



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de investigación previo a la obtención del Título de
Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios**

**TEMA: “La Gestión de la Calidad en los productos
terminados y la Participación de Mercado en la Fábrica
de Embutidos MAYBE en el Cantón Latacunga”.**

AUTORA: María Belén Ruiz Cruz

TUTOR: Ing. MGE. Sergio Vaca F.

AMBATO- ECUADOR

Noviembre 2012



ING. MGE. Sergio Vaca F.

CERTIFICA:

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

Ambato, 22 de noviembre del 2012

ING. MGE. Sergio Vaca F.

TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, María Belén Ruiz Cruz, manifiesto que los resultados obtenidos en la presente investigación, previo a la obtención del título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios son absolutamente originales, auténticos y personales; a excepción de las citas.

Srta. María Belén Ruiz Cruz
C.I. 0502499494
AUTORA

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

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

f).....

f).....

Ambato, noviembre del 2012

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella un documento disponible para la lectura, consultas y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Srta. María Belén Ruiz Cruz
C.I. 0502499494
AUTORA

DEDICATORIA

Este proyecto de investigación está dedicado a las personas que han depositado en mí una confianza absoluta y un sin número de bendiciones de manera muy especial y con mucho cariño a mis queridos ¡padres! que por su gran esfuerzo me dieron la educación y que en algún momento la pude descuidar, para luego retomarla y culminar con éxito.

María Belén Ruiz

AGRADECIMIENTO

Primero a DIOS, por ser mi guía e inspiración espiritual en el camino de la vida, dándome fortaleza y sabiduría para el cumplimiento de los deberes académicos.

Al señor Edwin Velasco, gerente propietario de la Fábrica de Embutidos MAYBE, por la apertura brindada a la empresa para poder realizar el presente proyecto. A mis hermanas por su comprensión y ayuda.

A todos ellos, mil gracias por aportar un granito de arena en mi desarrollo personal para mi superación.

María Belén Ruiz

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

Carátula.....	i
Aprobación del Tutor.....	ii
Autoría de la Investigación.....	iii
Aprobación Tribunal de Grado.....	iv
Derechos de Autor.....	v
Dedicatoria.....	vi
Agradecimiento.....	vii
Índice General.....	viii
Índice de Gráficos.....	xi
Índice de Tablas.....	xii
Índice de Cuadros.....	xiii
Índice de Anexos.....	xiii
ResumenEjecutivo.....	xiv
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
EL PROBLEMA.....	2
TEMA.....	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1 Contextualización.....	3
1.2.2 Análisis Crítico.....	9
1.2.3 Prognosis.....	11
1.2.4 Formulación del Problema.....	11
1.2.5 Interrogantes.....	11
1.2.6 Delimitación del Objetivo de la Investigación.....	12
1.3 JUSTIFICACION.....	12
1.4 OBJETIVOS.....	13
1.4.1 Objetivo General.....	13
1.4.2 Objetivos Específicos:	13

CAPÍTULO II.....	14
2. MARCO TEÓRICO.....	14
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	14
2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	17
2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	18
2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES.....	19
2.5 HIPÓTESIS.....	44
2.6 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES.....	44
CAPÍTULO III.....	45
3. METODOLOGÍA.....	45
3.1. ENFOQUE.....	45
3.2. MODALIDADES BÁSICAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	46
3.2.1 Investigación bibliográfica.....	46
3.2.2 Investigación de campo.....	46
3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	46
3.3.1 Investigación Exploratoria.....	46
3.3.3 Investigación Descriptiva.....	47
3.3.2 Investigación Asociación de Variables.....	47
3.3.2 Investigación Explicativa.....	47
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	48
3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	49
3.6. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	53
3.7. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN.....	54
CAPÍTULO IV.....	56
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	56
4.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	56
4.2 INTERPRETACIÓN DE DATOS.....	57
4.3 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.....	72
4.3.1. Hipótesis.....	72
4.3.2. Verificación.....	72
4.3.3. Decisión.....	76

CAPÍTULO V.....	77
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	77
5.1 CONCLUSIONES.....	77
5.2. RECOMENDACIONES.....	79
CAPÍTULO VI.....	80
PROPUESTA.....	80
6.1. DATOS INFORMATIVOS.....	80
6.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	81
6.3. JUSTIFICACIÓN.....	82
6.4. OBJETIVO.....	83
6.4.1. Objetivo General.....	83
6.4.2. Objetivo Específico.....	83
6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD.....	83
6.6. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA – TÉCNICA.....	85
6.6. METODOLOGÍA – MODELO OPERATIVO.....	95
6.7. ADMINISTRACIÓN.....	172
6.8. MONITOREO Y EVALUACIÓN.....	186
BIBLIOGRAFÍA.....	187
ANEXOS.....	194

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.1: Personal ocupado y establecimiento económico según principales industrias Manufactureras en el cantón Latacunga.....	5
Gráfico 1.2: Ingresos por ventas de bienes según principales industrias de Manufactura en el Cantón Latacunga (Millones de dólares).....	6
Gráfico 1.3: Ingresos por venta promedio por establecimiento económico de las principales industrias de manufactura en el cantón Latacunga.....	6
Gráfico 1.4: Árbol de Problemas.....	10
Gráfico 2.1: Variable Independiente.....	19
Gráfico 2.2: Variable Dependiente.....	20
Gráfico 2.3: Ciclo de Vida del Producto.....	26
Gráfico 4.1: Resultado de las Actividades de Medición de la Calidad.....	57
Gráfico 4.2: Productividad en la Fábrica.....	58
Gráfico 4.3: Periodo para el Análisis y Medición de Procesos.....	59
Gráfico 4.4: Sistemas de Gestión de Calidad para la Fábrica.....	60
Gráfico 4.5: Marca con Mayor Participación en el Mercado.....	61
Gráfico 4.6: Frecuencia de Compra.....	63
Gráfico 4.7: Personas que más Consumen Embutidos.....	64
Gráfico 4.8: Lugar de Compra.....	65
Gráfico 4.9: Características al Momento de Comprar Embutidos.....	66
Gráfico 4.10: Conocimiento de la Fábrica MAYBE.....	67
Gráfico 4.11: Marca Considerada de Calidad.....	68
Gráfico 4.12: Calidad de los Embutidos MAYBE.....	69
Gráfico 4.13: Imagen de los Embutidos MAYBE.....	70
Gráfico 4.14: Aceptación en el Mercado de los Embutidos MAYBE.....	71
Gráfico 4.15: Representación Gráfica del Chi Cuadrado.....	76
Gráfico 6.1: Objetivos de un sistema de calidad.....	85
Gráfico 6.2: Principios de la gestión de la calidad.....	86
Gráfico 6.3: Norma ISO 9001.....	87
Gráfico 6.4: Funciones de la Norma ISO 9001.....	87

Gráfico 6.5: Requisitos de la norma ISO 9001- 2008.....	88
Gráfico 6.6: Compatibilidad con la Norma ISO 9001- 2008.....	89
Gráfico 6.7: Familia de Normas ISO.....	89
Gráfico 6.8: Cadena de Suministros.....	90
Gráfico 6.9: Enfoque basado en procesos.....	90
Gráfico 6.10: Mejora continua del sistema de gestión de la calidad.....	91
Gráfico 6.11: Norma ISO 9001- 2008.....	91
Gráfico 6.12: Norma ISO 9004- 2009.....	92
Gráfico 6.13: Proceso de obtención de certificación ISO 9001.....	95
Gráfico MCEM 1.1: Mapa estratégico.....	99
Gráfico MCEM 1.2: Justo a Tiempo.	116
Gráfico MCEM 1.3: Sistema de Planeación Justo a Tiempo.	120
Gráfico 6.14: Cronograma de actividades.....	169

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 3.1: Diseño de la tabla para el procedimiento de Chi 2.....	55
Tabla 4.1: Resultado de las Actividades de Medición de la Calidad.....	57
Tabla 4.2: Productividad en la Fábrica.....	58
Tabla 4.3: Período para el Análisis y Medición de Procesos.....	59
Tabla 4.4: Sistemas de Gestión de Calidad para la Fábrica.....	60
Tabla 4.5: Marca con Mayor Participación en el Mercado.....	61
Tabla 4.6: Frecuencia de Compra.....	62
Tabla 4.7: Personas que más Consumen Embutidos.....	63
Tabla 4.8: Lugar de Compra.....	64
Tabla 4.9: Características al Momento de Comprar Embutidos.....	65
Tabla 4.10: Conocimiento de la Fábrica MAYBE.....	66
Tabla 4.11: Marca Considerada de Calidad.....	67
Tabla 4.12: Calidad de los Embutidos MAYBE.....	69
Tabla 4.13: Imagen de los Embutidos MAYBE.....	70
Tabla 4.14: Aceptación en el Mercado de los Embutidos MAYBE.....	71

Tabla 4.15: Frecuencia Observada.....	73
Tabla 4.16: Frecuencia Esperada.....	73
Tabla 4.17: Procedimiento para calcular la Chi Cuadrada (X^2).....	74

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 2.1: Clasificación de los mercados según el número de demandantes y ofertantes (compradores y vendedores).....	35
Cuadro3.1: Matriz de Operacionalización de Variables.....	49
Cuadro3.2: Matriz de Operacionalización de Variables.....	51
Cuadro 3.3: Plan de Recolección de Información.....	53
Cuadro 3.4: Técnicas de Investigación.....	54
Cuadro 6.1: Beneficios de la Norma ISO 9001.....	88
Cuadro 6.2: Filosofía Norma ISO 9001:2008.....	93
Cuadro 6.3: Documentación del sistema de gestión de calidad.....	93
Cuadro 6.4: Requisitos para la implementación del sistema de calidad.....	94
Cuadro 6.5: Modelo Operativo del sistema de calidad.....	95
Cuadro MCEM 1.1: Tipos de desperdicios.....	117
Cuadro MCEM 1.2: Tipos de inventarios.....	118
Cuadro 6.6: Plan de Acción.....	167
Cuadro 6.7: Revisión de la Evaluación.....	186

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO # 01 Cuestionario 1.....	195
ANEXO # 02 Cuestionario 2.....	198
ANEXO # 03 Resumen de fotografías del proceso de elaboración de los embutidos...200	

RESUMEN EJECUTIVO

La Fábrica de Embutidos “MAYBE” se dedica a la producción y comercialización de embutidos desde octubre del 2001, tiempo durante el cual ha experimentado las fases de introducción, actualmente se encuentra en la etapa de crecimiento con procedimientos tradicionales, por lo tanto es importante tomar acciones correctivas para mantener y mejorar la calidad de producto en el mercado.

Es por este motivo que el presente trabajo de investigación se ha enfocado en realizar un amplio análisis del entorno interno y externo de la empresa, con el fin de establecer un Sistema de Gestión de Calidad basado en la Normas ISO 9001- 2008 que permitirán aumentar el reconocimiento en el mercado tanto para la fábrica, como para los distribuidores que comercializan el producto. Los resultados de las encuestas aplicadas a los clientes internos y externos de la institución indican que es importante enfocarse más en la calidad del producto que ofrece al mercado y después en el precio como parte inseparable del éxito para las ventas de los embutidos, puesto que es uno de los factores que la mayor parte de los consumidores considera que es una falencia que se debe mejorar.

Como propuestas se plantea el diseño de un Sistema de Gestión de Calidad basado en normas ISO 9001:2008 en la Fábrica de Embutidos “MAYBE” atreves de un manual de calidad y otro de procedimientos, y de esa forma incrementar la Participación de Mercado.

PALABRAS CLAVES:

SISTEMA DE CALIDAD

CALIDAD TOTAL

MEJORA CONTINUA

EMBUTIDOS

PARTICIPACIÓN DE MERCADO

INTRODUCCIÓN

En un entorno competitivo, es necesario que las pequeñas empresas como es la Fábrica de Embutidos “MAYBE”, se preparen para poder competir dentro del mercado Nacional e Internacional, esto obliga a un mejoramiento continuo, creatividad e innovación del producto.

Hoy en día las empresas están sometidas a los cambios en un mundo globalizado, por lo tanto se debe ofrecer en el mercado un producto de calidad, servicio y atención al cliente, tomando en consideración las exigencias de los clientes actuales y potenciales.

El objetivo del presente trabajo de investigación es determinar un Sistema de Gestión de Calidad para la Fábrica de Embutidos “MAYBE” basado en la Norma ISO 9001- 2008, para incrementar sus ventas y tener mayor reconocimiento en el mercado.

En esta investigación desarrollada en el cantón Latacunga, se toma como punto referencial el mercado de embutidos, el que servirá para analizar el comportamiento de los clientes y cuáles son las expectativas de satisfacción. La información que se ha recopilado para esta tesis ha sido obtenida directamente en la empresa, con la ayuda directa de todo el personal que labora, y su Gerente propietario señor Edwin Velasco, con quien se evidencio la problemática existente.

Por estas razones el presente trabajo de investigación, está realizado como contribución para a la Fábrica de Embutidos “MAYBE”, en busca de obtener un producto de calidad que satisfagan las necesidades del comprador, por ende aumentarla compraventa de los embutidos en la empresa, con un mayor número de clientes y así ser más competitivos en el mercado.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1 TEMA:

La Gestión de la Calidad en los Productos Terminados y la Participación de Mercado en la Fábrica de Embutidos “MAYBE” en el Cantón Latacunga.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La deficiente Gestión de la Calidad en los productos terminados de la Fábrica de Embutidos “MAYBE” incide en la participación de mercado.

1.2.1 Contextualización

En el aspecto macro el Ecuador según Espinoza, S. & Narváez, F. (2007), las empresas han implementado sistemas que les permitan canalizar la producción hacia la calidad, ya sea por el cambio de tecnologías avanzadas de producción para la mejora del producto final, el empleo de prácticas de manufacturas y sistemas de control como las Buenas prácticas de manufacturas, el sistema de Análisis de Riesgos y Puntos Críticos de Control (conocido por sus siglas en inglés HACCP), y la implementación de normas ISO 9001-2000 le dan un valor agregado a sus productos y proyectan ante los consumidores garantía en el producto que consumen, ante un mercado competitivo. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/6886/1/Determinaci%C3%B3n%20de%20los%20costos%20de%20Calidad%20en%20la%20Industria%20de%20.pdf>

En el Ecuador hay mucho interés con respecto a la gestión de la calidad, durante tres días (17 al 19 de noviembre), en la Universidad Andina Simón Bolívar se llevó a cabo el VI Congreso Internacional de Calidad Capítulo Ecuador. La organización SocietyforQuality (ASQ) que es la comunidad de expertos en calidad más grande del mundo, analizaron el nuevo rol de la calidad y su impacto en la gestión empresarial, con base en las experiencias transmitidas por expertos de Chile, México, Guatemala y Ecuador. El I Congreso se organizó para hablar de ideas y conceptos de calidad; además, para entender mejor las normas técnicas para la medición y el reporte de la huella ecológica, profundizar en el rol de ASQ como la voz global de la calidad, revisar las competencias laborales y los sistemas de gestión, las estrategias y metodologías, entre otros temas. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de http://www.elcomercio.com/negocios/calidad-tema-cita-Quito_0_594540623.html

Las ISO 9001: 2008 son normas que establecen los requisitos que deben cumplir las organizaciones al implementar un Sistema de Gestión de la Calidad. La nueva ISO 9001: 2008 entró en vigencia desde el 15 de Noviembre del 2008. Esta versión brinda notas aclaratorias a los requerimientos ya existentes en la ISO 9001: 2000. Un año

después de publicadas las normas ISO 9001: 2008 (15/11/08), todas las certificaciones emitidas fueron ISO 9001: 2008. No importa el tamaño de la empresa, tipo o sector, cualquier tipo de empresa puede implementar un Sistema de Gestión de la Calidad basado en la Norma ISO 9001: 2008. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de <http://koneggi.com.ec/gestion-de-la-calidad/>.

El estándar ISO 22000 es una nueva Norma Internacional, que ha entrado en vigencia en septiembre de 2005. Establece los requisitos a cumplir por las organizaciones que deseen implementar un Sistema de Gestión de la Inocuidad de los Alimentos (SGIA). ISO 22000 comprende una integración entre los conceptos actuales de “Gestión de la Calidad” y del HACCP, por este motivo no sólo constituye una herramienta eficaz para lograr alimentos inocuos, sino que es un poderoso arma de gestión empresarial. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de http://www.alimentacion.org.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=1357:iso-22000-un-nuevo-paso-en-la-produccion&catid=38:publicaciones-especializadas&Itemid=56

En el 2007 se calculó que el negocio de los embutidos mueve unos \$120 millones al año, que el consumo anual en el Ecuador es de 3 kilos por persona y que la demanda crece a una tasa del 5%. En la actualidad, el mercado lo manejan más de 130 marcas, de las cuales el 60% pertenece a la industria formal y el 40% a la producción informal. Una fracción menor corresponde a importaciones. Las firmas más conocidas son Don Diego, Juris, La Española, La Italiana, Plumrose, entre otras. Obtenida el 26 de Enero de 2012, <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-consumo-de-embutidos-alcanza-los-120-millones-280616.html>. Por el gran consumo de estos alimentos hay que tener estándares de calidad.

La globalización ha hecho que los productores de alimentos y las grandes cadenas de distribución tengan que buscar suministradores fuera de las fronteras tradicionales con el objetivo de resultar más competitivos. Esto ha provocado como resultado la proliferación de nuevos estándares dentro de la cadena internacional de suministro de alimentos. El hecho de la ausencia de un único estándar común y verdaderamente

reconocido a nivel internacional, provoca que cada uno de esos esquemas particulares son considerados como de ámbito superior por la organización y el país que lo promueve. Los suministradores, en consecuencia tienen que hacer frente a costes y tiempos innecesarios, ocasionados por las múltiples auditorías realizadas a lo largo del año por los organismos de auditoría (Sansawat y Muliyl, 2009). Obtenida el 26 de Enero de 2012, de [http://etur.ehtcf.co.cu/attachments/article/44/Seguridad Alimentaria.pdf](http://etur.ehtcf.co.cu/attachments/article/44/SeguridadAlimentaria.pdf)

En el Ecuador existe una gran acogida por los productos importados. Según el Banco Central, hasta agosto de 2007 el Ecuador importó \$288 mil, de los cuales el 47% provino de los Estados Unidos y el 43%, de Chile.

En igual período de 2006, las importaciones alcanzaron los \$311 mil, siendo Chile el principal proveedor con el 49%, seguido de Estados Unidos, con el 40%. Entre los importadores de embutidos se encuentran: Supermercados La Favorita, Kodama S.A., El Español S.A., Alirap S.A., Italcom, entre otros. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-consumo-de-embutidos-alcanza-los-120-millones-280616.html>. Con respecto al nivel meso, la industria manufacturera de Latacunga en el censo económico 2010 arrojó los siguientes resultados:

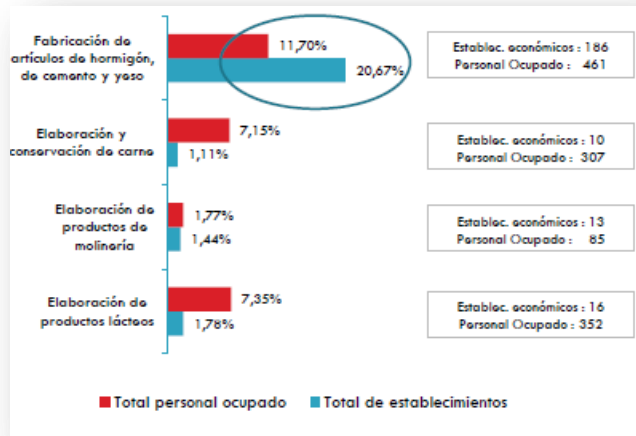


Gráfico 1.1: Personal ocupado y establecimiento económico según principales industrias Manufactureras en el cantón Latacunga.

Fuente: Resultados el censo económico 2010 según el INEC

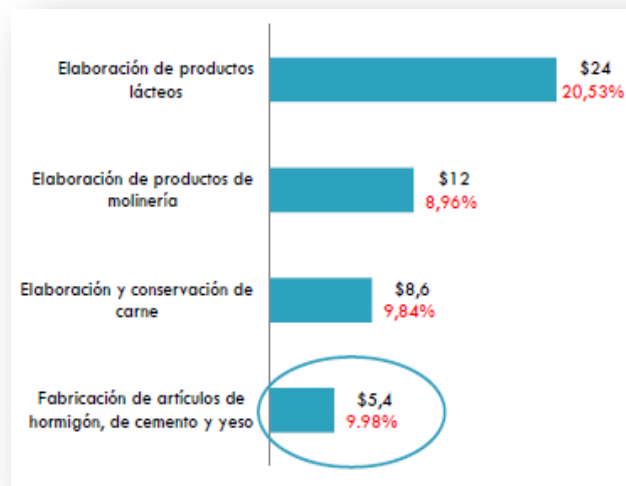


Gráfico 1.2: Ingresos por ventas de bienes según principales industrias de Manufactura en el Cantón Latacunga (Millones de dólares).

Fuente: Resultados el censo económico 2010 según el INEC

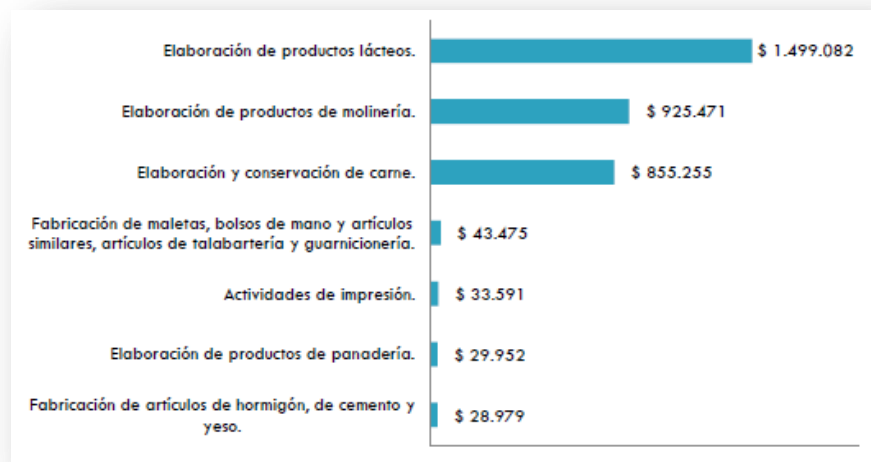


Gráfico 1.3: Ingresos por venta promedio por establecimiento económico de las principales industrias de manufactura en el cantón Latacunga.

Fuente: Resultados el censo económico 2010 según el INEC

En Latacunga, hay empresas involucradas con la gestión de la calidad. Embutidos Don Diego tiene la planta procesadora en el kilómetro 2 ½ de la Panamericana Sur, con la colaboración de todo el personal en Agosto del 2001 obtuvieron la Certificación ISO otorgada por la empresa alemana Germanischer Lloyd Certification, cada dos años se realiza una auditoría externa de recertificación, los cuales han sido superados exitosamente, por lo cual actualmente poseemos la certificación ISO9001:2000 La calidad de los productos Don Diego, es reconocida a nivel internacional. En la actualidad está se comercializan en 28 ciudades Colombia. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de http://www.dondiego.com.ec/web_2/quienes_somos.html

Según Jorge Llanos, gerente regional de Don Diego, la firma produce cerca de 4 000 toneladas al mes, y en el primer semestre de 2007 ha incrementado sus ventas en un 35%, en relación con el mismo período del año pasado. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-consumo-de-embutidos-alcanza-los-120-millones-280616.html>. También se localizan empresas más pequeñas como La Madrileña, Plunrose, entre otras.

En el Aspecto Micro, la Fábrica de Embutidos MAYBE, con el fin de ofrecer un producto de calidad, realizó varios acuerdos con productores independientes para que a través de asesorías permanentes, la búsqueda de la excelencia de la calidad en el producto terminado que persigue la compañía, conseguir una mayor participación en el mercado. Su productos son distribuidos por toda la región sierra, pero sus principales provincias quienes entrega sus productos son Cotopaxi, Riobamba, Quito y Puyo. Su producción total diaria en el 2011 fue de 1000 kilos del producto. La empresa tiene que cumplir con los requisitos de salubridad:

- Permiso de funcionamiento de la planta.
- Maquinaria de acero inoxidable.
- Registro sanitario para cada producto.
- Certificado de salud para cada obrero y el patrón, que es otorgado por el Ministerio de Salud, tiene una validez de un año.
- Asegurado al IESS.

El personal debe asistir todos los días bien uniformados porque es una responsabilidad de cada uno. Su uniforme se compone de varios elementos:

- Overol
- Botas
- Mandil/perchera
- Guantes
- Cofia

1.2.2. Análisis crítico

El problema central es el limitado nivel de participación en el mercado en la Fábrica de Embutidos “MAYBE”. Esto se produce porque existe poco conocimiento en el cliente de la empresa y de las características de los productos que ofrecen.

Por otra parte, también existe un alto nivel de competencia en el mercado por lo que los consumidores finales tienen más opciones de compra y siempre están buscando variedad, por tal motivo, es muy poca la probabilidad de una posible fidelidad del cliente.

La empresa no cuenta con un conocimiento amplio de la gestión de la calidad que se practica hoy en día a nivel internacional en las empresas para los productos alimenticios, y solo se practican las normas de higiene básicas que son exigidas normalmente en el país.

Finalmente, el ineficiente proceso de distribución de los embutidos, cuando la persona encargada de la distribución no cuenta con la refrigeración adecuada en el transporte y el producto se caduca rápidamente, es una de las causas del problema en la calidad del producto, por lo que el cliente puede preferir otro.

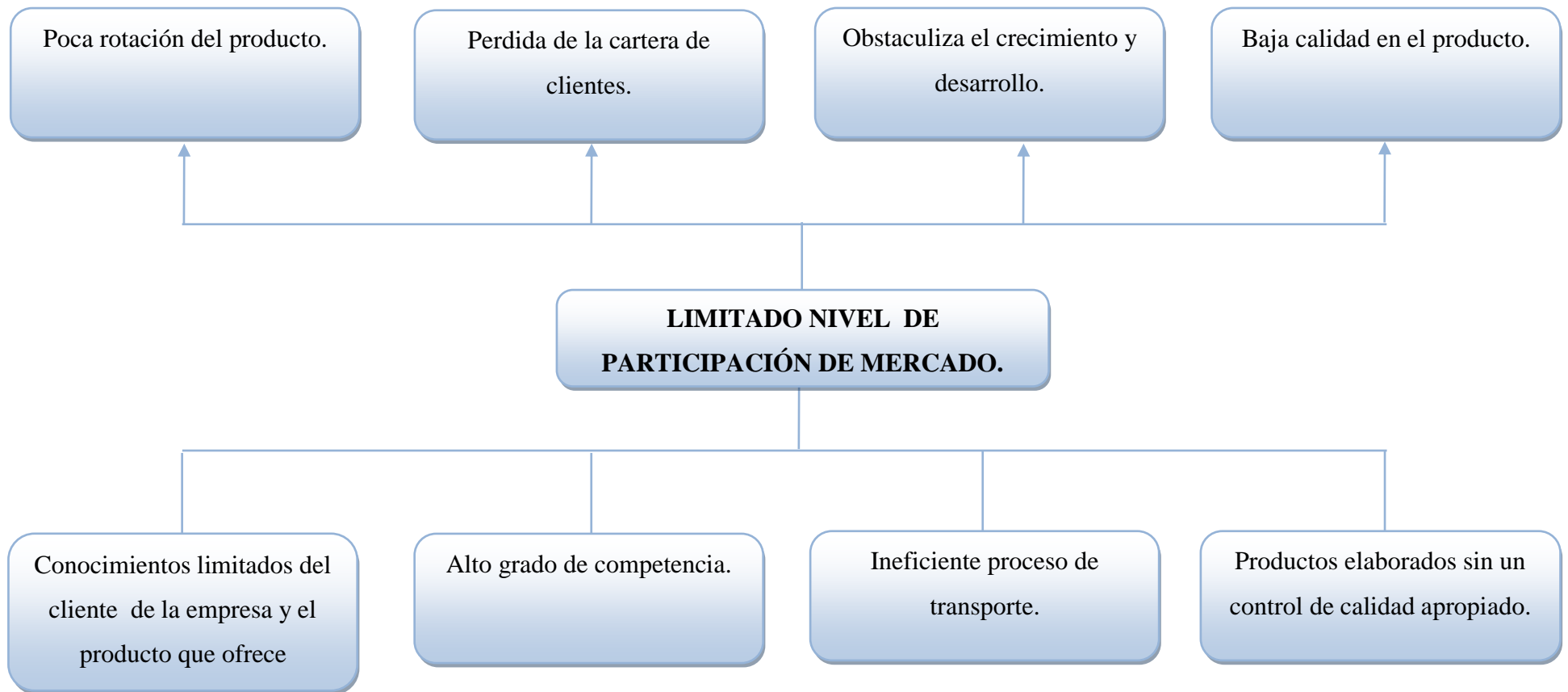


Grafico 1.4: Árbol de Problemas

Fuente: Elaboración Propia

1.2.3. Prognosis

En caso de no contar con una gestión de la calidad adecuado para los embutidos de la fábrica “MAYBE” en la ciudad de Latacunga, los consumidores finales van a estar inconformes y adquirirán el producto de la competencia ya que no se tendrá un producto 100% de calidad en el mercado, y por ende, la fábrica tendría una baja rotación de sus productos.

Además, la cartera de clientes en la fábrica no podrá incrementarse, es más se producirá una reducción en dicha cartera. Lo que vendría a obstaculizar el crecimiento y el desarrollo de la organización.

1.2.4. Formulación del problema

¿Cómo influye la gestión de la calidad en la participación de mercado en la Fábrica de Embutidos MAYBE del Cantón Latacunga en el año 2011?

1.2.5. Interrogantes (Subproblemas)

- ¿Qué factores inciden en la gestión de la calidad en los productos terminados?
- ¿Qué procedimientos son los más adecuados para mejorar la participación de mercado?
- ¿Cómo incorporar la Gestión de la calidad para mejorar la participación de mercado de los productos en la fábrica de Embutidos MAYBE?

1.2.6. Delimitación del objetivo de investigación.

1.2.6.1. Límite del Contenido

Campo: Marketing y gestión de negocios

Área: Participación de mercado.

Aspecto: Gestión de la Calidad en los productos terminados.

1.2.6.2. Límite Espacial: Fábrica de Embutidos “MAYBE” en Latacunga.

1.2.6.3. Límite Temporal: 1 de Enero del 2010 al 31 de Diciembre del 2011.

1.3 JUSTIFICACIÓN

A través del presente proyecto se logrará diseñar un sistema para mejorar la gestión de la calidad de los productos terminados para poder incrementar la participación en el mercado de la fábrica de embutidos MAYBE.

Para que la empresa obtenga ingresos requiere vender productos o prestar servicios con características tales que satisfagan las necesidades y expectativas del cliente. La importancia de implementar un sistema de gestión de la calidad, radica en el hecho de que sirve de plataforma con el fin de desarrollar al interior de la organización, una serie de actividades, procesos y procedimientos, encaminados a lograr que las características del producto cumplan con los requisitos del cliente.

Los beneficios que se lograrán con la investigación sobre la Gestión de la Calidad en los productos terminados serán visibles a la realidad, a sus administradores, sus empleados y toda la colectividad, ya que por medio del establecimiento de una adecuada gestión de la Calidad el desarrollo organizacional será favorable y tendrá un impacto satisfactorio frente a los consumidores, ya que apreciarán de mejor manera nuestro producto y mejorará la imagen de la Fábrica.

Existe apertura a la empresa y a la información sobre la gestión de la calidad en los productos terminados, lo que nos facilitará terminar el proyecto con facilidad y con resultados favorables.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 General

Establecer la influencia de la gestión de la calidad en la participación de mercado en la fábrica de embutidos MAYBE del Cantón Latacunga en el año 2011.

1.4.2 Específicos

- Analizar qué factores inciden en la gestión de la calidad de los productos terminados.
- Identificar los procedimientos más adecuados para mejorar la participación de mercado.
- Diseñar un sistema de gestión de calidad para mejorar la participación en el mercado de la fábrica de embutidos “MAYBE”.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

En la revisión bibliográfica del problema de estudio se han encontrado los siguientes antecedentes:

ATIENCIA, F. (2011), “MODELOS DE GESTIÓN DE CALIDAD Y SU INCIDENCIA EN LAS VENTAS EN LA EMPRESA PINTURAS UNIDAS S.A. ZONA CENTRO”

Para poder medir el desempeño, la efectividad y la eficiencia en la realización de los procesos dando respuestas efectivas a los requisitos de necesidades y expectativas de los clientes externos e internos es necesario contar con un modelo de gestión de calidad, puesto que se detectarán posibles anomalías y posibles mejoras, eliminando los proyectos o procesos innecesarios o imposibles para tener productos y servicios con

valor agregado y de esa forma elevar las ventas. Los procesos de la mayoría de las empresas no son eficientes ni efectivos, incidiendo negativamente en las expectativas al no cumplir con las necesidades que presentan los clientes con respecto a los productos por lo que es necesario que sean mejorados. Podemos decir entonces que con el análisis de este proyecto se pudo comprobar que la realización de un modelo de gestión de calidad si es apropiado para que las ventas en la Empresa Pinturas Unidad S.A. se incrementen.

CUNO, G. (2011) “SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD DE LA EMPRESA DE LÁCTEOS NUTRÍ LECHE S.A. SUCURSAL SAN VICENTE -CANTÓN TISALEO Y SU INCIDENCIA EN LA PRODUCTIVIDAD”.

Para mejorar las etapas d la productividad es necesario determinar un Sistema de Gestión de Calidad, de esa manera poder brindar un producto de calidad a nuestros clientes y además de un bien servicio como lo demuestran los estudios realizados, respondiendo a las necesidades de calidad y oportunidad, con una mejora de la productividad habrá más trabajo y por ende mejores ingresos que ayudara al desarrollo de sus familias y de la sociedad en general. La disponibilidad de información estadística útil, oportuna y de calidad es esencial para apoyar el desarrollo económico de las empresas, fortaleciendo económicamente a las mismas fomentando el desarrollo de sus trabajadores y en sí de toda la colectividad. Se concluye por lo tanto que con la elaboración de un sistema de gestión de calidad se puede incrementar la productividad en la Empresa Lácteos NutriLeche S.A.

CASTELO, P. (2011) “EL SISTEMA DE CALIDAD Y SU INCIDENCIA EN EL VOLUMEN DE VENTAS DE LA EMPRESA “SEGUVIT” DE LA CIUDAD DE AMBATO”.

Ofrecer un producto de calidad, mejorando el desempeño, coordinación y planificación de la producción en la empresa es muy importante, puesto que garantiza el cumplimiento de la satisfacción y expectativas del cliente. Para poder lograrlo es

necesario diseñar un Sistema de Calidad. Si se mejora la calidad del producto con la Implementación del Sistema de Calidad basado en la Norma ISO 9001:2000, se incrementarían las ventas en un mayor número, obteniendo mejores utilidades para la organización. Un precio accesible para el consumidor hace que las empresas sean competitivas y de calidad en relación a la competencia en el mercado, motivo principal para que los clientes externos realicen la compra del producto. De esta manera queda demostrado un sistema de calidad en la Empresa “SEGUVIT” le ayuda para incrementar su volumen de ventas.

PULINA, A. (2011) “ESTRATEGIAS DE MARKETING Y SU INCIDENCIA EN LA PARTICIPACIÓN DE MERCADO DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO TUNGURAHUA LTDA”.

La formación de estrategias de marketing identificando cuales son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de las organizaciones es importante para poder tener una mayor participación en el mercado. En las investigaciones realizadas se revela que para dar a conocer a la empresa es apropiado contar con un medio de comunicación auditivo como la radio, los clientes prefieren que la cooperativa a la que confían su dinero esté en el centro de la ciudad por las transacciones financieras que se realizan y el mayor porcentaje de socios utilizan el servicio de créditos para sus actividades productivas, por otra parte el ahorro y la inversión de la gente es mínima por el nivel económico de la población que es baja. Como resultado de esta investigación se determina que con la implementación de estrategias de marketing se aumenta la participación en el mercado en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tungurahua LTDA.

SÁNCHEZ, E. (2011) “ESTRATEGIAS DE VENTAS Y SU INCIDENCIA EN LA PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO DE LA EMPRESA RADIO LATACUNGA DE LA CIUDAD DE LATACUNGA”.

Para poder identificar la interrelación que existe entre vendedor-cliente que son parte principal para el desarrollo del departamento de comercialización es necesario la

existencia de estrategias de ventas en la empresa. Diseñar estrategias de ventas tiene como finalidad ayudar al departamento de comercialización para tener un mayor conocimiento de las necesidades y expectativas del cliente, generando información a la cual el departamento tenga fácil acceso. Se logró resaltar la importancia que tienen las estrategias de ventas dentro del departamento de comercialización, como una ventaja competitiva en donde las estrategias de ventas pueden convertirse en un punto clave en la participación de la empresa en el mercado. De acuerdo con esta investigación se demuestra que al diseñar estrategias de ventas la participación de mercado en la Radio Latacunga es mayor.

2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

La investigación está inmersa dentro del paradigma crítico propositivo puesto que tiene que ver con las necesidades que afronta la situación social del País y de la Provincia ya que al analizar el problema se plantea una solución a corto y mediano plazo.

La Gestión de la Calidad en los productos terminados además de ser una herramienta para detectar las debilidades y posibles amenazas que pueden ayudar a conocer como se encuentra la Fábrica frente a los demás productores de embutidos, también existirán oportunidades que se las puede aprovechar y que más tarde será una fortaleza.

El presente estudio servirá de base para que se realicen investigaciones posteriores ya que la realidad que se vive hoy en día en el tema de la Gestión de la Calidad de los Productos Terminados en la Fábrica de Embutidos “MAYBE”. Es compleja debido a que cada día se presentan nuevas propuestas o conflictos de calidad en el producto que deben ser solucionados.

2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

LEY ORGÁNICA DE SALUD⁶⁷, REGISTRO OFICIAL SUPLEMENTO 423 DE 22 DE DICIEMBRE DEL 2006.

CAPITULO I

Del derecho a la salud y su protección

Art. 6.- Es responsabilidad del Ministerio de Salud Pública:

18. Regular y realizar el control sanitario de la producción, importación, distribución, almacenamiento, transporte, comercialización, dispensación y expendio de alimentos procesados, medicamentos y otros productos para uso y consumo humano; así como los sistemas y procedimientos que garanticen su inocuidad, seguridad y calidad, a través del Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Dr. Leopoldo Izquieta Pérez y otras dependencias del Ministerio de Salud Pública;

LEY GENERAL ORGÁNICA DEL CONSUMIDOR, PUBLICADA EN EL REGISTRO OFICIAL NO 116 DEL 10 DE JULIO DEL 2000.

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

Se tomó en cuenta esta fundamentación porque garantiza el consumo de un producto o servicio de calidad para todas las personas, responsabilizando a las empresas de la calidad e incitándolas a cumplir con requerimientos necesarios para este fin.

2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

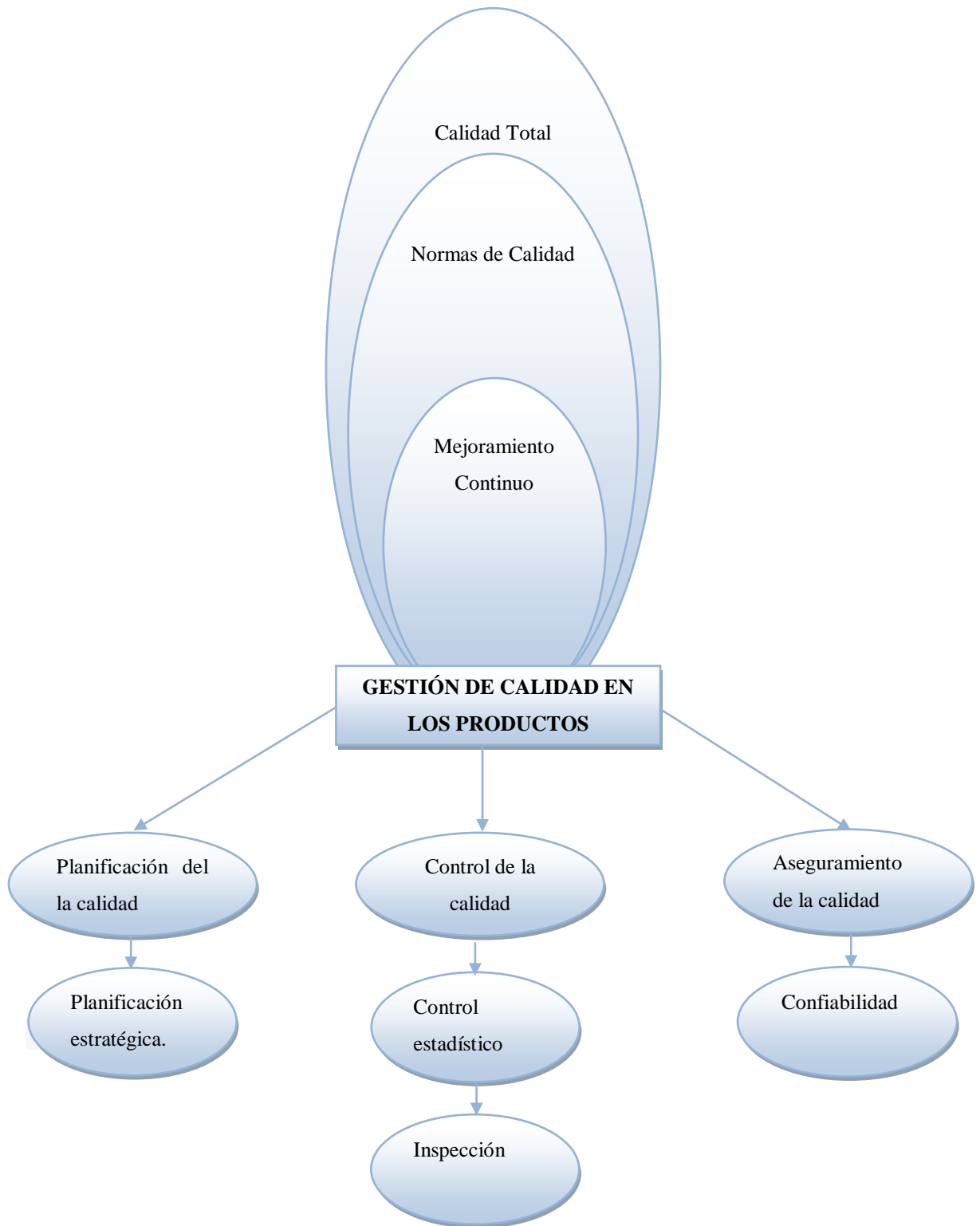


Gráfico 2.1: Variable Independiente

Fuente: Elaboración propia

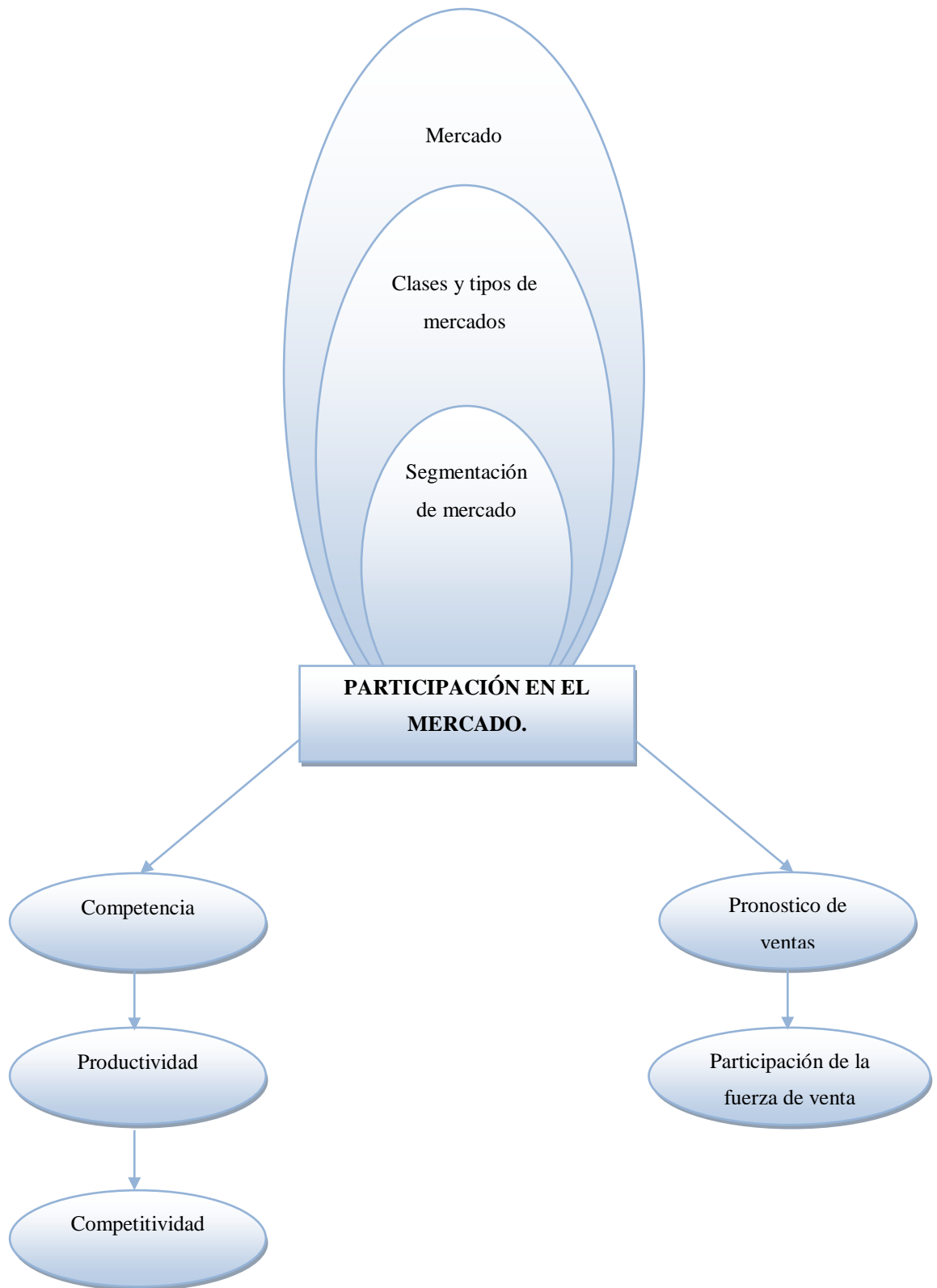


Gráfico 2.2: Variable Dependiente

Fuente: Elaboración propia

CALIDAD TOTAL.

Para Evans, J. & Linsay, W. (2008, p. 18). La calidad total es el esfuerzo de mejora firme y continua de todos en una organización para entender, satisfacer y exceder las expectativas de los clientes.

Clery, A (2000). La calidad total es un concepto, una filosofía, una estrategia, un modelo de hacer negocios y está localizado hacia el cliente. La calidad total no solo se refiere al producto o servicio en sí, sino que es la mejoría permanente del aspecto organizacional, gerencial; tomando una empresa como una máquina gigantesca, donde cada trabajador, desde el gerente, hasta el funcionario del más bajo nivel jerárquico está comprometido con los objetivos empresariales. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://www.monografias.com/trabajos6/lacali/lacali.shtml>

Espinoza (2009). La calidad total es el estudio más evolucionado dentro de las sucesivas transformaciones que ha sufrido el término a Calidad a lo largo del tiempo. En un primer momento se habla de Control de Calidad, primera etapa en la gestión de la Calidad que se basa en técnicas de inspección aplicadas a producción. Posteriormente nace el Aseguramiento de la Calidad fase que persigue garantizar un nivel continuo de la calidad del producto o servicio proporcionado. Finalmente se llega a lo que hoy en día se conoce como Calidad Total, un sistema de gestión empresarial internamente relacionado con el concepto de Mejora Continua y que incluye las dos fases anteriores. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://site.ebrary.com/lib/utasp/docDetail.action?docID=10316811&p00=calidad%20total>

Considerando las definiciones anteriores se deduce que la calidad total es un sistema de gestión empresarial para la mejora firme y continua del aspecto organizacional, en la que se incorpora el control de calidad y el aseguramiento de la calidad, todo con el fin de entender, satisfacer y exceder las expectativas de los clientes.

NORMAS DE CALIDAD

Lozano, J. (2003). Las normas de calidad se refieren a los atributos de un producto que son de interés para el mercado y el consumidor; éstas deben ser de fácil aplicación. Existen normas de calidad a escala internacional. Obtenido el 20 de Octubre de 2012, de

http://books.google.com.ec/books?id=2aL2xUPJdYMC&pg=PA24&lpg=PA24&dq=definicion+de+normas+de+calidad&source=bl&ots=YTOyIW9Ww_&sig=7dPxOdrktOVgKHt0cN6zWqGvmRs&hl=es&sa=X&ei=-7qFUP-3N8P10gHJ8IHwDw&ved=0CC0Q6AEwAA#v=onepage&q=definicion%20de%20normas%20de%20calidad&f=false

Juran, J. (2001). Existen diferentes normas internacionales que establecen modelos para implementar sistemas de la calidad. Todas definen la necesidad de establecer y mantener procesos documentados y registrar los resultados de las actividades. Indican el uso del medio escrito como soporte de información de los resultados de los procesos. Existen varios modelos aceptados y consensuados de normas, emitidas por diferentes organizaciones privadas u oficiales. Las normas internacionales de la familia ISO-9000 constituyen un modelo de sistema de gestión de la calidad y son aplicables a cualquier organización. La ISO-9000:2000 define los elementos del sistema de calidad, los cuales aseguran que una organización cuenta con un sistema de calidad, que está documentado y es efectivo. Tiene la ventaja de que puede ser aplicada a cualquier tipo de organización, es ampliamente reconocida y establece un punto de referencia para la comparación de distintas organizaciones. Obtenido el 20 de Octubre de 2012, de <http://www.paho.org/Spanish/AD/THS/EV/labs-CGC-MOD1.pdf>

Según Espinoza, R.; Jara, B.; Lizandro, L. & Sepúlveda, S. (1999). Al estar presentes esfuerzos del sector empresarial, así como de Gobierno y de organizaciones internacionales estas normas pueden ser consideradas como “intervenciones público-privadas” que buscan garantizar bienes alimenticios con niveles cualitativos aceptables para los consumidores y, al mismo tiempo, asegurar una gestión sostenible del medio

ambiente. Obtenido el 20 de Octubre de 2012, de <http://books.google.com.ec/books?id=w1QQHpCOZHQC&printsec=frontcover&dq=normas+de+la+gestion+de+la+calidad&source=bl&ots=AWSSS-VRLP&sig=2CrGryNS8LSEu0x4M8m381TaSiw&hl=es&sa=X&ei=nb2FUM6WCu2J0QGi64HoDA&ved=0CC0Q6AEwAA>

Podemos decir entonces que las Normas de Calidad son atributos que se dan a los productos para garantizar que tenga niveles aceptables para los consumidores Indican el uso del medio escrito como soporte de información de los resultados de los procesos. Existen varios modelos aceptados y consensuados de normas, las normas internacionales de la familia ISO-9000 constituyen un modelo de sistema de gestión de la calidad y son aplicables a cualquier organización.

MEJORAMIENTO CONTINUO

Según Morera, J. (2002), el Mejoramiento Continuo es un proceso que describe muy bien lo que es la esencia de la calidad y refleja lo que las empresas necesitan hacer si quieren ser competitivas a lo largo del tiempo. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/meconti.htm>

Por otro lado Según Tarí, J. (2000), la esencia de la dirección de la calidad es la mejora continua. En este sentido, el término kaizen implica una cultura de cambio constante para evolucionar hacia mejores prácticas, lo que significa mejora continua, involucrando a todos los niveles de la jerarquía organizacional. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://www.biblioteca.org.ar/libros/133000.pdf>

El mejoramiento continuo o La mejora incremental es un proceso de renovación continua realizado a través de pequeños pasos que sirven para perfeccionar los estándares existentes, estando a cargo de todos los niveles de la empresa Fea (1993).

En síntesis el mejoramiento continuo es un proceso de cambio constante en las actividades de una empresa a través de pequeños pasos que sirven para perfeccionar los estándares existentes y para que sean competitivas a largo tiempo, estando a cargo de todos los niveles de la empresa.

GESTIÓN DE LA CALIDAD

Según Serra, J. & Bugueño, G. (2004). Debe entenderse por gestión de la calidad el conjunto de caminos mediante los cuales se consigue la calidad. De tal manera una posible definición de gestión de la calidad sería el modo en que la dirección planifica el futuro, implanta los programas y controla los resultados de la función de calidad con vistas a su mejora permanente. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, http://books.google.com.ec/books?id=RxO4B0PBo_kC&pg=PA40&dq=definicion+gestion+de+la+calidad&hl=es&sa=X&ei=R15tT9O_HKXV0QHctenUBg&ved=0CDkQ6AEwAA#v=onepage&q=definicion%20gestion%20de%20la%20calidad&f=false

La Gestión de Calidad es una filosofía adoptada por organizaciones que confían en el cambio orientado hacia el cliente y que persiguen mejoras continuas en sus procesos diarios. Esto implica que su personal (Profesorado y Personal de Administración y Servicios), también puede tomar decisiones. Los principios de la Gestión de Calidad son adoptados por las organizaciones para realzar la calidad de sus productos y servicios, y de esta manera aumentar su eficiencia. (Campus de Excelencia Internacional, n.d.). Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de http://www.kalitate-katedra.ehu.es/p211-content/es/contenidos/informacion/introduccion/es_introduccion_definicion_gestion.html

Según Atienza, F. (2011). La Gestión de la Calidad, consiste en el conjunto de acciones orientadas a planificar, organizar y controlar la función de calidad de una organización, con vistas a la mejora continua de la calidad del producto y de la posición competitiva así como a optimizar la creación de valor para los grupos de interés considerados clave.

Se llega a la conclusión que la gestión de la calidad es el conjunto de actividades que la dirección realiza como: implantar un sistema adecuado y controlar los resultados para conseguir mejoras continuas en los procesos y un producto de mejor calidad, así tener mejor posición ante la competencia en el mercado con una buena imagen, estas actividades confían en el cambio orientado hacia el cliente.

PLANIFICACIÓN DE LA CALIDAD

Según López, J. (2008). La Planificación de la Calidad establece los procesos de la organización.

Entrega:

- Manuales de calidad
- Descripción de los procesos
- Caracterización de los procesos
- Responsabilidades asignadas
- Sistema de control de procesos

Comprende:

- Sistema de gestión financiera (optimizar valor de los recursos económicos para los accionistas)
- Sistema de gestión de la calidad (productos que satisfacen las necesidades del cliente)
- Sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional (bienestar laboral para los empleados)
- Sistema de gestión ambiental (desarrollo sostenible para la sociedad)

Etapas:

- Identificación de los procesos y sus secuencias (cadena de valor)
- Definir y documentar las etapas (ciclos de vida)



Gráfico 2.3: Ciclo de Vida del Producto

Fuente: <http://www.metodosexpertos.com/index.php /articulos/estrategia/158-planificar-calidad>

Según Fernández, J. (2009), la planificación de la calidad establece los objetivos y los requerimientos para la calidad, comprende:

- La planificación del producto o servicio.
- La planificación administrativa y operativa.
- La preparación de los planes de calidad.
- El establecimiento de disposiciones para el mejoramiento de la calidad.

Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://www.slideshare.net/jcfdezmxcal/conceptos-basicos-sobre-la-calidad>

Puig, J. & Durán, Fr. (2006). La planificación de la calidad es el proceso que asegura que los bienes, servicios y procesos internos cumplen con las expectativas de los clientes. Proporciona un enfoque participativo y estructurado para planificar nuevos productos, servicios y procesos. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://books.google.com.ec/books?id=dRv->

y2f2IsYC&pg=PA123&dq=planificacion+de+la+calidad&hl=es&sa=X&ei=NPRpT7a
RD8L2ggfE25mYCQ&ved=0CGAQ6AEwCA#v=onepage&q&f=false

Se resuelve que la planificación de la calidad es el establecimiento e los procesos que aseguran que un producto es de calidad y que está compuesto por:

- Planificación del desarrollo del producto.
- Planificación del desarrollo del proceso.
- Planificación de las operaciones diarias.
- La preparación de los planes de calidad.
- El establecimiento de disposiciones para el mejoramiento de la calidad.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

La planificación estratégica es un proceso que involucra a todos los miembros de la organización en el desarrollo de coincidencias entre el estado actual de la misma y su visión, su misión y sus valores fundamentales, con el propósito de centrar el interés en las actividades táctiles en el momento presentes y en el futuro. (Eisenhower, D., n.d., p. 111).

En cambio para Juran, J. (1996), la planificación estratégica empresarial es esencialmente un proceso estructurado para definir la misión general y los objetivos estratégicos de una empresa y determinar luego los medios que se han de utilizar para alcanzar esos objetivos. En el sector privado, los objetivos estratégicos están fuertemente orientados a la obtención de ingresos y, por tanto, comprenden, de forma característica, Objetivos financieros tales como ventas, ingresos netos y rendimiento de la inversión. En el sector público, los objetivos estratégicos están fuertemente orientados a una misión: la defensa nacional, la administración de justicia, la recaudación de impuestos. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://books.google.com.ec/books?id=fURB60QH1RYC&pg=PA327&dq=planificacion+estrategica+de+la+calidad&hl=es&sa=X&ei=tn18T-bbJtS3t>

weU0d2LDQ&ved=0CDUQ6AEwAA#v=onepage&q=planificacion%20estrategica%20de%20la%20calidad&f=false

Según Andrade, G. (2002), Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://www.monografias.com/trabajos11/conge/conge.shtml>, la Planificación Estratégica de la Calidad es el proceso por el cual una empresa define su razón de ser en el mercado, su estado deseado en el futuro y desarrolla los objetivos y las acciones concretas para llegar a alcanzar el estado deseado. Se refiere, en esencia, al proceso de preparación necesario para alcanzar los objetivos de la calidad.

Como resultado podemos decir que la planificación estratégica es un proceso por el cual la empresa determina su misión, visión y objetivos para después crear estrategias basadas en su situación actual en el mercado, que le ayuden a lograr su visión y objetivos.

CONTROL DE LA CALIDAD

El Control de la Calidad, lleva a cabo un conjunto de operaciones para mantener la estabilidad y evitar cambios adversos. Para mantener la estabilidad, se mide el desempeño actual y estos se comparan con las metas establecidas para tomar acciones en las diferencias que se encuentren (Juran & Godfrey, 1998). Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/sistemas-gestion-calidad-satisfaccion-cliente.htm>

Caballano (n.d.). Técnicas y actividades de carácter operativo utilizadas para cumplir los requisitos para la calidad. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://www.caballano.com/ca.htm>

Lefcovich (2009). El control de calidad es un proceso para mantener estándares, los cuales se mantienen mediante un proceso de selección, medida y corrección del trabajo,

de modo que todos los productos o servicios que surjan del proceso cumplan los estándares. El control de calidad debe efectuarse siguiendo los siguientes pasos:

- Determinar que parámetros deben controlarse o hacerse objeto de medición.
- Control antes, durante y después de producir los resultados.
- Establecer el parámetro que se desea controlar que proporcione límites de aceptabilidad y unidades de medida.
- Instalar, cuando corresponda y sea factible, un sensor en un punto apropiado del proceso que detecte la variación respecto de la especificación.
- Recoger y transmitir los datos al lugar de análisis.
- Verificar los resultados y diagnosticar la causa de la variación.
- Proponer remedios y decidir la acción necesaria para restablecer el status quo.
- Tomar las medidas convenidas y comprobar que se ha corregido la verificación.

Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://site.ebrary.com/lib/utasp/docDetail.action?docID=10316733&p00=control%20calidad%20lefcovich>

Se determina que el control de calidad es un proceso formado por técnicas y actividades de carácter operativo, utilizadas para cumplir estándares de calidad, los cuales se mantienen mediante la selección, medida y corrección del trabajo, se compara el desempeño del trabajo actual con las metas propuestas para la toma de decisiones.

LA INSPECCIÓN DE LA CALIDAD

Para Lafuente, J. & Llaguno, J. (1995), la inspección de la calidad es como: El examen de la calidad de un producto efectuado por personal independiente de los que lo han fabricado. Puede ser otro departamento de la empresa, el comprador o tercero especializado que actúe como árbitro. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de http://books.google.com.ec/books?id=w_ULBtVKf64C&pg=PA12&dq=inspeccion+de+la+calidad+definicion&hl=es&sa=X&ei=L4O6T8jhNs-26QH_qfnuCg&sqi=2&ved=0CDoQ6AEwAA#v=onepage&q=inspeccion%20de%20la%20calidad%20definicion&f=false

Según Moreno, M., Peris, F.& Gonzales, T. (2001. pp. 21- 24), la inspección de la calidad abarcaba una serie de actividades muy limitadas, como era recontar, medir, y separar, las piezas defectuosas. Además la actividad de inspección se realizaba sobre el producto final, y todos aquellos que no tenían conformidad con la especificación eran desechados o reparados. Se trabajaba, pues, de un sistema que no incorporaba ninguna actividad de prevención ni ningún plan de mejora. Lo cual implica elevados costes y no contribuye suficientemente a mejorar la eficiencia y la eficacia.

En cambio para Martínez, I., De La Fuente, A.& Treviño, P.(n.d.), la inspección es el medio por el cual se detecta la mala calidad y se asegura la buena calidad. Tradicionalmente se lleva a cabo usando métodos de trabajo intensivos que consumen mucho tiempo y son muy costosos. Como consecuencia, el tiempo de entrega de manufactura y el costo del producto se incrementa sin añadir valor real. Las inspecciones manuales se llevan a cabo después del proceso, en muchas ocasiones, después de un lapso de tiempo significativo. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de www.intelmax.com/ensanluis/images/capitulo22.ppt

En vista de lo expuesto anteriormente, se puede decir que la inspección de la calidad es el un medio para la detección de los productos terminados defectuosos, los mismos que son separados de los productos bien elaborados o de calidad. Los costos para la inspección de la calidad causan que el costo del producto se incremente sin añadir valor real.

CONTROL ESTADÍSTICO DE LA CALIDAD

Control estadístico de la Calidad (Besterfield, 1995) Consiste en el acopio, análisis e interpretación de datos para su uso en el control de calidad. Dos elementos importantes del CEC son el Control Estadístico de Procesos (CEP) y el Muestreo de Aceptación. Las gráficas de control nos muestran cómo se compara una característica a través del tiempo. Si todos los puntos están dentro de los límites y no siguen un patrón específico, se dice que el proceso está bajo control o bajo control estadístico. Los límites de control

dependen del comportamiento de los datos. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://www.slideshare.net/jcfdezmxcal/control-estadstico-de-la-calidad>

Shewhart (1931), es el primero en reconocer que la variabilidad (diferencia entre piezas o productos idénticos) es consustancial a la producción industrial, y que puede ser medida y controlada utilizando herramientas estadísticas, concretamente mediante la probabilidad. El objetivo no es eliminar la variación sino distinguir las fluctuaciones aceptables de aquellas que indican la existencia de un problema. El trabajo de Shewhart se centró en el desarrollo de técnicas estadísticas simples y métodos de representación gráfica, que permitieran ver cuándo las variaciones superaban el riesgo aceptable. Otros investigadores del grupo consiguieron avances en las técnicas de muestreo. Éstas se desarrollaron partiendo de la base de que la inspección del cien por ciento de las piezas es ineficiente. Para solucionar este problema se desarrollaron técnicas que aseguran que inspeccionando un número limitado de outputs, se sabría el porcentaje de defectos. Los especialistas enfocaron sus esfuerzos hacia el diseño de métodos de trabajo que permitan evitar los errores antes de que éstos ocurran. Fruto de estos esfuerzos surgen los enfoques de aseguramiento de la calidad y de gestión de calidad total. (Moreno, M., Peris, F. & Gonzales, T., 2001, pp. 21- 24).

El control estadístico de procesos (CEP) hay que verlo como una herramienta de mejora continua de la calidad de los productos, puesto que hoy en día se mide la calidad de un producto como un valor que es inversamente proporcional de la variabilidad que presentan sus características de calidad en el cliente, en general el CEP ayuda a la detección de causas asignables para tomar acciones en función a su naturaleza (Verdoy, P., Mahiques, M., Sagasta, S. & Sirvent, R., 2006). Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de http://books.google.com.ec/books?id=kWGWTiZXLkUC&pg=PA111&dq=control+estadstico+de+la+calidad+montgomery&hl=es&sa=X&ei=bIW6T_rnLZG36QHrsLTgCg&sqi=2&ved=0CEEQ6AEwAw#v=onepage&q&f=false

El control estadístico de la calidad es el proceso de acopio, análisis e interpretación de datos que se pueden utilizar en el control de la calidad, considerando la variabilidad en

la producción, para la mejora continua de la calidad en los productos terminados. Además, se puede representar gráficamente.

ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD

Acorde a la opinión de Andrade, G. (2010) Pág. 1 El Aseguramiento de la Calidad nace como una evolución natural del Control de Calidad, que resultaba limitado y poco eficaz para prevenir la aparición de defectos. Para ello, se hizo necesario crear sistemas de calidad que incorporasen la prevención como forma de vida y que, en todo caso, sirvieran para anticipar los errores antes de que estos se produjeran. Un Sistema de Calidad se centra en garantizar que lo que ofrece una organización cumple con las especificaciones establecidas previamente por la empresa y el cliente, asegurando una calidad continua a lo largo del tiempo. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://www.monografias.com/trabajos11/conge/conge.shtml>

Según López, C. (2001). El aseguramiento de la calidad, se puede definir como el esfuerzo total para plantear, organizar, dirigir y controlar la calidad en un sistema de producción con el objetivo de dar al cliente productos con la calidad adecuada. Es simplemente asegurar que la calidad sea lo que debe ser. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/27/asesis.htm>

El aseguramiento de la calidad queda definido, según la Organismo Internacional de Normalización (n. d.), como el conjunto de acciones planificadas y sistemáticas que son necesarias para proporcionar la adecuada confianza de que un producto o servicio satisfará los requisitos dados sobre la calidad, Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de [http://books.google.com.ec/books?id=XYP0EWLm2tkC&pg=PA80&dq=definiciona seguramiento+de+la+calidad&hl=es&sa=X&ei=xmltT5X8Ear50gGl-KDYBg&ved=0CDwQ6AEwAQ#v=onepage&q=definicionaseguramiento%20de%20la%20calidad&f=false](http://books.google.com.ec/books?id=XYP0EWLm2tkC&pg=PA80&dq=definiciona+seguramiento+de+la+calidad&hl=es&sa=X&ei=xmltT5X8Ear50gGl-KDYBg&ved=0CDwQ6AEwAQ#v=onepage&q=definicionaseguramiento%20de%20la%20calidad&f=false)

En definitiva el aseguramiento de la calidad es el conjunto de actividades de planificación, organización, dirección y control en un sistema de producción que son necesarias para la obtención de un producto de calidad que satisfagan las necesidades de los clientes.

CONFIABILIDAD

Según Pozo, J. (2000, p.49), la confiabilidad se define como la capacidad o característica de un artículo (sistema, equipo, componente u otros), que demuestra su estabilidad funcional durante un espacio requerido de tiempo o la probabilidad de que funcione de acuerdo a requerimientos, bajo condiciones establecidas por un periodo planeado de tiempo. La función de Confiabilidad es la función del tiempo de confiabilidad.

Para Ellmann, E. (2008), en el mundo moderno, el concepto de Confiabilidad adquiere gran trascendencia. Confiabilidad es la "capacidad de un ítem de desempeñar una función requerida, en condiciones establecidas". Habremos logrado la Confiabilidad requerida cuando el "ítem" hace lo que queremos que haga. Al decir "ítem" podemos referirnos a una máquina, a una planta industrial, a un proceso, a un rodado, a un sistema y también a una persona. La Confiabilidad impacta directamente sobre los Resultados de la Empresa, debiendo aplicarse no sólo a máquinas o equipos aislados sino a la totalidad de los procesos que integran la cadena de valor de la Organización. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://www.mantenimientomundial.com/sites/mmnew/bib/notas/Ellmann.pdf>

Por su lado Kerlinger (1988) define confiabilidad como... la ausencia relativa de errores de medición en un instrumento... exactitud o precisión de un instrumento de medición. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://books.google.com.ec/books?id=rKj9TupItrwC&pg=PA56&dq=confiabilidad+definicion&hl=es&sa=X&ei=JWeMT6a3DIG29QSO6Ni8CQ&ved=0CD4Q6AEwAg#v=onepage&q=confiabilidad%20definicion&f=false>

Entonces la confiabilidad es la capacidad o característica de un artículo que determina un funcionamiento estable acorde a los requerimientos del cliente durante un periodo determinado de tiempo que impacta directamente sobre los resultados de la empresa.

MERCADO

En cambio para Howard, J. (1993). El mercado es el lugar en el que se produce la interacción entre compradores y vendedores en el proceso de intercambio de artículos. En la práctica es una relación, porque la mayor parte de las compras y ventas se lleva a cabo a distancia y no en un determinado lugar. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de http://books.google.com.ec/books?id=VjMHNRom94kC&pg=PA487&dq=glosario+de+marketing&hl=es&sa=X&ei=q_JpT47XF83hggeg5pCeCQ&ved=0CFAQ6AEwAw#v=onepage&q&f=false

El mercado es un conjunto de consumidores reales y potenciales que tienen características comunes y la necesidad de un producto o servicio por el que están dispuestos a intercambiar un valor, y que la empresa está interesada en otorgar. (Garnica, C. &Maubert, C., 2009, p 127).

Según Vergara (2010).El mercado es un conjunto de acuerdos por medio de los cuales los compradores y los vendedores entran en contacto para intercambiar bienes y servicios. Algunos mercados (tiendas y puestos de frutas) requieren la coincidencia física del vendedor y el comprador. Otros mercados (la Bolsa de valores) operan a través de intermedios (los brokers) que realizan transacciones en nombre de sus clientes. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de <http://www.tueconomia.net/demanda-oferta-y-mercado/definicion-objetivo-mercado.php>

Se puede concluir que el mercado es la relación por medio de la cual los compradores y los vendedores intercambian bienes y servicio.

CLASES Y TIPOS DE MERCADO

El mercado se clasifica según Gargallo, P. (2004)en:

Competencia perfecta

Competencia imperfecta

El monopolio

El oligopolio

La competencia monopolista

Cuadro 2.1: Clasificación de los mercados según el número de demandantes y ofertantes (compradores y vendedores)

DEMANDA		<i>Un solo comprador</i>	<i>Varios compradores</i>	<i>Muchos compradores</i>
OFERTA				
Un solo vendedor		MONOPOLIO BILATERAL	Monopolio parcial	MONOPOLIO
Varios vendedores		Monopsonio parcial	Oligopolio bilateral	OLIGOPOLIO DE OFERTA
Muchos vendedores		MONOPSONIO	OLIGOPOLIO DE DEMANDA	COMPETENCIA PERFECTA

Fuente: <http://www.ecobachillerato.com/temaseco/temas/4clasesmercados.pdf>

Según Mercado, S. (1994) los tipos de mercados pueden ser:

Mercado actual. Lo constituyen todos los consumidores actuales. Es el resultado de la oferta y la demanda para cierto artículo o grupos de artículos en un momento determinado.

Mercado autónomo. Cuando los sujetos que intervienen en él llevan a cabo las transacciones, en las condiciones que libremente acuerden entre sí. Cuando no existe autonomía, entonces el mercado se denomina regulado o intervenido.

Mercado de la competencia. Es la parte del mercado que está en manos de la competencia.

Mercado de demanda. En este tipo de mercado la acción se centra en el fabricante.

Mercado de la empresa. Es la parte del mercado que la empresa domina.

Mercado gubernamental. Es el constituido por las instituciones gubernamentales.

Mercado interurbano. Se determina o denomina a las zonas que comprenden ciudades con un pequeño espacio rural entre ellas. Debido a su progresivo en el crecimiento.

Mercado de la juventud. Segmentación de mercado en función de la edad que cada vez adquiere mayor importancia.

Mercado libre. Los sujetos pueden efectuar sus transacciones en las condiciones que determinen entre sí.

Mercado de libre concurrencia. Donde hay muchos ofertantes y muchos demandantes.

Mercado normal. El sujeto considera el precio como independiente de su actuación.

Mercado objetivo. La determinación del mercado que se ha elegido para un cierto producto, servicio.

Mercado de oferta. Es aquel en el que la acción se centra fuertemente en el consumidor.

Mercado real. Es aquel del que dispone actualmente.

Mercado rural. Formado por zonas agrícolas y sus pueblos.

Mercado test. Segmento geográfico que ha sido elegido para realizar sobre él la prueba de lanzamiento de un producto.

Mercado transparente. Permite que los sujetos se pongan en estrecha relación.

Mercado urbano. Está formado por las ciudades a partir de 50,000 habitantes.

Mercado relativo. Es aquel que va a formar la empresa según la porción que le permita la competencia.

Para Pérez, J. (2004) y acorde también a la opinión de González, M. (2002), de acuerdo con las características de los compradores se tienen los dos tipos de mercados siguientes:

Los Mercados de Consumo: Dirigido al consumidor final.

Mercados de productos de consumo inmediato

Mercados de productos de consumo duradero

Mercados de servicios

Los Mercados industriales o institucionales: son objeto de transacción posterior o que se adquieren para obtener un beneficio mediante su posterior reventa.

Compradores industriales: Ejemplo: Empresas de automóviles, etc.

Compradores institucionales: Son aquellos que adquieren bienes y servicios para la obtención de productos generalmente intangibles. Ejemplo: Escuela.

Compradores intermediarios industriales: Están formados para facilitar la venta de otros productos. Ejemplo: mayoristas, minoristas.

Teniendo en cuenta la naturaleza de los productos, los mercados pueden clasificarse en:

-Mercados de productos agropecuarios y procedentes del mar.

-Mercados de materias primas.

-Mercados de productos técnicos o industriales.

-Mercados de productos manufacturados.

-Mercados de servicios.

-Mercado abierto.

Obtenida el 25 de Enero de 2012, de <http://riie.com.ar/?a=29732> y de <http://www.gestiopolis.com/canales/economia/articulos/42/conmercadhel.htm>

En síntesis podemos diferenciar a los mercados tomando en cuenta particularidades tales como: la naturaleza de su producto o al servicio que presta, características de los consumidores, el territorio al cual se dirige, número de empresas competidoras y clientes entre los más relevantes.

SEGMENTACIÓN DE MERCADO.

Para Jobber, D. & Fahy, J. (2007), la segmentación de mercado es el proceso de identificación de individuos u organizaciones con características similares que tienen repercusiones significativas para la definición de estrategias de marketing.

Según Ronkainen, H. et al (2007), por lo general, distintos grupos de clientes tienen diferentes necesidades y esperan diferentes cosas de productos específicos, es decir, su demanda es heterogénea. Esta división de los mercados para formar grupos distintos, con base en características heterogéneas (similares) se llama segmentación de mercado, y es fundamental para llegar a los clientes que necesitan obtener cosas distintas de un mismo producto. Cada una de las divisiones del mercado, o segmentos de mercados. Las estrategias de segmentación de mercado pueden ser:

Estrategias de metas no diferenciadas: es la estrategia de mercado meta en la que una mezcla de marketing adecuada se puede aplicar a todos los miembros del mercado.

Estrategia concentrada: Es la estrategia de mercado meta en la cual la empresa elabora sólo una mezcla de marketing y la dirige hacia unos cuantos segmentos rentables del mercado o tal vez sólo hacia uno.

Estrategia diferenciada: Es la estrategia de mercado meta donde la empresa elabora distintas mezclas de marketing, cada una creada de manera especial para cada segmento de mercado.

Kerin, R., Hantley, S. & Rudelius, W. (2009), la segmentación de Mercado consiste en dividir a los compradores potenciales en grupos que: 1) tengan necesidades comunes y 2) responden de manera similar a una acción de marketing. Los grupos que resultan de este proceso son los segmentos de mercado, cada uno de ellos un conjunto más o menos heterogéneo de compradores potenciales. La existencia de distintos segmentos de mercado ha hecho que las empresas usen una estrategia de marketing de diferenciación de productos. Esta estrategia implica que una empresa utilice actividades variadas de la mezcla de marketing.

Como resultado la segmentación de mercado es el proceso de división de los consumidores basándose en características similares, para poder determinar las estrategias de marketing, y es fundamental para llegar a los clientes que necesitan obtener cosas distintas de un mismo producto.

PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

Para Porta, O. (2011), en Marketing, el porcentaje de participación de mercado de un producto es igual al valor de sus ventas absolutas dividido entre las ventas totales del mercado o segmento, multiplicado por 100. La participación de mercado representa la porción disponible en un mercado o segmento determinado. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de <http://www.andronikos.org/?p=1419>.

Lamb, Ch. (2006) Pág. 708, la participación de mercado es igual a las ventas de productos de una compañía como porcentaje de las ventas totales de la industria.

La participación de mercado es la proporción de los ingresos por venta de la compañía sobre el total de los ingresos por venta de todas las empresas de su ramo, incluida ella misma. (Kerin, R., Berkowitz, E., Hantley, S. & Rudelius, W., 2004).

Según Jiménez, S. et al (2007), cuando se analiza el mercado se trata de conocer una serie de datos que nos facilitarán de forma simple nuestro posicionamiento en el mismo y como consecuencia, la toma correcta de decisiones. . Obtenida el 26 de Enero de 2012, de <http://www.marketingdeservicios.com/blog/conceptos-basicos/participacion-de-mercado/>

Se resuelve que la participación de mercado es el porcentaje de los ingresos por ventas de una empresa en relación con las ventas totales en el mercado o segmento de mercado en un tiempo determinado. Y a través de esta investigación saber el nivel de posicionamiento de la empresa.

COMPETENCIA

Para Iniesta, L. (2004). La competencia es cualquier empresa o marca que ofrezca en nuestro mercado y sector productos similares a los nuestros (competencia directa) o sustitutivos de los mismos (competencia indirecta o concurrencia). La convivencia en un mismo mercado con otras marcas y productos, hace que, en la práctica, la totalidad de las decisiones estratégicas, tácticas y operativas del plan de marketing deban tomarse habida consideración de la competencia directa e indirecta con la que tengamos que enfrentarnos y con la que de manera constante nos comparará y valorará la demanda. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de <http://books.google.com.ec/books?ei=TN9pT76sKc3rggfawrSoCA&hl=es&id=E65X10k9WIYC&dq=DICCIONARIO++DE+MARKETING&q=CIMPETENCIA#v=onepage&q=CIMPETENCIA&f=false>

De una manera simplificada según Kerin, R., Berkowitz, E., Hantley, S. & Rudelius, W. (2004). La competencia se define como: Las empresas alternas que proporcionan un producto para satisfacer las necesidades específicas de un mercado.

Según Soberanis, J.(n.d.). La competencia incluye todos los ofrecimientos reales y potenciales y los sustitutos que un comprador pudiese considerar. Se distinguen cuatro niveles de competencia, con base en cuán sustituibles sean sus productos.

- Competencia de marca: Ofrecen un producto y servicios a precios similares.
- Competencia de industrias: Generan el mismo producto o clases de productos.
- Competencia de forma: Empresas que proporcionan el mismo servicio.
- Competencia genérica: Compiten por el mismo dinero de los consumidores.

Obtenida el 26 de Enero de 2012, de <http://www.mitecnologico.com/Main/ConceptosCentralesDeMercadotecnia>.

Finalmente se puede decir que la competencia es cualquier empresa o marca que ofrece productos iguales, similares o sustitutos que un comprador pudiese considerar al momento de comprar. Se debe tomar en cuenta a la competencia en las decisiones estratégicas, tácticas y operativas del plan de marketing.

PRODUCTIVIDAD

Ruiz, G. (2009). La productividad, se define normalmente como la relación entre la producción obtenida por un sistema de producción o servicios y los recursos utilizados para obtenerla. También puede ser definida como la relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos: cuanto menor sea el tiempo que lleve obtener el resultado deseado, más productivo es el sistema. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de <http://cangurorico.com/definicion-de-productividad>.

Carballal, E. (2006). El concepto más generalizado de productividad es el siguiente:

Productividad = $\frac{\text{Producción}}{\text{Resultados Logrados}} = \frac{\text{Insumos}}{\text{Recursos Empleados}}$

De esta forma se puede ver la productividad no como una medida de la producción, ni de la cantidad que se ha fabricado, sino como una medida de lo bien que se han combinado y utilizado los recursos para cumplir los resultados específicos logrados. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de http://www.elprisma.com/apuntes/ingenieria_industrial/productividadconceptos/

Gavaldá, J. (2009). La productividad puede definirse, simplemente, como la proporción entre entradas y salidas. La entrada se refiere a la energía empleada en los procesos necesarios para producir las salidas. Cuanto mayor sea el esfuerzo empleado, mayores serán las entradas y, por consiguiente, menor la productividad. Las salidas son todo lo que se produce, mientras que las entradas son todo lo utilizado.

Se resuelve que la productividad es la medida de lo bien que se han combinado y utilizado los recursos para cumplir los resultados específicos logrados, esta medida se obtiene de la relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos: cuanto menor sea el tiempo que lleve obtener el resultado deseado, más productivo es el sistema de producción o de servicio.

COMPETITIVIDAD

Es la capacidad que tienen los productos, de penetrar, abarcar y conservar los mercados. Esta capacidad no tiene que ser espúrea, es decir, no debe estar soportada por mecanismos artificiales, pues, de existir estos, la sostenibilidad de las condiciones competitivas será endeble. Sin embargo, debe tener claro que la capacidad competitiva es, por lo general, el resultado de la actividad empresarial y el entorno de políticas en la que se desarrolla. (Mora, F., 1998). Obtenida el 26 de Enero de 2012, de http://books.google.com.ec/books?id=IYK_5rcCE0QC&pg=PA227&dq=competitividad+definicion&hl=es&sa=X&ei=JCeMT5jrI5OE8QTpt7jRCw&ved=0CGAQ6AEwBw#v=onepage&q=competitividad%20definicion&f=false

Según De la Fuente, O. (n.d.), la competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado. Las ventajas comparativas surgen de la posibilidad de obtener con menores costos ciertos insumos, como recursos naturales, mano de obra o energía. Las ventajas competitivas se basan en la tecnología de producción, en los conocimientos y capacidades humanas. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de <http://www.zonaeconomica.com/definicion/competitividad>.

Según Fallas., H., Fichet, G.&Garnier, L. (1994), la competitividad es la capacidad de un país de mantener y aumentar sus exportaciones, en un marco de crecimiento. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de <http://books.google.com.ec/books?id=HKCtTtuAUKAC&pg=PA172&dq=competitividad+definicion&hl=es&sa=X&ei=JCeMT5jrI5OE8QTpt7jRCw&ved=0CGQQ6AEwCA#v=onepage&q=competitividad%20definicion&f=false>

En resumen la competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país para tener rentabilidad en el mercado en relación a los competidores dando como resultado una gran participación en el mercado.

PRONÓSTICO DE VENTAS

Estimado de ventas probables para la marca del producto de una compañía durante un tiempo establecido en un mercado específico y asumiendo el uso de un plan de marketing predeterminado (Stanton, W. Etzel, M. & Walker Br., 2007, p. 726).

El pronóstico de ventas según Herrera, V. (2010). Es la estimación o previsión de las ventas de un producto (bien o servicio) durante determinado período futuro. Los pronósticos vienen a ser indicadores de realidades económico-empresariales (básicamente la situación de la industria en el mercado y la participación de la empresa

en ese mercado).Obtenida el 26 de Enero de 2012, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Fuerza-De-Ventas/93858.html>

García. J. (2011). El pronóstico de ventas siempre será la parte más importante de un plan de mercadeo y aún del Plan estratégico de la compañía, ya que toda la empresa se moverá para adaptarse a la cifra futura de ventas del próximo periodo; la división de Producción deberá prepararse para poder fabricar las nuevas cantidades informadas por la división comercial o de mercadeo, esto puede implicar aumento de capacidad, la cual se puede conseguir o con compra de más maquinaria o con tercerización (outsourcing), a su vez deberá contratar personal adicional para dicho aumento de capacidad. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de <http://www.monografias.com/trabajos85/pronosticos-ventas/pronosticos-ventas.shtml>

Se determina que el pronóstico de ventas la estimación de las ventas de un producto (bien o servicio)durante un tiempo establecido en un mercado específico y asumiendo el uso de un plan de marketing predeterminado, esta última es la parte más importante ya que toda la empresa se moverá para adaptarse a la cifra futura de ventas del próximo periodo.

PARTICIPACIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS

Participación de la fuerza de ventas según Pazmiño, A. (2010). Consiste en pronosticar las ventas con las estimaciones de la fuerza de venta (vendedores, distribuidores, jefes de ventas, etc.). Este método puede generar pronósticos muy precisos si los vendedores son personas competentes ya que el vínculo directo con el mercado los hace personas claves y aptas para hacer dicho pronóstico. La limitantes que por lo general la fuerza de ventas no domina lasherramientas estadísticas, métodos, etc. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de <http://es.scribd.com/doc/55118199/42/Metodos-cualitativos>

Tiene su fundamento en que los vendedores están cerca de los clientes y los conocen, saben sus gustos y preferencias y sus intenciones de compra al futuro. En este método

se pide a cada vendedor que haga un pronóstico de las ventas de su o sus productos en sus territorios o clientes asignados, el pronóstico final es igual a la suma de los pronósticos individuales. (Sánchez, 2011)

Como conclusión podemos decir que la participación de la fuerza de venta consiste en pronosticar las ventas con las estimaciones de la fuerza de venta, es decir, los conocimientos que los vendedores tengan de los clientes con respecto a sus gustos y preferencias y sus intenciones de compra.

2.5. HIPÓTESIS

2.5.1. Problema

¿Cómo influye la gestión de la calidad en la participación de mercado en la Fábrica de Embutidos MAYBE del Cantón Latacunga en el año 2011?

2.5.2. Hipótesis

La implementación de un Sistema de Gestión de Calidad en los productos terminados permitirá una mayor participación de mercado de los Embutido MAYBE.

2.6. SEÑALAMIENTO DE VARIABLES

X: Gestión de la Calidad

Y: Participación de Mercado

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE

De acuerdo con el paradigma Crítico Propositivo, escogido para describir filosóficamente el presente proyecto de investigativo, se utilizará el enfoque Cualitativo, debido a que en el problema se utilizó técnicas cualitativas para comprender en su totalidad el fenómeno, logrando una visión más amplia en los aspectos globales del mismo. A partir de esta incursión se definieron las preguntas de investigación y se formulan las hipótesis.

En la fase de recolección de datos para el análisis se utilizará técnicas de ambos enfoques, una para profundizar el conocimiento el mismo, y otra para lograr precisión en los datos que permitan asumir conclusiones y generalizaciones a partir de estos. Así, podemos lograr la profundidad en la comprensión del fenómeno en estudio y la precisión que permitirá otorgarle validez y confiabilidad a los datos.

3.2. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

Para la ejecución de la presente investigación utilizamos las siguientes modalidades:

Investigación Bibliográfica

Para el estudio de la investigación acudiremos a información de primera mano mediante la lectura de libros, tesis de grado, páginas web, datos estadísticos del INEC, que tienen una estrecha relación con el tema objeto de estudio, Con el fin de ampliar y profundizar nuestros conocimientos acerca de enfoques, teorías, conceptualizaciones basadas en la gestión de calidad en los productos terminados y participación de mercado.

Investigación de Campo

Se realizará esta investigación mediante la visita a la empresa para tener más conocimiento de lo que sucede en el interior y entorno donde se desenvuelve la Fábrica de embutidos MAYBE, teniendo la posibilidad de tener el contacto directo entre el investigador y la realidad. Para la recolección aplicaremos técnicas como la entrevista, encuesta, observación, etc. para obtener información de primera, de acuerdo con los objetivos del proyecto en estudio.

3.3. NIVEL O TIPO DE LA INVESTIGACIÓN

Para la ejecución del presente proyecto se utilizarán los siguientes tipos e investigación:

Investigación Exploratoria.

La aplicación de esta investigación nos ayudará definir con claridad el planteamiento del problema y la formulación de su hipótesis, logrando así seleccionar la metodología que se utilizará en la investigación, se aplicará encuestas para obtener información clara, veraz y oportuna que nos ayude a conocer ampliamente el problema de investigación.

Investigación Descriptiva.

Se aplicará la investigación descriptiva para el estudio que se realizará en la Fábrica de Embutidos “MAYBE”, en vista que permitirá identificar las características del problema, recolectando datos a través de encuestas y describiendo las tendencias de un grupo o población para entender de mejor manera el problema de investigación.

Investigación Asociación de Variables.

La investigación que se realizara nos permitirá medir el grado de relación que existe entre la variable independiente (Gestión de calidad los productos terminados) y la variable dependiente (Participación de mercado); siempre utilizando la investigación científica.

Investigación Explicativa.

Permitió llegar a la conclusión de por qué ocurre este problema y en qué circunstancias se presenta, o porque se relacionan esas dos variables. También nos condujo a recomendaciones para poder formular posibles propuestas de solución al problema.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

La población o Universo de esta investigación está identificada por las unidades de Observación, en este caso existe una población de 10 clientes internos que trabajan en la fábrica de embutidos MAYBE. Mientras que los clientes externos, están formados por los habitantes económicamente activos de Latacunga que son 106.044 personas (170.489 total habitantes X 62.2% porcentaje nacional PEA- INEC Resultados del censo 2010). Por lo que es necesario determinar una muestra.

Población Finita

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{Z^2 \cdot P \cdot Q + Ne^2}$$

n= Tamaño de muestra.

N= Población 106.044

Z= Nivel de Confiabilidad (1,96).

e= Error Muestral (0,05).

P= Probabilidad de ocurrencia (0,5).

Q= Probabilidad de no ocurrencia (0,5)

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5) (106.044)}{(1,96)^2 (0,5) (0,5) + (106.044) (0,05)^2}$$

$$n = \frac{(3,8416) (0,25) (106.044)}{0,9604 + 265.11}$$

$$n = \frac{101.844,6576}{266,0704}$$

$$n = 382.77$$

$$n = 383$$

3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Cuadro3.1: Matriz de Operacionalización de la Variable Independiente

Hipótesis: La implementación de un Sistema de Gestión de Calidad en los productos terminados aumentará la participación en el mercado de los Embutido MAYBE..

Variable Independiente: Gestión de la Calidad.

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA E INSTRUMENTO
<p>Gestión de la Calidad:</p> <p>Se llega a la conclusión que la gestión de la calidad es el conjunto de actividades que la dirección realiza como: implantar un sistema adecuado y controlar los resultados para conseguir mejoras continuas en los procesos y un producto de mejor calidad, así tener mejor posición ante la competencia en el mercado con una buena imagen, estas actividades confían en el cambio orientado hacia el cliente.</p>	Actividades orientadas a la calidad	Muy satisfactoria Satisfactoria Poco satisfactoria Insatisfactoria	Cree usted que las actividades orientadas a la medición de la calidad en la Fábrica MAYBE son?	<p>Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario dirigido a los clientes internos</p>
	Resultados	Alta Media Baja	Según su criterio ¿La productividad presentada últimamente en la Fabrica MAYBE es?	
		Semana Mes Trimestre Semestre Año	¿La empresa realiza análisis y medición de procesos cada?	
	Sistemas de Calidad	Buenas Prácticas de higiene. Sistema de Análisis de Riesgos. Sistema de certificación ISO.	¿Qué sistemas de gestión de calidad considera se debería implementar en los procedimientos para mejorar la calidad del producto en la Fabrica MAYBE?	

	Producto	Excelente Muy buena Buena Regular Mala	¿Cómo calificaría usted la calidad de los embutidos MAYBE?	
	Competencia	Don Diego Maybe La Madrileña Plunrose Otros	¿De las siguientes marcas ¿cuál considera que es de mejor calidad?	
	Imagen	Muy satisfactoria Satisfactoria Poco satisfactoria Insatisfactoria	¿Cuál es la imagen que actualmente tiene de los Embutidos MAYBE?	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario dirigido a los clientes externos

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro3.2: Matriz de Operacionalización de la Variable Dependiente

Hipótesis: La implementación de un Sistema de Gestión de Calidad en los productos terminados aumentará la participación en el mercado de los Embutido MAYBE.

Variable Dependiente: Participación en el Mercado.

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA E INSTRUMENTO
Participación en el Mercado: Es el porcentaje de los ingresos por ventas de una empresa en relación con las ventas totales en el mercado o segmento de mercado en un tiempo determinado. Y a través de esta investigación saber el nivel de posicionamiento de la empresa en el mercado.	Posicionamiento en el mercado	Don Diego Maybe La Madrileña Plunrose Otros	¿Qué marca de embutidos considera que tiene la mayor participación en el mercado?	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario dirigido a los clientes internos
	Segmentación de mercado	Niños Adolescentes Jóvenes Adultos Tienda de barrio Mercados Supermercados Distribuidores Otros A diario Semanal Quincenal	En el hogar ¿Cuál es la persona que más consume embutidos? ¿En qué lugar suele comprar sus embutidos? ¿Con qué frecuencia usted compra embutidos?	Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario dirigido a los clientes externos

		<p>Mensual Mayor a un mes</p> <p>Precio Calidad Marca Sabor Otros</p> <p>Si No</p> <p>Alta Media Baja</p>	<p>¿Qué características toma en cuenta para comprar los embutidos?</p> <p>¿Conoce usted el producto que ofrece la Fábrica de Embutidos MAYBE?</p> <p>¿Cómo calificaría usted a la aceptación en el mercado de los embutidos MAYBE?</p>	<p>Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario dirigido a los clientes externos</p>
--	--	---	--	---

Fuente: Elaboración Propia.

3.6. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Cuadro 3.3: Plan de Recolección de Información

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿PARA QUÉ?	Para profundizar los conocimientos relacionados con el tema de investigación y así lograr comprender e interpretar los hechos, fenómenos y relaciones de un determinado ámbito de la realidad.
¿DE QUÉ PERSONAS U OBJETOS?	La recolección de información se aplicará a Distribuidores, Empleados y Consumidores finales de la Fábrica de Embutidos “MAYBE”. Distribuidores de la Fábrica.
¿SOBRE QUÉ ASPECTOS?	Estarán basados en La Gestión de la Calidad en el producto terminado y Participación de mercado.
¿QUIEN O QUIENES?	Investigadora: Belén Ruiz
¿CUÁNDO?	La recolección de la información se la realizará todo el tiempo que sea necesario empezando desde la indagación del problema en estudio desde Enero de 2012 a Julio de 2012.
¿DÓNDE?	En el Cantón Latacunga
¿CUANTES VECES?	Clientes Internos – 10 Distribuidores – 398
¿QUÉ TÉCNICA DE RECOLECCIÓN?	Encuestas
¿CON QUÉ?	Para ello se elaborará cuestionarios de preguntas.
¿EN QUÉ SITUACIÓN?	Favorable porque existe la colaboración de la empresa.

Fuente: Elaboración Propia

Para la ejecución de la siguiente investigación se utilizará las siguientes técnicas de investigación:

Cuadro 3.4: Técnicas de Investigación

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES
1. Investigación secundaria.	1.1 Lectura científica 1.2 Fichaje	1.1.1 Ficha Páginas web 1.2.1 Fichas Bibliográficas
2. Investigación primaria.	2.1 Observación 2.2 Encuesta	2.1.1 Ficha de observación 2.2.1 Cuestionario

Fuente: Elaboración Propia

3.7. PROCEDIMIENTOS Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

PLAN DE PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN

Revisión crítica de la información recogida; es decir, limpieza de información defectuosa: contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.

Repetición de la recolección, en ciertos casos individuales, para corregir fallas de contestación.

Tabulación o cuadros según variables: Manejo de información, estudio estadístico de datos para presentación de resultados.

Representación gráfica: El material tabulado se lo graficará por medio de pasteles y diagramas de barras y pasteles

Análisis e interpretación de resultados.

Análisis de los resultados estadísticos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis. Interpretación de los resultados, con apoyo del marco teórico, en el aspecto pertinente.

Comprobación de hipótesis.

La hipótesis de la investigación será comprobada utilizando el método de Chi – Cuadrado.

Cálculo Matemático.

$$X^2 = \sum \frac{(fo - fe)^2}{fe}$$

En donde:

X^2 = Notación para Chi 2

fo = Frecuencias observadas

fe = Frecuencias esperadas

Tabla 3.1: Diseño de la tabla para el procedimiento de Chi 2

$X^2 = \sum \frac{(fo - fe)^2}{fe}$	fo	fe	fo- fe	(fo-fe) ²	(fo-fe) ²
					fe
Alternativas Cliente Interno					
Alternativas Clientes Externos					
$X^2_c =$					

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

Una vez que se recoja la información se emitirán las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1- ANALISIS DE RESULTADOS

Para realizar la recolección de información se utilizó como instrumento cuestionario, el mismo que se aplicó a los clientes internos de la Fábrica de Embutidos MAYBE que son 12 personas y a los clientes externos que son 383 personas que consumen embutidos, resultado del tamaño de la muestra obtenido de un universo de 665 personas que corresponden a la población económicamente activa en el Cantón Latacunga.

Para el procesamiento y tabulación de la información obtenida en las Encuestas, se utilizó el programa estadístico SPSS, los datos son medibles y los resultados están expresados gráficamente en pasteles y diagramas de barras.

4.2. INTERPRETACIÓN DE DATOS.

Una vez recolectados los datos de la investigación de campo y luego de realizada la respectiva tabulación se formula el análisis e interpretación de la información.

Encuesta dirigida a los Clientes Internos:

Pregunta No. 1

Cree usted que las actividades orientadas a la medición de la calidad en la Fábrica MAYBE son:

Tabla 4.1: Resultado de las Actividades de Medición de la Calidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy Satisfactorio	1	8,3	8,3	8,3
	Satisfactorio	9	75,0	75,0	83,3
	Poco Satisfactorio	2	16,7	16,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

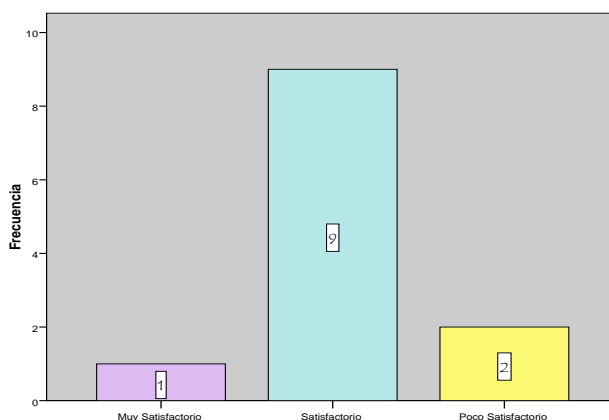


Gráfico 4.1: Resultado de las Actividades de Medición de la Calidad

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

Análisis: El 75% de los empleados mencionaron que las actividades de medición de la calidad son satisfactorias. El 16.7% en cambio dijeron que aquellas actividades son poco satisfactorias y tan solo el 8.3% consideraron que son muy satisfactorias.

Interpretación: Concluyen más de la mitad de los empleados que las actividades utilizadas para asegurar la calidad de los productos por la empresa son buenas pero necesitan ser mejoradas para ofrecer al mercado un producto de excelencia y con garantías.

Pregunta No. 2

Según su criterio ¿La productividad presentada últimamente en la Fabrica MAYBE es?

Tabla 4.2: Productividad en la Fábrica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	10	83,3	83,3	83,3
	Media	2	16,7	16,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

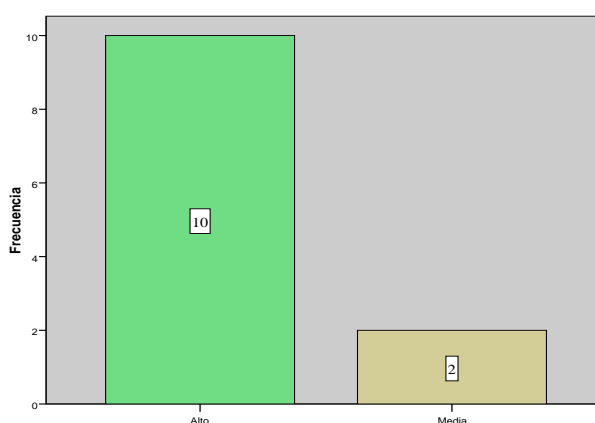


Gráfico 4.2: Productividad en la Fábrica

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

Análisis: La productividad actualmente ha sido alta para el 83,3% de los clientes internos de la empresa, y para el 16,7% de ellos la productividad por lo contrario solo ha sido media.

Interpretación: Exponen la mayor parte los clientes internos que la buena utilización de los recursos en la producción, que contribuye a la elaboración del producto en menos tiempo, ha logrado que se alcancen los resultados esperados por la empresa, los mismos que tienen expectativas muy limitadas.

Pregunta No. 3

¿La empresa realiza análisis y medición de procesos cada?

Tabla 4.3: Periodo para el Análisis y Medición de Procesos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Semana	3	25,0	25,0	25,0
	Mes	7	58,3	58,3	83,3
	Trimestre	2	16,7	16,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

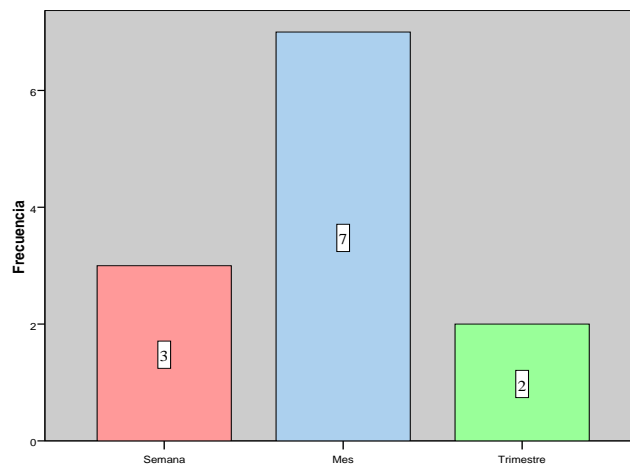


Gráfico 4.3: Periodo para el Análisis y Medición de Procesos

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

Análisis: Del 100% de los empleados de la Fábrica de Embutidos MAYBE, el 58,3% dice que los análisis y mediciones de los procesos en la producción se realizan cada mes, el 25% que aquellas actividades se realizan cada semana y el 16.7% cada trimestre.

Interpretación: La empresa usa actividades de análisis y medición en el proceso de fabricación de embutidos cada mes, convirtiéndose este en el periodo promedio para un control de calidad en los productos. Pero se debería considerar un control más oportuno en un tiempo más corto de los procesos.

Pregunta No. 4

¿Qué sistemas de gestión de calidad considera que se debería implementar para mejorar la calidad del producto en la Fabrica MAYBE?

Tabla 4.4: Sistemas de Gestión de Calidad para la Fabrica

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Buenas Prácticas de Higiene	7	58,3	58,3	58,3
	Sistema de Certificación de Calidad ISO	5	41,7	41,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

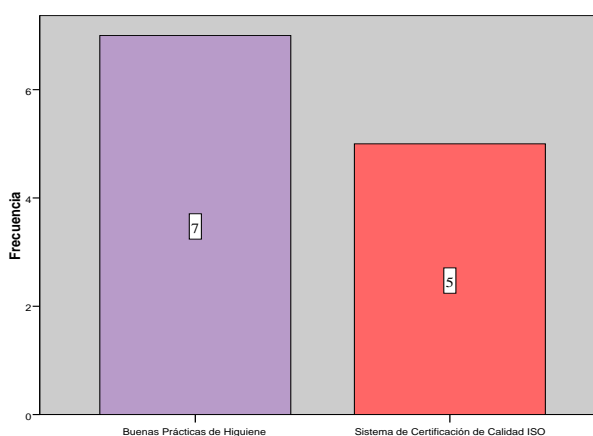


Gráfico 4.4: Sistemas de Gestión de Calidad para la Fabrica

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

Análisis: El 58.3% de los trabajadores opina que sería bueno implementar las buenas prácticas de higiene en la Fábrica de Embutidos MAYBE y el 41.7% menciona que se debería tener un Sistema de Certificación ISO para la empresa.

Interpretación: Los resultados son equitativos. Las buenas prácticas de higiene al momento de la elaboración del producto es primordial para los encuestados, la implementación de un sistema más técnico, como el de certificación de calidad ISO, es mucho más beneficiosa para la fábrica y los empleados son conscientes de esta realidad.

Pregunta No. 5

¿Qué marca de embutidos considera que tiene la mayor participación en el mercado?

Tabla 4.5: Marca con Mayor Participación en el Mercado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Don Diego	8	66,7	66,7	66,7
	MAYBE	4	33,3	33,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

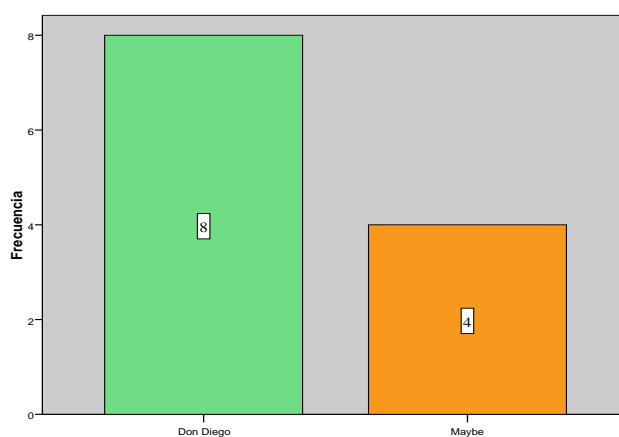


Gráfico 4.5: Marca con Mayor Participación en el Mercado

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

Análisis: Del 100% de los empleados, el 66,7% piensa que los embutidos Don Diego tienen la mayor participación en el mercado del cantón Latacunga, y el 33,3% en cambio dicen que son los embutidos MAYBE.

Interpretación: Identifican la mayoría de los empleados, aunque la lealtad y confianza hacia la empresa es grande, que los embutidos MAYBE no tienen la mayor participación en el mercado, como la tienen los embutidos Don Diego en el Cantón Latacunga.

Encuesta dirigida a los clientes externos:

Pregunta No. 1

¿Con qué frecuencia usted compra embutidos?

Tabla 4.6: Frecuencia de Compra

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A Diario	73	19,1	19,1	19.1
	Semanal	96	25,1	25,1	44.1
	Quincenal	107	27,9	27,9	72.1
	Mensual	82	21,4	21,4	93,5
	Mayor a un mes	25	6,5	6,5	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

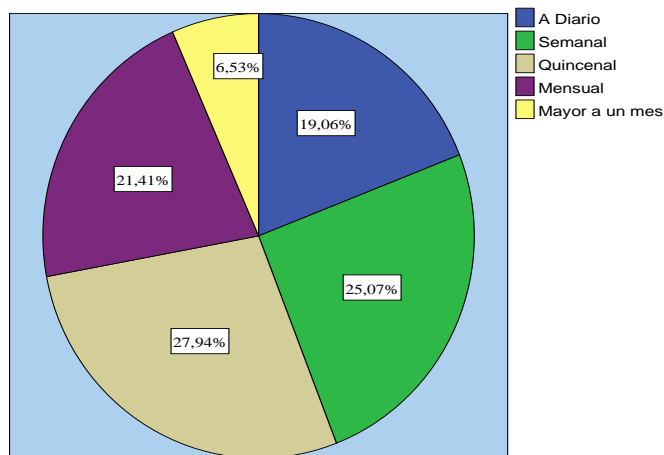


Gráfico 4.6: Frecuencia de Compra

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

Análisis: Del 100% de los encuestados, el 27,9% compran embutidos cada quince días, el 25,1% de forma semanal, 21,4% mensualmente, el 19,1% a diario, y finalmente tan solo un 6,5% adquieren sus embutidos cada seis meses.

Interpretación: Los resultados en cuanto a la frecuencia de compra definen que son muy divergentes entre los encuestados, ya que la percepción de cada qué tiempo compran embutidos es diferente, mientras que unos compran embutidos en periodos bien cortos de tiempo otros lo hacen en lapsos más amplios.

Pregunta No. 2

En el hogar ¿Cuál son la personas que más consume embutidos

Tabla 4.7: Personas que más Consumen Embutidos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Niños	161	42,0	42,0	42,0
	Adolescentes	98	25,6	25,6	67,6
	Jóvenes	117	30,5	30,5	98,2
	Adultos	7	1,8	1,8	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

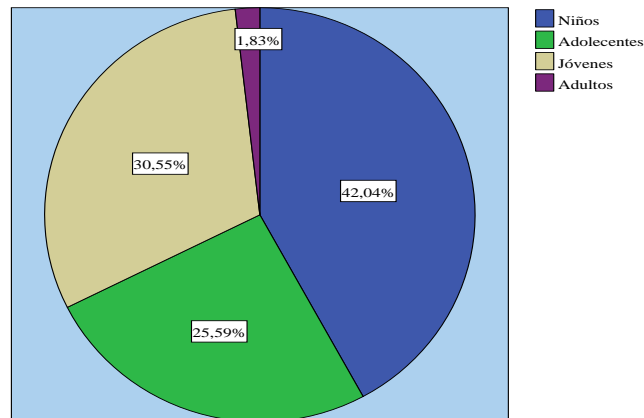


Gráfico 4.7: Personas que más Consumen Embutidos

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

Análisis: El 42% de los encuestados mencionaron que las personas que más consumen embutidos son los niños, el 30,5% dijeron en cambio que son os jóvenes, el 25,6% que los adolescentes, y por ultimo tan solo el 1,8% señalaron que los adultos.

Interpretación: Una cantidad considerable de clientes externos estiman que las personas que más consumen embutidos son los niños, por tal motivo se debe ofertar productos de calidad, porque los padres cuidan suelen cuidar con gran interés la alimentación de sus hijos.

Pregunta No. 3

¿En qué lugar suele comprar sus embutidos?

Tabla 4.8: Lugar de Compra

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Tiendas de Barrio	153	39,9	39,9	39,9
	Mercados	42	11,0	11,0	50,9
	Supermercados	175	45,7	45,7	96,6
	Distribuidores	13	3,4	3,4	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

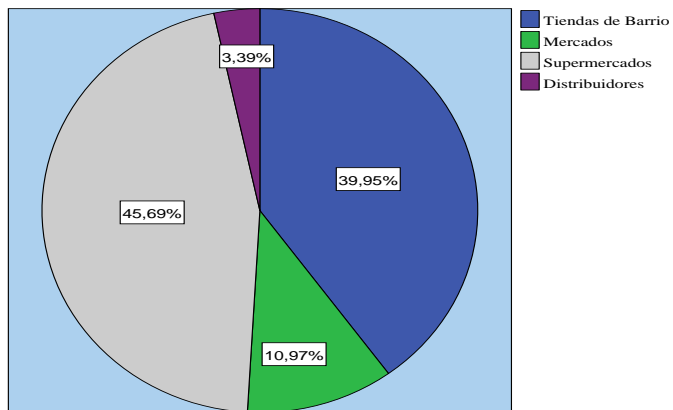


Gráfico 4.8: Lugar de Compra

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

Análisis: En cuanto a la tabla 4.9, respecto al lugar de compra, el 45,7% de los encuestados compran sus embutidos en supermercados, el 39,9% en tiendas de barrio, e, 11% en mercados y el 3.4% compran embutidos a través de distribuidores.

Interpretación: Los resultados ilustran que un número notable de encuestados compran sus embutidos en supermercados, y también en tiendas de barrio, por lo que se debería mostrar el producto en supermercados y también en más tiendas de barrio.

Pregunta No. 4

¿Qué características toma en cuenta para comprar los embutidos?

Tabla 4.9: Características al Momento de Comprar Embutidos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Precio	122	31,9	31,9	31,9
	Calidad	178	46,5	46,5	78,3
	Marca	56	14,6	14,6	93,0
	Sabor	27	7,0	7,0	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

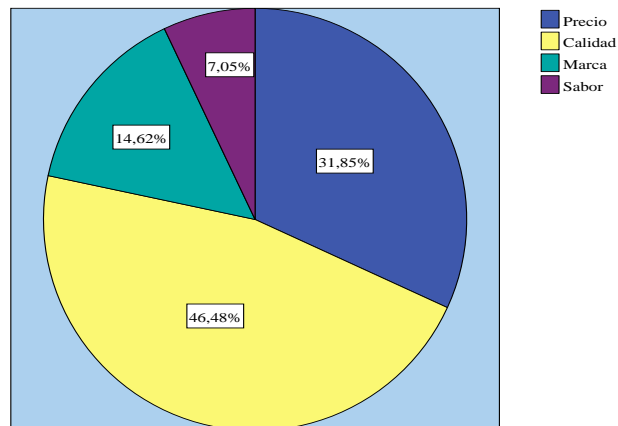


Gráfico 4.9: Características al Momento de Comprar Embutidos

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

Análisis: Del 100% de los encuestados, el 46,5% al momento de la compra prefieren embutidos que sean de calidad, el 31,9% se fijan más en el precio antes de adquirir el producto, el 14,6% ven la marca y el 7% el sabor.

Interpretación: Se concluye que la empresa debería direccionar sus esfuerzos en generar productos que sean de calidad que a su vez mejora la imagen de la empresa, después en que el precio sea razonable y aceptable en el mercado, de esa forma captar más clientes en el mercado, y por consiguiente tener más participación de mercado en el Cantón Latacunga.

Pregunta No. 5

¿Conoce usted el producto que ofrece la Fabrica d Embutidos MAYBE?

Tabla 4.10: Conocimiento de la Fabrica MAYBE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	121	31,6	31,6	31,6
	No	262	68,4	68,4	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

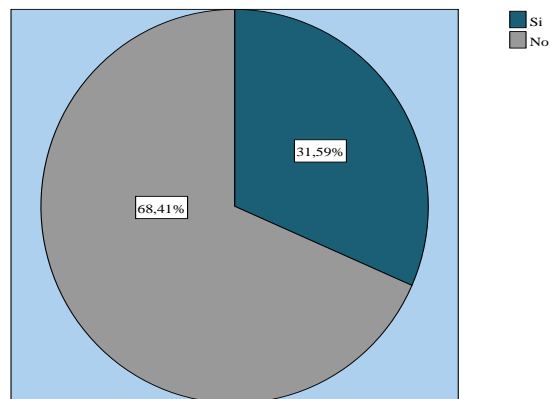


Gráfico 4.10: Conocimiento de la Fabrica MAYBE

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

Análisis: Acorde a la tabla 4.11, del 100% de los encuestados en Latacunga el 68,4% no conoce a los embutidos MAYBE y un 31,6% sí.

Interpretación: Gran parte de los encuestados no distinguen el producto que la Fábrica de embutidos MAYBE ofrece al mercado, por lo que es necesario identificar las debilidades en cuanto a las políticas de promoción de los productos.

Pregunta No. 6

De las siguientes marcas ¿cuál considera que es de mejor calidad?

Tabla 4.11: Marca Considerada de Calidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Don Diego	168	43,9	43,9	43,9
	MAYBE	25	6,5	6,5	50,4
	La Madrileña	83	21,7	21,7	72,1
	Plunrose	107	27,9	27,9	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

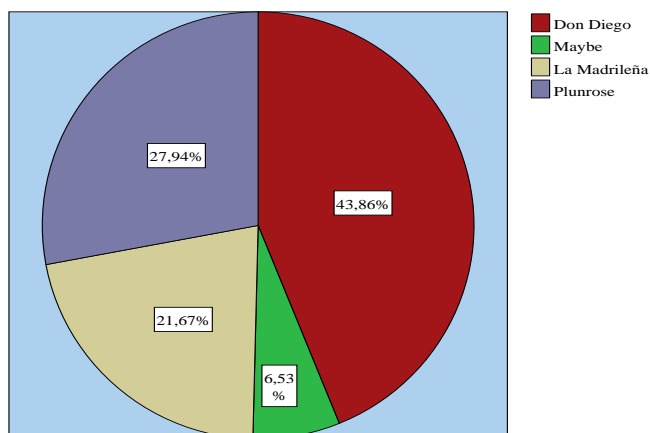


Gráfico 4.11: Marca Considerada de Calidad

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

Análisis: El 43,9% de los clientes externos consideran que los Embutidos Don Diego son los de mejor calidad en el mercado, el 27,9% dijeron que los embutidos Plunrose, el 21,7% la madrileña y por ultimo un 6,5% mencionaron que los embutidos MAYBE.

Interpretación: Se decide que la empresa deberá mejorar la calidad en sus producto, ya que esta en cuarto lugar en comparación con marcas tales como: Don Diego, Plunrose y La Madrileña, y así ser más competitivo en el mercado en el que se desarrolla y también en mercados más amplios.

Pregunta No. 7

¿Cómo calificaría usted la calidad de los Embutidos MAYBE?

Tabla 4.12: Calidad de los Embutidos MAYBE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Excelente	32	8,4	26,7	26,7
	Muy Buena	75	19,6	62,5	89,2
	Buena	13	3,4	10,8	100,0
	Total	120	31,3	100,0	
Perdidos	Sistema	263	68,7		
Total		383	100,0		

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

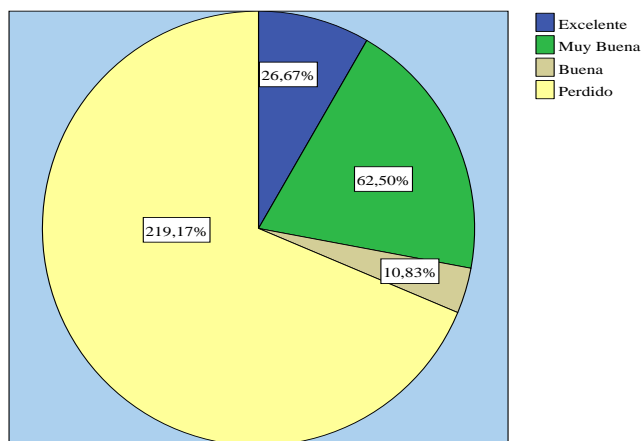


Gráfico 4.12: Calidad de los Embutidos MAYBE

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

Análisis: De los clientes externos, el 62,5% considera que la calidad de los productos elaborados por la Fabrica es muy buena, únicamente el 26,7% que es Excelente un 10,8% que la calidad es solo buena.

Interpretación: La mayor parte de los encuestados precisan los embutidos MAYBE, no ofrecen un producto cien por ciento de calidad por lo que la empresa enfocarse hacia la calidad, por cuanto es lo más importante para los compradores de embutidos.

Pregunta No. 8

¿Cuál es la imagen que actualmente tiene de los Embutidos MAYBE?

Tabla 4.13: Imagen de los Embutidos MAYBE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy Satisfactoria	44	11,5	36,7	36,7
	Satisfactoria	76	19,8	63,3	100,0
	Total	120	31,3	100,0	
Perdidos	Sistema	263	68,7		
Total		383	100,0		

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

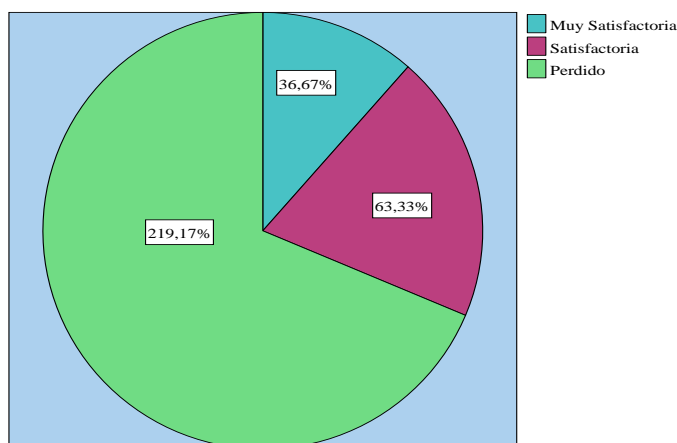


Gráfico 4.13: Imagen de los Embutidos MAYBE

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

Análisis: Según los resultados de la tabla 4.15, el 63,3% de los clientes externos encuestados tiene una imagen satisfactoria de los Embutidos MAYBE, y un 36,7% tiene una imagen muy satisfactoria.

Interpretación: La mayoría de los clientes externos valoran una imagen satisfactoria de los embutidos MAYBE, la cual podría mejorar si la empresa ofreciera producto de mejor calidad, dando garantías al cliente, y así obtener una imagen muy satisfactoria.

Pregunta No. 9

¿Cómo calificaría usted a la aceptación en el mercado de los embutidos MAYBE?

Tabla 4.14: Aceptación en el Mercado de los Embutidos MAYBE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alta	43	11,2	35,8	35,8
	Media	71	18,5	59,2	95,0
	Baja	6	1,6	5,0	100,0
	Total	120	31,3	100,0	
Perdidos	Sistema	263	68,7		
Total		383	100,0		

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

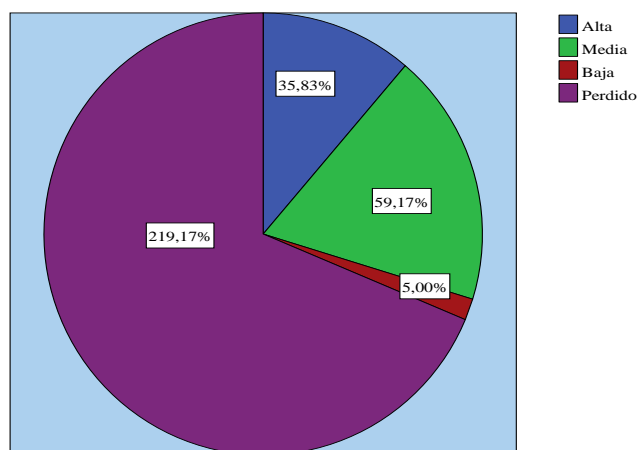


Gráfico 4.14: Aceptación en el Mercado de los Embutidos MAYBE

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

Análisis: El 59,2% de los clientes externos encuestados piensan que la aceptación en el mercado de los embutidos MAYBE es media, un 35,8% que es alta y finalmente un 5% una aceptación baja en el mercado.

Interpretación: Los resultados etiquetan que la aceptación en el mercado para la mayor parte de los clientes es moderada, esto significa que se debe mejorar el producto que se ofrece al mercado para poder tener una mayor aceptación en el mismo.

4.3. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

4.3.1. Hipótesis

H₀; La implementación de un Sistema de Gestión de Calidad en los productos terminados no permitirá una mayor participación de mercado de los Embutido MAYBE.

H₁; La implementación de un Sistema de Gestión de Calidad en los productos terminados permitirá una mayor participación de mercado de los Embutido MAYBE.

4.3.2. Verificación

La hipótesis fue verificada por medio de la fórmula del CHI CUADRADO, y se aplicó sobre la base de la pregunta No. 5 de la encuesta a clientes internos y la pregunta No. 7 de la encuesta a clientes externos. Los resultados se expresan en la siguiente tabla:

Tabla 4.15: Frecuencia Observada

ALTERNATIVAS	Don Diego	MAYBE	la Madrileña	Plunrose	Otros	TOTAL
Marca con Mayor Participación en el Mercado (Clientes Internos)	8	4	0	0	0	12
Marca Considerada de Calidad (Clientes Externos)	168	25	83	107	0	383
TOTAL	176	29	83	107	0	395

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

La frecuencia esperada de cada celda, se calcula mediante la siguiente ecuación aplicada a la tabla de frecuencias observadas.

$$F_e = \frac{(\text{Total o marginal de fila}) (\text{Total o marginal de columna})}{N}$$

Donde “N” es el número total de frecuencias observadas.

Tabla 4.16: Frecuencia Esperada

ALTERNATIVAS	Don Diego	MAYBE	la Madrileña	Plunrose	Otros
Marca con Mayor Participación en el Mercado (Clientes Internos)	$176 \cdot 12 / 395 = 5,3468$	$29 \cdot 12 / 395 = 0,8810$	$83 \cdot 12 / 395 = 2,5215$	$107 \cdot 12 / 395 = 3,2506$	$0 \cdot 12 / 395 = 0,0000$
Marca Considerada de Calidad (Clientes Externos)	$176 \cdot 383 / 395 = 170,6532$	$29 \cdot 383 / 395 = 28,1190$	$83 \cdot 383 / 395 = 80,4785$	$107 \cdot 383 / 395 = 103,7494$	$0 \cdot 383 / 395 = 0,0000$

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

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

$$X^2 = \sum \frac{(fo - fe)^2}{fe}$$

En donde:

X^2 = Notación para Chi 2

fo = Frecuencias observadas

fe = Frecuencias esperadas

Es decir, se calcula para cada celda la diferencia entre la frecuencia observada y la esperada, esta diferencia se eleva al cuadrado y se divide entre la frecuencia esperada. Finalmente se suman estos resultados y la sumatoria es el valor de X^2 obtenida.

Tabla 4.17: Procedimiento para calcular la Chi Cuadrada (X^2)

$X^2 = \sum \frac{(fo - fe)^2}{fe}$	fo	fe	fo- fe	(fo-fe) ²	(fo-fe) ²
					fe
Clientes Internos/ Don Diego	8	5,3468	2,6532	7,0393	1,3165
Clientes Internos/ MAYBE	4	0,8810	3,1190	9,7281	11,0419
Clientes Internos/ La Madrileña	0	2,5215	-2,5215	6,3581	2,5215
Clientes Internos/ Plunrose	0	3,2506	-3,2506	10,5666	3,2506
Clientes Internos/ Otros	0	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
Clientes Externos/ Don Diego	168	170,6532	-2,6532	7,0393	0,0412
Clientes Externos/ MAYBE	25	28,1190	-3,1190	9,7281	0,3460
Clientes Externos/ La Madrileña	83	80,4785	2,5215	6,3581	0,0790
Clientes Externos/ Plunrose	107	103,7494	3,2506	10,5666	0,1018
Clientes Externos/ Otros	0	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
$X^2_c =$					18,6987

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

El valor de X^2_c para los valores observados es de 18,70.

Para el cálculo del X^2_t se ha trabajado con un nivel de confianza 95% que es lo que recomiendan los estadísticos.

La cuadrada proviene de una distribución muestral, denominada distribución (X^2), y los resultados obtenidos en la muestra están identificados por los grados de libertad. Esto es, para saber si un valor de X^2 es o no significativo, debemos calcular los grados de libertad. Estos se obtienen mediante la siguiente fórmula:

$$\text{Grado de libertad (gl)} = (\text{Filas} - 1) (\text{Columnas} - 1)$$

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

$$\text{gl} = (2 - 1) (5 - 1)$$

$$\text{gl} = (1) (4)$$

$$\text{gl} = 4$$

Entonces tenemos que $\text{gl} = 4$; y el nivel de significancia es de 0.95; en la tabla de distribución Chi cuadrado que equivale a 9,49; por lo tanto:

$$X^2_t = 9,49$$

Si nuestro valor de X^2_c es igual o superior al X^2_t , decimos que las variables están relacionadas entre sí.

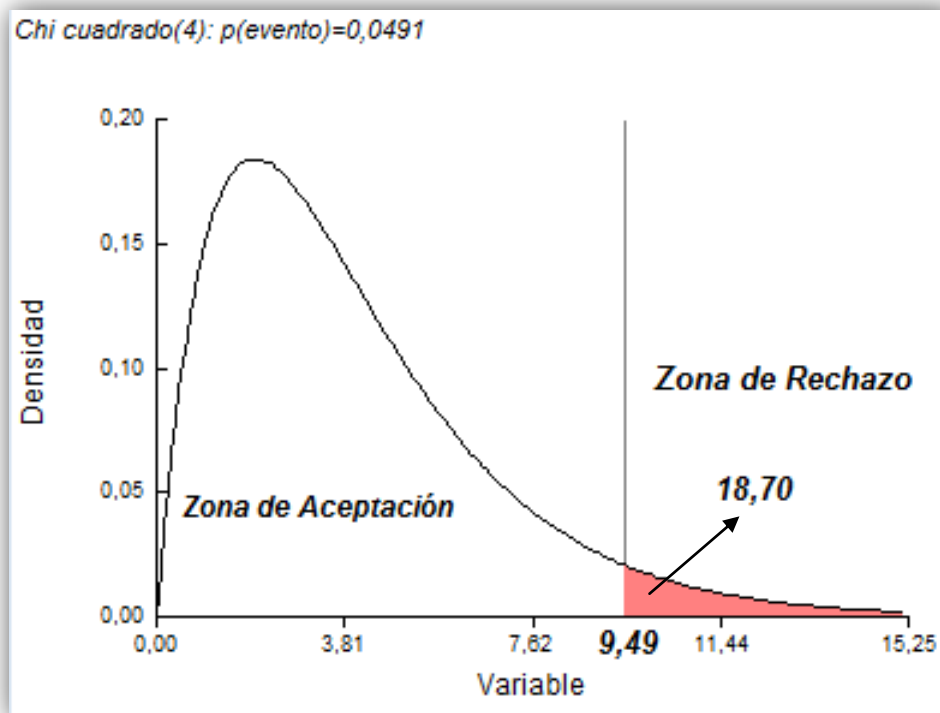


Gráfico 4.15: Representación Gráfica del Chi Cuadrado

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: María Belén Ruiz

4.3.3. DECISIÓN

El valor $X^2_c = 18,70 > X^2_t = 9,49$ y de acuerdo a lo establecido se acepta la hipótesis alterna, es decir, que “La implementación de un Sistema de Gestión de Calidad en los productos terminados aumentará la participación de mercado de los Embutido “MAYBE”, por consiguiente se rechaza la hipótesis nula.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- La mayoría de los empleados consideran que las actividades de medición de la calidad son buenas, pero necesitan ser modernizadas para ofrecer al mercado un producto de excelencia y con garantías.
- Para los clientes internos de la fábrica, la productividad actualmente ha sido alta, lo que es apropiado para el desarrollo de la empresa.
- La mayor parte de los empleados mencionaron que el análisis y medición de los procesos en la producción se realizan cada mes.

- La existencia de las buenas prácticas de higiene al momento de la elaboración del producto es importante para los encuestados, al igual que la implementación de un sistema de gestión de calidad ISO.
- Los embutidos MAYBE no tienen la mayor participación en el mercado en el Cantón Latacunga
- La frecuencia de compra entre los compradores es diferente, mientras que unos compran embutidos en periodos cortos de tiempo otros lo hacen en lapsos más amplios.
- Se ha determinado que los niños son los mayores consumidores de embutidos.
- Un número notable de encuestados compran sus embutidos en supermercados, y también en tiendas de barrio.
- Al momento de comprar embutidos las personas consideran en primer lugar la calidad del producto, después el precio y la marca, por lo que es necesario priorizar la calidad en los productos.
- Gran parte de los encuestados no reconocen el producto que la Fábrica de embutidos MAYBE ofrece al mercado, por lo que es necesario identificar las debilidades en cuanto a las políticas de promoción de los productos.
- La imagen de los embutidos MAYBE frente a los consumidores es destacada, pero necesita ser mejorada para una mayor expansión de la misma.
- Los resultados indican que la aceptación de la empresa en el mercado para la mayor parte de los clientes es moderada, esto significa que se debe mejorar el producto que se ofrece al mercado para poder tener una mayor aceptación en el mismo.

5.2. RECOMENDACIONES

- Establecer actividades de medición de la calidad modernas para ofrecer al mercado un producto de excelencia y con garantías.
- Aprovechar la buena productividad que tiene la empresa para el desarrollo de los productos.
- Implementar métodos de análisis y medición en los procesos de la producción más continuos.
- Mejorar la gestión de la calidad con la Implementación de un sistema basado en normas ISO y así aumentar la participación en el mercado de la empresa en el Cantón Latacunga
- Tomar en cuenta que la frecuencia de compra de los clientes es dispersa en el mercado, por lo que no se debería dejar de ofrecer nuestro producto en ningún momento.
- Orientar nuestros productos hacia mercados más amplios, como adolescentes, jóvenes, y adultos supermercados y ofrecerlos en más puntos de ventas.
- Mejorar la calidad de los productos ya que es el factor más importante para los consumidores.
- Identificar las debilidades en cuanto a las políticas de promoción de los productos.
- Fortalecer la imagen de la empresa, mejorando la calidad del producto, y así también tener una mayor aceptación en el mercado.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA

6.1 DATOS INFORMATIVOS.

Título: Sistema de gestión de la calidad basada en la Norma ISO 9001- 2008 para mejorar la participación en el mercado de la Fábrica de Embutidos MAYBE.

Institución ejecutora: Fábrica de Embutidos MAYBE.

Beneficiarios:

Director y empleados de la Fábrica de embutidos MAYBE

Clientes externos de la misma en el Cantón Ambato

Ubicación: Provincia de Cotopaxi, Cantón Latacunga, Panamericana Sur, Ciudadela del Sindicato del Chofer tercera etapa.

Tiempo estimado para la ejecución

Inicio: 1 de Enero del 2013

Fin: 31 de Diciembre del 2013

Equipo técnico responsable:

Gerente General, propietario de la Empresa MAYBE, Gerente de aseguramiento de la calidad, control de calidad.

Costo: \$ 11105

6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.

En octubre de 2001 un grupo de empresarios visionaros formaron esta empresa y empezaron ofreciendo en el mercado ecuatoriano productos diferentes, sanos y exquisitos, basados en fórmulas y componentes adaptados al gusto del cliente. Cuenta con infraestructura propia y sus propietarios están capacitándose y actualizándose para mejorar cada vez la calidad de sus embutidos en las Buenas Prácticas de Higiene.

La empresa no ha realizado estudios anteriormente relacionados a la implementación de un sistema de gestión de calidad. En la encuesta realizada se puede notar que están conscientes en que se debe mejorar la aceptación en el mercado, es por este motivo que la aplicación de la propuesta planteada de un Sistema de Gestión de Calidad basado en normas ISO 9001-2008 de la Fábrica de Embutidos MAYBE las cuales ayudaran a controlar eficazmente este problema que tiene la empresa para su desarrollo.

En la fábrica de Embutidos MAYBE, los clientes manifiestan satisfacción con el precio del producto que compran a la empresa, pero también buscan calidad al momento de comprar sus embutidos, por lo que es importante diseñar un sistema de calidad, para ofrecer un producto excelente a los clientes, para eso se debe contar con buenos proveedores, de tal manera que el precio de los insumos no varíen constantemente.

6.3 JUSTIFICACIÓN

El motivo de la propuesta es para conseguir una mayor cobertura en el mercado del cantón Latacunga, mediante la implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad basado en normas ISO 9001- 2008 permitiéndole a la empresa mejorar su participación en el entorno de consumo de embutidos.

La empresa MAYBE del Cantón Latacunga, presenta problemas en cuanto a mano de obra calificada, publicidad, y ventas; debido a que no existen programas de capacitación a su personal. No se promociona la empresa ni el producto, para así dar a conocer la calidad del producto y sus beneficios, con un sistema de gestión de calidad basado en la Norma ISO 9001:2008; ofertando su participación en el mercado y el entorno, lo que está permitiendo mayor expansión a sus competidores.

En este contexto es fundamental que se tome en consideración esta propuesta sobre el diseño de un Sistema de gestión de Calidad, y proponer soluciones estratégicas en beneficio de la empresa, para obtener un producto de calidad e incrementar el volumen de ventas. Por medio de la publicidad es preciso promocionar a la empresa, mediante los medios de difusión de la localidad, para ganar más clientes. Se debe involucrar al personal de la empresa, comprometiéndola a trabajar en equipo en las actividades operativas, asegurando un buen producto al cliente con precios accesibles y mejores que la competencia.

6.4 OBJETIVOS

6.4.1 General

Diseñar un Sistema de gestión de la calidad basada en la Norma ISO 9001- 2008 para mejorar la participación en el mercado de la Fábrica de Embutidos MAYBE para el año 2013.

6.4.2 Específicos

- Evaluar la factibilidad en la Fábrica de Embutidos MAYBE para la implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad basado en la Norma ISO 9001- 2008.
- Establecer los requerimientos que la fábrica de embutidos MAYBE necesita para la creación de un Sistema de Gestión de Calidad basado en la ISO 9001- 2008.
- Elaborar un manual de calidad y otro de procedimientos acorde a las necesidades de la fábrica para consecución del sistema de calidad basado en la Norma ISO 9001- 2008

6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

Política- Legal

Las políticas de la empresa apoya la aplicación de las buenas prácticas de higiene, que es parte fundamental para poder diseñar un sistema de gestión de calidad basado en normas ISO 9001- 2008, ya que en este momento el Gobierno Ecuatoriano y sus Leyes apoyan a las pequeñas y medianas empresas en la producción nacional, y para eso está controlando el ingreso de productos extranjeros, estimulando la compra de los productos.

Socio- Cultural

La participación en el mercado de la Fábrica de Embutidos MAYBE, se ha propuesto diseñar un Sistema de gestión de Calidad basado en la Norma ISO 9001:2008, para ofrecer un producto en óptimas condiciones, garantizando que se obtenga fidelidad y lealtad hacia el producto que ofrece la empresa. La capacidad de permanencia y supervivencia de la organización a largo plazo, con un producto de calidad superior al de la competencia, es de vital importancia para esta empresa.

Tecnológico

La maquinaria que en la actualidad se utiliza para la elaboración de los Embutidos MAYBE es de calidad, importadas de acero inoxidable de Alemania como son: Molinos, Cutters y Embutidoras. Lo que proporciona una mayor probabilidad para diseñar un sistema de gestión de calidad basado en normas ISO 9001- 2008 en la empresa.

Organizacional

Los representantes de la empresa están dispuestos a diseñar cambios dentro de la fábrica para mejorar la calidad de sus productos, es más, el gerente propietario está en constante capacitación sobre temas relacionados a la calidad como: Las buenas prácticas de higiene BPG.

Económico Financiera

El Sistema de Gestión de Calidad basado en normas ISO 9001- 2008 permitirá mejorar la participación en el mercado de la Fábrica de Embutidos MAYBE. Por consiguiente los niveles de rentabilidad se verían incrementados, y como resultados el balance de pérdidas y ganancias cumplirían con las expectativas de sus propietarios.

6.6 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO- TÉCNICA

OBJETIVOS DE UN SISTEMA DE CALIDAD

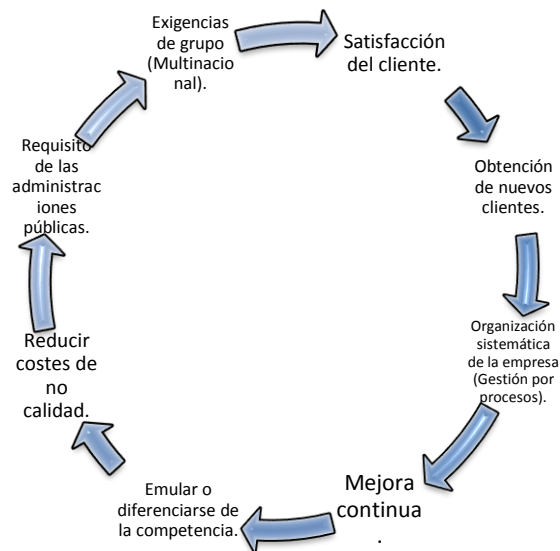


Gráfico 6.1: Objetivos de un sistema de calidad

Fuente: Elaboración propia

ORGANIZACIÓN. NIVELES

Planificación de la calidad “Parte enfocada al establecimiento de los objetivos de calidad y especificación de los procesos operativos y recursos necesarios para cumplir los objetivos de la calidad”.

Sistema de gestión de la calidad “Algo ambicionado o pretendido relacionado con la calidad”. “Intenciones globales y orientación de una organización, relativas a la calidad. Proviene de la alta dirección”. Para aplicar este concepto es necesario que la organización defina y aporte los recursos necesarios para desarrollar el SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD. (García, I., 2009). Obtenida el 23 de Mayo del 2012, de <http://www.slideshare.net/lgarcia148/sistemas-de-gestin-de-calidad-iso-9001>

PRINCIPIOS BÁSICOS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD

Para el logro de la implementación de un sistema de gestión de la calidad en las empresas, la norma ISO 9000 posee 8 principios que pueden ser utilizados con el fin de direccionar las empresas hacia un mejor desempeño:

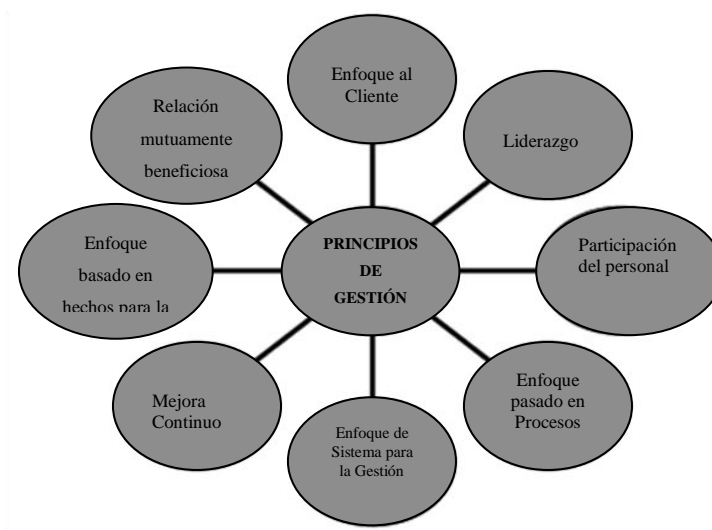


Gráfico 6.2: Principios de la gestión de la calidad

Fuente: <http://books.google.com.ec/books?id=UjopEN2btOsC&pg=PA12&dq=iso+9001+2008&hl=es&sa=X&ei=LcvDT5WpBaiF6QH03LCKAw&ved=0CD4Q6AEwAA#v=onepage&q&f=false>

Elaborado por: María Belén Ruiz

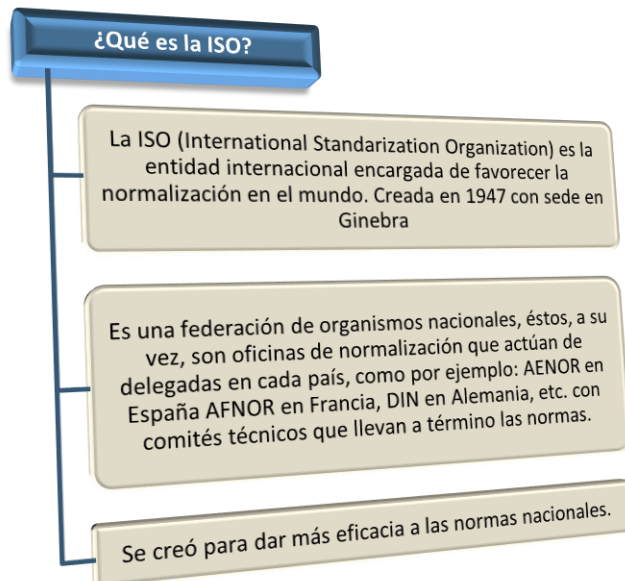


Gráfico 6.3: Norma ISO 9001

Fuente: Elaboración propia



Gráfico 6.4: Funciones de la Norma ISO 9001

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 6.1: Beneficios de la Norma ISO 9001

BENEFICIOS DE LA NORMA ISO 9001 Deaming, J. (2007)	Proporciona disciplina la interior del sistema en donde se esté implementando.
	Contiene las bases de un buen sistema de gestión de la calidad, al facilitar unos requisitos de calidad para el cliente, así como también la capacidad para satisfacer a estos. Garantiza que tenemos talento humano, edificios, equipos, servicios capaces para cumplir con los requisitos de los clientes. Y nos permite identificar problemas para corregirlos y prevenirlos.
	También se constituye en un programa de marketing con impacto a nivel mundial, al constituirse en un referente internacional utilizado en más de 150 países.

Fuente: Elaboración propia

LA FAMILIA DE NORMAS ISO 9000

Esta nueva norma versión 2008, se enfoca también en la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad, con un enfoque basado en procesos, con lo que se busca que la Organización articule sus procesos, procedimientos, tareas y el trabajo de las personas de forma sistemática, con lo que se logra un mejoramiento continuo dentro de las organizaciones.

Esta norma ISO 9001: 2008, conserva los requisitos anteriores, como son los siguientes cinco numerales:

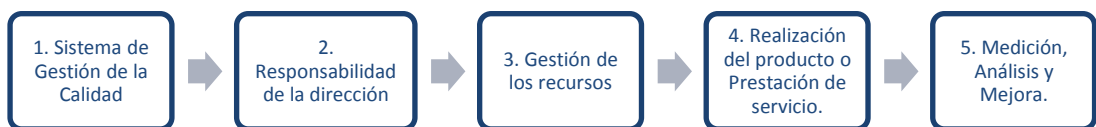


Gráfico 6.5: Requisitos de la norma ISO 9001- 2008

Fuente: Elaboración propia

Con las enmiendas, se maneja la claridad y se reduce la ambigüedad, existe mayor coherencia con otras normas ISO y se genera mayor compatibilidad con la ISO 14001. Es importante señalar, que esta nueva norma ISO 9001- 2008 mantiene el modelo de

enfoque por procesos de la norma ISO 9001- 2000, es aplicable a cualquier tipo de organización y mantiene la compatibilidad con la norma 14001.

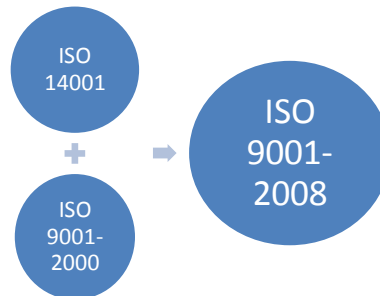


Gráfico 6.6: Compatibilidad con la Norma ISO 9001- 2008

Fuente: Elaboración propia

De igual forma, esta nueva versión restringe los cambios para limitar el impacto en los usuarios al aplicarla y se realiza únicamente cambios en donde se evidenció que se obtienen claros beneficios para quien la implemente. La familia de normas presenta la siguiente estructura:

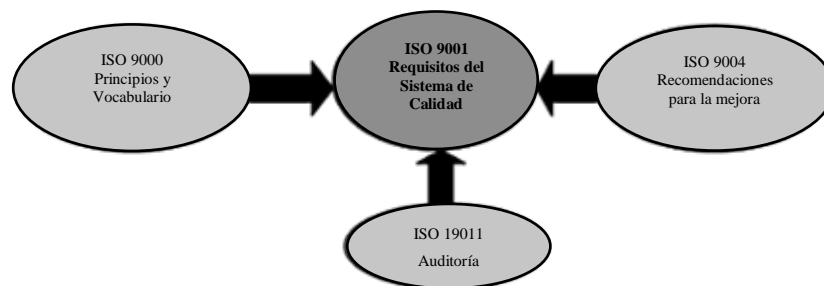


Gráfico 6.7: Familia de Normas ISO

Fuente:<http://books.google.com.ec/books?id=UjopEN2btOsC&pg=PA12&dq=iso+9001+2008&hl=es&sa=X&ei=LcvDT5WpBaiF6QH03LCKAw&ved=0CD4Q6AEwAA#v=onepage&q&f=false>

Elaborado por: María Belén Ruiz

La nueva versión de las normas está conformada por la norma ISO 9001 que es la norma certificable y, adicionalmente, presenta la ISO 9000 en donde se establecen los principios y el vocabulario requerido para el entendimiento, comprensión e implementación de la norma ISO 9001; además, se apoya en la norma ISO 9004, la cual

proporciona directrices que van más allá de los requisitos establecidos en la ISO 9001 propiciando de esta manera la eficacia y la eficiencia del Sistema de Gestión de la Calidad en las empresas, logrando de este modo el mejoramiento de su desempeño. De igual forma, en esta nueva versión se especifica la cadena de suministro de la siguiente manera:

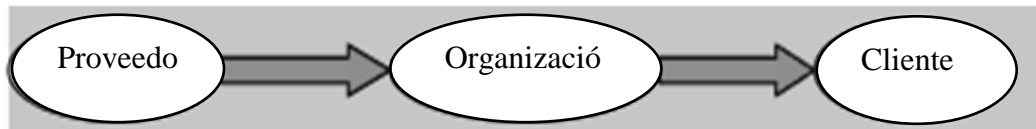


Gráfico 6.8: Cadena de Suministros

Fuente: <http://books.google.com.ec/books?id=UjopEN2btOsC&pg=PA12&dq=iso+9001+2008&hl=es&sa=X&ei=LcvDT5WpBaiF6QH03LCKAw&ved=0CD4Q6AEwAA#v=onepage&q&f=false>

Elaborado por: María Belén Ruiz

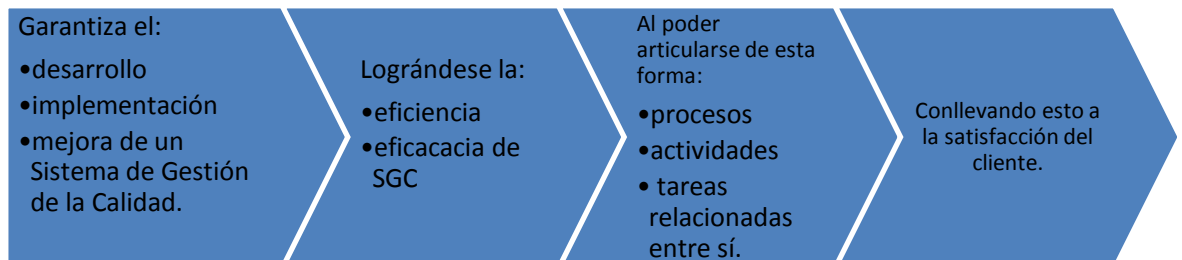


Gráfico 6.9: Enfoque basado en procesos

Fuente: Elaboración propia

A través de este enfoque se establece el control continuo de los diferentes procesos, actividades y tareas que hacen parte del Sistema de Gestión de la Calidad.



Gráfico 6.10: Mejora continua del sistema de gestión de la calidad

Fuente: <http://books.google.com.ec/books?id=UjopEN2btOsC&pg=PA12&dq=iso+9001+2008&hl=es&sa=X&ei=LcvDT5WpBaiF6QH03LCKAw&ved=0CD4Q6AEwAA#v=onepage&q&f=false>

Elaborado por: María Belén Ruiz



Gráfico 6.11: Norma ISO 9001- 2008

Fuente: Elaboración propia

La norma ISO 9004- 2009

Esta norma busca facilitar la mejora de los sistemas de Gestión de calidad para los usuarios, no es certificable solo es de apoyo de la norma ISO 9001. Proporciona directrices para la implementación de un sistema de Gestión de la calidad que cree valor para sus clientes y otras partes interesadas.

En relación a las partes interesadas, Alisic, (2008), afirma que una organización que alcanza el éxito sostenidos es capaz de trabajar con todas las partes interesadas y satisfacer sus necesidades y expectativas, para lo anterior es importante que la organización que trabaje bajo éstos estándares, explore continuamente su ambiente externo e interno, busque el equilibrio con las demás partes interesadas, desarrolle e implemente estrategias capaces de suplir las nuevas necesidades de sus clientes y realice seguimientos que le faciliten a la organización desarrollar procesos de aprendizaje y cambios que le permitan ser veloces, innovadores y flexibles frente a las exigencias de los grupos de interés.

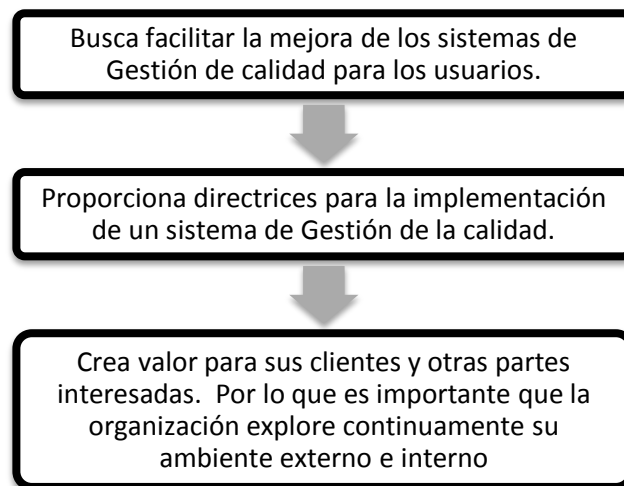


Gráfico 6.12: Norma ISO 9004- 2009

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 6.2: Filosofía Norma ISO 9001:2008

La norma ISO 9001:2008 tiene como bases principales:		
<p>ORGANIZACIÓN ENFOCADA AL CLIENTE Identificar las necesidades y expectativas del cliente. Convertirlas en requisitos. Alcanzar los requisitos y satisfacer al cliente.</p>	<p>ENFOQUE BASADO EN LOS PROCESOS La finalidad es que se concentre la atención en el resultado de cada uno de los procesos en lugar de en las tareas (indicadores).</p>	<p>MEJORA CONTINUA La organización debe mejorar continuamente la eficacia del sistema de gestión de la calidad.</p>

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 6.3: Documentación del sistema de gestión de calidad.

DOCUMENTACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD			
Política y objetivos de calidad, Manual de calidad, Procedimientos documentados por Instrucciones de trabajo Registros de calidad			
<p>POLÍTICA Y OBJETIVOS DE CALIDAD</p> <p>POLÍTICA DE CALIDAD *Intenciones globales y orientación de una organización, relativas a la calidad tal como se expresan formalmente por la alta dirección. *Debe ser conocida por todo el personal de la empresa. *Proporciona un marco de referencia para revisar y establecer los objetivos de la calidad anuales.</p> <p>OBJETIVOS DE CALIDAD . *Deben ser alcanzables en fecha y en cantidad Ya que de lo contrario pueden producir un efecto desmotivador en el equipo de trabajo. *Deben indicar claramente: la definición y cuantificación del objetivo, los responsables de alcanzarlos, los recursos asignados y el plazo previsto.</p>	<p>MANUAL DE CALIDAD</p> <p>Documento que formaliza la política de la organización relativa a la gestión de la calidad, definiendo las normas y procedimientos operativos de referencia, los objetivos de calidad y el sistema de responsabilidad. Debe incluir:</p> <p>La descripción de la interacción entre los procesos (Mapa de procesos).</p> <p>Alcance del sistema de gestión de calidad.</p> <p>La política de calidad.</p> <p>Los objetivos de calidad.</p> <p>Las responsabilidades.</p> <p>Las disposiciones para revisar, actualizar y controlar el manual.</p> <p>Los procedimientos documentados establecidos o referencia a los mismos para el sistema de gestión.</p>	<p>PROCEDIMIENTOS DOCUMENTADOS Procedimiento:</p> <p>Forma específica de llevar a cabo una actividad Conjunto de documentos que incumbe a todas las funciones de la organización y en los que se define cómo debe funcionar cada actividad relacionada con la Calidad. Un procedimiento normalmente contiene: EL OBJETO de la actividad. EL ALCANCE de la misma. EL DESARROLLO de las actividades. CONTROL y REGISTROS. Un procedimiento debe responder a: QUE debe hacerse. QUIEN DEBE hacerlo. CUANDO, DONDE y COMO se debe llevar a cabo. MATERIALES, EQUIPOS E INSTRUMENTOS que deben utilizarse. COMO debe CONTROLARSE Y REGISTRARSE.</p>	<p>INSTRUCCIONES DE TRABAJO Y REGISTROS</p> <p>Instrucciones de trabajo Describen las operaciones que hay que realizar en cada proceso o en cada puesto de trabajo. Registros Constituyen la base de la comprobación de la correcta implantación del sistema de gestión de calidad, proporcionando una evidencia objetiva de las actividades realizadas o de resultados obtenidos.</p>

Fuente: Elaboración propia

ESTRUCTURA NORMA ISO 9001:2008

La norma ISO 9001:2000 está estructurada en ocho capítulos, refiriéndose los cuatro primeros a declaraciones de principios, estructura y descripción de la empresa, requisitos generales, etc., es decir, son de carácter introductorio. Los capítulos cinco a ocho están orientados a procesos y en ellos se agrupan los requisitos para la implantación del sistema de calidad. Estos capítulos son:

Cuadro 6.4: Requisitos para la implementación del sistema de calidad.

Cap.1 al 3 : Guías y descripciones generales, no se enuncia ningún requisito.	1.1 Generalidades.
	1.2 Reducción en el alcance.
	2. Normativas de referencia.
	3. Términos y definiciones.
Cap.4 Sistema de gestión: contiene los requisitos generales y los requisitos para gestionar la documentación.	4.1 Requisitos generales.
	4.2 Requisitos de documentación.
Cap.5 Responsabilidades de la Dirección : contiene los requisitos que debe cumplir la dirección de la organización, tales como definir la política, asegurar que las responsabilidades y autoridades están definidas, aprobar objetivos, el compromiso de la dirección con la calidad, etc.	5.1 Requisitos generales.
	5.2 Requisitos del cliente.
	5.3 Política de calidad.
	5.4 Planeación.
	5.5 Responsabilidad, autoridad y comunicación.
	5.6 Revisión gerencial.
Cap.6 Gestión de los recursos: la Norma distingue 3 tipos de recursos sobre los cuales se debe actuar: RRHH, infraestructura, y ambiente de trabajo. Aquí se contienen los requisitos exigidos en su gestión.	6.1 Requisitos generales.
	6.2 Recursos humanos.
	6.3 Infraestructura.
	6.4 Ambiente de trabajo.
Cap.7 Realización del producto: aquí están contenidos los requisitos puramente productivos, desde la atención al cliente, hasta la entrega del producto o el servicio.	7.1 Planeación de la realización del producto y/o servicio.
	7.2 Procesos relacionados con el cliente.
	7.3 Diseño y desarrollo.
	7.4 Compras.
	7.5 Operaciones de producción y servicio.
	7.6 Control de dispositivos de medición, inspección y monitoreo.
Cap.8 Medición, análisis y mejora: aquí se sitúan los requisitos para los procesos que recopilan información, la analizan, y que actúan en consecuencia. El objetivo es mejorar continuamente la capacidad de la organización para suministrar productos que cumplan los requisitos.	8.1 Requisitos generales.
	8.2 Seguimiento y medición.
	8.3 Control de producto no conforme.
	8.4 Análisis de los datos para mejorar el desempeño.
	8.5 Mejora.

Fuente: Elaboración propia

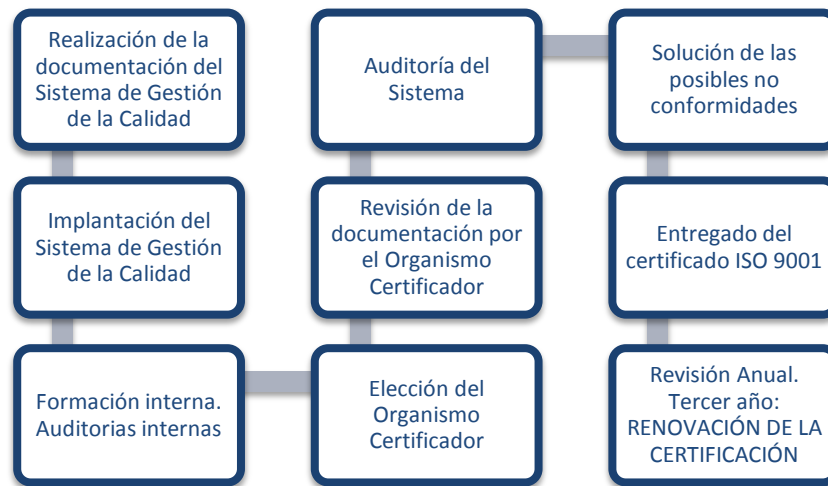


Grafico 6.13: Proceso de obtención de certificación ISO 9001


Fuente: Elaboración propia

6.6 METODOLOGÍA- MODELO OPERATIVO

Cuadro 6.5: Modelo Operativo del sistema de calidad.

Cap.1 al 3: Descripciones generales.	Cap.4. Requisitos generales y los requisitos para gestionar la documentación.	Cap.5 Responsabilidades de la Dirección.	Cap.6 Administración de los recursos.	Cap.7 Realización del producto.	Cap.8 Medición, análisis y mejora.
1.1 Generalidades. 1.1.1 Misión 1.1.2 Visión 1.1.3 Política de calidad. 1.1.4 Objetivos 1.1.5 Mapa estratégico, balancedscorecard y gestión de la estrategia 1.2 Reducción en el alcance 2. Normativas y referencias 3. términos y definiciones	4.1 Requisitos generales. 4.2 Requisitos de documentación. <ul style="list-style-type: none"> • Procedimientos de control de documentos • Procedimiento de control de registros. 	5.1 Requisitos generales. 5.2 Requisitos del cliente. 5.3 Política de calidad. 5.4 Planeación. 5.5 Responsabilidad, autoridad y comunicación. 5.6 Revisión por la gerencia. <ul style="list-style-type: none"> • Procedimiento de manejo de quejas 	6.1 Previsión de recursos 6.2 Recursos humanos. 6.3 Infraestructura. 6.4 Ambiente de trabajo. <ul style="list-style-type: none"> • Procedimiento de sensibilización, formación y capacitación profesional. • Procedimiento de mantenimiento de la infraestructura. 	7.1 Planeación de la realización del producto. 7.2 Procesos relacionados con el cliente. 7.3 Diseño y desarrollo. 7.4 Compras. 7.5 Operaciones de producción y servicio. 7.6 Control de dispositivos de medición. <ul style="list-style-type: none"> • Procedimiento de evaluación de proveedores. • Procedimiento de evaluación de requerimientos. • Procedimiento para la elaboración del producto 	8.1 Generalidades. 8.2 Seguimiento y medición. 8.3 Control de producto no conforme. 8.4 Análisis de los datos. . 8.5 Mejora.

Fuente: Elaboración propia

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 1 de 35
	CÓDIGO MCEM- 01	Revisión N° 00
		Fecha:




MANUAL DE CALIDAD

FÁBRICA DE EMBUTIDOS “MAYBE”

Bibliografía:

- Escamilla, J. (2010) .ISO-9001: 2008 MANUAL DE CALIDAD
- Obtenido el 10 de junio de 2012, de
<http://es.scribd.com/doc/72282739/37/Verificacion-de-Producto-Comprado>
- Pineda, K. (2004). Manufactura Esbelta. Obtenido el 20 de octubre de 2012, de
<http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/ger/manesbelta.htm>
- Liñán, C. (2010). Manual de Gestión de Calidad ISO 9001:2008. Obtenido el 20 de octubre de 2012, de http://www.colima-estado.gob.mx/transparencia/archivos/Manual_Calidad_CESP.pdf
- Thompson, E. (2006). La Satisfacción del Cliente. Obtenido el 20 de octubre de 2012, de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/satisfaccion-cliente.htm>

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 2de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

1. GUÍAS Y DESCRIPCIONES GENERALES.

1.1 GENERALIDADES.

La Fábrica de Embutidos MAYBE, como una industria que se dedica a la producción de embutidos para el consumo de la población, mediante el desarrollo de tecnología moderna, basada en la disponibilidad de materias primas nacionales, tiene como política atender oportunamente las necesidades de sus clientes, ofreciéndoles un producto sano, adaptándose a los requerimientos de éstos.

En la Fábrica de Embutidos MAYBE se ha planteado a mediano plazo la implementación y certificación de un SGC ISO 9001-2008, como un requisito para proveer productos que satisfagan las necesidades de sus clientes así, como una herramienta para la administración adecuada de las actividades relacionadas con la calidad en nuestras actividades diarias.

En esta empresa, ubicada en la Provincia de Cotopaxi, Cantón Latacunga, Panamericana Sur, Ciudadela del Sindicato del Chofer tercera etapa, se producen diariamente 1000 kilos de embutidos sanos. La búsqueda continua de la excelencia y los objetivos para garantizar la calidad que persigue la compañía los propietarios de la Fábrica de Embutidos MAYBE desarrollan cursos de capacitación en temas relacionados con la calidad así como las buenas prácticas de higiene (BPH).

1.1.1 MISIÓN

Constituimos una fábrica que produce embutidos de calidad, unificando innovaciones, esfuerzo y profesionalismo que contribuyen al compromiso generacional que nos consolida como una empresa Ecuatoriana en crecimiento.

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 3 de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

1.1.2 VISIÓN 2017

Ser una fábrica de embutidos de clase nacional y líder en los mercados donde participa. Nuestros productos serán reconocidos tanto por su calidad como por su bajo costo para así convertirnos en una de las opciones preferidas para los clientes y consumidores, a través de la utilización de tecnología de punta y prácticas empresariales honestas.

1.1.3 POLÍTICA DE CALIDAD

En embutidos MAYBE todos estamos comprometidos en hacer de la satisfacción del cliente parte integral de nuestra forma de trabajo, mejorando continuamente nuestros procesos y el servicio que les ofrecemos, produciendo y comercializando embutidos de la mejor calidad bajo estrictos procedimientos de elaboración e higiene.

Todo esto respaldado por un sistema de administración de la calidad. Cuando se inicia un proceso de calidad en cualquier organización, se presentan diferentes tipos de posiciones, unas a favor del cambio y otras reticentes al mismo. El cambio es duro y tan largo como el grado de compromiso que la alta dirección pueda transmitir a todos los colaboradores, y de ahí la importancia de la visión, misión y las metas que desean conseguir.

1.1.4 OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

La satisfacción total de nuestros clientes.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Innovar y crecer constantemente, adaptándonos a los tiempos y gustos de nuestros clientes.
- Cumplir constantemente con nuestra promesa de calidad y excelencia en nuestros productos manufacturados.
- Fomentar el desarrollo profesional de todos los integrantes de nuestra organización.

1.1.5 MAPA ESTRATÉGICO, BALANCED SCORECARD

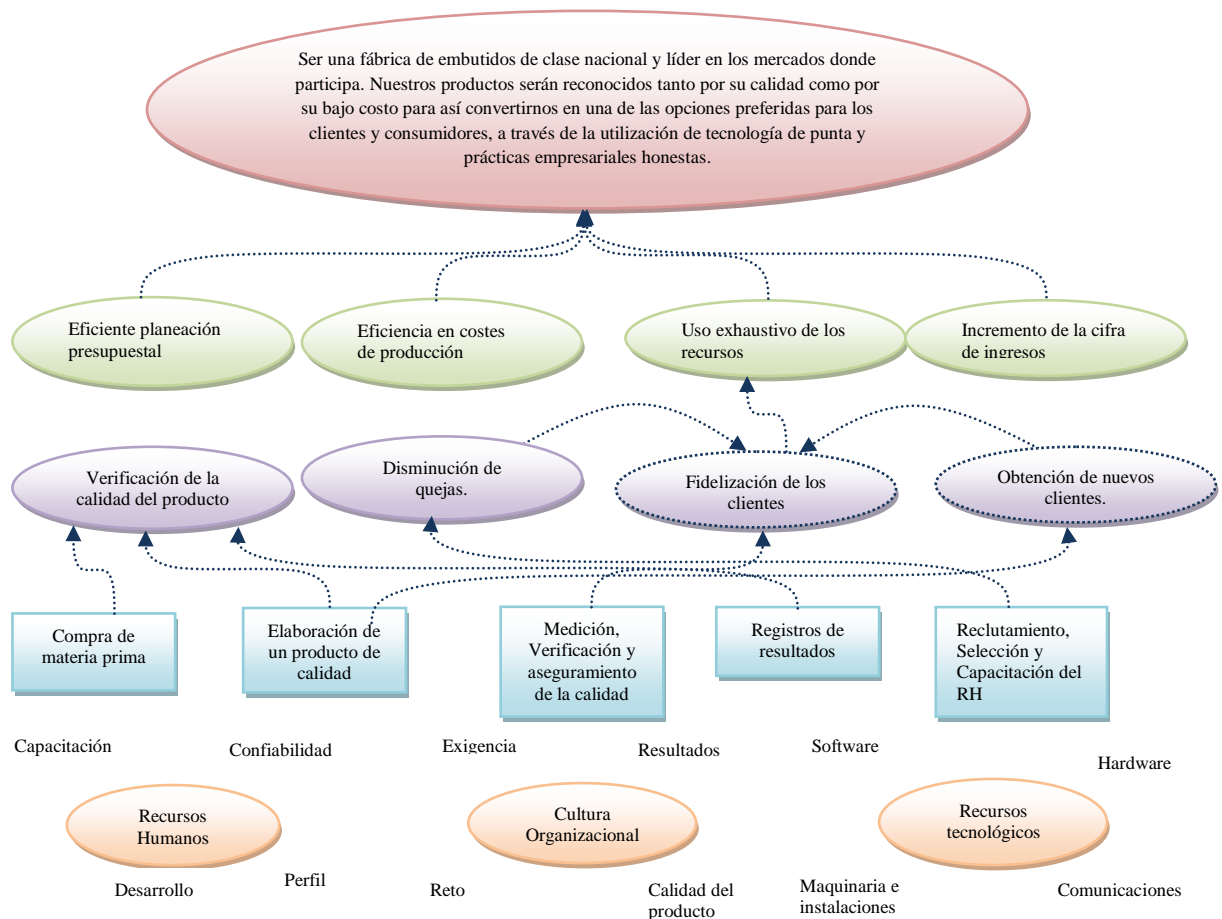
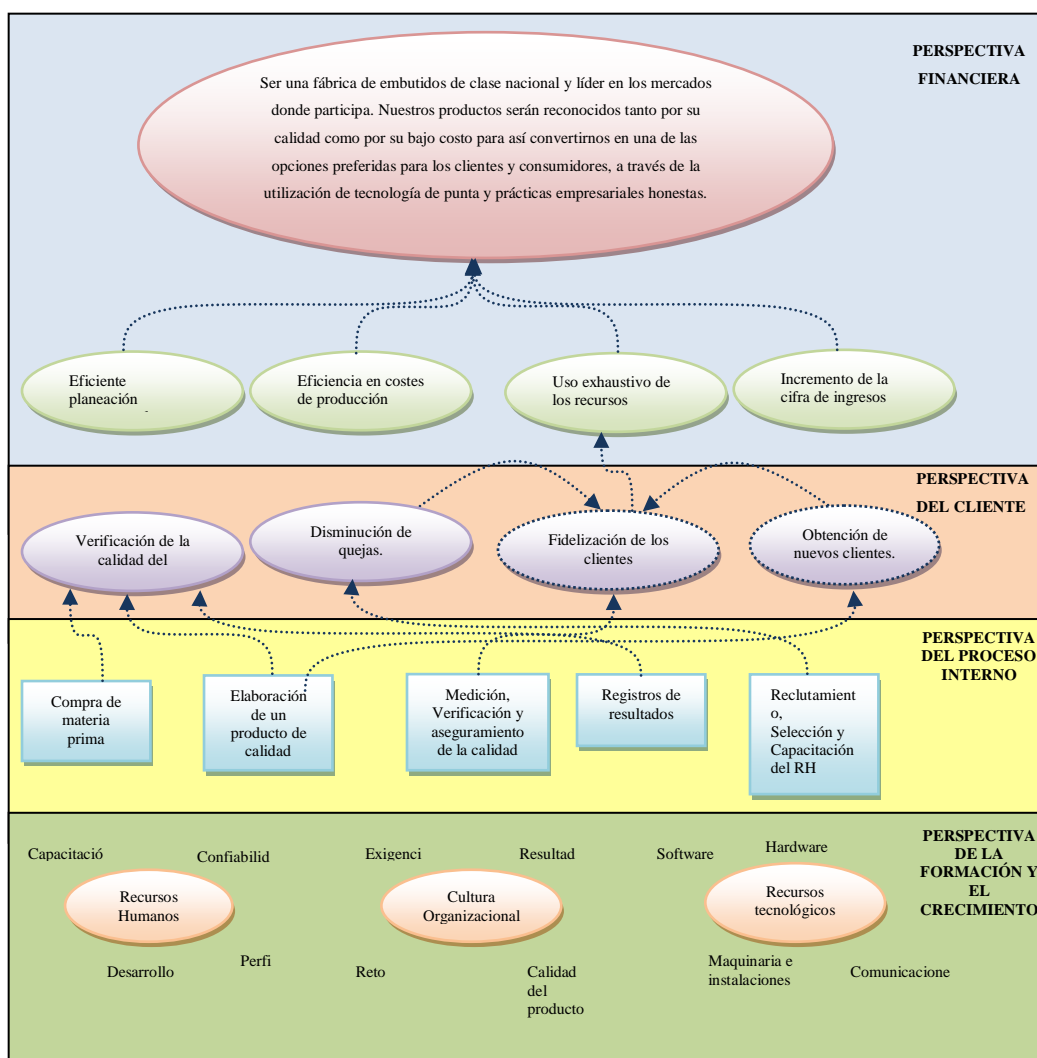



Gráfico MCEM 1.1: Mapa estratégico
Fuente: Kaplan, R. & Norton, D. (2004) Mapas Estratégicos.
Elaborado por: María Belén Ruiz

El mapa estratégico está estructurado por 5 perspectivas que aseguran su completa fundamentación estratégica:



1. Perspectiva Financiera.

¿Qué objetivos Financieros debemos cumplir para lograr la Visión?

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 6 de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

2. Perspectiva del Cliente.

¿Qué necesidades debemos cubrir y qué valores agregados debemos darles a los ciudadanos para que los objetivos financieros sean sostenibles a través del tiempo?

3. Perspectiva del Proceso Interno.

¿En qué procesos debemos ser excelentes para lograr dar a los ciudadanos los valores agregados, satisfacer sus necesidades y además cumplir con los objetivos financieros?

4. Perspectiva de Formación y Crecimiento.

¿Qué necesitamos en cuanto a personas e infraestructura para lograr cumplir la estrategia al 100%?

1.2 REDUCCIÓN EN EL ALCANCE.

El presente manual de administración de la calidad aplica a todos los niveles de la organización; de este modo, constituye un compromiso formal y responsable para el desarrollo, implantación y mejora del sistema de administración de la calidad para todos los procesos que en la Fábrica de Embutidos MAYBE existen. El sistema debe estar estructurado de tal forma que cumpla con los requisitos de la norma internacional ISO 9001:2008. Se ha determinado que los requisitos de la norma internacional ISO 9001:2008 son aplicables para el manual de calidad de la empresa Fábrica de Embutidos MAYBE.

Este Manual de Calidad es el documento de mayor jerarquía en el sistema de gestión de calidad ya que contiene los procedimientos de los procesos que se realizan en la empresa. Todos los niveles de la organización deben cumplir las directrices establecidas en el presente manual de administración de la calidad. El representante de la gerencia debe controlar, distribuir, y actualizar el presente manual de administración de la calidad. Cada propietario de una copia controlada debe hacer la difusión dentro de su proceso; y fomentar el buen uso del presente manual.

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 7 de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

2. NORMATIVAS DE REFERENCIA.

ISO 9001- 2008, Sistema de Gestión d Calidad- Requisitos

Teoría de Mapas Estratégicos y Modelos de Balanced Scorecard.

3. TÉRMINOS Y DEFINICIONES.

CALIDAD. Grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos.

REQUISITO. Necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria

POLÍTICA DE CALIDAD. Intenciones globales y orientación de una organización relativas a la calidad tal como se expresan formalmente por la Alta Dirección.

OBJETIVO DE LA CALIDAD. Algo ambicioso, o pretendido, relacionado con la calidad.

SISTEMA: Conjunto de elementos relacionados o que interactúan

SISTEMA DE CALIDAD: Estructura documental que busca mejorar y dirigir a la organización con respecto a la calidad

MANUAL DE LA CALIDAD. Documento que especifica el Sistema de Administración de la Calidad de una organización.

MEJORA CONTINUA. Actividad recurrente para aumentar la capacidad para cumplir los requisitos.

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 8 de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

PLAN DE LA CALIDAD. Documento que especifica qué procedimientos y recursos asociados deben aplicarse, quién debe aplicarlos y cuándo deben aplicarse a un proyecto, proceso o contrato específico.

PROCEDIMIENTO. Forma específica para llevar a cabo una actividad o un proceso.

REGISTRO. Documento que presenta resultados obtenidos o proporciona evidencia de actividades desempeñadas.

NO CONFORMIDAD. Incumplimiento de un requisito.

ACCIÓN PREVENTIVA. Acción tomada para eliminar la causa de una No Conformidad potencial u otra situación potencialmente indeseable.

ACCIÓN CORRECTIVA. Acción tomada para eliminar la causa de una No Conformidad detectada u otra situación indeseable.


SAC. Sistema de administración de la calidad

BSC: Modelo de Balanced Scorecard

4.SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD (SAC)

4.1 REQUISITOS GENERALES (NORMA ISO 9001-2008)

Se ha definido un Modelo de Balanced Scorecard que permite conocer cada uno de los ciudadanos, darles valores agregados, y además cumplir con los objetivos financieros planteados.

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 9 de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

En la fábrica de embutidos MAYBE mantenemos documentado e implementado un SAC y mejoramos continuamente su efectividad, de acuerdo a los requisitos de la Norma ISO 9001:2008. Para lo cual realiza lo siguiente:

a) Identifica en reuniones con la Gerencia General los procesos para el SAC y su aplicación a lo largo de la Organización.

b) Determina la secuencia e interacción de los procesos identificados, a través de métodos gráficos (diagrama de flujo); que se documentan.

c) Determina los métodos y criterios que aseguran el funcionamiento y control de las labores. Cada proceso principal, cuenta con criterios de aceptación, con el objeto de que durante y al final de la producción se asegure que su operación y control sean eficaces.

d) Asegura la disponibilidad de recursos e información para soportar la operación y verificación de los procedimientos; por la Gerencia General.

e) Con la planeación y ejecución de Auditorías Internas, mide el Seguimiento que se realiza mediante la aplicación de Planes de Calidad establecidos para las actividades principales, y aquellos de apoyo que lo requieran: Medición, Análisis y Mejora.

Se realiza a medidas mensualmente y cuyos resultados se presentan a la Gerencia General para alcanzar los logros planificados y su mejora continua

f) La Gerencia General realiza reuniones semestrales para identificar, determinar e implantar las acciones para alcanzar los resultados planeados y la mejora continua de los procesos identificados.

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 10 de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

4.2 REQUISITOS DE LA DOCUMENTACIÓN

4.2.1 GENERALIDADES

La documentación del SAC en la Fábrica de Embutidos MAYBE, incluye:

- a) La declaración documentada de una política y objetivos de la calidad.
- b) El presente manual de administración de la calidad.
- c) procedimientos documentados tanto para el control de documentos y registros
- d) Los documentos que la Fábrica de Embutidos MAYBE requiere para asegurar la planeación, operación y control de los procesos.

ESTRUCTURA DOCUMENTAL

Nivel 1.


Documento de mayor nivel que describe el SAC de la Organización, Manual de Calidad, en el que está contenida la Política y Objetivos de Calidad y de él se derivan los siguientes niveles de la documentación.

Nivel 2.

Lo integran los Planes de Calidad, Diagramas de Proceso, que aplica el personal que participa en su ejecución.

Nivel 3.

Se constituye por los procedimientos de uso general, procedimientos específicos de proceso que rigen la ejecución de los procesos, procedimientos operativos o de trabajo particular de cada etapa de proceso, Instrucciones de trabajo que contienen en forma detallada tareas para realizar una actividad específica.

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 11 de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

Nivel 4.

Aquí se consideran los registros de la calidad que evidencian que se cumple con los requisitos o compromisos establecidos.

4.2.2 MANUAL DE ADMINISTRACIÓN DE LA CALIDAD

La fábrica de Embutidos MAYBE establece y mantiene el presente Manual como soporte para la implantación del SAC que incluye:

- a) Alcance del SAC con las justificaciones de las exclusiones en cada uno de los requisitos correspondientes.
- b) Referencia a los procedimientos requeridos por el SAC.
- c) Descripción de la interacción entre los procesos del SAC (a través de métodos gráficos, flujo gramas).

4.2.3 CONTROL DE DOCUMENTOS

La fábrica de Embutidos MAYBE controla los documentos (incluyendo los registros de la calidad) requeridos por el SAC, se establece el procedimiento según el manual de procedimientos "Control de los Documentos" para definir lo siguiente:

- a) Aprobación de los documentos en su adecuación antes de su emisión.
- b) Revisión, actualización y re - aprobación de los documentos.
- c) Asegurar la identificación de cambios y estado de revisión actual de los documentos.
- d) Asegurar la disponibilidad de que las versiones pertinentes de los documentos aplicables se encuentran en los puntos de uso.
- e) Asegurar que los documentos permanecen legibles e identificables.

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 12 de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

f) Asegurar la identificación de los documentos de origen externo y de su control.

g) Prevenir el uso no intencionado de documentos obsoletos, y aplicar una identificación si son retenidos.

4.2.4 CONTROL DE LOS REGISTROS

La fábrica de Embutidos MAYBE establece y mantiene registros que proporcionan evidencia de la conformidad a la operación eficaz del SAC. Los registros permanecen legibles, identificados y son recuperables. Se establece el procedimiento "Control de los Registros" que define los controles para la identificación, almacenamiento, protección, recuperación, tiempo de retención, y disposición de los mismos.

5.RESPONSABILIDAD DE LA GERENCIA

5.1 COMPROMISO DE LA GERENCIA

La Gerencia General asume la responsabilidad y el compromiso de proporcionar los recursos necesarios para cumplir con la estrategia que se ha trazado de acuerdo al Mapa Estratégico y al Modelo de Balanced Scorecard, establecido a través de la mejora continua y la implantación del SAC. La Gerencia evidencia su compromiso para desarrollar e implantar el SAC, de la siguiente forma:

- Implementando los procesos de comunicación interna, donde informa la importancia de cumplir con los requisitos y necesidades de los ciudadanos, los regulatorios y los legales.
- Estableciendo la política de calidad y los objetivos de calidad requeridos.
- Revisando el desempeño del SAC y autorizando los recursos necesarios.

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 13 de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

5.2 ENFOQUE AL CLIENTE

La gerencia general se asegura de que el Centro Estatal de Seguridad y Emergencias cumpla los requisitos y las necesidades de los ciudadanos / usuarios, a fin de incrementar la satisfacción de éstos, mediante el Mapa Estratégico, el Modelo de Balanced Scorecard y sus procesos y actividades descritos en los manuales y/o procedimientos del SAC.

La Política de Calidad, Objetivos y los documentos del SAC, han sido elaborados considerando el enfoque hacia el ciudadano / usuario, con el fin de asegurar que se cumplan sus requisitos y con el propósito de incrementar la satisfacción de éste.

5.3 POLÍTICA DE LA CALIDAD

La gerencia general ha definido y documentado la Política de Calidad, considerando los propósitos de la Organización, el compromiso para cumplir los requisitos del ciudadano / usuario, el mejoramiento continuo y como un marco para establecer los objetivos de calidad.

El Representante de la Gerencia para el SAC, se afirma que dicha política sea comunicada y entendida por el personal, a través del proceso de capacitación, durante la difusión del sistema, pláticas de inducción y comunicación interna.

Cuando la política es actualizada por estrategia de cumplimiento o mejoramiento de los objetivos o efectividad del SGC; el Representante de la Gerencia para el SAC se asegura la difundir y distribuir la nueva Política de Calidad, y que se retiren los documentos obsoletos para su destrucción.

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 14 de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

5.4 PLANEACIÓN

5.4.1 Objetivos de la calidad

La Gerencia General de la empresa establece sus objetivos de la calidad (en las reuniones de revisión por la gerencia) que marcan la orientación de la Gerencia General y de ellos se derivan objetivos específicos, incluyendo los necesarios para cumplir los requisitos del producto, en las demás funciones y niveles relevantes. El Representante de la Gerencia coordina que se establezcan estos objetivos, como se muestran al final de esta sección.

5.4.2 Planeación del sistema de calidad

La Gerencia General de la Fábrica de Embutidos MAYBE, asegura que:

- a) La planeación del SAC se realice, en las reuniones de la revisión por la gerencia, para cumplir los requisitos establecidos en 4.1; y
- b) Se mantenga la integridad del SAC cuando se planean e implantan cambios a éste.

5.5 RESPONSABILIDAD, AUTORIDAD, Y COMUNICACIÓN

5.5.1 Responsabilidad y autoridad


La Gerencia General de la Fábrica de Embutidos MAYBE define las responsabilidades y autoridades en “El manual de Funciones”, Organigramas y los procedimientos documentados, así como en la, las cuales son comunicadas a todos los niveles de la Organización.

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 15 de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

5.5.2 Representante de la gerencia

La Gerencia General de la Fábrica de Embutidos MAYBE con responsabilidad ejecutiva, designa como " Representante de la Gerencia para el SAC " al Gerente de Aseguramiento de la Calidad, en cumplimiento con los lineamientos de la norma de calidad ISO 9001:2008. que independientemente de sus otras funciones específicas, tendrá las autoridades y responsabilidades siguientes:

- a) Asegurar que el Sistema de Administración de la Calidad (SAC) sea establecido, implantado y mantenido de acuerdo con los requerimientos de la norma ISO 9001:2008.
- b) Controlar, mantener y actualizar los Documentos del SAC.
- c) Recomendar mejoras continuas al SAC. Basado en los resultados de auditorías, acciones correctivas y preventivas, requerimientos del cliente, y acciones generadas en las mismas revisiones SAC.
- d) Identificar, registrar y controlar las no conformidades relacionadas con el producto, proceso y SAC.
- e) Verificar la efectividad de la implantación de las acciones correctivas y preventivas.
- f) Controlar los documentos, datos y registros de calidad aplicables al SAC, Identificar y vigilar la correcta aplicación de las diferentes técnicas estadísticas utilizadas en la compañía.
- g) Programar y verificar que se lleven a cabo las auditorías internas de calidad y evaluar su resultado, así como verificar el cierre oficial de las auditorías internas de calidad.
- h) Detectar las necesidades de capacitación así como elaborar y proponer los programas de capacitación y Supervisar su cumplimiento.
- i) Promover la toma de conciencia, hacia los requisitos del cliente, en todos los niveles de la Organización.
- j) Establecer y mantener relaciones de comunicación con partes externas sobre asuntos relacionados con SAC.

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 16 de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

Como parte de la comunicación interna, se consideran aspectos relacionados con la política de la calidad, los requerimientos de la norma y los objetivos de la Organización, entre otros que se describen en el procedimiento.

5.6 REVISIÓN POR LA GERENCIA

5.6.1 Generalidades

La Gerencia General de la Fábrica de Embutidos MAYBE revisa mensualmente, el SAC, para asegurar su consistencia, adecuación y eficacia. La revisión incluye la evaluación de oportunidades de mejora y la necesidad de realizar cambios al SAC, incluyendo a la política y los objetivos de la calidad. El Representante de la Gerencia debe mantener los registros.

5.6.2 Entradas para la revisión

La información para la Revisión por la Dirección deberá incluir: los resultados del Modelo de Balanced Scorecard, los resultados de auditorías al SAC; la retroalimentación de los ciudadanos; el desempeño de los procesos y conformidad del servicio; el estado de las acciones correctivas y preventivas; las acciones de seguimiento de revisiones anteriores; los cambios que podrían afectar al SAC y las recomendaciones para la mejora.

5.6.3 Salidas de la revisión

Las minutas resultantes de las revisiones al SGC incluyen decisiones, acuerdos, compromisos, responsables, recursos y fechas compromiso para su cumplimiento, enfocado a mejorar la efectividad de los procesos y del servicio ofrecido a los ciudadanos.

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 17 de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

Cuando no se alcancen las metas del Modelo de BSC y los Objetivos de la Calidad establecidos, el Representante de la Dirección solicita al responsable, la acción correctiva correspondiente de acuerdo a la magnitud de la desviación.

6.ADMINISTRACIÓN DE LOS RECURSOS

6.1 PROVISIÓN DE RECURSOS

La organización debe determinar y proporcionar los recursos necesarios para:

- a) Implementar y mantener el sistema de gestión de la calidad y mejorar continuamente su eficacia, y
- b) Aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos.

6.2 RECURSOS HUMANOS

6.2.1 Generalidades

La organización se asegura que el personal que realiza trabajos que afectan a la calidad es competente con base a su educación, formación, habilidades y experiencia propia y/o adquirida mediante la práctica.

La Gerencia General, considera al Recurso Humano como el más valioso de sus activos, por lo que su selección, competencia, y capacitación es prioritaria. La Gerencia General en conjunto con la Gerencia de Producción selecciona y propone a los candidatos para los puestos, asegurándose que sea el adecuado.

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 18 de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

6.2.2 Competencia, toma de conciencia y formación

Se realizarán talleres, capacitaciones, charlas y seminarios, de acuerdo con las necesidades para que se cumpla con la política de calidad y con los objetivos de calidad.

6.3 INFRAESTRUCTURA

La Fábrica de Embutidos MAYBE, mantiene mediante el procedimiento "Mantenimiento de la Infraestructura" la infraestructura en óptimas condiciones, así mismo proporciona la infraestructura necesaria para la elaboración de los productos.

La infraestructura incluye:


- Las instalaciones.
- Áreas de trabajo.
- Equipo y maquinaria necesaria para el proceso de producción.
- Servicio de soporte, transporte para la entrega a tiempo del producto al cliente.

6.4 AMBIENTE DE TRABAJO

La organización identifica las características necesarias para un adecuado ambiente de trabajo.

Así como el manejo del mismo mediante:

- a) La aplicación de la mejora del ambiente físico del trabajo. De acuerdo al siguiente sistema 5S:

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 19 de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

- **Clasificar- Seiri:** Clasificar consiste en separar en el sitio de trabajo las cosas que realmente sirven de las que no sirven para el trabajo rutinario. . Organizar las herramientas de acuerdo a su naturaleza, uso, seguridad y frecuencia de utilización con el objeto de facilitar la agilidad en el trabajo. Eliminar elementos que afectan el funcionamiento de los equipos y que pueden producir averías.

- **Ordenar- Seiton:** Consiste en organizar los elementos que hemos clasificado como necesarios de modo que se puedan encontrar con facilidad. Algunas estrategias para este proceso de "todo en su lugar" son: pintura de pisos delimitando claramente áreas de trabajo y ubicaciones, así como estantería modular y/o gabinetes para tener en su lugar cosas como un bote de basura, una escoba, trapeador, cubeta, es decir, "Un lugar para cada cosa y cada cosa en su lugar."

- **Limpeza- Seiso:** Limpieza significa eliminar el polvo y suciedad de todos los elementos de una fábrica. Se identifican problemas de escapes, averías, fallos o cualquier tipo de FUGUAI (defecto). Limpieza incluye, además de la actividad de limpiar las áreas de trabajo y los equipos, el diseño de aplicaciones que permitan evitar o al menos disminuir la suciedad y hacer más seguros los ambientes de trabajo.

- **Estandarizar- Seiketsu:** El estandarizar pretende mantener el estado de limpieza y organización alcanzado con la aplicación de las primeras 3's. El estandarizar sólo se obtiene cuando se trabajan continuamente los tres principios anteriores. En esta etapa o fase de aplicación (que debe ser permanente), son los trabajadores quienes adelantan programas y diseñan mecanismos que les permitan beneficiarse a sí mismos.

- **Disciplina- Shitsuke:** Significa evitar que se rompan los procedimientos ya establecidos. Solo si se implanta la disciplina y el cumplimiento de las normas y procedimientos ya adoptados se podrá disfrutar de los beneficios que ellos brindan.

b)Evaluación de desempeño al personal mediante el formato “Evaluación de Desempeño”.

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 20 de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

7. REALIZACIÓN DEL PRODUCTO


7.1 PLANEACIÓN

La Fábrica de Embutidos MAYBE planea (a través de las revisiones por la gerencia) y desarrolla los procesos para la realización de sus productos. La planeación de la realización de los productos es coherente con los otros procesos identificados del SAC. Para la planeación considera, los procesos a lo largo de la generación del producto, los procedimientos, registros y planes de calidad .Además para esta planeación también considera:

- a) Los objetivos de calidad que constan en el manual de calidad y los requisitos técnicos establecidos para la elaboración del producto.
- b) La necesidad de establecer procesos, documentos y de proporcionar recursos específicos para el producto.
- c) Actividades requeridas de verificación, seguimiento, inspección, específicas para el producto, así como los criterios para la aceptación del mismo.
- d) Los registros que sean necesarios para proporcionar evidencia de que los procesos de realización y el producto resultante cumplen con los requisitos.

Los resultados de esta planificación se presentan adecuadamente mediante el sistema “Justo a Tiempo”:

Este sistema tiene una visión dinámica de como optimizar la producción, basando sus fundamentos en la minimización de las tareas que no añaden valor sin preocuparse mucho por la optimización y tamaño de los lotes de producción. Tiene 7 Pilares fundamentales:

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 21 de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

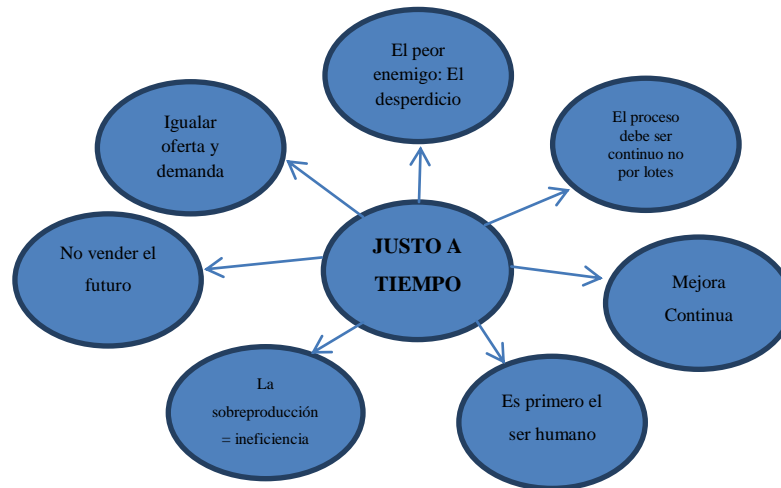


Gráfico MCEM 1.2: Justo a Tiempo.

Fuente: Elaboración Propia

1. Igualar la oferta y la demanda

No importa de qué color o sabor lo pida el cliente, aprenderemos a producirlo como se requiera, con un tiempo de entrega cercano a cero, es decir: $TEC = TET$

donde:

TEC: Tiempo de Entrega Cliente

TET: Tiempo de Entrega Total = TEM + TEA

TEM: Tiempo de Entrega Manufactura

TEA: Tiempo de Entrega Agregado

Si el TET es mayor al TEC, será necesario empujar las materias primas o componentes, reduciendo el TEM y el TEA

2. El peor enemigo: el desperdicio

Eliminar los desperdicios desde la causa raíz realizando un análisis de la célula de trabajo.

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 22 de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

Algunas de las causas de desperdicios son:

- Desbalanceo entre trabajadores-proceso
- Problemas de calidad
- Mantenimiento preventivo Insuficiente
- Retrabajos, reprocesos
- Sobreproducción, sobrecompras
- Gente de más, gente de menos

Cuadro MCEM 1.1: Tipos de desperdicios

Desperdicio	Forma de eliminarlos
Sobreproducción	- Reducir los tiempos de preparación, sincronizando cantidades y tiempos entre procesos, haciendo sólo lo necesario
Espera	- Sincronizar flujos - Balancear cargas de trabajo - Trabajador flexible
Transporte	- Distribuir las localizaciones para hacer innecesario el manejo / transporte - Racionalizar aquellos que no se pueden eliminar
Proceso	- Analizar si todas las operaciones deben de realizarse o pueden eliminarse algunas sin afectar la calidad el producto / servicio
Inventarios	- Acortar los tiempos de preparación, de respuesta y sincronizarlos
Movimiento	- Estudiar los movimientos para buscar economía y conciencia. Primero mejorar y luego automatizar
Productos defectuosos	- Desarrollar el proyecto para prevenir defectos, en cada proceso ni hace ni aceptar defectos - Hacer los procesos a prueba de tontos

Fuente: <http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/ger/manesbelta.htm>

3. El proceso debe ser continuo no por lotes

Esto significa que se debe producir solo las unidades necesarias en las cantidades necesarias, en el tiempo necesario. Para lograrlo se tiene dos tácticas:

- a) Tener los tiempos de entrega muy cortos. Es decir, que la velocidad de producción sea igual a la velocidad de consumo y que se tenga flexibilidad en la línea de producción para cambiar de un modelo a otro rápidamente.

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 23 de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

b) Eliminar los inventarios innecesarios, para eliminar los inventarios se requiere reducirlos poco a poco.

Cuadro MCEM 1.2: Tipos de inventarios

Tipo de inventario	Forma de reducción
Trabajo en proceso	Reducir el tamaño del lote Eliminar las colas
Materias primas	Recibos directos, pequeños y frecuentes al lugar de trabajo
Producto terminado	Producir lo que vende Embarcar frecuentemente y en cantidades menores
A la función	De ciclo Disminuir el tiempo de preparación De seguridad Reducir la incertidumbre sobre la calidad y Cantidad de material Buffer Eliminar colas, dar fluidez En tránsito Programar, coordinar, anticipar Anticipación Programación nivelada

Fuente: <http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/ger/manesbelta.htm>

4. Mejora Continua

La búsqueda de la mejora debe ser constante, tenaz y perseverante paso a paso para así lograr las metas propuestas.

5. Es primero el ser humano

La gente es el activo más importante. Justo a Tiempo considera que el hombre es la persona que está con los equipos, por lo que son claves sus decisiones y logran llevar a cabo los objetivos de la empresa. Algunas de las actividades a realizar para cumplir con este punto son:

- Reducir el miedo a la productividad, practicando la apertura y confianza
- Tener gente multifuncional
- Tener empleos estables
- Tener mayor soporte del personal al piso

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 24 de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

6. La sobreproducción = ineficiencia

Eliminar el “por si acaso” utilizando otros principios como son la Calidad Total, involucramiento de la gente, organización del lugar de trabajo, Mantenimiento Productivo Total (TPM), Cambio rápido de modelo (SMED), simplificar comunicaciones, etc.

7. No vender el futuro

Las metas actuales tienden a ser a corto plazo, hay que reevaluar los sistemas de medición, de desempeño, etc. Para realizar estas evaluaciones se tiene que tomar en cuenta el Sistema de Planeación Justo a Tiempo, el cual consiste en un modelo pentagonal, en el cual cada una de las aristas representa un elemento del sistema:

Distribución Física:


Formado por celdas y tecnología de grupos, nos dice cómo manejar y distribuir los recursos físicos con que contamos. En vez de contar con departamentos especializados en una operación, se busca trabajar con todas las operaciones en un solo lugar, formando mini-fabriquetas completas y controlables.

Ventaja de la Gente:

El trabajo en equipo para solucionar problemas, así como la cercanía de las diversas máquinas en una celda propiciando la multifuncionalidad de la gente.

Flujo Continuo:

Se requiere de alta calidad para evitar los paros por defectos, y mantenimiento preventivo para evitar paros no programados de equipo.

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 25 de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

Operación Lineal:

La forma de desplazar el producto será de uno en uno, ya que de otra manera los tiempos de entrega son altos (hay que esperar en cada paso a que se termine con todo un lote para pasarlo adelante) y los desperdicios se ocultarían en el inventario del bulto.

Demanda y Suministro de Confiables:

Una de las causas de los problemas con los suministros, es la inestabilidad: nadie sabe cuándo le van a comprar ni cuánto porque todo el mundo cambia a cada rato de proveedor buscando mejores precios. Justo a Tiempo visualiza la cooperación y confianza mutua

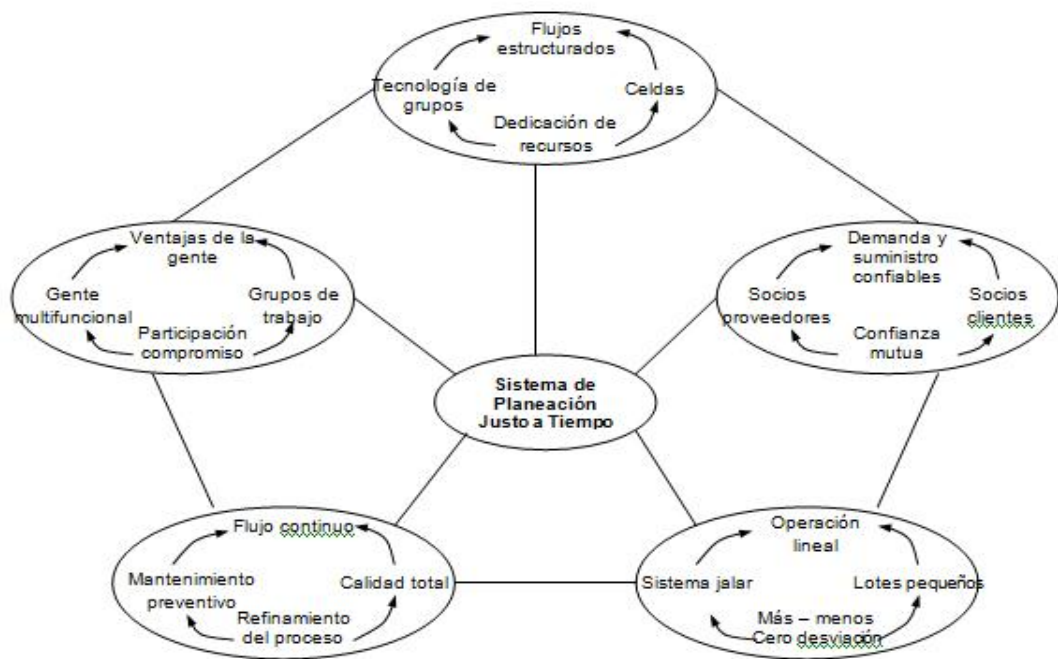


Gráfico MCEM 1.3: Sistema de Planeación Justo a Tiempo.

Fuente: <http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/ger/manesbelta.htm>

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 26 de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

7.2 PROCESOS RELACIONADOS CON EL CLIENTE

7.2.1 Determinación de los requisitos relacionados con el producto

La empresa de embutidos MAYBE determina las necesidades del cliente a través del "Procedimiento de ventas" donde se muestran la captación de clientes, actividades y compromisos, los cuales son plasmados en la orden de compra, con el cliente.

Contienen lo siguiente:

- a) Los requisitos especificados por el cliente, incluyendo los requisitos para las actividades de entrega y posteriores a la misma;
- b) Los requisitos no establecidos por el cliente pero necesarios para el uso especificado o para el uso previsto, cuando sea conocido;
- c) Los requisitos legales y reglamentarios relacionados con el producto
- d) Cualquier requisito adicional determinado por la organización

7.2.2 Revisión de los requisitos relacionados con el producto

Se clasifican todas las necesidades de los clientes con respecto a los productos que se elaboran y luego se determinan; las cantidades de materiales, suministros, tiempos, recursos humanos, recurso financiero, entre otros.

Se establece un procedimiento de pedido en el cual se describe lo solicitado por el cliente y se le da un seguimiento en todas las partes del proceso productivo.

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 27 de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

7.2.3 Comunicación con el cliente

La Fábrica de Embutidos MAYBE determina e implanta disposiciones eficaces para la comunicación con los clientes la cual es responsabilidad de la Gerencia Administrativa, relativa a:

- a) Información sobre el producto
- b) Consultas, contratos o atención de pedidos, incluyendo las modificaciones; y
- c) Retroalimentación del cliente, incluyendo quejas.

7.3 DISEÑO Y DESARROLLO

7.3.1 Planificación del diseño y desarrollo

A través del proceso de diseño y desarrollo el departamento de producción refleja las tareas llevadas a cabo en el diseño de sus productos.

7.4 COMPRAS

7.4.1 Proceso de compras

La Fábrica de Embutidos MAYBE a través del "Procedimiento de Compras" asegura que los productos o servicios adquiridos cumplan los requisitos de compra especificados. En el proceso de compras se establece el tipo y alcance del control aplicado a proveedores, productos y / o servicios adquiridos.

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 28 de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

La Gerencia Administrativa de la Fábrica de Embutidos MAYBE selecciona a sus proveedores, en función de su capacidad para suministrar productos y otros criterios los cuales varan de acuerdo a la compra, mediante el procedimiento "Selección y Evaluación a Proveedores" en éste se definen los criterios para la selección, evaluación y reevaluación. Los registros de estas evaluaciones se mantienen de acuerdo al procedimiento "Control de los Registros".

7.4.2 Información de compras

El responsable solicita las compras, revisa toda la documentación correspondiente a cada adquisición con el fin de comprobar que, no existe discrepancia alguna entre las necesidades de la organización y los requisitos señalados, no solamente en cuanto a definición del producto y/o servicio, sino también en lo que se refiere a plazos y modalidades de la entrega, criterios de aceptación y rechazo y demás condiciones del suministro.

7.4.3 Verificación de los productos comprados

La Fábrica de Embutidos MAYBE establece la inspección para asegurar que los productos o servicios comprados cumplen los requisitos de acuerdo al procedimiento de "Compras".

7.5 OPERACIONES DE PRODUCCIÓN Y SERVICIO.

7.5.1 Control de la producción del producto

Se realizaran el control de las salidas de los productos, mediante hojas de recibido. El gerente de producción deberá confirmar de entera satisfacción del producto, en caso de no

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 29 de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

estar satisfecho el receptor del producto debe de colocar las observaciones, para que se realicen las mejoras.

7.5.2 Validación del proceso de la elaboración del producto

Existe una hoja de rendimiento en la que se puede identificar cada uno de los pasos de realización del producto.

Al entregar la mercadería a los puntos de ventas se identifica lo entregado tanto el que entrega como el receptor son responsables de verificar que el producto este identificado con lo necesario.

7.5.3 Identificación y rastreabilidad

En el proceso de fabricación del producto, La Fábrica de Embutidos MAYBE identifica la realización, seguimiento y medición de los productos, durante la manipulación, almacenamiento y entrega de los productos, de tal forma que se conoce el estado de estos mediante los registros.

7.5.4 Propiedad del cliente

Este apartado de la norma no se considera de aplicación a las actividades de La Fábrica de Embutidos MAYBE ya que no se cuenta dentro de la empresa con nada que sea propiedad del cliente.

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 30 de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

7.5.5 Preservación del producto

La Fábrica de Embutidos MAYBE asegura la adecuada preservación de sus productos durante todo el proceso desde la materia prima hasta el producto terminado. La preservación incluye la identificación, manejo, empaque, almacenamiento y protección.

7.6 CONTROL DE LOS DISPOSITIVOS DE SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN

La Fábrica de Embutidos MAYBE determina los monitoreos y las mediciones a realizar así como los dispositivos de monitoreo y medición necesarios para proporcionar evidencia de la conformidad del producto a los requerimientos determinados.

La Fábrica de Embutidos MAYBE establece procesos para asegurar que el monitoreo y la medición puedan llevarse a cabo y que sean realizados de manera consistente con los requerimientos de monitoreo y medición.

Para ello se debe:

- a. Calibrar y verificar usando patrones estandarizados cuando se realice el mantenimiento correctivo.
- b. Reajustar en caso de ser necesario.
- c. Se deben identificar para poder determinar su estado de calibración.
- d. Proteger ajustes que pueden invalidar la medición
- e. Proteger contra los daños y deterioro en la manipulación y almacenamiento.

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 31 de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

8. MEDICIÓN, ANÁLISIS Y MEJORA

8.1 GENERALIDADES

La Fábrica de Embutidos MAYBE cuenta con el diseño de los diferentes diagramas de flujo de los procesos operativos, para demostrar la conformidad del cliente con el producto.

8.2 SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN

8.2.1 Satisfacción del cliente

La Fábrica de Embutidos MAYBE a través de la Gerencia Administrativa realiza actividades de investigación de la percepción del cliente con respecto al cumplimiento de sus requisitos. Los métodos para obtener y usar dicha información se describen en el proceso de "Investigación de la satisfacción del cliente ".Se puede utilizar la siguiente fórmula:

$$\text{Rendimiento Percibido} - \text{Expectativas} = \text{Nivel de Satisfacción}$$

Para aplicarla, se necesita primero obtener mediante una investigación de mercado: 1) el rendimiento percibido y 2) las expectativas que tenía el cliente antes de la compra. Luego, se le asigna un valor a los resultados obtenidos.

Para el rendimiento percibido se puede utilizar los siguientes parámetros:

- Excelente = 10
- Bueno = 7
- Regular = 5
- Malo = 3

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 32 de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

En el caso de las expectativas se pueden utilizar los siguientes valores:

- Expectativas Elevadas = 3
- Expectativas Moderadas = 2
- Expectativas Bajas = 1

Para el nivel de satisfacción se puede utilizar la siguiente escala:

- Complacido: De 8 a 10
- Satisfecho: de 5 a 7
- Insatisfecho: Igual o Menor a 4

8.2.2 Auditoría interna

Mediante la Gerencia de Aseguramiento de Calidad la Fábrica de Embutidos MAYBE lleva a cabo mensualmente auditorías internas de acuerdo al procedimiento de "Auditorías Internas" para determinar el grado de cumplimiento:

- a) Es conforme lo planeado en el requisito 7.1 de este manual, con los requisitos de la norma ISO 9001:2008 y con los requisitos del SAC de la Organización
- b) Se ha implementado y se mantiene de manera eficaz

El Representante de la Gerencia programa las auditorias, también en el procedimiento "Auditorías Internas" define los criterios, alcance, frecuencia y metodología de la auditoria. La selección de los auditores (a través del Representante de la Gerencia) y la realización de la auditoria ha de ser objetiva e imparcial.

Se determina que los auditores no deben auditar su propio trabajo. La "Auditorías Internas" se definen las responsabilidades y requisitos de la planeación y de la realización de la auditoria, considerando también la forma de informar los resultados y mantener registros.

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 33 de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

Lo anterior se realiza en etapas definidas de la realización del producto de acuerdo con las disposiciones planeadas. La liberación del producto se realiza de acuerdo al procedimiento para la "Elaboración del Producto".

8.3 CONTROL DEL PRODUCTO NO CONFORME

En el sistema de Gestión de Calidad, se asegura que el servicio o producto, que no sea conforme con los requisitos, se identifique, analice las causas y se propongan las acciones correctivas y preventivas, de tal manera de evitar que se vuelva a producir.

El control del producto no conforme precisa la identificación, documentación, calificación, y tratamiento de los servicios o productos no conformes y mantiene los de las no conformidades y de cualquier acción tomada posteriormente, para eliminarlas y promover el proceso de mejora continua.

8.4 ANÁLISIS DE DATOS

La Fábrica de Embutidos MAYBE determina, recopila y analiza los datos haciendo uso del procedimiento "Uso de Técnicas Estadísticas" para demostrar lo idóneo y efectivo del SAC, también evalúa donde realizar la mejora continua. Lo anterior incluye datos generados del resultado de la verificación y medición y de cualquier otra fuente. El análisis de datos proporciona información sobre:

- a) La satisfacción del cliente
- b) La conformidad de los requisitos del servicio / producto
- c) Las características y tendencia de los procesos y de los productos, incluyendo las oportunidades para llevar a cabo las acciones correctivas, y
- d) Los proveedores.

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 34 de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

Los responsables de las reas auditadas toman acciones para eliminar las no conformidades detectadas y sus causas. Las actividades de verificación (a través del Representante de la Gerencia) incluyen las acciones tomadas y el informe de resultados de la misma

8.2.3 Verificación y medición de los procesos

La fábrica "MAYBE" realiza las actividades de verificación y medición de los procesos, para demostrar la capacidad de los procesos en alcanzar los resultados planeados, cuando no demuestra la capacidad de los procesos para alcanzar los resultados planeados y no se alcanzan estos resultados, se lleva acabo correcciones y acciones correctivas según sea conveniente para asegurarse de la conformidad del producto.

8.2.4 Verificación y medición del producto

La Fábrica de Embutidos MAYBE, a través de una inspección de Control de Calidad mide y verifica (plan de calidad, procedimientos, manuales, diagramas de proceso e instructivos) las características del producto para asegurar se cumplan los requisitos del mismo.

8.5 MEJORA

8.5.1 Mejora continua

La Fábrica de Embutidos MAYBE (a través de las revisiones por la gerencia) mejora continuamente, así como de la efectividad del SAC mediante el uso de: a) La política de la calidad, objetivos de la calidad, auditorias, análisis de datos, acciones correctivas y preventivas, y la revisión por la gerencia.

	MANUAL DE CALIDAD	Pág. 35 de 35
	CÓDIGO	Revisión N° 00
	MCEM- 01	Fecha:

8.5.2 Acción correctiva

La Fábrica de Embutidos MAYBE, toma acciones para eliminar la causa de la no - conformidad con el objetivo de evitar su ocurrencia. Las acciones correctivas son apropiadas a los efectos de las no conformidades detectadas. Se establece el procedimiento "Acciones Correctivas y preventivas" para cumplir con:

- a) La revisión de las no conformidades (incluyendo quejas de clientes)
- b) Determinación de las causas de no conformidades
- c) La evaluación de la necesidad de tomar acciones para asegurarse de que las no conformidades no vuelvan a ocurrir
- d) Determinación e implementación de las acciones necesarias
- e) Registro de los resultados de las acciones tomadas
- f) Revisión de las acciones tomadas

8.5.3 Acción preventiva

La Fábrica de Embutidos MAYBE determina acciones para eliminar las causas de la no-conformidad potencial para prevenir su ocurrencia. Estas son apropiadas a los efectos de los problemas potenciales. Se establece el procedimiento "Acciones Correctivas y preventivas" para:

- a) Determinar las no conformidades potenciales y sus causas
- b) Evaluar la necesidad de actuar para prevenir la ocurrencia de no conformidades
- c) Determinar e implementar las acciones necesarias
- d) Registrar los resultados de las acciones tomadas (según el Control de los Registros)
- e) Revisar las acciones tomadas.

ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:



MANUAL DE PROCEDIMIENTOS FABRICA DE EMBUTIDOS “MAYBE”

Bibliografía:

Díaz, J.; Murillo, E. & Pérez, M. (2011) Diseño de un sistema de gestión de calidad basado en la Norma ISO 9001-2008, para la Unidad Agroindustrial de la Escuela Nacional de Agricultura. Obtenido el 10 de junio de 2012, de <http://ri.ues.edu.sv/534/>

	FÁBRICA DE EMBUTIDOS“MAYBE”	Pág. 2 de 36
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Fecha:
PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE DOCUMENTOS		

1. OBJETIVO

Establecer los pasos a seguir para controlar la elaboración, revisión, aprobación, distribución, archivo y modificación de los documentos del Sistema de Gestión de la Calidad de la Fábrica de Embutidos MAYBE. Indicados en el alcance, así como asegurar su disponibilidad en los lugares adecuados y en la edición vigente.

2. ALCANCE

Este procedimiento es de aplicación a los siguientes documentos del Sistema de Gestión de la Calidad:

- Manual de la Calidad.

Asimismo, es de aplicación a la documentación de origen externo o cualquier información adicional que sea de interés para el desarrollo de las actividades relacionadas con la calidad como, por ejemplo, especificaciones o normas del cliente.

3. DOCUMENTO DE REFERENCIA.

Manual de calidad, apartado 4.2.3

4. RESPONSABLES

Gerente de aseguramiento de la calidad.

Gerente de producción

Gerente General

	FÁBRICA DE EMBUTIDOS“MAYBE”	Pág. 3 de 36
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Fecha:
PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE DOCUMENTOS		

5. DEFINICIONES En este procedimiento se utilizan las siguientes definiciones

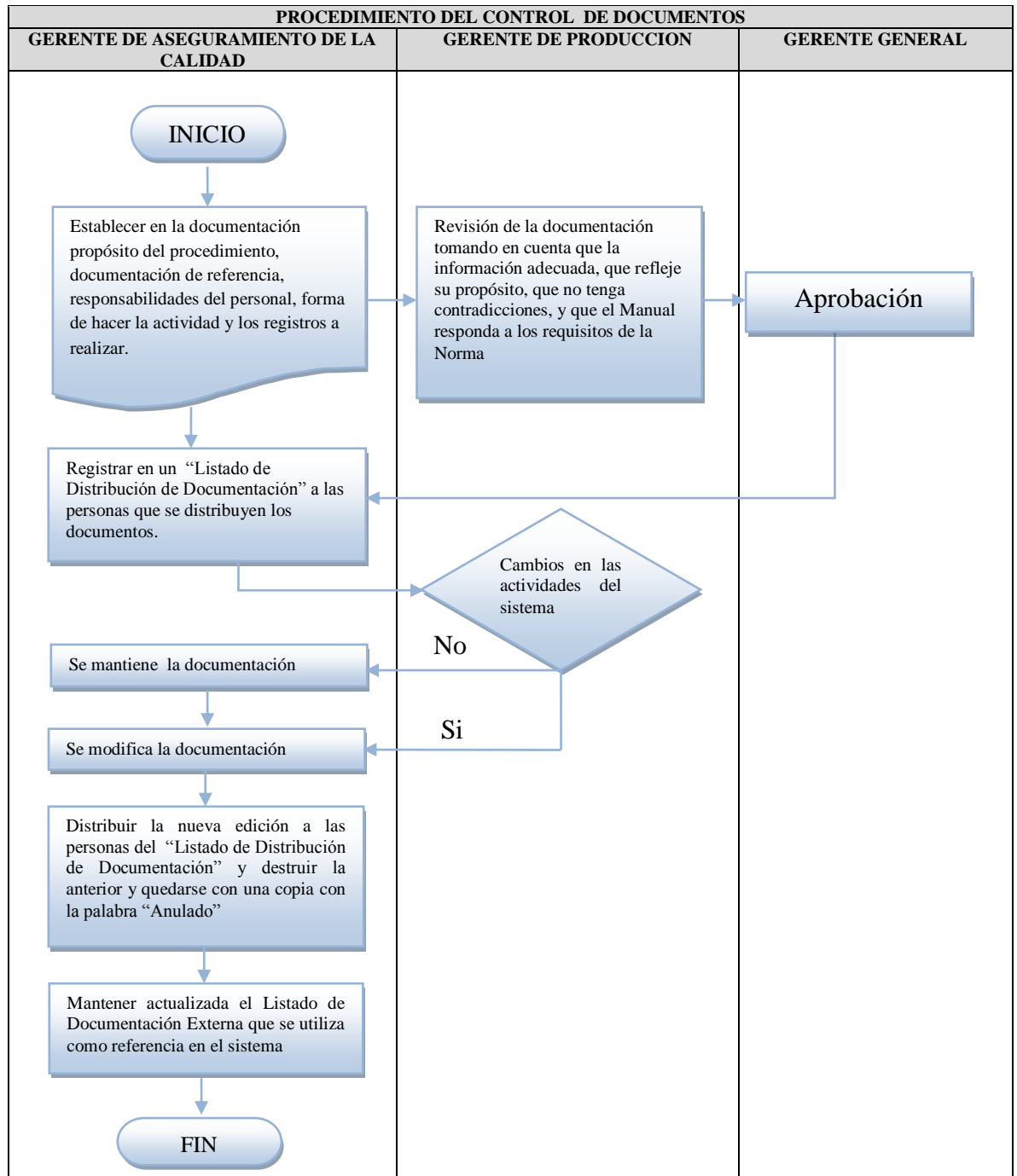
Documento: Es considerado un documento del Sistema de Gestión de la Calidad aquel que se define en la Lista Maestra de Documentos Internos y Externos, se los puede encontrar de forma escrita o en archivos digitales, video, fotografías, grabaciones de audio.

Registro: Es un documento en el cual se anotan todos los eventos que han sucedido. Este tipo de documentos permiten ser la evidencia objetiva de que el Sistema de Gestión de la Calidad está implantado.

Proceso: Es el conjunto de actividades mutuamente relacionadas que interactúan, las cuales transforman entradas en resultados.

Procedimiento: Forma específica de llevar a cabo un proceso estos pueden ser documentados o no.

6. DESARROLLO



Fuente: Elaboración Propia

	FÁBRICA DE EMBUTIDOS“MAYBE”	Pág. 5 de 36
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Fecha:
PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE DOCUMENTOS		

7. ANEXOS.

Anexo 11.1 Listado de documentación del Sistema de Gestión de la Calidad

CODIGO	NOMBRE	REVISIÓN	FECHA DE IMPLEMENTACIÓN	DISTRIBUIDO A:
MCEM	Manual de Calidad			
MPEM	Manual de Procedimientos			
MFEM	Manual de Funciones			

Anexo 7.2 Listado de distribución de documentos

CÓDIGO	DENOMINACIÓN	EDICIÓN	FECHA	No de Copia	DESTINATARIO	FIRMA

	FÁBRICA DE EMBUTIDOS“MAYBE”	Pág. 6 de 36
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Fecha:
PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE DOCUMENTOS		

Anexo 7.3 Listado de documentación externa

CÓDIGO	DENOMINACIÓN	EDICIÓN	FECHA

	FÁBRICA DE EMBUTIDOS“MAYBE”	Pág. 7 de 36
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Fecha:
PROCEDIMIENTO PARA EL CONTROL DE LOS REGISTROS		

1. OBJETIVO

Este procedimiento tiene por objeto definir la forma, metodología y actividades para el control de los registros de calidad como identificación, almacenamiento, recuperación, protección, conservación temporal y destino requeridos por el Sistema de Gestión de Calidad de la Fábrica de Embutidos MAYBE.

2. ALCANCE

Este procedimiento tiene que ver con el control de todos los registros que conforman el Sistema de Gestión de la Calidad de la Fábrica de Embutidos MAYBE, que se detallan en la lista maestra de registros.

3. REFERENCIAS

Para realizar este procedimiento se utilizan los siguientes documentos:

Norma ISO 9000:2005 Conceptos y vocabularios

Norma ISO 9001:2008 Requisitos.

Manual de Calidad

4. DEFINICIONES

Las siguientes definiciones y abreviaturas son tomadas en cuenta en este procedimiento:

SGC: Sistema de Gestión de la Calidad

	FÁBRICA DE EMBUTIDOS“MAYBE”	Pág. 8 de 36
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Fecha:
PROCEDIMIENTO PARA EL CONTROL DE LOS REGISTROS		

Registros de Calidad: documento que proporciona resultados conseguidos o evidencia de actividades efectuadas.

Distribución: Procesos que reciben los datos recopilados en los registros.

Almacenamiento: Formas de almacenamiento o archivo de los registros.

Clasificación: El uso que se le da a los registros de acuerdo con la procedencia, el proceso, actividad, el periodo, fecha.

Protección: Lugar adecuado para la conservación de registros y no se puedan alterar.

Recuperación: Personal autorizado que solicita el o los registros.

Disposición: Destino que tiene el registro (activo, inactivo, destruido)

5. RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD

Gerente General

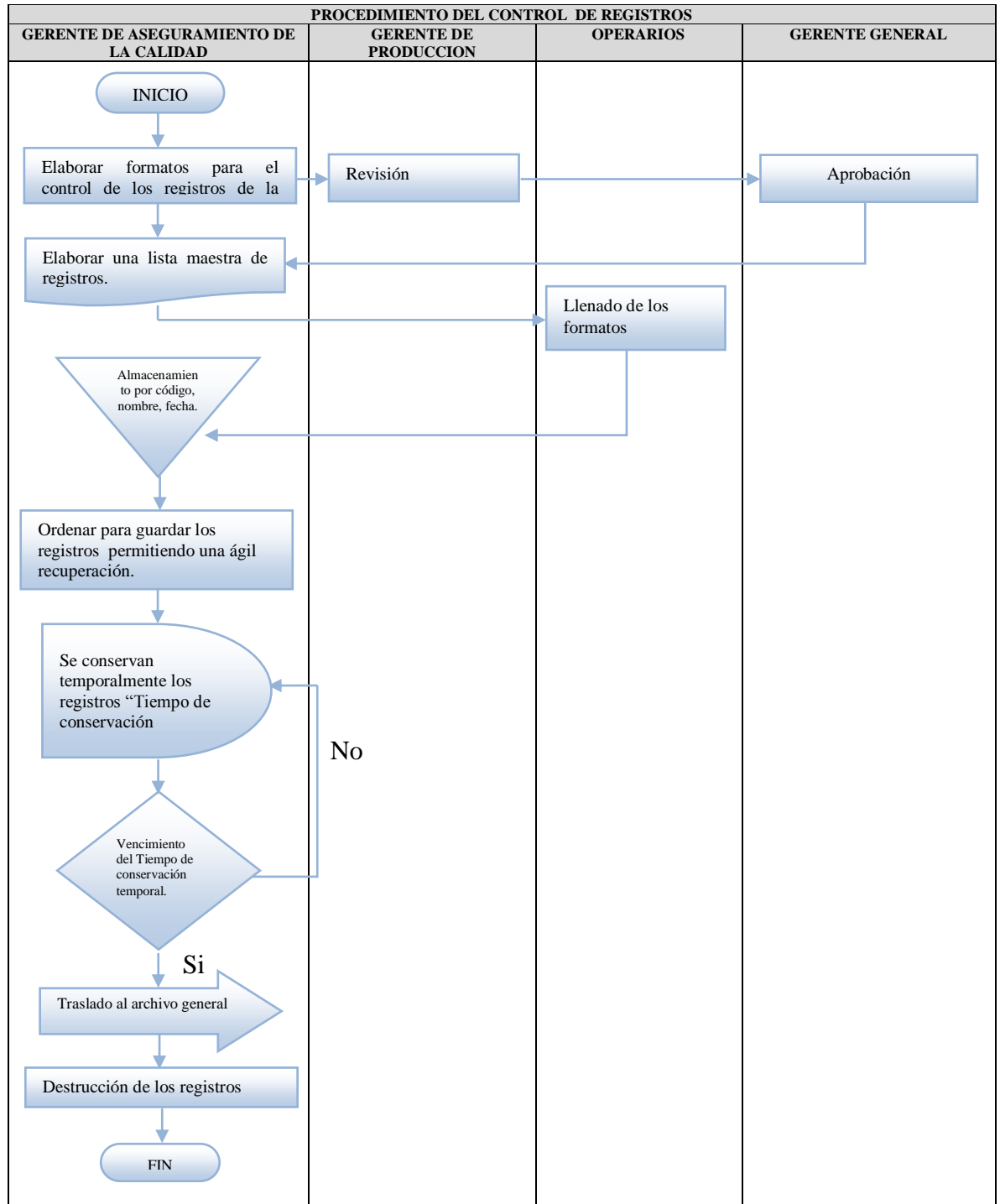
Gerente de producción

Gerente de Aseguramiento de la calidad

6. IDENTIFICACIÓN

Este procedimiento se identifica como procedimiento para el control de los registros de la calidad.

7. DESARROLLO



Fuente: Elaboración propia

	FÁBRICA DE EMBUTIDOS“MAYBE”	Pág. 10 de 36
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Fecha:
PROCEDIMIENTO PARA EL CONTROL DE LOS REGISTROS		

8. ANEXOS

ANEXO 8.1 LISTA MAESTRA DE REGISTROS

CÓDIGO	EDICIÓN	FECHA	DENOMINACIÓN	TIEMPO DE CONSERVACIÓN (DÍAS)

	FÁBRICA DE EMBUTIDOS“MAYBE”	Pág. 11 de 36
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Fecha:
PROCEDIMIENTO DE MANEJO DE QUEJAS		

1. OBJETIVO

El objetivo del presente procedimiento documentado es llevar un control de las quejas de los clientes.

2. ALCANCE

El alcance es mantener una estadística de todas las quejas de los clientes identificadas.

3. DOCUMENTO DE REFERENCIA

Manual de calidad

4. RESPONSABLES

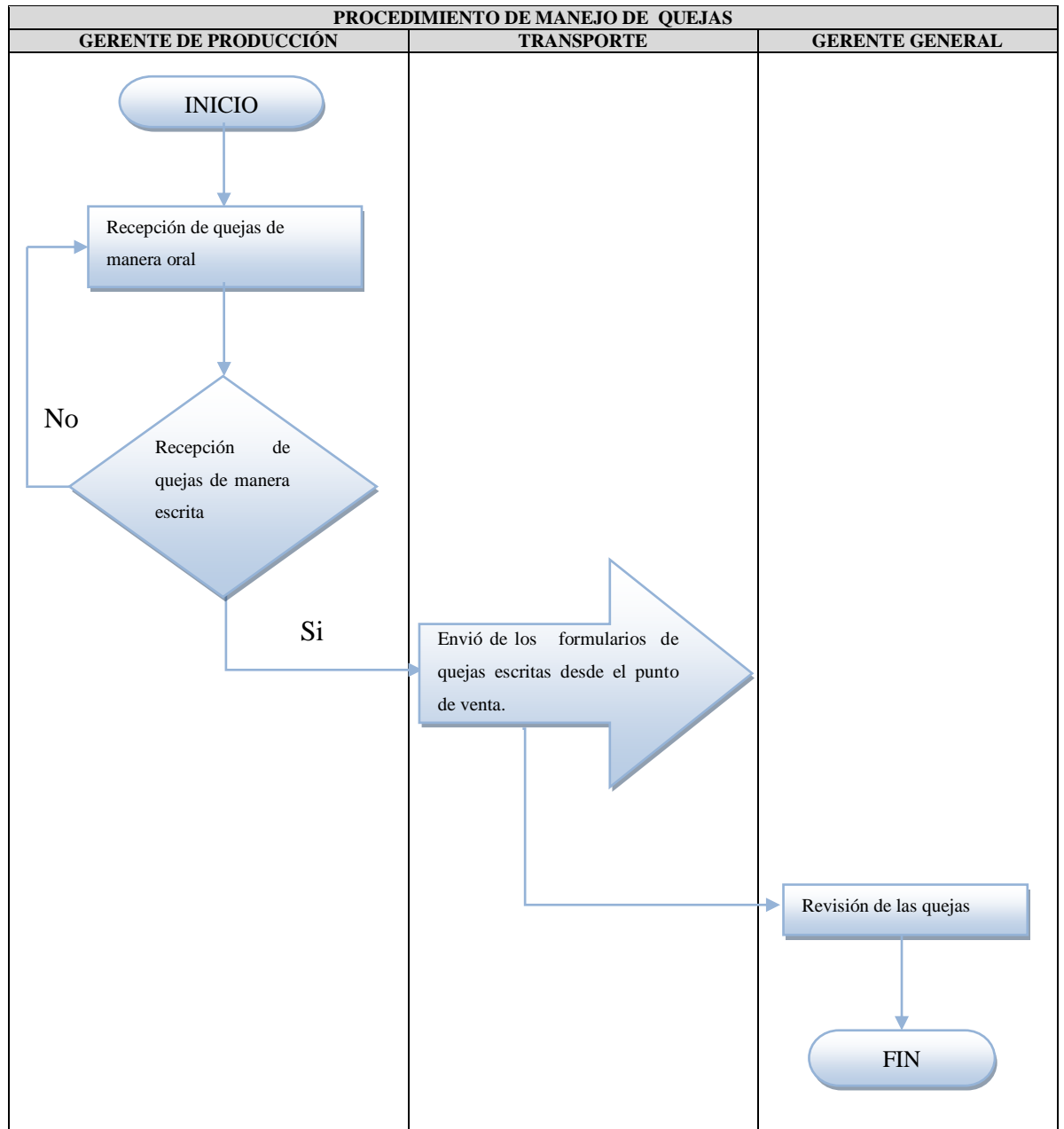
Gerente de Producción

Gerente de la Calidad

Gerente General



5. DESARROLLO



Fuente: Elaboración Propia

	FÁBRICA DE EMBUTIDOS“MAYBE”	Pág. 13 de 36
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Fecha:
PROCEDIMIENTO DE MANEJO DE QUEJAS		

7. ANEXOS

Anexo 7.1. Formulario de quejas

Fecha	Persona/Contacto	Descripción /Queja del cliente

	FÁBRICA DE EMBUTIDOS“MAYBE”	Pág. 14 de 36
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Fecha:
PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN DE PROVEEDORES		

1. OBJETIVO

Este procedimiento garantiza el abastecimiento de materiales e insumos para la Fábrica de Embutidos MAYBE

.

2. ALCANCE

Alcanza todos los procedimientos de compras existentes en la Unidad Agroindustrial y a las sub unidades involucradas en ellos.

3. DOCUMENTO DE REFERENCIA

Manual de Calidad

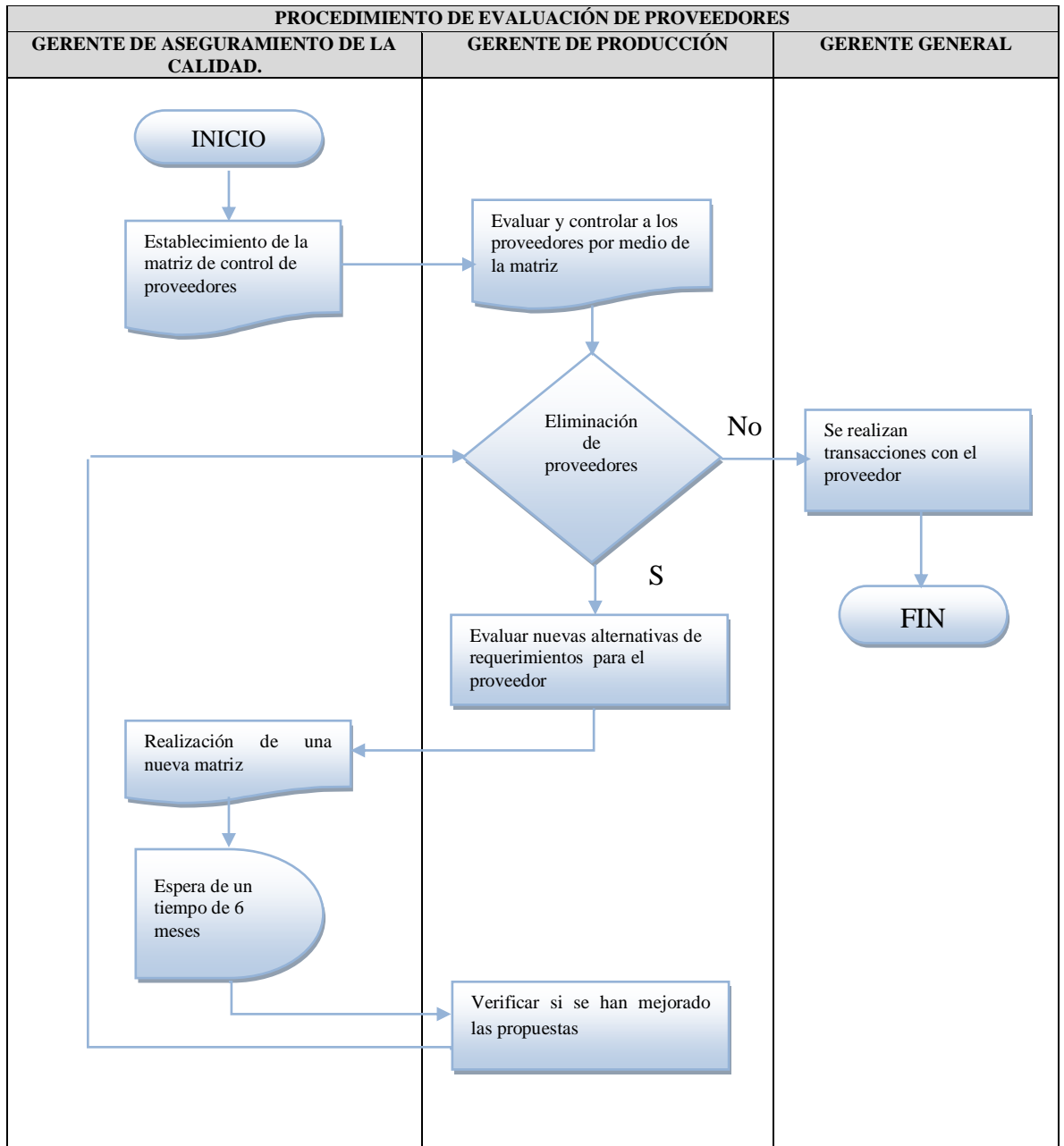
4. RESPONSABLES

Gerente de Producción

Gerente General



5. DESARROLLO



Fuente: Elaboración propia

	FÁBRICA DE EMBUTIDOS“MAYBE”	Pág. 16 de 36
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Fecha:
PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN DE PROVEEDORES		

7. ANEXOS

7.1 Matriz de control de proveedores

FABRICA DE EMBUTIDOS MAYBE

NOMBRE DEL PROVEEDOR	Nota: Calificación de 1 (no cumple) a 5 (cumple)				
	Calidad del producto	Cumplimiento del tiempo.	Cumplimiento de la Calidad	Servicio pos venta	Total

	FÁBRICA DE EMBUTIDOS“MAYBE”	Pág. 17 de 36
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Fecha:
PROCEDIMIENTO DE SENSIBILIZACIÓN, FORMACIÓN Y COMPETENCIA PROFESIONAL		

1. OBJETIVO

Establecer la metodología para la realización de actividades de sensibilización, formación y competencia profesional de nuestro personal, actualizando constantemente sus conocimientos en el Sistema de Gestión de Calidad.

2. ALCANCE.

La sensibilización debe de ser impartida por los menos una vez al año a todo el personal seanuevo o antiguo.

3. RESPONSABLES

Gerente de Producción

Gerente de aseguramiento de la calidad.

Gerente General

4. DOCUMENTOS DE REFERENCIA

Manual de Funciones

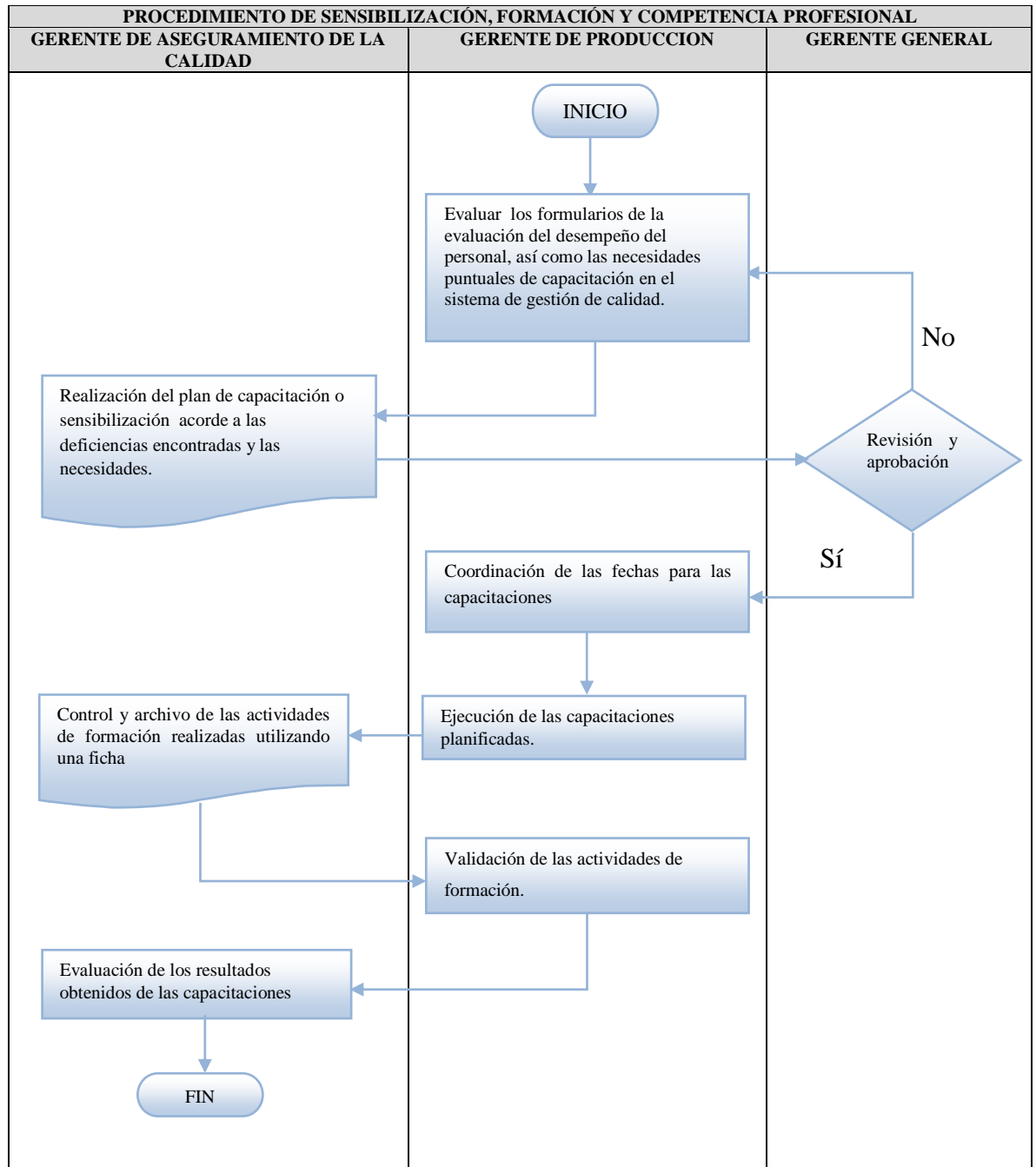
5. GLOSARIO

Sensibilización: capacitación dirigida al personal que labora dentro de una Organización conel propósito de dar a conocer una temática específica y de lograr que los asistentescomprendan a plenitud el significado de la misma.




PROCEDIMIENTO DE SENSIBILIZACIÓN, FORMACIÓN Y COMPETENCIA PROFESIONAL

6. DESARROLLO



Fuente: Elaboración propia

	FÁBRICA DE EMBUTIDOS“MAYBE”	Pág. 19 de 36
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Fecha:
PROCEDIMIENTO DE SENSIBILIZACIÓN, FORMACIÓN Y COMPETENCIA PROFESIONAL		

8. ANEXOS

ANEXO 8.1 FORMULARIOS DE LA EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DEL PERSONAL

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO								
Funcionario:								
Cargo:								
Escriba una “X” n la columna lateral bajo el signo “+” para identificar la fase que mejor define el desempeño del empleado, y el signo “-“para la fase que menos mide su desempeño, no deje ningún bloque sin llenar dos veces.								
	N°	+	-		N°	+	-	
Solo hace lo que le ordenan	01			Tiene temor de pedir ayuda.	17			
Comportamiento irreprochable	02			Mantiene su puesto siempre ordenado	18			
Acepta criticas constructivas	03			Ya presentó baja de producción	19			
No produce cuando está sometido bajo control	04			Es dinámico	20			
Cortes ante los demás	05			Interrumpe constantemente el trabajo	21			
Vacila al tomar decisiones	06			Nunca está influenciado	22			
Merece toda la confianza	07			Tiene buen potencial para desarrollar	23			
Tiene poca iniciativa	08			Nunca se muestra desagradable	24			
-								
-								
-								
Se preocupa en el trabajo	09			Nunca hace buenas sugerencias	25			
No tiene formación adecuada	10			Es evidente que “le gusta lo que hace”	26			
Tiene buena apariencia personal	11			Tiene buena memoria	27			
En su trabajo siempre hay errores	12			Le gusta reclamar	28			
Se expresa con dificultad	13			Aplica criterio en tomar decisiones	29			
Conoce su trabajo	14			Regularmente debe llamarle la atención	30			
Es cuidadoso con las instalaciones de la empresa	15			Es rápido	31			
Espera siempre una recompensa.	16			Por naturaleza es un poco hostil	32			
EVALUADOR:.....								
EXAMINADOR:.....								
FECHA:.....								


	FÁBRICA DE EMBUTIDOS“MAYBE”	Pág. 20 de 36
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Fecha:
PROCEDIMIENTO DE SENSIBILIZACIÓN, FORMACIÓN Y COMPETENCIA PROFESIONAL		

ANEXO 8.2 PLAN DE SENSIBILIZACIÓN

Los temas a desarrollar en la capacitación son los siguientes:

1. Conceptos de Normalización y de Norma.
2. Generalidades acerca de la ISO.
3. Definiciones Básicas.
 - Concepto de Calidad
 - Sistema de Gestión de Calidad
 - Cliente
 - Satisfacción del cliente
 - Requisito
 - Mejora Continua
 - Alta Dirección
 - Proceso
 - Procedimiento
4. Familia de las ISO 9000:2008, Sistemas de Gestión de Calidad.
5. Beneficios relacionados con el cliente, con los empleados, con la gestión organizacional, con el enfoque de procesos.
6. Cláusulas de la Norma ISO 9001:2008.
7. Requisitos Generales del SGC.
8. Estructura documental, definiciones.
 - Política de Calidad
 - Objetivos de Calidad
 - Manual de Calidad, Procedimientos
 - Registros
9. Etapas del proceso de Certificación.
10. Preguntas y respuestas.

GERENTE DE LA CALIDAD

	FÁBRICA DE EMBUTIDOS“MAYBE”	Pág. 21 de 36
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Fecha:
PROCEDIMIENTO DE SENSIBILIZACIÓN, FORMACIÓN Y COMPETENCIA PROFESIONAL		

ANEXO 8.3PLAN DE ACOGIDA DE NUEVO PERSONAL

Nombre:	Puesto:	
Instrucciones	Fecha	Realizada por:
ACLARACIONES SOBRE LA ORGANIZACIÓN		
Presentación de la Fabrica (Organigrama).		
Breve explicación con respecto a su superior y compañeros de trabajo.		
Presentación y explicación de las actividades que se desarrollan en la Fábrica de embutidos MAYBE.		
Explicación de primeros auxilios y pasos a seguir en una emergencia.		
SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD		
Entrega de los documentos para el nuevo empleado.		
Explicación del funcionamiento del Sistema de Gestión de Calidad.		
Familiarizar al nuevo empleado con las instrucciones de su trabajo y los requisitos		
Explicar la Política de la Calidad		
Explicación de la comunicación.		
EQUIPO DE TRABAJO		
Entrega de uniforme		
Entrega de equipo de trabajo según el puesto a desempeñar.		
MANEJO DEL TELEFONO (según el puesto)		
Recibir llamadas y pasar llamadas		
Comportamiento frente a llamadas de Clientes		
_____	_____	
FIRMA DEL EMPLEADO	FIRMA DEL SUPERIOR	

	FÁBRICA DE EMBUTIDOS“MAYBE”	Pág. 23 de 36
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Fecha:
PROCEDIMIENTO DE MANTENIMIENTO DE INFRAESTRUCTURA		

1. OBJETIVO

Especificar los métodos y criterios para planificar el mantenimiento preventivo de los elementos de infraestructura y para registrar las intervenciones efectuadas.

2. ALCANCE

Este procedimiento es aplicable a todas las actividades de mantenimiento necesarias para conservar la infraestructura de la Fábrica de Embutidos MAYBE en condiciones de lograr la conformidad con los requisitos del producto.

3. RESPONSABLES

Gerente General

Gerente de aseguramiento de la calidad

4. DOCUMENTOS DE REFERENCIA

Manual de Calidad

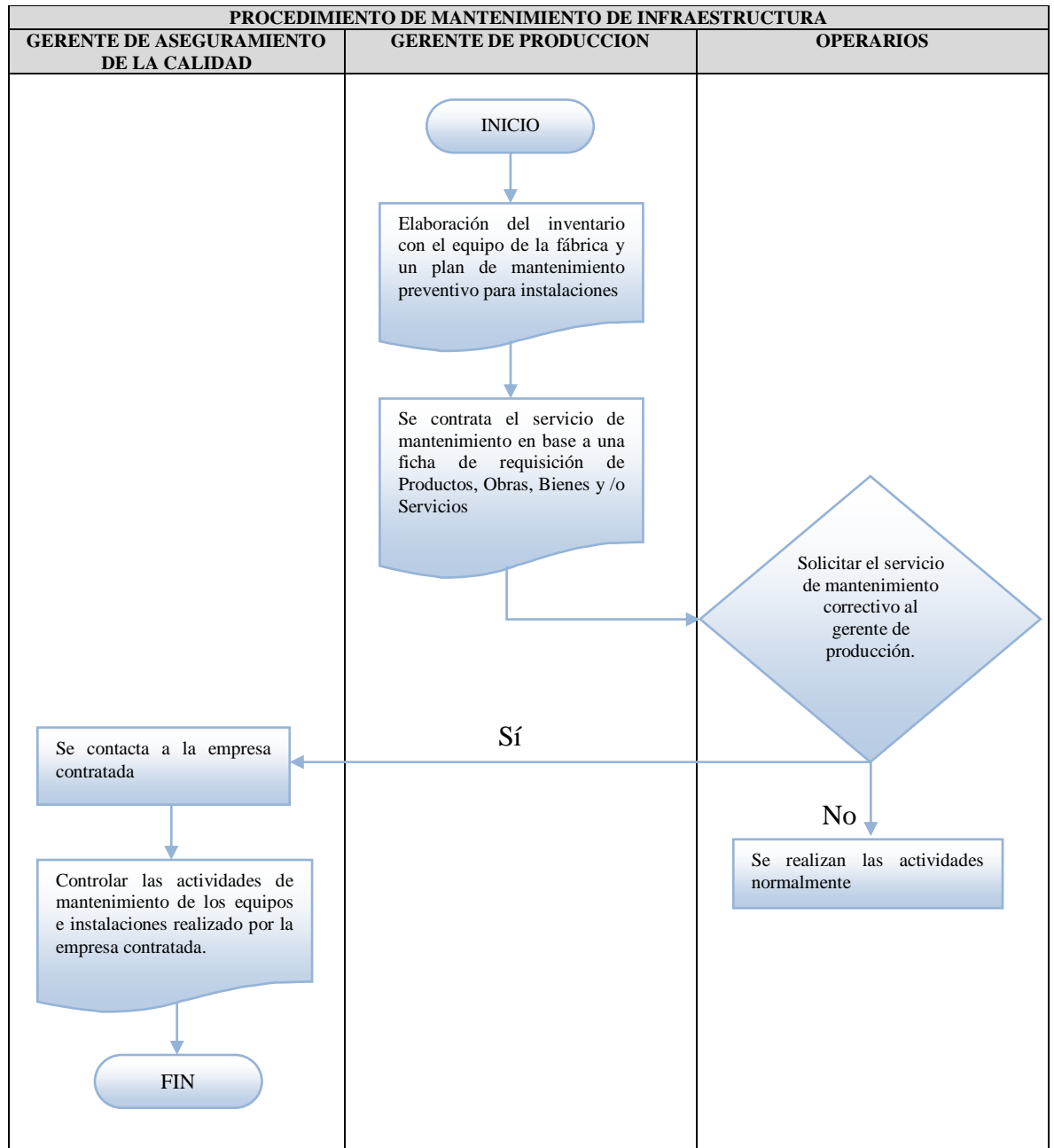
5. GLOSARIO

Mantenimiento Preventivo: Actividades de mantenimiento llevadas a cabo de forma regular de acuerdo a unos criterios definidos por la empresa.

Mantenimiento correctivo: Actividades de mantenimiento realizadas sobre un elemento cuando se detecta un mal funcionamiento.



6. DESARROLLO



Fuente: Elaboración propia

	FÁBRICA DE EMBUTIDOS“MAYBE”	Pág. 25 de 36
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Fecha:
PROCEDIMIENTO DE MANTENIMIENTO DE INFRAESTRUCTURA		

7. ANEXOS

7.1 FICHA DE INVENTARIO DE EQUIPO

FICHA DE INVENTARIO DE EQUIPO	
Código:	Fecha:
Nombre del Equipo:	
Especificaciones Técnicas del Equipo:	
Nombre del Proveedor:	
Tel:	
Dirección:	
Fecha de Compra del Equipo:	
Observaciones:	
Elaboró:	
Gerente de Producción	



7.2 PLAN DE MANTENIMIENTO DE EQUIPO

FECHA:.....

Descripción	Código	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre

Nombre y Fecha
Gerente de Producción

	FÁBRICA DE EMBUTIDOS “MAYBE”	PÁG. 28 DE 36
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	FECHA:
PROCEDIMIENTO DE MANTENIMIENTO DE INFRAESTRUCTURA		

7.4 FICHA SOLICITUD DE SERVICIO DE MANTENIMIENTO

FABRICA DE EMBUTIDOS “MAYBE”	
PRODUCCIÓN	
SOLICITUD DE SERVICIO DE MANTENIMIENTO	
Fecha de Solicitud del Servicio:	
Servicio Solicitado:	
Solicitante: _____	Firma: _____
Nombre	

7.5 FICHA CONTROL DE MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA, EQUIPO, INFRAESTRUCTURA Y MOBILIARIO.

FÁBRICA DE EMBUTIDOS “MAYBE”	
PRODUCCIÓN	
CONTROL DE MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA, EQUIPO, INFRAESTRUCTURA Y MOBILIARIO	
ESPECIFICACIONES DE MAQUINARIA, EQUIPO, INFRAESTRUCTURA Y MOBILIARIO.	
Código:	
Nombre:	
Actividades de Realizadas:	
Observaciones:	
F: _____	
Gerente de Producción	

	FÁBRICA DE EMBUTIDOS“MAYBE”	Pág. 29 de 36
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Fecha:
PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN DE REQUERIMIENTOS		

1. OBJETIVO

El presente procedimiento tiene por objeto definir la elaboración de tal forma que puedan ser adquiridos dichos requerimientos para cumplir con las necesidades solicitadas.

2. ALCANCE

Gestionar todos los productos que se necesitan para el buen funcionamiento.

3. RESPONSABLES

El Gerente de producción.

4. DOCUMENTOS DE REFERENCIA

Manual de Calidad

5. DESARROLLO

Se debe elaborar un requerimiento formal el cual debe ser aprobado, para luego ser adquirido. Para la redacción del requerimiento es muy importante utilizar la hoja de aprovisionamiento de recurso en el cual el operario solicita según solicitud de producto o servicio, de forma específica su necesidad. Luego solicita una firma de recibido al gerente de producción y se archiva en una carpeta específica.

6. ANEXOS

No contiene anexos.

	FÁBRICA DE EMBUTIDOS“MAYBE”	Pág. 30 de 36
	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Fecha:
PROCEDIMIENTO PARA LA ELABORACIÓN DE LOS EMBUTIDOS		

1. OBJETIVO

Este procedimiento describe los pasos que se siguen para la elaboración de embutidos.

2. ALCANCE

Este procedimiento aplica a toda la Fábrica de Embutidos MAYBE.

3. RESPONSABLES

Gerente de producción

Supervisor de control de Calidad.

Gerente general.

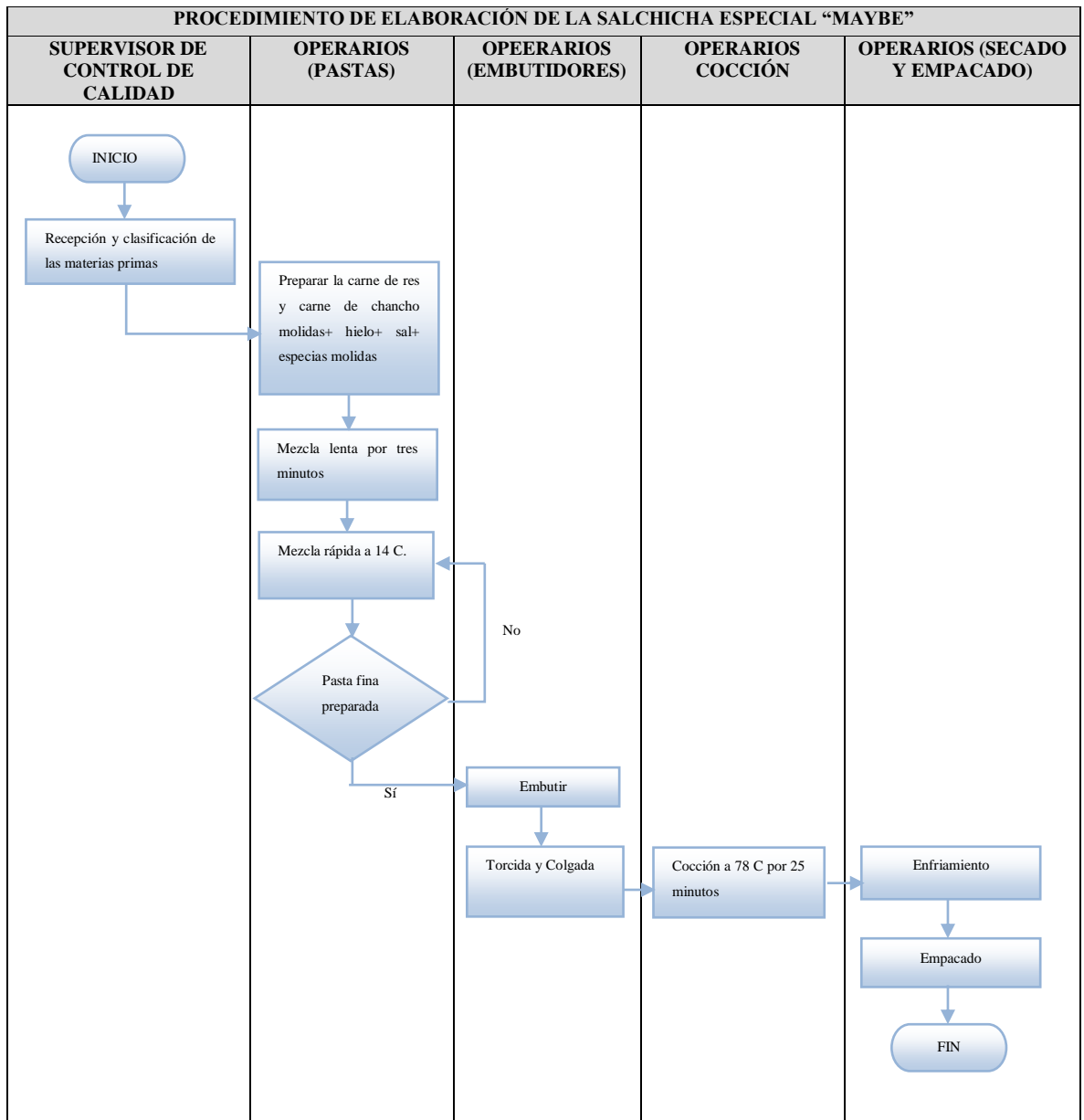
4. DOCUMENTOS DE REFERENCIA

No contiene



PROCEDIMIENTO PARA LA ELABORACIÓN DE LOS EMBUTIDOS

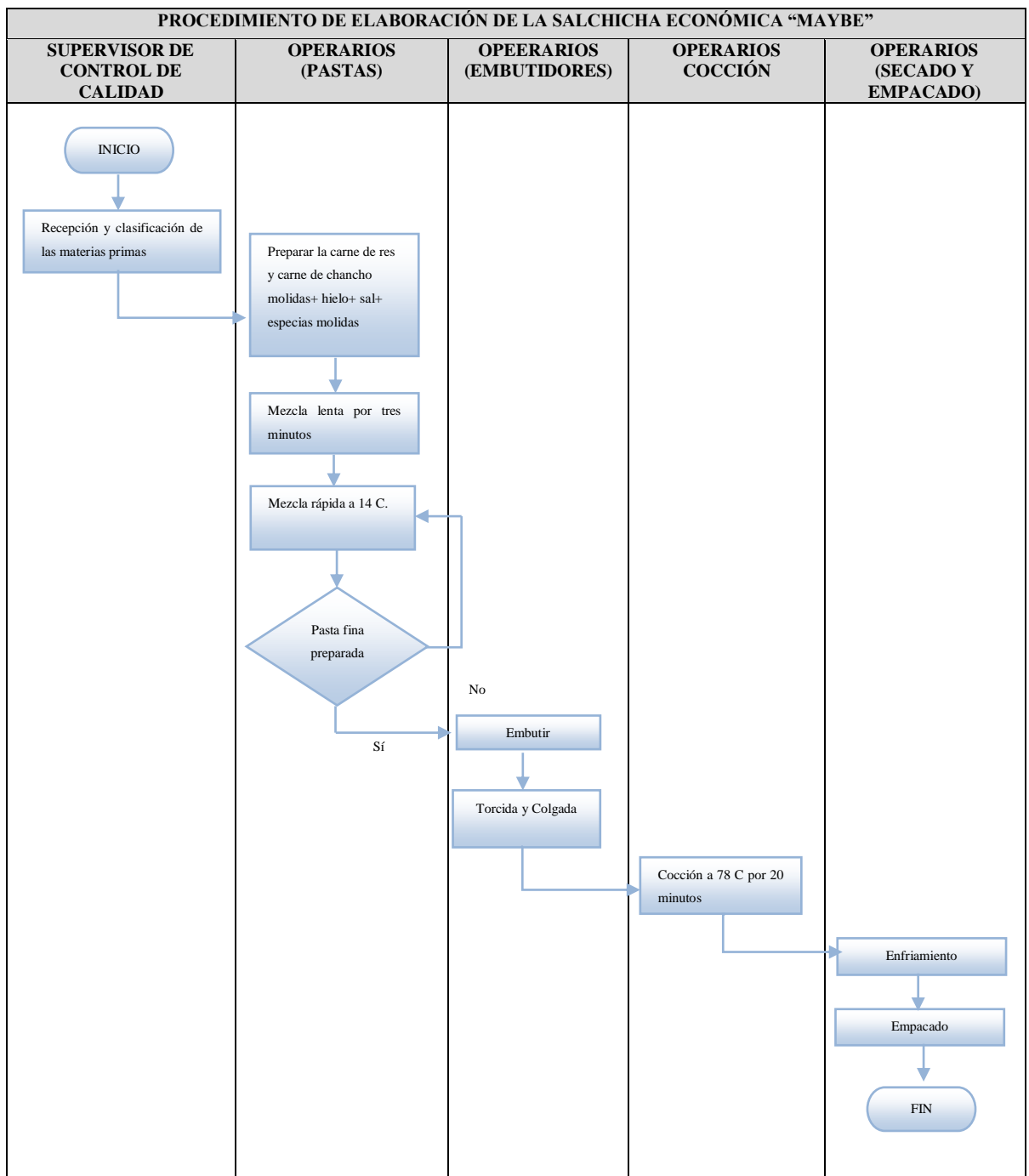
5. DESARROLLO



Fuente: Elaboración Propia



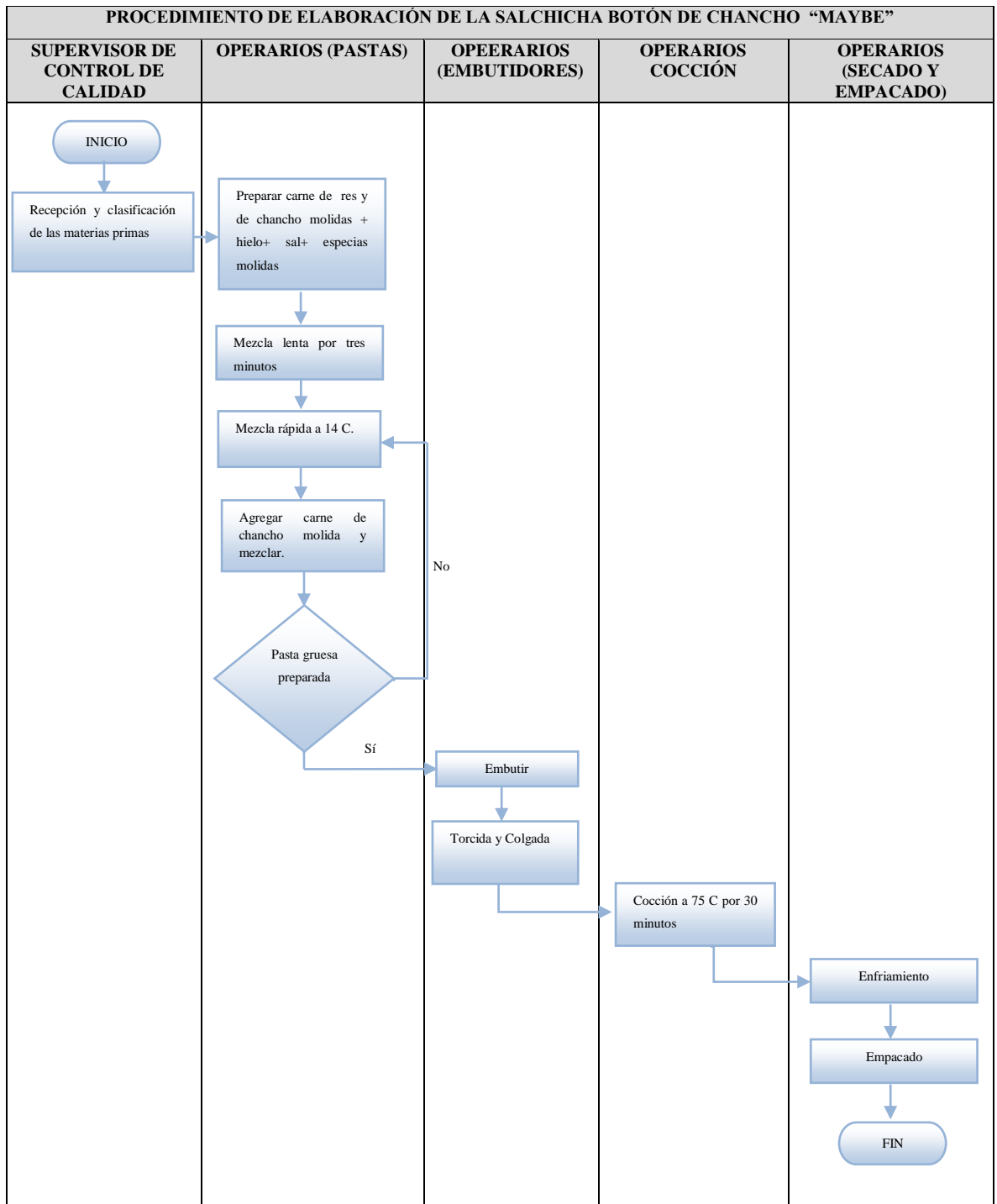
PROCEDIMIENTO PARA LA ELABORACIÓN DE LOS EMBUTIDOS



Fuente: Elaboración propia



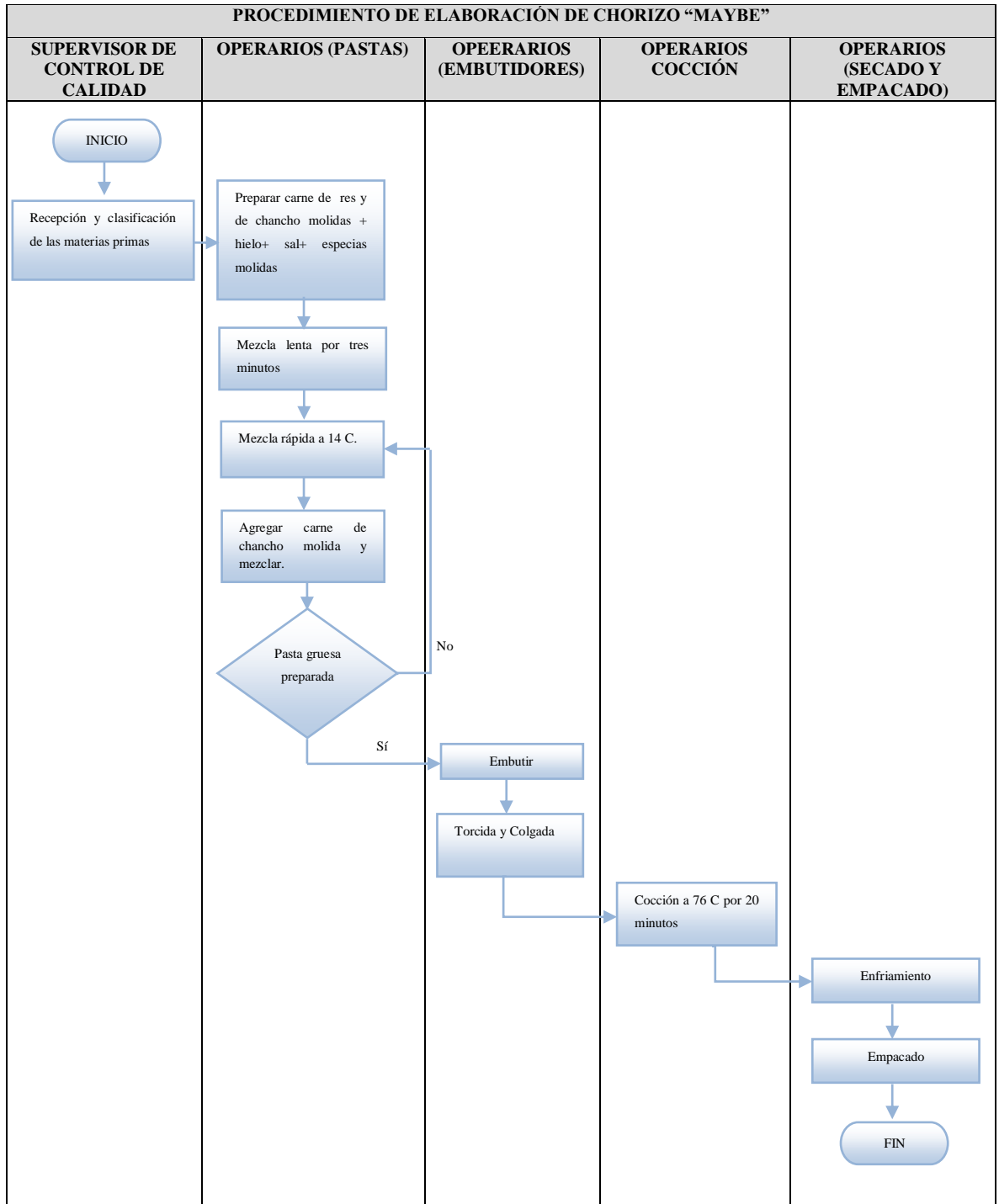
PROCEDIMIENTO PARA LA ELABORACIÓN DE LOS EMBUTIDOS



Fuente: Elaboración propia



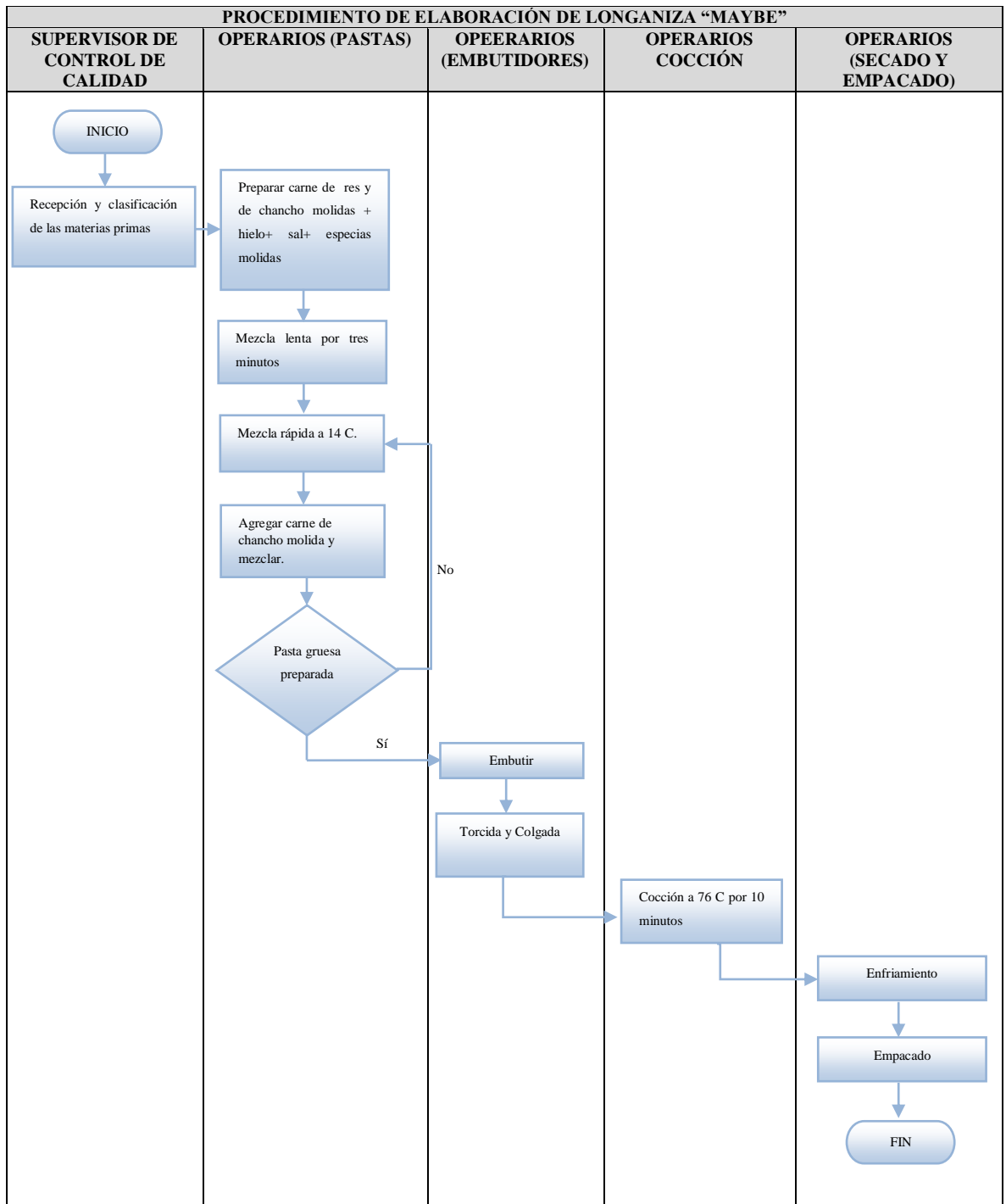
PROCEDIMIENTO PARA LA ELABORACIÓN DE LOS EMBUTIDOS



Fuente: Elaboración propia



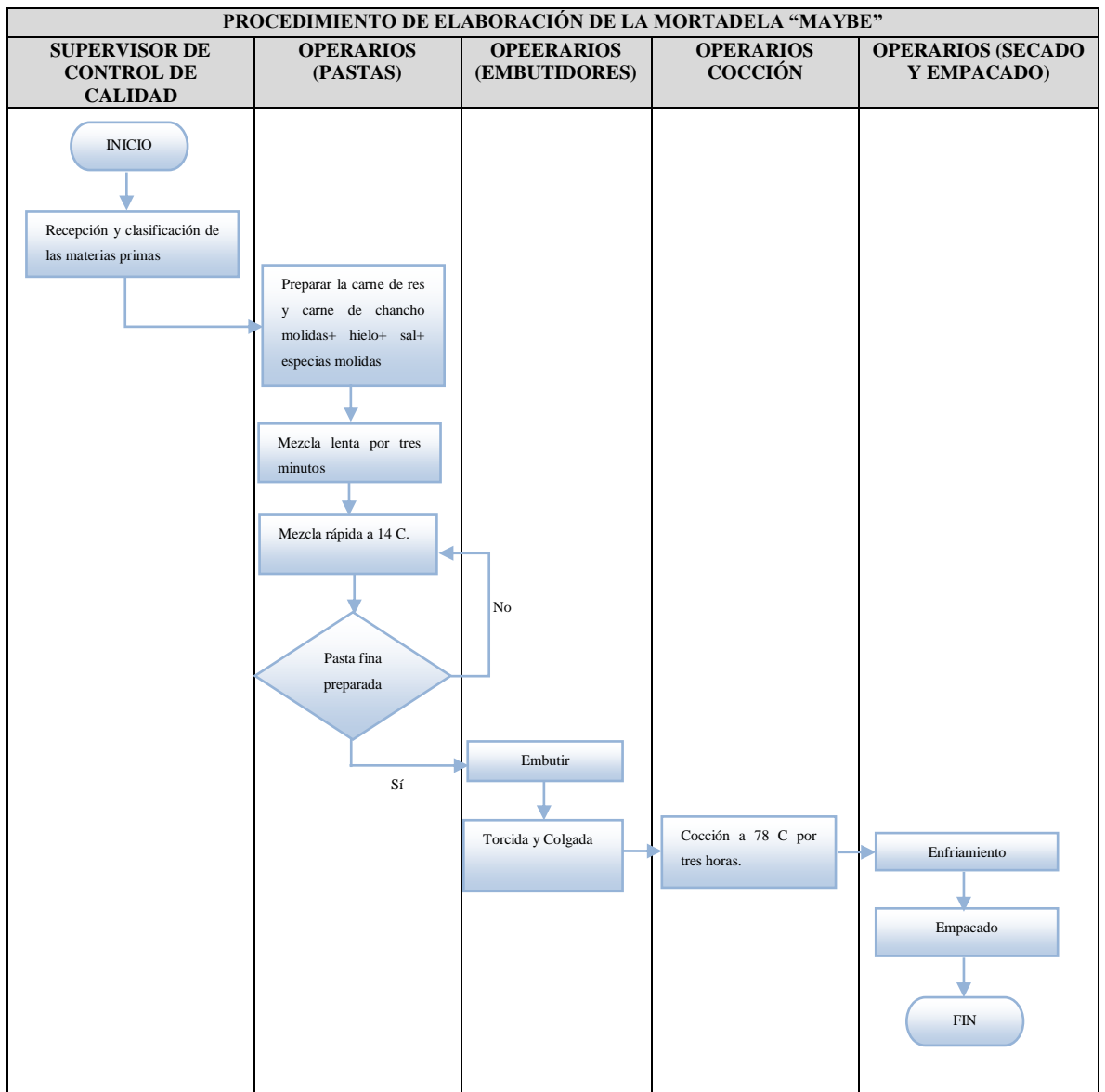
PROCEDIMIENTO PARA LA ELABORACIÓN DE LOS EMBUTIDOS



Fuente: Elaboración propia



PROCEDIMIENTO PARA LA ELABORACIÓN DE LOS EMBUTIDOS



Fuente: Elaboración propia

6. ANEXOS

No contiene anexos.

ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:

Cuadro 6.6: Plan de Acción

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLES	PRESUPUESTO	TIEMPO	INDICADOR DE EVALUACIÓN
Crecer constantemente, adaptándonos a los tiempos y gustos de nuestros clientes.	Inclusión y fidelización de clientes a la empresa por la calidad de sus productos. Desarrollo de parámetros necesarios para ofrecer al mercado un producto de calidad.	Seguimiento de los requerimientos de los clientes.	Gerente general Gerente de aseguramiento de la calidad. Gerencia administrativa. Gerente general	\$ 355	Un mes	Datos obtenidos mediante los procedimientos de manejo de quejas. Transmisión y cumplimiento de las políticas de calidad, objetivos el mapa estratégico Balanced Scorecard y documentación en si del SGC.
		Desarrollo de políticas de calidad, los objetivos, el mapa estratégico Balanced Scorecard y documentación para la eficiencia del SAC con un enfoque hacia el cliente. Evaluación de los recursos necesarios para implementar y mantener un SAC en los productos. Mantenimiento de la infraestructura para la elaboración del producto mediante su procedimiento. Generación de estándares para un bien ambiente de trabajo.	Gerente de aseguramiento de la calidad. Gerente de producción.	\$ 5000	Un mes	Análisis de los resultados obtenidos en la producción del producto Revisión de los registros de la infraestructura. Establecimiento del sistema de 5S para la mejora del ambiente físico. Aplicación del formato "Evaluación del desempeño del personal.
Cumplir constantemente con nuestra promesa de calidad y excelencia en nuestros productos manufacturados	Creación y difusión de los procesos para la realización del Sistema de Gestión de Calidad. Adopción de métodos de evaluación para el producto y	Procedimiento del control de la documentación. Procedimiento de control de registros. Procedimiento de manejo de quejas. Procedimiento de evaluación de proveedores. Procedimiento de evaluación de requerimientos. Procedimiento para la elaboración del producto.	Gerente general Gerente administrativa Gerente de aseguramiento de calidad Control de calidad Gerente de producción Operarios	\$ 2000	Continuo	Resultados obtenidos en los registros correspondientes a cada procedimiento.
		Actividades de investigación de la percepción del cliente con respecto al cumplimiento de	Gerente general Gerente de aseguramiento de	\$ 2500	Continuo	Datos obtenidos mediante los procedimientos de manejo de quejas.

	de los procesos	<p>sus requisitos.</p> <p>Evaluación de las cantidades de materiales, suministros, tiempos. .</p> <p>Verificación, medición y auditorías internas de los procesos del sistema de gestión de calidad.</p> <p>Acciones correctivas y preventivas para la mejora continua.</p>	calidad			<p>Formula Rendimiento Percibido - Expectativas = Nivel de Satisfacción</p> <p>Resultados de la aplicación del método “Justo a tiempo”</p> <p>Resultados del cumplimiento del mapa estratégico Balance Scorecard, perspectiva financiera, del cliente y del proceso interno.</p> <p>Análisis del mapa estratégico Balance Scorecard, perspectiva a la formación y crecimiento</p>
Fomentar el desarrollo profesional de todos los integrantes de nuestra organización.	Desarrollo de las exigencias que debe cumplir el personal para un puesto de trabajo en la empresa.	<p>Formulación del perfil adecuado para el puesto de trabajo con base a su educación, formación, habilidades y experiencia.</p> <p>Generación de responsabilidades y autoridades de cada puesto de trabajo dentro de la empresa.</p> <p>Seleccionar y proponer a los candidatos idóneos para los puestos de trabajo.</p>	Gerente administrativo. Gerente de producción Gerente general	\$ 100	2 meses	<p>Establecimiento de un perfil de trabajo para cada uno de los puestos.</p> <p>Establecimiento de responsabilidades y autoridades del personal.</p> <p>Desempeño del trabajador en el puesto de trabajo.</p>
		<p>Mejoramiento de las capacidades del personal que realiza trabajos que afectan a la calidad del producto.</p> <p>Capacitaciones en sistema de gestión de calidad siguiendo el procedimiento de sensibilización, formación y competencia.</p> <p>Canales de comunicación interna dando a conocer la importancia de cumplir con los requerimientos y necesidades de los ciudadanos.</p> <p>Evaluación del desempeño del recurso humano dentro del sistema de gestión de calidad.</p>		Gerente administrativo. Gerente de producción Gerente general	\$ 1150	1 mes
					1 mes	Nivel de capacitación
						Continuo
				Total: \$ 11105		

Fuente: Elaboración propia

Id	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	enero					fe
					30/12	06/01	13/01	20/01	27/01	
1	Seguimiento de los requerimientos	23 días	lun 07/01/13	mié 06/02/13						
2	Desarrollo de políticas, objetivos, balanced scorecard y documentación	10 días	lun 11/02/13	vie 22/02/13						
3	Evaluación de los recursos para el sistema	10 días	lun 25/02/13	vie 08/03/13						
4	Mantenimiento de la infraestructura	10 días	lun 11/03/13	vie 22/03/13						
5	Generación de un buen ambiente de trabajo	255 días	lun 07/01/13	vie 27/12/13						
6	Procedimiento de control de documentación	255 días	lun 07/01/13	vie 27/12/13						
7	Procedimiento de control de registros	255 días	lun 07/01/13	vie 27/12/13						
8	Procedimiento de manejo de quejas	255 días	lun 07/01/13	vie 27/12/13						
9	Procedimiento de evaluación de proveedores	255 días	lun 07/01/13	vie 27/12/13						
10	Procedimiento de evaluación de requerimientos	255 días	lun 07/01/13	vie 27/12/13						
11	Actividades de investigación al cliente	20 días	lun 25/03/13	vie 19/04/13						
12	Evaluación de cantidades de materiales, suministros, tiempo.	10 días	lun 22/04/13	vie 03/05/13						
13	Actividades correctivas y preventivas	170 días	lun 06/05/13	vie 27/12/13						
14	formulación del perfil para puestos de trabajo.	9 días	lun 07/01/13	jue 17/01/13						
15	Generación de responsabilidades y autoridades.	9 días	mar 22/01/13	vie 01/02/13						
16	Selección de candidatos idneos para los puestos de trabajo.	10 días	lun 04/02/13	vie 15/02/13						
17	Canales de comunicación internos.	10 días	lun 18/02/13	vie 01/03/13						
18	Evaluación del desempeño del recurso	240 días	lun 28/01/13	vie 27/12/13						

Proyecto: ACTIVIDADES DEL SISTE Fecha: mar 20/11/12	Tarea		Tareas externas		Tarea manual		Sólo fin	
	División		Hito externo		Sólo duración		Fecha límite	
	Hito		Tarea inactiva		Informe de resumen manual		Progreso	
	Resumen		Hito inactivo		Resumen manual			
	Resumen del proyecto		Resumen inactivo		Sólo el comienzo			

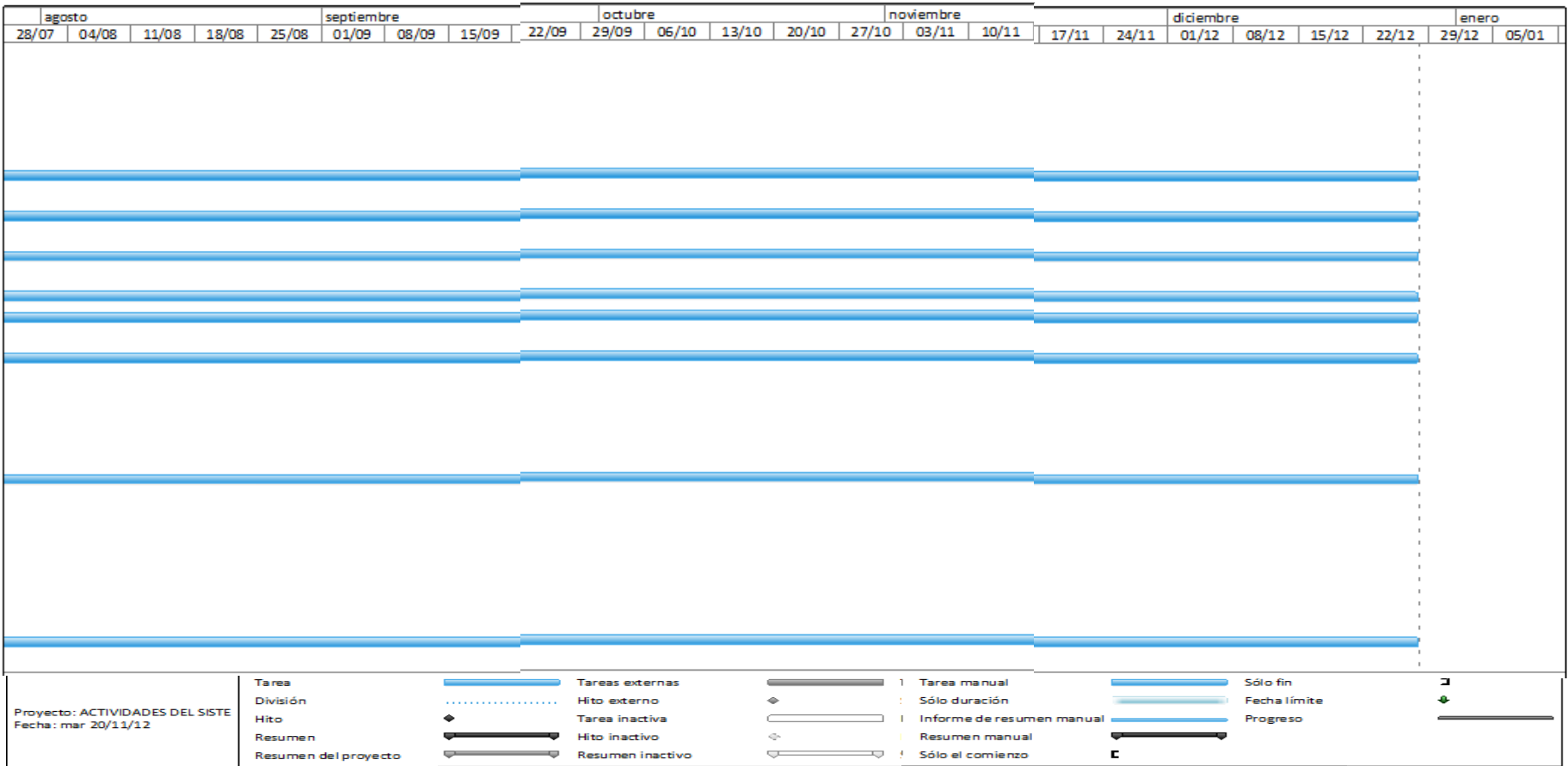
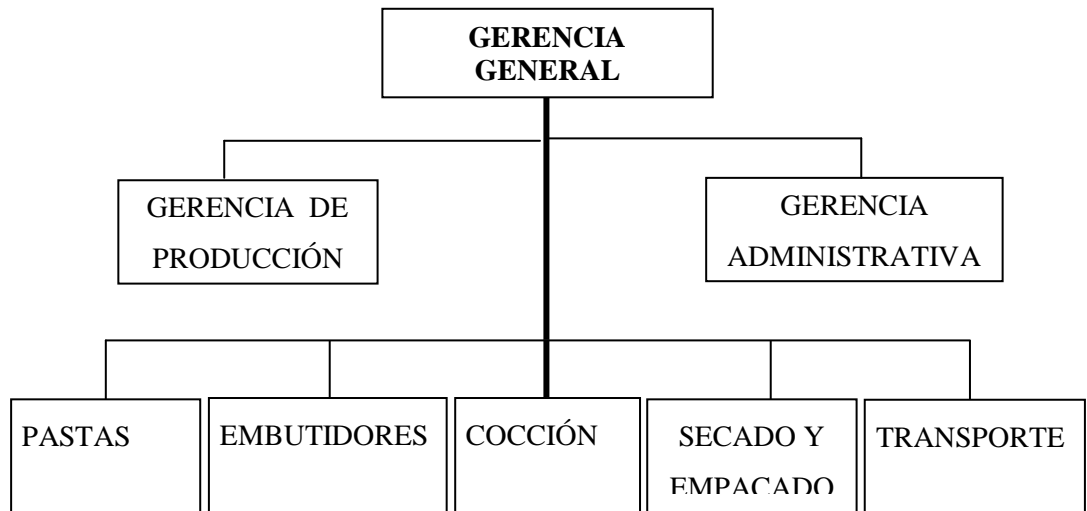





Grafico 6.14: Cronograma de actividades

Fuente: Elaboración Propia

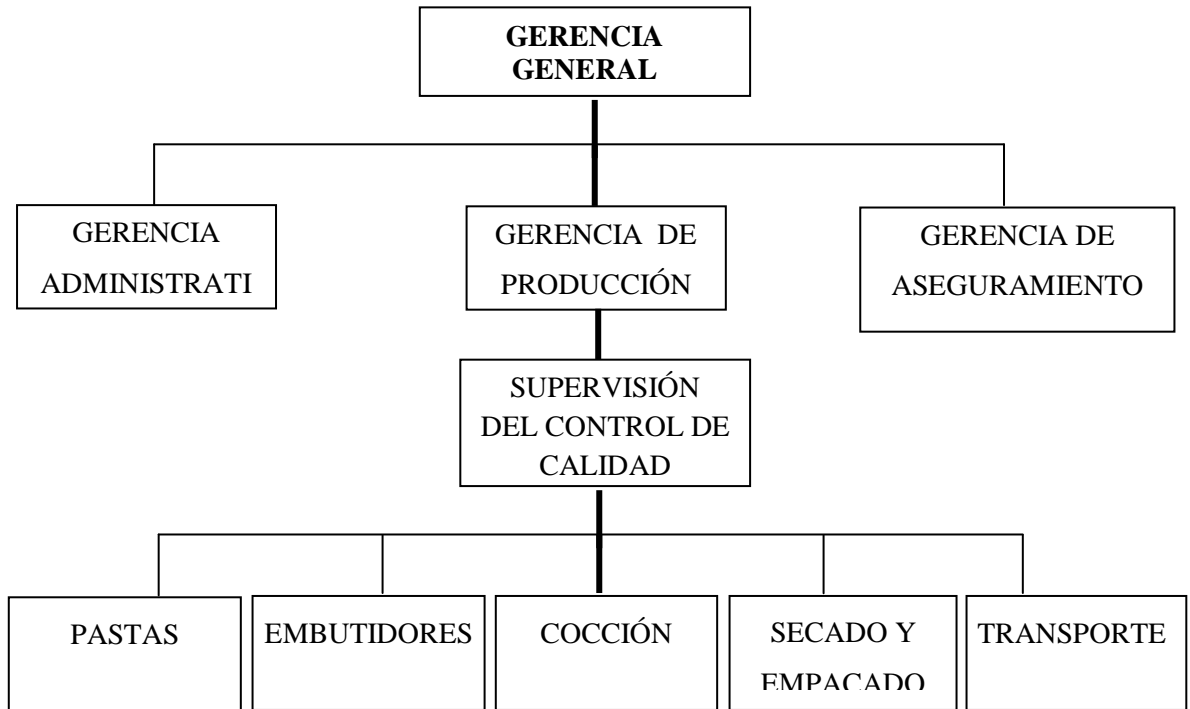
6.8 ADMINISTRACIÓN

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA “MAYBE” (ACTUAL)



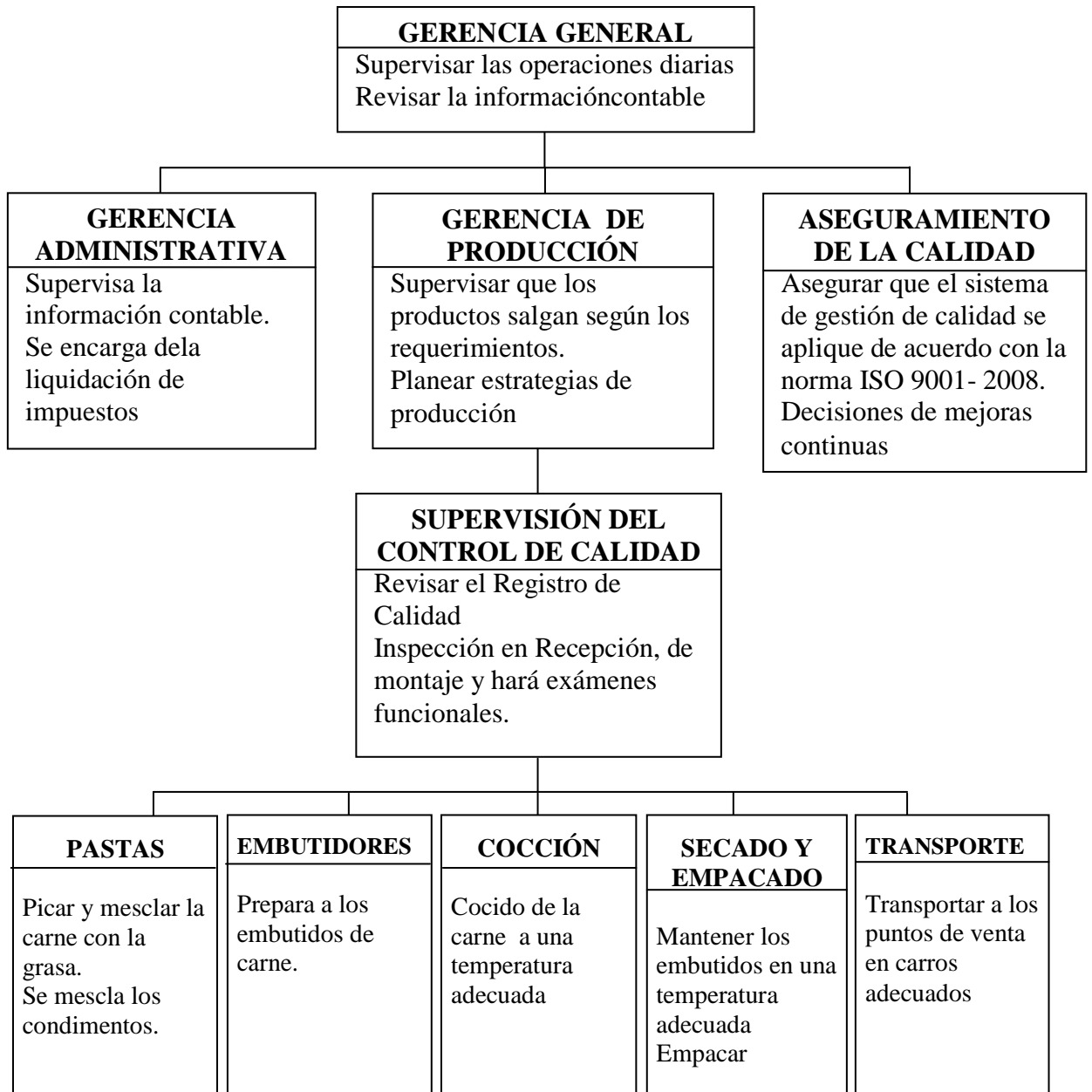
REFERENCIAS			
	ELABORADO POR	APROBADO POR	FECHA
 Línea de Autoridad	Belén Ruiz	Edwin Velasco	
 Auxiliar			
 Asesoría			

**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA “MAYBE”
(PROPUESTO)**



REFERENCIAS			
	ELABORADO POR	APROBADO POR	FECHA
Línea de Autoridad	Belén Ruiz	Edwin Velasco	
Auxiliar			
Asesoría			

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA “MAYBE”



REFERENCIAS			
	ELABORADO POR	APROBADO POR	FECHA
— Línea de Autoridad	Belén Ruiz	Edwin Velasco	
— Auxiliar			
— Asesoría			




MANUAL DE FUNCIONES

FÁBRICA DE EMBUTIDOS “MAYBE”

Bibliografía:

Sociedad Colombiana de Cirugía Ortopédica y Traumatología SCCOT (n.d). MANUAL DE CALIDAD ISO 9001:2008. Obtenido el 10 de junio de 2012, de <http://www.sccot.org.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/manualdecalidad2012.pdf>

	FÁBRICA DE EMBUTIDOS “MAYBE”	Pág. 2 de 11
	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha:
DENOMINACIÓN DEL CARGO: Gerencia General		
DEPARTAMENTO: Administrativo	NIVEL JERÁRQUICO: Superior	
<p>PERFIL</p> <p>Habilidad y Experiencia en el manejo de Talento Humano con un promedio entre 26 y 50 años de edad, Hombre o Mujer, excelentes relaciones interpersonales.</p>		
<p>RESPONSABILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Supervisar diariamente que se cuente con la lista de pedidos que se van a surtir en el día. • Supervisar diariamente que se cuente con la materia prima necesaria. • Supervisar que el área administrativa y de producción se comuniquen correctamente. • Revisar de forma semanal o cuando sea necesaria la información contable de la empresa. 		
<p>AUTORIDADES</p> <p>Autorizar los pagos a los proveedores Implementar nuevas estrategias para el crecimiento empresarial.</p>		



DENOMINACIÓN DEL CARGO: Gerencia Administrativa

DEPARTAMENTO: Administrativo

NIVEL JERÁRQUICO: Ejecutivo

PERFIL

- Excelente relaciones Interpersonales, hombre o Mujer entre 22 a 45 años

RESPONSABILIDADES

- Es el responsable máximo de las áreas de finanzas, administración y contabilidad de la empresa.
- Supervisa normalmente las funciones de contabilidad, control presupuestario, tesorería, análisis financiero, las auditorías y, en muchos casos, los sistemas de proceso de datos.
- Recibe y consolida los presupuestos de los diferentes departamentos o secciones de la empresa y confección el correspondiente presupuesto global.
- Se responsabiliza, de la veracidad de las cuentas de la empresa en sus partidas de activo, pasivo y resultados.
- En algunos casos asume las responsabilidades de los recursos humanos y, en este entorno, dirige la contratación de personal, la valoración y desarrollo de los empleados y la formación correspondiente.
- En general, se encarga de los servicios generales de la empresa incluyendo: seguridad, limpieza, mantenimiento de sistemas de uso general, etc.



DENOMINACIÓN DEL CARGO: Gerencia Administrativa

RESPONSABILIDADES

- En forma especial, su departamento velará también por el buen fin de los saldos deudores de la empresa y creará las políticas convenientes para evitar riesgos en este sentido.

AUTORIDADES

- Investigar fuentes de financiación en caso necesario y desarrolla los planes para la consecución de fondos que permitan satisfacer las necesidades de la empresa a corto y a largo plazo.
- Elabora la documentación contable requerida por los organismos oficiales y prepara los datos para la liquidación de los impuestos.



DENOMINACIÓN DEL CARGO: Jefe de Producción

DEPARTAMENTO: Producción

NIVEL JERÁRQUICO: Ejecutivo

PERFIL

Excelente relaciones Interpersonales, hombre o Mujer entre 22 a 45 años

RESPONSABILIDADES

- Cumplir con el horario asignado. - Realizar las funciones asignadas por el jefe inmediato (Gerente).
- Informar al Gerente o a quien corresponda, de cualquier anomalía que se presente.
- Participar en las reuniones de personal cuando considere necesario su presencia. - Llevar al día los registros requeridos para el control de los operarios.
- Supervisar que los productos salgan con las especificaciones requeridas.-Coordinar esfuerzos para lograr productos de excelente calidad.
- Motivar y conducir personas hacia una determinada dirección.
- Planear estrategias de producción.-comunicación continua con el área de mercadeo.

AUTORIDADES

- El jefe de producción tiene a su cargo el manejo del departamento técnico,
- Tiene total autoridad en el manejo del personal a su cargo autorizada para la contratación de personal temporal para proyectos, contratación de personal definitivo junto con la gerencia general.



DENOMINACIÓN DEL CARGO: Operarios (pastas, embutidores, cocción, secado empaque y transporte).

DEPARTAMENTO: Producción

NIVEL JERÁRQUICO: Operarios en cada una de los procesos.

PERFIL

- Personal capacitado e idóneo con experiencia en el campo y manejo de embutidos de carne con edad entre 20 y 30 años.
- Sexo femenino o masculino

RESPONSABILIDADES

- Cumplir con el horario asignado.
- Realizar las funciones asignadas por el jefe inmediato (jefe de producción). Informar al jefe inmediato o a quien corresponda, de cualquier anomalía que se presente.
- Participar en las reuniones de personal cuando considere necesario su presencia.
- Responder por los implementos de trabajo asignados.
- Comunicar cualquier daño encontrado en alguno de los sitios de trabajo.
- Velar por el orden y aseo del lugar.
- Llevar al día los registros requeridos para el control de la producción.
- Dentro de las funciones a realizar se encuentran: elaboración de pastas, embutido, cocción, secado, empaque, transportes (materias primas, insumos y productos terminados).



DENOMINACIÓN DEL CARGO: Operarios (pastas, embutidores, cocción, secado empaque y transporte).

RESPONSABILIDADES

- Manejo de los equipos, máquinas y herramientas de la empresa, limpieza de desperdicios, entrega de productos terminados, cargas y descargas, despacho de órdenes, revisión del estado de los equipos y maquinas, demás funciones delegadas por el jefe inmediato.

AUTORIDADES

- Realizar tareas determinadas, generalmente de carácter técnico para el proceso de los embutidos de carnes y aplicación de las normas establecidas por el departamento de producción.



DENOMINACIÓN DEL CARGO: Supervisor de control de calidad

DEPARTAMENTO: Producción

NIVEL JERÁRQUICO: Operario

PERFIL

- Capacitado e idóneo con experiencia de por lo menos 1 año en el campo y manejo de embutidos de carne con edad entre 20 y 30 años.
- Sexo femenino o masculino.

RESPONSABILIDADES

- Realizar tareas determinadas, generalmente de carácter técnico para el proceso de los embutidos de carnes y aplicación de las normas establecidas por el departamento de producción.
- Revisar los dibujos y las especificaciones de los clientes.
- Escribir instrucciones para inspeccionar y probar.
- Mantener un registro de calidad adecuado.
- Revisar el Registro de Calidad y asegurar que se implemente para corregir y prevenir defectos.
- Asegurarse que nuestros proveedores mantengan el adecuado control de calidad.
- Inspeccionar todo el equipo que se usa para producción cuando se obtiene y graduarlos periódicamente.
- Coordinar procedimiento de corrección para los artículos que no han sido aceptados por los clientes, explicar al cliente las medidas que se han tomado para corregir y evaluar estos procedimientos para saber su efectividad.



DENOMINACIÓN DEL CARGO: Supervisor de control de calidad

RESPONSABILIDADES

- Inspección en Recepción.
- Control de Materia Prima
- Personal de Producción realizara inspecciones de montaje y hará exámenes funcionales, cuando sea requerido. La exanimación e inspección final se realizara ya sea sobre el 100 por ciento o a partir de una muestra del artículo. El número de artículos para muestreo dependerá de la complejidad del artículo y los requerimientos del cliente.

AUTORIDADES

- Establecer un procedimiento efectivo para el control de calidad (y asegurar que los empleados las sigan).



DENOMINACIÓN DEL CARGO: Gerente de Aseguramiento de la Calidad.

DEPARTAMENTO: Gestión de la Calidad

NIVEL JERÁRQUICO: Ejecutivo

PERFIL

- Capacitado en el tema con experiencia de por lo menos 2 años en el campo y manejo de embutidos de carne con edad entre 20 y 30 años.
- Sexo femenino o masculino.

RESPONSABILIDADES

- Asegurar que el Sistema de Administración de la Calidad (SAC) sea establecido, implantado y mantenido de acuerdo con los requerimientos de la norma ISO 9001:2008.
- Controlar, mantener y actualizar los Documentos del SAC.
- Identificar, registrar y controlar las no conformidades relacionadas con el producto, proceso y SAC.
- Verificar la efectividad de la implantación de las acciones correctivas y preventivas.
- Controlar los documentos, datos y registros de calidad aplicables al SAC, Identificar y vigilar la correcta aplicación de las diferentes técnicas estadísticas utilizadas en la compañía.
- Programar y verificar que se lleven a cabo las auditorías internas de calidad y evaluar su resultado, como verificar el cierre oficial de las auditorías internas de calidad.



DENOMINACIÓN DEL CARGO: Gerente de Aseguramiento de la Calidad.

DEPARTAMENTO: Gestión de la Calidad

NIVEL JERÁRQUICO: Ejecutivo

RESPONSABILIDADES

- Promover la toma de conciencia, hacia los requisitos del cliente, en todos los niveles de la Organización.
- Establecer y mantener relaciones de comunicación con partes externas sobre asuntos relacionados con SAC.

AUTORIDADES

- Recomendar mejoras continuas al SAC. Basado en los resultados de auditorías, acciones correctivas y preventivas, requerimientos del cliente, y acciones generadas en las mismas revisiones SAC.
- Detectar las necesidades de capacitación así como elaborar y proponer los programas de capacitación y Supervisar su cumplimiento.

ELABORADO POR:

REVISADO POR:

APROBADO POR:

6.9 REVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

Cuadro 6.7: Revisión de la Evaluación

PREGUNTAS BÁSICAS	RESPUESTA
¿QUIÉNES SOLICITAN EVALUAR?	El gerente general propietario en representación de la Fábrica de Embutidos MAYBE
¿POR QUÉ EVALUAR?	Para verificar la efectividad del sistema de Gestión de Calidad basado en la Norma ISO 9001- 2008.
¿PARA QUÉ EVALUAR?	Ofrecer al mercado un producto de calidad y garantizado bajo la norma ISO 9001- 2008.
¿QUÉ EVALUAR?	<ul style="list-style-type: none"> • Procedimientos de elaboración del producto • Desempeño del recurso humano • Selección de proveedores para materia prima e insumos de calidad. • Infraestructura adecuada. • Buen ambiente de trabajo.
¿QUIÉN EVALÚA?	Institución Certificadora de la norma ISO 9001- 2008 en el Ecuador Consorcio Andino S. A.
¿CUÁNDO EVALUAR?	1 de Enero de 2013 al 31 de diciembre del 2013.
¿CÓMO EVALUAR?	<ul style="list-style-type: none"> • Resultados obtenidos en los registros correspondientes a cada procedimiento. • Datos obtenidos mediante los procedimientos de manejo de quejas. • Formula Rendimiento Percibido - Expectativas = Nivel de Satisfacción • Resultados de la aplicación del método “Justo a tiempo” • Resultados del cumplimiento del mapa estratégico Balance Scorecard, perspectiva financiera, del cliente y del proceso interno. • Análisis del mapa estratégico Balance Scorecard, perspectiva a la formación y crecimiento • Establecimiento de un perfil de trabajo para cada uno de los puestos. • Establecimiento de responsabilidades y autoridades del personal. • Desempeño del trabajador en el puesto de trabajo.
¿CON QUÉ EVALUAR?	<p>Recursos Tecnológicos (Software Excel) Formatos establecidos para los registros de calidad Documentación de calidad Recursos Materiales</p>

Fuente: Elaboración propia.

BIBLIOGRAFÍA

- Evans, J. & Linsay, W. (Ed). (2008). Administración y Control de la Calidad (Séptima Edición). México, D.F. Edamsa Impresiones, S.A. DE C.V
- Garnica, C. & Maubert, C. (Ed).(2009). Fundamentos de Marketing (Primera Edición). México, D.F. Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Jobber, D. & Fahy, J. (Ed). (2007). Fundamentos de Marketing (Segunda Edición). España. McGraw- Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Kotler, Ph. & Keller K. (Ed). (2006). Dirección de Marketing (Duodécima Edición). México, D.F. Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Kerin, R., Berkowitz, E., Hantley, S. & Rudelius, W. (Ed). (2004). Marketing (Séptima Edición). México, D.F. McGraw -Hill/ Interamericana Editores, S.A. de C.V., una división de McGraw- Hill Companies, Inc.
- Kerin, R., Hantley, S. & Rudelius, W. (Ed). (2009). Marketing (Novena Edición). México, D.F. McGraw -Hill/ Interamericana Editores, S.A. de C.V., una división de McGraw- Hill Companies, Inc.
- Lamb, Ch., Hair, J. & McDaniel, C. (Ed). (2006). Marketing (Octava Edición). Cengage Learning Editores, S.A. de C.V., Una Compañía de Cengage Learning, Inc.
- Mercado, S. (Ed). (1994). Mercadotecnia. México, D.F., EDITORIAL LIMUSA, S.A. de C.V.
- Moreno, M., Peris, F. & González, T. (Ed). (2001). Gestión de la Calidad y Diseño de Organizaciones (Primera Edición). Madrid. Pearson Educación, S.A.
- Pozo, J. (Ed). (n.d.). Control de la Calidad (Primera Edición). (p.49). México, D.F. Editorial Font, S.A.
- Ronkainen, H. et al (Ed). (2007). Principios de Marketing y sus Mejores Prácticas (Tercera Edición). Editores S.A. de C.V., una división de Thomson Learning, Inc.
- Stanton, W. Etzel, M. & Walker Br. (Ed). (2007). Fundamentos de Marketing (Decimocuarta Edición) México, D.F. McGraw- Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Summers, D. (Ed). (2006). Administración de la calidad. México, D.F. Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

FUENTES DE INTERNET

- Andrade, G. (2002). Conceptos Generales de Calidad Total. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://www.monografias.com/trabajos11/conge/conge.shtml>
- Caballano (n.d.). Fundamentos y Conceptos. Sistemas de la Calidad. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://www.caballano.com/ca.htm>
- Campus de Excelencia Internacional (EUSKAMPUS) Cátedra de calidad. Definición de gestión de Calidad. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de http://www.kalitate-katedra.ehu.es/p211-content/es/contenidos/informacion/introduccion/es_introduc/definicion_gestion.html
- Carballal, E. (2006). Productividad- Conceptos Modernos de Productividad. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de http://www.elprisma.com/apuntes/ingenieria_industrial/productividadconceptos/
- Clery, A. (2000) La calidad total como una estrategia competitiva aplicada a una empresa de servicios de instalaciones eléctricas y telecomunicaciones. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://www.monografias.com/trabajos6/lacali/lacali.shtml>
- De la Fuente, O. (n.d.). Definición de Competitividad. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de <http://www.zonaeconomica.com/definicion/competitividad>
- Ellmann, E. (2008). Confiabilidad- Una Estrategia de Negocios diferente. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://www.mantenimientomundial.com/sites/mmnew/bib/notas/Ellmann.pdf>
- Espinoza (2009). Calidad Total. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://site.ebrary.com/lib/utasp/docDetail.action?docID=10316811&p00=calidad%20total>
- Espinoza, R.; Jara, B.; Lizandro, L. & Sepúlveda, S. (1999). Normas para la Gestión de Calidad de Productos y Manejo Medioambiental. Obtenido el 20 de Octubre de 2012, de <http://books.google.com.ec/books?id=w1QQHpCOZHQC&printsec=frontcover&dq=normas+de+la+gestion+de+la+calidad&source=bl&ots=AWSSS-VRLP&sig=2CrGryNS8LSEu0x4M8m381TaSiw&hl=es&sa=X&ei=nb2FUM6WCu2J0QGi64HoDA&ved=0CC0Q6AEwAA>

- Espinoza, S. & Narváez, F. (2007). Determinación de los costos de calidad en la industria de los jugos envasados. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/6886/1/Determinaci%C3%B3n%20de%20los%20costos%20de%20Calidad%20en%20la%20Industria%20de%20l.pdf>
- Fallas., H., Fichet, G. & Garnier, L. (1994). Competitividad. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de <http://books.google.com.ec/books?id=HKCtTtuAUKAC&pg=PA172&dq=competitividad+definicion&hl=es&sa=X&ei=JCeMT5jrI5OE8QTpt7jRCw&ved=0CGQQ6AEwCA#v=onepage&q=competitividad%20definicion&f=false>
- Fernández, J. (2009). Conceptos sobre Calidad. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://www.slideshare.net/jcfdezmxcal/conceptos-bsicos-sobre-la-calidad>
- García, J. (2006). Auxiliares de Laboratorio. Personal Laboral de la Xunta de Galicia. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://books.google.com.ec/books?id=XYP0EWLm2tkC&pg=PA80&dq=definicionaseguramiento+de+la+calidad&hl=es&sa=X&ei=xmIft5X8Ear50gG1-KDYBg&ved=0CDwQ6AEwAQ#v=onepage&q=definicionaseguramiento%20de%20la%20calidad&f=false>
- García, J. (2011). Pronósticos de ventas. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de <http://www.monografias.com/trabajos85/pronosticos-ventas/pronosticos-ventas.shtml>
- Gavaldá, J. (2009). Calitividad: la mejora simultánea de la calidad y la productividad. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de <http://site.ebrary.com/lib/utasp/docDetail.action?docID=10337695&p00=mejora%20calidad>
- González, C. (2009). Control Estadístico de la Calidad. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://www.slideshare.net/jcfdezmxcal/control-estadstico-de-la-calidad>.
- González, M. (2002), Concepto de Mercado y sus Tipos. Obtenida el 25 de Enero de 2012, de <http://www.gestiopolis.com/canales/economia/articulos/42/conmercadhel.htm>
- Herrera, V. (2010). Fuerza De Ventas. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Fuerza-De-Ventas/93858.html>

- Howard, J. (1993). El Comportamiento del Consumidor en la Estrategia de Marketing. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de http://books.google.com.ec/books?id=VjMHNRom94kC&pg=PA487&dq=glosario+de+marketing&hl=es&sa=X&ei=q_JpT47XF83hggeg5pCeCQ&ved=0CFAQ6AEwAw#v=onepage&q&f=false
- Iniesta, L. (2004). Diccionario de Marketing y Publicidad. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de <http://books.google.com.ec/books?ei=TN9pT76sKc3rggfawrSoCA&hl=es&id=E65X10k9WIYC&dq=DICCIONARIO++DE+MARKETING&q=CIMPETENCIA#v=onepage&q=CIMPETENCIA&f=false>
- Juran, J. (1996). La calidad por Diseño. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://books.google.com.ec/books?id=fURB60QH1RYC&pg=PA327&dq=planificacion+estrategica+de+la+calidad&hl=es&sa=X&ei=tn18T-bbJtS3tweU0d2LDQ&ved=0CDUQ6AEwAA#v=onepage&q=planificacion%20estrategica%20de%20la%20calidad&f=false>
- Juran, J. (2001). Curso de Gestión de Calidad para Laboratorios- Conceptos y normas de calidad. Obtenido el 20 de Octubre de 2012, de <http://www.paho.org/Spanish/AD/THS/EV/labs-CGC-MOD1.pdf>
- Lacasella, R. (2000). Metodología para el estudio del desarrollo infantil desde la perspectiva conductual. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://books.google.com.ec/books?id=rKj9TupItrwC&pg=PA56&dq=confiabilidad+definicion&hl=es&sa=X&ei=JWeMT6a3DIG29QSO6Ni8CQ&ved=0CD4Q6AEwAg#v=onepage&q=confiabilidad%20definicion&f=false>
- Lafuente, J. & Llaguno, J. (1995). Marketing Estratégico para empresas de servicios Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de http://books.google.com.ec/books?id=w_ULBtVKf64C&pg=PA12&dq=inspeccion+de+la+calidad+definicion&hl=es&sa=X&ei=L4O6T8jhNs-26QH_qfnuCg&sqi=2&ved=0CD0Q6AEwAA#v=onepage&q=inspeccion%20de%20la%20calidad%20definicion&f=false

- Lefcovich (2009). Calidad Total. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://site.ebrary.com/lib/utasp/docDetail.action?docID=10316733&p00=control%20calidad%20lefcovich>
- López, C. (2001). Aseguramiento de la calidad y sistemas de calidad. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/27/asisis.htm>
- López, J. (2008). Planificación de la gestión de la calidad. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://www.metodosexpertos.com/index.php/articulos/estrategia/158-planificar-calidad>
- Lozano, J. (2003). Postcosecha y Mercadeo de Hortalizas de clima frío bajo Prácticas de Producción Sostenible. Obtenido el 20 de Octubre de 2012, de http://books.google.com.ec/books?id=2aL2xUPJdYMC&pg=PA24&lpg=PA24&dq=definicion+de+normas+de+calidad&source=bl&ots=YTOyIW9Ww_&sig=7dPxOdrktOVgKHt0cN6zWqGvmRs&hl=es&sa=X&ei=-7qFUP-3N8P10gHJ8IHwDw&ved=0CC0Q6AEwAA#v=onepage&q=definicion%20de%20normas%20de%20calidad&f=false
- Martínez, I., De La Fuente, A. & Treviño, P. (n.d.). Principios y Prácticas de Inspección. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de www.intelmax.com/ensanluis/images/capitulo22.ppt
- Mora, F. (1998). Primer encuentro técnico nacional de producción y transformación de yuca. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de http://books.google.com.ec/books?id=IYK_5rcCE0QC&pg=PA227&dq=competitividad+definicion&hl=es&sa=X&ei=JCeMT5jrI5OE8QTpt7jRCw&ved=0CGAQ6AEwBw#v=onepage&q=competitividad%20definicion&f=false
- Morera, J. (2002), Mejoramiento continuo. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/meconti.htm>
- Pazmiño, A. (2010). Diseño e Implantación de un modelo Estratégico Financiero para la toma de decisiones que Incidan en la Rentabilidad para la pasteurizadora “El Ranchito” Cia, Ltda. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de <http://es.scribd.com/doc/55118199/42/Metodos-cualitativos>

- Pérez, J. (2005) - Mercados Concepto de Mercado Tipos de Mercados. Obtenida el 25 de Enero de 2012, de <http://riie.com.ar/?a=29732>
- Porta, O. (2011), Marketing: Participación de Mercado (Market Share) - Liderazgo Negocios Y Marketing. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de <http://www.andronikos.org/?p=1419>
- Puig, J. & Durán, Fr. (2006). Certificación y Modelos de Calidad en Hostelería y Restauración Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://books.google.com.ec/books?id=dRv-y2f2IsYC&pg=PA123&dq=planificacion+de+la+calidad&hl=es&sa=X&ei=NPRpT7aRD8L2ggfE25mYQCQ&ved=0CGAQ6AEwCA#v=onepage&q&f=false>
- Rafael, J. (2010). Sistemas de Gestión de la Calidad: Un camino hacia la satisfacción del cliente. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/sistemas-gestion-calidad-satisfaccion-cliente.htm>
- Ruiz, G. (2009). Definición de Productividad. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de <http://cangurorico.com/definicion-de-productividad>.
- Verdoy, P., Mahiques, M., Sagasta, S. & Sirvent, R. (2006). Manual de control estadístico de calidad: teoría y aplicaciones. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, de http://books.google.com.ec/books?id=kWGWTiZXLkUC&pg=PA111&dq=control+estadistico+de+la+calidad+montgomery&hl=es&sa=X&ei=bIW6T_rnLZG36QHrsLTgCg&sqi=2&ved=0CEEQ6AEwAw#v=onepage&q&f=false
- Vergara, K. (2010), ¿Qué es un Mercado? Función, Objetivo Y Definición. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de <http://www.tueconomia.net/demanda-oferta-y-mercado/definicion-objetivo-mercado.php>
- Serra, J. & Bugueño, G. (2004), Gestión de Calidad en las Pymes Agroalimentarias. Obtenida el 5 de Marzo de 2012, http://books.google.com.ec/books?id=RxO4B0PBo_kC&pg=PA40&dq=definicion+gestion+de+la+calidad&hl=es&sa=X&ei=R15tT9O_HKXV0QHctenUBg&ved=0CDkQ6AEwAA#v=onepage&q=definicion%20gestion%20de%20la%20calidad&f=false
- Soberanis, J. (n.d.). Conceptos centrales de Mercadotecnia. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de <http://www.mitecnologico.com/Main/ConceptosCentralesDeMercadotecnia>.

- (2007) El consumo de embutidos alcanza los \$120 millones. Obtenida el 26 de Enero de 2012, <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-consumo-de-embutidos-alcanza-los-120-millones-280616.html>.
- (2011) La calidad fue tema de una cita en Quito Obtenida el 26 de Enero de 2012, de http://www.elcomercio.com/negocios/calidad-tema-cita-Quito_0_594540623.html
- Guada, E. & Rodríguez, M. La seguridad alimentaria: Evolución e impacto. Obtenida el 26 de Enero de 2012, de [http://etur.ehtcf.co.cu/attachments/article/44/Seguridad Alimentaria.pdf](http://etur.ehtcf.co.cu/attachments/article/44/SeguridadAlimentaria.pdf)

ANEXOS

ANEXO # 01

CUESTIONARIO 1

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ENCUESTA DIRIGIDA AL PÚBLICO**

La presente encuesta está realizada con el objetivo de conocer el punto de vista de los consumidores de embutidos con respecto a la calidad y la aceptación en el mercado de los embutidos MAYBE en Latacunga. La información obtenida en esta investigación es confidencial y solo se utilizará como base para la investigación. Le agradecemos de ante mano por su valiosa colaboración.

Ciudad	Parroquia	Urbana	Rural

Estudiante	Trabajador autónomo	Trabajador por cuenta ajena	Ama de casa
Ocupación Profesional			

De 0 a \$250	De \$251 a \$500	De \$501 a \$1000	Más de \$1000
Ingresos mensuales			

Soltera	Casada	Divorciada	Unión libre	18 a 25 años	26 a 33 años	más de 34 años
Estado Civil				Edad		

1. ¿Con qué frecuencia usted compra embutidos?

- A diario
- Semanal
- Quincenal
- Mensual
- Mayor a un mes

2. En el hogar ¿Cuál son la personas que más consume embutidos?

- Niños
- Adolescentes
- Jóvenes
- Adultos

3. ¿En qué lugar suele comprar sus embutidos?

- Tiendas de barrio
- Mercados
- Supermercados
- Distribuidores
- Otros _____

4. ¿Qué características toma en cuenta para comprar los embutidos?

- Precio
- Calidad
- Marca
- Sabor
- Otros _____

5. ¿Conoce usted el producto que ofrece la Fabrica d Embutidos MAYBE?

- Si
- No

6. De las siguientes marcas ¿cuál considera que es de mejor calidad?

- Don diego
- Maybe
- La Madrileña
- Plunrose
- Otros _____

7. ¿Cómo calificaría usted la calidad de los Embutidos MAYBE?

- Excelente
- Muy Buena
- Buena
- Regular

Mala

8. ¿Cuál es la imagen que actualmente tiene de los Embutidos MAYBE?

Muy Satisfactoria

Satisfactoria

Poco satisfactoria

Insatisfactoria

9. ¿Cómo calificaría usted a la aceptación en el mercado de los embutidos MAYBE?

Alta

Media

Baja

ANEXO #02

CUESTIONARIO 2

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ENTREVISTA DIRIGIDA LOS EMPLEADOS DE LA FABRICA DE
EMBUTIDOS "MAYBE"

Nombre: _____

Nombre de la Compañía: _____

Dirección de la Compañía: _____

Profesión (y Posición): _____

Describa las actividades que realiza en su negocio:

1. Cree usted que las actividades orientadas a la medición de la calidad en la Fábrica MAYBE son?

Muy Satisfactorias

Satisfactoria

Poco satisfactoria

Insatisfactoria

2. Según su criterio ¿La productividad presentada últimamente en la Fabrica MAYBE es?

Alta

Media

Baja

3. ¿La empresa realiza análisis y medición de procesos cada?

Semana

Mes

Trimestre

Semestre

Año

Mayor a un año.

4. ¿Qué sistemas de gestión de calidad considera se debería implementar en los procedimientos para mejorar la calidad del producto en la Fabrica MAYBE?

Buenas prácticas de Higiene

Sistema de Análisis de Riesgos y Puntos Críticos de Control

Sistema de certificación de calidad ISO

Otros _____

5. ¿Qué marca de embutidos considera que tiene la mayor participación en el mercado?

Don diego

Maybe

La Madrileña

Plunrose

Otros _____

ANEXO # 03

RESUMEN DE FOTOGRAFÍAS DEL PROCESO DE ELABORACIÓN DE LOS EMBUTIDOS



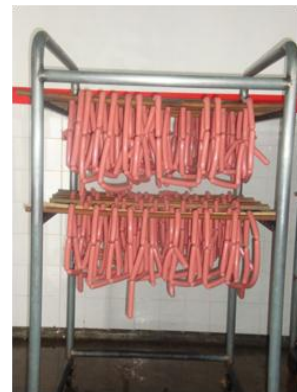
PASTA



EMBUTIDO



TORCIDO



COLGADO



SECADO EN AUMADOR



EMPACADO