



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de Investigación previo a la obtención del Título
de Ingeniería de Empresas**

**TEMA: “La Calidad del Producto y su incidencia en la
Satisfacción de los Clientes de la Empresa “La Raíz del Jean” de
la Ciudad de Pelileo”**

AUTOR: Luis Hernan Paredes Condo

TUTOR: Ing. MBA. José Logroño

AMBATO – ECUADOR

2011

Aprobación del Tutor de Tesis

ING. MBA. José Logroño

CERTIFICA:

Certifica que el presente trabajo ha sido prolijamente revisado, por tanto, autorizo la presentación de esta tesis, la misma que responde a las normas establecidas en el reglamento de títulos y grados de la Facultad de Ciencias Administrativas.

Ambato, 01 de septiembre del 2011

ING. MBA. José Logroño

TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Luis Hernan Paredes Condo, manifiesto que los resultados obtenidos en la presente investigación, previo a la obtención del título de Ingeniero de Empresas son absolutamente originales, auténticos y personales; a excepción de las citas.

Sr. Luis Hernan Paredes Condo

C.I. 180385897-4

AUTOR

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos miembros del Tribunal, aprueban la presente tesis de grado, la misma que ha sido elaborada de conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por el Centro de Estudios de Posgrado de la Universidad Técnica de Ambato.

.....

Dr. José Vasco

Calificador No.1

.....

Ing. Luis Quisimalin

Calificador No.2

Ambato, octubre del 2011

DEDICATORIA

A mi amada esposa Verónica Paredes indiscutible apoyo y fortaleza en mi hogar, a mi madre Elvia Condo que siempre con su amor y dedicación me supo guiar en todo momento, a mi padre Fausto Paredes sinónimo de virtud, honestidad y entrega incondicional; para ellos y por ellos mi dedicación y mi esfuerzo los dedico, porque nadie en el mundo se puede sentir más orgulloso de contar con personas muy especiales que lo quieren a uno y que gracias a su apoyo y amor mis metas y mis sueños son más fáciles de conseguir.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi Dios Todopoderoso, por haberme brindado la oportunidad, de seguir en este mundo y hacer cumplir mis sueños, por darme la familia que tengo, y haberme formado como un hombre de bien.

Agradezco, a mis suegros Walter y Mercedes que siempre me han apoyado y aconsejado, a mi tutor el señor Ing. MBA. José Logroño, y por haberse convertido en mi guía académico, y su valioso aporte en el desarrollo en la presente investigación.

Agradezco, a la Universidad Técnica de Ambato y profesores de la Facultad de Ciencias Administrativas, por los conocimientos impartidos y por formarnos profesionalmente.

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

Contenido	Páginas
Portada.....	i
Aprobación del Tutor de Tesis.....	ii
Declaración de autenticidad	iii
Aprobación de los Miembros del Tribunal de Grado.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice General de Contenidos	vii
Índice de Anexos	xiv
Índice de Cuadros.....	xiv
Índice de Tablas	xv
Resumen Ejecutivo.....	xvii
Introducción.....	1
CAPITULO I	2
1. PROBLEMA	2
1.1 Tema de investigacion.....	2
1.2 Planteamiento del problema.....	2
1.2.1 Análisis Critico	4
1.2.2 Prognosis.....	4
1.2.3 Delimitación del Problema	5
1.2.4 Formulación del problema	5
1.2.5 Preguntas Directrices	5
1.3 Justificación.....	6

1.4	Objetivos	7
CAPITULO II		8
2. MARCO TEÓRICO.....		8
2.1	Antecedentes Investigativos	8
2.2	Fundamentación Filosófica	12
2.3	Fundamentación Legal.....	13
2.4	Categorías Fundamentales	15
2.4.1	Formulación del problema	15
2.4.2	Categorización.....	16
2.4.3	Definición de categorías	18
2.4.4	Marco Teórico	38
2.5	Hipotesis.....	39
2.6	Variable	39
CAPITULO III		40
3. MARCO METODOLÓGICO.....		40
3.1	Enfoque de la Investigación	40
3.2	Modalidad de Investigación	41
3.3	Tipo de Investigación.....	42
3.4	Población y Muestra.....	43
3.5	Operacionalización de Variables	44
3.6	Recolección de Información	48
3.7	Procesamiento y Análisis de la Información	49
CAPÍTULO IV.....		50
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS		50
4.1	Análisis de Resultados e Interpretación de Datos	50

4.2 Verificación de la Hipótesis	63
4.2.1 Formulación de la hipótesis	63
4.2.2 Definición del nivel de significación	64
4.2.3 Elección de la prueba estadística	64
4.2.4 Zona de aceptación y rechazo	65
4.2.5 Decisión.....	67
CAPITULO V.....	68
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	68
5.1 Conclusiones	68
5.2 Recomendaciones	71
CAPITULO VI.....	75
6. PROPUESTA.....	75
6.1 Tema	75
6.1.1 Datos Informativos	75
6.2 Antecedentes De La Propuesta	76
6.3 Justificación.....	77
6.4 Objetivos	78
6.4.1 Objetivo General	78
6.4.2. Objetivos Específicos.....	78
6.5 Análisis de Factibilidad	79
6.6 Fundamentación Teórica.....	81
6.7 Metodología Modelo Operativo.....	91
6.7.1 Filosofía	91
6.7.1.1 Misión	91
6.7.1.2 Visión.....	91

6.7.1.3	Valores Empresariales	92
	MANUAL DE CALIDAD ISO 9001	94
	PRINCIPIOS ISO 9001:2008.....	94
1.	GENERALIDADES	94
1.1	Introducción	94
1.2	Exclusiones.....	95
1.3	Declaración de la Política de Calidad.....	95
2.	HISTORIA DE LA EMPRESA.....	96
3.	INFORMACIÓN DE CONTACTO DE LA EMPRESA.....	96
4.	SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD.....	96
4.1	Requisitos Generales.....	96
4.2	Requisitos De La Documentación	97
4.2.1	Generalidades	97
4.2.2	Manual de Calidad.....	98
4.2.3	Control de Documentos	99
4.2.4	Control de los Registros de Calidad	99
5.	RESPONSABILIDAD DE LA DIRECCIÓN.....	100
5.1	Compromiso de la Dirección	100
5.2	Enfoque al Cliente	100
5.3	Política de Calidad	100
5.4	Planificación	101
5.4.1	Objetivos de la Calidad	101
5.4.2	Planificación del Sistema de Gestión de la Calidad.....	102
5.5	Responsabilidad, Autoridad Y Comunicación	102
5.5.1	Responsabilidad y Autoridad.....	102

5.5.2	Representante de la Dirección	103
5.5.3	Comunicación Interna	103
5.6	Revisión De La Dirección	104
5.6.1	Generalidades	104
5.6.2	Información de la Revisión	104
5.6.3	Resultado de la Revisión.....	105
6.	GESTIÓN DE RECURSOS.....	105
6.1	Provisión De Recursos	105
6.2	Recursos Humanos.....	105
6.2.1	Generalidades	105
6.2.2	Competencia, Toma de Conciencia y Formación.....	106
6.3	Infraestructura	106
6.4	Ambiente De Trabajo	107
7.	REALIZACIÓN DEL PRODUCTO.....	107
7.1	Planificación de la Realización del Producto	107
7.2	Procesos relacionados con el Cliente	108
7.2.1	Determinación de los Requisitos Relacionados con el Producto	108
7.2.2	Revisión de los Requisitos Relacionados con el Producto	108
7.2.3	Comunicación con el Cliente	109
7.3	Diseño Y Desarrollo	109
7.3.1	Planeación del Diseño y Desarrollo	109
7.3.2	Elementos de Entrada para el Diseño y Desarrollo	109
7.3.3	Resultados del Diseño y Desarrollo	110
7.3.4	Revisión del Diseño y Desarrollo	110
7.3.5	Verificación del Diseño y Desarrollo.....	110

7.3.6	Validación del Diseño y Desarrollo	110
7.3.7	Control de los Cambios del Diseño y Desarrollo	110
7.4	Compras	111
7.4.1	Proceso de Compras.....	111
7.4.2	Información de Compras	111
7.4.3	Verificación de los Productos Comprados	111
7.5	Producción y Prestación de Servicio.....	112
7.5.1	Control de la Producción y Prestación de Servicio	112
7.5.2	Validación de los Procesos para la Producción y Prestación de Servicio	112
7.5.3	Identificación y Trazabilidad.....	113
7.5.4	Propiedad del Cliente	113
7.5.5	Preservación del Producto	113
7.6	Control de los equipos de Seguimiento y Medición	113
8.	MEDICIÓN, ANÁLISIS Y MEJORA	114
8.1	General.....	114
8.2	Seguimiento y Medición.....	114
8.2.1	Satisfacción del Cliente.....	114
8.2.2	Auditoría Interna	114
8.2.3	Procesos de Seguimiento y Medición.....	115
8.2.4	Seguimiento y Medición del Producto	115
8.3	Control del Producto no Conforme	115
8.4	Análisis De Datos.....	115
8.5	Mejora.....	116
8.5.1	Mejora Continua	116
8.5.2	Acción Correctiva	116

8.5.3	Acción Preventiva.....	116
6.8	ADMINISTRACIÓN	117
6.9	PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN	117
	BIBLIOGRAFÍA.....	120
	ANEXOS.....	122

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A	121
Anexo B	122
Anexo C	123
Anexo D	124
Anexo E	127
Anexo F	128
Anexo G	129
Anexo H	130
Anexo I	131
Anexo J	134
Anexo K	135
Anexo L	136

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO	PÁGINA
Cuadro No 1	47
Cuadro No2	48
Cuadro No 3	49
Cuadro No 4	50
Cuadro No 5	51
Cuadro No 6	68
Cuadro No 7	68
Cuadro No 8	69

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA	PÁGINA
Tabla No 1	54
Tabla No 2	55
Tabla No 3	56
Tabla No 4	57
Tabla No 5	58
Tabla No 6	59
Tabla No 7	60
Tabla No 8	61
Tabla No9	62
Tabla No 10	63
Tabla No11	64
Tabla No12	65

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICOS	PÁGINA
Gráfico No 1	54
Gráfico No 2	55
Gráfico No 3	56
Gráfico No 4	57
Gráfico No 5	58
Gráfico No 6	59
Gráfico No 7	60
Gráfico No 8	61
Gráfico No 9	62

Gráfico No 10	63
Gráfico No 11	64
Gráfico No 12	65
Gráfico No 13	69
Gráfico No 14	92
Gráfico No 15	134

Resumen Ejecutivo

La empresa "La Raíz del Jean" se ha dedicado a la producción y comercialización de prendas de vestir en denim para damas, caballeros y niños desde hace 30 años, tiempo durante el cual ha experimentado las fases de introducción, crecimiento, actualmente se encuentra en la etapa de madurez, por lo tanto es indispensable tomar acciones estratégicas para mantener exitosamente un producto de calidad en el mercado.

Es por esta razón que el presente trabajo de investigación, se ha enfocado en un amplio análisis de las inquietudes y necesidades de los clientes de la empresa, con el fin de diseñar e implementar un Manual de Gestión de calidad, estableciendo normas de Calidad ISO para cada fase de producción, lo que a su vez permitirá incrementar las ventas y por ende el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa.

Los datos obtenidos por la investigación de campo aplicada a los clientes de la empresa indican que es importante corregir aspectos como las fallas y calidad muy baja que tienen las prendas de vestir como parte inherente del éxito, puesto que estos son factores que el 90% de los clientes consideran como falencias que se deben mejorar en los productos.

Así la investigación me direccionó para diseñar e implementar un Manual de Gestión de Calidad dirigido a cambiar y mejorar los procesos de producción para la obtención de un producto de calidad, a través de las normas ISO; por otra parte se contarán con parámetros y procedimientos que serán elaborados para un mejor control en cada fase de confección de ropa jean, además de la inclusión de herramientas de control de calidad en cada producto, siendo estas actividades encaminadas a facilitar la mejora continua de los productos que oferta la empresa y de la forma esperada por los propietarios y clientes de la "La Raíz del Jean".

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como propósito diseñar un Manual de Gestión de Calidad, basadas en las normas ISO de calidad para incrementar las ventas y el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa "La Raíz del Jean", así como el desarrollo y cumplimiento de los objetivos de la investigación.

Definidos los objetivos se plantea la problemática que afronta actualmente la empresa, mediante la definición del problema, previo a la contextualización y análisis crítico de éste.

La preparación de esta tesis se la realizó bajo un procedimiento gradual y programado, siendo éste el XIII Seminario de Graduación de la Facultad de Ciencias Administrativas, previo a la obtención del título de Ingeniero en Empresas.

El propósito de la presente tesis persigue fines de desarrollo empresarial, así como la aplicación de los conocimientos adquiridos a lo largo de cinco años de carrera universitaria, poniendo de manifiesto la labor cumplida por parte del personal docente de esta facultad.

CAPITULO I

1. PROBLEMA

1.1 TEMA DE INVESTIGACION

La calidad del producto y su incidencia en la satisfacción de los clientes de la empresa "La Raíz del Jeans" de la ciudad de Pelileo.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La deficiente calidad del producto incide en la satisfacción de los clientes de la empresa "La Raíz del Jeans" de la ciudad de Pelileo.

1.2.1 Contextualización

Durante los últimos años el mundo ha evolucionado a gran velocidad los retos y las oportunidades en calidad, tecnología y administración se han incrementado con el transcurso del tiempo. Todas las organizaciones enfrentan la necesidad de mejorar la calidad ya sea en su producto o servicio. Hoy en día la calidad y competitividad dentro de las empresas modernas son sinónimos. La calidad es un proceso que involucra la imagen que la empresa proyecta al exterior y la mejora continua de un producto o servicio. La importancia que este término ha alcanzado en las empresas en los últimos años, ha sido tal, que estas empresas se han visto en la necesidad de implementar estrategias de calidad a fin de proporcionar no solo un producto óptimo sino satisfacer las necesidades de los clientes.

En el Ecuador las pequeñas y medianas empresas contribuyen en gran medida el desarrollo del país. Estas ofrecen el mayor número de empleos y permiten el crecimiento y desarrollo empresarial. En nuestro país más del 80% de las empresas son PYMES, las cuales trabajan con recursos y experiencia limitada. Al igual que las grandes empresas, las pequeñas y medianas se encuentran en mundo competitivo debido al incremento en la oferta de productos. Por lo que los consumidores hoy en día se han tornado más exigentes para satisfacer sus necesidades, mediante la búsqueda de productos con características muy específicas, ya que si un producto o servicio encierra un beneficio preciso para el cliente, una buena calidad no hará sino incrementarlo, es por ello que el reto de las empresas a nivel nacional es conocer y satisfacer estas necesidades de forma única, buscando calidad y competitividad difícilmente inigualables.

Actualmente la competencia en la ciudad de Pelileo es cada vez más grande; las pequeñas y medianas empresas a nivel local se enfrentan a la necesidad de incrementar ventajas competitivas con el objetivo de lograr mayor penetración en el mercado y

posicionarse en la preferencia del consumidor final; por ello es importante para la empresa "La Raíz del Jeans" poseer la calidad necesaria para cumplir con las expectativas y requerimientos del cliente cerciorándose de cumplir con todos los estándares de calidad con el propósito de satisfacer las necesidades de sus clientes.

1.2.1 Análisis Crítico

La falta de un sistema de control de calidad adecuado en la empresa "La Raíz del Jeans" se debe al desconocimiento y también por no incurrir en un gasto más para la misma, lo que ocasiona que sus productos terminados se oferten con fallas, generando así un producto de baja calidad, insatisfacción del cliente y así mismo un decremento en las ventas. Y lo que la empresa no está tomando en cuenta es que la calidad en un producto o servicio, lo que es considerado como una de las tareas más importantes en el mundo de los negocios en la actualidad, y si no cuenta con este tipo de control de calidad ocasiona una inestabilidad en sus clientes generando un desplazamiento a adquirir este tipo de producto a la competencia. Es decir, que la empresa no cumple con el objetivo principal que es cumplir los requerimientos del cliente y cerciorarse de que todos los procesos de la organización contribuyan a satisfacer sus necesidades. Ya que si los clientes están satisfechos con el producto, retornaran al mismo proveedor una y otra vez para todas sus nuevas adquisiciones y de esta forma poder ser competitivos en el mundo actual.

1.2.2 Prognosis

La insatisfacción de los clientes, ocasiona una baja rentabilidad al no contar con un producto de buena calidad para su comercialización y venta, lo cual provocaría una pérdida de clientes masiva para la empresa "La Raíz del Jeans", ya que al no tener un nivel de ventas apropiado no se podría cubrir los costos de mano de obra, materia prima, transporte y demás; es por esto que de no implementar este sistema de control de

calidad los procesos para la elaboración de jeans seguirán con errores y desperdicios para la empresa, propensa de esta manera a salir del mercado e inclusive a un cierre o quiebre definitivo de la misma, al no poder ofertar productos de calidad que satisfagan las necesidades de sus clientes y que sean competitivos ante la competencia actual y sobre todo generando más fuentes de trabajo.

1.2.3 Delimitación del Problema

Limite del contenido

Campo: Administrativo

Área: Calidad

Aspecto: Satisfacción del Cliente

Limite espacial: Empresa "La Raíz del Jeans " (Barrio La Libertad)

Límite temporal: Enero 2012 – Julio 2012

1.2.4 Formulación del problema

¿Cómo incide la deficiente calidad del producto en la satisfacción de los clientes de la empresa "La Raíz del Jeans " de la ciudad de Pelileo?

1.2.5 Preguntas Directrices

¿Qué sistemas de control de calidad se debería implementar para optimizar la calidad del producto de la empresa "La Raíz del Jeans "?

¿Qué tipo de estrategias se propondría aplicar para el incremento de la satisfacción de los clientes de la empresa "La Raíz del Jeans "?

¿Cómo implementar un sistema de control de calidad para mejorar el producto y la satisfacción del cliente?

1.3 JUSTIFICACIÓN

Para ser competitivos en el mundo actual hay que brindar bienes y servicios de alta calidad. El control de calidad de un producto en una empresa que desempeña un papel muy importante porque son todos los mecanismos, acciones, herramientas que realizamos para detectar la presencia de errores. Es por esto que el concepto de calidad lo es todo en el beneficio. Si actualmente la calidad es una característica muy apreciada por el consumidor, este busca rapidez, confiabilidad, eficiencia y garantía como algunas cualidades esperadas en la adquisición de un bien o servicio. Hoy en día la competencia entre las empresas es muy fuerte, ya que el mundo del comercio se ha vuelto más competitivo y por otro lado el cliente es lo más importante puesto que él es quien impone las condiciones y las empresas son las que deben encargarse de satisfacer las necesidades de los mismos. Considerando esto podemos decir que la calidad es una variable de suma importancia, es por esa razón que nos centramos y vemos la necesidad en implantar un sistema de control de calidad para mejorar así cada uno de los procesos de elaboración o confección de prendas jeans logrando obtener un producto insuperable ante la competencia llegando incluso a ser una de las empresas preferidas por los clientes para adquirir este tipo de prendas, es por eso que la empresa "La Raíz del Jeans" permanecerá dentro del mercado por medio de esta ventaja competitiva y para lograrlo deben contar con ciertas características como innovación de tecnologías, productos, procesos y sobre todo la implementación de este sistema y así poder ofrecer un producto de excelente calidad logrando de esta manera posicionarnos en la mente de nuestros clientes actuales y potenciales no solo por su variedad y estilo sino por algo que perdurara mucho mas como es la calidad de nuestros productos, y también lograr una posición inmejorable ante la competencia nacional y sobre todo incrementar su ventas a nivel internacional que es otro de los objetivos que la empresa puede conseguir si mejora continuamente sus productos.

1.4 OBJETIVOS

Objetivo General

Proponer un sistema de control de calidad, desarrollando un manual de gestión para incrementar el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa "La Raíz del Jeans".

Objetivos Específicos

1. Identificar las exigencias y necesidades de los clientes, aplicando una investigación de campo, para satisfacer las necesidades de los clientes de la empresa "La Raíz del Jeans".
2. Establecer normas y procedimientos de control de calidad, optimizando cada proceso de producción para obtener un mejor producto e incrementar las ventas en la empresa "La Raíz del Jeans".
3. Diseñar un manual de gestión de calidad, basándose en las normas ISO 9000, para crear un producto de calidad en la empresa "La Raíz del Jeans".

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

En un marco científico-teórico de varias Universidades consultadas y de una de ellas como es la Universidad Técnica de Ambato se han tomado algunas referencias:

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.”*

Hace referencia este trabajo investigativo en el mejoramiento de la calidad en los productos de la “Imprenta y Encuadernación Gómez M.” de la ciudad de Ambato mediante la implementación de un manual de calidad basado en los requisitos que se

establecen en las Normas ISO 9001: 2000 en el cual por medio este se podrá conocer y comprender todos los procesos del producto, y así poder corregir errores y modificarlos al punto de reducir desperdicios de materiales y de tiempo; en lo que se verá reflejado en la reducción de los costos a la vez que permiten asegurar que el precio de los productos o servicios sean competitivos, no mediante la reducción de ganancias o reducción de costos sino de la eliminación de los costos asociados con los errores o desperdicios, además se pretende simplificar los procesos, mejorar la calidad y reducir el tiempo del ciclo productivo para de esta manera aumentar los beneficios y mejorar la satisfacción del cliente que es nuestra principal razón de ser y vinculo primordial en el circulo productivo empresarial.

La relación que tiene este tema investigativo con el nuestro es la búsqueda de mejorar el producto o servicio que brinda cada empresa ya que la principal razón de existir de cada una de estas son los clientes que cada vez exigen mejoras y beneficios en lo que consumen, es así que la empresa "La Raíz del Jeans " de la ciudad de Pelileo pretende implantar un sistema de control de calidad a su ciclo de proceso productivo con el propósito de no solo mejorar la calidad de los productos que ofrece sino de también que este sea nuestra carta de presentación y así mediante su marca sus clientes se identifiquen por calidad en lo que adquirieron lo que a su vez es una estrategia para la empresa ya que lo puede utilizar como un medio de publicidad gratuita para el producto, y de esta manera llegar a liderar los mercados nacionales e internacionales.

GUTIERREZ, L. (2005). *"Los sistemas de producción para mejorar la calidad del producto en la fábrica de medias GUTMAN Cía. Ltda. De la ciudad de Ambato."*

Hace referencia este trabajo investigativo en que la empresa de medias "GUTMAN Cía. Ltda." no cuenta con un adecuado sistema de producción lo que conlleva a la obtención de un producto de muy baja calidad y lo cual repercute en las utilidades de la misma por lo que el propósito es diagnosticar los procesos de producción que tiene la empresa, ya

que es primordial la implementación de un adecuado sistema de producción y la correcta ejecución del mismo, siendo de vital importancia y una herramienta podrá dar solución a los problemas que afectan a la industria obteniendo así resultados óptimos y productos competitivos en el mercado, reduciendo costos de retroalimentación de los procesos, mano de obra y materia prima.

Las deficiencias de esta empresa son similares a las que tiene la empresa "La Raíz del Jeans" de la ciudad de Pelileo, porque recalca una vez más que sin un sistema adecuado ya sea de producción o de control de calidad no podremos obtener los resultados que queremos y sobre todo no se podrá satisfacer totalmente las necesidades de los clientes, y peor aun llegar a ser competitivos frente a la competencia que cada vez va en aumento y de no implantar un tipo de sistema de control adecuado podría llevar a que la empresa tome medidas drásticas y llegue tal vez a un cierre temporal y repercuta en muchos más costos y además perdería credibilidad ante sus clientes que son los que dan vida a la empresa.

FLORES, J. (2005). *"La planeación estratégica como herramienta para mejorar la calidad del servicio al cliente en el Banco Sudamericano de la ciudad de Guaranda."*

De la investigación y análisis realizado en este tema podremos decir que la satisfacción del cliente es uno de los factores más importantes dentro de una empresa, pero sin una planeación estratégica no se podría lograr, entonces si esta herramienta no es aplicada en forma correcta y técnica, traería como consecuencia, poca eficiencia en el desempeño de funciones de sus empleados y de la importancia que tiene los clientes en el "Banco Sudamericano" de la ciudad de Guaranda, es por esto que se realizo un análisis de los planes de acción, estrategias para mejorar el servicio de atención a los clientes en todos los departamentos y optimizando todos los recursos disponibles podremos mejorar

dicha atención dando como resultado un incremento en la cartera de los clientes y mejora de nuestra imagen como institución financiera.

Luego de haber realizado un análisis a la situación anterior del Banco Sudamericano podemos sintetizar que la falta de unos de estos factores vitales como es la de atención al cliente y la de control de calidad del producto dentro de la empresa también repercuten en la satisfacción de los clientes ya que si ofertamos un producto de calidad, con muy buena atención al cliente podremos diferenciarnos ante la competencia por poseer mucha más eficiencia y comunicación con nuestros clientes, motivándolos de esta manera a que regresen a la empresa y nos recomienden con muchas personas, claro está que al insertar este sistema de control en la empresa "La Raíz del Jeans" de la ciudad de Pelileo; debe existir una adecuada capacitación al recurso humano de los diferentes procesos que se deben realizar para la obtención de un producto de calidad, transmitiéndoles también las metas y objetivos a los que quiere llegar la empresa para satisfacer a nuestro recurso más importante que son los clientes.

GUALPA, W. (1998). *"La aplicación de procedimientos de la calidad total en la Cooperativa de Ahorro y Crédito 9 de Octubre Ltda. Permitirá captar recursos económicos para el fomento productivo y comercial del centro de salcedo."*

Hace referencia este trabajo en que la aplicación de procedimientos de calidad en la Cooperativa de Ahorro y Crédito "9 de Octubre Ltda." de la ciudad de salcedo generara recursos económicos para el fomento productivo y comercial de la ciudad contribuyendo así a la sociedad de una manera positiva y creando confianza en la entidad financiera realizando una adecuada estructura organizacional en la institución para organizar y coordinar las actividades delegando funciones y responsabilidades a nuestro talento humano y mediante la aplicación de estos procedimientos podrán crecer,

mejorar y retener a los clientes en la empresa contribuyendo al desarrollo de la misma con eficiencia y responsabilidad.

Es imperiosa la necesidad de implantar un sistema de calidad dentro de la empresa "La Raíz del Jeans" de la ciudad de Pelileo, porque establecería una cultura de superación y mejora continua en tres áreas principales como son mejora la satisfacción del cliente, reducir el tiempo de ciclo de producción y reducir sus defectos ya que la mejora de estas áreas representan importantes ahorros de costos y oportunidades con nuevos mercados y construirse una reputación de empresa de excelencia, así como lo realizó la aplicación de procedimientos de calidad en la Cooperativa "9 de Octubre Ltda." ya que es otra manera de generar recursos económicos para la empresa.

2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

Para la legalización de la presente investigación se utilizará el paradigma Crítico-propositivo por las siguientes razones:

La tendencia a la globalización de las actividades empresariales y de los mercados, surge la necesidad de mejores incentivos, motivaciones, ambiente laboral adecuado y sistemas de control de calidad. Es necesario que al recurso humano se los capacite y se brinde toda la información necesaria acerca del sistema de control de calidad para que no existan más deficiencias dentro de la empresa, articulándose sistemáticamente con los objetivos, estrategias y decisiones operativas que realice la empresa.

Para desarrollar una apropiada investigación es imprescindible involucrarse con los hechos y acontecimientos que vive la empresa en su accionar diario. Además todos los colaboradores deben mantenerse alerta a los posibles cambios, procurando anticiparse a

la demanda del mercado y sus necesidades. Los factores primordiales para que una empresa consiga un crecimiento y reconocimiento importante en el mercado, son los principios y valores que proyecta, al entregar un producto de calidad que satisfaga las necesidades de nuestros clientes.

Es importante establecer que las variaciones a las que está sujeta la investigación serán únicamente para mejorar poco a poco lo antes investigado, y poder interpretar de manera más precisa los resultados que se obtenga, por lo que se utilizará el método dialéctico.

2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La presente investigación está debidamente respaldada en la Constitución Política del Ecuador y la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor en los artículos:

Constitución Política del Ecuador

Considerando que la generalidad de ciudadanos ecuatorianos son víctimas permanentes de todo tipo de abusos por parte de empresas públicas y privadas de las que son usuarios y consumidores; con lo dispuesto en el numeral 7 del artículo 23 de la Constitución Política de la República, es deber del estado garantizar el derecho a disponer de bienes y servicios públicos y privados, de óptima calidad; a elegirlos con libertad; así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características.

El artículo 92 de la Constitución Política de la República dispone que la ley establecerá los mecanismos de control de calidad, los procedimientos de defensa del consumidor, la reparación e indemnización por deficiencias, daños y mala calidad de bienes y servicios

y por la interrupción de los servicios públicos no ocasionados por catástrofes, caso fortuito o fuerza mayor, y las sanciones por la violación de estos derechos.

El artículo 244, en el numeral 8 de la Carta Fundamental señala que al Estado le corresponderá proteger los derechos de los consumidores, sancionar la información fraudulenta, la publicidad engañosa, la adulteración de los productos, la alteración de pesos y medidas, el incumplimiento de las normas de calidad.

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor

CAPITULO V

Responsabilidades y obligaciones del proveedor

En los cuales concluyen en los artículos 17, 22 y 23 que el proveedor debe entregar al consumidor información veraz y suficiente de los productos o servicios ofrecidos, cumpliendo con las condiciones establecidas indicando su valor final claramente y visible, optando también por la reposición del bien o servicio si este tiene defectos de calidad.

CAPITULO XI

Control de calidad

En los cuales concluyen en los artículos 56, 57 y 58 que el INEN ejercerá control de calidad de los bienes y o servicios en los casos que esta función no este asignada a otros organismos especializados componentes, y comprobando técnicamente una defectuosa calidad en los bienes o servicios debiendo remitir un informe a las autoridades competentes para que procedan de conformidad con lo previsto en el artículo 66 de la ley.

CAPITULO XII

Control de calidad

En los cuales concluyen que todo bien y servicio debe someterse a un control de calidad y al cumplimiento de normas técnicas, códigos de practicas o resoluciones, con las normas establecidas por el INEN que es la que se encarga del perjuicio de la participación de los demás organismos gubernamentales competentes y de comprobarse su defectuosa calidad el INEN no permitirá su comercialización.

2.4 CATEGORIAS FUNDAMENTALES

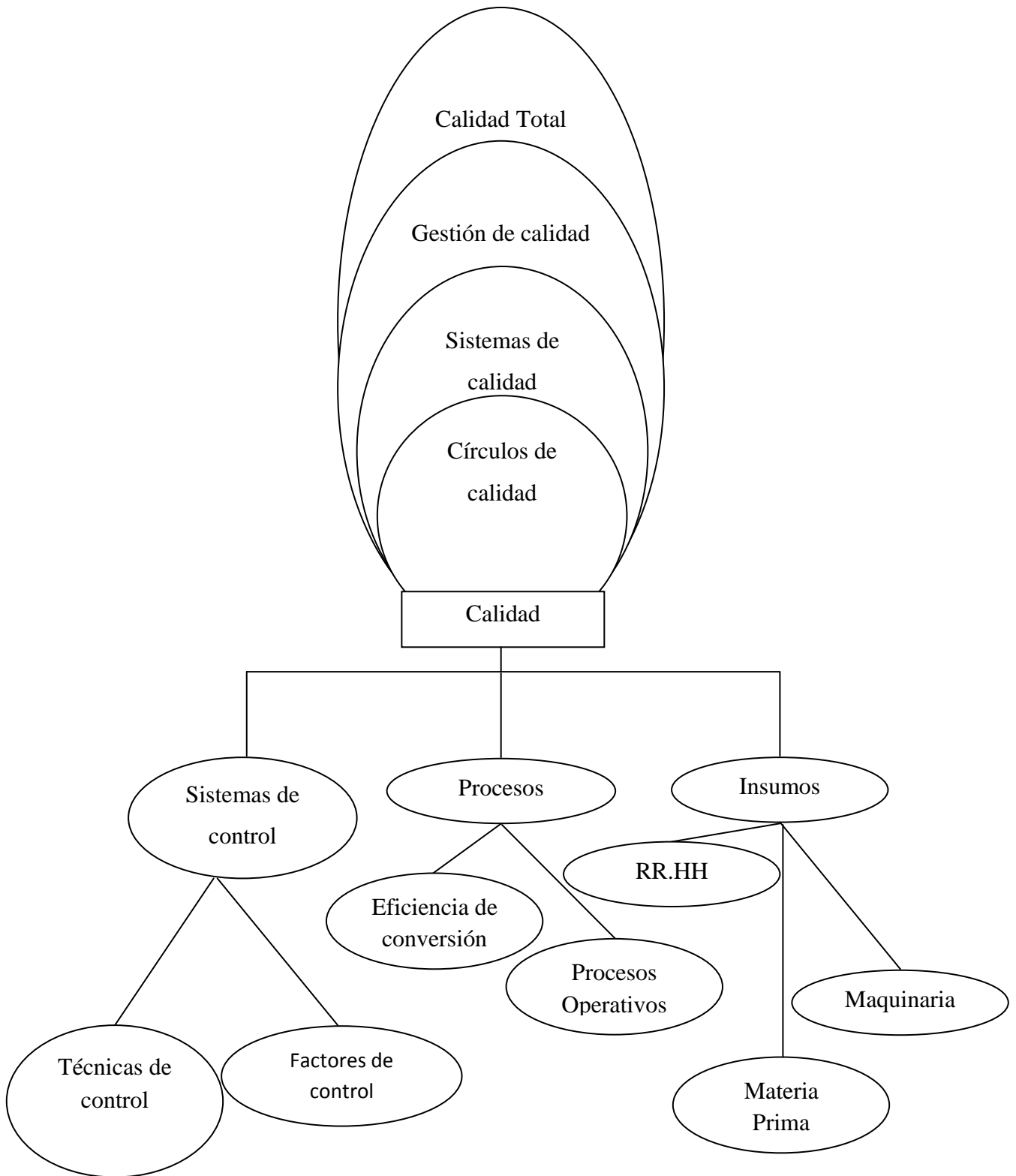
2.4.1 Formulación del problema

¿Cómo incide la deficiente calidad del producto en la satisfacción de los clientes de la empresa "La Raíz del Jeans " de la ciudad de Pelileo?

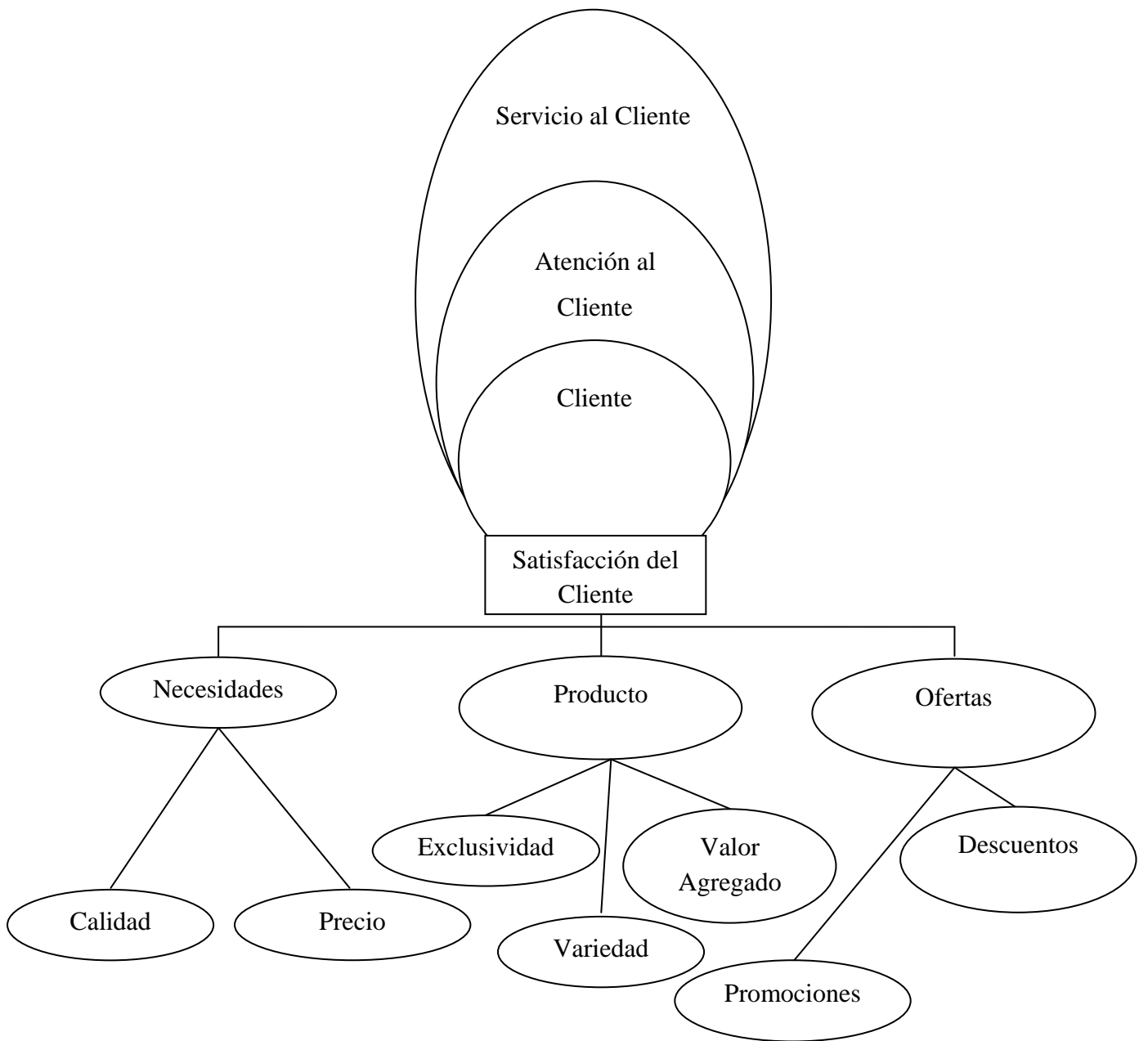
X= Deficiente calidad

Y= Satisfacción del cliente

2.4.2 Categorización



Elaborado por: Luis H. Paredes C.



Elaborado por: Luis H. Paredes C.

2.4.3 Definición de categorías

Calidad Total

Calidad Total (abreviada TQM, del inglés Total Quality Management) es una estrategia de gestión orientada a crear conciencia de calidad en todos los procesos organizacionales. La TQM ha sido ampliamente utilizada en manufactura, educación, gobierno e industrias de servicio. Se le denomina «total» porque en ella queda concernida la organización de la empresa globalmente considerada y las personas que trabajan en ella.

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.

Fuente:(http://es.wikipedia.org/wiki/Gesti%C3%B3n_de_calidad_total#Concepto_de_percepci.C3.B3n_de_la_calidad)

Fecha: 18-01-2011

Hora: 16:32 pm

Control de la calidad total

El Control de la Calidad se posiciona como una estrategia para asegurar el mejoramiento continuo de la calidad. Es un programa para asegurar la continua satisfacción de los clientes externos e internos mediante el desarrollo permanente de la calidad del producto y sus servicios.

Es un concepto que involucra la orientación de la organización a la calidad manifestada en sus productos, servicios, desarrollo de su personal y contribución al bienestar general.

El mejoramiento continuo es una herramienta que en la actualidad es fundamental para todas las empresas porque les permite renovar los procesos administrativos que ellos realizan, lo cual hace que las empresas estén en constante actualización; además, permite que las organizaciones sean más eficientes y competitivas, fortalezas que le ayudarán a permanecer en el mercado.

http://es.wikipedia.org/wiki/Gesti%C3%B3n_de_calidad_total#Concepto_de_percepci%C3%B3n_de_la_calidad

Fecha: 18-01-2011

Hora: 16:32 pm

Tipos de acción de Calidad Total

Para lograr el mejoramiento de la calidad se debe pasar por un proceso, para así poder alcanzar niveles de performance sin precedentes.

Los pasos de este proceso pueden resumirse así:

1. Probar la necesidad de mejoramiento.
2. Identificar los proyectos concretos de mejoramiento.
3. Organizarse para la conducción de los proyectos.
4. Prepararse para el diagnóstico o descubrimiento de las causas.
5. Diagnosticar las causas.
6. Proveer las soluciones.
7. Probar que la solución es efectiva bajo condiciones de operación.
8. Proveer un sistema de control para mantener lo ganado.

Sistema de la calidad

Es el conjunto de normas interrelacionadas de una organización por los cuales se administra de forma ordenada la calidad de la misma, en la búsqueda de la mejora continua.

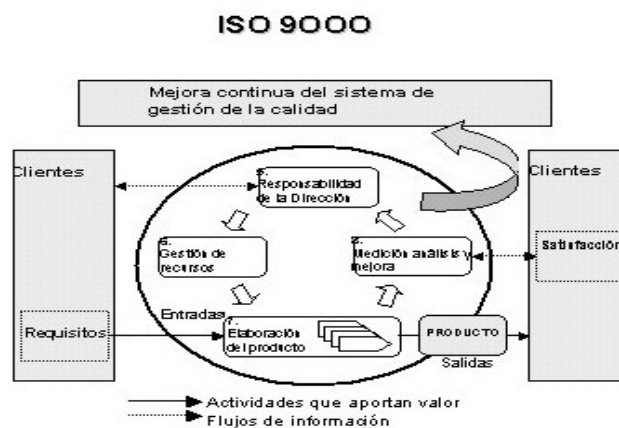
Entre dichos elementos, los principales son:

1. Estructura de la organización: responde al organigrama de los sistemas de la empresa donde se jerarquizan los niveles directivos y de gestión. En ocasiones este organigrama de sistemas no corresponde al organigrama tradicional de una empresa.
2. Estructura de responsabilidades: implica a personas y departamentos. La forma más sencilla de explicitar las responsabilidades en calidad, es mediante un cuadro de doble entrada, donde mediante un eje se sitúan los diferentes departamentos y en el otro, las diversas funciones de la calidad.
3. Procedimientos: responden al plan permanente de pautas detalladas para controlar las acciones de la organización.
4. Procesos: responden a la sucesión completa de operaciones dirigidos a la consecución de un objetivo específico.
5. Recursos: no solamente económicos, sino humanos, técnicos y de otro tipo, deben estar definidos de forma estable y circunstancial.

http://es.wikipedia.org/wiki/Sistema_de_gesti%C3%B3n_de_la_calidad

18-01-2011

16:51 pm



Técnicas de control

Son las herramientas de las que se auxilia el administrador par llevar a cabo el proceso de control.

Técnica: Conjunto de procedimientos propios de un arte, ciencia u oficio. Habilidad con que se utilizan esos procedimientos. Método habilidad, táctica, tomando en cuenta la definición de la palabra técnica, se puede definir a las técnicas del control como todos los procedimientos o métodos usados un una organización para controlar o supervisar un proceso automatizado o actividad humana. Existen diferentes técnicas de planeación-control que usa un ejecutivo.

Por ejemplo, las normas administrativas que son un tipo de planeación importante, también se usa para propósitos de control. En forma similar los presupuestos son planes, y su uso, adecuadamente llamado formulación de presupuestos, es esencialmente una función de control, así como los estudios de evaluación de personal están realizados de acuerdo con el proceso de control. A continuación se muestra algunas técnicas de control más comúnmente usadas:

Presupuesto

Un mecanismo ampliamente usado para el control administrativo es el presupuesto. Por tanto se ha supuesto, a veces, que la presupuestación es el mecanismo para llevar a cabo el control. La presupuestación es la formulación de planes para un determinado periodo futuro en términos numéricos. Como tales los presupuestos son estados de resultados anticipados, en términos financieros –como en los de ingreso y capital- o en aspectos no financieros –como en el caso de horas de mano de obra directa, materiales, volumen físico de ventas o unidades de producción -. Se dice que los presupuestos es la monetización de los planes. Los presupuestos obligan a la planeación y permiten que la autoridad sea delegada sin pérdida de control. Es decir, la reducción de los planes a

números definitivos obliga a usar una clase de método que permite al administrador ver claramente qué capital será necesario, para quién, dónde y qué costo, ingreso o unidades de insumo o producto físico incluirán sus planes. Una vez hallado esto, puede delegar más libremente la autoridad para efectuar el plan dentro de los límites del presupuesto.

http://es.wikipedia.org/wiki/Sistema_de_gesti%C3%B3n_de_la_calidad

18-01-2011

16:51 pm

Factores de control

Existen cuatro factores que deben ser considerados al aplicar el proceso de control: Cantidad, Tiempo, Costo y Calidad.

Los tres primeros son de carácter cuantitativo y el último es eminentemente cualitativo. El factor cantidad se aplica a actividades en la que el volumen es importante. A través del factor tiempo se controlan las fechas programadas. El costo es utilizado como un indicador de la eficiencia administrativa, ya que por medio de él se determinan las erogaciones de ciertas actividades. La calidad se refiere a las especificaciones que deben reunir un cierto producto o ciertas funciones de la empresa.

Controles Utilizados Con Más Frecuencia En Los Factores Del Control

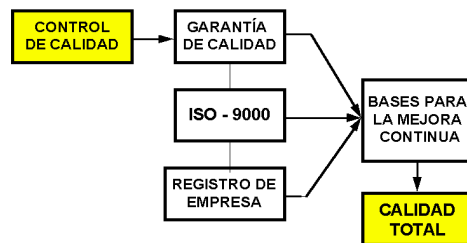
Cantidad	Tiempo	Costo	Calidad
Presupuestos	Estudios de tiempos	Presupuestos	Evaluación de la actuación
Estimaciones	Fechas límite	Costo por metro cuadrado	Pruebas psicológicas
Productos terminados	Programas	Costos estándar	Inspecciones visuales
Unidades vendidas	Tiempo - máquina	Pronósticos	Coeeficientes
Unidades rechazadas	Medición del trabajo	Contabilidad	Rendimiento del personal
Inventarios de personal	Procedimientos	Productividad	Informes
Medición del trabajo	Estándares	Rendimiento s/inversión	Procedimientos
Pronósticos			Estándares
Control de inventarios			Calificación de méritos

Normas ISO

Son una familia de normas técnicas interrelacionadas, emitidas por la International Organization for Standardisation (IOS) a través de sus comités regionales. Se eligió el término ISO porque significa igual en griego. Las principales son la ISO 9001, ISO 9002 e ISO 9003.

Estas normas certifican la calidad de las unidades de negocio de la Empresa (por tanto, nunca se refieren a los productos), y no distinguen distintos niveles de excelencia, es decir, las compañías pueden optar por estas normas en función de sus ámbitos de actuación.

ALCANCE DEL SISTEMA DE CALIDAD



Así, las firmas que diseñen, fabriquen o comercialicen sus mercancías podrán aspirar a conseguir la ISO 9001, ya que esta norma certifica calidad de diseño, desarrollo, producción, instalación y servicio postventa.

<http://www.monografias.com/trabajos6/lacali/lacali2.shtml#iso>

18-01-2011

16:45 pm

Competitividad

Se define como la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores al menor precio, o sea con producción al menor costo posible.

La competitividad no es producto de una casualidad ni surge espontáneamente; se crea y se logra a través de un largo proceso de aprendizaje y negociación por grupos colectivos representativos que configuran la dinámica de conducta organizativa, como los accionistas, directivos, empleados, acreedores, clientes, por la competencia y el mercado, y por último, el gobierno y la sociedad en general.

Es la capacidad de una empresa de mantener ventajas comparativas que le permitan, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno.

Estrategia competitiva

Esencialmente, la definición de una estrategia competitiva consiste en desarrollar una amplia fórmula de cómo la empresa va a competir, cuáles deben ser sus objetivos y que políticas serán necesarias para alcanzar tales objetivos.

La estrategia competitiva es una combinación de los fines (metas) por los cuales se está esforzando la empresa y los medios (políticas) con las cuales está buscando llegar a ellos.

<http://www.monografias.com/trabajos12/escom/escom.shtml>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Competitividad>

18-01-2011

17:02 pm

Proceso

Un proceso es un conjunto de actividades o eventos (coordinados u organizados) que se realizan o suceden (alternativa o simultáneamente) con un fin determinado. Este término tiene significados diferentes según la rama de la ciencia o la técnica en que se utilice. Un proceso puede ser definido como un conjunto de actividades enlazadas entre sí que, partiendo de uno o más inputs (entradas) los transforma, generando un output (resultado). Las actividades de cualquier organización pueden ser concebidas como integrantes de un proceso determinado. De esta manera, cuando un cliente entra en un comercio para efectuar una compra, cuando se solicita una línea telefónica, un certificado de empadronamiento, o la inscripción de una patente en el registro correspondiente, se están activando procesos cuyos resultados deberán ir encaminados a satisfacer una demanda. Desde este punto de vista, una organización cualquiera puede ser considerada como un sistema de procesos, más o menos relacionados entre sí, en los

que buena parte de los inputs serán generados por proveedores internos, y cuyos resultados irán frecuentemente dirigidos hacia clientes también internos.

http://www.gestionempresarial.info/VerItemProducto.asp?Id_Prod_Serv=28&Id_Sec=8

18-01-2011

17:18 pm

Materia prima

Se conocen como materias primas a los materiales extraídos de la naturaleza y que se transforman para elaborar bienes de consumo.

Las materias primas que ya han sido manufacturadas pero todavía no constituyen definitivamente un bien de consumo se denominan productos semielaborados, productos semiacabados o productos en proceso.

http://es.wikipedia.org/wiki/Materia_prima

18-01-2011

17:18 pm

Eficiencia de conversión

Es la calidad con la que se pueden transformar insumos a productos terminados para su uso y satisfacción de una necesidad.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Eficiencia>

18-01-2011

17:28 pm

Maquinaria

Una máquina es un conjunto de piezas o elementos móviles y fijos, cuyo funcionamiento posibilita aprovechar, dirigir, regular o transformar energía o realizar un trabajo con un fin determinado. Se denomina maquinaria (del latín machinarĭus) al conjunto de máquinas que se aplican para un mismo fin y al mecanismo que da movimiento a un dispositivo.

<http://es.wikipedia.org/wiki/M%C3%A1quina>

18-01-2011

17:35pm

Insumos

Es consumible utilizado en el proceso productivo de otro bien. Este término, equivalente en ocasiones al de materia prima, es utilizado mayormente en el campo de la producción agrícola. Los insumos usualmente son denominados factores de la producción o recursos productivos. En general los insumos pierden sus propiedades y características para transformarse y formar parte del producto final.

Para el caso de servicios se alude a los recursos de entrada al proceso cuyo flujo de salida es el servicio entregado. Es el material inicial (materia prima, subproducto) que se incorporan al proceso para satisfacer necesidades.

Clasificación de los insumos

Existen múltiples formas de clasificarlos. Básicamente los podemos dividir en dos: Trabajo (o mano de obra) y capital. Este capital es el que se conoce como capital "físico o productivo" (maquinaria, equipo, instalaciones, tecnología en general), que es distinto al capital "financiero"(líquido).

Por lo general los insumos se miden en "flujos", en lugar de "niveles" (stocks). Los insumos para su análisis pueden ser considerados también como insumos fijos o insumos variables. Si el insumo trabajo es fijo entonces se considerará variable el capital, y si se considera el insumo capital como fijo, entonces el trabajo sería el insumo variable.

Métodos para conservar insumos

Una buena manera para conservar los insumos es, basándose en sus propiedades organolépticas. Si se tratase de un insumo de origen animal, por ejemplo: pollo, res, gallina, cabra, ternera, lo más apropiado sería mantenerlos guardados y con una buena ventilación, aislados en una cámara frigorífica.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Insumo>

18-01-2011

17:54pm

Satisfacción del cliente

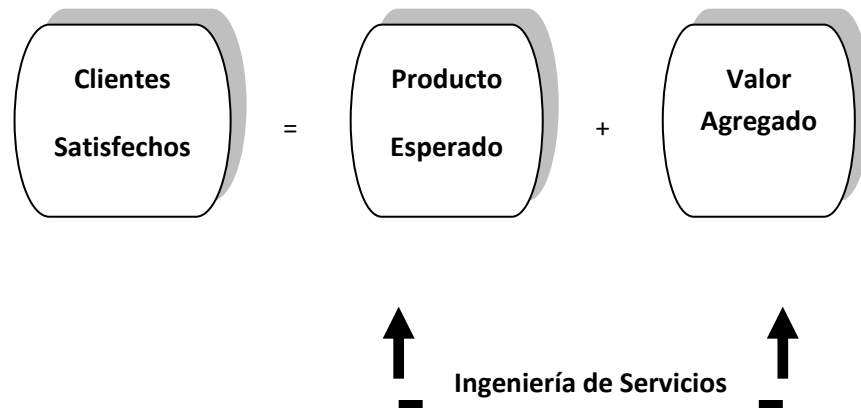
Cultural de Ediciones (1999, p.117) “Existe la certeza de que el cliente no solo juzga una marca por las características del producto sino que cada vez valora más los servicios post-venta y la oferta global de servicios prestados. Por ello garantizarse la mejor prestación de servicios atendiendo esas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

Fea (1993, p.25) manifiesta que “la satisfacción del cliente es total porque el producto o servicio corresponde a sus necesidades y objetivos”.

“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).

ECUACIÓN PARA CREAR CLIENTES SATISFECHOS



Fuente: Ingeniería de Servicios (Picazo, Luis 1992, p. 46)

Cliente

Dentro de lo que es el ciclo comercial, un mismo individuo suele estar considerado bajo diferentes categorías, que van desde pertenecer al público objetivo de la empresa pasando luego a ser cliente potencial, luego comprador eventual y hasta llegar a ser clientes eventuales o usuarios. Los entes clasificados como público objetivo, no se interesan de forma particular por el producto. El cliente potencial, si se interesa pero todavía no ha decidido, el cliente habitual o usuario incorpora a su vida las consecuencias de la compra. Cultural de ediciones. (1999, p. 252).

Los clientes potenciales.

Se encuentran en todas partes y mezclados unos con otros. Por tanto le es sumamente difícil al fabricante (y al detallista) detectar aquellos que se interesen por sus productos. Graves R. (1974, pp. 76 - 80).

La Clientela

La clientela no es sino el segmento de mercado (consumidores) que compra nuestros productos o contrata nuestros servicios. Tendremos éxito mientras más personas de nuestro segmento nos compren, paguen y prefieran nuestros productos o servicios. Recuerde que consumidores son todos aquellos que tienen la posibilidad de comprar un producto o servicio. Pero los clientes son quienes efectivamente lo hacen. Ediciones Culturales. (1999, p. 252).

Tipos de clientes

Es necesario determinar exactamente quienes son nuestros clientes. Estos pueden ser de varios tipos y para cada uno es necesario diseñar una estrategia de ventas diferente. Existen básicamente dos tipos de clientes: las personas y las instituciones (incluyen empresas agropecuarias, comerciantes y gobierno central).

Para cada tipo de cliente la estrategia de ventas será completamente diferente. En el caso de las personas por ejemplo la publicidad puede ser masiva, en cambio para las instituciones puede ser una publicidad personalizada y reflexiva. Es decir, el tratamiento para cada tipo de cliente debe ser diferente. Si pudiera precisar con detalle quienes y porque razones estarían interesados en su producto, podría diseñar exactamente una estrategia de venta. Pero son escasos los productos que tienen un solo tipo de cliente. Es recomendable hacer una lista de todas aquellas "clases" de personas e instituciones que puedan estar interesadas en comprar sus productos. Luego priorice y empiece a atenderlos. Ediciones Culturales. (1999, p. 252).

Atención 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.

“Un concepto de trabajo” y “una forma de hacer las cosas” que compete a toda la organización, tanto en la forma de atender a los Clientes (que nos compran y nos permiten ser viables) como en la forma de atender a los Clientes Internos, diversas áreas de nuestra propia empresa.

Servicio que prestan las empresas de servicios o que comercializan productos, entre otras, a sus clientes, en caso que estos necesiten manifestar reclamos, sugerencias, plantear inquietudes sobre el producto o servicio en cuestión, solicitar información adicional, solicitar servicio técnico, entre las principales opciones y alternativas que ofrece este sector o área de las empresas a sus consumidores.

Sin lugar a dudas, el éxito de una empresa dependerá fundamentalmente que aquellas demandas de sus clientes sean satisfechas satisfactoriamente, porque estos son los protagonistas fundamentales, el factor más importante que interviene en el juego de los negocios.

<http://www.definicionabc.com/economia/atencion-al-cliente.php>

http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_atenci%C3%B3n_al_cliente

<http://www.monografias.com/trabajos11/sercli/sercli.shtml>

18-01-2011

17:58pm

Servicio al cliente

“Se refiere a las relaciones que se establecen entre el personal de la empresa y los clientes con los cuales trata directamente. Son relaciones principalmente de carácter personal que representan los contactos de oportunidad.” Picazo (1992, p. 69).

Marketing

Es "una filosofía de dirección de marketing según la cual el logro de las metas de la organización depende de la determinación de las necesidades y deseos de los mercados meta y de la satisfacción de los deseos de forma más eficaz y eficiente que los competidores".

El término marketing es un anglicismo que tiene diversas definiciones. Según Philip Kotler (considerado por algunos padres del marketing) es «el proceso social y administrativo por el cual los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios». También se le ha definido como el arte o ciencia de satisfacer las necesidades de los clientes y obtener ganancias al mismo tiempo. Es en realidad una sub-ciencia o área de estudio de la ciencia de Administración. En español, marketing suele traducirse como mercadotecnia o mercadeo. Por otra parte, la palabra marketing está reconocida por el DRAE; aunque se admite el uso del anglicismo, la RAE recomienda usar con preferencia la voz española mercadotecnia. La adaptación gráfica de marketing propuesta por la RAE es márquetin. El marketing involucra estrategias de mercado, de ventas, estudio de mercado, posicionamiento de mercado, etc. Frecuentemente se confunde este término con el de publicidad, siendo ésta última sólo una herramienta de la mercadotecnia.

Mezcla o mix de mercadotecnia, en ella intervienen los factores o elementos que concurren en la función de mercadotecnia y que deben ser combinados para obtener el

logro óptimo de acuerdo con los objetivos establecidos, se utiliza también la combinación o complejo de mercadotecnia, el ordenamiento más conocido es, Producto, precio, plaza (lugar) y promoción.

EDITORIAL, Limusa S.A. (1992, Pág. 47)

<http://es.wikipedia.org/wiki/Marketing>

18-01-2011

18:03pm

Plan de Marketing

Plan de mercadeo o mercadotecnia abarca las políticas, estrategias, métodos y procedimientos para el mercadeo de los productos de una empresa.

EDITORIAL, Limusa S.A. (1992, Pág. 47)

Producto

Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad. El producto es parte de la mezcla de marketing de la empresa, junto al precio, distribución y promoción, lo que conforman las 4 Ps.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Producto>

18-01-2011

18:04pm

Necesidades

En el marketing y los recursos humanos, una necesidad para una persona es una sensación de carencia unida al deseo de satisfacerla. Por ejemplo, la sed, el hambre y el

frío son sensaciones que indican la necesidad de agua, alimento y calor, respectivamente.

- Primera Clasificación: ¿Qué necesidad?

1. Vitales.- Las que son indispensables para la vida (alimento, ropa, etc.).
2. Suntuarias o de Imagen.- Dependen de la posición social y económica (joyas, viajes de turismo, etc.).

- Segunda Clasificación: ¿Para quién?

1. Individuales.- Particulares (comida, cine, etc.).
2. Colectivas.- Generales (salud pública, defensa del estado, etc.).

- Factores que intervienen en las necesidades:

- Sexo
- Edad
- Clima
- Status

Necesidades Elásticas y Rígidas

Las necesidades que varían notablemente de acuerdo a diversos factores, se denominan elásticas. Aquellas que se mantienen invariables e independientes de los factores antes mencionados se denominan rígidas. Ejemplo: la sal y productos de consumo vital.

"Las necesidades son la expresión de lo que un ser vivo requiere indispensablemente para su conservación y desarrollo. En psicología la necesidad es el sentimiento ligado a la vivencia de una carencia, lo que se asocia al esfuerzo orientado a suprimir esta falta, a satisfacer la tendencia, a la corrección de la situación de carencia"

<http://es.wikipedia.org/wiki>

18-01-2011

17:54pm

Oferta

Se define como la cantidad de productos y servicios disponibles para ser consumidos. Está determinada por factores como el precio del capital, la mano de obra y la combinación óptima de los recursos mencionados, entre otros. Se expresa gráficamente por medio de la *curva de la oferta*. La pendiente de esta curva determina cómo aumenta o disminuye la oferta ante una disminución o un aumento del precio del bien. Esta es la elasticidad de la curva de oferta.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Oferta>

18-01-2011

18:04pm

Promociones

Es una herramienta o variable de la mezcla de promoción (comunicación comercial), consiste en incentivos de corto plazo, a los consumidores, a los miembros del canal de distribución o a los equipos de ventas, que buscan incrementar la compra o la venta de un producto o servicio.

http://es.wikipedia.org/wiki/Promoci%C3%B3n_de_ventas

Descuentos

Es la reducción de un porcentaje sobre el precio de un bien o servicio. El descuento tiene como finalidad ofrecer los productos excedentes o de baja demanda a un precio

menor al previamente anunciado con el objetivo de promover la demanda o de reducir el inventario y los costes de almacenaje que estos generan.

http://es.wikipedia.org/wiki/Descuento_%28mercadotecnia%29

Valor agregado

“Una estrategia de agregar valor a un servicio debe tener como punto de partida la investigación del mercado para averiguar cuáles son los atributos que los clientes valoran en ese servicio, atributos que se deben comunicar a los clientes para que se sientan satisfechos.” Cobra (2000, p. 71).

“Se refiere a los extras contenidos en el producto o en el proceso y que significan beneficios adicionales para el cliente, sin que esto le signifique un precio mayor. Incluye innovaciones en el producto o en cualquier fase del proceso de producción y comercialización.” Picazo (1992, p. 69).

Precio

“Es más una consecuencia que un motivo de diferenciación. Como el producto es diferente, se puede cobrar un precio más alto por él. Dentro de la política de precios se pueden incluir las políticas de crédito y las facilidades de pago que pueden contribuir a la diferenciación del producto.”

(<http://www.virtuacursos.com/ma/marke/3.htm>).

Procesos operativos

Son pasos que se realizan para el cumplimiento de un determinado objetivo, cumpliendo las disposiciones que implante la empresa. Los procesos administrativos operativos en

una empresa se refieren a los lineamientos operativos-administrativos que se seguirán con el objetivo de obtener los resultados que se ha propuesto alcanzar en un tiempo determinado.

Un proceso es un programa en ejecución. Un proceso simple tiene un hilo de ejecución, por el momento dejemos esta última definición como un concepto, luego se verá en más detalle el concepto de hilo. Una vez definido que es un proceso nos podríamos preguntar cuál es la diferencia entre un programa y un proceso, y básicamente la diferencia es que un proceso es una actividad de cierto tipo que contiene un programa, entradas salidas y estados.

<http://www.monografias.com/trabajos14/administ-procesos/administ-procesos.shtml>

Círculos de Calidad

Son pequeños grupos de personas que, bajo el patrocinio de la dirección, se reúnen voluntariamente con carácter regular para identificar y resolver los problemas del trabajo.

Estructura de los círculos

Generalmente los círculos de calidad están formados por pequeños grupos de empleados, provenientes de la misma área de la empresa, que se reúnen generalmente en horas de trabajo con carácter voluntario. Su propósito es identificar los problemas de su área de trabajo, analizarlos y llegar a una solución. Los objetivos finales de los círculos de calidad son mejorar la calidad de los bienes y servicios, animar a la participación del empleado e incrementar la motivación, productividad y moral del mismo.

Bittel, L (2008, p.125) Enciclopedia del Management

Exclusividad

El término exclusividad se refiere a un derecho o privilegio de cierta persona para nombrar a lo que resulta único y que, por lo tanto, excluye a cualquier otro de su clase o diseño.

Variedad

Variedad es la cualidad de vario (diverso, diferente, inconstante, indeterminado). La variedad es el conjunto de cosas diversas o la diferencia dentro de una unidad. La variedad implica diversidad y, por lo tanto, amplía un determinado repertorio o abanico de posibilidades. Si no existe la variedad, todos los elementos son iguales y ofrecen las mismas prestaciones. Por eso la variedad, en todos los ámbitos, resulta positiva.

Fuente: <http://definicion.de/variedad/>

Fecha: 10/10/2011

Hora: 23:03

2.4.4 Marco Teórico

La administración es una de las ciencias que abarca todos los campos para un buen desarrollo empresarial, con la finalidad de ser más competitivos y alcanzar una posición ante un mercado muy exigente, esto se lo puede realizar mediante una implementación de un sistema de control de calidad eficiente que cumpla con los objetivos de la empresa y así obtener una calidad total en nuestros productos comprometiendo a todos sus colaboradores para mejorar continuamente, sin olvidar satisfacer las necesidades de nuestros clientes y con todos estos propósitos poder tener mejores estrategias de calidad para impulsar las acciones y obtener mejores resultados con los recursos disponibles en la empresa sobre todo con el de talento humano que es el motor que da vida y desarrollo a una empresa, obteniendo con estos recursos una productividad excepcional,

proporcionarles los insumos y capacitaciones necesarias para óptimo control en los procesos de producción, con la materia prima y maquinaria necesaria para lograr una eficiente conversión de los insumos, con controles de calidad y evitar pérdidas económicas y tiempo evitando así la insatisfacción de nuestros clientes.

2.5 HIPÓTESIS

Formulación del Problema

¿Cómo incide la deficiente calidad del producto en la satisfacción de los clientes de la empresa "La Raíz del Jeans" de la ciudad de Pelileo?

La implementación de un sistema de control de calidad incrementa el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa "La Raíz del Jeans" de la ciudad de Pelileo.

2.6 VARIABLE

X= Calidad (Cualitativa)

Y= Satisfacción del cliente (Cuantitativa → Discreta)

CAPITULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

De conformidad con el paradigma seleccionado en la fundamentación filosófica que fue el crítico – propositivo corresponde utilizar el enfoque cualitativo que es el siguiente:

Se utilizará técnicas cualitativas que se encontrarán basadas en valores y cualidades que permitirán al investigador actuar de forma correcta durante la investigación que se realizará dentro de la empresa, mediante la aplicación de un sistema de control de calidad adecuada se podrá contar con un producto de excelencia además de contar con un talento humano necesario y calificado. También asumirá una posición dinámica porque se basará en el análisis de las causas y los efectos que se producirán, los mismos que ayudarán a la búsqueda de diferentes soluciones o alternativas, promoviendo la participación de toda una comunidad dentro de la investigación, los cuales ayudarán a la comprensión del problema, las diferentes propuestas de acción, evaluación y su debida

ejecución. El problema objeto de estudio será estudiado y analizado directamente desde el lugar en el cual se produce el problema y no se limitará a la observación, ya que todos sus datos serán basados dentro de la realidad de la empresa.

3.2 MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN

Investigación Bibliográfica

Esta modalidad se ha considerado como el primer paso para iniciar cualquier investigación científica. Una de las razones por lo que se utilizará esta modalidad en la siguiente investigación es porque se requiere basarse en información efectiva y precisa, en donde se encontrará la ayuda posible sobre los temas que se necesita conocer o para ampliar los conocimientos ya existentes, se concurrirá a bibliotecas, centros de información, que serán de gran ayuda en la investigación, se analizará la información escrita: en libros, tesis de grado, internet, para lograr captar información relevante sobre el tema.

Investigación de Campo

La segunda modalidad a utilizar en el presente trabajo será una investigación de campo, porque debemos encontrarnos inmersos en donde se han originado los hechos a través de un contacto directo con la realidad de las cosas como se están presentando y su evolución. Siendo una muy importante para el desarrollo de todo trabajo se recolectará información elemental referente al problema objeto de estudio. Se utilizará técnicas como: la entrevista, la encuesta, a los sujetos involucrados en el problema de la empresa entre estos tenemos a los clientes internos y externos.

3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para la ejecución de la presente investigación utilizaremos:

Investigación Exploratoria

Se aplicará esta investigación, con el fin de conocer más a fondo e indagar sobre todo lo relacionado con el problema objeto de estudio, y de esta manera relacionar e involucrar al investigador con las supuestas causas mencionadas en el análisis crítico, para lo cual se formulará hipótesis de trabajo que ayudarán a familiarizar la incidencia que tendrá el talento humano en el decremento de la productividad de la empresa, es decir investigar a los clientes y empleados realizando una encuesta para ver sus necesidades, expectativas y requerimientos que ellos puedan tener frente a la empresa con respecto a los procesos de producción y la calidad del producto con el propósito de ofrecer e incrementar el nivel de satisfacción de nuestros clientes, llegando a ser más competitivos y eficientes en nuestro trabajo.

Investigación Descriptiva

Mediante este tipo de investigación, se logrará ver de manera clara como afecta el problema planteado a la empresa en su prestigio e imagen y sus ingresos entre otros, así también se detallará las características del problema analizando su origen y desarrollo, determinando relaciones de las personas que laboran en la empresa con sus jefes, el ambiente de trabajo y las relación que existen con los clientes que consumen nuestro producto, por ende cual es la magnitud que ellos tienen frente a la obligación de obtener una prenda vestir de calidad para satisfacer a los clientes y así lograr un mejor desarrollo para la organización.

Investigación Correlacional

La investigación correlacional que el investigador aplicará para este trabajo va a determinar las soluciones posibles que tendrá como principal propósito conocer el comportamiento de una variable con respecto de la otra permitiendo evaluar como la deficiente calidad del producto incide directamente en la satisfacción del cliente en la empresa "La Raíz del Jeans" de la ciudad de Pelileo.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

La presente población y muestra con la que se trabajará en la empresa " La Raíz del Jeans " son los siguientes:

Clientes externos 55 específicamente de la ciudades de Quito y Guayaquil.

En consideración que la población de los clientes externos es reducida se trabajará con todos ellos.

3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Hipótesis: La implementación de un sistema de control de calidad incrementa el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa “ La Raíz del Jeans ” de la ciudad de Pelileo.

Variable independiente: Calidad

Cuadro No. 1

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMES	TÉCNICA E INSTRUMENTOS
<p>Calidad</p> <p>Es un conjunto de características que reúne un determinado producto o servicio, para satisfacer las necesidades de un cliente.</p>	Características	<p>Variedad</p> <p>Modelos</p> <p>Etiquetado</p> <p>Colores</p> <p>Calidad</p> <p>Precio</p>	¿Qué tipo de características le gustaría que mejore en la prenda jeans de la “La raíz del jean”?	Encuesta y cuestionario a los clientes externos
	Producto	<p>Bordados</p> <p>Color de hilo</p> <p>Tipo de materiales</p>	¿Al adquirir este producto en la “La raíz del jean” toma en cuenta sus detalles?	Encuesta y cuestionario a los clientes externos

		Tipo de tela		
		Tipo de materiales		
		Marca		
	Servicio	Cordial	¿Qué tipo de servicio le gustaría recibir en "La raíz del jean" al momento de comprar una prenda jean?	Encuesta y cuestionario a los clientes externos
		Paciente		
		Respetuoso		
		Carismático		
		otros		
	Necesidades	Vestir	¿Qué tipo de necesidades cubre la prenda de vestir de la empresa "La raíz del jean"?	Encuesta y cuestionario a los clientes externos
		De uso diario		
		Trabajo		
		Estudio		
		Por moda		

Hipótesis: La implementación de un sistema de control de calidad incrementa el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa “ La Raíz del Jeans ” de la ciudad de Pelileo.

Variable dependiente: Satisfacción del cliente

Cuadro No. 3

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMES	TÉCNICA E INSTRUMENTOS
<p>Satisfacción del cliente</p> <p>Es el conjunto de factores interrelacionados que oferta un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado, asegurándose de su correcto uso y cubriendo sus expectativas.</p>	<p>Factores</p> <p>Oferta</p>	<p>Trabajo</p> <p>Capital</p> <p>Técnica</p> <p>Sistemas de control</p> <p>Recurso Humano</p> <p>Calidad</p> <p>Precio</p> <p>Surtido</p> <p>Durabilidad</p>	<p>¿Qué tipos de factores considera usted para mejorar la calidad de la prenda jean de la empresa “La Raíz del Jean”?</p> <p>¿Lo que oferta la “La Raíz del Jean” cubre sus expectativas?</p>	<p>Encuestas y cuestionarios a los clientes externos</p> <p>Encuesta y cuestionario a los clientes externos</p>

	<p>Cliente</p> <p>Expectativas</p>	<p>Verse bien</p> <p>Buena atención</p> <p>Buen servicio</p> <p>Buena calidad</p> <p>Precios accesibles</p> <p>Innovación</p> <p>Originalidad</p> <p>Mejoramientos continuos</p> <p>Imagen</p> <p>Beneficios</p> <p>Calidad</p>	<p>¿Qué necesitan los clientes de "La Raíz del Jean" para mejorar su fidelidad?</p> <p>¿Cuáles serian sus expectativas para la empresa "La Raíz del Jean"?</p>	<p>Encuesta y cuestionario a los clientes externos</p> <p>Encuesta y cuestionario a los clientes externos</p>
--	------------------------------------	---	--	---

3.6 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Cuadro No. 5

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTOS DE INFORMACIÓN
1. Información Primaria	1.1 Encuesta	1.1.1 Cuestionario
2. Información secundaria	2.1 Análisis de documentos	2.1.1 Libros: Calidad total, sistemas de control de calidad, procesos de producción, Normas ISO, marketing, satisfacción del cliente.

3.7 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Para el siguiente trabajo de investigación se realizará a través de la técnica de la encuesta con su instrumento el cuestionario, y para el procesamiento y análisis de la información se procederá a revisar uno por uno para examinar que todas las preguntas estén contestadas y así poder detectar errores, eliminar respuestas contrarias y con los resultados obtener información real y de confianza lo cual permitirá que la empresa "La Raíz del Jean" pueda detectar fácilmente las causas por las los clientes no se encuentran satisfechos totalmente con sus productos.

Como segundo paso la categorización se realizará con la separación de las preguntas con sus posibles alternativas que han sido escogidas por el encuestado, para de esta manera poder marcarlas mediante el método reconocido por varios investigadores como es el método de tabulación computarizada, a través del programa estadístico SSPS para Windows.

Como último paso para esta investigación a lo que se refiere a la interpretación de los resultados se habrá elaborado una síntesis de los mismos, para poder encontrar toda la información pertinente y trascendente, la misma que ayudará a obtener una solución al problema planteado en esta investigación.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

4.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

Mediante las encuestas realizadas a los clientes de la empresa “La Raíz del Jeans”, tenemos que los datos arrojan los siguientes resultados que serán de vital importancia para poder encontrar una solución al problema de la empresa mediante su adecuada interpretación y análisis:

1. ¿Cuánto tiempo lleva utilizando una prenda jean de La Raíz del Jean?

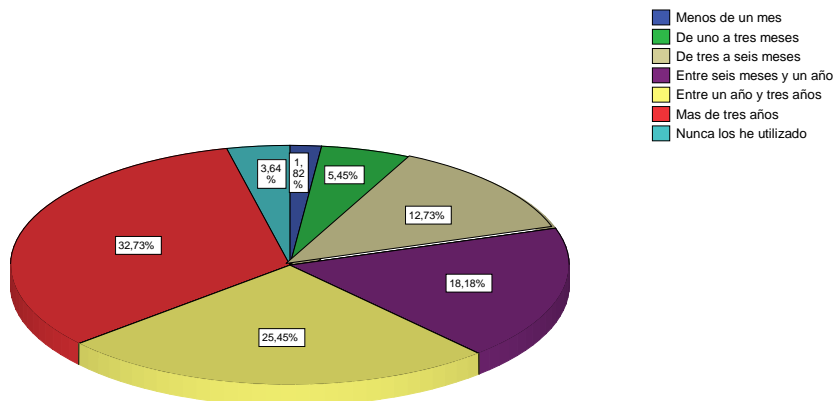
Tabla No 1

Tiempo que utiliza un jean

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Menos de un mes	1	1,8	1,8	1,8
	De uno a tres meses	3	5,5	5,5	7,3
	De tres a seis meses	7	12,7	12,7	20,0
	Entre seis meses y un año	10	18,2	18,2	38,2
	Entre un año y tres años	14	25,5	25,5	63,6
	Más de tres años	18	32,7	32,7	96,4
	Nunca los he utilizado	2	3,6	3,6	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Gráfico No 1

Tiempo que utiliza un jean



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de LA RAÍZ DEL JEAN

Elaborado por: Luis Paredes

Análisis e interpretación

Del total de los encuestados se obtuvo que el 1.8 % correspondiente a un cliente considera que no ha utilizado un jean en menos de un mes, el 5.5% correspondiente a 3 clientes consideran que han utilizado de uno a tres meses, el 12.7 % correspondiente a 7 clientes consideran que han utilizado de tres a seis meses, el 18.2% correspondiente a 10 clientes manifiestan que han utilizado de seis meses a un año, el 25.5% correspondiente

a 14 clientes manifiestan que han utilizado de uno a tres años, el 32.7% correspondiente a 18 clientes consideran que han utilizado más de tres años, y el 3.65% correspondiente a 2 clientes manifiestan que nunca los ha utilizado.

2. ¿Con qué frecuencia utiliza una prenda de La Raíz del Jean?

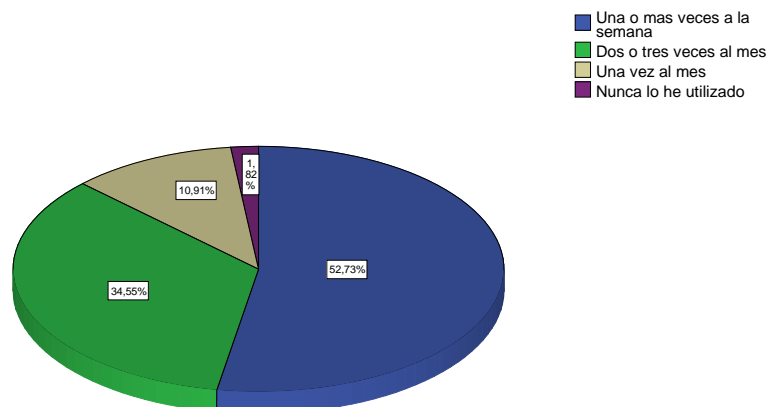
Tabla No 2

Frecuencia que utiliza un jean

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Una o mas veces a la semana	29	52,7	52,7	52,7
Dos o tres veces al mes	19	34,5	34,5	87,3
Una vez al mes	6	10,9	10,9	98,2
Nunca lo he utilizado	1	1,8	1,8	100,0
Total	55	100,0	100,0	

Gráfico No 2

Frecuencia que utiliza un jean



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de LA RAÍZ DEL JEAN

Elaborado por: Luis Paredes

Análisis e interpretación

Del total de los datos de la encuesta se obtuvo que el 52.7 % correspondiente a 29 clientes manifiestan que utilizan una o más veces a la semana, el 34.5% correspondiente a 19 clientes consideran que lo utilizan de dos a tres veces al mes, el 10.9 % correspondiente a 6 clientes consideran que lo utilizan una vez al mes, el 1.8% correspondiente a un cliente manifestando que nunca lo han utilizado.

3. ¿Satisfacen sus necesidades cuando usted adquiere estas prendas jeans?

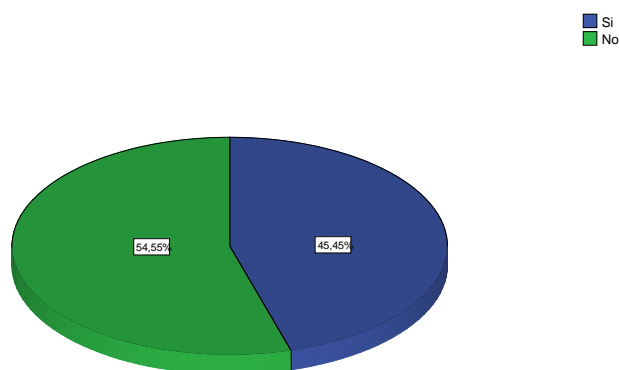
Tabla No3

Satisfacción al comprar un jean

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	25	45,5	45,5	45,5
	No	30	54,5	54,5	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Gráfico No 3

Satisfacción al comprar un jean



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de LA RAÍZ DEL JEAN

Elaborado por: Luis Paredes

Análisis e interpretación

Del total de los datos de la encuesta se obtuvo que el 45.5 % correspondiente a 25 clientes manifiestan que están satisfechos cuando adquieren estas prendas y el 54.5 %

correspondiente a 30 clientes manifiestan que no se encuentran satisfechos con las prendas jeans.

4. ¿Qué tipo de necesidad cubre en su vida una prenda jeans?

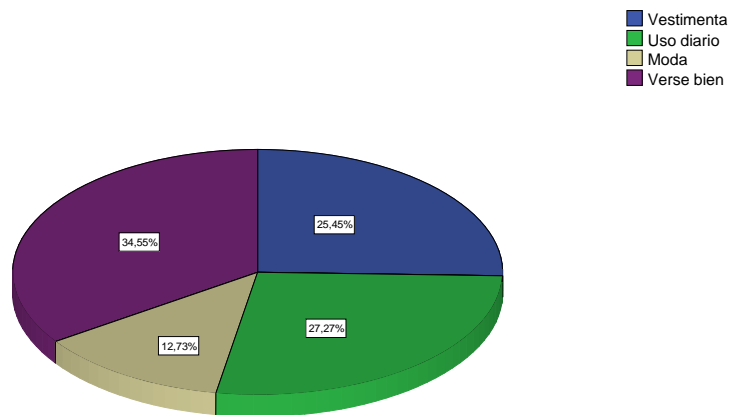
Tabla No 4

Necesidad que cubre un jean

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Vestimenta	14	25,5	25,5	25,5
	Uso diario	15	27,3	27,3	52,7
	Moda	7	12,7	12,7	65,5
	Verse bien	19	34,5	34,5	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Gráfico No 4

Necesidad que cubre un jean



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de LA RAÍZ DEL JEAN

Elaborado por: Luis Paredes

Análisis e interpretación

Del total de los datos de la encuesta se obtuvo que el 25.5% correspondiente a 14 clientes manifiestan que lo utilizan por vestimenta, el 27.3% correspondiente a 15

clientes manifiesta que lo utilizan diariamente, el 12.7% correspondiente a 7 clientes manifiestan que lo utilizan por moda y el 34.5% correspondiente a 19 clientes lo usa por verse bien.

5. ¿Qué tipo de características le gustaría que se mejore en la prenda jean?

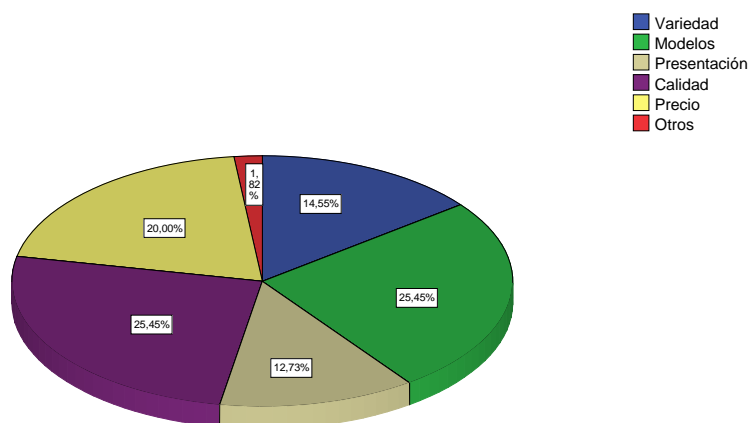
Tabla No 5

Características para mejorar en un jean

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Variedad	8	14,5	14,5	14,5
	Modelos	14	25,5	25,5	40,0
	Presentación	7	12,7	12,7	52,7
	Calidad	14	25,5	25,5	78,2
	Precio	11	20,0	20,0	98,2
	Otros	1	1,8	1,8	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Gráfico No 5

Características para mejorar en un jean



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de LA RAÍZ DEL JEAN

Elaborado por: Luis Paredes

Análisis e interpretación

Del total de los datos de la encuesta se obtuvo que el 14.5 % correspondiente a 8 clientes considera la variedad en jeans, el 25.5% correspondiente a 14 clientes

consideran los modelos, el 12.7 % correspondiente a 7 clientes consideran la presentación de las prendas, el 25.5% correspondiente a 14 clientes manifiestan la calidad del jean, el 20% correspondiente a 11 clientes manifiestan el precio de la prenda y el 1.8% correspondiente a un cliente consideran otro tipo de características.

6. ¿Cubre sus expectativas la prenda jean que usted compra?

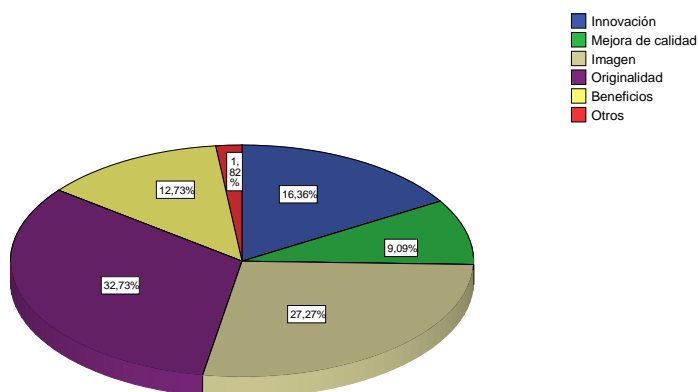
Tabla No 6

Expectativas que cubre un jean al comprar

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Innovación	9	16,4	16,4	16,4
Mejora de calidad	5	9,1	9,1	25,5
Imagen	15	27,3	27,3	52,7
Originalidad	18	32,7	32,7	85,5
Beneficios	7	12,7	12,7	98,2
Otros	1	1,8	1,8	100,0
Total	55	100,0	100,0	

Gráfico No 6

Expectativas que cubre un jean al comprar



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de LA RAÍZ DEL JEAN

Elaborado por: Luis Paredes

Análisis e interpretación

Del total de los datos de la encuesta se obtuvo que el 16.4% correspondiente a 9 clientes consideran que su expectativa de la prenda es innovación, el 9.1%

correspondiente a 5 clientes manifiesta su expectativa en la mejora de calidad, el 27.3% correspondiente a 15 clientes manifiesta su expectativa en la imagen de la prenda, el 32.7% correspondiente a 18 clientes manifiesta su expectativa en la originalidad del jean, el 12.7% correspondiente a 7 clientes manifiesta su expectativa en los beneficios que esta prenda debe ofrecer, el 1.8% correspondiente a un cliente manifiesta que no tiene otro tipo de expectativas de las prendas jeans.

7. ¿Ha tenido inconvenientes con prendas en mal estado?

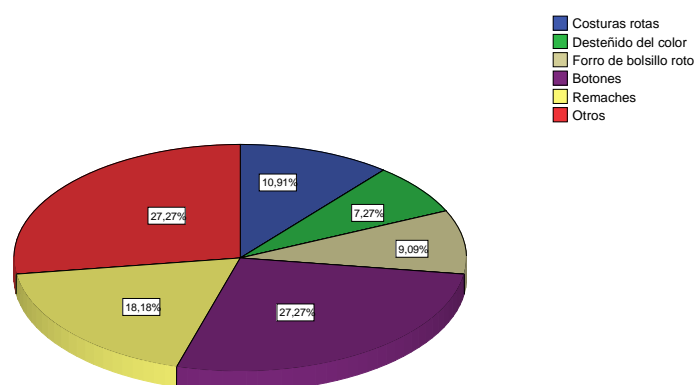
Tabla No 7

Inconvenientes con prendas en mal estado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Costuras rotas	6	10,9	10,9	10,9
	Desteñido del color	4	7,3	7,3	18,2
	Forro de bolsillo roto	5	9,1	9,1	27,3
	Botones	15	27,3	27,3	54,5
	Remaches	10	18,2	18,2	72,7
	Otros	15	27,3	27,3	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Gráfico No 7

Inconvenientes con prendas en mal estado



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de LA RAÍZ DEL JEAN

Elaborado por: Luis Paredes

Análisis e interpretación

Del total de los datos de la encuesta se obtuvo que el 10.9% correspondiente a 6 clientes han tenido inconvenientes con costuras rotas, el 7.3% correspondiente a 4 clientes manifiesta inconvenientes con desteñido de color, el 9.1% correspondiente a 5 clientes manifiesta inconvenientes con forro de bolsillo roto, el 27.3% correspondiente a 15 clientes manifiesta inconvenientes con los botones, el 18.2% correspondiente a 10 clientes manifiesta inconvenientes con remaches, el 27.3% correspondiente a 15 clientes manifiesta inconvenientes con otro tipo de cosas.

8. ¿Existe relación entre calidad y el precio de la prenda jean?

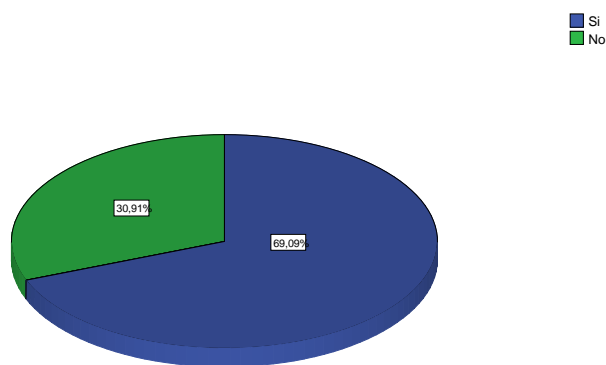
Tabla No 8

Relación entre calidad y precio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	38	69,1	69,1	69,1
	No	17	30,9	30,9	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Gráfico No 8

Relación entre calidad y precio



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de LA RAÍZ DEL JEAN

Elaborado por: Luis Paredes

Análisis e interpretación

Del total de los datos de la encuesta se obtuvo que el 69.1% correspondiente a 38 clientes manifiestan que si existe relación entre calidad y precio, el 30.9% correspondiente a 17 clientes manifiesta que no existe relación entre calidad y precio.

9. ¿Al momento de comprar una prenda jean, que es lo primero que toma en cuenta?

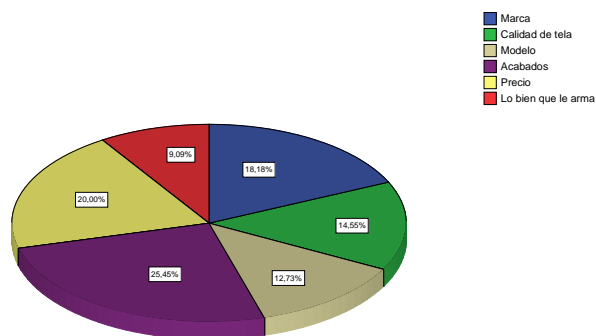
Tabla No 9

Lo primero que toma en cuenta en un jean

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Marca	10	18,2	18,2	18,2
Calidad de tela	8	14,5	14,5	32,7
Modelo	7	12,7	12,7	45,5
Acabados	14	25,5	25,5	70,9
Precio	11	20,0	20,0	90,9
Lo bien que le arma	5	9,1	9,1	100,0
Total	55	100,0	100,0	

Gráfico No 9

Lo primero que toma en cuenta en un jean



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de LA RAÍZ DEL JEAN

Elaborado por: Luis Paredes

Análisis e interpretación

Del total de los datos de la encuesta se obtuvo que el 18.2% correspondiente a 10 clientes manifiesta que se fija en la marca, el 14.5% correspondiente a 8 clientes manifiesta que se fija en la calidad de tela, el 12.7% correspondiente a 7 clientes manifiesta que se fija en el modelo, el 25.5% correspondiente a 14 clientes manifiesta que se fija en los acabados, el 20% correspondiente a 11 clientes manifiesta que se fija en el precio, el 9.1% correspondiente a 5 clientes manifiesta que se fija en lo bien que le arma.

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una prenda jean de calidad?

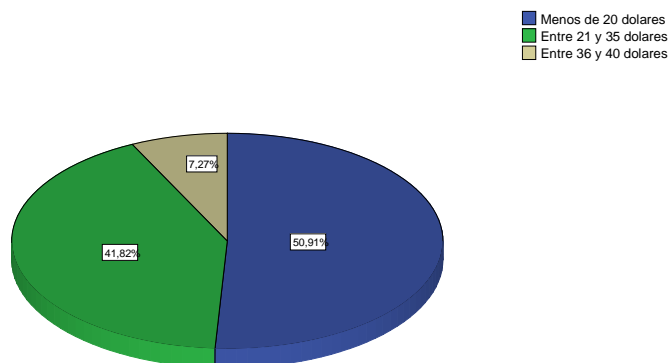
Tabla No 10

Disponibilidad a pagar por jean de calidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Menos de 20 dolares	28	50,9	50,9	50,9
Entre 21 y 35 dolares	23	41,8	41,8	92,7
Entre 36 y 40 dolares	4	7,3	7,3	100,0
Total	55	100,0	100,0	

Gráfico No 10

Disponibilidad a pagar por jean de calidad



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de LA RAÍZ DEL JEAN

Elaborado por: Luis Paredes

Análisis e interpretación

Del total de los datos de la encuesta se obtuvo que el 50.9% correspondiente a 28 clientes manifiesta que pagarían menos de 20 dólares, el 41.8% correspondiente a 23 clientes manifiesta que pagarían entre 21 y 35 dólares, el 7.3% correspondiente a 4 clientes manifiesta que pagarían entre 36 y 40 dólares.

11. ¿Qué factores influyen para mejorar su fidelidad con la empresa La Raíz del Jean?

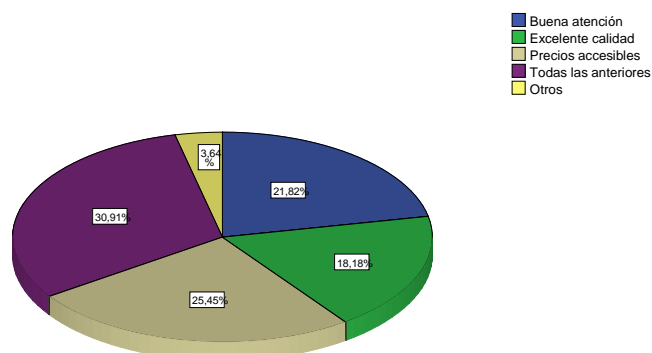
Tabla No 11

Factores para mejorar su fidelidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Buena atención	12	21,8	21,8	21,8
Excelente calidad	10	18,2	18,2	40,0
Precios accesibles	14	25,5	25,5	65,5
Todas las anteriores	17	30,9	30,9	96,4
Otros	2	3,6	3,6	100,0
Total	55	100,0	100,0	

Gráfico No 11

Factores para mejorar su fidelidad



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de LA RAÍZ DEL JEAN

Elaborado por: Luis Paredes

Análisis e interpretación

Del total de los datos de la encuesta se obtuvo que el 21.8% correspondiente a 12 clientes manifiesta que mejorarían su fidelidad con la buena atención, el 18.2% correspondiente a 10 clientes manifiesta que mejorarían su fidelidad con excelente calidad, el 25.5% correspondiente a 14 clientes manifiesta que mejorarían su fidelidad con precios accesibles, el 30.9% correspondiente a 17 clientes manifiesta que mejorarían su fidelidad con todas las alternativas anteriores, el 3.6% correspondiente a 2 clientes manifiesta que mejorarían su fidelidad con otro tipo de factores.

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una prenda jean de calidad?

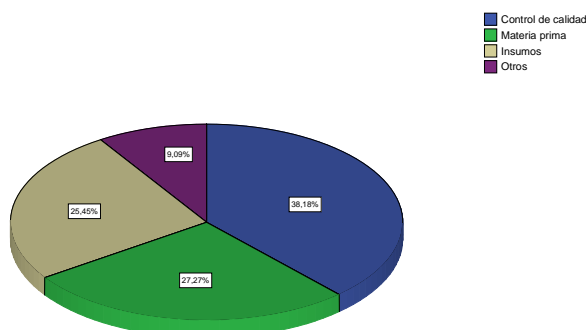
Tabla No 12

En que debe mejorar la empresa sus procesos de producción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Control de calidad	21	38,2	38,2	38,2
Materia prima	15	27,3	27,3	65,5
Insumos	14	25,5	25,5	90,9
Otros	5	9,1	9,1	100,0
Total	55	100,0	100,0	

Gráfico No 12

En que debe mejorar la empresa sus procesos de producción



Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de LA RAÍZ DEL JEAN

Elaborado por: Luis Paredes

Análisis e interpretación

Del total de los datos de la encuesta se obtuvo que el 38.2% correspondiente a 21 clientes manifiesta que la empresa debe mejorar el control de calidad, el 27.3% correspondiente a 15 clientes manifiesta que la empresa debe mejorar la materia prima, el 25.5% correspondiente a 14 clientes manifiesta que la empresa debe mejorar los insumos, el 9.1% correspondiente a 5 clientes manifiesta que la empresa debe mejorar otro tipo de procesos.

4.2 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Después de haber analizado e interpretado los datos obtenidos de las encuestas, continuamos con la verificación de la hipótesis, que consiste en medir el grado de correlación existente entre las variables; las cuales permitirán asegurarnos de la viabilidad de nuestro trabajo investigativo.

4.2.1 Formulación de la hipótesis

H₀ =Hipótesis nula

La implementación de un sistema de control de calidad no incrementa el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa "La Raíz del Jeans" de la ciudad de Pelileo.

H₁ =Hipótesis alterna

La implementación de un sistema de control de calidad si incrementa el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa "La Raíz del Jeans" de la ciudad de Pelileo.

4.2.2 Definición del nivel de significación

Dentro de la investigación el nivel de significación escogido fue el 5% = 0.05

4.2.3 Elección de la prueba estadística

Para poder desarrollar y verificar correctamente las hipótesis se utilizará la prueba del Ji Cuadrado, donde su fórmula es la siguiente:

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

Simbología:

X^2 = Ji cuadrado

Σ = Sumatoria

O = Frecuencia observada

E = Frecuencia esperada

A continuación seleccionaremos dos preguntas de nuestra encuesta realizada, las cuáles nos permitirán desarrollar el cálculo correspondiente.

Pregunta N° 3

¿Satisface sus necesidades cuando usted adquiere estas prendas jeans?

1.1. Si

1.2. No

Pregunta N° 8

¿Existe relación entre calidad y el precio de la prenda jean?

1.3. Si

1.4. No

Cuadro No 6

VALORES REALES

POBLACION	ALTERNATIVAS		TOTAL
	SI	NO	
Satisfacen sus necesidades cuando usted adquiere estas prendas jeans	25	30	55
Existe relación entre calidad y el precio de la prenda jean	38	17	55
TOTAL	63	47	110

4.2.4 Zona de aceptación y rechazo

Grado de libertad (gl) = (Filas - 1) (Columnas - 1)

$$(\mathbf{gl}) = (F - 1) (C - 1)$$

$$(\mathbf{gl}) = (2 - 1) (2 - 1)$$

$$(\mathbf{gl}) = (1) (1)$$

$$(\mathbf{gl}) = 1$$

Cuadro No 7

Una vez obtenidas las frecuencias esperadas, se aplica la siguiente fórmula:

$X^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$	O	E	O - E	(O - E) ²	$\frac{(O - E)^2}{E}$
	Satisfacen sus necesidades / SI	25	31,5	-6,5	42,25
Satisfacen sus necesidades / NO	30	23,5	6,5	42,25	1,80
Existe relacion entre calidad y precio / SI	38	31,5	6,5	42,25	1,34
Satisfacen sus necesidades / NO	17	23,5	-6,5	42,25	1,80
X² =					6,28

$$fe = \frac{(Total\ o\ marginal\ de\ renglon)(total\ o\ marginal\ de\ columna)}{N}$$

Cuadro No 8

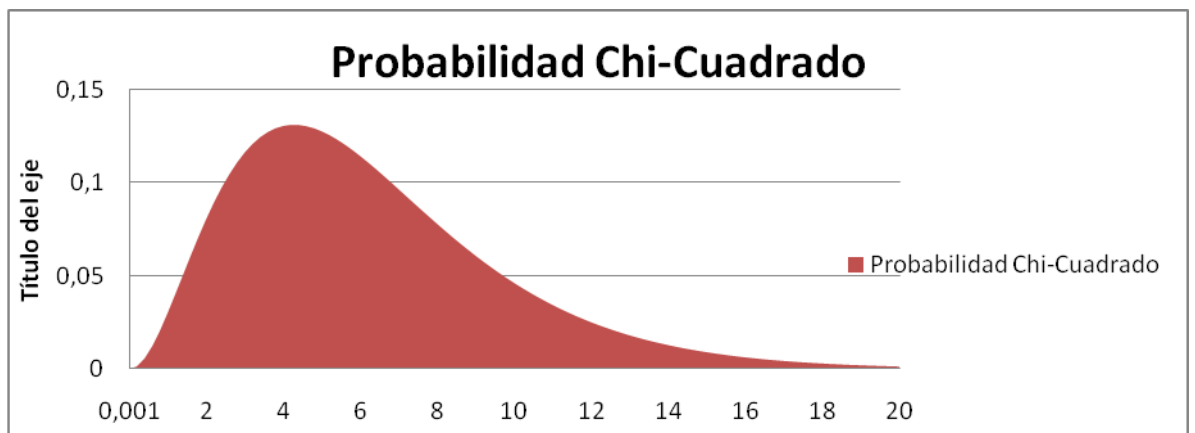
FRECUENCIA ESPERADA

POBLACION	ALTERNATIVAS	
	SI	NO
Satisfacen sus necesidades cuando usted adquiere estas prendas jeans	31,5	23,5
Existe relación entre calidad y el precio de la prenda jean	31,5	23,5

4.2.5 Decisión

El valor de $X^2_t = 3.84 < X^2_c = 6.28$; por lo tanto se acepta la hipótesis alterna, es decir, la implementación de un sistema de control de calidad si incrementa el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa "La Raíz del Jeans" de la ciudad de Pelileo.

Grafico No. 13



CAPITULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- ❖ Del total de los datos de la encuesta se pudo observar y concluir que muchos de los clientes de la empresa llevan utilizando por un tiempo prolongado el producto de la empresa, aunque pocos clientes son nuevos, es importante para la empresa conocer el tiempo que llevan como clientes sobre todo para mejorar su producto en cuestión de calidad, variedad y precios, es decir que la empresa pueda mediante un control en sus procesos de producción alcanzar un reconocimiento y llegar a ser líder en el mercado de prendas de vestir en jean por sobre todo satisfaciendo y cubriendo las necesidades de los clientes actuales y los clientes potenciales, marcándonos de esta manera en la mente de nuestros clientes y además nos promociones con sus familiares y amigos.

- ❖ De acuerdo con los datos de la encuesta se concluye que la frecuencia de uso de una prenda jean de la empresa por parte de nuestros clientes en su mayoría lo hace varias veces a la semana, por lo tanto todavía se obtiene una buena aceptación por parte de nuestros clientes a pesar de la falta de control de calidad en nuestro producto, es por esto que debe implementar un sistema de control de calidad para mantener a toda esta clientela satisfecha con lo adquieren para su pronto regreso, es decir, su próxima compra.

- ❖ De acuerdo con los datos de la encuesta se concluye que la necesidad que cubre en la vida de nuestros clientes nuestras prendas jeans en su mayoría es por moda, entonces una vez más la calidad va de la mano con la moda por lo que no sería prudente descuidar la variedad que debe existir en los productos de la empresa.

- ❖ De acuerdo con los datos de la encuesta se puede concluir que las características que los clientes desean que mejore por parte de la empresa son la variedad y calidad de sus productos, por tal motivo concluyen los clientes que existen falencias en los productos y poca creatividad para realizar variedad en modelos.

- ❖ De acuerdo con los datos de la encuesta se puede concluir que las expectativas de nuestros clientes es y será la calidad y la imagen que esta brinde en su vida diaria comprometiéndose de esta manera a la empresa a mejorar cada día su calidad e imagen de sus productos para seguir compitiendo en un mercado que cada día es mucho más exigente.

- ❖ De acuerdo con los datos proporcionados por la encuesta se puede concluir que las falencias en los acabados de las prendas jeans son muchas y notables, es

decir que no existe un control adecuado en cada uno de los procesos de elaboración del jean conllevando a que los clientes busquen en otros lugares.

- ❖ De acuerdo con los las encuestas se puede concluir que van de la mano la relación entre la calidad y el precio de un jean ya que un cliente por una prenda de calidad está dispuesto a pagar un valor acorde a la calidad que este ofrece y con estas encuestas nos demuestran también que no están conformes con lo que pagaron por un jean cuando este salió con falencias y otro tipo de percances que no demuestran calidad en las prendas que oferta la empresa.

- ❖ De acuerdo con los las encuestas se puede concluir que muchos de los clientes toman muy en cuenta en los acabados, el tipo y calidad de tela de la prenda jean, por tal motivo los clientes si prestan atención a la calidad del producto al momento de comprarlo.

- ❖ De acuerdo con los las encuestas se puede concluir que muchos de los clientes estarían dispuestos a pagar por una prenda de calidad entre 21 y 35 dólares, es por eso que en el momento de ofertar un producto de calidad el cliente sabe reconocer el trabajo realizado por la empresa al adquirirlo, por lo que regresa y recomienda los productos de la empresa.

- ❖ De acuerdo con los las encuestas se puede concluir que los clientes de la empresa pueden mejorar su fidelidad con factores esenciales como son la buena atención, excelente calidad, precios accesibles, es decir que exista una gran diferencia con lo que oferta y como lo oferta la competencia y sobre todo poner

mucho más interés en el cliente y sus necesidades ya que ellos son la existencia de la empresa.

- ❖ De acuerdo con los las encuestas se puede concluir que los clientes desde su punto de vista y por el tipo de prendas que han adquirido se enfatizan más en el control de calidad de las prendas jean y empleando además materias primas y los insumos deben ser de calidad para obtener mucho más rendimiento por parte de la misma prenda.

5.2 RECOMENDACIONES

- ❖ Se recomienda poner mucho énfasis sobre todo en el porcentaje de clientes que no utilizan nuestro producto o lo utilizan muy poco, además se identifiquen que tipo de calidad oferta la empresa lo cual influye en la compra del mismo para nuevos y futuros clientes, ya que la empresa depende de calidad, precio y variedad para poder mantenerse en un mercado tan competitivo como el actual y sobre todo mantener a un cliente que cada vez es más exigente. Es por esto que se debe implementar un sistema de control de calidad aprovechando el grado de aceptación que todavía existe por parte de nuestros clientes antes que este disminuya y así poder incrementar su fidelización.
- ❖ Se recomienda la aplicación e implementación de este manual ya que la calidad es uno de los factores más importantes para lograr un reconocimiento en el mercado, por lo que un producto defectuoso influye directamente en el precio y por ende también influirá en el número de ventas que tendrá la empresa.

- ❖ Se recomienda implementar un sistema de control de calidad para de esta manera poder eliminar errores en los procesos de producción y obtener un producto excelente comprometiendo a la vez su fidelidad al recibir un producto con calidad certificada por parte de la empresa.

- ❖ Se recomienda implementar cada vez más modelos en jeans con un control minucioso en los procesos de producción para que estas prendas no tengan cualquier tipo de fallas y así poder satisfacer la demanda y exigencias de nuestros clientes satisfaciéndolos y comprometiéndoles a volver y recomendarnos por una buena imagen que se lleva de la empresa.

- ❖ Se recomienda cubrir esas falencias de calidad en todo tipo de prendas que confecciona la empresa en las diferentes áreas de producción además de crear nuevos y mejorados modelos potenciando así la necesidad de adquirir los productos de la empresa por ser innovadores y únicos satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes actuales y potenciales.

- ❖ Como una recomendación se puede decir que la empresa debe mejorar calidad en cada proceso para la obtención de un producto competitivo en el mercado implementado un sistema de control de calidad y mejorando sus procesos de producción para la obtención de un producto óptimo y competitivo.

- ❖ Se recomienda realizar un control de calidad en el terminado de las prendas para la verificación de donde se encuentran errores que pueden perjudicar a nuestro producto sea este humano, mecánico o tecnológico y de esta manera poder disminuir este tipo de inconvenientes que pueden desprestigiar a la empresa y

obstruir el camino hacia la obtención de productos de calidad ya que los clientes son lo más importante de la empresa.

- ❖ Se recomienda que se tome en cuenta mucho la calidad que se ofrece al cliente y sus precios, es decir cuidar cada proceso de elaboración del producto y corregir sus falencias y acorde a esto se pueda aplicar su valor de venta para tener un equilibrio entre la calidad y su precio y así satisfacer a la empresa y sobre todo a los clientes actuales y potenciales.

- ❖ Se recomienda que se tome en cuenta mucho este tipo de factores como la calidad, variedad, materiales e insumos para la elaboración de prendas jeans, es decir ser más cuidadosos en utilizar materiales e insumos de primera para la confección de este tipo de prendas jeans y sobre todo controlando sus procesos para obtener un producto de óptima calidad y así lograr mantener a los clientes satisfechos y a la empresa como una de las mejores productoras y comercializadoras de prendas de vestir en jeans. Implementando el sistema de control de calidad para realizar y un trabajo competitivo.

- ❖ Se recomienda que se tome en consideración en capacitar a los empleados en relaciones humanas y hacer conocer el tipo de producto que ellos van vender, es decir que ellos sean conocedores, participes de todos los procesos de elaboración de un jean y así fomentar a los empleados que ellos son parte de la empresa y parte también de lo que oferta la misma y solo así se promocionará la calidad que los clientes buscan con excelentes y accesibles precios.

- ❖ Se recomienda que se tome en consideración en implementar de forma inmediata un sistema de control de calidad acorde a las necesidades de la empresa para

mejorar la calidad de sus productos mejorando primero el control de sus procesos e insumos y así ofertando productos con calidad, y satisfaciendo a propios y potenciales clientes.

CAPITULO VI

6. PROPUESTA

6.1 TEMA

Diseñar un manual de gestión de calidad en la empresa "La Raíz del Jean" de la ciudad de Pelileo.

6.1.1 DATOS INFORMATIVOS

Institución ejecutora: Empresa "La Raíz del Jean"

Beneficiarios: Directivos, clientes internos y externos de "La Raíz del Jean"

Teléfono: 032 871720 - 099659950

Ubicación: Sector Barrio La Libertad, cantón Pelileo, Provincia de Tungurahua

Responsable: Cesar Paredes (Gerente General)

Equipo técnico responsable: Gerente, Jefe de Producción

Costo de la Propuesta: Se obtendrá un 5% de las utilidades para su aplicación.

Financiamiento: Recursos propios de la empresa

Tiempo estimado para la ejecución:

Inicio: Enero 2012

Finalización: Julio 2012

6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

En todo tipo de empresa se debe tomar en cuenta que tipo de calidad se está ofertando a los clientes en lo referente a sus productos, para poder así tener una aceptación y un mejor nivel de satisfacción de los clientes, de tal manera que con un adecuado sistema de gestión de calidad en cada uno de los procesos de producción basado en las normas ISO 9000 y mediante la información y capacitación a los empleados, permitirá a la vez una compra constante de productos por parte de los clientes, además de ofrecer un servicio adecuado lo cual mantendrá satisfechos a nuestros clientes que son la razón de existir de una empresa.

En el mercado de la fabricación de prendas de vestir en jeans existen empresas como Loren Jeans con su marca Far West que han aplicado sistemas de gestión de calidad para mejorar su producción y optimizar sus recursos, Montana Jeans que utiliza sistemas de gestión de calidad para la optimización de recursos así como de insumos y de esta manera mejora sus utilidades, brindando excelentes resultados en sus ventas; y en la satisfacción de los clientes, un buen sistema de gestión de calidad enfoca a la empresa hacia un posicionamiento y oportunidades económicas atractivas para ella, es decir, adaptadas a sus recursos y a su saber hacer, y que ofrecen un potencial de crecimiento y rentabilidad, la gestión del calidad es a corto, y largo plazo, su función es precisar y optimizar los insumos y recursos tecnológicos así como los humanos, la misión de la empresa, definir objetivos, elaborar estrategias de mejoras continuas en los procesos de producción y capacitación a los empleados, para mejorar la cartera de los clientes.

Sabemos que en la empresa "La Raíz del Jean" el nivel de satisfacción por parte de sus clientes no son los deseados y si los clientes no se mantienen satisfechos con la calidad del producto que compran a la empresa sus ventas de igual manera no serán muy satisfactorias para la empresa, por este motivo es necesario establecer un sistema de control de calidad en los procesos de producción, basándonos principalmente en el control y optimización de recursos, para lo cual se debe conservar los pasos y procedimientos con los que cuentan la empresa y los empleados así como una buena atención al cliente, manteniendo proveedores de calidad y que el precio de sus insumos no varíen constantemente, los diseños de sus productos deberán modificarse utilizando los recursos actuales que posee la empresa, de tal manera que el precio final siga siendo razonable para los clientes y el usuario o comprador final pueda con nuestros productos satisfacer su necesidad de vestirse y verse bien.

6.3 JUSTIFICACIÓN

El mercado Ecuatoriano se caracteriza por estar en constante cambio debido a que todas las personas tenemos necesidades y estas son diversas, por lo que es necesario estar en constante innovación y estudio de aspectos que tienen que ver con la calidad del producto, su precio y servicio, que se compra. Mediante este estudio la empresa estará en capacidad de sacar al mercado productos de calidad y de alto valor percibido por los clientes.

Todas las empresas productoras y comercializadoras de jeans priorizan el costo de sus productos, sin destacar calidad del mismo, debido a que los clientes piensan que todo tipo de producto es igual, por lo que es necesario cambiar la mentalidad de los compradores, de tal manera que mejorando la información acerca de la calidad del producto y ofreciéndoles precios de acuerdo a su capacidad de pago y sobre todo satisfaciéndolos en sus necesidades, incrementará su fidelidad a nuestros productos.

Al estar en constante relación con los clientes y luego del estudio realizado en la empresa "La Raíz del Jean", se puede determinar que la empresa tiene problemas en cuanto al no saber aprovechar al máximo sus recursos tecnológicos, humanos e insumos debido a que no cuenta con un apropiado sistema de control de calidad en los procesos de producción de jeans, lo que provoca pérdidas de tiempo lugar y espacio en el desarrollo del producto, ocasionando un estancamiento respecto a su posición en el mercado, lo que permite a la competencia mejorar su situación, razón por la que se justifica esta propuesta ya que se va a exponer soluciones estratégicas para la mejora de la calidad del producto donde se resaltarán sus cualidades mediante la aplicación de un control en cada proceso de elaboración y en su presentación; se dará promociones otorgando opciones de acuerdo a su capacidad de pago, manteniendo el precio competitivo, y con calidad certificada; dichos argumentos serán de fácil implementación y darán solución a los problemas que tiene la empresa en el mercado en cuanto a la calidad del producto para lograr una satisfacción y beneficio social ante la sociedad.

6.4 OBJETIVOS

6.4.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar un Manual de gestión de calidad, mediante la aplicación de las normas ISO 9000 en los procesos de producción, para incrementar el nivel de satisfacción de los clientes en la empresa "La Raíz del Jeans".

6.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un control de la calidad adecuado en la producción, mediante el seis sigma, para incrementar la satisfacción de los clientes de la empresa "La Raíz del Jeans".

- Establecer prevenciones para poder asegurar los materiales, teniendo un buen aprovechamiento de la materia prima, evitando pérdidas y fallas en la producción.
- Aplicar un sistema de gestión de calidad para los procesos de confección, mediante un control de registros para mejorar la calidad del producto de la empresa "La Raíz del Jean".

6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

Política

La propuesta es viable ya que en este momento el Gobierno Ecuatoriano y sus leyes apoyan a la producción nacional, evita el exceso de producto extranjero y promueve la compra de nuestro producto en todo el país.

Socio-Cultural

Las costumbres de compra han ido evolucionando en nuestro país desde la exigencia de adquirir productos a precios cómodos, hasta solicitar calidad y precio que ahora son las variables más solicitadas y demandadas en el mercado.

Tecnología

La empresa tiene una capacidad alta de producción, pero en este momento apenas se utiliza un 60% de su capacidad, de tal manera que es posible incrementar y optimizar la calidad de la producción con la tecnología y recurso humano que posee la empresa.

Organización

La empresa de "La Raíz del Jean" a través de sus miembros está dispuesta a reunir sus esfuerzos y a realizar cualquier cambio que signifique un mejor desempeño en el mercado para el beneficio de la misma y de la sociedad.

Equidad de Género

En la actualidad sabemos que tanto las mujeres como los hombres tenemos los mismos derechos y las mismas oportunidades de salir adelante, por este motivo la empresa de "La Raíz del Jean" necesita del aporte de los dos géneros para llevar a cabo sus actividades laborales para poder alcanzar los objetivos propuestos y alcanzar las metas trazadas.

Ambiental

Es factible la propuesta debido a que la empresa realiza actividades que no influye en la contaminación del medio ambiente, porque actúa de una manera responsable en lo que respecta a la recolección de desperdicios y basura.

Económico

Es viable la propuesta debido a que la industria del jean se vio beneficiada con la salvaguardia impuesta a los productos extranjeros, de tal manera que el mercado necesita cubrir el espacio dejado por los productos importados con producto nacional y sobre todo con calidad de exportación.

Financiero

La empresa "La Raíz del Jean" se encuentra en capacidad de solventar las actividades que están encaminadas a posicionar a la empresa en el mercado mejorando su imagen permitiendo mejorar su situación financiera en el futuro.

Legal

Es factible ya que las leyes que amparan a la producción nacional, han impulsado favorablemente el crecimiento la industria del jean, es por este motivo que la empresa "La Raíz del Jean" realiza sus actividades cumpliendo las disposiciones que tienen que ver con la pequeña empresa.

6.6 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Manual de calidad

El Manual de Calidad de una organización, es un documento donde se especifican la misión y visión de una empresa con respecto a la calidad así como la política de la calidad y los objetivos que apuntan al cumplimiento de dicha política.

El Manual de Calidad expone además la estructura del Sistema de Gestión de la Calidad y es un documento público, si la empresa lo desea, cosa que no ocurre con los manuales de procedimientos o de instrucciones.

Es un documento "Maestro" en cual la Organización (empresa) establece como dar cumplimiento a los puntos que marca la Norma (por ejemplo ISO 9001:2008) y de él se derivan Instructivos de uso de equipos, Procedimientos, Formatos. etc.

El Manual de Calidad entendido como tal, únicamente es de obligada realización en la implantación de la norma ISO 9001, en el cual se recoge la gestión de la empresa, el compromiso de éste hacia la calidad, la gestión de recursos humanos, materiales... Ha de ser un documento público frente a clientes y proveedores, con una extensión preferiblemente no superior a las 20 páginas y se suele redactar al final de la implantación una vez documentados los procedimientos que la norma exige.

Respecto a otras normas como pueden ser las desarrolladas por el ICTE; la norma Q del sector turístico, no exige la realización de un Manual de Calidad, aunque sí ayuda a la implantación de la misma. Lo mismo sucede con el EFQM que es el modelo de excelencia europeo, que actualmente se está implantando con bastante éxito en España. Es un modelo que tampoco exige el desarrollo de un Manual de Calidad entendido como tal.

Es el documento básico del Sistema de Gestión de la Calidad. Su objetivo es el de establecer y definir todas las actuaciones que se integran en el Sistema de Gestión de la Calidad. Asimismo, define qué actividades se deben realizar para lograr una adecuada gestión de la calidad y las personas o unidades organizativas a los cuales implica dichas actividades

El Manual de la Calidad es un documento donde se menciona con claridad lo que hace la organización para alcanzar la calidad mediante la adopción del correspondiente sistema de Gestión de la Calidad.

http://es.wikipedia.org/wiki/Manual_de_calidad

Política de Calidad

En la Política de Calidad, definida por Dirección General, se plasman las directrices y objetivos generales en relación al Sistema de Gestión de la Calidad.

Valores de calidad

Conjunto de principios administrativos que sirven de guía para corregir o modificar en forma parcial o total la capacidad de cumplir con los requisitos de la calidad.

Argumento de la calidad

Parte de la gestión de la calidad orientada a proporcionar confianza en que se cumplirán los requisitos de la calidad.

Conformidad

Cumplimiento de un requisito.

Diseño y desarrollo

Conjunto de procesos que transforma los requisitos en características especificadas o en la especificación de un producto, proceso o sistema.

Eficiencia

Relación entre resultado alcanzado y los utilizados.

Gestión de calidad

Actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la calidad.

Planificación de la calidad

Parte de la gestión de la calidad enfocada al establecimiento de los objetivos de calidad y a la especificación de los procesos operativos necesarios y de los recursos relacionados para cumplir los objetivos de la calidad.

Proceso

Conjunto de actividades mutuamente relacionados o que interactúan para transformar elementos de entrada en resultados.

Sistema

Conjunto de elementos mutuamente relacionados o que interactúan.

Inspección

Evaluación de la conformidad por medio de observación y dictamen, acompañado cuando sea adoptado por medición, ensayo/prueba o comparación con patrones.

Estructura de la organización

Disposición de responsabilidades, autoridades y relaciones entre el personal.

Calidad Total

Calidad Total (abreviada TQM, del inglés Total Quality Management) es una estrategia de gestión orientada a crear conciencia de calidad en todos los procesos organizacionales. La TQM ha sido ampliamente utilizada en manufactura, educación, gobierno e industrias de servicio. Se le denomina «total» porque en ella queda concernida la organización de la empresa globalmente considerada y las personas que trabajan en ella.

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.

Fuente:(http://es.wikipedia.org/wiki/Gesti%C3%B3n_de_calidad_total#Concepto_de_percepci.C3.B3n_de_la_calidad)

Control de la calidad total

El Control de la Calidad se posiciona como una estrategia para asegurar el mejoramiento continuo de la calidad. Es un programa para asegurar la continua satisfacción de los clientes externos e internos mediante el desarrollo permanente de la calidad del producto y sus servicios.

Es un concepto que involucra la orientación de la organización a la calidad manifestada en sus productos, servicios, desarrollo de su personal y contribución al bienestar general.

El mejoramiento continuo es una herramienta que en la actualidad es fundamental para todas las empresas porque les permite renovar los procesos administrativos que ellos realizan, lo cual hace que las empresas estén en constante actualización; además, permite que las organizaciones sean más eficientes y competitivas, fortalezas que le ayudarán a permanecer en el mercado.

http://es.wikipedia.org/wiki/Gesti%C3%B3n_de_calidad_total#Concepto_de_percepci%C3%B3n_de_la_calidad

Sistema de la calidad

Es el conjunto de normas interrelacionadas de una organización por los cuales se administra de forma ordenada la calidad de la misma, en la búsqueda de la mejora continua. Entre dichos elementos, los principales son:

1. Estructura de la organización: responde al organigrama de los sistemas de la empresa donde se jerarquizan los niveles directivos y de gestión. En ocasiones este organigrama de sistemas no corresponde al organigrama tradicional de una empresa.
2. Estructura de responsabilidades: implica a personas y departamentos. La forma más sencilla de explicitar las responsabilidades en calidad, es mediante un cuadro de doble entrada, donde mediante un eje se sitúan los diferentes departamentos y en el otro, las diversas funciones de la calidad.
3. Procedimientos: responden al plan permanente de pautas detalladas para controlar las acciones de la organización.

4. Procesos: responden a la sucesión completa de operaciones dirigidos a la consecución de un objetivo específico.
5. Recursos: no solamente económicos, sino humanos, técnicos y de otro tipo, deben estar definidos de forma estable y circunstancial.

http://es.wikipedia.org/wiki/Sistema_de_gesti%C3%B3n_de_la_calidad

Técnicas de control

Son las herramientas de las que se auxilia el administrador par llevar a cabo el proceso de control.

Técnica: Conjunto de procedimientos propios de un arte, ciencia u oficio. Habilidad con que se utilizan esos procedimientos. Método habilidad, táctica, tomando en cuenta la definición de la palabra técnica, se puede definir a las técnicas del control como todos los procedimientos o métodos usados un una organización para controlar o supervisar un proceso automatizado o actividad humana. Existen diferentes técnicas de planeación-control que usa un ejecutivo.

Cliente

Dentro de lo que es el ciclo comercial, un mismo individuo suele estar considerado bajo diferentes categorías, que van desde pertenecer al público objetivo de la empresa pasando luego ha ser cliente potencial, luego comprador eventual y hasta llegar a ser clientes eventuales o usuarios. Los entes clasificados como público objetivo, no se interesan de forma particular por el producto. El cliente potencial, si se interesa pero todavía no ha decidido, el cliente habitual o usuario incorpora a su vida las consecuencias de la compra. Cultural de ediciones. (1999, p. 252).

¿Qué es el ISO 9000?

En el año de 1987, la Organización Internacional para la Estandarización (ISO por sus siglas en inglés) con base en Génova publicó la serie de estándares internacionales ISO 9000 para que sirvieran como base para el sistema de administración de la calidad. Es descendiente del estándar Británico BS-5750. Desde la publicación original, los estándares han sido revisados en los años 1994 y 2000.

El certificado ISO 9000 es otorgado por organizaciones acreditadas llamadas certificadoras, que revisan el manual de calidad y los procedimientos de la compañía para asegurar que cumplen con los requisitos del estándar aplicable, y auditan los procesos para asegurar que se implementen los sistemas documentados de forma efectiva. Una vez que se otorga la certificación, el certificador lleva a cabo auditorías de supervisión una a dos veces por año para asegurar que el sistema continúa siendo implementado y cumple con los requisitos del estándar aplicable.

ISO 9000, que junta una propuesta de administración de calidad total con una metodología de documentación para crear un sistema de auditoría interno, es también el primer intento de crear un estándar internacional de aseguramiento de calidad que cubra todas las industrias y el sector de servicio.

El así llamado estándar ISO 9000 está actualmente comprendido por una serie de estándares.

Los estándares publicados el 15 de diciembre del 2000 son:

ISO 9000:2005 Sistemas de Administración de la Calidad – Fundamentos y Vocabulario

ISO 9001:2008 Sistemas de Administración de la Calidad – Requisitos

ISO 9004:2009 Sistemas de Administración de la Calidad – Guía para la Mejora del Desempeño.

ISO 9000:2005 describe conceptos y propuestas esenciales para la familia ISO 9000:2000 y brinda definiciones para el vocabulario. ISO 9000 no es una especificación, sin embargo, se nombra en ISO 9001 como una referencia normativa y así puede ser usada por los auditores para apoyar su interpretación de los requisitos del ISO 9001, en particular con referencia al vocabulario.

ISO 9001:2008 son los requisitos actuales para el sistema de administración de la calidad. Sus requisitos definen el criterio para el sistema de calidad. El papel de este estándar en las series no ha cambiado, pero su contenido y organización son revisadas completamente.

ISO 9004:2009 describe un sistema de calidad que va más allá de los requisitos básicos especificados en el ISO 9001. Está previsto como una guía para organizaciones que quieren expandir y mejorar aún más el sistema de calidad después de implementar el ISO 9001 (ejem. en las fases después de la certificación). ISO 9004 no es un requerimiento y no debe ser usado por auditores de terceros para auditorías de registro.

¿Porqué los estándares son tan importantes?

Muchas compañías requieren que sus proveedores estén certificados bajo el estándar ISO 9000 y debido a esto, las compañías certificadas encuentran que sus oportunidades de mercado se han incrementado. Además, la conformidad de la compañía con el estándar ISO 9000 asegura que tiene un sistema de aseguramiento de calidad sólido.

Las compañías certificadas han tenido reducciones dramáticas en las quejas de cliente, reducciones significativas en costos de operación y un incremento en la demanda de sus productos y servicios.

¿Qué es un sistema de calidad conforme a ISO 9001?

Un sistema de calidad conforme a ISO 9001 satisface los requisitos del estándar ISO 9001 pero no ha sido formalmente evaluado y certificado por un certificador de terceros. Esto significa que puedes disfrutar de los beneficios de un sistema de calidad conforme a ISO 9001 sin pasar por los gastos normalmente asociados con la certificación. Estarás en posición de certificar cuando así lo requieras.

Beneficios de la Conformidad a ISO 9001

Los siguientes son algunos de los muchos beneficios que las compañías reportan que han ganado al implementar los sistemas de calidad ISO 9000:

- Mejor control de sus operaciones
- Mejoramiento en la calidad de servicio a sus clientes con aseguramiento
- Un sistema de calidad extenso y formal
- Incremento en la retroalimentación del empleado en el proceso de toma de decisiones
- Mejora en la habilidad de dar seguimiento a los procedimientos
- Incremento en la habilidad para determinar la causa raíz de los errores
- Una excelente herramienta de mercadotecnia

Control

Establece las herramientas de control que se van a aplicar para hacer un seguimiento del progreso del plan, y permite a la dirección de la empresa identificar los resultados de su aplicación y determinar qué productos no están alcanzando los objetivos. Phillip Kotler; Gary Amstrong (pg. 60-65)

Producto

Se refiere a la combinación de bienes y servicios que ofrece una empresa a su mercado objetivo. En el producto se toma en cuenta aspectos como la variedad, calidad, diseño, características, nombre de la marca, embalaje.

Posicionamiento por calidad o precio

El producto se posiciona como el que ofrece el mejor valor, es decir la mayor cantidad de beneficios a un precio razonable.

6.7 METODOLOGÍA MODELO OPERATIVO

6.7.1 FILOSOFÍA

6.7.1.1 MISIÓN

Brindarles a nuestros clientes una atención integral que a través de calidad, precios y servicios eficientes demostrados en el trabajo que se garantiza por su alto nivel de tecnología y de nuestro recurso humano calificado y mediante la utilización óptima de nuestros recursos nos permite entregar un producto que satisface las expectativas de nuestros clientes.

6.7.1.2 VISIÓN

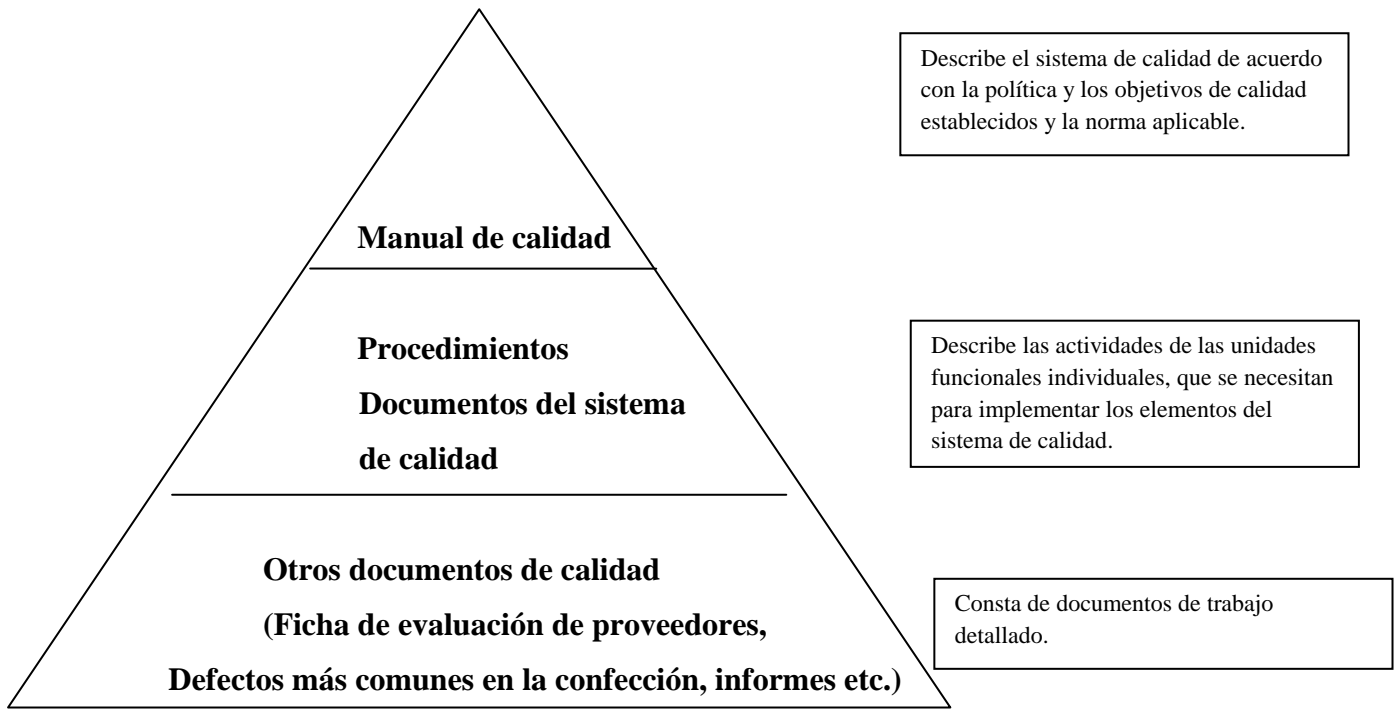
Alcanzar un alto nivel dentro del mercado local y nacional en un mediano plazo, mediante recursos técnicos que nos permitan transformar a la industria del jeans confeccionados con materia prima de calidad y constante mejoramiento continuo dando ideas nuevas que retroalimenten la información de moda existente en el mercado.

6.7.1.3 VALORES EMPRESARIALES

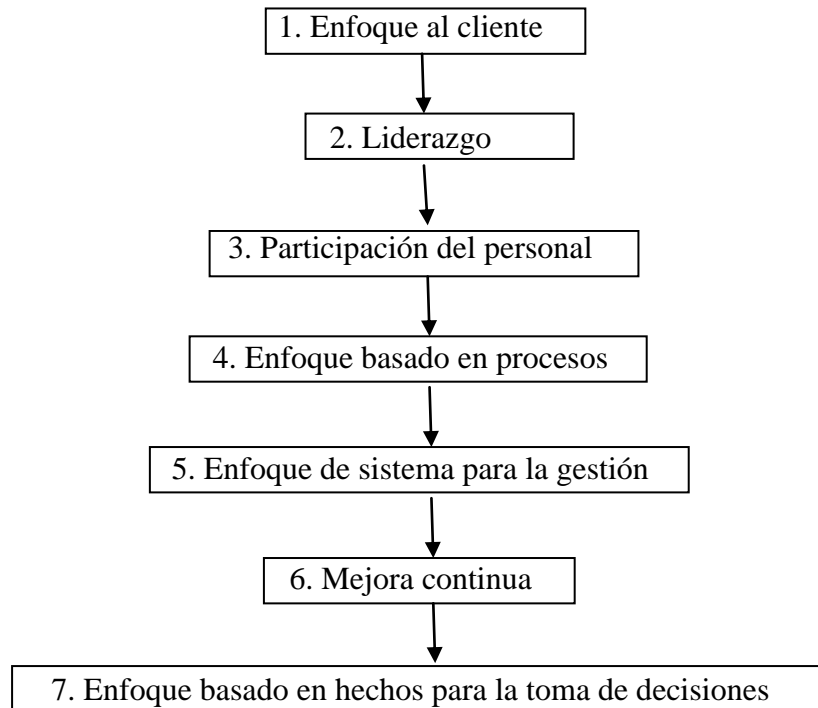
- **Puntualidad:** La puntualidad en el puesto de trabajo es una obligación de todos los miembros de la empresa.
- **Honestidad:** Comportarse y expresarse con sinceridad con los demás y con uno mismo, decir la verdad es importante para todos.
- **Compañerismo:** El compañerismo se logra cuando hay amistad y trabajo en equipo, así se generará entusiasmo para que el resultado sea satisfactorio en las tareas encomendadas.
- **Competitividad:** Ofrecemos servicios y productos de calidad, a precios competitivos.
- **Responsabilidad:** Debemos ser responsables con el producto que ofrecemos, además de cumplir con nuestras obligaciones.
- **Fidelidad:** Se debe ser fiel a la empresa, a los compañeros y a los clientes, porque de ellos depende el funcionamiento de la empresa.

Grafico No. 14

BREVE RESUMEN DEL MANUAL DE GESTION DE CALIDAD



MANUAL DE CALIDAD ISO 9001
PRINCIPIOS ISO 9001:2008



1. GENERALIDADES

1.1 INTRODUCCIÓN

La Empresa "La Raíz del Jean" reconoce su responsabilidad como fabricante de productos de calidad. Para este fin, la Empresa "La Raíz del Jean" ha desarrollado un sistema de gestión de la calidad documentado. El sistema de calidad cumple con el estándar internacional ISO 9001:2008, Sistemas y Requisitos para la gestión de la Calidad. El sistema de calidad también cumple con los siguientes estándares: estándares específicos de la industria.

El propósito de este manual es brindar evidencia integral a todos los clientes, proveedores y empleados sobre los controles específicos están implementados para asegurar la calidad del producto. Este manual también rige la creación de documentos relacionados con la calidad. Será revisado, según sea necesario, para que refleje el sistema de calidad actualmente en uso. Se expide basándose en copias controladas para todas las funciones internas que son afectadas por el sistema de calidad y en copias no controladas para clientes y proveedores. Puede expedirse sobre copias controladas a solicitud del cliente.

Este manual se divide en ocho secciones principales. Las secciones de la 4 a la 8 están modeladas en la organización seccional del estándar ISO 9001:2008. Las secciones están subdivididas en varias subsecciones que representan los elementos o actividades principales del sistema de calidad.

1.2 EXCLUSIONES

El Sistema de Calidad de la Empresa "La Raíz del Jean" satisface todos los requisitos de ISO 9001:2008; por lo tanto, no se declara ninguna exclusión.

1.3 DECLARACIÓN DE LA POLÍTICA DE CALIDAD

La Empresa "La Raíz del Jean" acepta la responsabilidad para la completa satisfacción de sus clientes. Ejercemos esta responsabilidad a través del entrenamiento adecuado de nuestros empleados, adherencia a los procedimientos probados, compromiso total para cumplir y exceder los requisitos del cliente y manteniendo una cultura de la empresa que fomenta la mejora continua. Nuestro objetivo es proporcionar productos sin defectos a tiempo, siempre.

2. HISTORIA DE LA EMPRESA

La Empresa "La Raíz del Jean" confecciona prenda de vestir en denim o más conocidos como jeans, esta empresa inicia sus actividades en el año 1912 siendo uno de los primeros en esta actividad en la ciudad de Pelileo, la empresa inicia sus actividades con sus actuales dueños como los que confeccionaban este tipos de prendas de vestir y con tres maquinas básicas que fueron dos maquinas rectas y una doble aguja, con el pasar del tiempo fueron incrementando la empleados y adquiriendo maquinaria acorde a las necesidades que tenían lo que con el pasar de los años se fue convirtiendo en la empresa que es hoy en día.

3. INFORMACIÓN DE CONTACTO DE LA EMPRESA

La Empresa "La Raíz del Jean" se localiza en: El Barrio La Libertad en la ciudad de Pelileo

Teléfono: 03871720

Celular: 099659950

4. SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

4.1 REQUISITOS GENERALES

La Empresa "La Raíz del Jean" ha desarrollado, documentado, implementado y dado mantenimiento a su sistema de calidad de acuerdo con los requisitos de ISO 9001:2008, sistema para la gestión de la calidad - Requisitos. El sistema de calidad de la Empresa "La Raíz del Jean" se basa sobre un "enfoque programado" para la gestión de la calidad y:

- a) determina el proceso necesario para el sistema de calidad y su aplicación en toda la empresa;
- b) determina la secuencia e interacción de dichos procesos;

- c) determina los criterios y métodos necesarios para asegurar la operación efectiva y el control de estos procesos;
- d) asegura la disponibilidad de recursos e información necesaria para apoyar la operación y rastrear estos procesos;
- e) rastrea, mide y analiza estos procesos e implementa las acciones necesarias para alcanzar los resultados planeados y la mejora continua.
- f) implementa las acciones necesarias para lograr los resultados planeados y una mejora continua de los procesos.

La empresa "La Raíz del Jean" mantiene y mejora de manera continua estos procesos de acuerdo con los requisitos de ISO 9001:2008, sistemas para el gestión de la calidad – Requisitos.

Cuando la Empresa "La Raíz del Jean" elige subcontratar procesos que afectan la conformidad del producto con los requerimientos, ésta asegura el control sobre dichos procesos. El tipo y el grado de control que se aplica a estos procesos se definen dentro de nuestro sistema de administración de calidad. El asegurar el control sobre los procesos subcontratados no libera a la Empresa "La Raíz del Jean" de la responsabilidad de cumplir con el cliente y con los requerimientos reglamentarios y normativos correspondientes.

4.2 REQUISITOS DE LA DOCUMENTACIÓN

4.2.1 Generalidades

La documentación del sistema de calidad de la Empresa "La Raíz del Jean" está conformada de:

- a) escritos documentados de políticas y objetivos de calidad;

- b) este manual de calidad, el cual incluye todos los procedimientos requeridos por el estándar ISO 9001;
- c) los procedimientos documentados necesarios para los estándares y regulaciones aplicables;
- d) los documentos, incluyendo registros, necesarios para asegurar la operación efectiva y la gestión de los procesos (ejem. donde sea aplicable, mapas de proceso, planes de calidad, instrucciones de trabajo, muestras, dibujos y facturas de materiales);
- e) registros solicitados por la Empresa "La Raíz del Jean", la norma ISO 9001 y otras normas y reglamentos aplicables.

El alcance de la documentación de la Empresa "La Raíz del Jean" depende de:

- a) las necesidades organizacionales;
- b) la complejidad e interacción de los procesos;
- c) la competencia del personal que desempeña las tareas.

Los documentos se mantienen en varios medios de información tales como papel, archivos electrónicos, etc.

4.2.2 Manual de Calidad

El Manual de Calidad es el documento principal que define el sistema de calidad en la Empresa "La Raíz del Jean". Este incluye:

- a) el alcance del sistema de calidad, incluyendo detalles, justificación,
- b) los procedimientos documentados;
- c) las referencias a procedimientos documentados y documentos externos no incluidos en el manual de calidad;
- d) una descripción de la secuencia e interacción de los procesos incluidos en el sistema de calidad.

4.2.3 Control de Documentos

La Empresa "La Raíz del Jean" identifica y controla los documentos requeridos por el sistema de calidad de acuerdo al Procedimiento de control de documentos. Este asegura que los documentos:

- a) se revisen y aprueben en cuanto a su adecuación antes de su publicación;
- b) se actualicen, revisen, se vuelvan a aprobar y se vuelvan a emitir, según sea necesario;
- c) se identifiquen con su estado de revisión actual;
- d) estén disponibles en el punto de uso;
- e) permanezcan legibles, de fácil identificación y recuperables;
- f) de origen externo estén identificados y que se gestione su distribución;
- g) que están obsoletos no se usen de forma no planeada y que se identifiquen fácilmente en caso que se retengan para cualquier propósito.

Los documentos definidos como registros de calidad se manejan según el Procedimiento de control de registros de calidad.

4.2.4 Control de los Registros de Calidad

La "La Raíz del Jean" ha establecido un procedimiento para conservar los registros necesarios de acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma ISO 9001:2008, y asegurarse de que se encuentren legibles, fácilmente identificables y recuperables. El procedimiento documentado para el Control de Registros establece que en la sección 8 de cada procedimiento, se definen los controles necesarios para identificar, almacenar, recuperar, retener y disponer de los registros de calidad.

5. RESPONSABILIDAD DE LA DIRECCIÓN

5.1 COMPROMISO DE LA DIRECCIÓN

La dirección de "La Raíz del Jean", es la principal responsable en el desarrollo e implementación de nuestro Sistema de Gestión de Calidad (SGC) y de que éste mejore continuamente. Para asegurar esto, la dirección comunica a todos los empleados, mediante unos canales establecidos, la necesidad de satisfacer, determinar y cumplir las necesidades del cliente.

La dirección desarrolla una política y unos objetivos reales, medibles y coherentes con la realidad de la empresa y las necesidades del cliente.

5.2 ENFOQUE AL CLIENTE

El cliente es nuestra razón de ser. Por ello, la alta dirección se asegura en todo momento de que sus requisitos quedan claramente determinados y se cumplen, con el firme propósito de aumentar su satisfacción. La empresa ha diseñado el sistema de gestión de calidad teniendo en cuenta los requisitos del cliente, la comunicación con el mismo y la medida de la satisfacción del cliente. Además, se considera un proceso fundamental, la retroalimentación informativa desde clientes, según se establece en los apartados 7.2.3. y 8.2.1. de este Manual.

5.3 POLÍTICA DE CALIDAD

La alta dirección establece y revisa la Política de la Calidad. Dicha Política figura como primer documento de este Manual, si bien, puede ser utilizada independientemente del mismo en labores de divulgación, formación, información, concienciación, etc.

La Política establecida, es adecuada a los propósitos de la empresa con respecto a la calidad, incluyendo los compromisos expresos de cumplimiento de los requisitos del cliente y aquellos no determinados pero necesarios para brindar un producto adecuado, así como el compromiso de mejora continua de la empresa y al aumento de la satisfacción del cliente.

La Política es difundida a todos los niveles de la organización, y se garantiza que es entendida y asumida por todo el personal. Constituye el marco para el establecimiento y desarrollo de los objetivos de la calidad de la empresa. La Política es revisada periódicamente para su adecuación continua a las circunstancias cambiantes, durante la Revisión del Sistema por la Dirección, según se establece en el apartado 5.6. de este Manual.

La Política de Calidad está expresada por la dirección y archivada en los documentos del sistema para asegurar que es adecuada a la organización, las expectativas y necesidades de los clientes, incluye el compromiso de mejora continua, es la base para establecer los objetivos de calidad, es entendida y comunicada a toda la organización y se revisa periódicamente coincidiendo con la revisión del sistema por la dirección.

5.4 PLANIFICACIÓN

5.4.1 Objetivos de la Calidad

La dirección de la Empresa "La Raíz del Jean" establece anualmente iniciativas principales que incluyen objetivos de calidad. Los objetivos se establecen por medio del Procedimiento de revisión de la dirección y se comunica a todos los niveles de la organización para usarse en establecer cada objetivo principal anual de cada función y empleado. Los objetivos de calidad son medibles, incluyen indicadores de desempeño

del negocio que reflejan los requisitos de los productos y son consistentes con la política de calidad, incluyendo el compromiso de mejora continua. El resultado final de la planificación se plasma en un Programa de Calidad, documento que es aprobado en su totalidad por la dirección, y difundido a las funciones implicadas en su ejecución. En el Programa de Calidad se reflejan todos los objetivos planteados para el año en curso, indicando las metas en las que se desglosa cada objetivo, así como las personas responsables, las fechas de ejecución, los recursos necesarios, etc.

5.4.2 Planificación del Sistema de Gestión de la Calidad

La dirección de la Empresa "La Raíz del Jean" asegura que el sistema de gestión de la calidad se ejecuta con el propósito de cumplir con los requisitos proporcionados en la Sección 5.4.1, así como los objetivos de calidad. La Planificación de la Calidad incluye:

- a) los procesos del sistema de calidad, incluyendo las exclusiones permisibles;
- b) los recursos necesarios;
- c) mejora continua del sistema de calidad.

5.5 RESPONSABILIDAD, AUTORIDAD Y COMUNICACIÓN

5.5.1 Responsabilidad y Autoridad

Todas las responsabilidades, autoridades y funciones del Sistema de Gestión están definidas y descritas a través de un Organigrama, que se complementa con un Documento de Responsabilidades, en el cual se especifican las responsabilidades y tareas a realizar por cada puesto de trabajo. Dicho documento es elaborado por el Director de Calidad con la colaboración del resto del personal, y será aprobado por la alta dirección. Dichas responsabilidades, autoridades y funciones son difundidas bien mediante la colocación del Organigrama y Documento de Responsabilidades en el

tablón de anuncios o bien mediante la entrega personalizada de estos documentos al personal.

5.5.2 Representante de la Dirección

La Dirección designa a un miembro de la misma como Responsable del Sistema de Gestión de la Calidad, lo cual se formaliza a través de un Documento de Nombramiento del Director de Calidad. Este Responsable tiene responsabilidad y autoridad suficiente para asegurar que se implantan y mantienen los procesos requeridos por el Sistema de Gestión de la Calidad, informando a la Dirección sobre el desempeño del mismo así como de las necesidades de mejora. Asimismo es el principal responsable de la concienciación del cumplimiento de todos los requisitos del Sistema a todos los niveles. A este representante se le denominará en lo sucesivo como Director de Calidad.

5.5.3 Comunicación Interna

La Dirección de "La Raíz del Jean" establece los canales apropiados de comunicación dentro de la organización tomando en cuenta los resultados de la efectividad del Sistema de Gestión de la Calidad.

La Dirección define e implementa un proceso eficiente para la comunicación de:

- La política de calidad y su distribución.
- Los requisitos de la calidad, definidos en el manual y documentación de calidad.
- Los objetivos y logros de la calidad, mediante su implementación y medida.

Mediante la comunicación se pretende mejorar el desempeño de la empresa y compromete a las personas en el logro de los objetivos de la calidad.

Pueden ser actividades de comunicación internas las siguientes:

- Comunicación de la dirección en las áreas de trabajo, mediante reuniones

informales.

- Tableros informativos donde se expondrán informaciones relativas a la calidad entre otras.
- Medios audiovisuales o electrónicos: e-mail, sitios web, intranet (Aplicación de los Sistemas de Gestión), etc.

5.6 REVISIÓN DE LA DIRECCIÓN

5.6.1 Generalidades

La alta dirección revisa el Sistema en su totalidad al menos una vez al año. En dicha revisión, estará presente el Director Gerente, el Director de Calidad, y los Jefes o Responsables de cada departamento. Además, si el Director Gerente lo considera oportuno, se convocará a otros trabajadores de la empresa, e incluso, personal externo. Por otro lado, se podrán realizar reuniones de seguimiento con mayor frecuencia, para tratar aspectos puntuales del Sistema, como son: objetivos de calidad y revisiones de no conformidades y acciones correctivas del sistema.

5.6.2 Información de la Revisión

La información y documentación necesaria para realizar la revisión del Sistema es la siguiente:

- Resultados de Auditorías.
- Retroalimentación del Cliente, es decir: sugerencias, quejas y reclamaciones y resultados de encuestas de satisfacción.
- Desempeño de los procesos y conformidad del servicio, lo cual se analiza a través de indicadores.
- Estado de acciones correctivas y preventivas.
- Acciones de seguimiento de Revisiones por la Dirección previas.
- Cambios que podrían afectar al Sistema de Gestión de Calidad.

- Recomendaciones para la mejora.

5.6.3 Resultado de la Revisión

Los resultados de la revisión por la dirección se recogerán en un Acta de Revisión, en la cual se deben incluir todas las decisiones y acciones relacionadas con:

- La mejora de la eficacia del Sistema de Gestión de Calidad.
- La mejora del producto ofertado, en relación con los requisitos del cliente.
- Las necesidades de recursos.

6. GESTIÓN DE RECURSOS

6.1 PROVISIÓN DE RECURSOS

Se han identificado los recursos necesarios para la implantación del Sistema, tales como la designación del Responsable del Sistema, formación y concienciación al personal, infraestructura y ambiente de trabajo. Con estos recursos y con el propio Sistema se garantiza el aumento de la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento íntegro de sus requisitos, los reglamentarios y aquellos no especificados pero necesarios para un adecuado producto de calidad.

6.2 RECURSOS HUMANOS

6.2.1 Generalidades

Todo nuestro personal es competente para la realización de sus trabajos. Tal competencia se ha adquirido a través de la propia experiencia y habilidades adquiridas, y en base a una formación continuada (interna o externa).

6.2.2 Competencia, Toma de Conciencia y Formación

Se ha de establecer la competencia necesaria para cada puesto de trabajo que pueda influir en la calidad del producto que se oferta, tales requisitos van a figurar en una Tabla de Perfiles de Puestos, en el que se indica: la formación, educación, experiencia y habilidades de cada puesto de trabajo.

En base a tales requisitos de competencia, se proporciona formación interna o externa para satisfacer las necesidades de formación que se detectan a lo largo del año, para lo cual se establece un Plan de Formación anual. Tras proporcionar dicha formación, se realizan evaluaciones de su eficacia de diversa forma en función de la formación adquirida (supervisión de trabajos o entrevistas) quedando registro en una Ficha de Evaluación de la Formación.

Por otro lado, se informa al personal a través de reuniones y cartelería de la importancia y pertinencia de sus actividades y de cómo contribuyen al logro de los objetivos de calidad.

Se generan y mantienen controlados los registros pertinentes de formación, habilidades y experiencia a través de una Ficha de Formación, a modo de currículum vitae, existiendo copia de todos los certificados y diplomas de aprovechamiento/asistencia.

6.3 INFRAESTRUCTURA

“La Raíz del Jean” mantiene la infraestructura necesaria para lograr la conformidad con los requisitos del producto esto incluye:

- Espacio de trabajo.

- Equipos y maquinaria de trabajo.
- Equipos de software.
- Servicios de apoyo, tales como transporte y comunicaciones.

6.4 AMBIENTE DE TRABAJO

“La Raíz del Jean” determina y gestiona el ambiente de trabajo necesario para lograr la conformidad con los requisitos del producto.

La dirección de “La Raíz del Jean” establece los medios necesarios para que el ambiente de trabajo tenga una influencia positiva en la motivación, satisfacción y desempeño del personal. Teniendo en cuenta:

- La seguridad, incluyendo equipos de protección individual y colectiva.
- Las condiciones ambientales del lugar de trabajo.
- La higiene, limpieza, ruido, vibraciones y contaminación ambiental.
- Uso del vestuario propio de la empresa durante la ejecución de los trabajos.
- La iluminación, ventilación necesaria.
- Los equipos y materiales necesarios.

7. REALIZACIÓN DEL PRODUCTO

7.1 PLANIFICACIÓN DE LA REALIZACIÓN DEL PRODUCTO

La Empresa “La Raíz del Jean” ha establecido y mantiene un Procedimiento de planeación de la realización del producto para asegurar que los procesos y subprocesos se lleven a cabo bajo condiciones controladas. La planeación de los procesos de realización es consistente con los otros requisitos del sistema de calidad de la organización.

Los planes para la realización del producto determinan lo siguiente:

- a) los objetivos de calidad para el producto, proyecto o contrato;
- b) la necesidad de establecer procesos y documentación, y proporcionar recursos, infraestructura y el ambiente laboral necesario para producir productos conformes;
- c) las actividades de verificación y validación y el criterio para la determinación del producto aceptable;
- d) los registros que son necesarios para proporcionar evidencia sobre que los procesos y el producto resultante están conformes a los requisitos especificados.

7.2 PROCESOS RELACIONADOS CON EL CLIENTE

7.2.1 Determinación de los Requisitos Relacionados con el Producto

“La Raíz del Jean” establece procesos aceptados por sus clientes para tener una buena comunicación el cual dicho proceso asegura la comprensión de las necesidades y expectativas de los clientes.

- Los requisitos especificados por el cliente, color, modelo, tipo de tela, incluido las fechas de entrega y posteriores a la misma.
- Los requisitos no especificados pero necesarios para la adecuada prestación del producto.
- Los requisitos reglamentarios relacionados con el producto.
- Los requisitos adicionales determinados por la empresa “La Raíz del Jean”.

7.2.2 Revisión de los Requisitos Relacionados con el Producto

“La Raíz del Jean” tiene establecido un sistema documentado para asegurar que los contratos se revisan adecuadamente antes de iniciar la producción de las prendas jeans.

El objetivo de esta revisión es garantizar que:

- Los requisitos exigidos en el contrato estén definidos de forma clara.
- Que las especificaciones dadas por el cliente estén perfectamente definidas.
- Las posibles modificaciones tanto de nuestra parte como por el cliente.

- Un posible nuevo contrato anulando el anterior.

7.2.3 Comunicación con el Cliente

Se establecen canales de comunicación con todos nuestros clientes a través de: teléfono, fax, correo electrónico, página web y comunicación directa. Esta comunicación garantiza que se conocen en todo momento los requisitos del cliente, cualquier modificación o queja que tenga que hacernos. Se garantiza que se comunica eficaz y rápidamente al cliente cualquier aspecto que deba conocer. Son interlocutores válidos en las comunicaciones con el cliente, fundamentalmente Gerencia, y Jefe de producción. Se garantiza que se comunica eficaz y rápidamente al cliente cualquier aspecto que deba conocer.

7.3 DISEÑO Y DESARROLLO

7.3.1 Planeación del Diseño y Desarrollo

“La Raíz del Jean” planifica y controla el desarrollo de elaboración de las prendas de vestir en jean y su planificación se determina en:

- Las etapas de cada uno de los procesos de producción.
- Controlar, revisar y verificar posibles fallas en el producto.

7.3.2 Elementos de Entrada para el Diseño y Desarrollo

Se determinan elementos como:

- Información proveniente de diseños o modelos similares si es el caso.
- Determinar características hechas por el cliente en lo referente al producto.
- Verificación de toda la maquinaria necesaria para la obtención de un producto de calidad.

7.3.3 Resultados del Diseño y Desarrollo

El jefe de producción proporciona resultados de cómo está saliendo las prendas jeans, verificando si cumple con las especificaciones del cliente y sobre todo controlando fallas y pérdidas de tiempo en cada uno de los procesos de producción que son esenciales para un producto de excelencia.

7.3.4 Revisión del Diseño y Desarrollo

De acuerdo a lo planificado se realizan las revisiones necesarias para observar cualquier problema y así tomar las correcciones necesarias en las que dichas revisiones se mantienen registrados.

7.3.5 Verificación del Diseño y Desarrollo

La Raíz del jean realiza las verificaciones de acuerdo a lo planificado para asegurarse que cumple con los requisitos solicitados por el cliente.

7.3.6 Validación del Diseño y Desarrollo

La Raíz del jean realiza las validaciones de acuerdo a lo planificado para asegurarse que cumple con los requisitos solicitados por el cliente.

7.3.7 Control de los Cambios del Diseño y Desarrollo

Si existen cambios en alguna etapa del proceso de producción se revisaran, verificaran y se tomaran las correcciones que ameriten antes de continuar con el proceso. Se dejaran registros o de revisiones de los cambios o de cualquier acción que se tome.

7.4 COMPRAS

7.4.1 Proceso de Compras

Todas las compras de los materiales e insumos para la confección de las prendas jeans tienen un impacto significativo sobre la calidad de nuestro producto, todas estas compras se realizan de forma controlada. Estas condiciones controladas incluyen la definición exacta de todos los materiales e insumos a comprar, la aprobación de la compra es por parte de la persona encargada de las compras, su comunicación al proveedor, el control de la recepción, realizando la aprobación de la compra con la firma del comprobante de entrega, y la evaluación y selección continua de proveedores. Se hará un seguimiento de los proveedores más habituales a través de una Ficha de Proveedor, indicando las compras que se le realizan así como las incidencias surgidas con ellos.

7.4.2 Información de Compras

En los documentos de compra (Hojas de Compra) se definen de forma completa los requisitos de tales compras. El personal encargado de gestionar las compras dispone de la documentación e información necesaria para su realización, incluyendo especificaciones y catálogos de materiales e insumos que cumplan con los requisitos del sistema de gestión de calidad, así como de un Listado de Proveedores actualizado. Por su parte, el personal encargado de aprobar las compras se asegura previamente de la adecuación a los requisitos de compra previamente a la comunicación al proveedor.

7.4.3 Verificación de los Productos Comprados

Los productos comprados son inspeccionados en la bodega para garantizar su conformidad con los requisitos especificados en la comunicación de compra (Hoja de Compra). Al recibir el material se inspeccionará visualmente para asegurarnos de que

está en buen estado, a continuación lo compararemos con el comprobante del proveedor y también con nuestra Hoja de Pedido, para asegurarnos de que el material recibido coincide con el solicitado. Esta operación es lo que denominamos inspección en bodega.

7.5 PRODUCCIÓN Y PRESTACIÓN DE SERVICIO

7.5.1 Control de la Producción y Prestación de Servicio

El desarrollo de las diferentes actividades que conforman la prestación global del servicio se realiza bajo condiciones controladas.

Estas condiciones controladas son el resultado de la planificación realizada, en base a:

- Las especificaciones del producto, de acuerdo los procesos o instrucciones de trabajo manuales.
- El uso de los medios adecuados para el desarrollo de las actividades.
- El seguimiento y medición de los procesos, en base a indicadores.
- La formación y cualificación de nuestro personal.
- La documentación de aplicación (procedimientos, instrucciones, procesos, etc.) y los registros a generar.
- El control sobre las compras realizadas.

7.5.2 Validación de los Procesos para la Producción y Prestación de Servicio

La empresa valida aquellos procesos de producción y de presentación del producto donde los productos resultantes pueden ser verificados posteriormente. La validación demuestra la capacidad para alcanzar los resultados planificados.

La empresa establece disposiciones para la validación:

- Aprobación de equipos y calificación del personal.
- Uso de métodos y procedimientos precisos.
- Requisitos de los registros.

- Revalidación.

7.5.3 Identificación y Trazabilidad

Se contemplan todos los requisitos para la identificación inequívoca de los materiales y productos de apoyo al producto ofertante.

La trazabilidad no es un requisito legal, no obstante, se mantiene un adecuado control sobre la calidad de la prenda jeans, mediante el registro de una serie de datos relacionados con el mismo.

7.5.4 Propiedad del Cliente

La empresa La Raíz del Jean verifica, protege los bienes que son del cliente mientras esté bajo su control o esté siendo utilizada, conforme a lo establecido en las normas vigentes y aplicables. En el caso de que se pierda, deteriore o que de algún otro modo se considere inadecuado para su uso debe ser registrado y comunicado al cliente.

7.5.5 Preservación del Producto

Se lleva a cabo un adecuado almacenamiento, manipulación, embalaje y conservación de las prendas ya terminadas, como por ejemplo: bodegas limpias, perchas, registros de inventarios, con el objetivo de producir el menor daño a las prendas jeans.

7.6 CONTROL DE LOS EQUIPOS DE SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN

El sistema establecido para controlar los equipos se basa en calibrar y verificar periódicamente los equipos que lo requieran llevar a cabo el mantenimiento registrando las verificaciones y mantenimiento de las mismas.

8. MEDICIÓN, ANÁLISIS Y MEJORA

8.1 GENERAL

Se planean las actividades de medición y análisis que son necesarias para asegurar la calidad del producto y contribuir a la mejora continua y se usan las técnicas estadísticas definidas para analizar los datos de medición.

8.2 SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN

8.2.1 Satisfacción del Cliente

Una de las medidas principales del desempeño del sistema de calidad de la Empresa "La Raíz del Jean" es la información obtenida en la satisfacción del cliente. Los métodos para obtener y usar los datos de la satisfacción del cliente se documentan en el Procedimiento de medición y monitoreo de la satisfacción del cliente.

8.2.2 Auditoría Interna

Nuestro Sistema de Gestión de la Calidad establece anualmente un Programa de Auditoría Interna, elaborado por el Director de Calidad y aprobado por el Gerente. En dicho programa se especifican las Auditorías Internas a llevar a cabo, indicando los departamentos a auditar, las fechas y los responsables de realizar tales auditorías.

Cabe destacar que los auditores estarán cualificados para ello y que en ningún caso podrán auditar su propio trabajo. Las auditorías internas comprueban la correcta implantación y funcionamiento del sistema de gestión de la calidad.

Todos los departamentos son auditados como mínimo una vez al año. Los resultados de las auditorías se reflejarán en un Informe de Auditoría Interna, y las no conformidades detectadas serán presentadas al departamento auditado.

8.2.3 Procesos de Seguimiento y Medición

Realizamos un seguimiento y medición de todos los procesos que afectan a la calidad del producto para demostrar que los procesos tienen capacidad para alcanzar los resultados planificados. Cuando no se alcanzan estos resultados, se llevan a cabo correcciones inmediatas y, si procede, acciones correctivas y objetivos de mejora.

8.2.4 Seguimiento y Medición del Producto

La empresa efectúa un seguimiento de las características del producto para verificar que cumple con los requisitos y dicho seguimiento se efectúa en las etapas adecuadas del proceso de producción, según se planifique.

8.3 CONTROL DEL PRODUCTO NO CONFORME

El Sistema de Gestión de la Calidad establece una metodología para la detección y el tratamiento de las no conformidades. Las no conformidades pueden detectarse en el desarrollo de cualquier tarea que forma parte del Sistema de Gestión de la Calidad, en la recepción de productos, durante el proceso de entrega del producto, reclamaciones de clientes, auditoría interna y revisión del sistema. Toda no-conformidad detectada es documentada y tratada mediante una acción correctiva.

8.4 ANÁLISIS DE DATOS

Los diversos datos recopilados a partir de los registros de los distintos procesos del Sistema de Gestión de la Calidad serán analizados para la obtención de conclusiones, encaminadas a la mejora continua. A partir de dichos datos se evalúa los puntos en los que se pueden o deben acometer las actuaciones de mejora. Los datos que nos proporcionan información para la mejora son:

- La satisfacción del cliente con el producto.

- La conformidad con los requisitos establecidos por el cliente.
- Las características requeridas.

8.5 MEJORA

8.5.1 Mejora Continua

Como indica nuestra Política de Calidad, estamos comprometidos con la mejora continua de nuestro Sistema de Gestión de la Calidad y por tanto, de todas nuestras actividades.

Esta mejora se basa en el continuo establecimiento de objetivos de calidad, su ejecución y su evaluación, los resultados de las auditorias, las actividades de seguimiento y medición, la información sobre las no conformidades y reclamaciones, acciones correctivas y preventivas y, especialmente, en la revisión por la dirección.

8.5.2 Acción Correctiva

Se establecen acciones correctivas para eliminar las causas de no conformidades detectadas, previniendo su reaparición. Tales acciones son apropiadas a los efectos de las no conformidades encontradas.

8.5.3 Acción Preventiva

Se establecen acciones preventivas para eliminar las causas de no conformidades potenciales y prevenir su ocurrencia. Tales acciones son apropiadas a los efectos previsibles de las no conformidades potenciales.

6.8 ADMINISTRACIÓN

La responsabilidad directa estará a cargo del Gerente de la empresa de La Raíz del Jean, en coordinación con el equipo de Jefe de producción y control de calidad, quienes serán los encargados de vigilar el inicio, desarrollo y establecimiento del sistema de gestión de calidad y sus actividades a través del tiempo, este manual será ajustado a los requerimientos de la empresa de La Raíz del Jean conforme avance la actividad comercial y su ciclo así lo determine; la revisión del manual será secuencial, constante y permanente.

Las actividades encaminadas a incrementar el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa " La Raíz del Jean " se desarrollarán Principalmente en el departamento de control de calidad en coordinación con la Gerencia de la empresa.

6.9 PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

Con el propósito de garantizar y asegurar la ejecución de la propuesta de conformidad con lo programado para el cumplimiento de los objetivos planteados, se deberá realizar el monitoreo de las actividades del Manual de sistema de gestión de calidad, como un proceso de seguimiento y evaluación permanente, que nos permita anticipar contingencias que se puedan presentar en el camino con el propósito de tomar acciones correctivas que aseguren el cumplimiento de las metas y objetivos de la propuesta así como de la empresa.

Las preguntas que a continuación se explican ayudarán a cumplir esta tarea:

1.- ¿Quiénes solicitan evaluar?

La evaluación de las actividades del manual de gestión de calidad solicitadas por el Gerente de la empresa; así como también por parte de los clientes de la empresa de "La Raíz del Jean".

2.- ¿Por qué evaluar?

La evaluación del manual es necesaria porque es la única forma de comprobar que el desarrollo de estas actividades se lleve a cabo de una manera eficiente para poder así asegurar el avance y éxito de la empresa.

3.- ¿Para qué evaluar?

El manual se debe evaluar, con el propósito de establecer los objetivos planteados en la propuesta con los datos obtenidos durante el período de ejecución.

4.- ¿Qué evaluar?

Se debe evaluar todas las actividades que se van a implementar en el desarrollo del Manual de Calidad que permitirán el incremento en el nivel de satisfacción de clientes.

5.- ¿Quién evalúa?

La persona responsable de evaluar las actividades del manual estará a cargo de Luis Paredes, autor de la propuesta, que en corto tiempo será un profesional en el campo de Organización de Empresas.

6.- ¿Cuándo evaluar?

La evaluación del manual de calidad se realizará durante y después del período de implementación de actividades encaminadas a incrementar el nivel de satisfacción de los clientes de la empresa.

7.- ¿Cómo evaluar?

La manera que se evaluará es con indicadores que determinaran el grado de éxito de los objetivos en términos cuali-cuantitativos, comparando las ventas promedio e ingresos de años anteriores, con los datos actuales.

8.- ¿Con qué evaluar?

La forma de evaluar será a través de instrumentos de medición como cuestionarios y observaciones directas según sea el caso.

BIBLIOGRAFÍA

Fuentes bibliográficas y tesis:

CHIAVENATO, I. (2001). Administración de Recursos Humanos. Editorial McGraw-Hill. México.

GUTIERREZ, H. (2005). Productividad. Editorial McGraw-Hill. México.

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."

GUTIERREZ, L. (2005). "Los sistemas de producción para mejorar la calidad del producto en la fábrica de medias GUTMAN Cía. Ltda. de la ciudad de Ambato."

FLORES, J. (2005). "La planeación estratégica como herramienta para mejorar la calidad del servicio al cliente en el Banco Sudamericano de la ciudad de Guaranda."

GUALPA, W. (1998). "La aplicación de procedimientos de la calidad total en la Cooperativa de Ahorro y Crédito 9 de Octubre Ltda. Permitirá captar recursos económicos para el fomento productivo y comercial del centro de salcedo."

PICAZO, L (1992, p. 46). Ingeniería de Servicios.

CULTURAL DE EDICIONES. (1999, p. 252).

EDITORIAL, Limusa S.A. (1992, Pág. 47)

GRAVES R. (1974, p. 76 - 80).

COBRA (2000, p. 71).

THOMAS, B. (2003). Management siglo XXI. Calidad Total. Editorial McGraw Hill. Santafé Colombia.

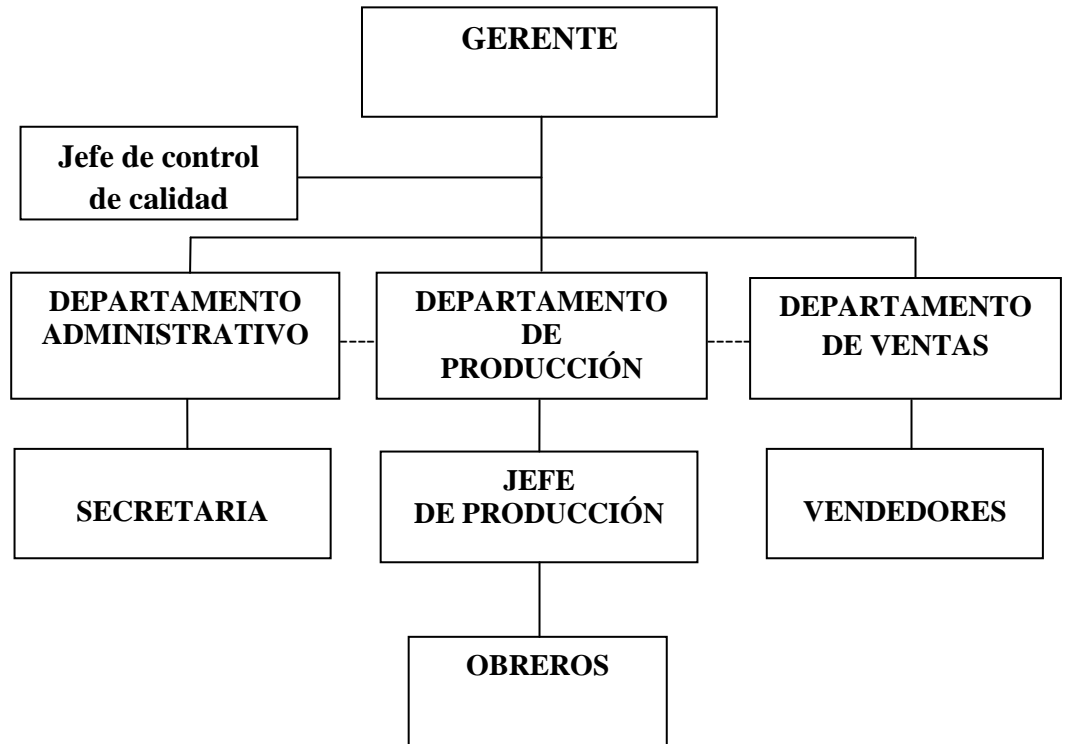
Fuentes electrónicas: Internet

- ✓ http://es.wikipedia.org/wiki/Gesti%C3%B3n_de_calidad_total#ConceptC_d_e_percepci. C3.B3n_de_la_calidad
- ✓ http://es.wikipedia.org/wiki/Sistema_de_gesti%C3%B3n_de_la_calidad
- ✓ <http://www.monografias.com/trabajos6/lacali/lacali2.shtml#iso>
- ✓ http://www.gestionempresarial.info/VerItemProducto.asp?Id_Prod_Serv=28&Id_Sec=8
- ✓ <http://es.wikipedia.org/wiki/M%C3%A1quina>
- ✓ <http://es.wikipedia.org/wiki/Insumo>
- ✓ <http://www.definicionabc.com/economia/atencion-al-cliente.php>
- ✓ <http://es.wikipedia.org/wiki/Marketing>
- ✓ http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_de_atenci%C3%B3n_al_cliente
- ✓ <http://www.virtuacursos.com/ma/marke/3.htm>
- ✓ <http://www.monografias.com/trabajos14/administ-procesos/administ-procesos.shtml>

ANEXOS

ANEXO A

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA “LA RAÍZ DEL JEAN”



- Línea de Autoridad
- - - - - Línea de Coordinación
- Autoridad
- — Asesoría
- □ Administrativo – Auxiliar o de Apoyo
- Operativo

ANEXO B

MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA "LA RAIZ DEL JEAN"

MISIÓN

Brindarles a nuestros clientes una atención integral que a través de calidad, precios y servicios eficientes demostrados en el trabajo que se garantiza por su alto nivel de tecnología y de nuestro recurso humano calificado y mediante la utilización óptima de nuestros recursos nos permite entregar un producto que satisface las expectativas de nuestros clientes.

VISIÓN

Alcanzar un alto nivel dentro del mercado local y nacional en un mediano plazo, mediante recursos técnicos que nos permitan transformar a la industria del jeans confeccionados con materia prima de calidad y constante mejoramiento continuo dando ideas nuevas que retroalimenten la información de moda existente en el mercado.

ANEXO C

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Cuestionario No.

ENCUESTA SOBRE LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA EMPRESA "LA RAÍZ DEL JEAN"

OBJETIVO:

Identificar el grado de satisfacción de los clientes de la empresa La Raíz del Jean, en cuanto a la calidad y demanda de prendas de vestir en jeans que ellos requieren con relación a los que la empresa oferta para verificar si cubren y satisfacen con sus necesidades.

INSTRUCCIONES:

Distinguido cliente:

Como estudiante de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato he iniciado un proceso de seguimiento a los clientes de la empresa La Raíz del Jean, con el propósito de conocer sus necesidades e inconvenientes que puedan tener al no contar con una excelente calidad en las prendas de vestir que necesiten. Por favor marque con una (X) la respuesta que usted crea conveniente.

Sus respuestas son muy importantes para alcanzar nuestro objetivo.

Gracias por su colaboración.

ANEXO D

1. ¿Cuánto tiempo lleva utilizando una prenda jean de La Raíz del Jean?
 - 1.1. Menos de un mes
 - 1.2. De uno a tres meses
 - 1.3. De tres a seis meses
 - 1.4. Entre seis meses y un año
 - 1.5. Entre un año y tres años
 - 1.6. Más de tres años
 - 1.7. Nunca los he utilizado

2. ¿Con qué frecuencia utiliza una prenda de La raíz del jean?
 - 2.1. Una o más veces a la semana
 - 2.2. Dos o tres veces al mes
 - 2.3. Una vez al mes
 - 2.4. Nunca lo he utilizado
 - 2.5. Otro

3. ¿Satisfacen sus necesidades cuando usted adquiere estas prendas jeans?
 - 3.1. Si
 - 3.2. No

4. ¿Qué tipo de necesidades cubre en su vida una prenda jeans?
 - 4.1. Vestimenta
 - 4.2. Uso diario
 - 4.3. Moda
 - 4.4. Verse bien
 - 4.5. Otra

5. ¿Qué tipo de características le gustaría que se mejore en la prenda jean?
 - 5.1. Variedad
 - 5.2. Modelos
 - 5.3. Presentación
 - 5.4. Calidad
 - 5.5. Precio
 - 5.6. Otros

6. ¿Cubre sus expectativas la prenda jean que usted compra?
 - 6.1. Innovación
 - 6.2. Mejora de calidad

- 6.3. Imagen
- 6.4. Originalidad
- 6.5. Beneficios
- 6.6. Otros
7. ¿Ha tenido inconvenientes con prendas en mal estado?
- 7.1. Costuras rotas
- 7.2. Desteñido del color
- 7.3. Forro de bolsillo roto
- 7.4. Botones
- 7.5. Remaches
- 7.6. Otros
8. ¿Existe relación entre la calidad y el precio de la prenda jean?
- 8.1. Si
- 8.2. No
9. ¿Al momento de comprar una prenda jean, que es lo primero que toma en cuenta?
- 9.1. Marca
- 9.2. Calidad de telap
- 9.3. Modelo
- 9.4. Acabados
- 9.5. Precio
- 9.6. Otros
- 9.7. Lo bien que le arma
- 9.8. Otros
10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una prenda jean de calidad?
- 10.1. Menos de 20 dólares
- 10.2. Entre 21 a 35 dólares
- 10.3. Entre 36 a 40 dólares
- 10.4. Entre 41 en adelante
11. ¿Qué factores influyen para mejorar su fidelidad con La raíz del jean?
- 11.1. Buena atención
- 11.2. Excelente calidad
- 11.3. Precios accesibles
- 11.4. Otros

12. ¿En qué le gustaría que la empresa mejore sus procesos de producción de jeans?
- 12.1. Control de calidad
 - 12.2. Materia Prima
 - 12.3. Insumos
 - 12.4. Otros

Fecha de aplicación:

Nombre del encuestador:

ANEXO E

FICHA DE EVALUACIÓN DEL PROVEEDOR

Nombre Proveedor:
Tipo de Producto/Servicio:
Fecha Evaluación:

Parámetro	Departamentos								Total
	Compras		Calidad		Producción		Ventas		
	Ptos.	Valor	Ptos.	Valor	Ptos.	Valor	Ptos.	Valor	
Disponibilidad									
Calidad/precio									
Histórico									
Servicio									
Sist. Calidad									
Inf. Sector									

Conclusión:

Puntos	Clasificación	Valor
10	Muy bueno	100
8	Bueno	80
6	Regular	60
4	Medianamente Regular	40
2	Malo	20
0	Muy Malo	0

ANEXO F

FORMATO DE ESPECIFICACIONES TECNICAS																	
MODELO:				ESTILO:				MATERIAL: TIPO DE TELA:				FECHA:					
												SEXO:					
CLIENTE:				CODIGO:				LINEA:				ESTACION:					
MEDIDAS	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	N	Y	PESO
TALLAS																	
XXS																	
XS																	
S																	
M																	
L																	
XL																	
XXL																	
GRAFICO:											PRETINA:				BOTONES:		
											BOLSILLO:						
															TAMAÑO:		
															CANTIDAD:		
				DISTRIBUCION:													
PLANCHADO:											NORMAL: <input type="checkbox"/> CUIDADO: <input type="checkbox"/> MUCHO CUIDADO: <input type="checkbox"/>						
OBSERVACIONES:																	
FIRMAS:			MUESTRAS: <input type="checkbox"/>			ACABADO FINAL: <input type="checkbox"/>			TEJIDO: <input type="checkbox"/>			CALIDAD: <input type="checkbox"/>			FECHA:		

ANEXO G

DEFECTOS DE LA PRENDA

Los defectos más comunes en tejido son:

CODIGOS	DEFECTOS	ORIGEN O MOTIVOS
T-001	Agujeros	Elevada tensión del hilado Sincronización incorrecta de agujas Nudos mal hechos Malas agujas
T-002	Puntadas Seltas	Agujas defectuosas Insuficiente tensión del hilado Alto nivel de torsión del hilado Ajuste inapropiado de la puntada
T-003	Caídas	Nudos mal efectuados Tensión excesiva del hilado Poca resistencia del hilado Dispositivo de parada sin funcionamiento
T-004	Manchas de Grasa	Mala lubricación Limpieza inadecuada
T-005	Líneas de aceite	Mala lubricación Limpieza inadecuada
T-006	Línea vertical	Agujas defectuosas Agujas c/ talones gastados Mezcla de agujas nuevas con usadas Agujas con lubricación inadecuada Limpieza inadecuada de máquina.
T-007	Contaminación	Máquinas sin aislamiento con hilado de color, residuos de agentes extraños, máquinas sucias, etc.
T-008	Rotura Hilo	Tensión extrema y desigual Nudos mal hechos Guía hilo defectuoso
T-009	Rotura Aguja	Agujas gastadas Tejido apretado Alta tensión del hilado Levas flojas o mal montadas
T-010	Nudos c/grasa	Falta de limpieza en el anudado del hilado
T-011	Hilo Doble	Agujas defectuosas Suciedad en la platina
T-012	Revirado	Alta torsión del hilado Fibra corta del algodón Excesivo número de alimentadores en circular

ANEXO H

DEFECTOS MAS COMUNES EN CONFECCION

Para una buena confección tener bastante cuidado evitando las siguientes observaciones:

CODIGOS	DEFECTOS	ORIGEN O MOTIVOS
C-001	Huecos	Aguja inadecuada.
C-002	Picaduras	Hilado de mala calidad.
C-003	Manchas de aceite	Después de lubricar la Máquina no se limpia
C-004	Puntadas saltadas	Defectos en la máquina
C-005	Puntadas sueltas	Defectos en la máquina
C-006	Pliegues	Defectos en la máquina
C-007	Puntada caída/vaciada	Graduación en la máquina
C-008	Recubierto acordonado	Hilo mal pasado
C-009	Recubierto mal compartido	Defectos en la máquina
C-010	Empate de costura (no más de 1cm. de cruce)	Falta de destreza del operario
C-011	Sin atraque	Falla del operario
C-012	Etiquetas descentradas	Falla del operario
C-013	Etiquetas incorrectas	Falla del operario
C-014	Mala posición de las etiquetas	Falla del operario
C-015	Costuras asimétricas	Falta de destreza del operario
C-016	Costura dispareja/no uniforme	Falta de destreza del operario/ Revisado de máquina
C-017	Ondeado	Graduación de la máquina

ANEXO I

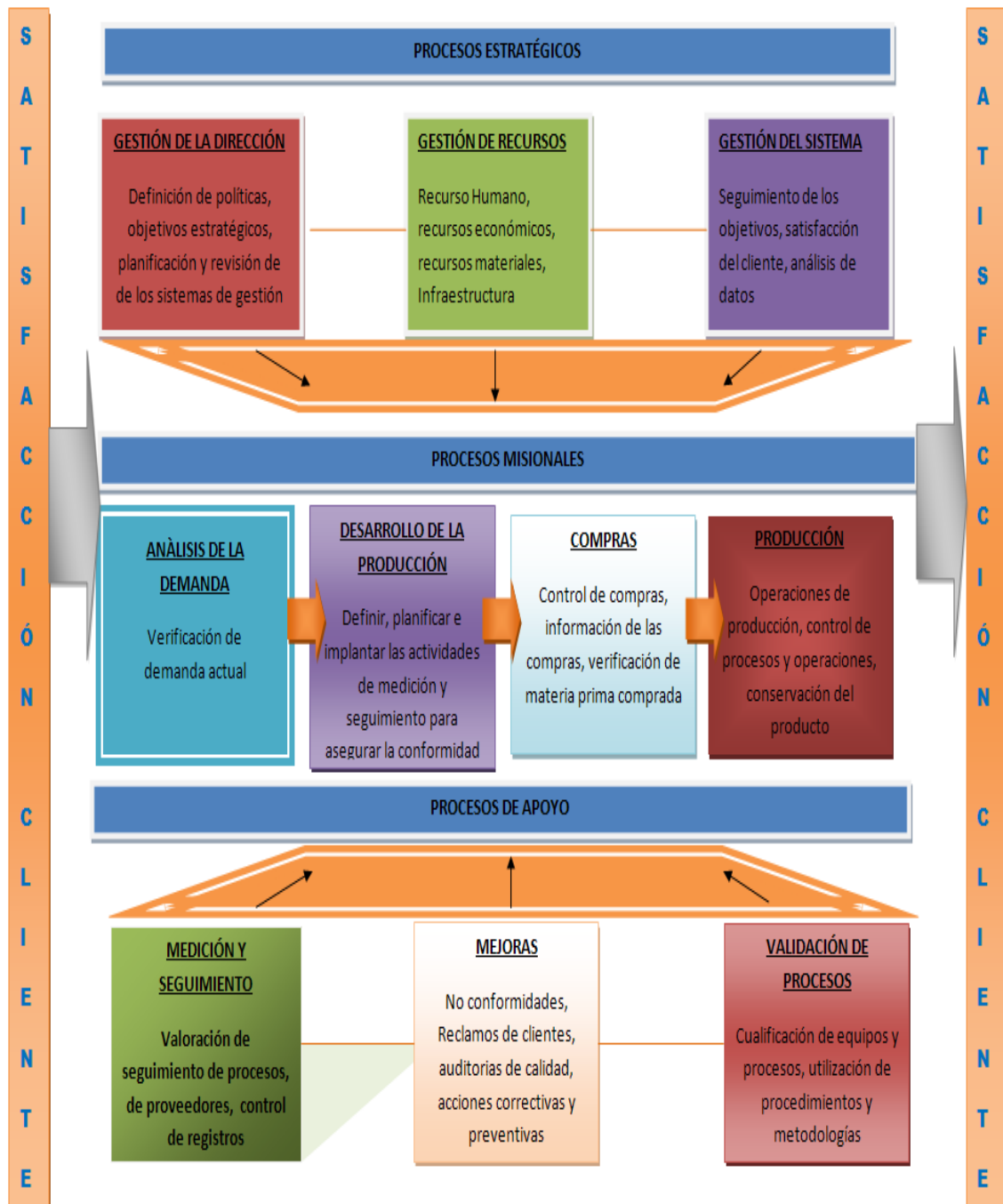
MATRIZ DE REGISTRO DE CALIDAD Y RESPONSABILIDADES

Registro	Responsable
Revisión del Sistema de Calidad	Auditoría de Calidad
Informes de Costos de la Calidad	Administración
Revisiones de Contratos/ Pedidos de Clientes	Ventas
Actas Reuniones de Diseño	Desarrollo de productos
Expedientes individualizados de cada diseño	Desarrollo de productos
Informes de Descripción del Diseño	Desarrollo de productos
Impresos de Distribución de la Documentación	Auditoría de Calidad
Listas maestras de documentos emitidos y copias controladas	Auditoría de Calidad
Fichas Evaluación de Proveedores	Compras
Lista de Proveedores Seleccionados	Compras
Pedidos al Proveedor	Compras
Recepción de materia prima/ productos auxiliares	Almacén de Materia Prima.
Orden de Producción	Jefe de Producción
Fichas técnicas de Productos Terminados	Auditoría de Calidad
Lista de Equipos de Inspección, Medición y Ensayos de la Empresa	Auditoría de Calidad
Informes de no Conformidad	Auditoría de Calidad
Solicitudes de Implantación de Acciones Correctoras y/o Preventivas	Auditoría de Calidad
Planes anuales de Auditoría Internas de la Calidad	Gerencia General
Convocatorias de Auditoría Interna de Calidad	Auditoría de Calidad
Informes de Auditorías Internas de la Calidad	Auditoría de Calidad
Expedientes individuales de Formación, adiestramiento y calificación.	Administración
Encuestas sobre la satisfacción de los clientes	Administración y ventas

ANEXO J

MAPA DE PROCESOS BASADO EN EL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

Gráfico No. 15



ANEXO K

PRESUPUESTO DEL PROYECTO

Detalle	Valor Unitario	Cantidad	Total
Gastos			
Gastos de Servicio			
Tipiadora	15	10	150
Gastos de operación			
Pasajes	20	35	700
Laboratorios de computación	1	60	60
Internet	0,8	60	48
Impresiones	0,15	1000	150
Copias	0,02	200	4
Anillado	2	15	30
TOTAL GASTOS			1142
Imprevistos		10%	114,2
TOTAL			1256,2

El financiamiento para la elaboración del presente proyecto será de aporte personal por parte del investigador.

ANEXO L

PROCESO DE CONFECCIÓN DE JEANS

DISEÑO Y CORTE



ARMADO DE PIEZAS



OJAL Y ATRACADO



LAVADO



PEGADO DE REMACHE Y BOTÓN



PLANCHADO



ETIQUETADO

