es la esencia del negocio. Los minoristas que conocen a los clientes y saben como servirles tendrán éxito mas a menudo que aquellos que no les prestan atención apropiada a estas tareas criticas. **ZAMORA EDITORES LTDA**, primera edición (2003. p. 362).

La satisfacción del cliente depende del desempeño que se percibe en un producto en cuanto a la entrega de valor en relación con las expectativas del comprador. Si el



desempeño del producto no alcanza las expectativas, el comprador quedara insatisfecho. Si el desempeño coincide con las expectativas, el comprador quedara satisfecho. Si el desempeño rebasa las expectativas, el comprador quedara encantado. Las empresas con un marketing sobresaliente procuran mantener satisfechos a sus clientes. **KOTLER, P. ARMSTRONG, G.** Fundamentos de marketing (2003, p. 10).

“Existe la certeza de que el cliente no solo juzga una marca por las características del producto sino que cada vez valora mas los servicios post-venta y la oferta global de servicios prestados. Por ello garantizarse la mejor prestación de servicios atendiendo esas necesidades individuales garantiza el éxito de la empresa”. **CULTURA EDICIONES** (1999, p.117)

“La satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente constituye el elemento más importante de la gestión de la calidad y la base del éxito de una empresa. Evidentemente, las características de un producto o servicio (buen funcionamiento, fiabilidad, durabilidad, facilidad de uso, estética, personalización, servicio a tiempo, seguridad, cortesía) determinan el nivel de satisfacción del cliente”. ([www.google.com](http://www.google.com). **15 Enero 2011 12h00**).

## **SERVICIO**

El servicio se puede definir como “cualquier actividad primaria o complementaria que no produce directamente un bien físico; es decir, la parte sin producto de la operación entre el comprador (cliente) y el vendedor (proveedor)”. . **JAMES R, WILLIAM, M** (2008, pp.58) Administración y control de la calidad.

El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico.El comprador de una computadora espera cierto número de prestaciones, antes durante y después de la compra propiamente dicha: demostraciones, prueba de la máquina con sus componentes, soluciones financieras, reparaciones rápidas, garantía post-venta, etc.

El servicio es algo que va más allá de la amabilidad y de la gentileza. El servicio es "un valor agregado para el cliente", y en ese campo el cliente es cada vez más exigente.

<http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/administracion/acliente.htm> 07

Febrero 2011 19H03

Actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en venta o se realizan, y que no proponen el intercambio de productos o bienes. **ELDICCIONARIO DEL MARKETING, CULTURA S, A**, (p. 309).

## **CALIDAD**

Calidad es un término que todos los consumidores entienden pero que difícilmente pueden definir. ¿Qué busca un consumidor cuando pide un producto de calidad? Generalmente se asume que esta interesado en un bien que cumpla la función para la que esta diseñado. Sin embargo cuando se define la calidad para un bien determinado, esta definición deja de estar clara. Calidad en un automóvil será, para un usuario, que tenga que llevarlo pocas veces al taller; sin embargo, para otro será que tenga la aceleración prometida en la publicidad. Como ayuda a los consumidores en este dilema, La Unión Europea ha establecido una serie de guías de normalización que, en caso de ser cumplidas por un determinado producto, reciben un sello que certifica su adhesión a un "patrón de calidad", al menos en lo referente en las especificaciones técnicas. **ELDICCIONARIO DEL MARKETING, CULTURA S, A**, (p. 39).

El Enfoque Integrador de la Calidad presenta tres perspectivas: La del punto de vista de la empresa o Interna; la del punto de vista del mercado Externa; y la llamada Global o de Excelencia.

**a) Perspectiva Interna:** Pone énfasis en la eficiencia. Parte del supuesto de que la empresa ofrece productos que le interesan al mercado, por lo que lo importante es elaborar el producto o servicio con especial atención a los costos y la productividad, respetando lo pactado con el cliente de forma tácita o explícita.

**b) Perspectiva Externa:** Pone la eficacia ante la eficiencia; énfasis en los deseos y satisfacción del cliente. En mercados con alto grado de rivalidad entre competidores, fuerte cambio tecnológico y cambios en las preferencias de los consumidores, es necesario centrarse en el cliente, que es quien indicará qué clase de productos necesita, con qué prestaciones y a qué precio.

**c) Perspectiva Global:** Parte de la base de la empresa excelente es aquella que satisface las necesidades de todos los grupos de influencia relacionados con ella y lo hace con criterios de eficiencia. La excelencia pasa de ser un estado a alcanzar a "una filosofía de trabajo que da lugar a un proceso dinámico de mejora en el que el objetivo es alcanzar la eficiencia y la eficacia", cumpliendo al mismo tiempo con las exigencias de los diversos grupos de personas relacionadas con la organización, que son quienes justifican y posibilitan su existencia.

En resumen, este enfoque reúne el concepto de calidad desde el punto de vista del cumplimiento de los estándares impuestos por la empresa que produce un bien o producto, desde el punto de vista de los estándares demandados por el mercado (clientes), y el punto de vista de la excelencia: "hacer las cosas bien a la primera".

**<http://www.monografias.com/trabajos75/concepto-calidad/concepto-calidad.shtml>**

07 Febrero 2011 19H10.

Fue el más importante en el estudio de la calidad, se le reconoce que logro cambiar la mentalidad de los japoneses al hacerles entender que la calidad es un "arma estratégica".

**EDWARD DEMING.** 07 Febrero 2011 19H10.

La calidad puede ser un concepto confuso debido en parte a que las personas consideran la calidad de acuerdo a diversos criterios basados en sus funciones individuales dentro de la cadena de valor de producción, comercialización. Además, el significado de calidad sigue evolucionando conforme la profesión de la calidad crece y madura. Ni asesores ni profesionales de los negocios concuerdan en una definición universal. En un estudio, en que se pidió a los administradores de 86 empresas del este de estados unidos

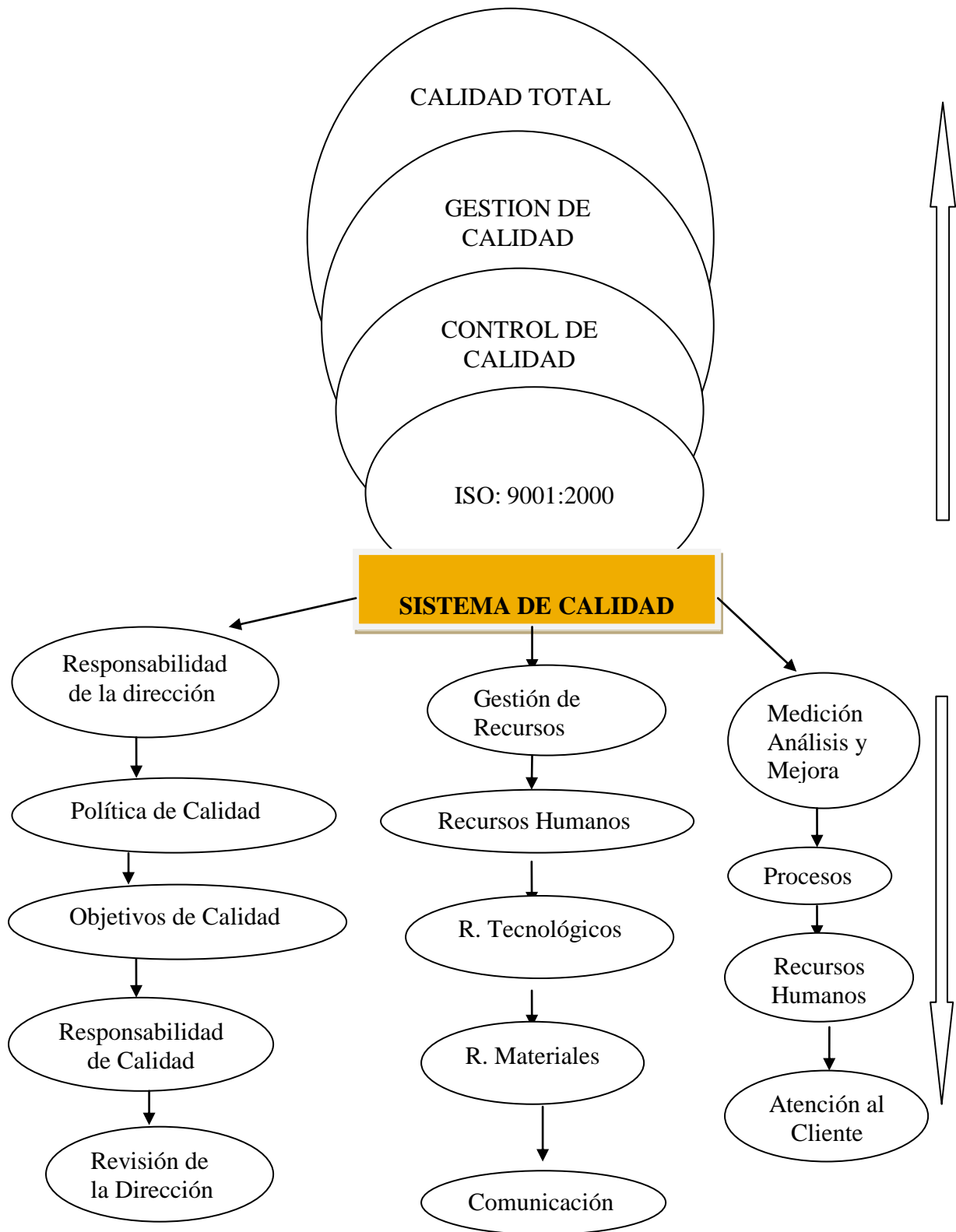
definir la calidad, se obtuvieron varias docenas de numerosas respuestas, entre las que se incluyen las siguientes:

- 1.- Perfección.
- 2.-Consistencia.
- 3.-Eliminacion de desperdicios.
- 4.-Velocidad de entrega.
- 5.-Observancia de las políticas y procedimientos.
- 6.- Proveer un producto bueno y útil.
- 7.-Hacerlo bien la primera vez.
- 8.-Complacer o satisfacer a los clientes.
- 9.-Servicio y satisfacción total para el cliente.

Por tanto, es importante entender las diferentes perspectivas desde las cuales se ve la calidad a fin de apreciar por completo el papel que desempeña en las distintas partes de una organización de negocios. **JAMES R, WILLIAM, M** (2008, pp.12, 13) Administración y control de la calidad.

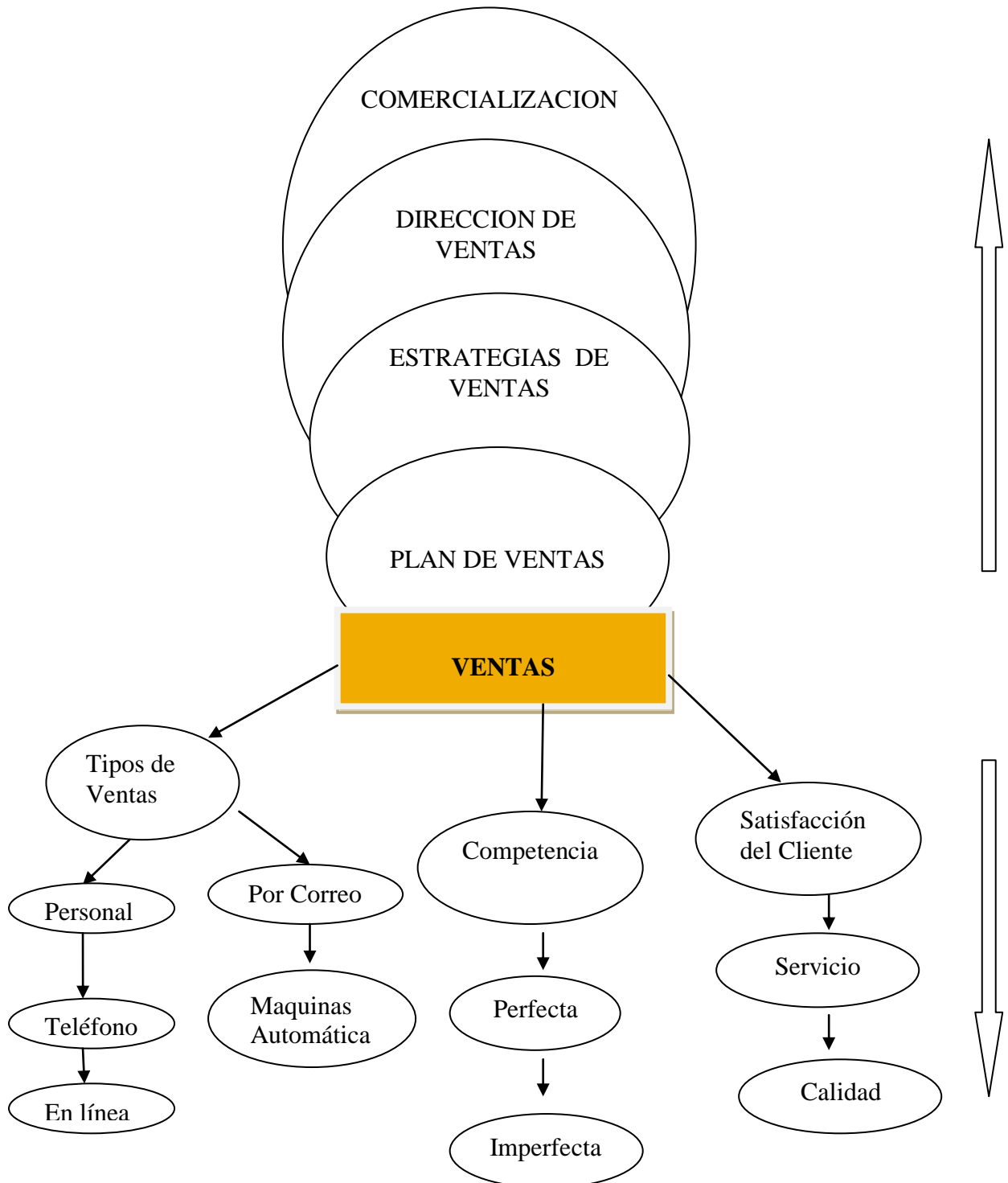
Gráficos de inclusión interrelacionados de Súper ordenación y Subordinación variable Independiente

GRAFICO 1



Gráficos de inclusión interrelacionados de Súper ordinación y Subordinación variable Dependiente

GRAFICO 2



## **2.5 HIPOTESIS**

La Implantación del Sistema de Calidad, permitirá incrementar los volúmenes de Venta para maximizar ganancias de la Empresa “SEGUVIT de la ciudad de Ambato”.

## **2.6 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES**

### **VARIABLE INDEPENDIENTE**

El Sistema de Calidad

### **VARIABLE DEPENDIENTE**

Ventas

## **CAPITULO III**

### **3. METODOLOGIA**

#### **3.1. ENFOQUE**

La presente Investigación tuvo un enfoque **Cuali-cuantitativo**, debido a que el problema que se planteó requería de técnicas, instrumentos y estrategias, el mismo que se trabajó con un enfoque **Naturista** en su contextualización, participativo con el objeto de interpretar y conocer la verdad del problema en su contexto, dentro de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato; **Etnográfico**, porque su estudio de investigación



estuvo delimitado a grupos específicos que corresponden al sector carrocero, arquitectónico e Industrial del cantón Ambato; **Humanístico**, porque todos los involucrados en este proyecto aportaron para el desarrollo y mejoramiento continuo del producto y las ventas, en función de la satisfacción del cliente y toda la comunidad; también se trabajó con una investigación Interna, por tener la facilidad de ingreso a la empresa y obtener la información requerida, para el trabajo de investigación; Normativo, porque estuvo basado en normas y reglamentos internos de la empresa; Nomotético, porque estuvo encaminado en una sola dirección la investigación que se realizó; Externo porque se realizó un análisis de las causas y efectos que obtuvo las variables Independiente y Dependiente del problema investigado, y así poder observar, describir, interpretar y solucionar el problema identificado.

## **3.2. MODALIDADES BASICAS DE LA INVESTIGACION**

La presente investigación se desarrolló con la combinación de varios tipos de investigación:

### **3.2.1 Investigación bibliográfica**

Se realizó una investigación Bibliográfica, porque tiene el propósito de detectar, ampliar y profundizar diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores, sobre una cuestión determinada, basándose en documentos, libros, folletos, revistas, periódicos y otras aplicaciones. Se contempla también el estudio de textos relacionados con el Sistema de Calidad, Control de Calidad, Normas ISO 9001:2000, que permita el mejoramiento de los procesos productivos, para obtener un producto de calidad, de acuerdo a las exigencias del consumidor.

Por su naturaleza, el trabajo que se propuso es un proyecto factible, basado en la investigación que consiste en la elaboración y desarrollo de una propuesta del Sistema de Calidad, destinada a mejorar el producto, solucionar problemas, requerimientos o

necesidades de los clientes, el cual permitirá incrementar el volumen de ventas de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, a través de esto mejorar su rentabilidad, con el fin de mantener más competitiva a la empresa en el mercado.

### **3.2.2 Investigación de campo**

Se realizó una Investigación de Campo, el mismo que permitió obtener información directa en el lugar de los hechos en los que se producen los acontecimientos, utilizando ciertas técnicas como: la observación, cedula de entrevista, la encuesta, test, para conocer y evidenciar la realidad del problema.

En esta modalidad, el investigador tomó contacto en forma directa, con los involucrados de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, para obtener información de primera, de acuerdo con los objetivos del proyecto en estudio.

Se consideró esta modalidad de investigación, porque permitió realizar acciones que se encontraban dentro de las actividades previstas en este estudio, como fueron: varias visitas a las instalaciones de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, se realizó inspecciones de sus instalaciones, entrevistas con los trabajadores y empleados, con el fin de identificar sus problemas en el ámbito productivo, administrativo, y financiero.

## **3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACION**

Para realizar la presente investigación, se utilizó los siguientes tipos:

### **3.3.1 Investigación Exploratorio**

Esta investigación estuvo enmarcada, en su primera etapa, en un nivel exploratorio, debido a que era necesario, realizar la observación del tipo de recursos a implementar en

la empresa “SEGUVIT”, de la ciudad de Ambato, se utilizó un análisis DAFO, en virtud de conocer las oportunidades y amenazas que mantiene la empresa en el momento del estudio, para la implantación del Sistema de Calidad. Además, se analizó un estudio de la documentación pertinente, de las personas involucradas en la investigación, para obtener un mejor desempeño y manejo de los recursos a implementar.

### **3.3.2 Investigación Correlacional**

También se realizó la investigación Correlacional, porque permitió describir las causas que conducen al problema, medir las relaciones entre variables de los mismos sujetos de un contexto delimitado; es decir, nos permitió medir el impacto que se dará, en cuanto a la implantación del Sistema de Calidad de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, en el sector carrocerero a nivel Nacional.

### **3.3.3 Investigación descriptiva**

En este trabajo se aplicó, una investigación descriptiva, porque clasifica elementos y estructuras, modelos de comportamiento según ciertos criterios; además, requirió de conocimientos suficientes que permitió diagnosticar la realidad de los hechos, las necesidades que motivaron a la ejecución del proyecto y poder determinar a los involucrados internos y externos de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato.

## **3.4. POBLACION Y MUESTRA**

### **3.4.1 POBLACION**

Dentro del uso de fuentes primarias de información, este estudio se realizó utilizando una encuesta a los clientes externos de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, y cedula de entrevista al Gerente propietario, con el fin de determinar las percepciones y

expectativas en cuanto a la calidad del producto que oferta la empresa, para poder definir e identificar los problemas que mantiene la empresa

La empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, de acuerdo a la información de su Gerente Propietario, cuenta con un número aproximado de 40 clientes, los mismos que se mostraban interesados en la propuesta de la Implantación del Sistema de calidad, basado en la Norma ISO 9001:2000, para la empresa. Este número de clientes corresponden al sector Carrocero, Arquitectónico e Industrial, por lo cual se procedió a realizar las encuestas respectivas a sus clientes en su totalidad.

Se procedió a aplicar la fórmula de la población finita, por lo que se conoció con exactitud cuántos beneficiarios tienen la empresa “SEGUVIT”. Acorde con las características de la población, los recursos y el tiempo disponible.

### 3.5. MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

Hipótesis: La Implantación del Sistema de Calidad nos permitirá incrementar los volúmenes de ventas para maximizar ganancias de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato. **Variable Independiente: SISTEMA DE CALIDAD**

CUADRO 1

DEFINICION	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMES	TECNICA E INSTRUMENTO
<b>SISTEMA DE CALIDAD:</b>  Es un conjunto de <b>procedimientos</b> , encaminado a una <b>mejora continua</b> del <b>producto o servicios</b> para <b>satisfacer las necesidades</b> del cliente.	<b>Procedimientos</b>	Planificación Materia prima Procesos Personal calificado	¿Considera usted que es necesario Implantar el Sistema de Calidad,basado en la Norma ISO 9001:2000,en la empresa SEGUVIT de la ciudad de Ambato?	Encuesta y cuestionario a los clientes externos.
	<b>Mejora continua</b>	Métodos Sistemas Procesos servicios	¿Usted considera que los procesos productivos darán mayor calidad al producto e incrementarán las ventas de la empresa SEGUVIT?	Encuesta y cuestionario a los clientes externos.
	<b>Productos o Servicios</b>	Calidad Precio Utilidad Seguridad Marca	¿Cuándo adquiere el producto que es lo más importante para usted?	Encuesta y cuestionario a los clientes externos.
	<b>Satisfacer las Necesidades</b>	Personales Colectivas	¿Cómo lo calificaría el producto que ofrece la empresa “SEGUVIT” a sus clientes?	Encuesta y cuestionario a los clientes externos.

**ELABORADO POR:** Patricio Castelo M.

### MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

**Variable dependiente: VENTAS** CUADRO 2

DEFINICION	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMES	TECNICA E INSTRUMENTO
<p><b>VENTA:</b></p> <p>La venta es un proceso personal e impersonal en el que el <b>vendedor</b> ofrece un <b>producto</b> o servicios reales al <b>cliente</b>, para satisfacer las necesidades del cliente a cambio de un determinado <b>precio</b>.</p>	<b>vendedor</b>	Conocimiento Atención Eficiencia cumplimiento	¿Cómo lo calificaría usted la atención y el servicio que ofrece la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato?	Encuesta y cuestionario a los clientes externos.
	<b>producto</b>	Durabilidad Confianza Color Reparación	¿Con que frecuencia adquiere el producto que ofrece la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato?	Encuesta y cuestionario a los clientes externos.
	<b>Cliente</b>	Activo Inactivo Frecuente Ocasional	¿Qué tipo de cliente Usted se considera?	Encuesta y cuestionario a clientes externos.
	<b>Precio</b>	Calidad Precio Beneficio Diseño	¿Como considera usted, a los precios actuales que mantiene la empresa al momento de efectuar una compra?	Encuesta y cuestionario a clientes externos.

**ELABORADO POR:** Patricio Castelo M.

### **3.6. RECOLECCION DE INFORMACION**

En la presente Investigación se utilizó las siguientes técnicas:

#### **3.6.1 LA ENCUESTA**

En esta Investigación se utilizó la técnica de la encuesta, por lo que se conoce con exactitud cuántos beneficiarios tiene la empresa “SEGUVIT” exactamente, después se realizó la codificación de las encuestas, para poder llegar al objetivo que se espera.

Las encuestas fueron realizadas a las empresas carroceras de la ciudad de Ambato y a nivel nacional, especialmente a los clientes propios que mantiene la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato.

Para recolectar la información de la presente investigación, se siguió los siguientes pasos:

Definición de los sujetos: Personas y empresas que fueron investigados.

Selección de las técnicas empleadas en el proceso de recolección de la información.

Análisis de los datos.

Interpretación de resultados.

**CUADRO 3**

<b>PREGUNTAS</b>	<b>EXPLICACION</b>
¿Para qué?	Para saber necesidades, expectativas y la percepción de los clientes de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato.
¿A qué personas o sujetos?	Clientes propios de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato.
¿Sobre qué aspectos?	Identificar qué Sistema de Calidad permitirá obtener un producto de calidad, para incrementar las ventas de la empresa.
¿Quién?	Investigador: Patricio Castelo M.
¿Cuándo?	Durante el tiempo que contemple la recolección de información e investigación del problema, comprendido de Noviembre del 2010 a Julio del 2011.
¿Lugar de recolección de la información?	Sitios propios de los clientes de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua.
¿Cuántas veces?	Se realizó inspecciones cuantas veces sean necesarias para obtener resultados positivos.
¿Qué técnicas de recolección?	Entrevista: directivos Encuestas: clientes y observaciones.
¿Con qué?	Cuestionario de encuestas, cédula de entrevista y fichas de observación.
¿En qué situación?	Se realizó en los días laborables en los cuales la empresa “SEGUVIT” este en funcionamiento con sus clientes respectivos.



Se recolectó la información bajo las siguientes técnicas de Investigación.

**CUADRO 4**

<b>TIPOS DE INFORMACIÓN</b>	<b>TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.</b>
Información Primaria	Clientes
Información. Secundaria	Inspección
Lectura científica	Libros de calidad, Sistemas de Calidad, Calidad Total, marketing, ventas, tesis.
Internet	Páginas web.
Observación	Ficha de observación, Cámara.
Entrevista	Cuestionario.
Encuesta	Cuestionario.

### **3.7. PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE INFORMACION**

Con los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los clientes externos, de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, se analizó el proceso de la información: primero se hizo la revisión crítica de toda la información recopilada, es decir, un análisis de la información defectuosa, contradictoria, incompleta, y no pertinente.

Se realizó una recolección individual de las encuestas, para corregir las fallas de contestación, Tabulación o cuadros, según variables de cada hipótesis: cuadros de una sola variable, cuadro o cruce de variables. Manejo de información con un reajuste de

cuadros con casillas vacías o con datos reducidos cuantitativamente, que no influyan significativamente en los análisis.

Se efectuó un estudio estadístico de los datos para la presentación de resultados.

Las preguntas fueron claras y de múltiple elección, para que sean más fáciles para los clientes en el momento de su contestación, se codificó las respuestas de acuerdo a las alternativas planteadas en la encuesta. Se procedió a entregar a los clientes, explicándoles los motivos y la importancia de la encuesta, para que lo hagan con mucha sinceridad.

Además se realizó una cedula de entrevista al Gerente propietario de la empresa “SEGUVIT”, señor Raúl Espín, solicitando que manifieste como es el ambiente interno de la empresa, la rotación del producto, sobre el volumen de ventas, que técnicas de publicidad utiliza. Toda esta información se lo realizó en la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, utilizando las técnicas de cedula de entrevista, encuesta y observación.

La información obtenida, se tabuló mediante un sistema computarizado, cuadros estadísticos, la presentación de resultados se lo realizó en forma escrita y gráfica, y finalmente se procedió al análisis e interpretación de resultados estadísticos.

## **CAPITULO IV**

### **4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.**

#### **4.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.**

Para el desarrollo de la presente investigación se ha tomado en cuenta la totalidad de los clientes que mantiene la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, la misma que viene desarrollando sus labores de producción en el sector de Huachi Totoras, desde el año 2006, cuya actividad principal es la transformación y comercialización de vidrio; convirtiéndole en vidrio templado de seguridad, para la industria carrocera, arquitectónica e industrial; en varias ocasiones ha intentado maximizar el volumen de producción, para incrementar las ventas, sin tener éxito, hasta la presente fecha, debido a que no se ha realizado un estudio previo, para implantar un sistema de calidad basado en la ISO 9001:2000, siendo esta la razón de estudio de la presente investigación.

Es claro también que la mejora del producto no solo depende del recurso tecnológico, ya que los esfuerzos de este, deben estar respaldados por una mejora del aspecto Administrativo, organizacional y lo más importante que es el recurso humano, de tal manera que dichos esfuerzos se cristalicen en lo que todos esperan, para todos salir beneficiados, tanto clientes como la organización, mediante la Implantación del Sistema de Calidad, por lo que de ello depende que una organización, en este caso la empresa “SEGUVIT”, siga siendo competitivo con un producto de calidad, y permita el incremento de las ventas y la obtención de un mayor índice de ganancias que conduzcan al incremento de utilidades pretendidas por la empresa, y por ende se pueda mantener su posición dentro del mercado actual.

Mediante la investigación de campo se obtuvo información primaria, de cuarenta clientes externos, los mismos que facilitaron, para poder identificar datos importantes para la toma de decisión para la Implantación del Sistema de Calidad, basado en la Norma ISO 9001:2000, para la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato.

## **4.2 INTERPRETACION DE DATOS.**

Las encuestas realizadas ha permitido realizar un diagnóstico de la situación actual de la empresa, además ofrece la posibilidad de proponer la Implantación del sistema de calidad, basado en la Norma ISO 9001:2000, considerando una opción acertada para obtener un producto de calidad e incrementar las ventas, que en la actualidad afectan en la generación de utilidades para la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato.

### **4.2.1 Encuesta Clientes Externos**

**Pregunta1.-** ¿Está usted de acuerdo con la implantación del sistema de calidad, basado en la Norma ISO 9001:2000 de la empresa “SEGUVIT”?.

## IMPLANTACION DEL SISTEMA DE CALIDAD

TABLA 1

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	38	95,0	95,0	95,0
NO	2	5,0	5,0	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

GRAFICO 3



Elaborado por: Investigador

### ANALISIS E INTERPRETACION

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede decir, que el 95 por ciento de los clientes encuestados manifiestan, que si están de acuerdo con la implantación del Sistema de Calidad de la empresa “SEGUVIT”, mientras que un 5 por ciento, no están de acuerdo con la implantación del sistema de calidad. Estos valores corresponden a cuarenta clientes externos encuestados, en valores absolutos corresponde a treinta y ocho personas que si quieren que se implante el sistema de calidad, mientras que dos personas, manifiestan que no se implante.

De acuerdo a la mayoría de los clientes encuestados, manifiestan que se implante el Sistema de Calidad de la empresa “SEGUVIT”, por lo tanto sería importante que su Gerente propietario Raúl Espín, tome en consideración la petición de sus clientes, para obtener un producto de calidad y satisfacer las necesidades de sus clientes, e incrementar las ventas,obteniendo una mayor utilidad en beneficio de la empresa.

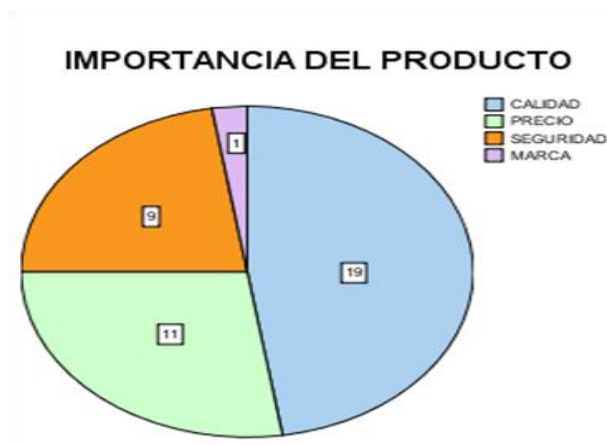
**Pregunta2.-** ¿Cuándo adquiere el producto que es lo más importante para usted?

### IMPORTANCIA DEL PRODUCTO

TABLA 2

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
CALIDAD	19	48	48	47,5
PRECIO	11	28	28	75,0
SEGURIDAD	9	22	22	97,5
MARCA	1	2	2	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

GRAFICO 4



Elaborado por: Investigador

## ANALISIS E INTERPRETACION

De los cuarenta clientes encuestados, el 48 % manifiesta que la calidad, es lo más importante para adquirir el producto, mientras que el 28% lo considera que es el precio, pero para el 22% lo mas importante es la seguridad que brinda el producto, mientras que para el 2% es la marca, pero también existe un porcentaje del 0% en cuanto a la utilidad que brinda el producto.

Se puede apreciar que una cantidad considerable de los clientes de “SEGUVIT”, requieren que la empresa ofrezca calidad en los productos, a precios accesibles y que brinden seguridad, que satisfagan sus necesidades y expectativas en cuanto al producto.

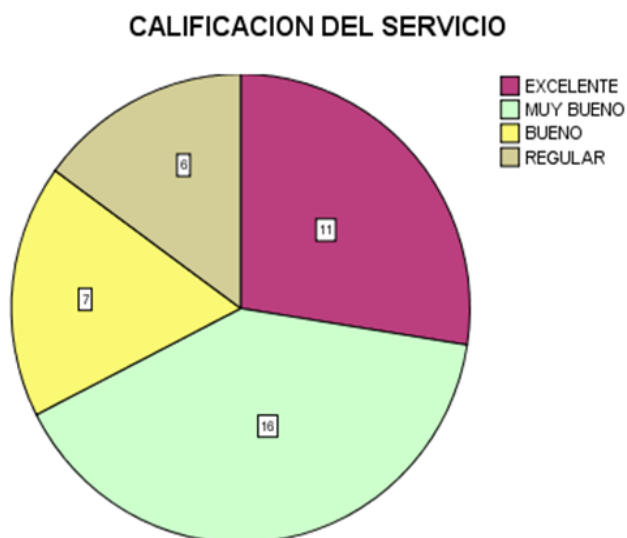
**Pregunta3.-** ¿Cómo lo calificaría usted el servicio que la empresa ofrece?

### CALIFICACION DEL SERVICIO

TABLA 3

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
EXCELETE	11	28,0	28,0	27,5
MUY BUENO	16	40,0	40,0	67,5
BUENO	7	17,0	17,0	85,0
REGULAR	6	15,0	15,0	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**GRAFICO 5**



Elaborado por: Investigador

#### **ANALISIS E INTERPRETACION.**

De las cuarenta personas encuestadas, el 40% manifiestan que el servicio que presta la empresa "SEGUVIT es muy bueno, seguidos del 28% de los encuestados indican que es excelente la atención, mientras que 17% de los clientes encuestados manifiestan que es buena, pero el 15% lo considera que el servicio es regular; y la alternativa malo el servicio con el 0%. Esto en valores absolutos corresponde a dieciséis, once, siete y seis personas encuestadas.

Por lo cual podemos manifestar que el servicio que brinda la empresa "SEGUVIT" a sus clientes corresponde en su mayoría a muy bueno, Por lo cual la empresa debería prestar mejor atención a sus clientes para brindar un servicio excelente, de primera, y poder mantener encantados con el servicio a sus clientes.

**Pregunta4.-** ¿Por qué medios publicitarios conoce usted a la empresa "SEGUVIT"?

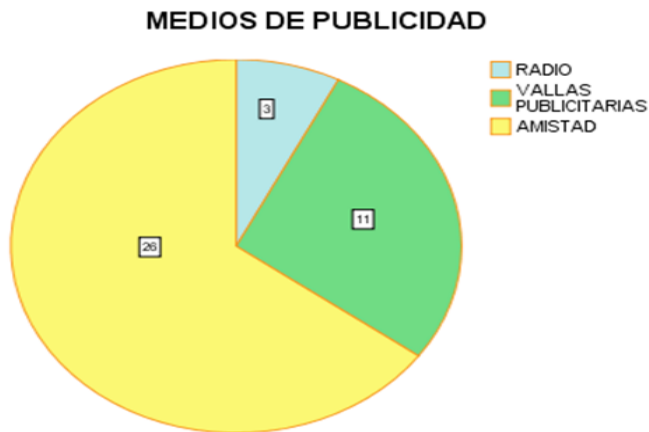


## MEDIOS DE PUBLICIDAD

**TABLA 4**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
RADIO	3	8,0	8,0	7,5
VALLAS PUBLICITARIAS	11	27,0	27,0	35,0
AMISTAD	26	65,0	65,0	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**GRAFICO 6**



Elaborado por: Investigador

### ANALISIS E INTERPRETACION

En esta pregunta se demuestra que la empresa está fallando en cuanto a la publicidad, por lo que el 65% de los clientes encuestados manifiesta que a la empresa “SEGUVIT” lo conocen solo por las amistades, seguido por la opción de vallas publicitarias con un 27%, y por medio de la radio solo con un 8%, mientras que las demás alternativas como son: la televisión y la prensa no presentan ninguna importancia, estos valores

corresponden a cuarenta personas encuestadas. Esto, en valores absolutos corresponde a veinte y seis, once y tres personas.

Se puede interpretar que la mayor cantidad de personas conoce a la empresa nada más que por sus amistades, demostrando que no existe ningún tipo de publicidad para hacer conocer la empresa ni tampoco para promocionar el producto a los clientes.

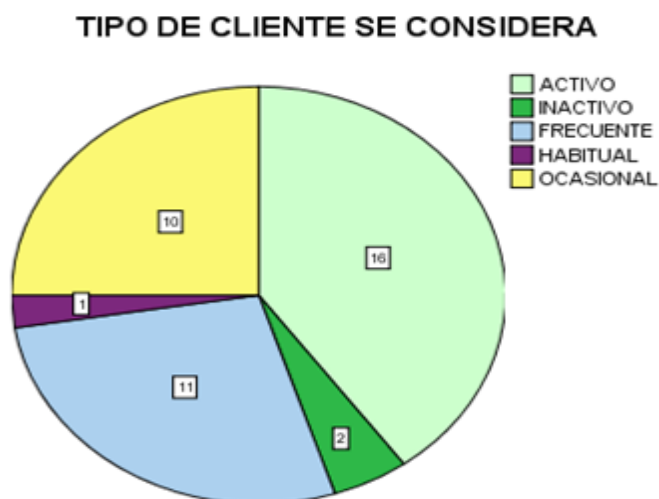
**Pregunta5.-¿Qué tipo de cliente usted se considera?**

### TIPO DE CLIENTE SE CONSIDERA

**TABLA 5**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
ACTIVO	16	40,0	40,0	40,0
INACTIVO	2	5,0	5,0	45,0
FRECUENTE	11	28,0	28,0	72,5
HABITUAL	1	2,0	2,0	75,0
OCASIONAL	10	25,0	25,0	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**GRAFICO 7**



Elaborado por: Investigador

## ANALISIS E INTERPRETACION

De las cuarenta encuestas realizadas a los clientes externos de la empresa “SEGUVIT” El 40 % manifiestan que son clientes activos, seguidos del 28% que se consideran clientes frecuentes, Mientras que el 25% se consideran clientes ocasionales, pero el 5% de los clientes se considera clientes inactivos y el 2% se considera cliente habitual, esto, en valores absolutos corresponde a dieciséis, once, diez, dos, y una personas.

De acuerdo a los datos obtenidos en las encuestas, se puede apreciar que existe una cantidad considerable de clientes activos, por lo que hay que prestar mejor atención a las demás alternativas de clientes, para que estén en mayor contacto con la empresa.

Analizando las demás alternativas se puede evidenciar que existe un 60% de los clientes que no son activos, se encuentran alejados de la empresa, por lo que es necesario tomar muy en cuenta y dar una mayor atención a estos clientes, para poder ganar y asegurarla participación hacia la empresa.

**Pregunta6.-**¿Cuándo usted realiza la compra del producto por medio de que lo solicita?

### COMO LO REALIZA LA COMPRA

TABLA 6

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
PERSONAL	32	80,0	80,0	80,0
POR TELEFONO	8	20,0	20,0	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

GRAFICO 8



Elaborado por: Investigador

### ANALISIS E INTERPRETACION

En base a las encuestas planteadas a los clientes externos se puede deducir lo siguiente: que prácticamente el 80% de los clientes, se acercan personalmente a comprar el producto, mientras que el 20% por ciento lo realizan la compra por medio de teléfono, pero las demás alternativas no toman en cuenta los clientes. Esto en valores absolutos corresponde a treinta y dos y ocho personas encuestadas respectivamente.

Por lo tanto se puede apreciar que la mayoría de los clientes manifiestan que se acercan personalmente a adquirir el producto en la empresa. Seria importante sugerir crear una página web, correo electrónico para dar facilidades y ahorrar tiempo a sus clientes.

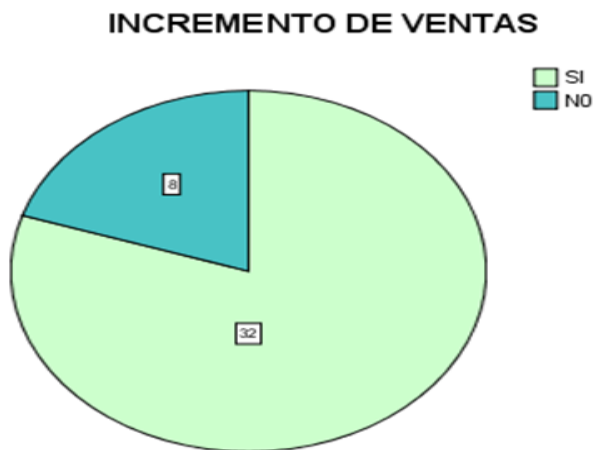
**Pregunta7.-** ¿Usted considera que la calidad del producto, permitirá un incremento en las ventas de la empresa “SEGUVIT de la ciudad de Ambato?

## INCREMENTO DE VENTAS

TABLA 7

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	32	80,0	80,0	80,0
NO	8	20,0	20,0	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

GRAFICO 9



Elaborado por: Investigador

### ANALISIS E INTERPRETACION

Dentro de este contexto se determina que la mayoría de los clientes encuestados, que es el 80% manifiesta que si incrementarán las ventas si se mejora la calidad del producto, pero el 20% de los clientes indican que no se incrementaran las ventas. Esto, en valores absolutos corresponde a treinta y dos, y ocho personas encuestadas.

Se puede apreciar que la mayoría de los clientes, manifiestan que si incrementarán las ventas de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, ofreciendo un producto de calidad a sus clientes, entonces se puede proponer la Implantación del Sistema de Calidad, basado en la Norma ISO 90001:2000, para satisfacción de las necesidades y expectativas requeridas por el cliente.

**Pregunta8.-** ¿Cómo considera usted, los precios actuales que mantiene la empresa al momento de efectuar la compra?

### PRECIOS QUE MANTIENE LA EMPRESA

TABLA 8

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
COMPETITIVOS	35	88,0	88,0	87,5
NO COMPETITIVOS	5	12,0	12,0	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

GRAFICO 10



Elaborado por: Investigador

### ANALISIS E INTERPRETACION

El 88% de los clientes encuestados manifiesta que los precios que mantiene la empresa “SEGUVIT” si son competitivos, mientras que el 12% lo califican que los precios no son competitivos. Esto, en valores absolutos corresponde a treinta y cinco y cinco personas encuestadas.

Por lo tanto, según los clientes encuestados de la empresa, manifiestan que si se maneja precios competitivos en el momento de la venta, en relación a la competencia, dentro del mercado local.

**Pregunta9.-** ¿Como lo calificaría el producto que ofrece la empresa “SEGUVIT” a sus clientes?

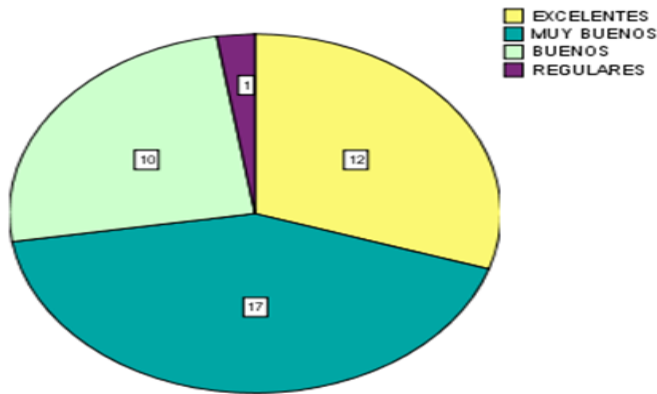
### ACEPTACION DEL PRODUCTO

**TABLA 9**

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
EXCELENTES	12	30,0	30,0	30,0
MUY BUENOS	17	42,0	42,0	72,5
BUENOS	10	25,0	25,0	97,5
REGULARES	1	3,0	3,0	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**GRAFICO 11**

### ACEPTACION DEL PRODUCTO



Elaborado por: Investigador

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En lo que relaciona a estos ítems se puede decir, que la mayoría de clientes, representa al 43% manifestando que el producto es muy bueno, seguidos con el 30% que lo califica que el producto es excelente, mientras que el 25% de los clientes encuestados manifiesta que el producto que ofrece la empresa es bueno, y el 3% que es regula el producto, mientras que la otra alternativa no manifiestan ningún comentario. Estos valores corresponden a diecisiete, doce, diez y una personas encuestadas.

Por lo tanto existe una cantidad considerable de clientes que manifiestan que el producto que brinda la empresa es muy bueno. Pero sería importante llegar a obtener un producto de calidad excelente, que permita mantener encantados a los clientes de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato.

**Pregunta10.-** ¿Con que frecuencia adquiere el producto de la empresa “SEGUVIT”?

### FRECUENCIA DE COMPRA

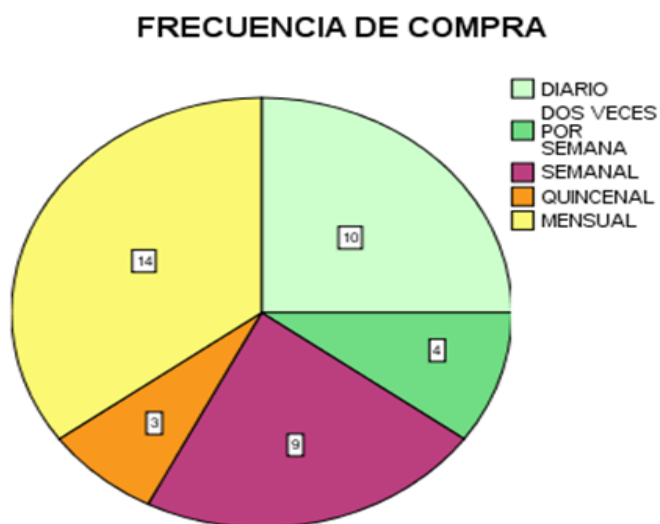
TABLA 10

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado



DIARIO	10	25,0	25,0	25,0
DOS VECES POR SEMANA	4	10,0	10,0	35,0
SEMANTAL	9	23,0	23,0	57,5
QUINCENAL	3	7,0	7,0	65,0
MENSUAL	14	35,0	35,0	100,0
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

GRAFICO 12



Elaborado por: Investigador

### ANALISIS E INTERPRETACION

En lo referente a estos aspectos de frecuencia de compra, se puede analizar que el 35% de los clientes encuestados manifiesta que adquieren el producto mensualmente, mientras que el 25% lo realizan la compran diariamente, pero el 23% de los clientes lo

hacen semanalmente, seguidos del 10% que lo adquiere dos veces por semana y el 7% lo compra cada quince días, en valores absolutos corresponde a catorce, diez, nueve, cuatro y tres personas respectivamente.

Por los resultados obtenidos, se puede apreciar que los clientes que adquieren el producto en un mayor porcentaje son mensualmente. Sería importante manejar estrategias, para que lo adquieran el producto semanalmente y así poder incrementar las ventas de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato.

**Pregunta11.-** ¿La no entrega oportuna del producto, usted cree que se deba ha?

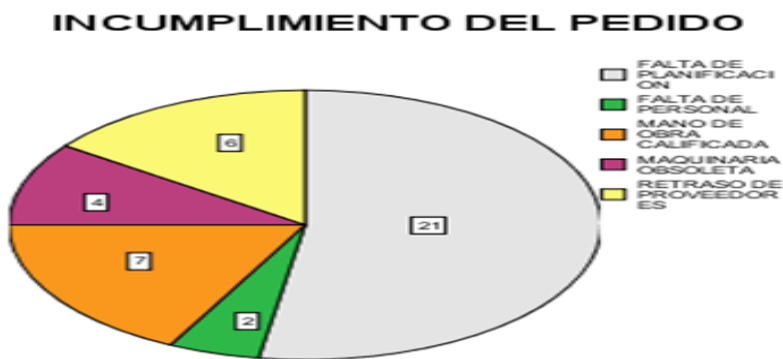
### INCUMPLIMIENTO DEL PEDIDO

TABLA 11

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
FALTA DE PLANIFICACION	21	53,0	53,0	52,5
FALTA DE PERSONAL	2	5,0	5,0	57,5
MANO DE OBRA CALIFICADA	7	17,0	17,0	75,0
MAQUINARIA OBSOLETA	4	10,0	10,0	85,0
RETRASO DE PROVEEDORES	6	15,0	15,0	100,0

<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	
--------------	-----------	--------------	--------------	--

**GRAFICO 13**



Elaborado por: Investigador

**ANALISIS E INTERPRETACION**

El 53% de los clientes encuestados manifiesta que falta planificación en la organización, mientras que el 17% de los encuestados manifiesta que falta mano de obra calificada, también existe un 15% de los personas encuestadas que indican que existe retraso de los proveedores, pero el 10% de las personas lo consideran que la maquinaria esta obsoleta,

y el 5% de los encuestados manifiestan que es por falta de personal calificado. Esto en valores corresponde a cuarenta personas encuestadas. Y en valores absolutos corresponde a veintiuno, siete, seis, cuatro y dos personas encuestadas.

De acuerdo a los resultados obtenidos existe una cantidad considerable de clientes que manifiestan, que no se maneja una planificación adecuada dentro de la organización, su maquinaria es obsoleta, la misma que no agiliza la elaboración y producción del producto, para una entrega oportuna y a tiempo en los pedidos realizados por el cliente.

### **4.3 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS**

Con los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a clientes actuales de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, se tomó como referencia las preguntas y respuestas de la pregunta número 1, y número 7, para así proceder a realizar la verificación de la hipótesis, para comprobar si es necesario o no la Implantación del sistema de calidad en la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, basado en la Norma ISO 9001:2000, para obtener un producto de calidad, que permita incrementar las ventas y maximizar las utilidades de la empresa.

#### **4.3.1 Modelo Lógico.**

**H<sub>0</sub>:** “La Implantación del sistema de calidad no permitirán incrementar los volúmenes de venta para maximizar las utilidades de la empresa “SEGUVIT”. De la ciudad de Ambato.”

**H<sub>1</sub>:** “La Implantación del sistema de calidad si permitirán incrementar los volúmenes de venta para maximizar las utilidades de la empresa “SEGUVIT”. De la ciudad de Ambato.”

#### **4.3.2 Nivel de significancia.**

El nivel de significancia con que se trabajó es del 5%.

#### 4.3.3 Elección de la prueba estadística Chi cuadrado.

$$X^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

En donde:

$\Sigma$  = Sumatoria

O = Datos observados

E= Datos Esperados

#### 4.3.3 Combinación de frecuencias

#### VALORES REALES

TABLA 12

POBLACION	ALTERNATIVAS		TOTAL
	SI	NO	
SISTEMA DE CALIDAD	38	2	40
INCREMENTO DE VENTAS	32	8	40
<b>TOTAL</b>	<b>70</b>	<b>10</b>	<b>80</b>

TABLA 13

#### FRECUENCIAS ESPERADAS

POBLACION	ALTERNATIVAS	
	SI	NO
SISTEMA DE	35,0	5,0

CALIDAD		
INCREMENTO DE VENTAS	35,0	5,0

FUENTE: Encuestas realizadas a clientes externos de la empresa

**Elaborado por:** Patricio Castelo M.

#### 4.3.4 Calculo del grado de libertad

El grado de libertad es igual a la multiplicación del número de las filas menos uno por el numero de columnas menos uno así:

$$Gl = (F-1) (C-1)$$

$$Gl = (2-1) (2-1)$$

$$Gl = (1) (1)$$

$$Gl = 1$$

**Donde:**

Gl = Grado de libertad.

C = Columnas de la tabla

F = Hilera de la tabla

Entonces tenemos que  $Gl = 1$ ; y el nivel de significancia es de 0,05; en la tabla H de distribución Chi cuadrado que equivale a 3,841; por lo tanto:

$$X^2 = \text{critico} = 3,841 (X_2)$$

#### 4.3.5 Cálculo matemático

Este cálculo se utilizó para evaluar la hipótesis nula, que no haya asociación entre las dos variables, para ello se calculó el Chi cuadrado, comprobando los valores obtenidos

especialmente con los de la distribución teórica, dados los totales obtenidos en los que no haya ninguna asociación entre las variables.

**TABLA 14**

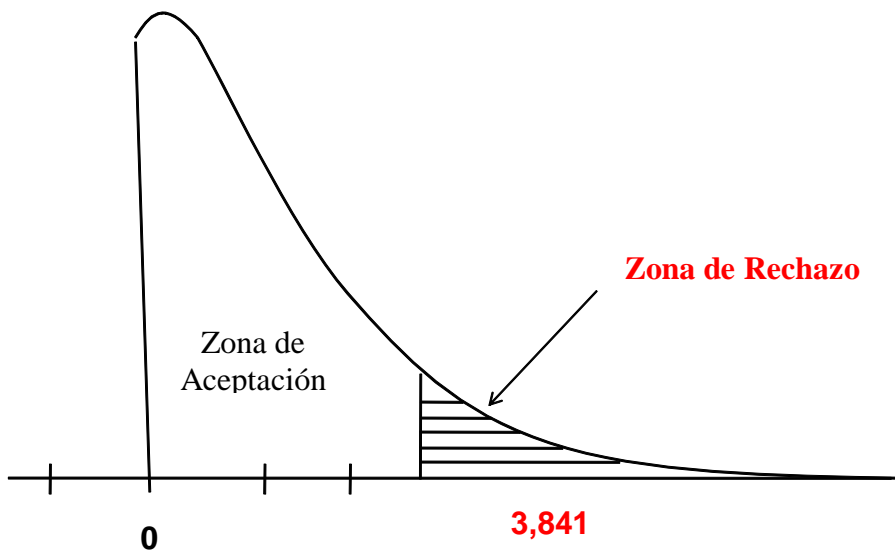
		O	E	O - E	(O - E) <sup>2</sup>	(O - E) <sup>2</sup> E
SISTEMA DE CALIDAD / SI	DE	38	35,0	3,0	9,0	0,26
SISTEMA DE CALIDAD/ NO	DE	2	5,0	-3,0	9,0	1,80
INCREMENTO DE VENTAS / SI	DE	32	35,0	-3,0	9,0	0,26
INCREMENTO DE VENTAS / NO	DE	8	5,0	3,0	9,0	1,80
					<b>x<sup>2</sup> =</b>	<b>4,12</b>

FUENTE: Encuestas realizadas a clientes de la empresa

**Elaborado por:** Patricio Castelo M.

## REPRESENTACION GRÁFICA DEL CHI CUADRADO

**GRAFICO 14**



FUENTE: Encuestas realizadas a clientes de la empresa

**Elaborado por:** Patricio Castelo M.

#### 4.3.6 Decisión final.

El valor  $X_2 = 3.841 < X_1 = 4,12$  y de acuerdo a lo establecido se acepta la hipótesis alterna, es decir, que “La Implantación del sistema de calidad sí permitirá el incremento de las ventas y maximizar las utilidades de la empresa “SEGUVIT”, por consiguiente se rechaza la hipótesis nula.



## **CAPITULO V**

### **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1 CONCLUSIONES**

De acuerdo a los resultados obtenidos, se pudo llegar a la conclusión, que los clientes externos de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, consideran que sería un aporte fundamental para la industria carrocera. Diseñar un Sistema de Calidad, la misma que ayudaría a obtener un producto de calidad, mejorar el desempeño, coordinar y planificar la producción de la empresa, en cumplimiento de la satisfacción y expectativas del cliente.

En este caso los clientes de la empresa “SEGUVIT” requieren que exista calidad en los productos, a precios accesibles que satisfagan las necesidades y expectativas requeridas por el cliente.

En el servicio que presta la empresa “SEGUVIT” a los clientes, se puede evidenciar que es muy bueno. También se observa que existe una buena relación productor-cliente logrando satisfacción en los clientes.

Es importante el porcentaje de los clientes activos que posee la empresa “SEGUVIT”, los mismos que manifiestan que el producto, La Calidad en el servicio, la entrega oportuna del producto, las facilidades de comunicación, el precio, son factores importantes para mantener un cliente activo, el mismo que permanece leal y atrae más clientes para la empresa, garantizando una satisfacción total de los clientes.

Se puede apreciar que en su mayoría el cliente asiste personalmente a adquirir el producto personalmente en la empresa mismo, También existe un buen número de clientes que los pedidos lo realiza por medio del teléfono por prestar las debidas atenciones y facilidades al momento de realizar sus pedidos, el mismo que significa un ahorro de tiempo para los clientes.

Se pudo evidenciar que los clientes de la empresa “SEGUVIT” están seguros que si se mejora la calidad del producto con la Implantación del Sistema de Calidad, se incrementarían las ventas en un mayor número, obteniendo mejores utilidades para la empresa.

Según los resultados obtenidos de las encuestas, realizadas a los clientes de la empresa “SEGUVIT” manifiestan que los precios que maneja la empresa con el producto, indican que si son competitivos y de calidad en relación a la competencia, motivo principal para realizar la compra del producto.

Ante todo el producto que ofrece la empresa “SEGUVIT”, busca garantizar a largo plazo la supervivencia, el crecimiento, la rentabilidad de la organización, maximizando su competitividad mediante el aseguramiento permanente de la calidad del producto, para satisfacción de los clientes.

En Conclusión podemos manifestar que los clientes de la empresa “SEGUVIT” la compra lo realizan la mayoría mensualmente, También existe un porcentaje considerable que lo realiza quincenalmente, por lo que se debería tomar mucha en la

demás alternativas, para mejorar la frecuencia de la compra del producto que ofrece la empresa.

Se puede manifestar que la empresa “SEGUVIT” no cuenta con una planificación adecuada, para realizar los trabajos, generando malestar a los clientes en la entrega oportuna del producto, no dispone de mano de obra calificada y su maquinaria es obsoleta, por lo que existe retraso en los pedidos del producto a los clientes.

También se puede apreciar que la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, no cuenta con estrategias de publicidad, por lo que los resultados que arrojan las encuestas son negativos, los clientes manifiestan que solo conocen a la empresa por medio de amistades, y no conocen por otros medios publicitarios.

## **5.2. RECOMENDACIONES**

La recomendación para el gerente de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, sería: De acuerdo a la investigación y los resultados de las encuestas obtenidas que se

Implante el Sistema de Calidad basado en la Norma ISO 9001:2000, especialmente para que su producto sea mejor en calidad y el servicio sea excelente, en busca de la satisfacción total del cliente.

Es fundamental que la alta dirección de la empresa, se comprometa con los procesos del Sistema de Calidad basado en la Norma ISO 9001:2000, por lo que ellos deben dar el ejemplo de compromiso, de responsabilidad y sobre todo de liderazgo, para el cumplimiento de los objetivos de calidad en cuanto al producto y servicio que ofrece la empresa.

Implementar programas de capacitación acordes a las necesidades de los empleados, para de esa manera hacerlos mucho más efectivos en el servicio, aplicación, permitiendo un verdadero incremento en el ánimo, en el desempeño y la productividad de los empleados, en consecución de las metas planteadas por la empresa, teniendo como enfoque primordial la calidad del producto, atención y satisfacción total de los clientes.

El gerente de la empresa deberá aplicar estrategias de calidad en el servicio para mantenerlos encantados a los clientes, sugerir la creación de un correo electrónico o una página WEB, para facilitar los pedidos del producto a los clientes.

El Sistema de Calidad garantizará a la empresa obtener un producto de calidad e incrementará las ventas, satisfaciendo las necesidades y expectativas de los clientes, por lo tanto los estándares de calidad del producto los fijará la propia empresa, basándose en lo que el cliente requiere, de acuerdo a su mercado competitivo.

Mediante la implantación del Sistema de Calidad, el gerente deberá garantizar la calidad del producto a los clientes a precios menores que la competencia, mediante una planificación de las actividades o procesos para la elaboración del producto a precios competitivos.

Es necesario que el personal interno de la empresa “SEGUVIT”, se capacite sobre el Sistema de Calidad, el mismo que permitirá ofrecer un producto y servicio de calidad a los clientes, manteniendo como eje principal la satisfacción y atención al cliente, comprometiéndolos a adquirir más seguido los productos que ofrece la empresa.

El Sistema de Calidad permitirá obtener un producto de calidad para los clientes, el mismo que generara una mayor concurrencia de los clientes a la empresa por adquirir el producto a un tiempo menor de lo esperado, para mejorar la frecuencia de la compra del producto que ofrece la empresa.

El gerente deberá organizar reuniones con el personal de su empresa, para que cada responsable de los trabajos, explique cómo se desarrolla las actividades en cada área, y así, poder agilizar los procesos, para una entrega oportuna del producto y servicio a sus clientes, También la organización debería tener una planificación adecuada y sugerir cambios o ideas para una entrega oportuna del producto en beneficio y mejora permanente de la empresa.

De acuerdo a la negativa de los clientes en cuanto al desconocimiento de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, se recomendará al gerente propietario de la empresa que invierta en publicidad en medios masivos como: la radio, televisión, prensa, haciendo conocer a la empresa a nivel local y Nacional, para ganar un mayor número de clientes, e incrementar las ventas, obteniendo mayores utilidades para la empresa.

## CAPITULO VI

### 6. PROPUESTA

#### TITULO

Diseñar un Sistema de Calidad, basado en la Norma ISO 9001:2000, para incrementar las ganancias, mediante el crecimiento del volumen de ventas de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato.

#### 6.1 DATOS INFORMATIVOS

<b>Institución Ejecutora:</b>	Empresa “SEGUVIT”
<b>Beneficiarios:</b>	Empresa “SEGUVIT”, Directivos, clientes internos y externos.
<b>Teléfono:</b>	032 748390 - 082980854.
<b>Ubicación:</b>	Sector Huachi Totoras, Cantón Ambato.
<b>Responsable:</b>	Raúl Espín Ortiz(Gerente General).
<b>Equipo Técnico Responsable:</b>	Nivel Ejecutivo y Nivel Operativo de la empresa
<b>Costo de la Propuesta:</b>	(30.000) dólares.
<b>Financiamiento:</b>	Recursos propios de la empresa
<b>Tiempo Estimado para la Ejecución:</b>	
Inicio: Junio 2011	Finalización: Septiembre 2011

#### 6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

Diseñar un Sistema de Calidad, debería ser una decisión estratégica de toda organización, para la consecución de objetivos, de tal manera que su actividad se oriente

al mejoramiento de la competitividad nacional, con énfasis en la búsqueda de respuestas a los problemas cotidianos que presenta la empresa.

No es el propósito de esta norma internacional, proporcionar uniformidad en la estructura de los sistemas de calidad o en la documentación. Esta norma internacional pueden utilizarla partes internas y externas de una organización, para un mayor desempeño laboral, obtener producto de calidad, maximizar las utilidades, mediante el incremento de las ventas, ofreciendo información y estímulo a los clientes para la compra constante del producto, además, poder ofrecer un servicio excelente; todo esto se lograra diseñando un sistema de calidad, basado en ISO 9001:2000, para cumplir los requisitos y exigencias del cliente, de este mercado tan competitivo como es el nuestro.

En la empresa “SEGUVIT”, las ventas no son las deseadas, pero los clientes se mantienen satisfechos con el producto que compran a la empresa, por lo que es importante Diseñar un sistema de calidad, para ofrecer un producto excelente a los clientes, para eso se debe conservar proveedores de calidad, y que el precio de sus insumos no varíen constantemente, los productos deberán comprarse utilizando recursos actuales que posee la empresa, de tal manera que el precio final siga siendo razonable para los clientes, el usuario o comprador final.

### **6.3 JUSTIFICACIÓN**

Hoy en la actualidad el mercado Ecuatoriano, se caracteriza por estar en constante cambio, debido a que en las empresas y la palabra calidad se ha convertido en una de las más usadas; su significado y aplicación son de vital importancia para toda organización, esta palabra encierra el significado de la diferencia entre el éxito y el fracaso, involucra un esfuerzo en el cual deben participar todos sus colaboradores de la empresa, en todos los niveles, tanto Administrativos como operativos, ya que su correcta aplicación puede determinar el que una empresa, pueda mantenerse firme dentro de un ambiente tan competitivo como es nuestro mercado actual.

Entonces cabe señalar que si la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, es una empresa que esta dedicada a la transformación y Comercialización de vidrio templado, para la industria carrocera, arquitectónica e industrial a nivel local y nacional, triunfe y lo siga haciendo, para una mayor permanencia dentro del mercado, y con un crecimiento duradero, Se debe considerar como un factor fundamental, el diseñar un sistema de calidad, basado en la Norma ISO 9001:2000, todos estos beneficios se extenderán a toda la empresa, pues un análisis de esta magnitud podrá descubrir muchos errores que se estén pasado por alto, y así poder identificar, para dar solución a los problemas existentes.

Al estar en constante relación con los clientes y luego del estudio realizado en la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, se pudo determinar que la empresa presenta problemas en el recurso humano calificado, en la tecnología, publicidad y ventas, debido a que no existe capacitación a su personal, renovación de su tecnología, no se apoya de la publicidad, y no promociona la empresa ni el producto a los clientes, para así poder dar a conocer la calidad del producto y los beneficios que prestará la empresa con el sistema de calidad basado en la Norma ISO 9001:2000; provocando una paralización en cuanto a su participación dentro del mercado, lo que esta permitiendo a la competencia mejorar su situación dentro del mercado.

Razón fundamental, para que el gerente propietario de la empresa “SEGUVIT”, tome en consideración está propuesta de Diseñar un Sistema de Calidad, y proponer soluciones estratégicas en beneficio de la empresa, para obtener un producto de calidad e incrementar el volumen de ventas, generando utilidades para la empresa. Y por medio de la publicidad se hará conocer a la empresa, mediante los medios masivos de la localidad, para ganar un mayor numero de clientes y por medio de ellos tener un volumen mayor de ventas, se propondrá mejorar el servicio y atención al cliente; todos estos argumentos se podrán dar con el involucramiento de todo el personal de la empresa, comprometiéndose a realizar un trabajo en equipo en todas las actividades



diarias a realizarse. Garantizando un producto de calidad a nuestros clientes, a precios accesibles y menores que la competencia.

## **6.4. OBJETIVOS**

### **6.4.1 OBJETIVO GENERAL**

Diseñar un Sistema de Calidad basado en la Norma ISO 9001:2000, para garantizar la calidad del producto e incrementar las ventas de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, mediante la Satisfacción de las necesidades del cliente.

### **6.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Elaborar un Manual de Calidad basado en la Norma ISO 9001:2000, que garanticen un mejoramiento continuo en los procesos del producto de una forma organizada, para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente.

Establecer Estrategias de Calidad Total, que permitan la participación activa del personal Administrativo como Operativo, para lograr un servicio de calidad y un mayor desempeño laboral en la empresa.

Socializar las Estrategias del Sistema de Calidad, basado en la norma ISO 9001:2000, para garantizar un productoy servicio de calidad a los clientes de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, satisfaciendo sus necesidades.

## **6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD**

### **Política**

La propuesta que se realiza para la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, es viable por lo que existe interés en su Gerente propietario, el diseñar un sistema de calidad basado en la Norma ISO 9001:2000, ya que en este momento el Gobierno Ecuatoriano y sus leyes apoyan a las pequeñas y medianas empresas en la producción nacional, por lo que el gobierno Nacional esta controlando el ingreso del producto extranjero y mejor esta promoviendo la compra de nuestro producto en todo el país.

### **Socio-Cultural**

Las compras del producto se ha disminuido en la empresa “SEGUVIT”, por la exigencia de los clientes que cada vez exigen un producto de calidad, y con la finalidad de satisfacer al cliente que es la razón de ser de la empresa, se ha propuesto diseñar un Sistema de Calidad basado en la Norma ISO 9001:2000, para ofrecer un producto en optimas condiciones a los clientes, garantizando que con este sistema de calidad se repita los hábitos de compra, se fidelice los clientes a los productos o servicios que ofrece la empresa. Consiguiendo de esta manera beneficios para la empresa, Obteniendo una capacidad de permanencia y supervivencia de la organización a largo plazo dentro del mercado local, con un producto de calidad superior al de la competencia.

### **Tecnología**

La empresa “SEGUVIT” no cuenta con una tecnología de punta, lo que permite una disminución en su capacidad de producción y sus ventas son cada vez más bajas, dando mayores oportunidades a su competencia, de posesionarse dentro del mercado con un mayor número de clientes.

La empresa debe contar con una tecnología adecuada y cumplir con los requisitos del modelo de calidad, de tal manera que se garantice un producto de seguridad, para incrementar los volúmenes de venta de la empresa.

### **Organización**

La empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, a través de su gerente propietario Raúl Espín, está dispuesto a mejorar los aspectos organizativos y operativos de la empresa, que es un grupo social que esta dispuesto a enfrentar los cambios necesarios que ameriten y signifique un cambio en su empresa.

Sin una buena técnica de organización empresarial u operativa. No es posible producir un producto de buena calidad en nuestro mercado. Ya que una mala organización, genera un producto deficiente. Por lo que toda mejora, redundará en beneficio de la calidad final del producto y de la satisfacción del consumidor final. Que es lo que pretende la empresa “SEGUVIT” mejorar toda la organización, que a la larga a todos nos beneficiaría en el desarrollo empresarial

### **Equidad de Género**

La calidad en los productos, y la igualdad técnica de las empresas y organizaciones. Es difícilmente superable por los tradicionales métodos tecnológicos. Han hecho que cada vez sea más difícil diferenciar los productos de calidad, y garantizar satisfacción en el consumidor final, por este motivo la empresa “SEGUVIT”, necesita del aporte de las empresas carroceras, arquitectónicas e industriales, para llevar a cabo sus actividades laborales con éxito.

La mejor forma de mejorar la producción con los medios materiales existentes. Es mejorando la organización que maneja y gestionando los medios de producción como un todo, siguiendo principios de liderazgo, participación e implicación, orientación hacia la gestión del sistema de procesos que simplifica los problemas, el análisis de los datos incluyendo sobre todo al consumidor y a la mejora continua. Los que permitirán conocer y mejorar las capacidades de la organización. De este modo, es posible mejorar el producto de forma constante y satisfacer cada vez más las exigencias del consumidor.

### **Ambiental**

El diseñar un modelo de calidad requiere del cuidado y conservación del medio ambiente en todas las acciones de la empresa por lo que se debe considerar lo siguiente:

- Establecer políticas ambientales precisas y claras.
- Minimizar permanentemente el impacto ambiental que puedan generar los diferentes procesos de la empresa.
- Utilizar tecnología de bajo impacto ambiental.
- Participar con la comunidad en la protección y recuperación de los ecosistemas de la Provincia.

### **Económico**

Es viable la propuesta de diseñar un sistema de calidad, para la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato, por el gran número de empresas carroceras que existe en el Ecuador, especialmente en la provincia de Tungurahua, por lo que la provincia de Tungurahua es la que cuenta con un mayor número de empresas carroceras (50), las mismas que garantizarán el trabajo y supervivencia a largo plazo de la empresa, ofreciendo un producto nacional de calidad.

### **Financiero**

La empresa “SEGUVIT”, se dedica a la transformación y Comercialización de vidrio templado para la industria carrocera en la ciudad de Ambato, se encuentra en capacidad de solventar las actividades que se presenten para obtener una certificación ISO 9001:2000, con la finalidad de posicionar a la empresa en el mercado, ofreciendo un producto de calidad a sus clientes, de tal manera que permitirá mejorar su situación financiera en el futuro.

## **Legal**

Es factible por lo que las leyes actuales del gobierno Nacional, amparan e incentivan a la producción nacional, han impulsado favorablemente el crecimiento a las pequeñas y medianas empresas a nivel local y Nacional, es por esta razón que la empresa “SEGUVIT” realizará sus actividades cumpliendo con las normas legales, disposiciones establecidas en cuanto tiene que ver con la pequeña empresa.

## **6.6 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

La Norma ISO 9001:2000, es un método de trabajo, que se considera tan bueno, para mejorar la calidad y satisfacción de los clientes. La Norma ISO 9001:2000, especifica los requisitos para un buen sistema de gestión de la calidad que pueden utilizarse para su aplicación interna por las organizaciones.

Se entiende por Gestión de la Calidad el conjunto de actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la calidad. Generalmente incluye la política de la calidad y los objetivos de la calidad, así como la planificación, el control, el aseguramiento y la mejora continua de la calidad.

### **6.6.1 ESTRUCTURA DE LA NORMA ISO 9001:2000**

Por ser la Norma ISO 9001:2000 la única norma que sirve para la certificación y además, recoge los requisitos mínimos de un Sistema de Gestión de la Calidad, pasará a continuación a desarrollarla.

Los requisitos de la Norma ISO 9001:2000 se estructuran en cinco apartados (ver grafico 15) que son:

Responsabilidad de la dirección (5)

- Gestión de los Recursos (6)
- Realización del producto (7)
- Medición Análisis y Mejora (8)

**GRAFICO 15**

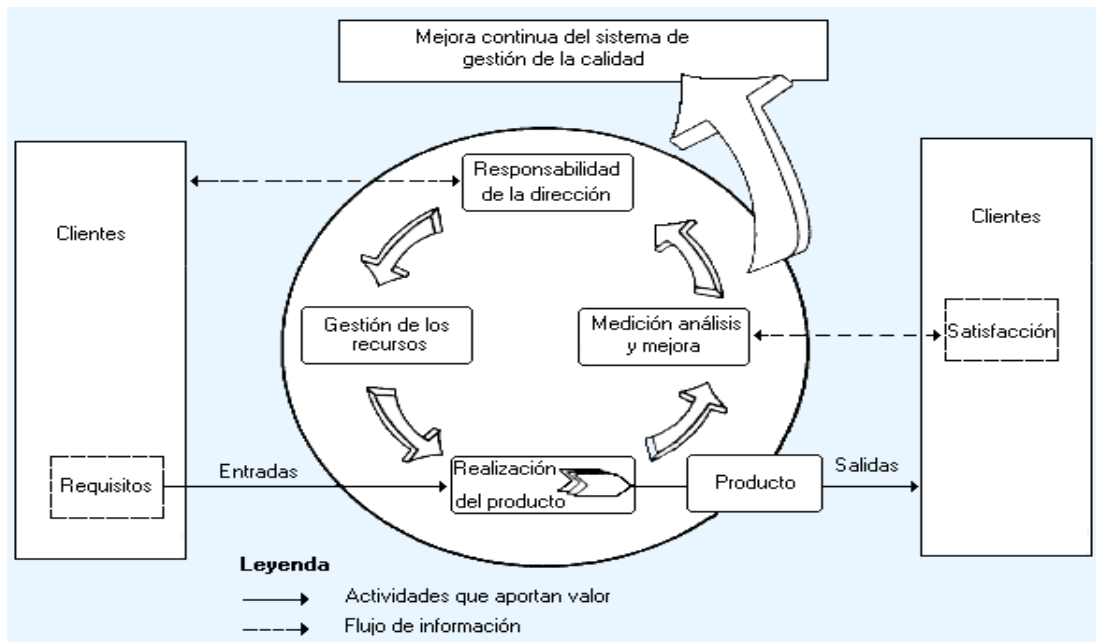


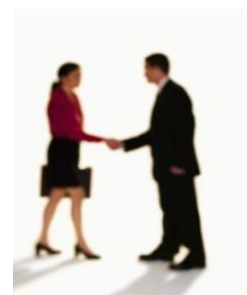
Ilustración 1.- Modelo de procesos de un SGC (Fuente: UNE-EN ISO 9001:2000)

### 6.6.2 PRINCIPIOS DE LA NORMA ISO 9001:2000

Se considera básico en cualquier empresa que quiera perdurar en el mercado. Aunque no se quiera obtener la certificación. Es recomendable seguir los principios de la norma.

Los 8 principios básicos de la gestión de la calidad o excelencia.

#### 1. Organización enfocada a los clientes.



Todas las organizaciones dependen de sus clientes, por lo tanto es necesario comprender sus necesidades actuales y futuras, cumplir con sus requerimientos y esforzarse en rebasar las expectativas de los clientes.



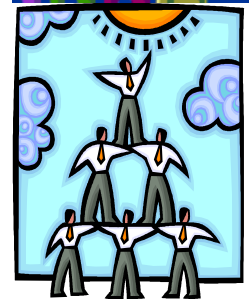
## **2. Liderazgo**

Los líderes son los llamados a establecer la unidad de propósito y llevar el rumbo de la dirección de la empresa. Ellos deben crear y mantener un ambiente de trabajo interno, que garantice la participación activa de su personal, logrando involucrar en su totalidad su personal, para lograr los objetivos planteados por la empresa.



## **3. Compromiso de todo el personal**

El personal que se involucra en todos los aspectos de la empresa, constituyen un factor fundamental en la misma, sus ganas de participación permite desarrollar sus capacidades de lo mejor, para poder aprovecharlas en beneficio de la empresa.



## **4. Enfoque a procesos**

Los resultados requeridos se logran más eficientemente cuando se maneja bien los recursos y las actividades de la empresa, se gestionan mediante un proceso.



## **5. Gestión basada en los Sistema**

Identificar, entender y gestionar un sistema en cuanto a los procesos interrelacionados para un objeto dado, contribuye a mejorar la eficacia y eficiencia de la empresa al momento de conseguir sus objetivos.

## **6. Mejora continua**

La mejora continua debería ser el objetivo permanente de toda la empresa.



## **7. Toma de decisiones basadas en hechos**

Las decisiones efectivas se basan en los análisis y en la información obtenida.

## **8. Relaciones mutuamente beneficiosas con los proveedores**

La organización con sus proveedores son independientes, pero una relación mutua es beneficiosa para aumentar la capacidad de las dos partes para crear un valor y satisfacción de sus clientes



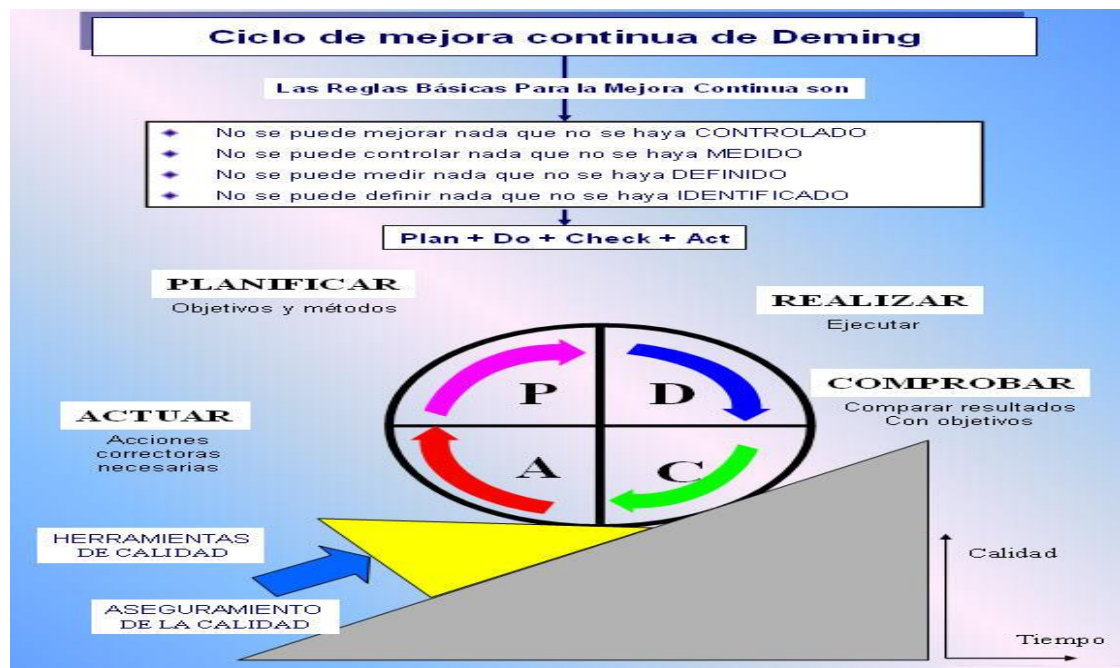
### **6.6.3 METODOLOGIA “PDCA”**

La mejora continua se define como un procedimiento según el cual se planifican acciones encaminadas a la mejora de las actividades desarrolladas por las empresas, se



ejecutan esas acciones midiendo los resultados que han supuesto y actuado de acuerdo al producto.

GRAFICO 16



<http://es.kioskea.net/contents/qualite/qualite-introduction.php3>

#### 6.6.4 DIAGNOSTICO DEL SISTEMA DE CALIDAD

Antes de realizar el diagnóstico es conveniente socializar a todo el personal de la Empresa sobre el Sistema de Gestión de la Calidad, explicar la metodología y las fases como se va a desarrollar el proyecto. Se sugiere como una estrategia de sensibilización del personal, se busque conocer casos exitosos de entidades que han implementado la Norma ISO 9001:2000, con el propósito de lograr un mayor compromiso.

#### ¿Qué es la Fase de Diagnóstico?

El diagnóstico del sistema de gestión de la calidad es la fase inicial del proyecto la cual se convierte en la radiografía de la entidad respecto al grado de aplicación de la Norma

ISO 9001:2000, Corresponde a una serie de actividades de recolección de información sobre la empresa acerca del estado actual de su Sistema de Gestión de la Calidad.

Esto se realiza a través de entrevistas y reuniones entre las personas asignadas para realizar

El diagnóstico y los responsables de las actividades en la empresa.

### **¿Por qué es conveniente realizar la Fase de Diagnóstico?**

Es conveniente aplicar esta fase, porque permite reconocer las diferencias existentes entre lo que tiene la entidad y lo que debería tener frente a los requisitos de la Norma ISO 9001:2000. Se convierte a su vez en el insumo clave para realizar la planeación de la implementación del Sistema de Gestión de la Calidad. Identifica y facilita la priorización de las oportunidades para la mejora.

### **Descripción de las Actividades:**

La planificación del diagnóstico incluye la definición del objeto, alcance, programa o agenda (personas a entrevistar, entrevistadores, fechas, horarios, lugares, etc.), listas de verificación (cuestionario de afirmaciones sobre la Norma ISO 9001:2000) y la definición de los recursos necesarios para el diagnóstico que permita identificar de manera cualitativa o cuantitativa, el estado actual de la entidad respecto a los requisitos de la Norma.

## **CUADRO 5**

### **6.6.5 FASE DE DIAGNÓSTICO DEL SISTEMA DE CALIDAD**

ENTRADAS	ACTIVIDADES	SALIDAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alta dirección y demás Servidores y trabajadores con conocimientos del proceso.</li> <li>• Normatividad legal aplicable a la empresa</li> <li>• Infraestructura física.</li> <li>• Servicios de apoyo (transporte, comunicaciones)</li> <li>• Documentación existente.</li> <li>• Estructura administrativa Y planta de cargos de la empresa.</li> </ul>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px; width: fit-content; margin-left: auto; margin-right: auto;">Planificar la realización del Diagnostico</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px; width: fit-content; margin-left: auto; margin-right: auto;">Ejecutar el Diagnostico</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin-left: auto; margin-right: auto;">Valorar el Informe del Diagnostico</div>	<b>INFORME DEL DIAGNOSTICO VALIDADO</b>

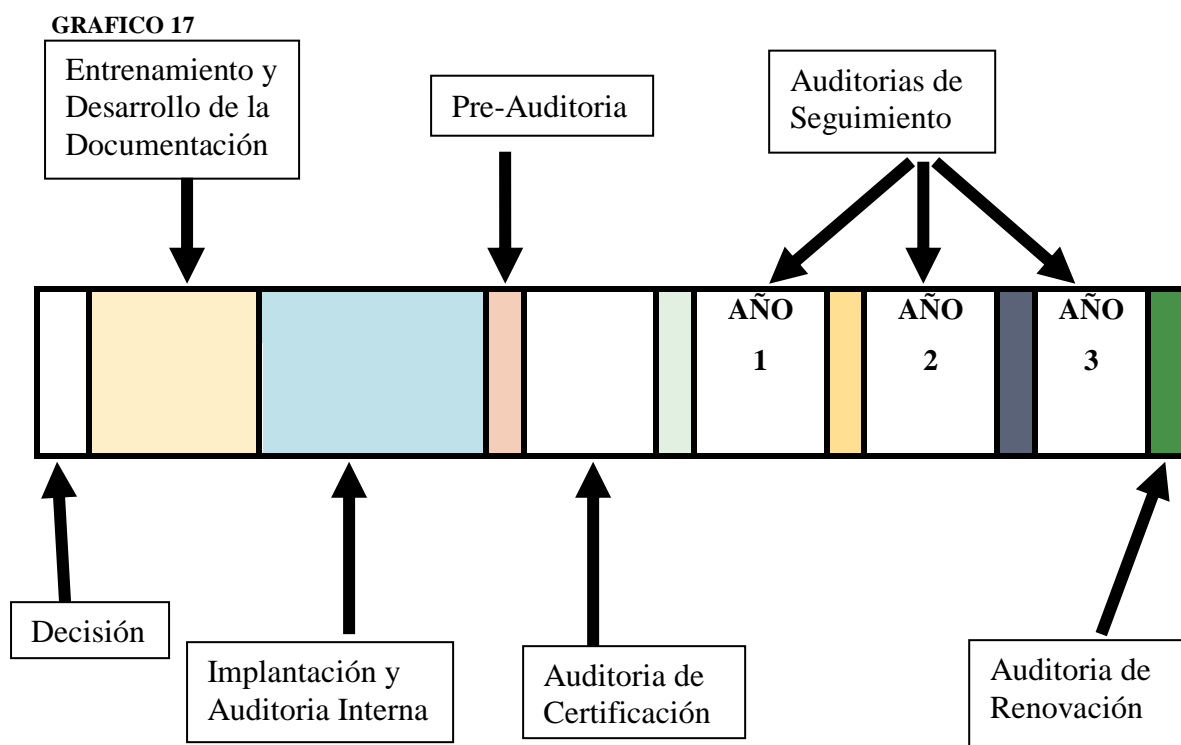
**Elaborado por:** Patricio Castelo M.

### 6.6.6 PROCESO DE IMPLEMENTACION DEL SISTEMA DE CALIDAD

El proceso de Implementación consta de:

- Decisión de la dirección para desarrollar el Sistema de Calidad
- Ejecución del diagnostico del sistema de Calidad (Mapeo y caracterización de procesos). El suministro de cursos de entrenamiento y capacitación requeridos y el desarrollo de la documentación.
- El Seguimiento y Evaluación de los productos de la capacitación, fruto del trabajo de los participantes del proyecto. Este seguimiento incluye la instrucción en el proceso del templado, Implantación y evaluación interna del sistema de Calidad de la empresa.
- Si la empresa decide la certificación deberá contactarse con una Certificadora autorizada y realizar los trámites respectivos.

## PROCESO DE IMPLEMENTACION DEL SISTEMA DE CALIDAD



### 6.6.7 PROBLEMAS DEL SISTEMA DE CALIDAD

1. Débil Compromiso de la alta Dirección.
2. Planteamiento como un programa desconectado de la estrategia y gestión diaria de la compañía.
3. Se cree que es un sistema de "arreglo rápido" de los problemas y procesos y su implantación efectiva requiere tiempo.
4. Se orienta, exclusivamente, para sacar un certificado de Calidad. Esto tiende al fracaso.
5. No existe el impulso constante de la dirección destinando tiempo a analizar avances, recapacitar y reconducir.
6. Choca frontalmente, con otras culturas tradicionales de la empresa y la vieja guardia quiere "dinamitar" los cambios si no hay nadie que se lo impida.

### **6.6.8 ESTRATEGIAS DEL SISTEMA DE CALIDAD**

Se debe analizar cada empresa aunque a nivel general podemos resumirlo en Cinco palabras:

- Liderazgo
- Compromiso de la dirección
- Información
- Formación y
- Paciencia

Una organización que sea capaz de "**amar**" el cambio estará alcanzando la excelencia.

### **6.6.9 BENEFICIOS DE LA NORMA ISO 9001:2000**

A continuación se enumeran algunos de los aspectos positivos de la certificación de un SGC de acuerdo a las Normas Internacionales de Calidad:

- Mejora el ordenamiento Interno de las Organizaciones
- Mejora el análisis de los productos y procesos a través de un sistema organizado
- Facilita el planeamiento de todas las actividades
- Control de Productos en Proceso
- Reducción de las No Conformidades
- Disminución de Costos
- Mejora Continua
- Control sobre Proveedores.

#### **6.6.10 DESVENTAJAS DE LA NORMA ISO 9001:2000**

La mayoría de las compañías han fracasado en su intento en la implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad.

Las Normas ISO poseen algo en común, la falta de compromiso. No alcanza solamente con cumplir los requisitos de documentación exigidos por la Norma, no alcanza con poner en marcha el sistema y dejarlo actuar por sí mismo. La verdadera diferencia está en la gente. Si los directivos no se involucran seriamente, si realmente no comprenden la necesidad de Cambiar, si no prestan atención a sus mercados, si no ponen en práctica un liderazgo participativo, si no impulsan una cultura de calidad a lo largo y a lo ancho de la organización, la implementación de las normas sólo será un mero requerimiento formal condenado al fracaso. Sólo el esfuerzo compartido de todos los integrantes de la organización hará posible que los beneficios de trabajar según los estándares de la Norma ISO se hagan realidad.

Otros motivos que pueden hacer que los resultados obtenidos no sean los deseados se relacionan con una mala definición de los objetivos de calidad, mala planificación, errores en la identificación y definición de los procesos críticos o una incorrecta evaluación costos-beneficios.

### 6.6.11 METODOLOGIA DE IMPLEMENTACION DEL SISTEMA DE CALIDAD BASADO EN LA NORMA ISO 9001:2000

Existen varios pasos fundamentales que debe tener en cuenta toda empresa que desee implantar un Sistema de Gestión de la Calidad. Durante todo este proceso se puede recibir asesoramiento de consultores independientes sobre la mejor manera de implantar un Sistema de Calidad, cuya experiencia en la implementación del Sistema de Gestión de la Calidad permitirá evitar costosos errores. Los pasos a seguir son los siguientes:

PASO No	PROCESO A SEGUIR	RESPONSABLE
1	<p align="center"><b>Información Sobre la Familia de las Normas ISO 9001:2000</b></p> <p>Capacitación a todos los niveles de la empresa. Considerar la realización de talleres, seminarios o cursos de formación disponible para todo tipo de necesidades, para aumentar los conocimientos generales de la Norma ISO 9001:2000.</p>	Dirección de la Empresa
2	<p align="center"><b>Creación de un Equipo y acuerdo de una Estrategia</b></p> <p>El proceso de Implementación comienza por preparar la estrategia de la empresa, La responsabilidad de un SGC corresponde a la alta dirección por lo que es vital que éste participe en los procesos desde sus inicios, y designe a un responsable de calidad.</p>	Dirección de la Empresa
3	<p align="center"><b>Diagnostico del Sistema de Calidad</b></p> <p>Evaluación de la empresa desde el criterio de la Norma ISO 9001:2000.</p>	Responsable de Calidad o Asesoría
4	<p align="center"><b>Planificación de la Implementación</b></p> <p>Decisión sobre los recursos a emplear y definición de la política de calidad de la empresa.</p>	D. de Empresa, Responsable de Calidad o Asesoría
5	<p align="center"><b>Documentación del Sistema</b></p> <p>Realización de un Manual de Calidad, Procedimientos e instrucciones técnicas.</p> <p>Un Manual de Calidad es un documento de alto nivel que recoge la intención de la empresa de operar de acuerdo con una serie de normas de calidad. Describe el objeto de la empresa, cuales son sus intenciones, como aplica la norma y como funciona la empresa. El Manual de Procedimientos respalda al Manual de Calidad, y describe lo que se hace para llevar a cabo una tarea. Explica quien hace cada cosa, en que orden y según que pautas.</p>	Responsable de Calidad o Asesoría

<b>PASO No</b>	<b>PROCESO A SEGUIR</b>	<b>RESPONSABLE</b>
<b>6</b>	<p align="center"><b>Formación e Información de los Implicados en los Procesos</b></p> <p>Puede ser simultánea con el paso anterior, los principios básicos de la implementación del SGC, son la comunicación y la formación. Durante la fase de Implementación, todos los involucrados deben seguir los procedimientos y registrar información que demuestre que realmente esta haciendo lo que dicen</p>	Responsable de Calidad o Asesoría
<b>7</b>	<p align="center"><b>Implementación</b></p> <p>Puede ser simultánea al paso anterior, se trata de desarrollar las actividades según los procedimientos desarrollados.</p>	Responsable de calidad o Asesoría
<b>8</b>	<p align="center"><b>Definición de Objetivos</b></p> <p>Basándose en los datos obtenidos por medio de la Implementación por medio de los registros, se definen objetivos que permiten elaborar un plan de actuación y seguimiento del proceso</p>	Dirección de la empresa y Responsable de calidad
<b>9</b>	<p align="center"><b>Auditoria Interna</b></p> <p>Puede ser realizada por la propia empresa o subcontratada, esta primera auditoria la debe realizar personal formado en la Norma ISO 9001:2000 y ha de tener una experiencia mínima a definir por la propia empresa.</p>	Equipos de Auditores de la propia empresa o Asesorías
<b>10</b>	<p align="center"><b>Elección de la Entidad de Certificación</b></p> <p>La Entidad de Certificación es un tercero, que evalúa la eficacia del SGC y emite un certificado si este cumple los requisitos de la norma. La elección de una entidad certificadora puede resultar compleja, pues que hay muchas que operan en el mercado. Algunos factores que se debe tomar en cuenta incluyen su experiencia en el sector, la cobertura geográfica, el costo y el nivel de servicios ofrecidos. La clave es encontrar la entidad que mejor satisfaga los requisitos de la empresa</p>	Dirección de la Empresa
<b>11</b>	<p align="center"><b>Pre-Auditoria Externa</b></p> <p>Esta pre-auditoria es realizada por la entidad de certificadora previamente a la certificación, algunas semanas de haber Implantado el Sistema de Calidad. Su finalidad es identificar las aéreas en la que la norma no se este cumpliendo (si las hay). Esto permite corregir los posibles problemas antes de la auditoria de Certificación.</p>	Entidad de Certificación  Responsable de Calidad



<b>PASO No</b>	<b>PROCESO A SEGUIR</b>	<b>RESPONSABLE</b>
<b>12</b>	<p align="center"><b>Auditoria de Certificación</b></p> <p>Para realizar esta auditoría se debe haber Implantado la totalidad del sistema al menos con tres meses de tiempo. En dicha auditoria, la Entidad de Certificación estudiará el SGC y determinará la convivencia de recomendar su certificación de acuerdo con la Norma.</p>	<p align="center">Entidad de Certificación</p> <p align="center">Responsable de Calidad</p>
<b>13</b>	<p align="center"><b>Auditorias de Mantenimiento</b></p> <p>Una vez recibida la Certificación y obtenido el Certificado, puede comenzar a publicar su éxito y promocionar su empresa. Para conservar la certificación, lo único que deberá hacer es seguir utilizando el SGC. La entidad de certificación lo comprobará periódicamente para garantizar el SGC, que sigue cumpliendo con la Norma.</p>	<p align="center">Entidad de Certificación</p> <p align="center">Responsable de Calidad</p>

[http://calidad-gestion.com.ar/rec\\_gratuitos/articulos/implementacion\\_iso\\_9000.pdf](http://calidad-gestion.com.ar/rec_gratuitos/articulos/implementacion_iso_9000.pdf)

#### **6.6.12 PRODUCTO CERTIFICADO**

VIDRIO DE 5-6 mm

#### **6.6.13 NOMBRE DEL PRODUCTO CERTIFICADO**

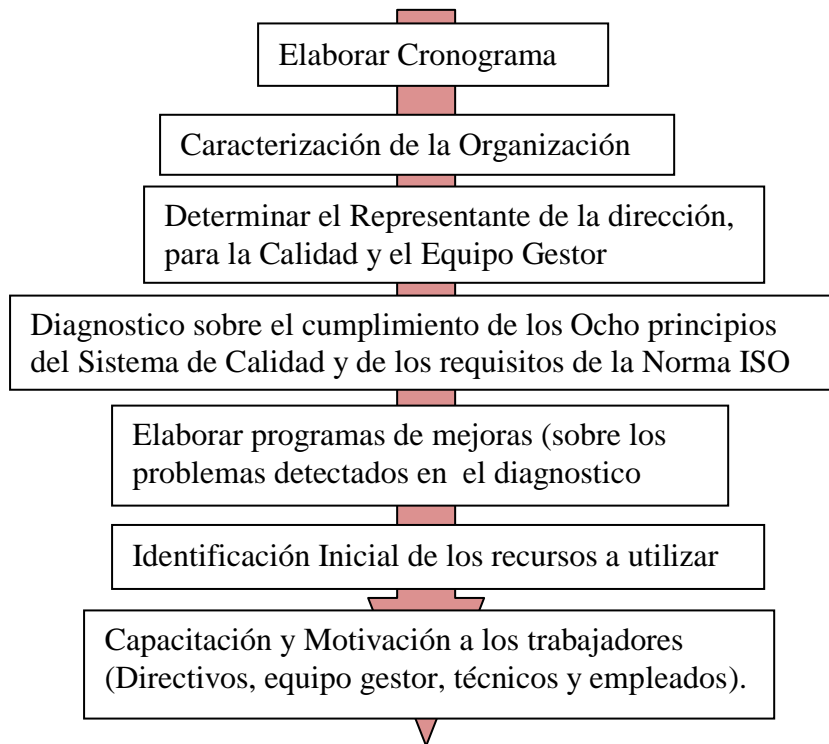
INEN 1669 Para Vidrio de seguridad de automotores, tipo templado



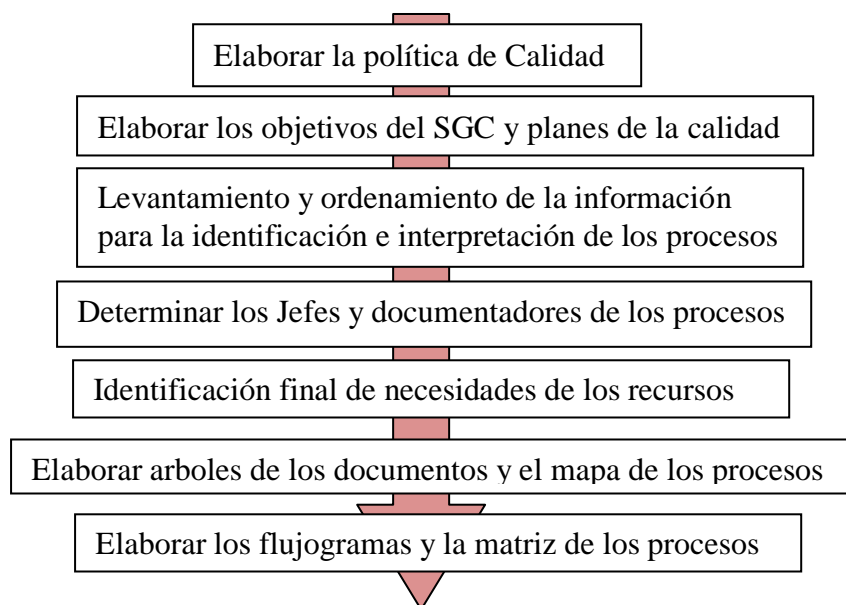
[http://es.wikipedia.org/wiki/Vidrio\\_templado](http://es.wikipedia.org/wiki/Vidrio_templado)

#### 6.6.14 ETAPAS DE IMPLEMENTACION DEL SISTEMA DE CALIDAD

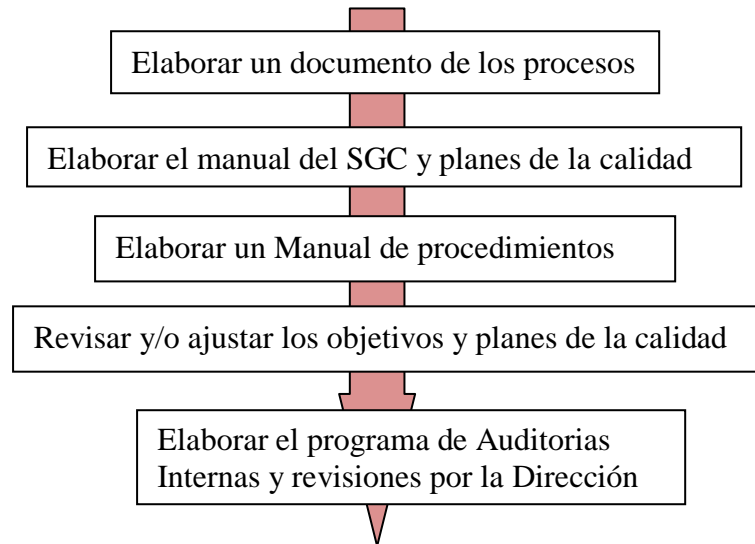
##### PRIMERA ETAPA: PREPARACION Y PLANIFICACION



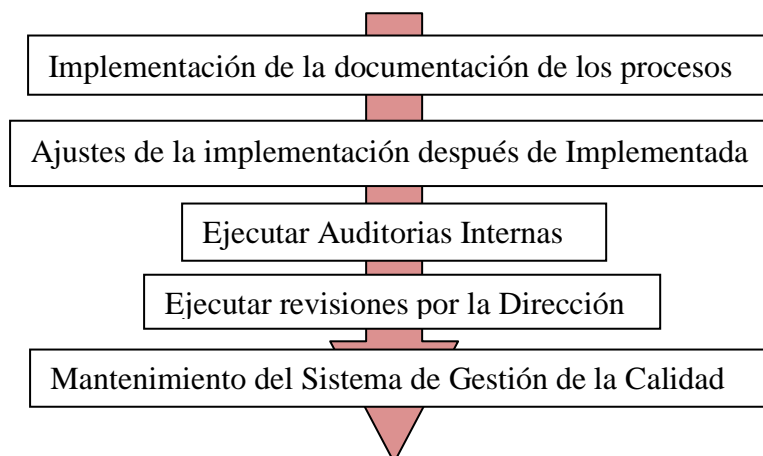
##### SEGUNDA ETAPA: DISEÑO DEL SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD



**TERCERA ETAPA: DOCUMENTACION DEL SITEMA DE GESTION DE LA CALIDAD**



**CUARTA ETAPA: IMPLEMENTACION Y MANTENIMIENTO DEL SITEMA DE GESTION DE LA CALIDAD**



**Elaborado por:** Patricio Castelo M.

## **6.6.15 FASES DEL PROCESO DE IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA DE CALIDAD**

Fase I: Presentación del proyecto

Fase II: Diagnostico

Fase III: Sensibilización y formación

Fase IV: Elaboración de la documentación soporte

Fase V: Implantación

Fase VI: Auditoria Interna

Fase VII: Auditoria de certificación

### **PRESENTACIÓN DEL PROYECTO**

#### **Objetivos:**

- Difundir a la organización los objetivos del Sistema de Gestión de la Calidad.
- Comentar los conceptos básicos de los Sistemas de Gestión de la Calidad.
- Comentar la metodología a seguir, herramientas, plazos, etc.
- Presentar el equipo que trabajará en la definición del sistema de gestión.
- Motivar al personal para lograr su máxima colaboración.
- Definir los canales de comunicación para aportación de sugerencias.

#### **Dirigido a:**

Todo el personal afectado por el Sistema de Gestión de la Calidad

### **DIAGNÓSTICO INICIAL**

#### **Objetivos:**

- Evaluar la posición de la organización respecto a la Norma ISO 9001:2000.
- Identificar las tareas a realizar.

- Identificar los recursos necesarios.
- Establecer la planificación de actividades.

**Sobre:**

Personal y actividades relacionadas con los procesos de transformación del producto.

## **SENSIBILIZACIÓN**

**Objetivos:**

- Implicación activa del personal afectado.
- Participación en el proceso de mejora.
- Concienciación de la importancia de la aportación individual.
- Entendimiento de ¿POR QUÉ? Del cambio.

**Dirigido a:**

- Todas las personas de la Empresa.

## **FORMACIÓN**

**Objetivos:**

- Aumento de la eficiencia del personal implicado.
- Facilitar el desarrollo de los procesos.
- Proporcionar los conocimientos necesarios para el correcto funcionamiento del sistema.

**Dirigido a:**

Personal relacionado con los procesos de transformación del producto y con la gestión del Sistema de Calidad

## **ELABORACIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN SOPORTE**

**Objetivos:**

- Definir la metodología para el desarrollo y Política Calidad control de la documentación
- Desarrollar la documentación del Sistema de Gestión de la Calidad

**Contenido:**

- Mapa de Procesos
- Manual de Calidad•Procedimientos Generales y Específicos
- Manual de Organización•Instrucciones Operativas
- Planes de Calidad•Documentación Técnica
- Cartas de Servicio•Registros

**IMPLANTACIÓN****Objetivos:**

- Difundir la documentación del sistema de gestión al personal responsable de su Implantación.
- Formar al personal en las actividades y metodologías propuestas.
- Sensibilizar al personal
- Supervisar la puesta en marcha de las herramientas, procesos, actividades y su sistema de medición y control.
- Ajustar las actividades y procesos desarrollados a las necesidades planteadas en su puesta en marcha.

**Dirigido a:**

Todo el personal de la Empresa afectado por el Sistema Gestión de la Calidad

- Todas las actividades relacionadas con la prestación de los servicios.

**AUDITORÍA INTERNA (“PRIMERA PARTE”)**

**Objetivos:**

- Evaluar el grado de implantación del Sistema de Calidad.
- Evaluar su eficacia para cumplir con los objetivos previstos.
- Identificación de mejoras a la eficiencia del Sistema de Calidad.
- Planificación e implantación de las acciones de mejora.

**Dirigido a:**

Todo el personal de la organización afectado por el Sistema de Calidad  
Todas las actividades relacionadas con la transformación del producto.

**AUDITORÍAS EXTERNAS****Definición:**

Proceso sistemático, independiente y documentado para obtener evidencias de la auditoría, evaluarlas de manera objetiva con el fin de determinar la extensión en que se cumplen los criterios de auditoría. **Es:**

- **Sistemática:** se realiza de manera ordenada de acuerdo con un método
- **Independiente:** se lleva a cabo por personas que aseguran su objetividad e imparcialidad.
- **Documentado:** se recoge en un procedimiento escrito y sus resultados deben registrarse.
- **Evidencias de la auditoría:** registros, declaraciones de hechos u otras informaciones pertinentes para los criterios de auditoría.
- **Criterios de Auditoría:** Conjunto de políticas, procedimientos o requisitos utilizados como referencia para comparar las evidencias de auditoría.

**AUDITORÍAS EXTERNAS**

## **Tipos de auditorías externas**

La que realiza otra entidad en una empresa con el fin de establecer una relación contractual, es decir, las llamadas auditorías de evaluación de proveedores. Se les suele llamar “auditorías de segunda parte”.

Las Auditorías realizadas por una entidad independiente acreditada, que no tiene relación alguna ni con la organización auditada ni con sus clientes, se les llama “auditorías de tercera parte” o de certificación.

(Que son a las que nos referimos en una implantación de un Sistema de Calidad para su certificación)

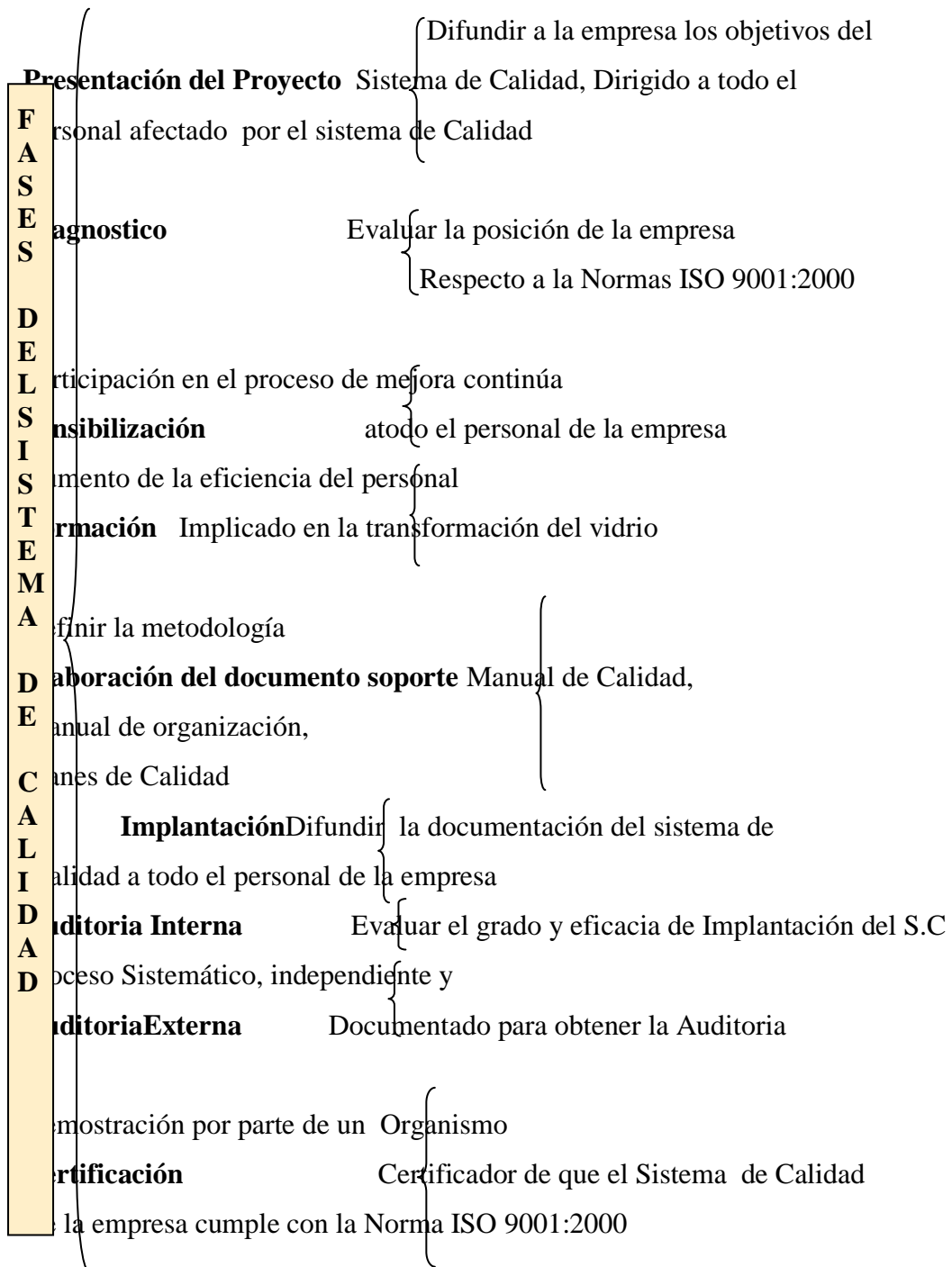
## **CERTIFICACIÓN**

### **Objetivos:**

Demostración por parte de un organismo certificador de que el Sistema de Calidad de nuestra organización cumple los requisitos de la norma de referencia (ISO 9001:2000). Reconocido Internacionalmente, goza de gran prestigio en el mercado nacional e Internacional.




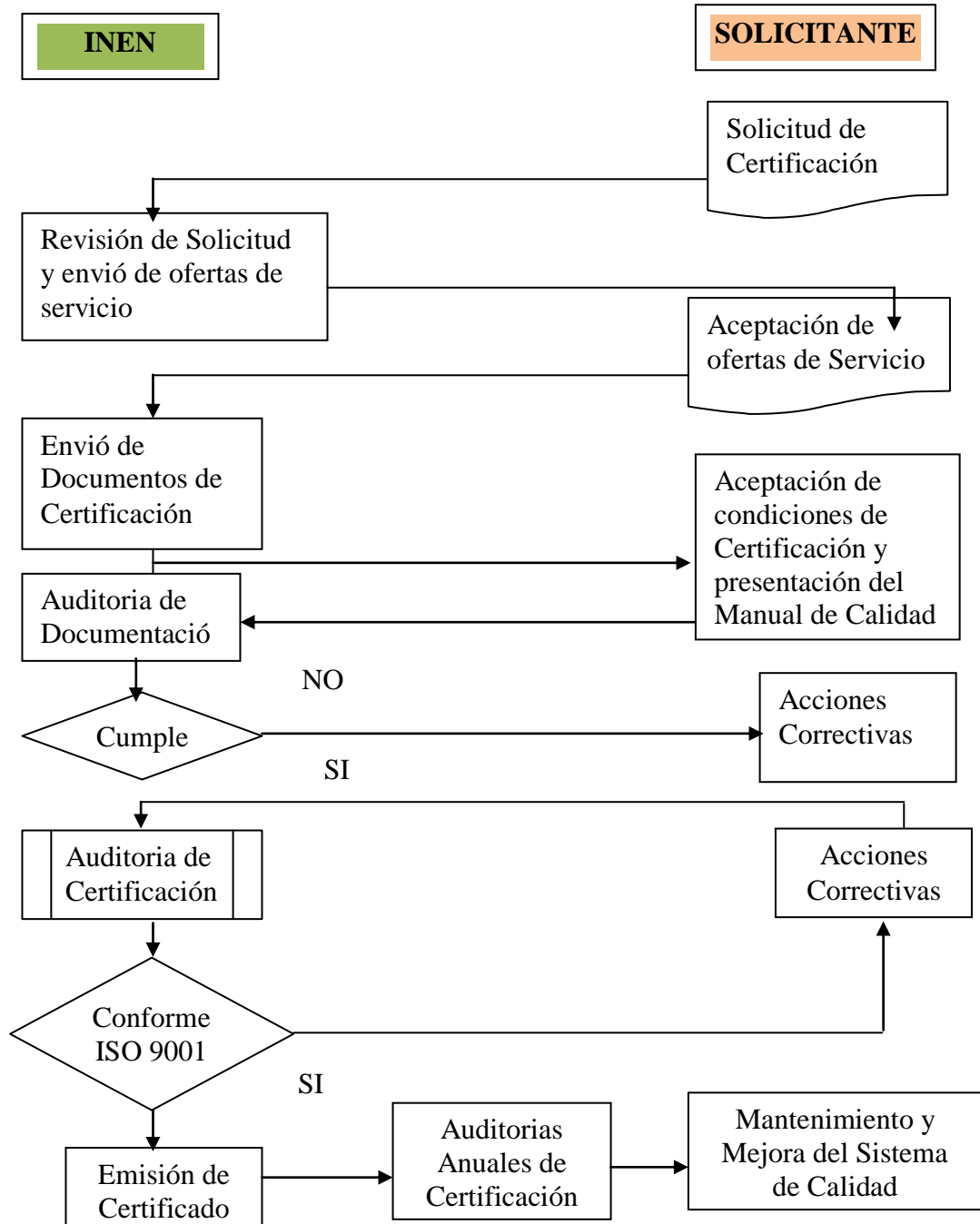
## 6.6.16 ESQUEMA DE LAS FASES DEL SISTEMA DE CALIDAD



Elaborado por: Patricio Castelo M.

CUADRO 6

	<b>PROCEDIMIENTO GENERAL PARA LA CERTIFICACION DEL SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD</b>		DTC
	Edición:	Fecha de Revisión:	Fecha de Aprobación:



Elaborado por: Patricio Castelo M.

#### **6.6.17 PRESUPUESTO DE LA IMPLANTACION**

Para empresas que cuentan entre 1 y 50 empleados:

**Implementación:** mínimo \$ 15.000

#### **Certificación:**

Costo de certificación: mínimo \$ 8.000

Pre-auditoría y auditoría semestral y: \$3.000

Honorario diario, por auditor: \$ 1.000

#### **6.6.18 CUANTO SE TARDA EN IMPLANTAR EL SISTEMA DE CALIDAD BASADO EN LA NORMA ISO 9001:2000.**

Aunque es importante realizar un Estudio y Diagnóstico Previo en la empresa para determinar la planificación de las actividades a desarrollar, podemos decir que el tiempo de duración en cuanto al diseño e implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad, estaría entre 10 y 18 meses, y según los factores de cada empresa (tamaño, organización, recursos).

#### **6.6.19 EMPRESA CERTIFICADORA**

Para poder obtener una certificación de la Norma ISO 9001:2000, reconocida por las Autoridades Competentes, debe acudir a una Entidad Certificadora que esté acreditada por un organismo de acreditación. Todas estas empresas certificadoras, a su vez son controladas por entidades nacionales de acreditación, que verifican su buen hacer.

## **BVQ Bureau Veritas Quality**



<http://www.bureauveritas.es/>

### **Enfoque de la empresa Certificadora**

Los pasos clave en nuestro Proceso de Certificación son:

- Definición del Alcance de certificación; (Firma del contrato)
- Pre-auditoría (opcional): diagnóstico de su posición actual con la norma:
- Auditoría de Certificación (emisión del certificado);
- Visitas de Vigilancia para seguir la mejora continua;
- Re-certificación después de 3 años a través de una auditoría completa o evaluación continúa.

### **6.6.20 SISTEMA DOCUMENTAL DEL SISTEMA DE CALIDAD**

En primer lugar, mejora la eficacia y la rentabilidad, ya que una vez implantado el sistema de la calidad, se reducen los costes y se aprovechan más efectivamente los recursos, los tiempos, y la capacidad de las personas. Con un sistema de Calidad se evitan fallos, errores, encarecimientos innecesarios, despilfarros, controles inútiles, gasto de esfuerzos en revisar cosas mal hechas, repeticiones continuas, etc.

## EXTRUCTURA DOCUMENTAL DEL SISTEMA DE CALIDAD

GRAFICO 18



Elaborado: Patricio Castelo M.

### 1. OBJETO Y CAMPO DE APLICACIÓN

#### 1.1 Generalidades

Esta Norma Internacional especifica los requisitos para un sistema de gestión de la calidad, cuando una organización:

Necesita demostrar su capacidad para proporcionar de forma coherente productos que satisfagan los requisitos del cliente y los reglamentarios aplicables.

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.

## **1.2 Aplicación**

Todos los requisitos de esta Norma Internacional son genéricos y se pretenderá que sean aplicables a todas las organizaciones, sin importar su tipo, tamaño y producto suministrado.

## **4.- SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD**

La empresa tendrá que establecer, documentar, implementar y diseñar un sistema de calidad, para mejorar continuamente su eficacia y desempeño de los procesos, orientada a las necesidades de sus clientes, de acuerdo a los requisitos de esta Norma Internacional.

### **NORMA ISO 9001:200**

#### **4.1 Requisitos Generales**

##### **La organización debe:**

- a) Identificar 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
- e) la operación y el seguimiento de estos procesos.
- f) Realizar el seguimiento, la medición y el análisis de estos procesos.
- g) Implantar las acciones necesarias para alcanzar los resultados planificados y la mejora continua de estos procesos.

## **Documentación del Sistema de Calidad**

La empresa y la alta dirección tendrán que definir que documentación y registros son los apropiados, con el fin de satisfacer los requerimientos de los clientes internos como externos.

### **4.2 Requisitos de la Documentación**

La documentación del sistema y procedimientos  
Declaraciones documentadas.

Los documentos necesitados por la empresa, deberán estar escritos obligatoriamente, para asegurarse de la eficaz planificación, operación y control de sus procesos.

- Planificación al Diseñar un sistema de calidad.
- Actividades y procesos complejos.
- Necesidad de comunicación de las actividades y los procesos
- Garantizar una adecuada comunicación, para cumplir sus disposiciones.
- Rotación de su personal.
- Capacitación sobre la maquinaria.
- Saber el que hacer de la empresa
- Unificación en la ejecución de las actividades.

#### **4.2.2 Manual de la Calidad**

Uno de los requisitos de la documentación es el Manual de Calidad, el mismo que nos guiará y proporcionará las actividades a desarrollarse de la empresa.

- El alcance del sistema de calidad.

- Política de calidad y los objetivos de Calidad
- Los procedimientos documentados establecidos.
- Una descripción de la interacción entre los procesos del sistema de calidad.
- Definición de los términos, que son significativos para su empresa.

#### **4.2.3 Control de los Documentos**

La empresa deberá garantizar el control de los documentos requeridos por el Sistema de Calidad, deberán controlarse que los registros que se están usando sean los correctos, para que defina los controles necesarios en cuanto a sus actividades.

Para proceder con el control de documentos, la empresa debería evaluar con respecto a su eficacia y eficiencia de acuerdo a la empresa, manejando criterios como:

- Tipo de funcionalidad
- Facilidad de manejo
- Mantener recurso necesario
- Políticas y objetivos



## **NORMA ISO 9001:2000**

### **4.2.3 Control de documentos**

- a) Aprobar los documentos en cuanto a su adecuación antes de su emisión
- b) Revisar y actualizar los documentos cuando sea necesario y aprobarlos nuevamente.
- c) Asegurarse de que se identifican los cambios y el estado de revisión actual de los documentos.
- d) Asegurarse de que las versiones pertinentes de los documentos aplicables se encuentran disponibles en los puntos de uso.
- e) Asegurarse de que los documentos permanecen legibles y fácilmente identificables.
- f) Asegurarse de que se identifican los documentos de origen externo y se controla su distribución.
- g) Prevenir el uso no intencionado de documentos obsoletos, y aplicarles una identificación adecuada en el caso de que se mantengan por cualquier razón.

### **4.2.4 Control de los Registros**

Los registros deberán establecerse y mantenerse, para proporcionar evidencia de la conformidad con los requisitos; así como de la operación eficaz del sistema de gestión de la calidad. Los registros tendrán que permanecer legibles, fácilmente identificables y recuperables. Deberán establecerse un procedimiento documentado para definir los

controles necesarios para la identificación, el almacenamiento, la protección, la recuperación, el tiempo de retención y la disposición de los registros.

Algunos ejemplos de Control de Registros

- Archivo de diseño
- Ordenes de la compra del cliente
- Notas de reuniones
- Registro de no conformidades
- Registro de acciones correctivas
- Registro de bienes recibidos y entregados

## **5. RESPONSABILIDADES DE LA DIRECCIÓN**

### **5.1 Compromiso de la Dirección**

Es importante que la alta dirección tenga liderazgo y compromiso, para desarrollar y diseñar un Sistema de Calidad, con metas a conseguir beneficios para la empresa. Por lo tanto es importante establecer

- Visión, políticas y objetivos, estrategias coherentes con el propósito de la empresa
- Liderazgo
- Comunicación
- Ambiente de Trabajo

La alta dirección tendrá la responsabilidad de identificar los procesos claves que participan en la realización del producto, ya que estos están relacionados con el éxito o el fracaso de la empresa, y cumplir con las obligaciones y requerimientos del cliente.

## **NORMA ISO 9001:2000**

### **5.1 Compromiso de la dirección:**

La alta dirección debe evidenciar su compromiso con el sistema de gestión de la calidad, Debe apoyar permanentemente el desarrollo y mejora del mismo, mediante: definición y documentación de responsabilidades, compromisos y obligaciones de requerimientos y necesidades del cliente.

- a) Comunicado a la organización la importancia de satisfacer tanto los requisitos del cliente como los legales y reglamentos.
- b) Estableciendo la política de calidad
- c) Asegurando que se establecen los objetivos de calidad.
- d) Llevando a cabo las revisiones por la dirección.
- e) Asegurando la disponibilidad de los recursos

### **5.2 Enfoque al Cliente**

Tomando como razón de ser la necesidad de satisfacer necesidades reales y potenciales a nuestros clientes.

La alta dirección tendrá la responsabilidad de asegurarse de que los datos e información de los clientes sean de fácil comprensión, y que se puedan llegar a cumplir lo solicitado, mediante un dialogo con el cliente, Y saber lo que el cliente requiere, identificando las oportunidades del mercado existente.

**NORMA ISO 9001:2000**

**5.2 Enfoque al cliente**

La alta dirección debe asegurarse de que los requisitos del cliente se determinan y se cumplen con el propósito de aumentar la satisfacción del cliente

**5.3 Política de la Calidad**

Establecimientos del Sistema de Calidad, para la mejora continua de la empresa, esta deberán estar por escrito y que todos los empleados deben entenderla, para conocer sus funciones de acuerdo al sistema de calidad. Además la política de calidad se deberá revisar periódicamente, para determinar si los objetivos y metas continúan siendo los más apropiados para la empresa.

**NORMA ISO 9001:2000**

**5.3 Política de 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 sistema de gestión de la calidad.
- c) Proporciona un marco de referencia para establecer y revisar los objetivos de la calidad.
- d) Es comunicada y entendida dentro de la organización.
- e) Es revisada para su continua adecuación.

### **5.3.1 Objetivos de la Calidad.**

La alta dirección deberá asegurarse de que los objetivos de la calidad sean medibles, incluyendo aquéllos objetivos que permitan cumplir con los requisitos para un producto de calidad, los mismos que se establecen en las funciones y niveles pertinentes dentro de la organización. Los objetivos de la calidad deben ser medibles y coherentes, para verificar si el desempeño de la empresa es eficaz y eficiente con la política de la calidad.

## **5.4 Planificación**

Es necesario que para la planificación se tome muy en cuenta, las estrategias y objetivos planteados por la empresa según su política. Establecer planes de calidad, para la mejora continua del producto de la empresa.

### **5.4.1 Planificación del Sistema de Gestión de la Calidad**

La alta dirección obligará a planificar el diseño del Sistema de calidad a implantarse, con el fin de cumplir con los procesos y requisitos necesarios, para así alcanzar los objetivos de la calidad.

Se mantendrá la integridad del Sistema de la Calidad cuando existe una planificación de la alta dirección, para hacer conocer las responsabilidades, los recursos con los que cuenta la empresa, para cumplir las necesidades y expectativas de los clientes.

## **5.5 Responsabilidad, Auditoría y comunicación**

Las funciones de los distintos grupos, departamentos o unidades de las organizaciones, y sus interrelaciones, incluyendo las responsabilidades y autoridades, deberán estar perfectamente definidas y comunicadas internamente, con el objeto de facilitar una gestión de calidad efectiva.

### **5.5.1 Comunicación Interna**

La alta dirección proporcionará y dará a conocer la información y procedimientos del Sistema de Calidad, a todos los colaboradores de la organización, para que así puedan entenderla y comprometerse, para lograr los objetivos de calidad planteados por la empresa.

### **5.6 Revisión por la dirección**

La alta dirección deberá revisar el sistema de calidad periódicamente, planificar con el fin de garantizar su marcha adecuada con su efectividad del sistema de Calidad. La revisión debe analizar y evaluar las necesidades de realizar o no cambios en el Sistema de Calidad de la empresa, incluyendo la política de la calidad y sus objetivos a conseguir.

#### **NORMA ISO 9001:200**

##### **5.6.2 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.
- g) Recomendaciones para la mejora.

## **Resultados de la Revisión**

Son herramientas para identificar las oportunidades para la mejora y desempeño de la empresa. Una vez realizada la revisión, la alta dirección debe tomar decisiones como:

- Mejorar la efectividad del sistema de Calidad y sus procesos
- Mejorar el producto de acuerdo a las expectativas del cliente
- Saber las necesidades del cliente

### **NORMA ISO 9001:2000**

#### **5.6.3 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.
- c. Las necesidades de recursos.

## **6 GESTIÓN DE LOS RECURSOS**

### **6.1 Provisión de los recursos**

La organización deberá determinar y proporcionar los recursos necesarios para: diseñar, implantar y mantener el Sistema de Calidad mejorando continuamente su eficacia en los

procesos. Para aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requerimientos.

## **6.2 Recursos humanos**

La organización deberá asignar personal competente y responsable, con formación y sensibilización apropiadas acordes a las habilidades y destrezas de acuerdo a sus funciones. Deberá asignar personal con responsabilidades definidas en relación con el sistema de gestión de la calidad, que sea competente en base a su educación, formación, habilidades prácticas y experiencia laboral.

### **NORMA ISO 9001:2000**

#### **6.2.2 Competencia, toma de conciencia y formación**

La organización debe:

- a) Determinar la competencia necesaria para el personal que realiza trabajos que afectan 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 calidad
- e) Mantener los registros apropiados de la educación, formación, habilidades y experiencia.



### **6.3 Infraestructura**

La empresa será encargada de facilitar y proporcionar los recursos a sus colaboradores, para realizar sus actividades diarias con calidad, de la misma manera debe facilitarle las herramientas y el equipo de trabajo adecuado para un mayor desempeño laboral.

#### **NORMA ISO 9001:2000**

### **6.3 Infraestructura**

La organización debe identificar, proporcionar y mantener las instalaciones requeridas para conseguir la conformidad del producto y servicio, incluyendo: espacio de trabajo e instalaciones apropiadas, equipos, etc. La infraestructura incluye, cuando sea aplicable.

- a) Edificios, espacio de trabajo y servicios asociados.
- b) Equipos para los procesos, (tanto hardware como software).
- c) Servicios de apoyo tales (como transporte o comunicación).

### **6.4 Ambiente de trabajo**

Se tendrá que identificar y gestionar los factores físicos y humanos del entorno del trabajo, que influya positivamente en la motivación, satisfacción y desempeño laboral, necesarios para lograr la conformidad del producto según lo requerido por los clientes. Se debe considerar los siguientes factores:

- Ubicación del lugar de trabajo
- Instalaciones adecuadas para el personal
- Higiene; limpieza
- Interacción social

## **7 REALIZACION DEL PRODUCTO**

### **7.1 Planificación de la realización del producto**

La norma lista los elementos que tendrá que determinar, documentar y proporcionar la organización: La documentación, los procesos, los recursos e instalaciones necesarios, en relación con la anterior. La empresa deberá planificar como van a realizar todas las actividades necesarias para la realización del producto.

### **7.2 Procesos relacionados con el cliente**

La organización deberá asegurarse e identificar mutuamente los requerimientos de los clientes en cuanto a los procesos, revisará los requisitos reglamentarios o legales enfocados con el producto o servicio al momento de la entrega y pago.

#### **NORMA ISO 9001:2000**

##### **7.2.2 Revisión de los requisitos relacionados con el producto**

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 envío 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 resuelto las diferencias existentes entre los requisitos del contrato o pedido y los expresados previamente.
- 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.

### **Comunicación con el Cliente**

La comunicación con el cliente será fundamental, para atención de sus pedidos, ya que debe ser clara y precisa, para no cometer errores y lograr la satisfacción del cliente.

#### **NORMA ISO 9001:2000**

##### **7.2.3 Comunicación con el cliente**

La organización debe determinar e implementar disposiciones eficaces para la comunicación con los clientes, relativas ha:

- a) Información sobre el producto
- b) Las consultas, contratos o atención de pedidos, incluyendo las modificaciones
- c) La retroalimentación del cliente, incluyendo sus quejas.

### **7.3 Diseño y Desarrollo**

En relación con el diseño y desarrollo, la organización deberá planificar, para dar cumplimiento de acuerdo a los documentos de entradas de las plantillas y moldes presentados por el cliente. Las responsabilidades en cuanto al diseño del producto deberán ser de acuerdo a lo requerido por el cliente, la misma que la dirección tendrá la responsabilidad de que se cumpla lo solicitado por el cliente en lo relacionado con el pedido del producto.

#### **NORMA ISO 9001:2000**

##### **7.2.6 Validación del diseño y desarrollo**

Se debe realizar la validación del diseño y desarrollo de acuerdo con lo planificado, para asegurarse 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 de las plantillas y moldes**

Consiste en registrar, revisar, y realizar el trabajo solicitado

#### **NORMA ISO 9001:2000**

##### **7.3.7 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 el producto ya entregado.

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

#### **7.4 Compras**

La organización tendrá que controlar los procesos de compra, asegurando los requisitos de información correcta, para la verificación y control de los productos comprados. Por lo cual se deberá considerar los siguientes factores para la compra:

- Identificación oportuna, eficaz y precisa de las especificaciones del producto comprado.
- Evaluación de los costos, tomando en cuenta el precio y entrega.
- Garantías de producto comprados no conformes.

También es importante mantener un proveedor que cumpla con los requisitos que la empresa necesita, ya que nos abastecen de materiales y servicios que pueden garantizar la calidad del producto que la empresa ofrece. Para ello se deberá considerar los siguientes factores:

- Experiencia.
- Producto de calidad, precio, entrega y garantías.
- Capacidad de entrega del producto requerido en los plazos establecidos.
- Atención del proveedor en cuanto a consultas, cotizaciones y ofertas.
- Instalaciones y recursos

Además es necesario que la empresa realice sus compras mediante un registro en el que consten las especificaciones del material, la revisión y aprobación respectiva, para confirmar que adquirió lo solicitado.

## **NORMA ISO 9001:2000**

### **7.4.1 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 reevaluación. Deben mantenerse registros de los resultados de las evaluaciones y de cualquier acción necesaria que se derive de las mismas.

### **7.4.2 Información sobre 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.
- 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.

### **7.4.3 Verificación de los productos comprados**

La empresa tendrá que estar presente el momento de recibir los materiales comprados, para no tener inconvenientes con el producto en lo posterior, la persona encargada de recibir los materiales, debe verificar y comprobar que estos estén en perfectas condiciones y cumplan con los requerimientos solicitados.

#### **NORMA ISO 9001:2000**

### **7.4.3 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 compras las disposiciones para la verificación pretendida y el método para la liberación del producto.

### **7.5 Producción y prestación del servicio**

Esta norma nos manifiesta que para la producción y el servicio debe existir control de:

- Infraestructura mejorada
- Capacitación del personal
- Rendimiento de los procesos
- Métodos a seguir
- Reducción de desperdicios

**NORMA ISO 9001:2000**

**7.5.1 Producción y prestación del servicio**

La organización ha de controlar las operaciones de producción y de prestación de servicios, asegurando la identificación y la trazabilidad apropiadas del producto, el uso correcto de bienes suministrados por el cliente, la conservación y validación del producto, y el control de equipos de medida utilizados. . 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 adecuado.
- d) La disponibilidad y uso de dispositivos de seguimiento y medición.
- e) La implementación del seguimiento y de la medición.
- f) La implementación de actividades de liberación, entrega y posteriores a la entrega.

**Validación de los procesos de la producción y de la prestación del servicio**

Esto garantizará el cumplimiento de los requisitos del producto o servicios, requeridos por el cliente.

**NORMA ISO 9001:2000**

**7.5.2 Validación de los procesos de la producción y de 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 esté 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 y Seguimiento**

La identificación y seguimiento permitirá conocer cual es el estado del producto, de acuerdo a las especificaciones ayudará a saber de donde viene y en donde está y en el caso de los servicios en que situación está.

La necesidad de identificación y seguimiento puede provenir de:

- Requisitos reglamentarios.
- Requisitos del pedido
- Estado del proceso
- Estado del producto

**NORMA ISO 9001:2000**

**7.5.3 Identificación y Seguimiento**

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.

**Propiedad del cliente**

La empresa debe responsabilizarse de los bienes que el cliente le proporciona, a través de un registro a fin que pueda realizar su trabajo acorde a lo solicitado.

**NORMA ISO 9001:2000**

**7.5.4 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 y se pierda, deteriore o que de algún otro modo se considere inadecuado para su uso debe ser registrado y comunicado al cliente.

## **Preservación del producto**

Son disposiciones que se dará para poder manipular, limpiar, empaçar y almacenar, para su despacho respectivo, son servicios para prevenir algún deterioro o mal uso

### **NORMA ISO 9001:2000**

#### **7.5.5 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.

## **8 MEDICIÓN, ANÁLISIS Y MEJORA**

### **8.1 General**

Para asegurar la conformidad y la consecución de la mejora, la organización deberá definir, planificar e implantar las actividades de medición y seguimiento, incluyendo los métodos estadísticos.

Dentro de las actividades identificadas como de mejora, la organización deberá incluir las áreas de: Satisfacción del cliente, Auditoría interna, Medición y seguimiento de los procesos. Medición y seguimiento del producto/ servicio.

## **8.2 Seguimiento y medición**

### **8.2.1 Satisfacción del cliente**

Como una de las medidas del desempeño del Sistema de Calidad, la organización deberá realizar el seguimiento al cliente, para así saber si el producto o servicio prestado cumplió con los requerimientos esperados por el, mediante la información obtenida a través de las encuestas, estudios de mercado, información relativa en cuanto a la competencia.

Es recomendable que la empresa planifique procedimientos o métodos para recopilar información con el propósito de conocer las necesidades y expectativas del cliente, y así poder anticipar a estos para brindar un producto de calidad y un buen servicio.

- Comunicación directa con el cliente
- Reclamos de los clientes
- Organizar grupos de discusión
- Encuestas y cuestionarios
- Necesidades del cliente

### **Auditorias Internas**

La empresa deberá establecer un proceso de auditorias internas, con el fin de evaluar las fortalezas y debilidades del sistema de Calidad, este proceso servirá como una herramienta para evaluar si cumple o no efectivamente los requisitos existentes.

Para que funcione eficaz y eficientemente la auditoria interna en la empresa, se debe elaborar un programa de auditoria, para planificar y organizar las actividades que se llevaran a cabo de una manera oportuna dentro de los plazos establecidos.

## **NORMA ISO 9001:2000**

### **8.2.2 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.
  
- b. Se ha implementado y se mantiene de manera eficaz.

Se debe planificar un programa de auditorías 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 frecuencia y metodología. La selección de los auditores y la realización de las auditorías 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 esté 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 la verificación.

## **Seguimiento y Medición de los Procesos y del Producto**

La empresa deberá identificar los métodos de medición, para evaluar el desempeño de los procesos y garantizar el producto y los servicios, estas mediciones deberán hacerse continuamente para gestionar operaciones del día a día, y mejorar continuamente los procesos, se puede hacer mediciones de:

- La capacidad
- El rendimiento
- La Tecnología
- Disminución de desperdicios
- El tiempo de Mora
- La eficacia y eficiencia de su personal

### **NORMA ISO 9001:2000**

#### **8.2.3 Seguimiento y medición de los procesos**

La organización debe aplicar métodos apropiados para el seguimiento, y cuando sea aplicable, la medición de los procesos del sistema de gestión de la calidad. Estos métodos deben demostrar la capacidad de los procesos para alcanzar los resultados planificados. Cuando no se alcancen los resultados planificados, deben llevarse a cabo correcciones y acciones correctivas, según sea conveniente, para asegurarse de la conformidad del producto.

#### **8.2.4 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 completado satisfactoriamente las disposiciones planificadas, a menos que sean aprobados de otra manera por una autoridad pertinente y, cuando corresponda, por el cliente.

### **8.3 Control del producto no conforme**

La empresa es la que deberá otorgar autoridad y responsabilidad personal, para informar de los errores encontrados en cualquier etapa de los procesos, con el fin de asegurar la oportuna detención de las no conformidades en el producto. Se deberá informar las no conformidades de lo que ocurrió, para tomar acciones correctivas necesarias.

Además la empresa deberá llevar un registro de aquellas no conformidades que son corregidas en el transcurso normal del trabajo, estos datos pueden ser muy importantes para mejorar la eficacia y eficiencia de los procesos.

La empresa deberá designar al personal apropiado, para que realice la revisión, control y evaluación de las no conformidades, este tendrá que tomar acciones necesarias con el fin de corregir inmediatamente.

## **NORMA ISO 9001:2000**

### **8.3 Control del producto no conforme**

La organización deberá disponer de un procedimiento documentado que identifique y controle todo producto no conforme con los requisitos. Prevenga de la utilización y entrega de todo producto no conforme. A los productos no conformes que hayan sido corregidos, se les someta a una nueva verificación que demuestre su conformidad.

La organización debe tratar los productos no conforme 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.

Cuando se corrige un producto no conforme, debe someterse a una nueva verificación para demostrar su conformidad con los requisitos.

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.



## **8.4 Análisis de Datos**

En estos análisis la dirección deberá tomar decisiones de acuerdo a los datos obtenidos de las mediciones y de la recolección de información de las evaluaciones de los planes, objetivos y otras metas definidas.

Estos análisis sirven para determinar las causas de los problemas existentes en el diseño del sistema de calidad, para tomar acciones correctivas y preventivas necesarias para la mejora del producto.

Los análisis de datos pueden ser utilizados por la empresa para determinar:

- Tendencias de los clientes
- Satisfacción de los clientes
- Eficacia y eficiencia de los procesos
- Contribución de los clientes
- Cumplimiento de objetivos
- Desempeño Financiero
- Competitividad

### **NORMAS ISO 9001:2000**

#### **8.4 Análisis de datos**

La organización deberá definir, documentar y proporcionar evidencia de que se determina la adecuación y eficiencia del sistema de gestión de la calidad, y que se identifican donde pueden realizarse mejoras, mediante los datos apropiados generados por las actividades de medición y seguimiento, o por cualquier otra fuente relevante.

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 oportunidades para llevar a cabo acciones preventivas.
- d. Los proveedores.

## **8.5 Mejora Continua**

La empresa deberá estar en constante mejora del Sistema de Calidad, para la satisfacción del cliente, mediante la:

- Análisis de datos
- Política de calidad
- Objetivos de calidad
- Los resultados de auditoria
- Acciones correctivas y preventivas
- Evaluación de la dirección

### **NORMA ISO 9001:2000**

#### **8.5.1 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 auditorías, el análisis de datos, las acciones correctivas y preventivas y la revisión por la dirección.

## **Acciones Correctivas**

Estas acciones deberán ser utilizadas para la mejora continua del producto, la planificación de acciones correctivas deberán ser siempre enfocadas para eliminar las causas del producto no conforme, para evitar que estas vuelvan a ocurrir.

Las fuentes de información que la empresa necesita para la toma de decisiones correctivas son:

- Reclamos de los clientes
- Informe de errores
- Informes de Auditoria
- Evaluaciones de la satisfacción del cliente
- Medición de los procesos por el personal

### **NORMA ISO 9001:2000**

#### **8.5.2 Acción correctiva**

La organización debe tomar acciones para eliminar la causa de no conformidades con objeto de prevenir que vuelva a ocurrir. Las acciones correctivas 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 necesidad de adoptar acciones para asegurarse de que las 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.

## **Acciones preventivas**

La empresa tendrá que realizar acciones preventivas, para evitar pérdidas en las actividades a realizar en los procesos del producto, con la finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes tanto internos como externos.

Estas acciones preventivas permitirán eliminar los errores en los procesos del producto, con el fin de eliminar su ocurrencia. Estas pueden ser:

- Revisión de las necesidades de los clientes.
- Medir la satisfacción de los clientes.
- Evaluar los procesos
- Realizar los registros pertinentes.

### **NORMA ISO 9001:2000**

#### **8.5.3 Acción preventiva**

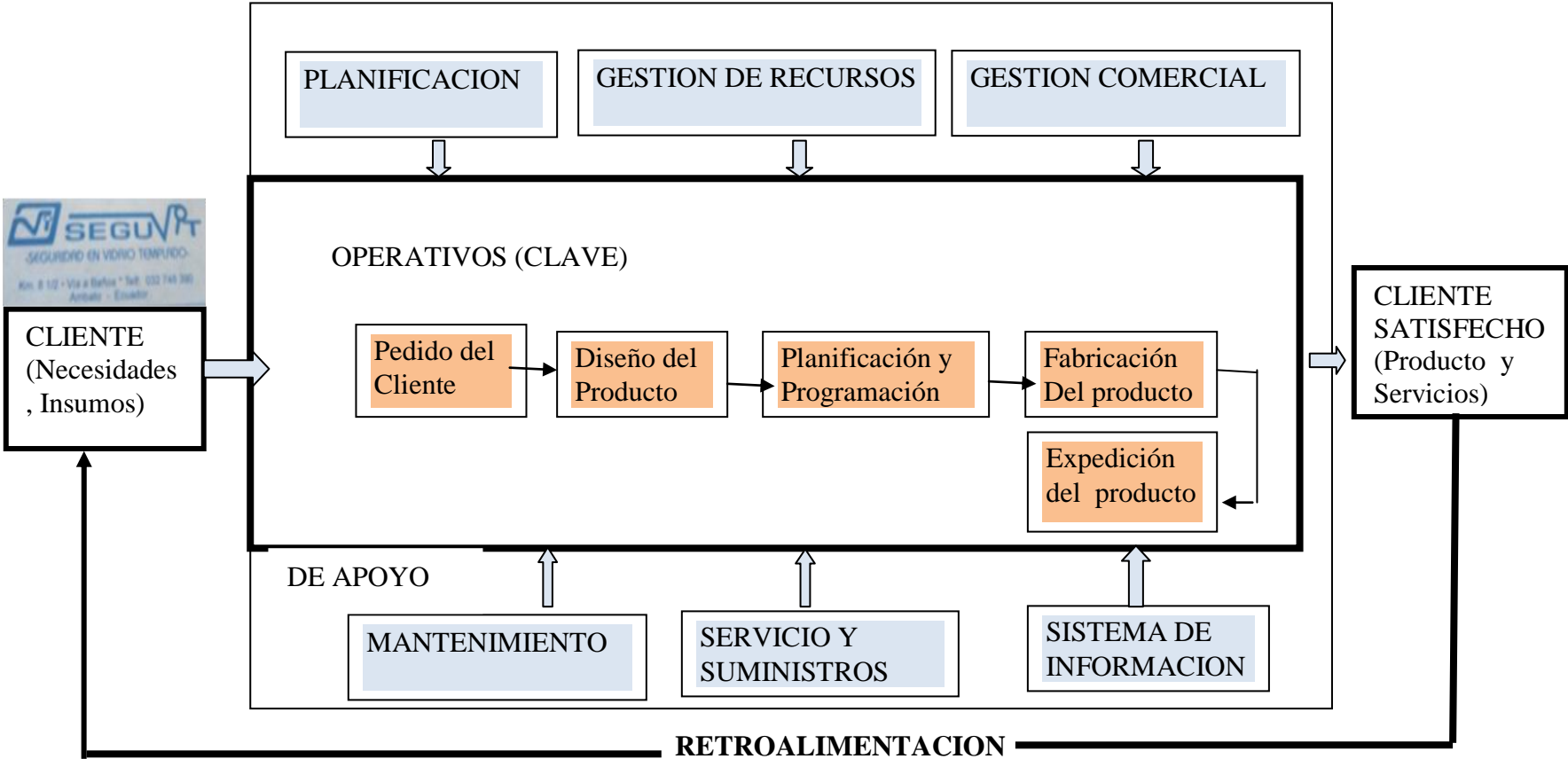
La organización debe determinar acciones para eliminar las causas de no conformidades potenciales para prevenir su ocurrencia. Las acciones preventivas deben ser apropiadas a los efectos de los problemas potenciales.

Debe establecerse un procedimiento documentado para definir los requisitos para:

- a) Determinar las no conformidades potenciales y sus causas.
- 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.
- e) Revisar las acciones preventivas tomadas.

**6.7 METODOLOGÍA MODELO OPERATIVO MAPA DE PROCESOS**

**GRAFICO 19 ESTRATEGICOS**



Elaborado por: Patricio Castelo M

<b>CARACTERIZACION DE LOS PROCESOS</b>				
<b>PROCESO</b>	TOMA DE PEDIDOS			
<b>OBJETIVO</b>	Asegurar la elaboración del producto según lo requerido por el cliente, mediante el cobro de la venta, Mediante los acuerdos llegados con el mismo.			
<b>PROVEEDORES</b>	<b>ENTRADAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>SALIDAS</b>	<b>CLIENTES</b>
<b>Servicio al cliente</b>	Orden de trabajo Toma de medidas Accesorios Requerimientos del cliente	Recepción de requerimientos del cliente Elaboración orden de trabajo Distribución y Elaboración del trabajo Revisión y Aprobación del trabajo Entrega del producto	Plantillas Moldes	Empresas Clientes en General
<b>RESPONSABLES</b>		<b>PARAMETROS/MEDICION/ CONTROL/SEGUIMIENTO</b>	<b>DOCUMENTOS INTERNOS /EXTERNOS</b>	
Secretaria Jefe de producción		Tiempo de Entrega	Orden de Trabajo Plantillas Moldes	
<b>PROCESO DE SOPORTE</b>		<b>RECURSOS</b>	<b>REQUISITOS A CUMPLIR</b>	
Servicio al Cliente Ventas		Equipo de Computo Recurso Humano Accesorios	Plantillas de Presentación Moldes de Presentación Tiempo de Entrega	

Elaborado por: Patricio Castelo M

<b>CARACTERIZACION DE LOS PROCESOS</b>				
<b>PROCESO</b>	TEMPLADO			
<b>OBJETIVO</b>	Garantizar un producto de calidad a la industria Carrocera, Arquitectónica e Industrial.			
<b>PROVEEDORES</b>	<b>ENTRADAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>SALIDAS</b>	<b>CLIENTES</b>
Servicio al cliente	Orden de trabajo	Recepción de requerimientos de los clientes	Producto	Empresas
Plantillas	Accesorios	Elaboración orden de trabajo		Cientes en general
Moldes	Materiales	Distribución del trabajo: (Cortado, Pulido, Perforado, Secado, Sellado, y Templado.)		Ventas
		Revisión, Ejecución y Entrega del Trabajo.		
<b>RESPONSABLES</b>		<b>PARAMETROS/MEDICION/CONTROL/SEGUIMIENTO</b>	<b>DOCUMENTOS INTERNOS -EXTERNOS</b>	
Secretaria		Tiempo de Entrega	Orden de trabajo	
Jefe de Producción		Calidad del producto	Facturas	
Cliente			Comprobantes de Ventas	
			Registro de Templado	
<b>PROCESO DE SOPORTE</b>		<b>RECURSOS</b>	<b>REQUISITOS A CUMPLIR</b>	
Servicio al cliente		Recurso Humano	Normas de Calidad	
Plantillas		Recurso material	Plantillas de presentación	
Compras			Tiempo de entrega	
Ventas				

<b>CARACTERIZACION DE LOS PROCESOS</b>				
<b>PROCESO</b>	COMPRAS			
<b>OBJETIVO</b>	Asegurar la disposición de materia prima e insumos de calidad, que cumplan con los requerimientos del cliente			
<b>PROVEEDORES</b>	<b>ENTRADAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>SALIDAS</b>	<b>CLIENTES</b>
Vidrio	Solicitud de	Revisar stop de materiales	Materiales	Vidrios
Pintura	Materia prima	Solicitud de compra	solicitados	plantillas
Sellos	Accesorios	Recibir materia prima	Accesorios	Servicio al cliente
Plantillas		Organizar materia prima	Requeridos	Ventas
		Selección de materia prima		
<b>RESPONSABLES</b>		<b>PARAMETROS/MEDICION/ CONTROL/SEGUIMIENTO</b>	<b>DOCUMENTOS INTERNOS/EXTERNOS</b>	
Jefe Financiero		Materia prima Rota	Solicitud de compras	
Secretaria			Facturas	
			Kardex	
<b>PROCESO DE SOPORTE</b>		<b>RECURSOS</b>	<b>REQUISITOS A CUMPLIR</b>	
Servicio al cliente		Equipo de Computo	Seguimiento de compras de materiales	
Finanzas		Recurso Humano	Compra de Accesorios	
Plantillas				



<b>CARACTERIZACION DE LOS PROCESOS</b>				
<b>PROCESO</b>	VENTAS			
<b>OBJETIVO</b>	Asegurar la entrega del producto según lo requerido por el cliente, mediante el cobro de la venta, y los acuerdos llegados con el mismo.			
<b>PROVEEDORES</b>	<b>ENTRADAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>SALIDAS</b>	<b>CLIENTES</b>
Vidrio	Serigrafía	Recibir los productos deformes	Productos y/o	Empresas
	Requerimiento del cliente	Escuchar los requerimientos y reclamos del cliente	Servicios entregados	Clientes en General
	Reclamos	Entrega de trabajos al cliente	Orden de trabajo	
		Cobro de trabajos realizados	Proformas	
			Solución de reclamos	
<b>RESPONSABLES</b>		<b>PARAMETROS/MEDICION/ CONTROL/SEGUIMIENTO</b>	<b>DOCUMENTOS INTERNOS/EXTERNOS</b>	
Cajera		Trabajos facturados	Registro de Ingresos y Egresos	
Vendedores		Ventas Mensuales	Facturas	
			Comprobantes de pago	
			Orden de trabajo	
<b>PROCESO DE SOPORTE</b>		<b>RECURSOS</b>	<b>REQUISITOS A CUMPLIR</b>	
Vidrio		Equipo de computo	Declaraciones en el SRI	
Plantillas		Accesorios		
Accesorios				

<b>CARACTERIZACION DE LOS PROCESOS</b>				
<b>PROCESO</b>	SERVICIO AL CLIENTE			
<b>OBJETIVO</b>	Desde la Toma de pedidos, requerimientos y reclamos de los clientes, hasta dar solución a los mismos. Medición de Satisfacción del cliente.			
<b>PROVEEDORES</b>	<b>ENTRADAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>SALIDAS</b>	<b>CLIENTES</b>
Cientes	Orden de trabajo	Recepción de los requerimientos cliente	Información	Empresas
	Plantillas de trabajo	Recepción de los reclamos	Orden de trabajo	Cientes en General
	Requerimientos del cliente y reclamos	Solución de Quejas	Solución de Quejas	Ventas
		Organización de trabajos		
		Distribución del trabajo		
<b>RESPONSABLES</b>		<b>PARAMETROS/MEDICION/ CONTROL-SEGUIMIENTO</b>	<b>DOCUMENTOS INTERNOS/EXTERNOS</b>	
Secretaria		Solución de problemas	Orden de trabajo	
Jefe Administrativo		Satisfacción del cliente	Plantillas Modelo	
			Encuestas	
<b>PROCESO DE SOPORTE</b>		<b>RECURSOS</b>	<b>REQUISITOS A CUMPLIR</b>	
Plantillas		Equipo de computo	Atención personalizada	
Orden de trabajo		Accesorios	Satisfacción del cliente	
		Teléfono, fax,		

**DOCUMENTACION**

**MANUAL DE CALIDAD**

**“SEGUVIT”**

**MANUAL DE CALIDAD**

**SISTEMA DE CALIDAD**

**BASADO EN LA NORMA ISO 9001:2000**

**Fecha de Emisión: 25 JUNIO 2011**

**Emitido para: Raúl Marcelo Espín  
GERENTE DE LA EMPRESA**

## **COMPROMISO DE LA GERENCIA CON EL SISTEMA DE CALIDAD**

El Gerente propietario de la empresa “SEGUVIT”, tendrá que solicitar a todos los miembros de la empresa, a unirse al gran reto que significa el trabajar con un Sistema de Calidad, en la transformación y producción de vidrio templado, para la industria carrocería, arquitectónica e industrial, consiente que el cliente es lo más importante para la empresa, y que es indispensable satisfacer las necesidades de sus clientes, se compromete a aplicar el diseño de calidad propuesto, para ofrecer un producto de calidad a sus clientes.

Todo el personal de la empresa “SEGUVIT”, deberá estar consciente de la necesidad de realizar los trabajos de forma que se puedan garantizar los productos y requisitos de los clientes. Asimismo, todos deberán estar convencidos que la aplicación del sistema de calidad es indispensable, para identificar, entender y Administrar los procesos que beneficien a la satisfacción del cliente, así como los objetivos de calidad que se establecen en el marco de esta Política y sus futuras revisiones del Manual, los procedimientos, instrucciones y cualquier otro documento o especificación de aplicación, que involucra a todas las actividades del Sistema de Calidad.

El objetivo fundamental de Diseñar un Sistema de Calidad, es para ofrecer un producto de calidad e incrementar las ventas brindando satisfacción a los clientes. También es conseguir la adecuada sistematización de las actividades mediante una herramienta que permitirá gestionar la calidad del producto en una forma que entre en un proceso de mejora continua.

# **MANUAL DE CALIDAD**

## **INDICE**

1. PRESENTACION DE LA EMPRESA
  - 1.1 Información de la empresa
  - 1.2 Reseña Histórica
  - 1.3 Misión
  - 1.4 Visión
  - 1.5 Principios y Valores
  - 1.6 políticas
  - 1.7 Estrategias
  
2. SISTEMA DE CALIDAD EN LA EMPRESA “SEGUUVIT”
  - 2.1 Alcance
  - 2.2 Política de Calidad
  - 2.3 Objetivo de Calidad
  
3. DESCRIPCION DEL SISTEMA DE CALIDAD
  - 3.1 Diagrama de procesos
  - 3.2 Descripción del Sistema de calidad

## **1. PRESENTACION DE LA EMPRESA**

### **1.1 INFORMACION DE LA EMPRESA**

“SEGUVIT” es una empresa de producción, cuya actividad principal es la transformación y Comercialización de vidrio; convirtiéndole en vidrio templado de seguridad para la industria Carrocera, Arquitectónica e Industrial, con el objetivo de ofrecer un producto de calidad y satisfacer las necesidades de los clientes.

La empresa mantiene su planta de producción y sus oficinas en la ciudad de Ambato.

<b>RAZON SOCIAL:</b>	<b>“SEGUVIT”</b>
<b>NORMA:</b>	<b>ISO 9001:2000</b>
<b>DIRECCION:</b>	<b>Huachi Totoras.</b>
<b>TELEFONO:</b>	<b>032-748390</b>
<b>FAX:</b>	<b>2748390</b>
<b>E-mail:</b>	<b>rmarce-espín Hotmail.com</b>

“SEGUVIT” es una empresa que cuenta con 12 personas, su estructura se muestra en el organigrama estructural de la empresa.

## **1.2 RESEÑA HISTORICA**

La empresa “SEGUVIT” fue Adquirida el 26 de Agosto del año 2006, en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, se encuentra ubicada en el sector de Huachi Totoras.

Raúl Marcelo Espín Ortiz, Gerente propietario de la empresa “SEGUVIT”, es un trabajador emprendedor que empezó su labor en la fabricación de ventanas de aluminio panorámicas, a largo de su ejemplar trayectoria y al pasar el tiempo vio la necesidad de complementar su trabajo de fabricación de ventanas, con la transformación y Comercialización de vidrio templado para la industria carroceras, arquitectónica e industrial, el mismo que lo hizo realidad su anhelo de tener su propia empresa, Hoy en la actualidad sigue realizando su actividad productiva, ofreciendo un producto de calidad a nivel local y Nacional, con miras de constante superación.

## **1.3 MISIÓN**

“SEGUVIT”, es una empresa dedicada a la Transformación y comercialización de vidrio templado, en constante superación de Calidad y seguridad del producto a nivel local y Nacional, satisfaciendo las necesidades y expectativas de los clientes.

## **1.4 VISION**

La empresa “SEGUVIT”, será: una empresa que transformará y Comercializará vidrio templado, bajo los mejores estándares de calidad y seguridad, mediante el diseño de un sistema de calidad (Basado en la Norma ISO 9001:2000), que asegurarán las exigencias y requerimientos de los clientes, logrando posesionarse a nivel Nacional para el año 2013.

## **1.5 VALORES EMPRESARIALES**

**RESPECTO:** A la Organización, al pensamiento individual, y a las decisiones empresariales a lo que esta representa para el desarrollo social de la empresa.

**PUNTUALIDAD:** La puntualidad en el trabajo es una obligación de todos los miembros de la empresa.

**HONESTIDAD:** Hace posible el compromiso en el trabajo individual, colectivo y al brindar confianza a los demás permite una actuación cotidiana importante para todos.

**COMPAÑERISMO:** Es el factor multiplicador de las capacidades entre el compañerismo, esto se logra cuando hay amistad y trabajo en equipo, obteniendo resultados satisfactorios para la empresa.

**COMPETITIVIDAD:** Ofrecer servicios y productos de calidad, a precios competitivos.

**RESPONSABILIDAD:** Deberán ser responsables con el producto que ofrecerán, además de cumplir con todas las obligaciones y requisitos establecidos en el Sistema de Calidad.

**FIDELIDAD:** Expresada en la identidad y orgullo de formar parte de la empresa, fidelidad a los clientes y colaboradores, porque de ellos depende el funcionamiento de la empresa.

**TOLERANCIA:** Respeto a las ideas, creencias o practicas cuando son diferentes o contrarias a las propias, fortaleciendo la esencia de unidad en la diversidad de la empresa.




## **1.6 POLÍTICAS**

### **1.6.1 POLÍTICAS GENERALES**

- Marketing directo
- Visitar nuevas empresa carroceras, para captar nuevos clientes.
- Generar satisfacción de los colaboradores y clientes
- Definir alianzas estratégicas con las empresas carroceras.
- Evitar Problemas, soluciones Inmediatas
- Minimización de desperdicios
- Estabilidad laboral del personal que colabora para la empresa
- Pago puntual a los miembros y colaboradores de la empresa
- Mantener proveedores de calidad

### **1.7 ESTRATEGIAS**

- Atención oportuna y personalizada a los clientes.
- Ofertar productos a otras empresas de la rama Industrial y arquitectónica.
- Entrenar al personal interno de la empresa, en cuanto al sistema de calidad.
- Capacitación permanente del personal para las distintas aéreas de producción.
- Ofrecer servicios y productos de calidad a los clientes.
- Implementar estrategias de publicidad.

	<b>SISTEMA DE CALIDAD</b>		<b>MC-001</b>
<b>TITULO</b>	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>		<b>PROCESO</b>
No DE REVISION: <b>00</b>	SUSTITUYE A: <b>Ninguna</b>	RAZON DE REVISION: <b>Ninguna</b>	VIGENCIA DESDE:

## 2 SISTEMA DE CALIDAD DE LA EMPRESA “SEGUVIT”

### 2.1 ALCANCE

El Sistema de Calidad en la empresa “SEGUVIT” se aplicará a:

#### Actividades:

Producción y Servicio al cliente interno como externo del producto de la empresa.


#### Instalaciones:

Planta de Producción y oficinas se encuentra ubicada en el sector de Huachi Totoras.

### 2.2 POLITICA DE CALIDAD

La empresa estará comprometida con sus clientes internos y externos, a satisfacer sus expectativas y necesidades, trabajando de una forma eficaz en la transformación del producto, mejorando la calidad y eficacia de los procesos

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>REVISADO POR:</b>	<b>APROBADO POR</b>
..... Nombre: Patricio Castelo Diseñador del proyecto	..... Nombre: Marcelo Espín Cargo: Jefe Producción	..... Nombre: Raúl Espín Cargo: Gerente Empresa

		<b>SISTEMA DE CALIDAD</b>		<b>MC-001</b>
<b>TITULO</b>		<b>MANUAL DE CALIDAD</b>		<b>PROCESO</b>
<b>No DE REVISION:</b>	<b>SUSTITUYE A:</b>	<b>RAZON DE REVISION:</b>	<b>VIGENCIA DESDE:</b>	
<b>00</b>	<b>Ninguna</b>	<b>Ninguna</b>		

### 2.3 OBJETIVOS DE CALIDAD


- Organizar la empresa con la finalidad de cumplir los requerimientos de nuestros clientes internos como externos.
- Mejorar la calidad del producto, mediante las aplicaciones de los procesos.
- Mejorar el servicio al cliente, aplicando un Sistema de Calidad.

## 3. DESCRIPCION DEL SISTEMA DE CALIDAD

### 3.1. DIAGRAMA DE PROCESOS

Con el objetivo principal de alcanzar la satisfacción del cliente, se ha planteado un diseño del Sistema de Calidad, basado en la Norma ISO 9001:2000, que se aplicará a todos los procesos, relacionados entre sí y la relación con el cliente como explica en el mapa de procesos.

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>REVISADO POR:</b>	<b>APROBADO POR</b>
..... Nombre: Patricio Castelo Diseñador del proyecto	..... Nombre: Marcelo Espín Cargo: Jefe Producción	..... Nombre: Raúl Espín Cargo: Gerente Empresa

	<b>SISTEMA DE CALIDAD</b>		<b>MC-001</b>
<b>TITULO</b>	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>		<b>PROCESO</b>
<b>No DE REVISION:</b>  <b>00</b>	<b>SUSTITUYE A:</b>  <b>Ninguna</b>	<b>RAZON DE REVISION:</b>  <b>Ninguna</b>	<b>VIGENCIA DESDE:</b>

### 3.2 DESCRIPCION DEL SISTEMA DE CALIDAD

Como manifiesta, el Manual de la Calidad es el documento básico del Sistema, puesto que controla, gestiona y enfoca los procesos de la empresa “SEGUVIT”, que se describe a continuación:

#### 3.2.1 PLANIFICACION ESTRATEGICA


##### 3.2.1.1 Descripción y alcance

Desde el análisis de los resultados generales, hasta la toma de decisiones estratégicas, en beneficio de la empresa.

##### 3.2.1.2 Objetivo

Diseñar la planificación y su control, sobre lo que la empresa va ha hacer, en beneficio de sí misma y de sus clientes internos y externos.

<b>ELABORADO POR:</b>  ..... Nombre: Patricio Castelo Diseñador del proyecto	<b>REVISADO POR:</b>  ..... Nombre: Marcelo Espín Cargo: Jefe Producción	<b>APROBADO POR</b>  ..... Nombre: Raúl Espín Cargo: Gerente Empresa
--	--	--

	<b>SISTEMA DE CALIDAD</b>		MC-001
TITULO	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>		PROCESO
No DE REVISION:  <b>00</b>	SUSTITUYE A:  <b>Ninguna</b>	RAZON DE REVISION:  <b>Ninguna</b>	VIGENCIA DESDE:

### 3.2.1.3 Requisitos de la ISO 9001:2000

5.2 Enfoque al Cliente

5.3 Política de Calidad

5.4 Planificación

6.1 Provisión de Recursos

### 3.2.1.4 Documentos de Referencia


Planificación Estratégica

## 3.2.2 GESTION DE LA CALIDAD

### 3.2.2.1 Descripción y Alcance

Empezarán desde la evaluación de la efectividad del Sistema de Calidad, hasta llegar a la evaluación de los requerimientos que asegure el sistema de Calidad, el mismo que permanezca efectivo para el objetivo planteado, cumpliendo con los requisitos de la Norma ISO 9001:2000.

<b>ELABORADO POR:</b>  ..... Nombre: Patricio Castelo Diseñador del proyecto	<b>REVISADO POR:</b>  ..... Nombre: Marcelo Espín Cargo: Jefe Producción	<b>APROBADO POR</b>  ..... Nombre: Raúl Espín Cargo: Gerente Empresa
--	--	--

	<b>SISTEMA DE CALIDAD</b>	<b>MC-001</b>
<b>TITULO</b>	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>PROCESO</b>
No DE REVISION: <b>00</b>	SUSTITUYE A: <b>Ninguna</b>	RAZON DE REVISION: <b>Ninguna</b>
		VIGENCIA DESDE:

### 3.2.2.2 Objetivo

Garantizar que el sistema de calidad será Diseñado, documentado y establecido de acuerdo a los requisitos de la Norma ISO 9001:2000, el mismo que proporcionará información, mantenimiento y una mejora continua del producto que ofrecerá la empresa “SEGUVIT”.

### 3.2.2.3 Requisitos de la ISO 9001:2000

4.2.3 Control de Documentos

4.2.4 Control de Registros

8.22. Auditoría Interna

8.5 Mejora

8.5.2 Acciones Correctivas


8.5.3 Acciones preventivas

### 3.3.3.4 Documentos de Referencia

SC-PRO-001 Auditorias Internas

SC-PRO-002 Acciones Correctivas y Preventivas

<b>ELABORADO POR:</b> ..... Nombre: Patricio Castelo Diseñador del proyecto	<b>REVISADO POR:</b> ..... Nombre: Marcelo Espín Cargo: Jefe Producción	<b>APROBADO POR</b> ..... Nombre: Raúl Espín Cargo: Gerente Empresa
--	--	--

	<b>SISTEMA DE CALIDAD</b>	<b>MC-001</b>
<b>TITULO</b>	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>PROCESO</b>
<b>No DE REVISION:</b>  <b>00</b>	<b>SUSTITUYE A:</b>  <b>Ninguna</b>	<b>RAZON DE REVISION:</b>  <b>Ninguna</b>
		<b>VIGENCIA DESDE:</b>

### 3.2.3 COMPRAS

#### 3.2.3.1 Descripción y Alcance

Se Iniciará desde la revisión de stop de materiales y la recepción del pedido de compras de materiales, hasta recibir el producto en buenas condiciones.

#### 3.2.3.2 Objetivo

Garantizar la disponibilidad de todos los materiales y accesorios de los productos comprados, y que cumplan con las características especificadas.

#### 3.2.3.3 Requisitos de la ISO 9001:2000


#### 7.4 Compras

##### 7.4.1 Proceso de compras

##### 7.4.2 Información de las compras

##### 7.4.3 Validación de los procesos comprados

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>REVISADO POR:</b>	<b>APROBADO POR</b>
..... Nombre: Patricio Castelo Diseñador del proyecto	..... Nombre: Marcelo Espín Cargo: Jefe Producción	..... Nombre: Raúl Espín Cargo: Gerente Empresa

	<b>SISTEMA DE CALIDAD</b>		<b>MC-001</b>
<b>TITULO</b>	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>		<b>PROCESO</b>
No DE REVISION:  <b>00</b>	SUSTITUYE A:  <b>Ninguna</b>	RAZON DE REVISION:  <b>Ninguna</b>	VIGENCIA DESDE:

### 3.2.3.4 Documentos de Referencia

COMPRA-PRO-001-Compras

## 3.2.4 PRODUCCION

### 3.2.4.1 Descripción y Alcance


Esto implicara a todas las actividades a desarrollarse, paso a paso, desde la recepción de la Toma de Pedidos, hasta la entrega del producto terminado a bodega.

### 3.2.4.2 objetivo

Elaborar productos de calidad, cumpliendo con los requerimientos establecidos, optimizando recursos, cumpliendo con los plazos y especificaciones en las órdenes de Trabajo.

<b>ELABORADO POR:</b>  ..... Nombre: Patricio Castelo Diseñador del proyecto	<b>REVISADO POR:</b>  ..... Nombre: Marcelo Espín Cargo: Jefe Producción	<b>APROBADO POR</b>  ..... Nombre: Raúl Espín Cargo: Gerente Empresa
--	--	--



	<b>SISTEMA DE CALIDAD</b>		<b>MC-001</b>
<b>TITULO</b>	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>		<b>PROCESO</b>
<b>No DE REVISION:</b> <b>00</b>	<b>SUSTITUYE A:</b> <b>Ninguna</b>	<b>RAZON DE REVISION:</b> <b>Ninguna</b>	<b>VIGENCIA DESDE:</b>

### 3.2.4.3 Requisitos Aplicables de la ISO 9001:2000

7.5 Producción y prestación del Servicio

7.5.1 Control de la producción y de la prestación del servicio

7.6 Control de los dispositivos de seguimiento y medición

8.2.4 Seguimiento y medición del producto

8.3 Control del producto no conforme.

### 3.2.4.4 Documento de referencia

PRODUC-PRO-001 Toma de pedidos

PRODUC-PRO-002 Templado del vidrio


PRODUC-PRO-003 Producto no conforme

### 3.2.5 VENTAS

#### 3.2.5.1 Descripción y Alcance

Comenzarán desde la recepción y los requerimientos del cliente, hasta culminar entregando el producto requerido, mediante el cobro de la venta de acuerdo a las condiciones establecidas.

<b>ELABORADO POR:</b> ..... Nombre: Patricio Castelo Diseñador del proyecto	<b>REVISADO POR:</b> ..... Nombre: Marcelo Espín Cargo: Jefe Producción	<b>APROBADO POR</b> ..... Nombre: Raúl Espín Cargo: Gerente Empresa
--	--	--

	<b>SISTEMA DE CALIDAD</b>	MC-001
TITULO	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	PROCESO
No DE REVISION:  <b>00</b>	SUSTITUYE A:  <b>Ninguna</b>	RAZON DE REVISION:  <b>Ninguna</b>
		VIGENCIA DESDE:

### 3.2-5-2 Objetivo

Garantizar la entrega del producto, de acuerdo a los requerimientos y peticiones del cliente, previo al cobro de la venta, según las condiciones pactadas con el mismo.

### 3.2.5.3 Requisitos de la Norma ISO 9001:2000

7.2 Procesos relacionados con el cliente

7.5 Producción y prestación del servicio


7.5.4 Propiedad del cliente

7.5.5 Preservación del producto

### 3.2.5.4 Documentos de referencia

VENTAS-PRO-001 Ventas

<b>ELABORADO POR:</b>  ..... Nombre: Patricio Castelo Diseñador del proyecto	<b>REVISADO POR:</b>  ..... Nombre: Marcelo Espín Cargo: Jefe Producción	<b>APROBADO POR</b>  ..... Nombre: Raúl Espín Cargo: Gerente Empresa
--	--	--

	<b>SISTEMA DE CALIDAD</b>		<b>MC-001</b>
<b>TITULO</b>	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>		<b>PROCESO</b>
<b>No DE REVISION:</b>  <b>00</b>	<b>SUSTITUYE A:</b>  <b>Ninguna</b>	<b>RAZON DE REVISION:</b>  <b>Ninguna</b>	<b>VIGENCIA DESDE:</b>

### 3.2.6 SERVICIO AL CLIENTE

#### 3.2.6.1 Descripción y alcance

Iniciarán desde la recepción de requerimientos, necesidades, expectativas, y reclamos de los clientes, hasta dar solución de los problemas presentados, (incluye) Medición de satisfacción del cliente.

#### 3.2.6.2 Objetivo


Ofrecer al cliente un canal de comunicación directa, para conocer sus necesidades y expectativas, mantener informado sobre sus peticiones y reclamos, para poder dar solución de manera inmediata

#### 3.2.6.4 Requisitos de la Norma ISO 9001:2000

7.2.3 Comunicación con el cliente

8.2.1 Satisfacción del cliente

<b>ELABORADO POR:</b>  ..... Nombre: Patricio Castelo Diseñador del proyecto	<b>REVISADO POR:</b>  ..... Nombre: Marcelo Espín Cargo: Jefe Producción	<b>APROBADO POR</b>  ..... Nombre: Raúl Espín Cargo: Gerente Empresa
--	--	--

	<b>SISTEMA DE CALIDAD</b>	MC-001
TITULO	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	PROCESO
No DE REVISION:  <b>00</b>	SUSTITUYE A:  <b>Ninguna</b>	RAZON DE REVISION:  <b>Ninguna</b>
		VIGENCIA DESDE:

### 3.2.6.4 Documentos de referencia

Plantillas y moldes del cliente

### 3.2.7 MANTENIMIENTO


#### 3.2.7.1 Descripción y alcance

Abarcará todas las actividades relacionadas con el mantenimiento de los equipos y maquinaria de la empresa, que soportan los procesos.

#### 3.2-7-2 Objetivo

Garantizar la disponibilidad de los equipos y maquinaria que están relacionados con los procesos.

<b>ELABORADO POR:</b>  ..... Nombre: Patricio Castelo Diseñador del proyecto	<b>REVISADO POR:</b>  ..... Nombre: Marcelo Espín Cargo: Jefe Producción	<b>APROBADO POR</b>  ..... Nombre: Raúl Espín Cargo: Gerente Empresa
--	--	--

	<b>SISTEMA DE CALIDAD</b>		<b>MC-001</b>
<b>TITULO</b>	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>		<b>PROCESO</b>
No DE REVISION:  <b>00</b>	SUSTITUYE A:  <b>Ninguna</b>	RAZON DE REVISION:  <b>Ninguna</b>	VIGENCIA DESDE:

### 3.2.7.3 Requisitos aplicables de la Norma ISO 9001:2000

6.3 Infraestructura

6.4 Ambiente de trabajo

7.5.4 Prioridad del cliente

### 3.2.7.4 Documento de referencia


MANTEN-PRO-001 Mantenimiento de equipos y maquinaria de la empresa

## 3.2.8 FINANZAS

### 3.2.8.1 Descripción y Alcance

Iniciarán desde la elaboración de presupuestos, hasta llegar a gestionar el mismo, mediante el seguimiento y control de los recursos.

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>REVISADO POR:</b>	<b>APROBADO POR</b>
..... Nombre: Patricio Castelo Diseñador del proyecto	..... Nombre: Marcelo Espín Cargo: Jefe Producción	..... Nombre: Raúl Espín Cargo: Gerente Empresa

	<b>SISTEMA DE CALIDAD</b>		<b>MC-001</b>
<b>TITULO</b>	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>		<b>PROCESO</b>
<b>No DE REVISION:</b>  <b>00</b>	<b>SUSTITUYE A:</b>  <b>Ninguna</b>	<b>RAZON DE REVISION:</b>  <b>Ninguna</b>	<b>VIGENCIA DESDE:</b>

### 3.2.8.2 Objetivo

Adquirir los recursos necesarios, para poner en marcha la ejecución de los procesos de Transformación de templado del vidrio en la empresa “SEGUVIT”.

### 3.2.8.3 Requisitos de la Norma ISO 9001:2000

6.1 Provisión de recursos

### 3.2.8.4 Documentos de referencia


Presupuesto

## 3.2.9 CONTROL DE DOCUMENTOS Y REGISTROS

### 3.2.9.1 Descripción y alcance

Empezarán desde su creación y aprobación de los documentos, hasta disponer el uso en los procesos. Incluye revisión de documentos obsoletos.

<b>ELABORADO POR:</b>  ..... Nombre: Patricio Castelo Diseñador del proyecto	<b>REVISADO POR:</b>  ..... Nombre: Marcelo Espín Cargo: Jefe Producción	<b>APROBADO POR</b>  ..... Nombre: Raúl Espín Cargo: Gerente Empresa
--	--	--

	<b>SISTEMA DE CALIDAD</b>		<b>MC-001</b>
<b>TITULO</b>	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>		<b>PROCESO</b>
<b>No DE REVISION:</b>  <b>00</b>	<b>SUSTITUYE A:</b>  <b>Ninguna</b>	<b>RAZON DE REVISION:</b>  <b>Ninguna</b>	<b>VIGENCIA DESDE:</b>

### 3.2.9.2 Objetivo

Garantizar la disponibilidad y el seguimiento de la información de la documentación de la empresa “SEGU VIT”.

### 3.2.9.3 Requisitos de la Norma ISO 9001:2000

4.2 Requisitos de la documentación

4.2.3 Control de los documentos


4.2.4 Control de los registros

### 3-2-9-4 Documentos de referencia

DOC-PRO-001 Control de documentos y registros.

<b>ELABORADO POR:</b>  ..... Nombre: Patricio Castelo Diseñador del proyecto	<b>REVISADO POR:</b>  ..... Nombre: Marcelo Espín Cargo: Jefe Producción	<b>APROBADO POR</b>  ..... Nombre: Raúl Espín Cargo: Gerente Empresa
--	--	--

**CUADRO 7 PROCEDIMIENTOS DEL PRODUCTO**

	<b>REALIZACION DEL PRODUCTO</b>					Código:
	<b>PROCESO OPERATIVO</b>					Edición:
						Fecha:
						Página:
<b>OBJETO:</b> Establecer y desarrollar todas las actividades para la Transformación, control y mejoramiento del producto						
<b>PROVEEDORES</b>	<b>ENTRADAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>SALIDAS</b>	<b>DOCUMENTOS</b>	<b>CLIENTES</b>	<b>PARAMETROS DE CONTROL</b>
* Requisitos De los clientes  *Provision de Vidrios  *Provision de Accesorios	*Especificaciones Del Cliente  * Recursos Disponibles	*Corte  *Rectilínea  *Taladro  Lavado  *Temple	*Vidrio Plano de Seguridad Templado  *Vidrio Plano de Seguridad Curvo	*Reporte de Corte  *Reporte de Rectilínea  *Reporte de Taladro  *Reporte de Templado  *Facturas	*Proceso de corte  *Proceso de Rectilínea  *Proceso de taladro  *Proceso de Lavado  *Proceso de Templado	*Reporte de Templado Semanal
RESPONSABLE: Jefe de Producción						
<b>RECURSOS:</b>			<b>CONDICIONES AMBIENTALES A CONTROLAR</b>			<b>REGISTRO:</b>
Vidrios Crudos y accesorios de Instalación						*Especificaciones
<b>PROCEDIMIENTOS</b>		<b>Requisitos Estandar:</b>	<b>Requisitos Legales</b>	<b>Requisitos Organización</b>		
<b>ELABORO:</b>	<b>REVISO</b>	<b>APROBO</b>			COPIA CONTROLADA	
Estudiante de Ing.						
En Administración	Jefe de Producción	Gerente General				
					COPIA NO CONTROLADA	

**Elaborado por:** Patricio Castelo M.




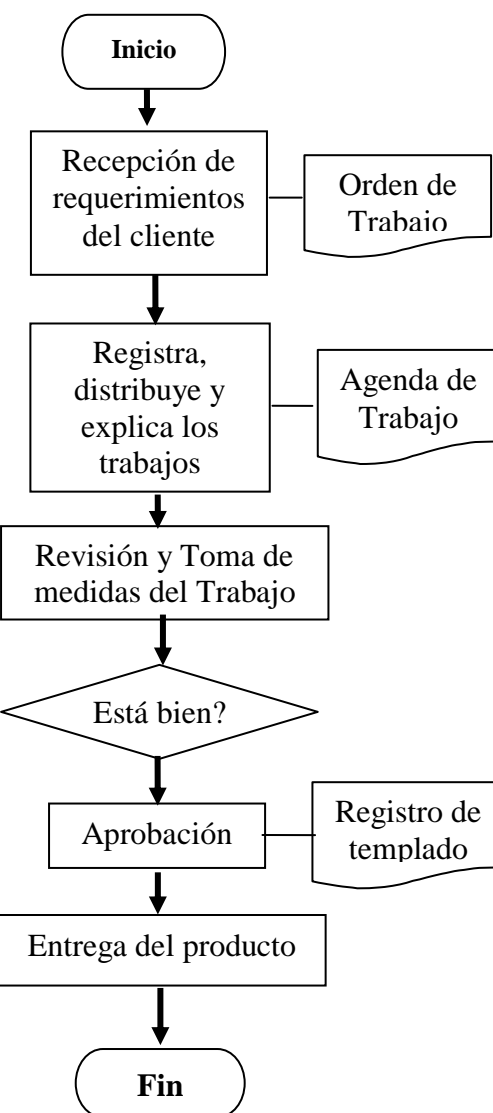
**CUADRO 8 MATRIZ DEL VALOR AGREGADO DE LOS PROCESOS EN LA EMPRESA “SEGUVIT”**

<b>Vidrios Templados</b>		<b>MATRIZ DEL VALOR AGREGADO</b>			Codigo:
<b>PROCESO: Transformación y Comercialización de Vidrios Templados</b>					Pagina:
ACTIVIDADES DE AREA O PROCESO INTERNO	VALOR AGREGADO POR ACTIVIDAD	TIEMPO DE VALOR GENERADO			VALOR AGREGADO
		Valor Económico $V_e = V_{e2} - V_{e1}$	Valor Social $V_s = V_{s2} - V_{s1}$	Valor Tecnológico $V_t = V_{t2} - V_{t1}$	DE ENFOQUE PROPIO DE LA ORGANIZACIÓN
					$V_{x1}$ $V_{x2}$
*Medir y Cortar lamina de Vidrio	*Proveer las medidas Exactas de tamaño del Vidrio o producto	*Optimización del Despedicio del material	*Cumple con las dimensiones solicitadas por el cliente	*Implementación de Programas y maquinas de corte	
*Realizar el borde pulido Brillado	*Mayor Seguridad para el cliente en relación a Los limites de Accidentabilidad	*Optimización del Despedicio del material Debido a que este no es Estillado	*Se efectua el servicio en el lado solicitado por por el cliente		
*Realizar perforación	*Permite acceder a la colocación por parte del cliente	*Reduce la ruptura del Material	*Da acceso a la Instalación de accesorios por parte del cliente	*Aplicación de limites en las dimensiones	
*Ejecutar Canto muerto	*Aumenta para el cliente el nivel de seguridad en el borde de los vidrios	*Implica minimización de accidentes ya que el filo del vidrio es eliminado	*Minimización de los limites de accidentabilidad		
*Lavar lamina de Vidrio	*Permite una excelente Calidad optica para el Vidrio.		*Mejor visión en la calidad Optima		
*Realizar proceso de	*Para mayor seguridad Cuando se manipule por parte del cliente	Menos riesgo de Accidentabilidad			

Elaborado: Patricio Castelo M.

**CUADRO 9**

	<b>PROCEDIMIENTO DEL TEMPLADO</b>		<b>MC-001</b>
<b>TITULO</b>	<b>TEMPLADO</b>		<b>PROCESO</b>
No DE REVISION: <b>00</b>	SUSTITUYE A: <b>Ninguna</b>	RAZON DE REVISION: <b>Ninguna</b>	VIGENCIA DESDE:

ACTIVIDAD	DESCRIPCION	RESPONSABLE
	<p>Iniciar con la recepción de los requerimientos y necesidades del cliente para poder realizar el trabajo y se procede a la elaboración de la orden de trabajo.</p> <p>Registra la orden de trabajo y revisa el pedido para distribuir al jefe de producción los trabajos recibidos, y además explica algunos aspectos relacionados con el desarrollo del producto.</p> <p>Revisa los moldes y plantillas para proceder a la toma de medidas del trabajo. y preparar y elegirla materia prima necesaria para realizar el trabajo solicitado</p> <p>Realiza el templado del producto y registra en la orden de trabajo.</p> <p>Entrega del trabajo a ventas para su despacho al cliente y su respectivo cobro</p>	<p>Vendedor</p> <p>Vendedor</p> <p>Jefe de Producción</p> <p>Jefe de Producción</p> <p>Cajera</p>

<b>ELABORADO POR:</b> ..... Nombre: Patricio Castelo Diseñador del proyecto	<b>REVISADO POR:</b> ..... Nombre: Marcelo Espín Cargo: Jefe Producción	<b>APROBADO POR</b> ..... Nombre: Raúl Espín Cargo: Gerente Empresa
--	--	--

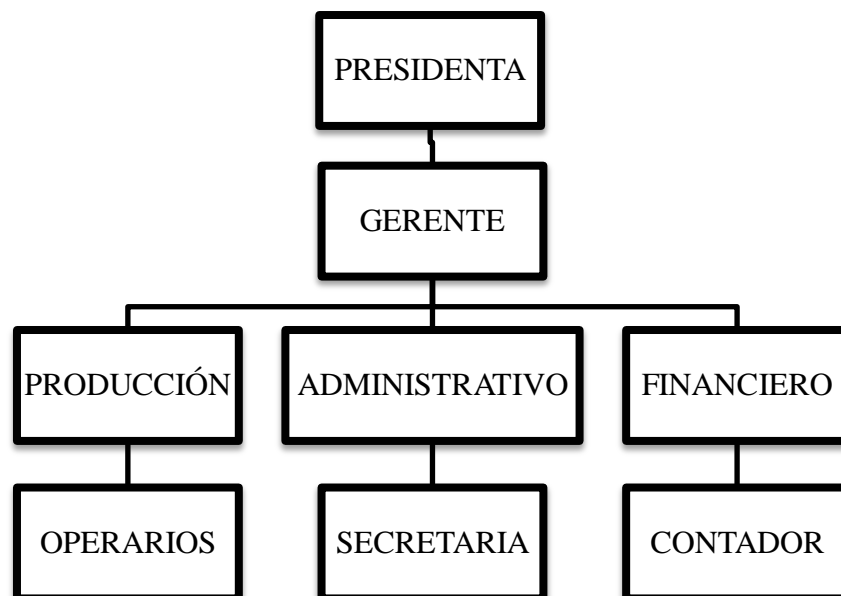
## 6.8 ADMINISTRACIÓN

La responsabilidad directa de la Administración de la empresa “SEGUVIT”, estará a cargo del Gerente propietario, señor Raúl Marcelo Espín, en coordinación con el equipo de trabajo de la empresa, quienes serán los encargados de controlar y vigilar el inicio de sus actividades, comprobar su desarrollo y ejecución del Diseño del Sistema de Calidad, controlar sus actividades a través del tiempo, este Sistema de Calidad será administrado de acuerdo a los requerimientos de la empresa, conforme avance las actividades de producción; la revisión del Sistema de Calidad será secuencial, constante y permanente.

Las actividades propuestas para obtener un producto de calidad, son encaminadas a la satisfacción de los clientes, con el objetivo de incrementar las ventas y obtener una mayor utilidad para la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato.

### ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA “SEGUVIT” ACTUAL

GRAFICO 20

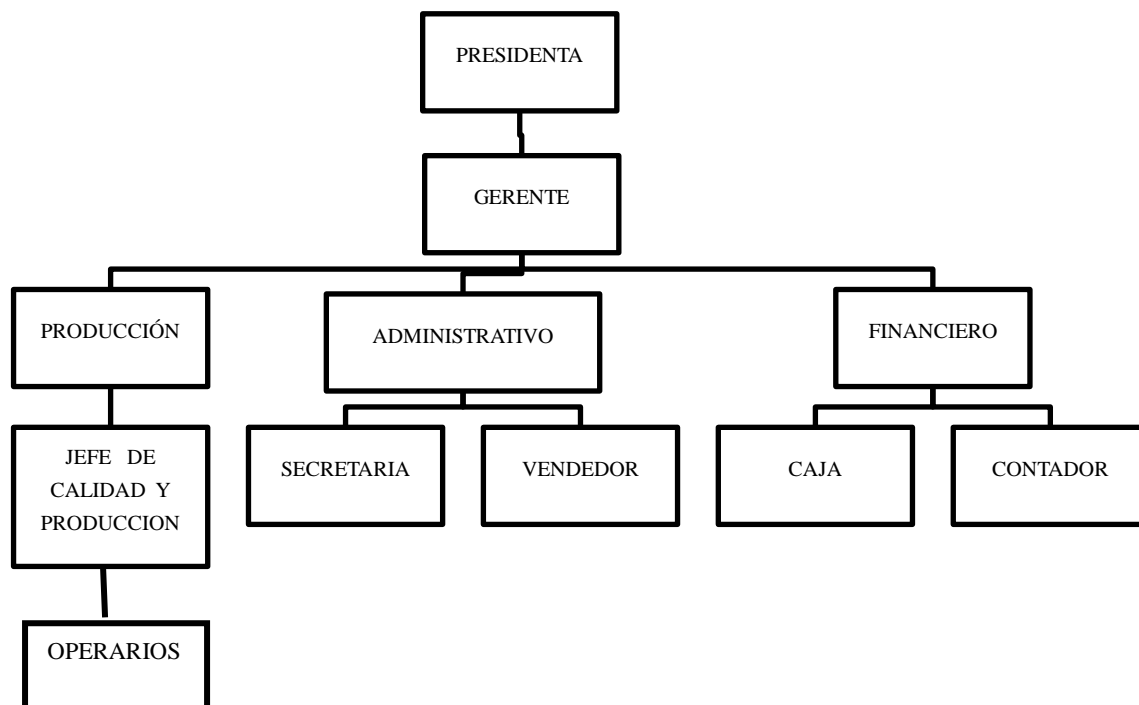


**Elaborado por:** Patricio Castelo M.

## ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA

### “SEGUVID”PROPUESTA

GRAFICO 21



**Elaboradopor:** Patricio Castelo M.

## 6.9 PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

A fin de garantizar y asegurar la ejecución de la propuesta del Sistema de Calidad, de conformidad con lo programado, para dar cumplimiento de los objetivos planteados por la empresa, se deberá realizar el monitoreo de las actividades del Diseño del Sistema de Calidad, como un proceso de seguimiento y evaluación permanente, que permita anticipar contingencias que se puedan presentar en el camino a fin de implementar correctivos a través de acciones que aseguren el cumplimiento de las metas planteadas.

Las preguntas que a continuación se explican ayudarán a cumplir esta tarea:

#### **6.8.1 ¿Quiénes solicitan evaluar?**

La evaluación de las actividades del Diseño del sistema de Calidad, será solicitada por la Alta Dirección de la empresa; así como también de la misma organización de certificación de la Norma ISO 9001:2000.

#### **6.8.2 ¿Por qué evaluar?**

Se deberá evaluar el Sistema de Calidad, porque es importante determinar el cumplimiento de los objetivos planteados en la propuesta, con los datos obtenidos durante el período de ejecución.

#### **6.8.3 ¿Para qué evaluar?**

La evaluación del Sistema de Calidad será necesario evaluar, para así saber que si el producto cumplió con los procesos requeridos o no, es una forma de constatar que el desarrollo de estas actividades sean llevadas a cabo de manera eficiente para asegurar la calidad del producto, servicio y el éxito de la empresa.

#### **6.8.4 ¿Qué evaluar?**

Se deberá evaluar todas las actividades y procesos que se encuentran diseñadas en el Sistema de Calidad basado en la Norma ISO 9001:2000, que permitirán obtener un producto de calidad, para incrementar las ventas de la empresa.

#### **6.8.5 ¿Quién evalúa?**

El responsable de evaluar las actividades y procesos de la propuesta del Diseño del Sistema de Calidad, estará a cargo del Señor Patricio Castelo, autor de la propuesta,

profesional en Administración en el campo de Marketing y Gestión de Negocios y los Organismo competentes de la Certificación de la Norma ISO 9001:2000.

#### **6.8.6 ¿Cuándo evaluar?**

La evaluación de la propuesta del Sistema de Calidad, se realizará antes, durante y después del período de implantación del Sistema de calidad basado en la Norma ISO 9001:2000 con el objetivo de obtener un producto de calidad, satisfaciendo las necesidades y expectativas de los clientes de la empresa.

#### **6.8.7 ¿Cómo evaluar?**

Mediante indicadores que determinarán como medir el grado de consecución de los objetivos planteados, en términos cuali-cuantitativos, comparando la producción y ventas promedio e ingresos de años anteriores, con los datos actuales.

#### **6.8.8 ¿Con qué evaluar?**

Se evaluará a través de instrumentos de medición como: cuestionarios, entrevistas y mediante observaciones directas según el caso amerite.

## **BIBLIOGRAFIA:**

**BERLINCHES, A.** (2008). ISO 9001:2000 Sistema de Gestión de la Calidad. Sexta edición. Editorial, M José López Razo. Madrid – España.

**BEMJAMIN, E. y FINCOWSKY, F.** (2009). Organización de Empresas. Tercera Edición. Editorial, Interamericana S.A de C.V. México.

**DICCIONARIO DEL MARKETING, CULTURA S, A,** (2006). Edición 1999. Editorial, Brosma C. Madrid – España.

**ENCICLOPEDIA PRÁCTICA DE VENTAS,** (2010). Editorial, Equipo Grupo Cultural. Madrid - España

**EDWARD DEMING.**(2003). Marketing. Decima Edición. Editorial, Pearson Educación. S.A. Madrid - España

**JAMES, P.** (1997). Gestión de la calidad total. Primera Edición. Pearson Educación. S.A. Madrid – España.

**JAMES R, WILLIAM, M** (2008) Administración y control de la calidad.

**KAORU Ishikawa,** (2008), Que es el Control Total de la Calidad. Onceava Edición Económica. Editorial, Norma S. A. Colombia.

**KOTLER, P. y ARMSTRONG, G.** (2003). Fundamentos de Marketing. Sexta Edición. Editorial, Pearson Educación. Naucalpan de Juárez - México.

**KOTLER y KELLER.** (2000). Marketing

**KOTLER, AMSTRONG, CAMARA y CRUZ.** (2007). Fundamentos de Marketing

**KOTLER, P y ARMSTRONG, G.** (2008). Fundamentos de Marketing. Octava Edición. Editorial, Pearson Educación. Naucalpan de Juárez - México.

**KUSTER, I. y ROMAN, S.** (2006) Venta Personal y Dirección de Ventas. Editorial, Thompson Editores Spain. Madrid- España

**MARTINEZ, G. y PELLICER, E.** (2007), Organización y Gestión de Proyectos y Obras. Primera Edición. Editorial Israel Sebastián. Aravaca- Madrid.

**OAKLAN, J.** (2007).Calidad Total.

**SENLE, A. y STOLL, G.** (2000).Enciclopedia de Excelencia y Calidad Total. Ediciones Gestión 2000 S.A. Editorial, Lumen. Barcelona- España.

**SENLE, A. y VILAR, J.** (2000). Enciclopedia de Calidad Total. ISOI 9000 en Empresas de Servicios Ediciones. Gestión 2000 S.A. Barcelona España

**SNELL, B.** (2009). Administración.

**SERVAT, A** (2005) Calidad. Metodología para Documentar el ISO 9001version 2000. Primera Edición. Editorial, Marisa de Anta. Naucalpan de Juárez - México.

**WILLIAM, J. STANTON, I. MICHAEL, J. ETZEL, I. BRUCE, J y WALKER.** (2007), Fundamentos de Marketing. Decimocuarta Edición. Editorial Interamericana S.A. México.

**ZAMORA. EDITORES LTDA,** (2003). Gran enciclopedia Estudiantil. Primera Edición. Santa Fe – Colombia.



**PAGINAS WEW:**

**[http://es.wikipedia.org/wiki/Gesti%C3%B3n\\_de\\_calidad\\_total](http://es.wikipedia.org/wiki/Gesti%C3%B3n_de_calidad_total)**

**[http://www.juntadeandalucia.es/averroes/iesbahia decadiz/pdf/electr/cesarsanchez/calidad\\_gestion.pdf](http://www.juntadeandalucia.es/averroes/iesbahia decadiz/pdf/electr/cesarsanchez/calidad_gestion.pdf)**.

**[http://www.buscarportal.com/articulos/iso\\_9001\\_gestion\\_calidad.html](http://www.buscarportal.com/articulos/iso_9001_gestion_calidad.html)**

**"[http://www.derecho.com/c/ISO\\_9001:2000](http://www.derecho.com/c/ISO_9001:2000)"**

**<http://www.normas9000.com/que-es-iso-9000.html>**

**<http://www.google.com/search?hl=es&defl=es&q=define:Sistema+de+calidad&sa=X&ei=EY1yTYThLpSjtgeRxK2KDQ&sqi=2&ved=0CBUQkAE>**

**<http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=9&g=7>**

**[http://www.wikilearning.com/monografia/la\\_gestion\\_de\\_la\\_calidad\\_total-politicas\\_de\\_calidad/11162-19](http://www.wikilearning.com/monografia/la_gestion_de_la_calidad_total-politicas_de_calidad/11162-19)**

**<http://www.gestionyadministracion.com/empresas/concepto-de-gestion.html>**

**<http://www.mailxmail.com/curso-mejora-gestion-recursos-humanos/concepto-recursos-humanos>**

**<http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/tecnicas-de-calidad-total-mejoramiento-continuo.htm>**

**<http://definicion.de/recursos-tecnologicos/>**

**<http://blogs.monografias.com/calidad-y-gestion/2009/07/30/responsabilidad-de-la-direccion/>**

<http://html.rincondelvago.com/concepto-y-elementos-de-comunicacion.html>

<http://www.mailxmail.com/curso-sistema-gestion-calidad-iso-9001/medicion-analisis-mejora>

<http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/administracion/acliente.htm>

<http://www.mailxmail.com/curso-7-m-todo-proceso-productivo/managing>

<http://sobreconceptos.com/factores-de-produccion>

<http://www.tumercadeo.com/2010/02/que-es-comercializacion.html>

<http://www.marketing-free.com/glosario/estrategias-ventas.html>

<http://www.goodworkfromhome.com/estrategias-de-ventas-y-de-marketing.html>

<http://www.slideshare.net/enriquehg123/plan-de-ventas>

<http://www.rivassanti.net/curso-ventas/definicion-de-venta.php>

<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/definicion-concepto-venta.htm>

<http://www.piska.estranky.cz/clanky/spanelsky-marketing---tipos-de-competencia.html>

[http://calidad-gestion.com.ar/rec\\_gratuitos/articulos/implementacion\\_iso\\_9000.pdf](http://calidad-gestion.com.ar/rec_gratuitos/articulos/implementacion_iso_9000.pdf)

[www.google.com](http://www.google.com).



# ANEXOS

## **ANEXOS No 1**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE MARKETING Y GESTION DE NEGOSIOS.**

### **ENCUESTA**

Encuesta dirigida a los clientes de la empresa “SEGUVIT” de la ciudad de Ambato.

#### **OBJETIVO:**

Determinar el sistema de calidad y su incidencia en las ventas de la empresa “SEGUVIT”. De la ciudad de Ambato en el año 2011.

#### **RECOMENDACIÓN:**

Se recomienda realizar la presente encuesta en forma veraz, la información obtenida permitirá al investigador desarrollar un trabajo efectivo, para proponer soluciones importantes en la empresa.

Agradecemos su colaboración y garantizamos absoluta reserva de su información.

#### **INSTRUCCIONES:**

Por favor marque con una (X) la respuesta de su elección.

1.- ¿Está usted de acuerdo con la Implantación del sistema de calidad basado en la Norma ISO 9001:2000 de la empresa “SEGUVIT”?

Si

No

2.- ¿Cuándo adquiere el producto que es lo más importante para usted?

Calidad

Precio

Utilidad

Seguridad

Marca

3.- ¿Cómo lo calificaría usted el servicio que la empresa ofrece?

Excelente

Muy bueno

Bueno

Regular

Malo

4.- ¿Por qué medios publicitarios conoce usted a la empresa “SEGUVIT”?

Radio

Televisión

Prensa

Vallas publicitarias

Amistad

5.- ¿Qué tipo de cliente usted se considera?

- Activo
- Inactivo
- Frecuente
- Habitual
- Ocasional

6.- ¿Cuándo usted realiza la compra del producto por medio de que lo solicita?

- Personal
- Por Teléfono
- Por Correo
- En Línea

7.¿Usted considera que la calidad del producto, permitirá un incremento en las ventas de la empresa SEGUVIT de la ciudad de Ambato?

- Si
- No

8.- ¿Cómo considera usted, a los precios actuales que mantiene la empresa al momento de efectuar una compra?:

- Competitivos
- No competitivos

9.- ¿Cómo lo calificaría el producto que ofrece la empresa “SEGUVIT” a sus clientes?

Excelentes	<input type="checkbox"/>
Muy Buenos	<input type="checkbox"/>
Buenos	<input type="checkbox"/>
Regulares	<input type="checkbox"/>
Malos	<input type="checkbox"/>

10- ¿Con que frecuencia adquiere el producto de la empresa “SEGUVIT”?

Diario	<input type="checkbox"/>
Dos Veces por semana	<input type="checkbox"/>
Semanal	<input type="checkbox"/>
Quincenal	<input type="checkbox"/>
Mensual	<input type="checkbox"/>

11.- ¿La no entrega oportuna del producto, usted cree que se deba ha?

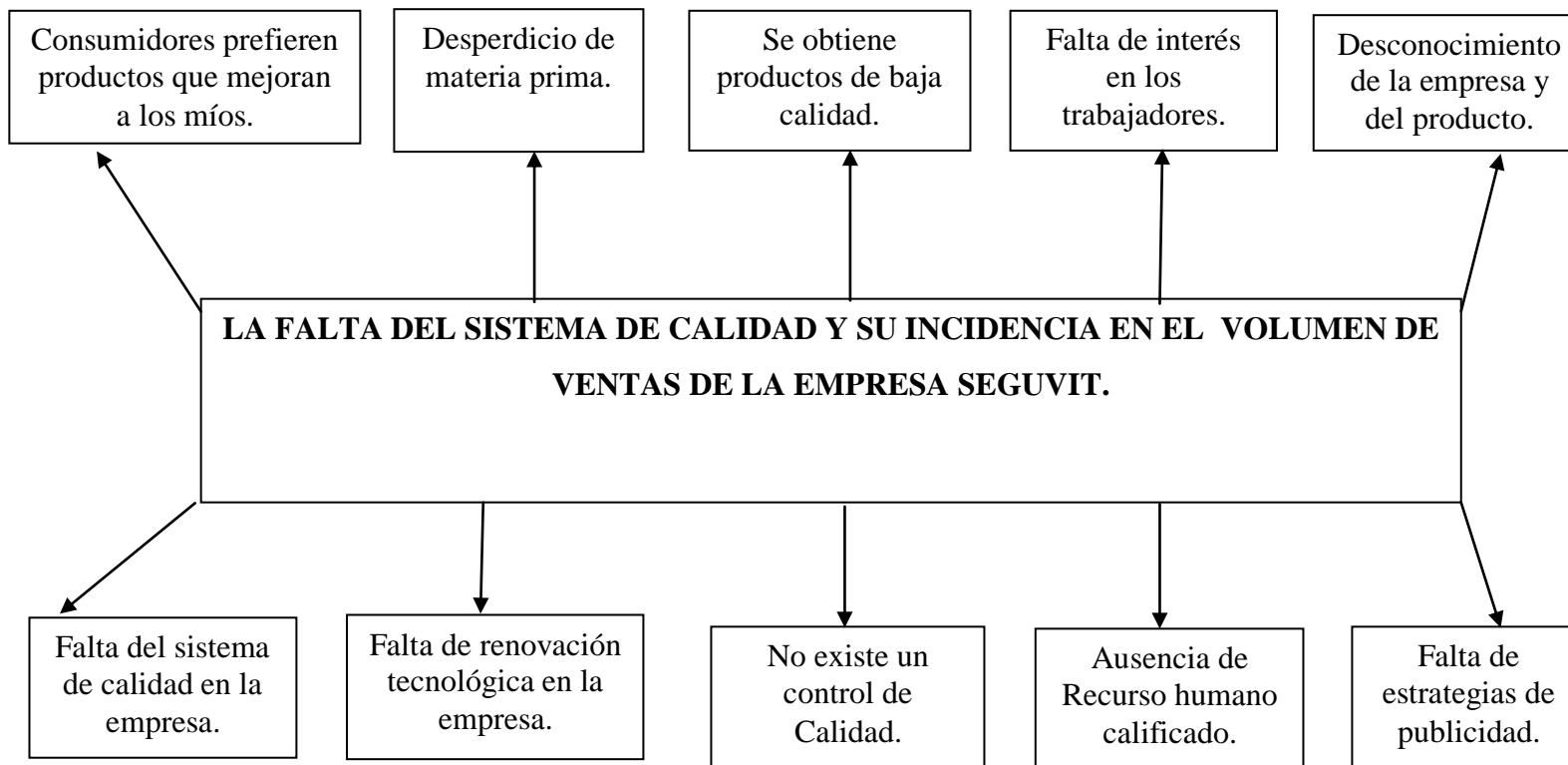
Falta de Planificación	<input type="checkbox"/>
Falta de personal	<input type="checkbox"/>
Mano de obra calificada	<input type="checkbox"/>
Maquinaria obsoleta	<input type="checkbox"/>
Retraso de proveedores	<input type="checkbox"/>

**GRACIAS POR SU COLABORACION.**

**ANEXO No 2**

**ARBOL DEL PROBLEMA.**

EFFECTOS:



CAUSAS:

**Elaborado por: Patricio Castelo**



**ANEXO No 3**

**CEDULA DE ENTREVISTA**

Buenos días. Soy estudiante del XIII Seminario de graduación de Administración en Marketing y Gestión de Negocios, el siguiente cuestionario que a continuación presento esta relacionado con la Implantación del Sistema de Calidad basado en la Norma ISO 9001:2000 en la empresa SEGUVIT de la ciudad de Ambato para incrementar el volumen de ventas.

Le pedimos de la manera más comedida contestar con la mayor seriedad del caso, por tratarse de mucha importancia su opinión, ya que la misma nos servirá para tomar decisiones acertadas en cuanto a la empresa. Gracias.

1.- ¿Tiene Conocimiento usted, sobre el Sistema de Calidad, basado en las Normas ISO 9001:2000?

.....  
.....

2.- ¿Por qué cree usted que el cliente adquiere los productos de la Empresa?

.....  
.....

3 ¿Cómo lo calificaría usted a la maquinaria y equipos de la empresa?

.....  
.....

4 ¿Qué piensa usted sobre la capacitación del personal para un mayor desempeño laboral y optimizar recursos?

.....  
.....

5.- ¿Considera usted que es necesario publicidad, para promocionar el producto y la empresa?

.....  
.....

6.- ¿Cree usted que una apropiada planificación en los procesos de producción garantizaría un producto de calidad?

.....  
.....

7.- ¿Qué piensa usted sobre el servicio al cliente que brinda la empresa?

.....  
.....


8.- ¿Qué meritos o puntos fuertes le pueden proporcionar ventajas respecto a la competencia?

.....  
.....

9.- ¿Cómo describiría el ambiente laboral de su empresa?

.....  
.....

**GRACIAS POR SU COLABORACION**

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>MC-001</b>
<b>TITULO</b>	<b>TOMA DE PEDIDOS</b>	<b>PROCESO</b>
No DE REVISION: <b>00</b>	SUSTITUYE A: <b>Ninguna</b>	RAZON DE REVISION: <b>Ninguna</b>
		VIGENCIA DESDE:


**ANEXO No 4**

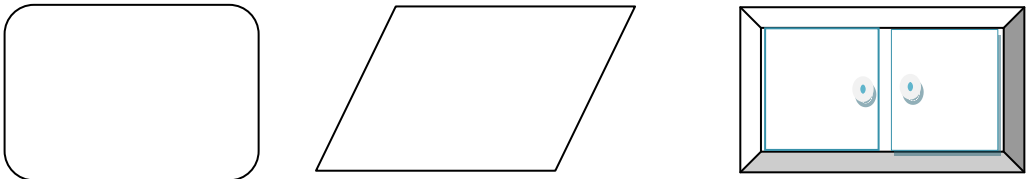
**AGENDA DE TRABAJO**

FECHA	DETALLE	DATOS DEL CLIENTE	NOTA DE PEDIDO	FECHA DE ENTREGA

<b>ELABORADO POR:</b> ..... Nombre: Patricio Castelo Diseñador del proyecto	<b>REVISADO POR:</b> ..... Nombre: Marcelo Espín Cargo: Jefe Producción	<b>APROBADO POR</b> ..... Nombre: Raúl Espín Cargo: Gerente Empresa
--	--	--


**ANEXO No 5**

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>		<b>MC-001</b>
<b>TITULO</b>	<b>TEMPLADO</b>		<b>PROCESO</b>
<b>No DE REVISION:</b>  <b>00</b>	<b>SUSTITUYE A:</b>  <b>Ninguna</b>	<b>RAZON DE REVISION:</b>  <b>Ninguna</b>	<b>VIGENCIA DESDE:</b>

<b>REGISTRO DE TEMPLADO</b>			
<b>TEMPLADO</b>			
<b>FECHA</b>	<b>DIA</b>	<b>MES</b>	<b>AÑO</b>
<b>PLANTILLAS Y MOLDES</b>			
			

<b>ELABORADO POR:</b>  ..... Nombre: Patricio Castelo Diseñador del proyecto	<b>REVISADO POR:</b>  ..... Nombre: Marcelo Espín Cargo: Jefe Producción	<b>APROBADO POR</b>  ..... Nombre: Raúl Espín Cargo: Gerente Empresa
--	--	--


**ANEXO No 6**


	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>		<b>MC-001</b>
<b>TITULO</b>	<b>COMPRAS</b>		<b>PROCESO</b>
No DE REVISION:  <b>00</b>	SUSTITUYE A:  <b>Ninguna</b>	RAZON DE REVISION:  <b>Ninguna</b>	VIGENCIA DESDE:

<b>SOLICITUD DE COMPRA</b>			
			<b>MATERIALES Y ACCESORIOS</b>
<b>NOMBRE:</b>			
<b>CARGO:</b>			
FECHA	PROCESO	DESCRIPCION	CANTIDAD

<b>ELABORADO POR:</b>  ..... Nombre: Patricio Castelo Diseñador del proyecto	<b>REVISADO POR:</b>  ..... Nombre: Marcelo Espín Cargo: Jefe Producción	<b>APROBADO POR</b>  ..... Nombre: Raúl Espín Cargo: Gerente Empresa
--	--	--

ANEXO No 7

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>		<b>MC-001</b>
	<b>VENTAS</b>		<b>PROCESO</b>
	<b>No DE REVISION:</b>  <b>00</b>	<b>SUSTITUYE A:</b>  <b>Ninguna</b>	<b>RAZON DE REVISION:</b>  <b>Ninguna</b>



Km. 8 1/2 - Vía a Baños - Tel: 032 748 390 - Ambato - Ecuador

*Espin Ortiz Raúl Marcelo*  
R.U.C. 1802132512001  
Aut. S.R.I. 1109767304  
"Obligado a Llevar Contabilidad"

**FACTURA**  
001 - 001  
**Nº 0000913**

---

SEÑORES	R.U.C / C.I.	FECHA		
DIRECCION:	TELEFONO:	CIUDAD:	DIA	MES
			AND	

GLORIA REMISION:

CANT.	DESCRIPCION	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL


---

BANCO: _____ CHEQUE No.: _____ VALOR S.: _____	ABOHO: _____ SALDO: _____	SUMAR I.V.A. 12 % I.V.A. 0 % DESCUENTO TOTAL \$
--	------------------------------	---

RECIBI CONFORME
ALUVENT

Ortega Moreira Esteban Eduardo Nectario • IMPRENTA LISSANTI • RUC 1802088617001 • Aut 1499 • Del 00901 al 01100 • Emisión: 23 / Junio / 2011 • Vence: 23 / Junio / 2012


<p><b>ELABORADO POR:</b></p> <p>.....</p> <p>Nombre: Patricio Castelo Diseñador del proyecto</p>	<p><b>REVISADO POR:</b></p> <p>.....</p> <p>Nombre: Marcelo Espín Cargo: Jefe Producción</p>	<p><b>APROBADO POR</b></p> <p>.....</p> <p>Nombre: Raúl Espín Cargo: Gerente Empresa</p>
--	--	--

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>		<b>MC-001</b>
<b>TITULO</b>	<b>KARDEX</b>		<b>PROCESO</b>
<b>No DE REVISION:</b> <b>00</b>	<b>SUSTITUYE A:</b> <b>Ninguna</b>	<b>RAZON DE REVISION:</b> <b>Ninguna</b>	<b>VIGENCIA DESDE:</b>

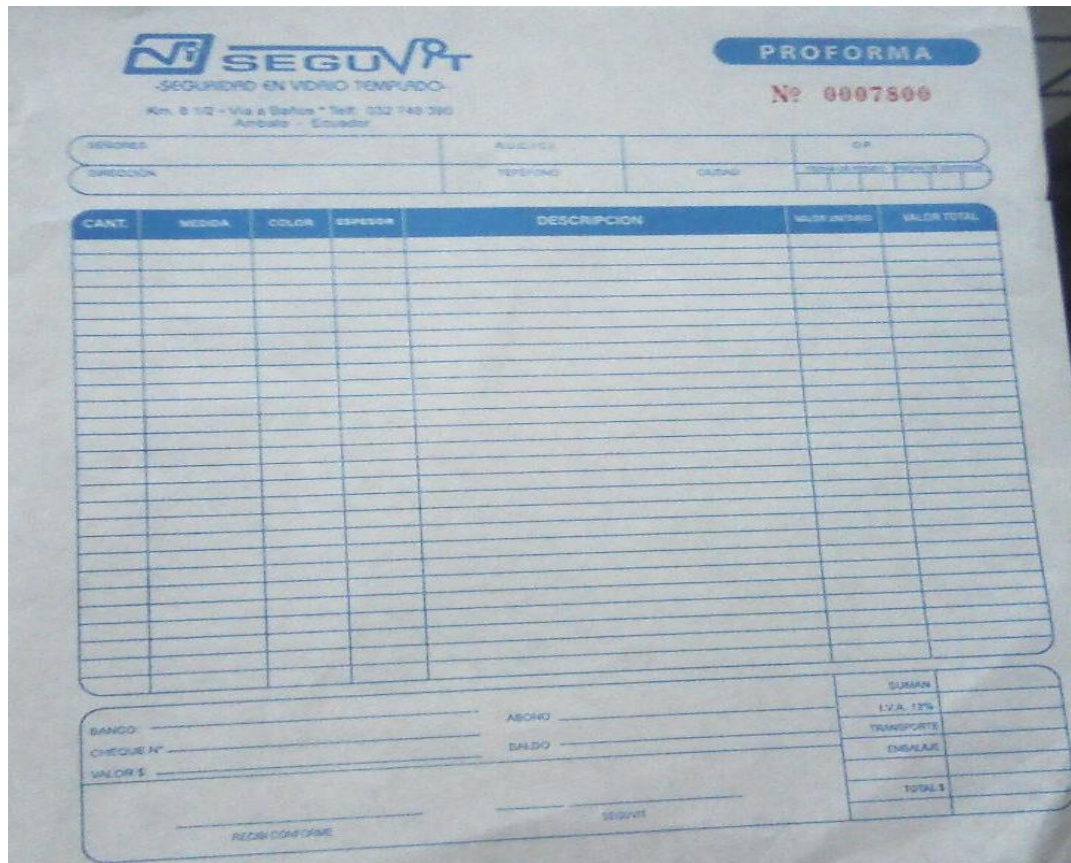
**ANEXO No 8**

<b>KARDEX</b>								
		<b>PRODUCTO:</b>				<b>REGISTRO DE</b>		
		<b>RESPONSABLE:</b>				<b>MATERIALES Y ACCESORIOS</b>		
<b>FECHA</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>	<b>ENTRADAS</b>		<b>SALIDAS</b>		<b>SALDO</b>	
		<b>UNIT.</b>	<b>CANT.</b>	<b>VALOR</b>	<b>CANT.</b>	<b>VALOR</b>	<b>CANT.</b>	<b>VALOR</b>

<b>ELABORADO POR:</b> ..... Nombre: Patricio Castelo Diseñador del proyecto	<b>REVISADO POR:</b> ..... Nombre: Marcelo Espín Cargo: Jefe Producción	<b>APROBADO POR</b> ..... Nombre: Raúl Espín Cargo: Gerente Empresa
--	--	--


	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>		<b>MC-001</b>
<b>TITULO</b>	<b>PROFORMA</b>		<b>PROCESO</b>
<b>No DE REVISION:</b> <b>00</b>	<b>SUSTITUYE A:</b> <b>Ninguna</b>	<b>RAZON DE REVISION:</b> <b>Ninguna</b>	<b>VIGENCIA DESDE:</b>

**ANEXO No 9**



<b>ELABORADO POR:</b> ..... Nombre: Patricio Castelo Diseñador del proyecto	<b>REVISADO POR:</b> ..... Nombre: Marcelo Espín Cargo: Jefe Producción	<b>APROBADO POR</b> ..... Nombre: Raúl Espín Cargo: Gerente Empresa
--	--	--




	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>		<b>MC-001</b>
<b>TITULO</b>	<b>CONTROL Y REGISTRO DE DOCUMENTOS</b>		<b>PROCESO</b>
<b>No DE REVISION:</b> <b>00</b>	<b>SUSTITUYE A:</b> <b>Ninguna</b>	<b>RAZON DE REVISION:</b> <b>Ninguna</b>	<b>VIGENCIA DESDE:</b>

ANEXO No 10

		<b>LISTADO DEL CONTROL DE</b>			
		<b>DOCUMENTOS Y /O REGISTROS</b>			
CODIGO	NOMBRE DEL	FECHA DE	FECHA DEL	VERSION	RESPONSABLE
	DOCUMENTO	APROBACION	PEDIDO		


<b>ELABORADO POR:</b> ..... Nombre: Patricio Castelo Diseñador del proyecto	<b>REVISADO POR:</b> ..... Nombre: Marcelo Espín Cargo: Jefe Producción	<b>APROBADO POR</b> ..... Nombre: Raúl Espín Cargo: Gerente Empresa
--	--	--

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>MC-001</b>	
<b>TITULO</b>	<b>PRODUCTO NO CONFORME</b>	<b>PROCESO</b>	
No DE REVISION: <b>00</b>	SUSTITUYE A: <b>Ninguna</b>	RAZON DE REVISION: <b>Ninguna</b>	VIGENCIA DESDE:


ANEXO No 11


		<b>REGISTRO DEL PRODUCTO NO CONFORME</b>		
PRODCT. NO CONFORME	DETALLE	NOMB. DEL RESPONSABLE	FECHA	DESTINO

<b>ELABORADO POR:</b>	<b>REVISADO POR:</b>	<b>APROBADO POR</b>
..... Nombre: Patricio Castelo Diseñador del proyecto	..... Nombre: Marcelo Espín Cargo: Jefe Producción	..... Nombre: Raúl Espín Cargo: Gerente Empresa


		<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>MC-001</b>
<b>TITULO</b>	<b>AUDITORIA INTERNA</b>		<b>PROCESO</b>
<b>No DE REVISION:</b> <b>00</b>	<b>SUSTITUYE A:</b> <b>Ninguna</b>	<b>RAZON DE REVISION:</b> <b>Ninguna</b>	<b>VIGENCIA DESDE:</b>

ANEXO No 12


		<b>PLAN DE AUDITORIA INTERNA</b>
<b>PROCESO AUDITADO</b>		
<b>RESPONSABLE</b>		
<b>CLASE DE AUDITORIA</b>		
<b>AUDITORIAS</b>		
<b>ALCANCE</b>		
<b>IDENTIFICACION DEL EQUIPO</b>		
<b>AUDITOR LIDER</b>		
<b>EQUIPO AUDITOR</b>		
<b>FECHA DE AUDITORIA</b>		
<b>HORARIO PROPUESTO</b>		
<b>REUNION DE APERTURA</b>		
<b>EJECUCION DE AUDITORIA</b>		
<b>BALANCE AUDITORES</b>		
<b>INFORME PRELIMINAR</b>		
<b>INFORME DEFINITIVO</b>		
<b>REUNION DE CIERRE</b>		
<b>METODO DE COMUNICACIÓN</b>		
<b>METODO SOLUCION DE PROBLEMAS</b>		
<b>RECURSOS E INSTALACIONES NECESARIAS</b>		

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>		<b>MC-001</b>
<b>TITULO</b>	<b>ACCIONES CORRECTIVAS</b>		<b>PROCESO</b>
<b>No DE REVISION:</b> <b>00</b>	<b>SUSTITUYE A:</b> <b>Ninguna</b>	<b>RAZON DE REVISION:</b> <b>Ninguna</b>	<b>VIGENCIA DESDE:</b>


ANEXO No 13

			
<b>PLAN DE ACCIONES CORRECTIVAS</b>			
<b>TAREAS</b>		<b>RESPONSABLE</b>	<b>FECHA</b>
<b>PREPARADO POR:</b>	<b>FECHA</b>	<b>APROBADO POR:</b>	<b>FECHA:</b>
<b>VERIFICACION DE LAS ACCIONES CORRECTIVAS</b>			
<b>SEGUIMIENTO</b>		<b>RESPONSABLE:</b>	<b>FECHA:</b>
<b>CIERRE DE LA SOLICITUD DE ACCION CORRECTIVA</b>			
<b>RESPONSABLE:</b>		<b>FECHA:</b>	

<b>ELABORADO POR:</b> ..... Nombre: Patricio Castelo Diseñador del proyecto	<b>REVISADO POR:</b> ..... Nombre: Marcelo Espín Cargo: Jefe Producción	<b>APROBADO POR</b> ..... Nombre: Raúl Espín Cargo: Gerente Empresa
--	--	--

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>		<b>MC-001</b>
<b>TITULO</b>	<b>ACCIONES PREVENTIVAS</b>		<b>PROCESO</b>
No DE REVISION: <b>00</b>	SUSTITUYE A: <b>Ninguna</b>	RAZON DE REVISION: <b>Ninguna</b>	VIGENCIA DESDE:

ANEXO No 14

		<b>PLAN DE ACCIONES PREVENTIVAS</b>	
<b>TAREAS</b>		<b>RESPONSABLE</b>	<b>FECHA</b>
<b>PREPARADO POR:</b>	<b>FECHA</b>	<b>APROBADO POR:</b>	<b>FECHA:</b>
<b>VERIFICACION DE LAS ACCIONES PREVENTIVAS</b>			
<b>SEGUIMIENTO</b>		<b>RESPONSABLE:</b>	<b>FECHA:</b>
<b>CIERRE DE LA SOLICITUD DE ACCION PREVENTIVA</b>			
<b>RESPONSABLE:</b>		<b>FECHA:</b>	

<b>ELABORADO POR:</b> ..... Nombre: Patricio Castelo Diseñador del proyecto	<b>REVISADO POR:</b> ..... Nombre: Marcelo Espín Cargo: Jefe Producción	<b>APROBADO POR</b> ..... Nombre: Raúl Espín Cargo: Gerente Empresa
--	--	--