

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

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

**TEMA: “El sistema de calidad total y su incidencia en las
ventas en la empresa PAULI&ESTEFI en la ciudad de
Ambato”**

AUTORA: Myrian Elizabeth Sailema Guamanquispe

TUTOR: Ing. Víctor Córdova

AMBATO - ECUADOR

2010

Ing. Víctor Córdova

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, 20 de Julio del 2010

Ing. Víctor Hugo Córdova

TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Myria Elizabeth Sailema Guamanquispe, manifiesto que los resultados obtenidos en la presente investigación, previo a la obtención del título de Ingeniera de Empresas son absolutamente originales, auténticos y personales: a excepción de las citas.

Sra. Myrian Elizabeth Sailema Guamanquispe

C.I 180422531-4

AUTORA

APROBACION DE LOS MIEMBROS DEL 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, Diciembre del 2010

DEDICATORIAS

A Dios:

Por permitirme existir y brindarme la oportunidad de llegar a cumplir diversas metas en mi vida, por la salud y el bienestar que me brinda junto con mis seres queridos.

A mi madre:

Porque es lo más sagrado que tengo en la vida, por ser siempre mi principal motivadora y formadora de lo que ahora soy como persona, sin sus consejos, su amor y su cariño yo no habría llegado hasta donde estoy. Gracias mama, la quiero mucho.

A mi esposo:

Por llegar a mi vida y empezar juntos a construir un camino que nos permita estar siempre unidos y felices.

A mi hija:

Que llego a fortalecer mi vida y ello me llevo a motivarme para seguir adelante en mis estudios

AGRADECIMIENTO

Agradezco al Ing. Victor Córdova Tutor, Dr., Fausto Díaz e Ing. Marco Lascano revisores; ya que con sus enseñanzas, sus conocimientos, sus consejos, su apoyo moral he podido llegar a escalar un peldaño más en el propósito de esta vida

INDICE GENERAL

A. PAGINAS PRELIMINARES	PP
PORTADA.....	i
PAGINA DE APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACION DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
INDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	vii
INDICE DE GRAFICOS.....	viii
INDICE DE TABLAS.....	ix
INTRODUCCION RESUMEN EJECUTIVO.....	xii
B.TEXTO	
CAPITULO I.....	1
1. PROBLEMA.....	1
1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.2.1 CONTEXTUALIZACIÓN.....	2
1.2.2 ANÁLISIS CRÍTICO.....	3
1.2.3 PROGNOSIS.....	3
1.2.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
1.2.5 PREGUNTAS DIRECTRICES.....	4
1.2.6 DELIMITACIÓN.....	4
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	5
1.4 OBJETIVOS.....	6
1.4.1 Objetivo General.....	6
1.4.2 Objetivos Específicos.....	6

CAPITULO II.....	7
2. MARCO TEORICO	7
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	7
2.2 FUNDAMENTACION FILOSOFICA	9
2.3 FUNDAMENTACION LEGAL	10
2.4 CATEGORIAS FUNDAMENTAL	10
2.4.2 Calidad total	15
2.4.2.1 Importancia de calidad total.....	16
2.4.2.2 Importancia de la calidad total.	19
2.4.2.3 Principios básicos de la calidad total.....	19
2.4.2.4 Objetivo de la Calidad Total.	21
2.4.2.5 Metas de la Calidad Total.	21
2.4.2.5 Las etapas de la calidad.	23
2.4.2.6 Círculos de calidad	23
2.4.3 Control de calidad.....	24
2.4.4 Sistema de calidad	26
2.4.4.1 Ventajas del Sistema de Calidad	29
2.4.4.2 Sistemas de aseguramiento de la calidad: ISO 9000.....	30
2.4.4.3 Definición del Sistema de Calidad Total.	31
2.4.4.4 Características del Sistema de Calidad Total.	32
2.4.4.5 El enfoque de sistemas a la calidad.	33
2.4.4.6 Elementos de los sistemas de aseguramiento de Calidad Total.	34
2.4.4.7. Sistema de calidad en la actualidad	34
2.4.4.8. Norma ISO 9000.	35
2.4.5. NORMAS ISO 9001 2000	36
2.4.6 BENCHMARKING.....	37
2.4.7. KAIZEN	38
2.4.8 VENTAS.....	40
2.4.8.2 La función de Ventas.....	41
2.4.8.3 Tipos de ventas.....	42
2.4.8.4 Las actividades del vendedor.....	44

2.4.8.5 Planificación de ventas	46
2.4.8.6 Fuerza de ventas.....	46
2.4.9 Mercado	47
2.4.10 Marketing	47
2.5 HIPÓTESIS.....	50
2.6 VARIABLES.....	50
CAPITULO III.....	51
3. METODOLOGIA	51
3.1 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN.....	51
3.2 MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN.....	52
3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	52
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	53
3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	54
3.5.1. Variable Independiente: Sistema de calidad	54
3.5.2. Variable Dependiente: Ventas.....	55
3.6 TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	56
3.7 PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE INFORMACIÓN	57
CAPITULO IV.....	58
4 ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS	58
4.1 ANALISIS DE RESULTADOS	58
4.2 INTERPRETACION DE DATOS	58
4.3 VERIFICACION DE HIPOTESIS	90
CAPITULO V.....	93
5. CONCLUSIONES RECOMENDACIONES	93
5.1. CONCLUSIONES.....	93
5.2. RECOMENDACIONES	94
CAPITULO VI.....	95
6. PROPUESTA.....	95
6.1. DATOS INFORMATIVOS.....	95
6.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.....	96
6.3 JUSTIFICACIÓN.....	97

6.4. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	98
6.4.1. General.	98
6.4.2 Específicos.	98
6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD.	98
6.5.1 Factibilidad política.	98
6.5.2 Factibilidad socio-cultural.....	99
6.5.3 Factibilidad Tecnológica.....	99
6.5.4 Factibilidad organizacional.	100
6.5.5 Equidad de género.	100
6.5.6 Factibilidad ambiental.....	100
6.5.7 Factibilidad económico-financiera.	100
6.5.8 Factibilidad legal.	101
6.6 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA.	101
6.7 METODOLOGÍA. MODELO OPERATIVO.	105
6.7.1 ACTIVIDADES	105
6.7.2 RECURSOS	113
6.7.3 CRONOGRAMA	114
Tabla 23: Cronograma.....	114
6.7.4 PRESUPUESTO.....	115
6.7.5 UBICACIÓN.....	116
6.8 ADMINISTRACIÓN.	116
6.8.1 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	116
6.9 PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN.	117

C.MATERIALES DE REFERENCIA

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Desarrollo histórico de la calidad.....	17
Tabla 2: Precusores de la calidad	25
Tabla 3: Actividades de ventas.....	45
Tabla 4: Universo estudiado.....	53
Tabla 5: Operacionalización de variable Independiente	54
Tabla 6: Operacionalización de variable dependiente	55
Tabla 7: Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	56
Tabla 8: Nivel Educativo	59
Tabla 9: Nivel de trabajo.....	61
Tabla 10: Controles de calidad.....	69
Tabla 11 : Tareas Asignadas	71
Tabla 12: Seguimiento de actividades	73
Tabla 13: Interrupción de operaciones.....	75
Tabla 14: Porque las interrupciones.....	77
Tabla 15: Integradas Áreas de trabajo	79
Tabla 16: Sistema de calidad para incrementar ventas	81
Tabla 17: Capacitaciones	83
Tabla 18 : Herramienta de pedidos.....	85
Tabla 19 : Satisfaccion del cliente	87
Tabla 20: Equipo promueve ventas	89
Tabla 21: Verificación de Hipótesis	91
Tabla 22: Verificación de hipótesis	92
Tabla 23: Cronograma	114
Tabla 24 Presupuesto	115

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1: Categorización de Variables	11
Gráfico 2: Gestión de calidad	14
Gráfico 3: Gestión de la calidad total	15
Gráfico 4: Circulo de calidad	24
Gráfico 5: Enfoque conceptual de calidad total	26
Gráfico 6: Programa de Marketing	48
Gráfico 7: Nivel Educativo	59
Gráfico 8: Nivel de Trabajo.....	61
Gráfico 9: Sistema de calidad.....	63
Gráfico 10: Manuales de calidad	65
Gráfico 11: Planificación de proceso de producción	67
Gráfico 12: Controles de Calidad	69
Gráfico 13: Tareas Asignadas	71
Gráfico 14: Seguimiento de Actividades	73
Gráfico 15: Interrupción de Operaciones.....	75
Gráfico 16: Porque las interrupciones.....	77
Gráfico 17: Integradas las áreas de trabajo	79
Gráfico 18: Sistema de calidad para incrementar las ventas	81
Gráfico 19: Capacitaciones	83
Gráfico 20: Herramientas de comunicación.....	85
Gráfico 21: Satisfacción del cliente	87
Gráfico 22: Equipo promueve las ventas	89

RESUMEN EJECUTIVO

El inadecuado sistema de calidad que existe dentro de la empresa afecta al proceso de producción ocasionando un producto de mala calidad, una disminución en las ventas, insatisfacción de los clientes, pérdidas económicas y una desventaja competitiva para la empresa

El presente trabajo de investigación pretende dar a conocer que el sistema de calidad total permite planificar, organizar, dirigir y controlar la calidad de los productos para satisfacer las necesidades de los clientes utilizando las técnicas de las normas ISO 9001-2000 ya que nos permite controlar los procesos de producción y así producir un producto de calidad.

El diseño de la base documental propuesto en el presente trabajo de investigación aplicada se desarrolló según la complejidad de los procesos de la organización estudiada, considerando todos los requisitos exigidos por la norma ISO 9001: 2000 y las deficiencias de la misma y de sus procesos, producto del diagnóstico de la situación actual de la organización.

El alcance se definió luego del diagnóstico de la situación actual, el cual se desarrolló a partir de los procesos que realiza la organización y de la comparación de la forma actual de trabajo con las exigencias de la norma, con lo que se identificó las deficiencias de la organización y de sus procesos.

INTRODUCCION

El presente trabajo investigativo constituye una guía valiosa para quienes cumplen la gerencia de las empresas textiles, que buscan siempre formas estratégicas para alcanzar calidad y excelencia que les garanticen el éxito en un mundo altamente competitivo.

Permite conocer aspectos importantes acerca de los sistemas de calidad, sus principios, pensamientos, corrientes, procesos, convirtiéndose en bases fundamentales de conocimiento.

La calidad fue la primera de estas ventajas competitivas. Las industrias empezaron a “producir calidad” con lo que reducían sus costos y aumentaban sus ventas. Con el pasar de los años el concepto de calidad evolucionó y aparecieron los sistemas de gestión de calidad, los cuales les permitían a las industrias asegurar la calidad de los productos. Debido al éxito obtenido el alcance de los sistemas de gestión de calidad se amplió para incluir a las organizaciones de servicios, con lo cual la aplicación de los mismos pasó a depender de la complejidad de los procesos de la organización.

La investigación se encuentra estructurada de la siguiente manera:

En el **Capítulo I**, se contextualiza el problema de investigación desde la visión macro, meso y micro. Se realiza un análisis crítico para una aproximación a la esencia del problema, fortalecido con las interrogantes que se constituyen en sub-problemas. En plantea una prognosis para vislumbrar las consecuencias a futuro de mantenerse el problema. Se formula el problema, se establece la relación entre las variables, se delimita el objeto de investigación, se presenta la justificación y culmina con el establecimiento de los objetivos.

En el **Capítulo II**, se establece el Marco Teórico con los antecedentes investigativos que sirven de soporte a la nueva investigación, la fundamentación filosófica y legal y la conceptualización de las categorías fundamentales. También se incluye la hipótesis

lógica como respuesta tentativa al problema, con el correspondiente señalamiento de las variables.

En el **Capítulo III**, se plantea la Metodología, que consiste en establecer cómo y con qué se va a investigar. Para ello se visualiza el enfoque, modalidad y tipo de investigación. Se precisa la población, se concreta la investigación con la operacionalización de las variables, estableciendo los instrumentos de recolección de datos. Finalmente se estructura los planes de recolección y procesamiento de la información

En el **Capítulo IV**, consta el Análisis e Interpretación de Resultados que incluyen las tablas y gráficos estadísticos, que proporcionan la confiabilidad de la investigación.

En el **Capítulo V**, se establecen las Conclusiones y Recomendaciones, en el que se sintetizan los principales resultados y se formula criterios para contribuir a la solución del problema.

En el **Capítulo VI**, Se describe la estructura de la propuesta de solución al problema.

Finalmente se hace constar las referencias bibliográficas y los anexos.

CAPITULO I

1. PROBLEMA

1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN

El sistema de calidad total y su incidencia en las ventas en la empresa PAULI&ESTEFI en la ciudad de Ambato.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La inexistencia de un sistema de calidad total disminuye la ventas en la empresa PAULY & ESTEFY de la Ciudad de Ambato.

1.2.1 CONTEXTUALIZACIÓN

En el actual entorno competitivo la calidad de producto se ha convertido en un arma muy importante. Todas las empresas a nivel nacional se encuentran en un proceso de mejoramiento continuo, debido a la fuerte competencia que existe, tanto a nivel nacional como internacional, debido al ingreso de diferentes marcas de ropa de bebe de otros países.

En la ciudad de Ambato hay muchas empresas que se dedica a la producción de ropa de bebe y que tiene un gran posicionamiento en el mercado debido a la calidad del producto, es así, que nos vemos en la obligación de aplicar todas las estrategias necesarias, para mantenernos en el mercado.

En la ciudad de Ambato está ubicada la empresa PAULI & ESTEFI, su actividad principal es la producción y comercialización de ropa de bebe. PAULI & ESTEFI tiene 10 años en el mercado fue fundada por el Sr. Eduardo Méndez la iniciativa nació a raíz de la experiencia obtenida con el lapso de tiempo.

La empresa PAULI & ESTEFI encontramos varios problemas, entre uno de ellos es, la inexistencia de un sistema de calidad disminuye las ventas en la empresa.

1.2.2 ANÁLISIS CRÍTICO

Este problema se origina por la difícil situación económica que ha venido atravesando nuestro país en los últimos años, lo que ha dificultado el incremento de las ventas, limitando así el crecimiento de la pequeña y mediana empresa por falta de recursos que permitan el progreso de las mismas.

En el ámbito institucional podemos atribuir el problema a las siguientes causas:

Con la realización de un diagnóstico se ha determinado que existen algunas falencias en el proceso de producción de la empresa PAULI & ESTEFI, para lo cual se desarrolla una investigación de manera profunda, para determinar específicamente la situación real que la empresa atraviesa, y poder corregir los problemas que inciden en la calidad total de la elaboración del producto y en las ventas.

La tecnología moderna es utilizada de una manera inadecuada, no posee un sistema de calidad, existe deficiencia en la dirección, no existe política de calidad, no existen objetivos de calidad, falta de selección de personal, capacitación del personal, no existe la filosofía de mejora continua, falta de publicidad, baja producción, todas estas falencias influyen en el proceso de producción de manera directa obteniendo como resultado un producto de baja calidad, lo que ocasiona que en la empresa exista una disminución en las ventas para lo cual se va a elaborar un sistema que permita corregir el problema. Véase anexo No 6

1.2.3 PROGNOSIS

En la empresa PAULI & ESTEFI si no se aplica un sistema de calidad total según las normas ISO 9001 2000 provocaría la mala ejecución de las actividades ya que por

ende incidiría en la calidad del producto, esto genera una disminución de las ventas, lo que conlleva a generar problemas de recursos económicos.

Esto ocasionaría en el futuro varios conflictos en el interior de la organización, incrementándose cada vez más los riesgos que podrían ocasionar la posible liquidación total de la empresa. La misma que al no ser competitiva está en desventaja frente a los demás competidores.

1.2.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo incide la inexistencia de un sistema de calidad total según las normas ISO 9001 2000 en las ventas de la Empresa PAULI & ESTEFI de la ciudad de Ambato?

1.2.5 PREGUNTAS DIRECTRICES

¿Cómo se puede determinar el sistema de calidad total según las normas ISO 9001 2000 en el departamento de producción?

¿Cuáles son los factores que disminuyen las ventas de la empresa PAULI&ESTEFI en la ciudad de Ambato?

1.2.6 DELIMITACIÓN

Límite de contenido:

Campo: Administración

Área: Calidad Total

Aspecto: Ventas

Límite espacial:

Empresa PAULI & ESTEFI

Límite temporal:

Enero - Noviembre 2010 .

1.3 JUSTIFICACIÓN

Como nos podemos dar cuenta la globalización ha incidido en nuestro entorno y lo observamos en el ambiente económico donde el saber competir es lo primordial no solamente en precio sino en calidad del producto, por esos motivos se implementará sistemas de calidad total según las normas ISO 9001 2000 que permitirá, incrementar las ventas, y como consecuencia realizar un producto de calidad que satisfaga las necesidades de los clientes de la empresa PAULI & ESTEFI.

Para encontrar una solución al problema planteado es incrementar nuevas sistemas de calidad total siguiendo todos los requisitos de las normas ISO 9001 2000 en la empresa PAULI & ESTEFI, es necesario analizar el cumplimiento de los objetivos, implementar control, organización, inspección a todos los procesos de producción, tecnología de punta, o nuevos sistemas de producción, introducir la capacitación adecuada a los trabajadores, realizar la distribución necesaria de actividades, un control de rendimientos del proceso de producción, realizar publicidad necesaria.

Cumpliendo con todos los objetivos obtendremos un mejoramiento de calidad de producto, clientes satisfechos, personal motivado y de esta manera la empresa ira progresando.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General

Proponer un sistema de calidad total, utilizando normas ISO 9001-2000 para mejorar las ventas de la empresa PAULI & ESTEFI.

1.4.2 Objetivos Específicos

Identificar las exigencias y expectativas de los clientes aplicando sistemas de calidad según las normas ISO 9001 2000 para poder aumentar las ventas de la empresa PAULI&ESTEFI

Elaborar una metodología de proceso de producción utilizando normas ISO 9001 2000 para poder mejorar la calidad del producto en la empresa PAULI&ESTEFI de la Ciudad de Ambato.

CAPITULO II

2. MARCO TEORICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Según, Corrales D. (2002) En su tesis “Diseño de un sistema administrativo de calidad en la dirección Provincial de salud Cotopaxi” llego a las siguientes conclusiones:

- 1.- Los resultados de la prestación de los servicios de salud, la relación de estos con los costos de su prestación, la calidad técnica y percibida de los mismos son deficientes y no se justifican por escasos recursos

que actualmente tienen las instituciones del sector público, se lograría resultados superiores en salud.

2.- Según el control de calidad, la evaluación objetiva de todas las funciones y elementos requeridos para garantizar la calidad los servicios de la institución no cuenta con parámetros confiables.

3.- En el diagnóstico interno realizado se considera la ausencia de los principios y normas administrativas innovadoras en los diferentes niveles de la estructura orgánica; pues la falta de directivos y empleados calificados en su mayoría no poseen conocimientos de procedimientos de calidad total.

Según **VASCO, S. (2004)** *Modelo de gestión de calidad aplicado al departamento de producción de la empresa BIOALIMENTAR. CIA. LTDA.*

Conclusiones:

1.- El modelo de gestión de calidad ha permitido mejorar el control de los procesos productivos y llevar a cabo un plan de evaluación periódica, que basado en el modelo de gestión aplicado le permita a los directivos de la empresa conocer fácilmente las ineficiencias y así tomar las acciones correctivas y preventivas necesarias en el momento adecuado.

2.- El diseño de un manual de calidad para el departamento de producción, logro la homogenización de conocimientos de los integrantes de la mencionada área, evitando ineficiencias por falta de información.

3.- El sistema permitirá aumentar la calidad de los productos y servicios mejorar la productividad de los recursos y conseguir distinguirse entre los competidores.

Según, **Yasig Salguero**, Aída de los Ángeles en su trabajo titulado: “La Gestión de Calidad (GC) para elevar los volúmenes de comercialización en la empresa Goldenrose Corporación S.A. de la provincia de Cotopaxi”, llegó a las siguientes conclusiones:

- Se determina que no existe en la empresa una gestión de calidad que promueva el mejoramiento continuo en los diferentes procesos, lo cual influye en el desenvolvimiento empresarial.
- La falta de formalización en los procedimientos y funciones afecta el direccionamiento organizacional y la capacidad de concretar los objetivos propuestos.
- La gestión comercial no cubre las expectativas tanto de los clientes internos como externos, ya que las decisiones correctivas no son tomadas oportunamente.

2.2 FUNDAMENTACION FILOSOFICA

Para la ejecución de la presente investigación que se va a realizar se utilizará el paradigma crítico - propositivo, ya que nos permite comprender, analizar, criticar, opinar, comentar todo lo que ocurre en la realidad, en base a nuestros conocimientos, valores , creencias y así proponer alternativas de solución.

En cuanto a los sistemas de calidad total aplicados incremento de las ventas en las empresas que existen a nivel nacional si hemos encontrado teorías que fundamenten la investigación.

Es necesario destacar que la metodología empleada por el paradigma critico propositivo se canaliza por el empleo de la dialéctica y la educación del método al objeto de estudio bajo un esquema critico demandado complementariamente la participación del sujeto en la solución del problema, considerándolo cualitativo como referente importante para el análisis; parámetros que nos guiaran a la aplicación práctica y veras.

2.3 FUNDAMENTACION LEGAL

La ejecución de la presente investigación se respalda en las normas ISO 9001 2000 y a la ley del Art.66. Control de calidad. Defensa al consumidor, Normas Técnicas.- El control de cantidad y calidad se realizará de conformidad con las normas técnicas establecidas por el Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN-, entidad que también se encargará de su control sin perjuicio de la participación de los demás organismos gubernamentales competentes.

2.4 CATEGORIAS FUNDAMENTAL

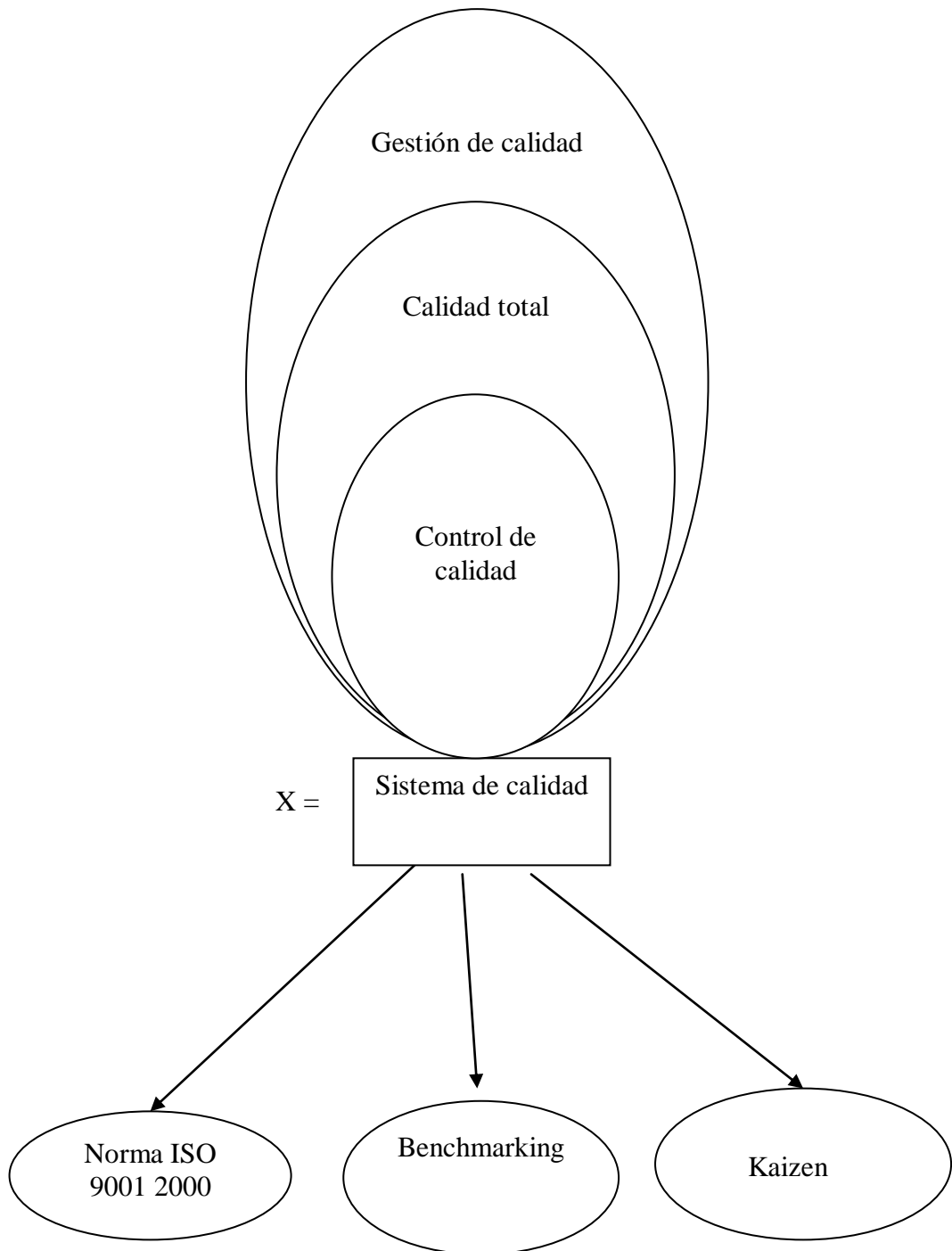
Formulación del Problema.

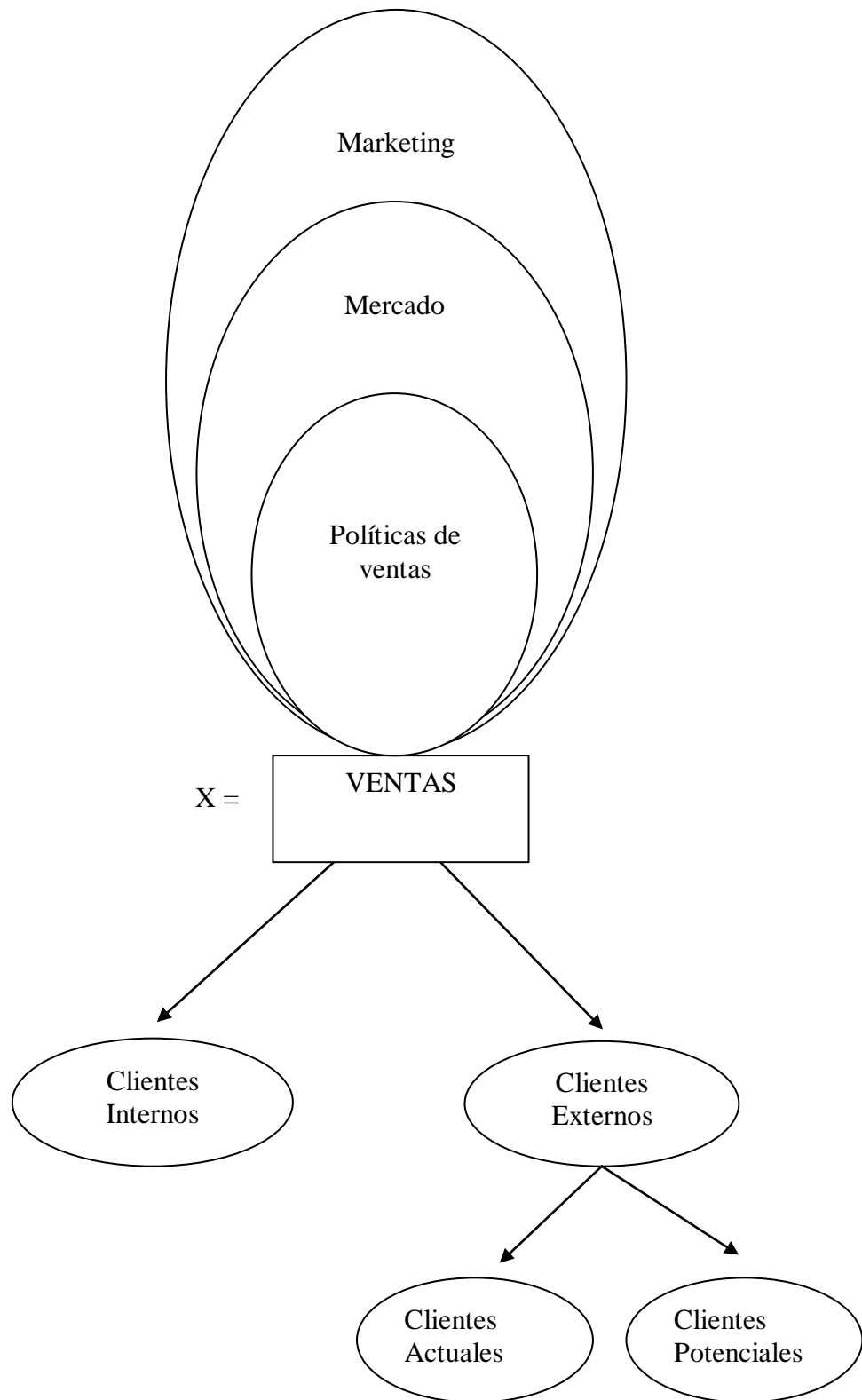
¿Cómo incide la inexistencia de un sistema de calidad total según las normas ISO 9001 2000 en las ventas de la Empresa PAULI & ESTEFI de la ciudad de Ambato?

X= Sistema Calidad total

Y= Ventas

Gráfico 1: Categorización de Variables





Fuente: Propia

Elaborado por: Myrian Sailema

2.4.1 Gestión de calidad

Según JURAN (1990, p. 13) “Gestión de calidad” es aquel aspecto de función general de la gestión de una organización que define y aplica la política de calidad. La gestión de la calidad incluye la planificación, las asignaciones de recursos y otras actividades sistemáticas, tales como los planes de calidad.

El proceso de mejoramiento se orienta hacia la satisfacción completa del consumidor, considerándose al recurso humano como el más importante de la organización

Es ofrecer una calidad de servicio superior al de otras empresas, la clave consiste en igualar o superar las expectativas de la calidad y del servicio tomando como base las experiencias pasadas.

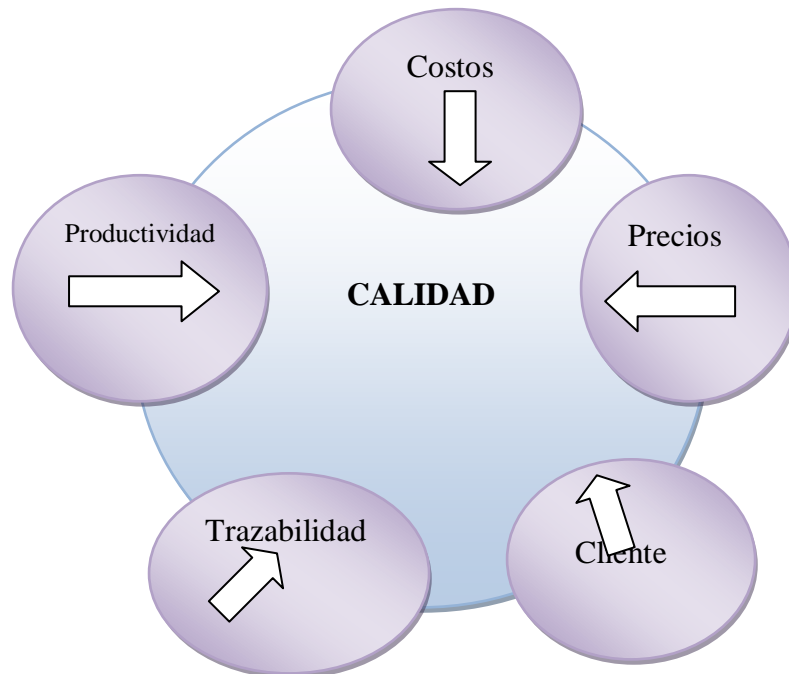
Según Fernando Criado (2004, P. 45) Gestión de calidad generan resultados que son en muchos casos difícil (por no ser imposibles) medir e incluso, aislar de la influencia de los efectos revocados por la intervención de otras variables organizativas tangibles tanto internas como externas.

Un sistema de gestión de la calidad es la forma en la que una empresa o institución dirige y controla todas las actividades que están asociadas a la calidad.

Que una empresa tenga implantado un sistema de gestión de la calidad, sólo quiere decir que esa empresa gestiona la calidad de sus productos y servicios de una forma ordenada, planificada y controlada.

<http://sgcindustrial.blogspot.com/2010/05/que-es-un-sistema-de-gestion-de-calidad.html>
22-05-10 20:14

Gráfico 2: Gestión de calidad



Elaborado por: Mirian Sailema

Fuente: <http://sgcindustrial.blogspot.com/2010/05/que-es-un-sistema-de-gestion-de-calidad.html>

RUIZ Y LÓPEZ (2004, p.16) en “La gestión por Calidad Total en la empresa moderna”, define a la Calidad como “El conjunto de características de una entidad que le confieren la aptitud para satisfacer las necesidades establecidas y las implícitas”.

RUIZ Y LÓPEZ (2004, p. 20) en “La gestión por Calidad Total en la empresa moderna”, manifiesta que la diferencia conceptual entre Calidad clásica y Calidad Total conviene en tomar en cuenta las siguientes consideraciones:

La Calidad sólo tiene en cuenta el producto o servicio final, mientras que la Calidad Total influye sobre todos los productos y servicios de la empresa.

La Calidad solo se centra en el proceso de producción, mientras que la Calidad Total incide en todos los procesos de la empresa.

La Calidad Total se centra tanto en el cliente externo como en el interno; la Calidad, sólo en los clientes externos. La Calidad no tiene en cuenta la relación cliente proveedor.

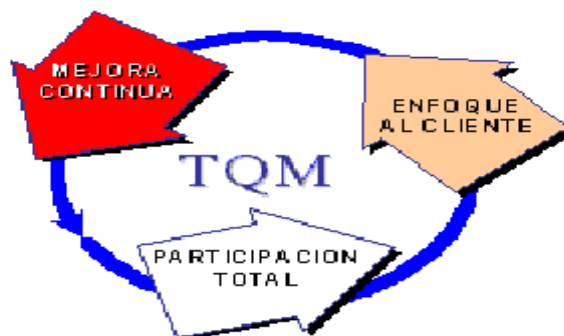
La calidad solo se centra en los costes generados en el proceso de producción, mientras que la Calidad Total tiene en cuenta todos los costes de imperfección que se producen en todo el proceso de la empresa.

2.4.2 Calidad total

Según **Fernando Criado (2004, p17, 18)** En el libro de gestión de calidad dice: La calidad se enfoca básicamente hacia la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente. Este se convierte en el pilar fundamental de toda la política o estrategia de calidad, y no solo el cliente externo (ajeno a la empresa- organización) sino al cliente interno a quien se persigue satisfacer en el propio desarrollo de su trabajo.

Gráfico 3: Gestión de la calidad total

GESTIÓN DE LA CALIDAD TOTAL



FUENTE: <http://www.monografias.com/trabajos82/control-gestion-empresarial/control-gestion-empresarial2.shtml>

La Calidad Total es el estadio más evolucionado dentro de las sucesivas transformaciones que ha sufrido el término Calidad a lo largo del tiempo. En un primer momento se hablaba 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 íntimamente relacionado con el concepto de Mejora Continua

Según **González, Josefina (2005,p. 27)** en su reporte titulado “La Calidad total” se refiere al término calidad manifestando que es cuando en una organización se determinan las actividades y los integrantes de la misma se encuentran haciendo lo que tienen que hacer, lo están haciendo bien, para brindarle una satisfacción total al cliente.

2.4.2.1 Importancia de calidad total

La calidad total en la organización de una empresa, debe ser el nervio y motor de la misma.

El mensaje de la calidad total debe ser comunicado a tres audiencias que son complementarias entre sí:

Los Trabajadores.

Los Proveedores; y,

Los Clientes.

Los fundamentos de la calidad total son los siguientes:

- El objetivo básico: la competitividad
- El trabajo bien hecho.

- La Mejora continua da con la colaboración de todos: responsabilidad y compromiso individual por la calidad.
- El trabajo en equipo es fundamental para la mejora permanente
- Comunicación, información, participación y reconocimiento.
- Prevención del error y eliminación temprana del defecto.
- Fijación de objetivos de mejora.
- Seguimiento de resultados.
- Indicadores de gestión.
- Satisfacer las necesidades del cliente: calidad, precio, plazo.

Los obstáculos que impiden el avance de la calidad pueden ser:

- El hecho de que la dirección no defina lo que entiende por calidad.
- No se trata de hacer bien las cosas, sino de que el cliente opine igual y esté satisfecho.
- Todos creen en su concepto, pocos en su importancia y son menos los que la practican.

<http://www.monografias.com/trabajos16/calidad-total/calidad-total.shtml> 09-10-10
15:30

Tabla 1: Desarrollo histórico de la calidad

Etapa	Concepto	Finalidad
Artesanal	Hacer las cosas bien independientemente del coste o esfuerzo necesario para ello.	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacer al cliente. • Satisfacer al artesano, por el trabajo bien hecho • Crear un producto único.
Revolución Industrial	Hacer muchas cosas no importando que sean de calidad (Se identifica Producción con Calidad).	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacer una gran demanda de bienes. • Obtener beneficios.

Segunda Guerra Mundial	Asegurar la eficacia del armamento sin importar el costo, con la mayor y más rápida producción (Eficacia + Plazo = Calidad)	Garantizar la disponibilidad de un armamento eficaz en la cantidad y el momento preciso.
Posguerra (Japón)	Hacer las cosas bien a la primera	<ul style="list-style-type: none"> • Minimizar costes mediante la Calidad • Satisfacer al cliente • Ser competitivo
Postguerra (Resto del mundo)	Producir, cuanto más mejor	Satisfacer la gran demanda de bienes causada por la guerra
Control de Calidad	Técnicas de inspección en Producción para evitar la salida de bienes defectuosos.	Satisfacer las necesidades técnicas del producto.
Aseguramiento de la Calidad	Sistemas y Procedimientos de la organización para evitar que se produzcan bienes defectuosos.	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacer al cliente. • Prevenir errores. • Reducir costes. • Ser competitivo.
Calidad Total	Teoría de la administración empresarial centrada en la permanente satisfacción de las expectativas del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacer tanto al cliente externo como interno. • Ser altamente competitivo. • Mejora Continua

Fuente: SUMMERS, D (2006) “Administración de la calidad”

Esta evolución nos ayuda a comprender de dónde proviene la necesidad de ofrecer una mayor calidad del producto o servicio que se proporciona al cliente y, en definitiva, a la sociedad, y cómo poco a poco se ha ido involucrando toda la organización en la consecución de este fin. La calidad no se ha convertido únicamente en uno de los

requisitos esenciales del producto sino que en la actualidad es un factor estratégico clave del que dependen la mayor parte de las organizaciones, no sólo para mantener su posición en el mercado sino incluso para asegurar su supervivencia.

2.4.2.2 Importancia de la calidad total.

La Calidad total es una estrategia que busca garantizar, a largo plazo, la supervivencia, el crecimiento y la rentabilidad de una organización optimizando su competitividad, mediante: el aseguramiento permanente de la satisfacción de los clientes y la eliminación de todo tipo de desperdicios. Esto se logra con la participación activa de todo el personal, bajo nuevos estilos de liderazgo; siendo la estrategia que bien aplicada, responde a la necesidad de transformar los productos, servicios, procesos estructuras y cultura de las empresas, para asegurar su futuro.

Para ser competitiva a largo plazo y lograr la sobrevivencia, una empresa necesitará prepararse con un enfoque global, es decir, en los mercados internacionales y no tan sólo en mercados regionales o nacionales. Pues ser excelente en el ámbito local ya no es suficiente; para sobrevivir en el mundo competitivo actual es necesario serlo en el escenario mundial.

2.4.2.3 Principios básicos de la calidad total

Según, **RUIZ Y LOPEZ (2004:84-87)**, en su libro “La Gestión por la Calidad total en la empresa moderna” Los principios básicos de la Calidad Total establecen los pilares sobre los que se fundamenta la estrategia que pretende dar plena satisfacción al cliente en cuanto al producto y al servicio que se le oferta. Se trata de avanzar hacia la Calidad Total, entendida ésta como la satisfacción del cliente en cuanto al producto y servicio que se le oferta.

Los principios incluyen:

La Excelencia

“Hacerlo bien y a la primera”

Las empresas serán tanto más excelentes cuanto mejor y antes ejecuten sus funciones de forma más que correcta.

- *Hacerlo bien.*

Cuanto mejor se hagan las actividades de una empresa, o en cualquier ámbito de la vida, mayor es la tendencia hacia la excelencia. En la medida en que se hagan bien las actividades en la empresa, el cliente estará más satisfecho con el producto y el servicio que se le oferta. Para conseguir hacer bien las actividades son por lo que las empresas deben mejorar continuamente.

- *A la primera*

Además, cuanto antes se realicen las funciones del negocio de las empresa, tanto más excelentes serán. La gestión por Calidad Total pretende realizar las actividades necesarias para conseguir no repetir errores, sino hacer las cosas bien, cuanto antes mejor. Se incluye en este concepto hacer las actividades a tiempo (*on time*).

Según **Fernando Criado (2004, p.22)** Calidad como excelencia se entiende la calidad como algo absoluto, es decir, como “lo mejor”.

2.4.2.4 Objetivo de la Calidad Total.

Según, **RUIZ Y LOPEZ (2004:91)** en su libro “La Gestión por la Calidad total en la empresa moderna” dice: La gestión por calidad total establece unas metas que se pretende conseguir y que conduzcan a la aproximación de la excelencia en el negocio a través de la satisfacción de las expectativas del cliente interno y externo al menor coste posible.

2.4.2.5 Metas de la Calidad Total.

La Calidad Total como estrategia de gestión ha de establecer una serie de metas, para lograr movilizar a toda la empresa con el fin de obtener la satisfacción del cliente al menor coste posible.

Las metas de la Calidad Total se pueden estudiar en cuatro bloques:

- **Metas Económicas.**

La calidad total tiene como meta aumentar el margen mejorando la relación: Calidad-precio de sus productos y servicios.

No solo se busca la satisfacción del cliente, sino también hacerlo al menor coste posible para la empresa, con eficiencia.

Las principales metas económicas incluyen:

Disminuir los costes.

Aumentar la competitividad.

Asegurar los beneficios a largo plazo.

- **Metas Comerciales.**

Son metas orientadas a incrementar la cuota de mercado de la empresa, anteponiéndose a la competencia, a través de la satisfacción de las expectativas del cliente y de su fidelización.

Las principales metas comerciales incluyen:

Satisfacer y fidelizar al cliente.

Mejorar la imagen de la empresa.

Vencer a la competencia e incrementar la cuota de mercado.

- **Metas Técnicas.**

Están orientadas a optimizar y asegurar los procesos.

Las principales metas técnicas incluyen:

Resolver problemas.

Introducir innovaciones.

Asegurar y optimizar los procesos.

- **Metas Humanas.**

Son las orientadas a mejorar el aspecto humano de la empresa. Entre las metas humanas más importantes que debe conseguir la empresa se incluye:

Responsabilizar a los individuos.

Potenciar las iniciativas y fomentar la creatividad.

Valorar a las personas.

Crear espíritu de equipo.

2.4.2.5 Las etapas de la calidad.

Según, **RUIZ Y LOPEZ (2004, p.16)** en “La gestión por calidad total en la empresa moderna”, la calidad y su necesidad han estado presentes siempre, si bien la forma de gestionarla y la importancia que se le ha concedido no ha sido siempre la misma. Así, se puede resumir que las etapas fundamentales en el movimiento de calidad son:

- Inspección.
- Control estadístico de la calidad.
- Aseguramiento de la calidad.
- Gestión de la calidad.

2.4.2.6 Círculos de calidad

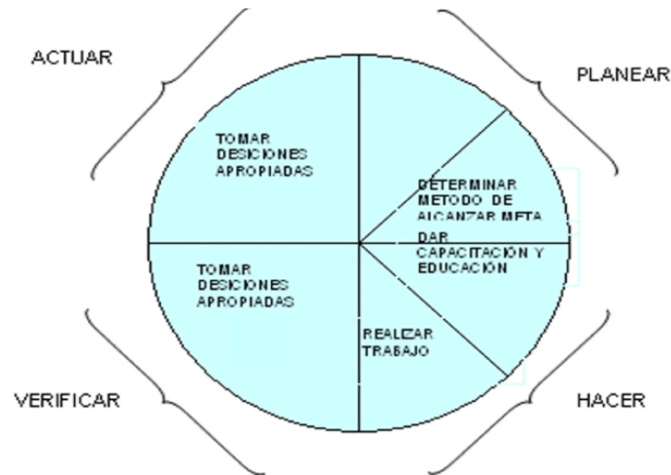
Es un pequeño grupo de empleados que realizan un trabajo igual o similar en un área de trabajo común, y que trabajan para el mismo supervisor, que se reúnen voluntaria y periódicamente, y son entrenados para identificar, seleccionar y analizar problemas y posibilidades de mejora relacionados con su trabajo, recomendar soluciones y presentarlas a la dirección, y, si ésta lo aprueba, llevar a cabo su implantación.

El papel de los Círculos de Calidad es:

- Identificar problemas.
- Seleccionar el problema de mayor importancia.
- Hacer que el Círculo investigue dichos problemas.
- Encontrar las soluciones.
- Tomar medidas, en caso de que el Círculo este autorizado a hacerlo.
- Hacer una exposición de los problemas y posibles soluciones ante la dirección

http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/aplicacioncalidadtotal/default2.asp 21-09-10 10:00.

Gráfico 4: Circulo de calidad



Fuente: http://www.betsime.disaic.cu/secciones/fin_so_03.htm

2.4.3 Control de calidad

Según **Humberto Cantú (1998, p.39)** Control de calidad es establecer un lazo de retroalimentación en todos los niveles y para todos los procesos. Son técnicas y actividades de carácter operacional utilizadas para satisfacer los requisitos relativos a la calidad. Se orienta a mantener bajo control los procesos y eliminar las causas que generan comportamientos insatisfactorios en etapas importantes del ciclo de calidad, para conseguir mejores resultados económicos

Según **Mónica Talledo (2008, p. 64)** Control de calidad es el proceso por el que se da seguimiento y se registran los resultados de la ejecución de actividades de control de calidad, a fin de evaluar el desempeño y recomendar cambios necesarios.

Según **Prat Barte, Albert(1998,p.1)** “Control de calidad” desde sus orígenes, probablemente el ser humano a considerado de vital importancia el disponer de productos de alta calidad. Es de suponer que el cazador que disponía de mejores flechas

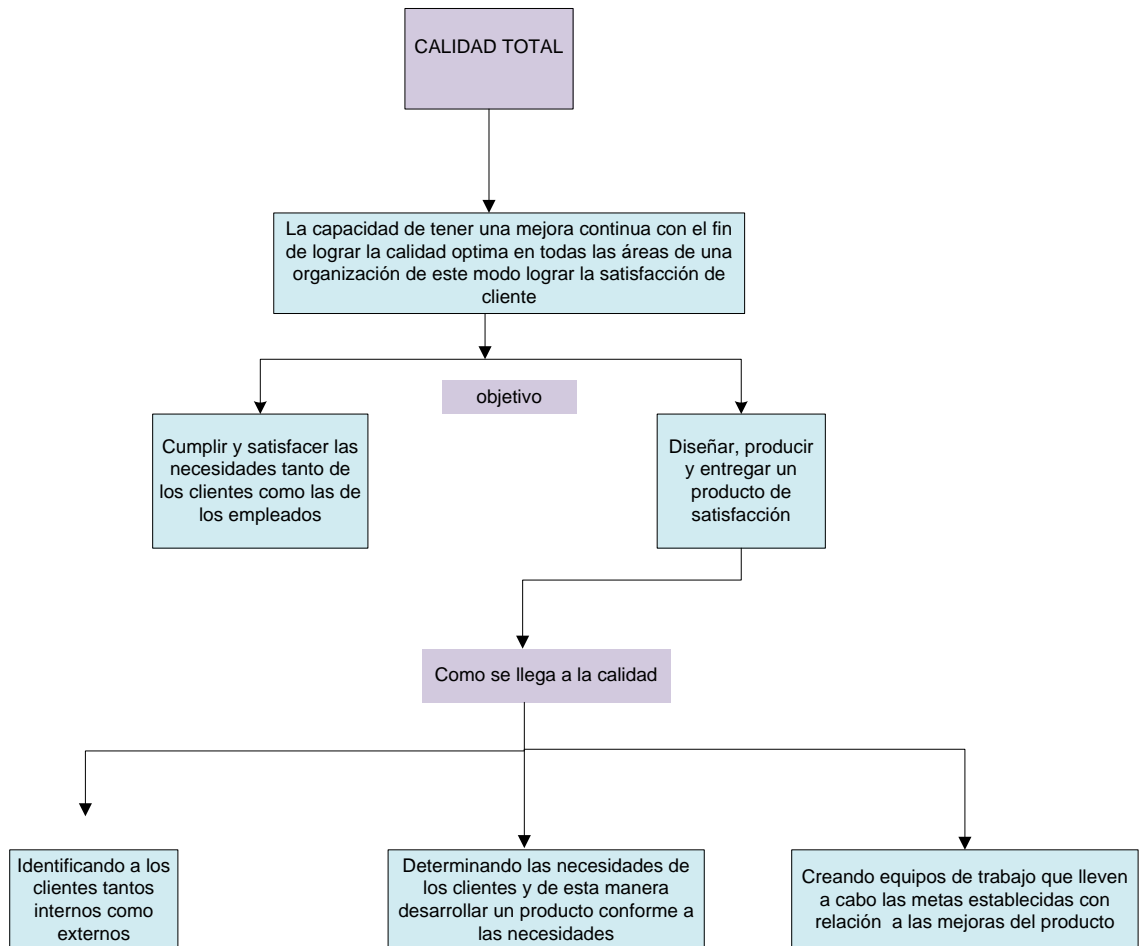
obtenía más y mejores presas y que este hecho no debía pasar inadvertido a nuestros antepasados.

Tabla 2: Precursores de la calidad

DEMING	CROSBY	FEIGENBAUM	JURAN	ISHIKAWA
La calidad es "Un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste y adecuado a las necesidades del mercado"	La calidad es gratis, es suplir los requerimientos de un cliente, al lograr cumplir con estos, logramos Cero Defectos; se basa en que las cosas han de hacerse bien desde la primera vez.	La calidad es "El conjunto total de las características del producto (bien o servicio) de marketing, ingeniería, fabricación y mantenimiento a través del cual un producto en uso satisfará las expectativas del cliente".	La calidad es "El conjunto de características de un producto que satisface las necesidades de los clientes y en consecuencia hace satisfactorio el producto; y otra que se refiere a la organización: la calidad consiste en no tener deficiencias.	Calidad es "Desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el útil y siempre satisfactorio para el consumidor".

Fuente: <http://www.monografias.com/trabajos55/calidad-y-etica/calidad-y-etica2.shtml>

Gráfico 5: Enfoque conceptual de calidad total



Elaborado por: Mirian Sailema

Fuente: <http://leandrycc.wordpress.com/>

2.4.4 Sistema de calidad

Según V. Figenbaum (1992, p. 110) “Sistema de calidad Total “es la estructura de trabajo operativa acordada en toda compañía y toda la planta, documentada con procedimientos integrados técnicos administrativos efectivos para guiar las acciones coordinadas de las fuerzas laboral, maquinas y la información de la compañía y planta

de las formas mejores y prácticas para asegurar la satisfacción del cliente sobre la calidad y costos económicos de calidad.

Es el resultado de un proceso que involucra un cambio constante en la manera de pensar y de actuar. El resultado del proceso se observa en la Gerencia General, en los trabajadores de la empresa, en los socios estratégicos, en los productos, en los procesos de trabajo y hasta en la publicidad para los productos de la empresa.

Según Oakland John (2007, p.108) Sistema de calidad “La organización debe preparar un plan de calidad y un manual de calidad que sea apropiado para el nivel del sistema de calidad requerido.

Un nivel uno de los sistemas se relaciona con el sistema e instalación, y aplicación cuando el cliente especifica los productos o servicios en términos de cómo deben operar, más bien en términos técnicos establecidos.

Un nivel dos de sistema es relevante cuando una organización está produciendo producto o servicio, sobre una especificación de cliente o una publicada.

Un nivel tres del sistema aplica solamente a procedimientos de inspección verificación o prueba del producto o servicio final.

Un manual de calidad debe establecer la política de calidad general, los procedimientos y la práctica de su organización.

En el manual de calidad para organizaciones grandes puede ser conveniente indicar simplemente la existencia y el contenido de otros manuales los cuales contengan los detalles de procedimientos en prácticas en operaciones de las áreas específicas del sistema.

Según Feigenbaum (1991, p.36) “Calidad total “es un sistema efectivo de los esfuerzos de varios grupos de una organización para la integración del desarrollo, del mantenimiento y d la superación de la calidad con fin de hacer posibles mercadotecnia, ingeniería, fabricación y servicio a la satisfacción completa dl cliente y a nivel mas económico.

Es una práctica gerencial para el mejoramiento continuo de los resultados en cada área de actividad de la empresa y en cada uno de los niveles funcionales, utilizando todos los recursos disponibles y al menor costo. El proceso de mejoramiento se orienta hacia la satisfacción completa del consumidor, considerándose al recurso humano como el más importante de la organización.

Según Feigenbaum (1991, 130) Sistema de calidad está formado por una red de actividades técnicas y de procedimientos indispensables para poner en el mercado un producto que satisfaga determinados estándares de calidad.

Sistema de calidad total La base de un Sistema de Calidad se compone de dos documentos, denominados Manuales de Aseguramiento de la Calidad, que definen por un lado el conjunto de la estructura, responsabilidades, actividades, recursos y procedimientos genéricos que una organización establece para llevar a cabo la gestión de la calidad (Manual de Calidad), y por otro lado, la definición específica de todos los procedimientos que aseguren la calidad del producto final (Manual de Procedimientos). El Manual de Calidad nos dice ¿Qué? y ¿Quién?, y el Manual de Procedimientos, ¿Cómo? y ¿Cuándo?. Dentro de la infraestructura del Sistema existe un tercer pilar que es el de los Documentos Operativos, conjunto de documentos que reflejan la actuación diaria de la empresa.

Manual de calidad.

Especifica la política de calidad de la empresa y la organización necesaria para conseguir los objetivos de aseguramiento de la calidad de una forma similar en toda la empresa. En él se describen la política de calidad de la empresa, la estructura organizacional, la misión de todo elemento involucrado en el logro de la Calidad, etc. El fin del mismo se puede resumir en varios puntos:

- Única referencia oficial.
- Unifica comportamientos desicionales y operativos.
- Clasifica la estructura de responsabilidades.
- Independiza el resultado de las actividades de la habilidad.
- Es la base de referencia para auditar el Sistema de Calidad.

Manual de procedimientos.

El Manual de Procedimientos sintetiza de forma clara, precisa y sin ambigüedades los Procedimientos Operativos, donde se refleja de modo detallado la forma de actuación y de responsabilidad de todo miembro de la organización dentro del marco del Sistema de Calidad de la empresa y dependiendo del grado de involucración en la consecución de la Calidad del producto final.

2.4.4.1 Ventajas del Sistema de Calidad

Algunas ventajas que se obtienen de la definición, desarrollo e implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad son:

Desde el punto de vista externo:

- Potencia la imagen de la empresa frente a los clientes actuales y potenciales al mejorar de forma continua su nivel de satisfacción. Ello aumenta la confianza en las relaciones cliente-proveedor siendo fuente de generación de nuevos conceptos de ingresos.

- Asegura la calidad en las relaciones comerciales.
- Facilita la salida de los productos/ servicios al exterior al asegurarse las empresas receptoras del cumplimiento de los requisitos de calidad, posibilitando la penetración en nuevos mercados o la ampliación de los existentes en el exterior.

Desde el punto de vista interno:

- Mejora en la calidad de los productos y servicios derivada de procesos más eficientes para diferentes funciones de la organización.
- Introduce la visión de la calidad en las organizaciones: Fomentando la mejora continua de las estructuras de funcionamiento interno y externo y Exigiendo ciertos niveles de calidad en los sistemas de gestión, productos y servicios.
- Disminuyen los costos (costos de no calidad) y crecen los ingresos (posibilidad de acudir a nuevos clientes, mayores pedidos de los actuales etc.)

<http://www.monografias.com/trabajos27/implantacion-sistemas/implantacion-sistemas.shtml> 09-10-09 16:03

2.4.4.2 Sistemas de aseguramiento de la calidad: ISO 9000

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. Las definiciones, según la Norma ISO son:

Aseguramiento de la Calidad:

Conjunto de acciones planificadas y sistemáticas, implementadas en el Sistema de Calidad, que son necesarias para proporcionar la confianza adecuada de que un producto satisfará los requisitos dados sobre la calidad.

<http://www.monografias.com/trabajos11/conge/conge.shtml> 09-10-10 16:15

Según **RUIZ-LOPEZ (2004: 114)**, Desde un punto de vista formal, se puede definir sistema de calidad como la estructura de la organización y responsabilidades, procedimientos, procesos y recursos para llevar a cabo la Gestión de la Calidad, y constituido por dos subsistemas: el sistema de gestión de Calidad Total y el Sistema de aseguramiento de la Calidad Total.

La estructura organizativa incluye la responsabilidad, autoridad y relaciones según un determinado modelo de empresa a través de las cuales una organización lleva a cabo sus funciones.

Los procedimientos se refieren a formas específicas de llevar a cabo las distintas actividades, a la vez de documentar a los procesos entendidos como un conjunto de recursos y actividades interrelacionados que transforman elementos de entradas en elementos de salida de valor añadido.

Los recursos necesarios incluyen, además los económicos, los humanos y técnicos para la realización eficiente de las funciones dentro del Sistema de Calidad Total, como los métodos asociados.

2.4.4.3 Definición del Sistema de Calidad Total.

"Un sistema de calidad total es la estructura funcional de trabajo acordada en toda la compañía y en toda la planta, documentada con procedimientos integrados técnicos y

administrativos efectivos, para guiar las acciones coordinadas de la fuerza laboral, las máquinas y la información de la compañía y planta de las mejores formas y más prácticas para asegurar la satisfacción del cliente con la calidad y costos económicos de calidad".

El sistema de calidad total es el fundamento del control total de la calidad, y provee siempre los canales apropiados a lo largo de los cuales el conjunto de actividades esenciales relacionadas con la calidad del producto debe fluir. Junto con otros sistemas, constituye la línea principal del flujo del sistema total del negocio. Los requisitos de calidad y los parámetros de la calidad del producto cambian, pero el sistema de calidad permanece fundamentalmente el mismo.

2.4.4.4 Características del Sistema de Calidad Total.

Hay cuatro características del sistema de calidad total técnica que son de particular importancia:

- La primera y más importante, representa un punto de vista para la consideración sobre la forma en que la calidad trabaja en realidad en una compañía comercial moderna o una entidad de gobierno, y cómo pueden tomarse las mejores decisiones.
- La segunda característica para el sistema de calidad técnico es que representa la base para la documentación profunda y totalmente pensada, no simplemente un grueso libro de detalles, sino la identificación de las actividades clave y duraderas de las relaciones integradas persona – máquina – información que hacen viable y comunicable una actividad particular en toda la organización.
- Tercero, el sistema de calidad es el fundamento para hacer que el alcance más amplio de las actividades de calidad de la compañía sea realmente manejable, porque permite a la administración y empleados de la fábrica y compañía poner sus brazos alrededor de sus actividades de calidad, requisitos del cliente – satisfacción del cliente.

- La cuarta característica de un sistema de calidad total consiste en que es la base para la ingeniería de mejoras de tipo de magnitud sistemática en todas las principales actividades de calidad de la compañía.

2.4.4.5 El enfoque de sistemas a la calidad.

Según **Miranda, F. y Chamorro, M. (2007, p8, 9)**. Introducción a la gestión de la calidad. Editorial García Tome. España dice que el sistema de calidad tiene tres enfoques Enfoque trascendente.- El concepto más antiguo y utilizado de la calidad es el de excelencia es decir lo mejor ya que supone lograr el compromiso de todo los integrantes de la organización para lograr un producto lo mejor posible empleando los mejores componentes, la mejor gestión, y los mejores procesos posibles.

Enfoque basado en el producto.- la calidad es función de una variable específica y medible, de forma que las diferencias en calidad reflejan diferencias en la cantidad de algún ingrediente o atributo de producto. Así, por ejemplo, la resolución de un monitor o los quilates de un anillo de oro reflejan diferencia en la calidad de forma de que cuanto mayor sea el nivel de estas características mayor será la calidad del producto.

Enfoque basado al cliente.- se basa en que el producto será de calidad si satisface o excede las expectativas del cliente, se trata de una definición enfocada hacia el exterior de la organización y por lo tanto muy sensible ante cualquier cambio en el entorno, dado que las expectativas de los clientes se comportaran de forma dinámica por lo que la organización deberá estar constantemente analizando los cambios en dichas expectativas.

Enfoque basado en la producción. Todo debe producirse de acuerdo con determinadas especificaciones en el proceso y si estas se cumplen en el producto cumplirá los requerimientos y se podrá considerar valido.

2.4.4.6 Elementos de los sistemas de aseguramiento de Calidad Total.

Los elementos del sistema de aseguramiento de la Calidad Total incluyen:

Normas de Calidad.- En la medida en que la organización se está adaptando a una serie de normas, está asegurando que, al menos, está cumpliendo con lo especificado en dichos requisitos que permiten asegurar ciertas garantías de la Calidad de productos y servicios, y de los procesos asociados a su prestación.

Documentación.- Si la organización tiene documentado el Sistema de la Calidad Total, y cumple lo especificado en dicha documentación, está asegurando en alguna medida que cumple con los requerimientos establecidos.

Auditorias de la Calidad Total.- Tanto externas como internas, las Auditorias de Calidad Total permiten controlar y asegurar que los requisitos que se han recogido en el sistema de Calidad Totales están cumpliendo.

En caso de que haya no conformidades asociadas a dicho sistema, se deben tomar las medidas oportunas para corregir dichas desviaciones y ello a través de las acciones correctoras.

2.4.4.7. Sistema de calidad en la actualidad

Según **Miranda, F. y Chamorro, M. (2007, p8, 9)**. Dice del Sistema de calidad en la actualidad que las empresas necesitan gestionar de forma eficaz no solo la calidad de sus productos propiamente dicho, sino también los impactos en el medio ambiente y la prevención de riesgos laborales tanto para ser competitivas como para satisfacer los requisitos legales y las demandas cada vez más exigentes de la sociedad.

2.4.4.8. Norma ISO 9000.

El siempre creciente comercio internacional reveló la necesidad de contar con un conjunto de normas de calidad que facilitaran la relación entre proveedores y compradores. La creación de la serie de normas internacionales conocida como ISO 9000 comenzó en 1979 a partir de la formación de un comité técnico integrado por representantes de 20 naciones. La denominada Organización Internacional de Estandarización, es la asociación-con base en Ginebra, Suiza- encargada de desarrollar y actualizar las normas, mismas que están en permanente revisión. El nombre ISO 9000 se inspiró en el término griego “isos”, que significa igual; esto se debe a que las normas pretenden establecer comparaciones entre compañías en igualdad de condiciones.

El propósito de las normas ISO, consiste en facilitar el intercambio internacional de productos y servicios, proporcionando un conjunto claro de requerimientos para los sistemas de calidad. Las empresas que compiten globalmente saben que es necesario adoptar esas normas y adherirse a su aplicación.

Las normas ofrecen un parámetro para juzgar los sistemas de calidad implementados por las organizaciones. La base de dicho parámetro es el logro de la satisfacción del cliente mediante la participación multidisciplinaria en los esfuerzos destinados a la mejora de la calidad, la documentación de los sistemas y procedimientos y otros elementos estructurales esenciales de cualquier sistema de calidad. La naturaleza genérica de las normas permite que las empresas interesadas especifiquen cómo llevarán a cabo su aplicación. Muchas compañías emplean ISO 9000 como base de sus esfuerzos de mejora continua.

ISO 9000 es aplicable en casi todo tipo de organización, incluyendo las dedicadas a la manufactura de partes, de ensamblajes o de bienes terminados; los desarrolladores de software; los fabricantes de materiales procesados –líquidos, gases, sólidos o combinaciones de los mismos-, e incluso las que se enfocan a la prestación de servicios.

En el 2000, las normas ISO 9000 sufrieron una profunda revisión en el intento por lograr que su estructura reflejara de manera más precisa los métodos administrativos de las organizaciones. Su redacción se hizo más genérica para facilitar su aplicación en una mayor variedad de sectores de negocios, incluyendo servicios gubernamentales, empresas comerciales, compañías de comercio electrónico, y las industrias de manufactura y servicios.

Para esto la norma ISO 9000 ha incorporado ocho principios clave:

- Organización enfocada en el cliente.
- Liderazgo.
- Participación de las personas.
- Enfoque en los procesos.
- Enfoque de sistemas para la administración.
- Mejora continua.
- Toma de decisiones basada en los hechos.
- Relaciones mutuamente benéficas ente proveedores.

2.4.5. NORMAS ISO 9001 2000

La norma ISO 9001, es un método de trabajo, que se considera tan bueno, Que es el mejor para mejorar la calidad y satisfacción de cara al consumidor. La versión actual, es del año 2000 ISO 9001:2000, que ha sido adoptada como modelo a seguir para obtener la certificación de calidad. Y es a lo que tiende, y debe de aspirar toda empresa competitiva, que quiera permanecer y sobrevivir en el exigente mercado actual y requiere los siguientes requisitos.

- Sistema de gestión: contiene los requisitos generales y los requisitos para gestionar la documentación.

- 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, etc.
- 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.
- Realización del producto: aquí están contenidos los requisitos puramente productivos, desde la atención al cliente, hasta la entrega del producto o el servicio.
- 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. El objetivo declarado en la Norma, es que la organización busque sin descanso la satisfacción del cliente a través del cumplimiento de los requisitos.

http://www.buscarportal.com/articulos/iso_9001_gestion_calidad.html 09-10-10 16:50

2.4.6 BENCHMARKING

El Benchmarking es un proceso en virtud del cual se identifican las mejores prácticas en un determinado proceso o actividad, se analizan y se incorporan a la operativa interna de la empresa.

Dentro de la definición de Benchmarking como proceso clave de gestión a aplicar en la organización para mejorar su posición de liderazgo encontramos varios elementos clave:

Competencia, que incluye un competidor interno, una organización admirada dentro del mismo sector o una organización admirada dentro de cualquier otro sector.

Medición, tanto del funcionamiento de las propias operaciones como de la empresa Benchmarking, o punto de referencia que vamos a tomar como organización que posee las mejores cualidades en un campo determinado.

Representa mucho más que un Análisis de la Competencia, examinándose no sólo lo que se produce sino cómo se produce, o una Investigación de Mercado, estudiando no sólo la aceptación de la organización o el producto en el mercado sino las prácticas de negocio de grandes compañías que satisfacen las necesidades del cliente.

Satisfacción de los clientes, entendiendo mejor sus necesidades al centrarnos en las mejores prácticas dentro del sector.

Apertura a nuevas ideas, adoptando una perspectiva más amplia y comprendiendo que hay otras formas, y tal vez mejores, de realizar las cosas.

Mejora Continua: el Benchmarking es un proceso continuo de gestión y auto-mejora.

<http://www.monografias.com/trabajos10/bench/bench.shtml> 24-02-10; 13:00

2.4.7. KAIZEN

Según **Ackoff, Russell (1993,p.2)** “EL KAIZEN EXPLICADO” Kaizen es lo opuesto a la complacencia. Kaizen es un sistema enfocado en la mejora continua de toda la empresa y sus componentes, de manera armónica y proactiva.

EL KAIZEN EXPLICADO II Kaizen es lo opuesto a la complacencia. Kaizen es un sistema enfocado en la mejora continua de toda la empresa y sus componentes, de manera armónica y proactiva.

Kaizen equivale a la idea de "Mejoramiento Continuo" y es equivalente a una filosofía difundida ampliamente entre las empresa niponas . mejorar un proceso es cambiarlo ara hacerlo más efectivo, eficiente, y adaptable de cambiar depende del enfoque especifico del empresario y del proceso.

Implementación de Kaizen

1.- Desarrollo de un compromiso con las metas de la empresa

- Definición clara de metas y objetivos
- Involucramiento y compromiso de las personas
- Premios a los esfuerzos

2.- Establecimiento de incentivo

- No necesariamente en dinero. Si lo es debe ser al grupo
- Reconocimiento
- Otros incentivos

3.- Trabajo en equipo

- El kaizen privilegia la participación y el trabajo en equipo
- Una forma notable de sacar provecho de los equipos es estableciendo metas claras.
- El comportamiento del equipo se basa una buena selección de miembros del equipo.

Las cinco "S" de caizen

Seire (Disposición metódica o necesidad de distinguir entre lo necesario y lo prescindible) documentos herramientas, equipos, stocks y otros recursos que sean prescindibles para el desarrollo del trabajo deberá eliminarse.

Seiton (orden) Todos los recursos empleados en el proceso deben encontrarse en sus sitio asignado de modo que sea localizado y empleado lo más rápido y eficazmente.

Seiso (limpieza) Mantenimiento de equipos y herramientas en un estado de conservación optimo de mantener limpias y ordenadas las áreas de trabajo.

Seiketsu (estandarizar) Desarrollar estándares y procedimientos en todas las tareas y actividades relacionadas con el proceso.

Shitsuke (disciplina) Asegurarse de que todo el personal que participa en el proceso comprenda y emplee los estándares y procedimientos establecidos.

2.4.8 VENTAS.

Según, **Cultural Ediciones S.A (1999, P.235)**, en su libro Dirección de Marketing y Ventas, manifiesta:

Es un contrato en el que el vendedor se obliga a transmitir una cosa o un derecho al comprador a cambio de una cantidad de dinero. También puede considerarse como un proceso personal o impersonal mediante el cual el vendedor pretende incluir en el comprador. Alrededor de la acción de vender la empresa despliega una serie de funciones como la fuerza de ventas de publicidad de investigación, de marketing de promoción, etc.

Es un intercambio en que el vendedor traspasa algo al comprador a cambio de una cantidad de dinero. Dentro de la empresa las ventas despliegan varias funciones como la fuerza de ventas, de promoción, etc.

2.4.8.1 Objetivos de Venta.

Según, **Diez, E. (2003, p.38)**. En los objetivos de venta se deben ponderar los tres métodos existentes lo cual permitirá una correcta toma de decisiones, lo cual permitirá descubrir discrepancias en la aplicación de los métodos.

El objetivo de las ventas es mantener un proceso de responsabilidad para satisfacer los deseos y demandas del consumidor y la distribución de los productos puedan darse de forma permanente.

2.4.8.2 La función de Ventas.

Cuando la empresa selecciona una estrategia de marketing en particular, la organización debería tomar una serie de decisiones para cada una de las distintas áreas de la empresa, de forma que sean consistentes con la estrategia de marketing.

Es decir, los objetivos y actividades de cada área funcional deberían relejar la elección de la estrategia de la empresa. En este sentido, la venta personal es una de las áreas funcionales de la empresa, cuya organización, planificación, gestión y control recae sobre la dirección de ventas de la compañía.

De manera más operativa, la venta personal se enmarca dentro de la estrategia de *marketing mix*, siendo una de las variables de comunicación o promoción comercial junto con la publicidad, la promoción de ventas, las relaciones públicas y el marketing directo. Por tanto, se puede decir que la venta personal es uno de los elementos del mix promocional con una serie de características que la diferencian frente a otras formas de comunicación.

2.4.8.3 Tipos de ventas

Según **KÜSTER Y ROMAN (2006, p.320)**, en su obra “Venta personal y dirección de ventas: La fidelización del Cliente”, numerosos son los tipos de venta existente:

En función del bien comercializado

- Venta de bienes de consumo
- Venta de servicios
- Venta de ideas
- Venta industrial

En función del trabajo del vendedor

- Tomadores de pedidos
- Repartidores
- Creadores de pedidos
- Con seguidores de pedidos

En función del trabajo del vendedor industrial

- Venta comercial
- Venta misionera
- Venta técnica
- Venta a nuevos clientes

En función de la naturaleza del cliente

- Venta institucional
- Venta inter-organizacional
- Venta al consumidor final

Una primera distinción hace referencia al tipo de producto que se comercializa. Se diferencia de esta manera la venta de un bien de consumo, la venta de un servicio, la venta de un producto industrial y la venta de una idea. Las características particulares de la venta de un tipo de producto u otro condicionarán las habilidades y actividades a desempeñar por el vendedor, así como la naturaleza de las decisiones a tomar para la eficacia de la gestión de la fuerza de ventas (CHURCHILL, 1994).

En la venta de bienes de consumo juega un papel muy importante la publicidad en los medios de comunicación masiva, mientras que en la venta industrial, es el trato personal entre el vendedor y cliente lo que va a condicionar el éxito de la venta.

La venta industrial tiene como clientes a otras empresas, no vende al consumidor final, lo que supone ciertas particularidades en el trabajo del vendedor. Sin embargo, adicionalmente, en el amplio campo de la venta industrial, existen numerosas clasificaciones de los trabajos a desempeñar por los vendedores industrial que dan lugar a otros tipos de ventas. Otra distinción hace referencia al tipo de trabajo que el vendedor realiza. Así se pueden distinguir entre tomadores de pedidos, creadores de pedidos y con seguidores de pedidos.

2.4.8.3.1 La venta personal.

Según **MARTÍN E. HELLER (2008,p.105)** en “Las causas que impiden alcanzar mejores ventas: las fuentes de la oportunidad”, manifiesta que la calidad y productividad de gestión son factores que inciden definitivamente en el nivel de las ventas, este criterio se aplica al vendedor que desee realizar exitosas operaciones. En el caso de no poseer dichos conocimientos y de carecer de las técnicas apropiadas en su campo, de estilo y especialidad sólo producirá lo que su capacidad le permita alcanzar.

Y en tal caso, resultará infructuosa toda presión que se llegue a ejercer para mejorar sus magros resultados.

El único camino racional y efectivamente comprobado es contar con el o los representantes que más se acerquen al perfil ideal para cada empresa y estrategia comercial, invirtiendo en su formación para que incorporen los conocimientos, método efectivo de gestión y aprenda a aplicar las habilidades y destrezas y técnicas que lo convertirán en un representante exitoso.

Tradicionalmente, manifiestan **KÜSTER Y ROMAN (2006)** en “Venta personal y dirección de ventas: La fidelización del cliente”, la dirección de ventas y la venta personal como disciplinas de estudio ha recibido una escasa atención por parte de los investigadores, en comparación con otros aspectos del marketing. A pesar de ello, dicha profesión ha estado presente y el vendedor ha desempeñado un importante papel tanto en su empresa como en la sociedad.

2.4.8.4 Las actividades del vendedor.

El papel del vendedor está cambiando como consecuencia de la aparición de nuevas ideas y prácticas de marketing como por ejemplo la orientación al mercado, el marketing de relaciones o la dirección de calidad total. De esta manera el vendedor se transforma en el director de la oferta de valor para el cliente, con la responsabilidad de determinar cuáles son los componentes de este valor total para el cliente.

El vendedor se convierte en un recurso importante de la empresa, en sus políticas y estrategias con respecto al desarrollo del producto y a la modificación de decisiones. Como se ha comentado anteriormente, el papel de la fuerza de ventas es determinante en el éxito de la estrategia de marketing.

Tabla 3: Actividades de ventas

Factores identificados	Ejemplos de actividades de venta
Función de ventas	Planificar actividades de venta. Buscar contactos y visitar clientes potenciales. Preparar y ejecutar presentaciones de ventas.
Trabajar con otros	Redactar y expedir pedidos. Resolver problemas con los pedidos.
Al servicio del producto	Aprender a manejar el producto y conocer cómo funciona. Informar a los clientes sobre el uso del producto.
Dirigir la información	Ofrecer información técnica. Recibir y ofrecer retroalimentación.
Al servicio de cliente	Hacer inventarios para el cliente. Ayudar al cliente con nuestro producto.
Asistencia a conferencias/reuniones	Asistir a conferencias de ventas. Asistir a reuniones de vendedores.
Formación/reclutamiento	Reclutar y formar a nuevos vendedores.
Diversiones	Invitar a los clientes a comidas y acontecimientos sociales.

Viajes	Viajes fuera de la ciudad. Desplazamiento en la ciudad.
Distribución	Establecer relaciones con los distribuidores. Vender a distribuidores.

Fuente: Adaptado de Moncrief (1986) y Marshall (1999).

2.4.8.5 Planificación de ventas.

Según, **MANERA, J. (2000, p.79)** Planificar las ventas es anticipar los recursos, procesos, acciones y decisiones necesarios para satisfacer los objetivos de ventas. Desde la perspectiva de ventas, su público objetivo queda definido por aquellos compradores que deben ser atendidos en forma directa y que, según los casos podrá estar constituido por:

- Usuarios finales
- Usuarios industriales
- Intermediarios comerciales

Consiste en proyectar los recursos, sus procesos y todas las acciones que sean necesarias para llegar al cumplimiento de objetivos y metas del departamento de ventas.

2.4.8.6 Fuerza de ventas.

Según, **DIEZ, E. (2003, p.8)**. La fuerza de ventas se enfoca a la satisfacción de necesidades de los clientes, en este sentido la orientación el mantenimiento conlleva a la realización de actividades que promuevan variables comerciales que dinamicen las ventas.

La fuerza de ventas se enfoca en la concentración del personal de ventas para poder tener una cobertura de mercado amplia.

Debe considerarse varios aspectos muy importantes al momento de elegir la gente correcta para que realice dicha función se necesita gente calificada que posea dinamismo, actitud de servicio y satisfacción del cliente, que se requieren para cumplir con las ventas.

2.4.9 Mercado

Según **Fernanda Zelada (1999, p.29)** “Mercado” en los mercados de población de mayores ingresos generalmente la compra y recompra de productos y sus innovaciones tienen un carácter acumulativo lineal, unos sobre otros sin mayor remordimiento.

Según **Naresh K (2007, p.7)** “Investigación de mercado” Es la identificación, recopilación, análisis, difusión y usos sistemático y objetivo de información con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de marketing.

2.4.10 Marketing

Según **William J. Staton(2004,p.12)** Concepto de marketing es una idea atractiva pero debe convertirse en actividades específicas de los gerentes. Al paso del tiempo esto ha sido interpretado y aplicado de diferentes formas. No hay duda que las políticas de devolución para satisfacer al cliente y los almacenes automatizados para mejorar la eficiencia y soportar precios de descuentos son ejemplos del pasado.

Según **William J. Staton(2004,p.14)** la tecnología a sido una fuente para mejorar el marketing en cuanto a eficiencia y efectividad desde chips de computadoras que

permite hablar a juguetes a códigos de barras que permite a las empresas rastrear la venta, precios, promoción, y distribución de productos .

Según **William J. Staton(2004,p.34)** “MACROAMBIENTE EXTERNO DEL PROGRAMA DE MARKETING DE UNA COMPAÑÍA” Seis fuerzas externas en su mayor medida incontrolables influyen en las actividades de marketing de una organización .

Gráfico 6: Programa de Marketing



Fuente: William J. Staton

Elaborado por: Myrian Sailema

Según **William J. Station (2004, p.35, 36,37)** “Demografía” se refiere a la características de la población, incluidos factores como el tamaño, la distribución y el crecimiento. Puesto que la gente es la que constituye los mercados, la demografía es de especial interés para los ejecutivos de marketing “Condiciones **económicas**” “la gente por si sola hace un mercado tiene que tener dinero y estar dispuesto a gastarlo. En consecuencia el ambiente económico es una fuerza significativa que repercute en las actividades de marketing d casi cualquier organización a un programa de marketing le afecta en especial factores económicos como las etapas actuales y anticipadas del ciclo de negocios, como las tasas de inflación y de interés. “**Competencia**” El ambiente competitivo de una empresa es de luego una de las principales influencias en sus programas de marketing. La compañía enfrenta por lo general tres tipos de competencia: la competencia de marca, los productos sustitutos, un rival. “**fuerzas sociales y culturales**” la tarea que enfrentan los ejecutivos de marketing se está volviendo más compleja debido a que nuestros patrones socioculturales (estilo de vida) valores y creencias están cambiando mucho más rápido de lo que solían hacerlo.

Según **Walker Boyd (2003, p.14)**”Estrategia de marketing” la función principal de la estrategia de marketing es asignar y coordinar en forma efectiva los recursos y actividades de marketing para alcanzar los objetivos de la empresa dentro de un producto específico. En consecuencia, la cuestión crítica concerniente al alcance de una estrategia de marketing es especificar los mercados objetivos para un producto o línea de producto en particular

Según **Walker Boyd (2003, p.30)** “plan de marketing” Es un documento escrito que detalla la situación actual respecto de los clientes, competidores y ambiente externo y que proporciona las pautas para las asignaciones de objetivos, acciones de marketing y recursos a lo largo del periodo de planeación, para un producto o servicio existente o propuesto.

2.5 HIPÓTESIS.

La implementación de un sistema de calidad total según las normas ISO 9001 2000 aumenta las ventas de la empresa PAULI & ESTEFI

2.6 VARIABLES.

X= Calidad total. → Cualitativa

Y= Ventas. → Cuantitativa Discreta

CAPITULO III

3. METODOLOGIA

3.1 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN.

Con el paradigma critico propositivo seleccionado en la fundamentación filosófica correspondió optar por enfoque cualitativo para poder ejecutar la investigación por la siguiente razón, ya que nos orientó hacia una mejor comprensión del problema objeto de estudio y al descubrimiento de la hipótesis y buscar una alternativa de solución ya que este enfoque asume una posición de cambio, debemos poner énfasis en determinar el tipo de sistema de calidad total es conveniente para mejorar la calidad total y por ende aumentar las ventas .

3.2 MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN.

Para la ejecución de la presente investigación se utilizó las siguientes modalidades de investigación:

Utilizamos la investigación bibliográfica documentada, ya que se requieren de autores que respalden las teorías que se encuentran relacionadas con el tema.

Se realizó la investigación de campo con el propósito de adquirir información primaria, se acudió a la empresa PAULI & ESTEFI para realizar entrevistas y encuestas al personal que labora en la empresa.

3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN.

Para la ejecución de la presente investigación nos basamos en los siguientes tipos de investigación que se describirán a continuación:

Nos enfocamos en la investigación descriptiva, ya que nos permite describir el problema objeto de estudio en un momento y tiempo determinado, es decir que permite detallar como es y cómo se manifiesta, para determinar las características más importantes del problema que se va a investigar.

En la investigación correlacional, ya que el propósito es medir la variable independiente Sistema de calidad total, la dependiente que es ventas, el nivel de investigación se desarrolló en base a la asociación de las variables dependiente e independiente, y la investigación explicativa permitió comprobar si la hipótesis es valedera o no.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

La empresa en donde se ha realizado la investigación es la empresa PAULI & ESTEFI, la población motivo de investigación, para el presente proyecto está constituida por:

UNIVERSO ESTUDIADO

Tabla 4: Universo estudiado

SUJETOS	N°
Propietarios	2
Trabajadores	27
TOTAL	29

Fuente: Pauli & Stefi.

Elaborado por: Myrian Sailema

Por tratarse de una población extremadamente reducida se la estudiará en su totalidad evitando de esta forma extraer una muestra.

3.5. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

3.5.1. Variable Independiente: Sistema de calidad

Tabla 5: Operacionalización de variable Independiente

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMES	TÉCNICA INSTRUMENTO
<p>Sistema de calidad</p> <p>Es el conjunto de actividades y documentos que se realiza durante el proceso de producción con la ayuda de la fuerza laboral para realizar un producto de calidad para satisfacción del cliente</p>	<p>Documentos</p> <p>Actividades</p> <p>Fuerza laboral</p> <p>Satisfacción</p>	<p>Manuales de calidad</p> <p>Manuales de procedimientos</p> <p>Planificar</p> <p>Organizar</p> <p>Controlar</p> <p>Trabajadores</p> <p>Clientes</p>	<p>¿En la empresa existen manuales de procedimientos y de calidad?</p> <p>¿Existe planificación adecuado en el proceso de producción?</p> <p>¿Hay organización dentro de la empresa?</p> <p>¿Cree usted que los controles de calidad de producción son buenos, malos, regulares?</p> <p>¿Existe interrupciones en el proceso de producción?</p> <p>¿Las tareas asignadas corresponden a su cargo?</p> <p>¿La empresa realiza capacitaciones para innovar y mejorar la calidad del producto?</p> <p>¿La empresa satisface las necesidades de los clientes?</p>	<p>Encuesta y cuestionario a los obreros.</p> <p>Encuesta y cuestionario a los clientes. (Véase anexo No1)</p> <p>Encuesta y cuestionario a los clientes</p> <p>Encuesta y cuestionario a los clientes</p>

3.5.2. Variable Dependiente: Ventas

Tabla 6: Operacionalización de variable dependiente

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMES	TÉCNICA E INSTRUMENTO
<p>VENTAS</p> <p>Es una mezcla de marketing donde el equipo de ventas estimula a los consumidores para que compren, es cuando las empresas utilizan todo arsenal de herramientas de ventas para satisfacer al cliente.</p>	<p>Marketing</p> <p>Equipo de ventas</p> <p>Consumidores</p> <p>Herramientas de Ventas</p>	<p>Publicidad</p> <p>Promoción</p> <p>Ofertas</p> <p>Vendedores</p> <p>Clientes Fijos</p> <p>Clientes Potenciales</p> <p>Teléfono</p> <p>Correo electrónico</p> <p>Páginas web</p>	<p>¿La empresa tiene publicidad?</p> <p>¿Los vendedores promueven las ventas?</p> <p>¿En qué nivel la empresa satisface las necesidades de los clientes?</p> <p>¿Los clientes por medio de que herramienta realizan los pedidos?</p>	<p>Encuesta y cuestionario a los obreros. (Véase anexo No 1)</p>

3.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Para la ejecución de la presente investigación se utilizó las siguientes técnicas de investigación y se la detallara de la siguiente manera:

Tabla 7: Técnicas e instrumentos de recolección de información

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	INSTRUMENTOS PARA RECOLECTAR INFORMACIÓN
1. INFORMACIÓN SECUNDARIA. 1.1. Lectura científica	1.1.1 Libros de Estrategias de Producción, Administración de operaciones y Calidad total. 1.2. Tesis de Grado sobre: Sistema de Mejoramiento Continuo de Calidad para el Área de Producción
2. INFORMACIÓN PRIMARIA 2.1. Encuesta	2.2 Encuesta a los colaboradores de la empresa.

3.7 PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE INFORMACIÓN

Para poder analizar la información recopilada durante toda la investigación, se siguió el siguiente procedimiento.

La información recopilada pasó por un proceso de revisión y codificación de información, ya que esto nos permitió detectar errores y organizar de forma clara para una mejor comprensión, asignar códigos a cada una de las alternativas de respuesta.

La tabulación que se realizó en forma computarizada con un programa de confianza SPSS para que los resultados sean más exactos y libres de errores.

Luego de la tabulación se procedió al análisis de los datos para obtener información concreta de cuáles son las causas que originan el problema. Para su posterior tabulación mediante cuadros y gráficos en barras utilizando medidas de tendencia central como es la media de dispersión que es la varianza. Para probar la hipótesis se utilizara la Chi-cuadrado.

Luego de haber analizado los datos se interpreto en una forma clara, concreta, precisa y que sea entendible para todas las personas que se interesen en los resultados obtenidos en la investigación.

CAPITULO IV

4 ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.1 ANALISIS DE RESULTADOS

4.2 INTERPRETACION DE DATOS

Finalmente se presenta a continuación, la interpretación de las preguntas de la encuesta realizada a la población objeto de estudio en concordancia con la encuesta.

Una vez tabulados los datos, se realizó la interpretación de cada una de las preguntas de la encuesta aplicada a los empleados.

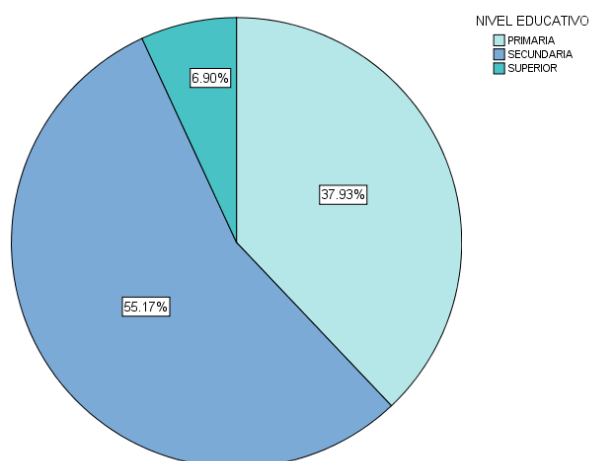
1.- Nivel Educativo

NIVEL EDUCATIVO

Tabla 8: Nivel Educativo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	PRIMARIA	11	37,9%	37,9%
	SECUNDARIA	16	55,2%	93,1%
	SUPERIOR	2	6,9%	100,0%
	Total	29	100,0%	

Gráfico 7: Nivel Educativo



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Myrian Sailema

ANALISIS

En esta pregunta los empleados encuestados de la empresa PAULI & STEFI mencionaron en un 37.9% solo tienen un nivel educativo que es primario, mientras que el 55.2 % tiene un nivel de estudios que es secundario y el 6.9% tiene un nivel de estudios superior.

INTERPRETACIÓN

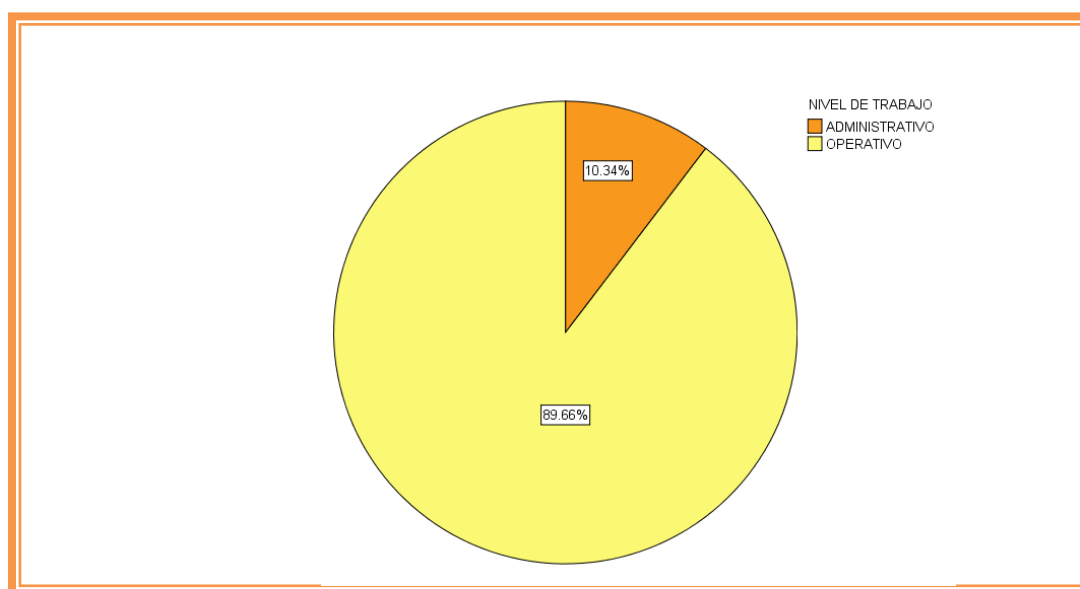
Con respecto a la información recabada en esta pregunta nos podemos dar cuenta que la mayoría del personal de la empresa tienen un nivel educativo medio.

2.- ¿Qué nivel de trabajo ocupa en la empresa?

Tabla 9: Nivel de trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	ADMINISTRATIVO	3	10,3%	10,3%
	OPERATIVO	26	89,7%	100,0%
	Total	29	100,0%	

Gráfico 8: Nivel de Trabajo



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Myrian Sailema

ANALISIS

El 89.7 %de los empleados contestaron que se encuentra en el nivel operativo y el 10.3% es administrativo.

INTERPRETACIÓN

La mayor parte de los empleados se encuentran en el área operativa en la empresa PAULI & ESTEFI.

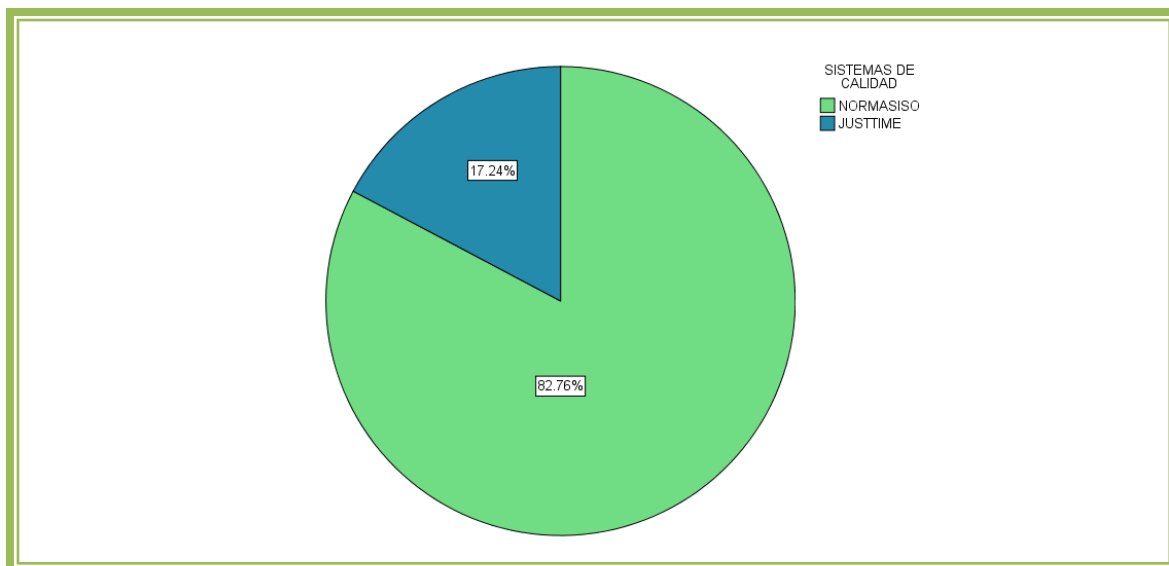
3. ¿Conoce usted los siguientes sistemas de calidad?

SISTEMAS DE CALIDAD

Tabla 9: Sistema de calidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	NORMAS ISO	24	82,8%	82,8%
	BECHMARKI	5	17,2%	100,0%
	NG			
	Total	29	100,0%	

Gráfico 9: Sistema de calidad



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Myrian Sailema

ANALISIS

En esta pregunta los obreros encuestados de la empresa PAULI & STEFFI mencionaron en un 82.8% que si conocen lo que es sistema de calidad Normas ISO mientras que el 17.2 conocen lo que es Benchmarking.

INTERPRETACIÓN

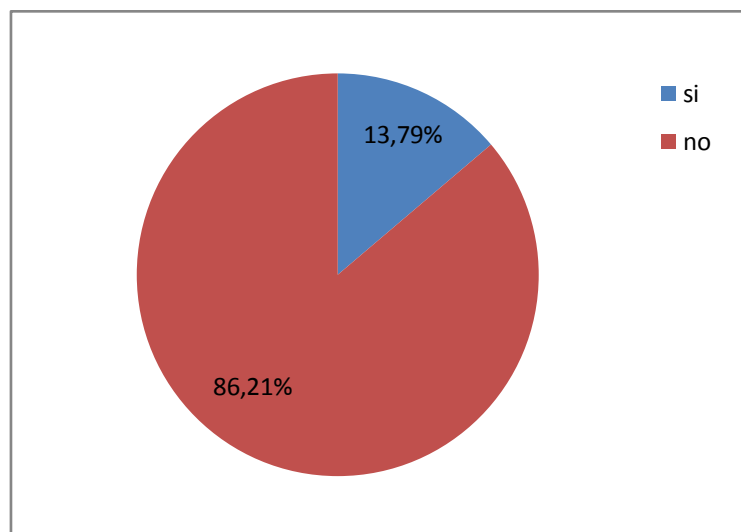
Con respecto a esta pregunta los obreros de la empresa contestaron que si conocen las normas ISO.

4.- ¿En la empresa existen manuales de procedimientos y de calidad?

Tabla 10: Manuales de calidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos SI	4	13,8%	13,8%
NO	25	86,2%	100,0%
Total	29	100,0%	

Gráfico 10: Manuales de calidad



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Myrian Sailema.

ANALISIS

De la encuesta realizada a los empleados de la entidad en estudio se concluye que el 13.79% si conocen los manuales de calidad y el 86.2% que es la mayoría del personal no conocen lo que son manuales de calidad.

INTERPRETACIÓN

Es perfectamente notorio que en la empresa la mayoría de personal no conoce los manuales de calidad.

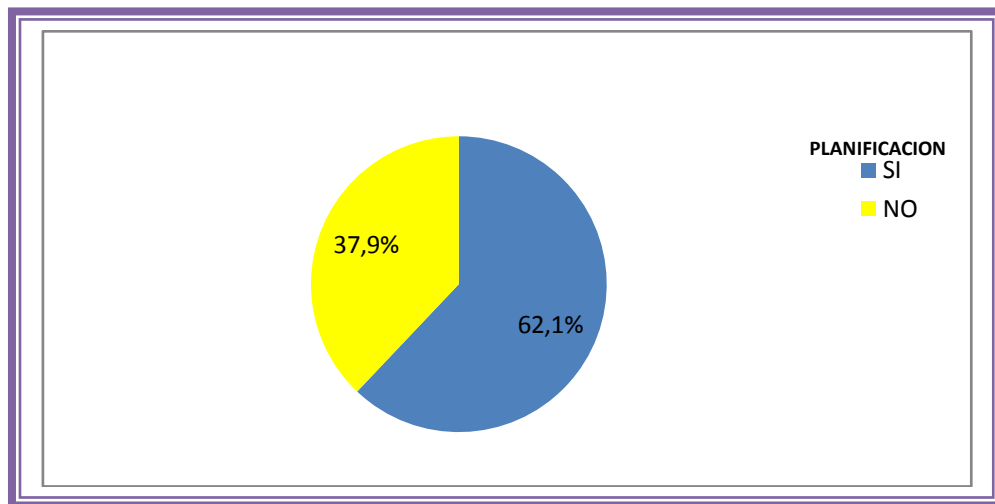
5.- ¿Existe planificación adecuado en el proceso de producción?

Planificación

Tabla 11: Planificación adecuado en el proceso de producción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	18	62,1%	62,1%
	NO	11	37,9%	100,0%
	Total	29	100,0%	

Gráfico 11: Planificación de proceso de producción



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Myrian Sailema

ANALISIS

El 62.1% de los empleados de la entidad en estudio responden que si se realiza una planificación al realizar el proceso de producción; el 37.9% que no se realiza una planificación en el proceso de producción.

INTERPRETACIÓN

En esta pregunta nos podemos dar cuenta que en la empresa PAULI & ESTEFI realizan planificaciones en el proceso de producción

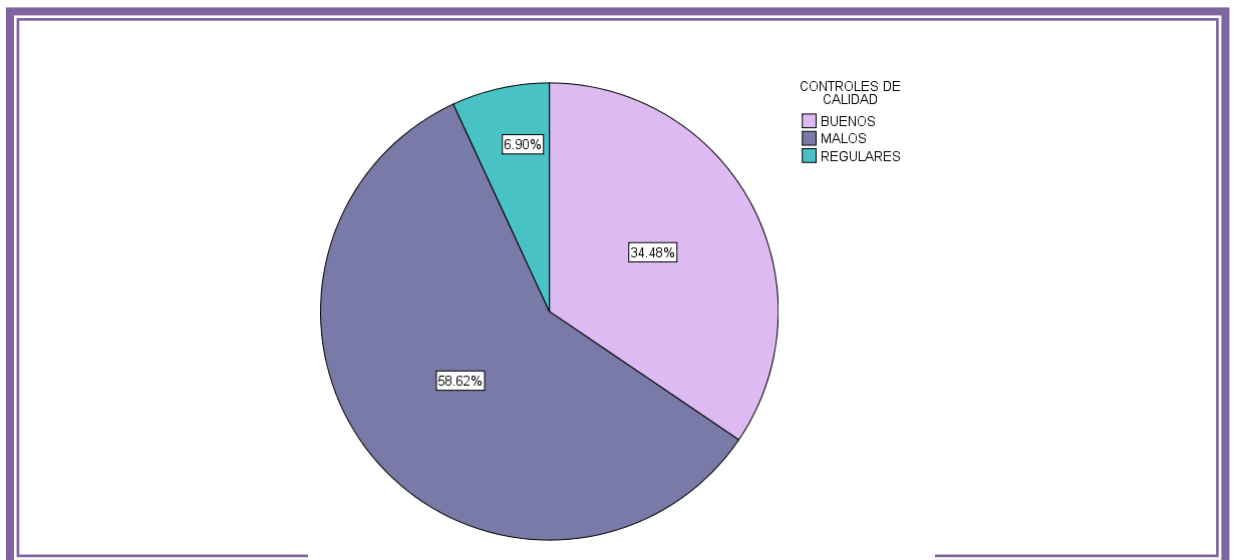
6.- ¿Cree usted que los controles de calidad de producción de la empresa son?

CONTROLES DE CALIDAD

TABLA 10: CONTROLES DE CALIDAD

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	BUENOS	10	34,5%	34,5%
	MALOS	17	58,6%	93,1%
	REGULARES	2	6,9%	100,0%
	Total	29	100,0%	

Gráfico 12: Controles de Calidad



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Myrian Sailema

ANALISIS

A esta pregunta respondieron que el control de calidad en la empresa es bueno afirmo el 34.5%, es malo respondió el 58.6% y el 6.9% contesto que es regular.

INTERPRETACION

Todas las instituciones productivas emplean ciertos controles de calidad con el objeto de satisfacer las necesidades del público cada vez más exigentes, en PAULY & STEFI, el nivel de aplicación de esta rutina, es malo según manifiestan los encuestados.

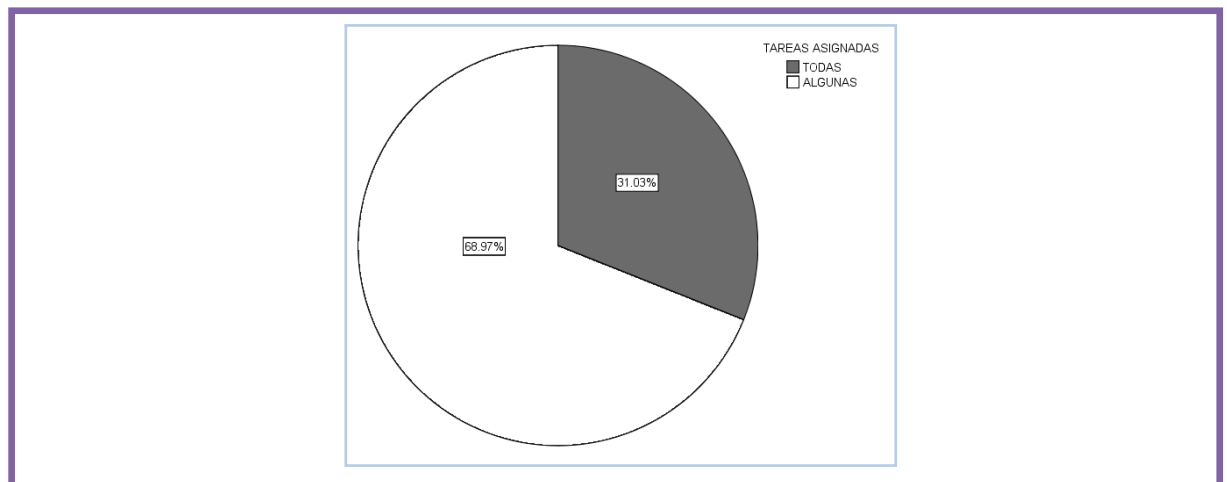
7.- ¿Las tareas que asignan las autoridades corresponden a su cargo?

TAREAS ASIGNADAS

Tabla 11 : Tareas Asignadas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	TODAS	9	31,0%	31,0%
	ALGUNAS	20	69,0%	100,0%
	Total	29	100,0%	

Gráfico 13: Tareas Asignadas



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Myrian Sailema

ANALISIS

En esta pregunta las tareas asignadas al personal en cada una de las áreas, los encuestados contestan todas el 31%; algunas 69%.

INTERPRETACIÓN

La departamentalización parece ser una debilidad digna de considerarse dentro de la gestión general de la empresa, ya que la mayoría del personal contestaros que las tareas que se asignan no están relacionadas con el trabajo que desempeñan.

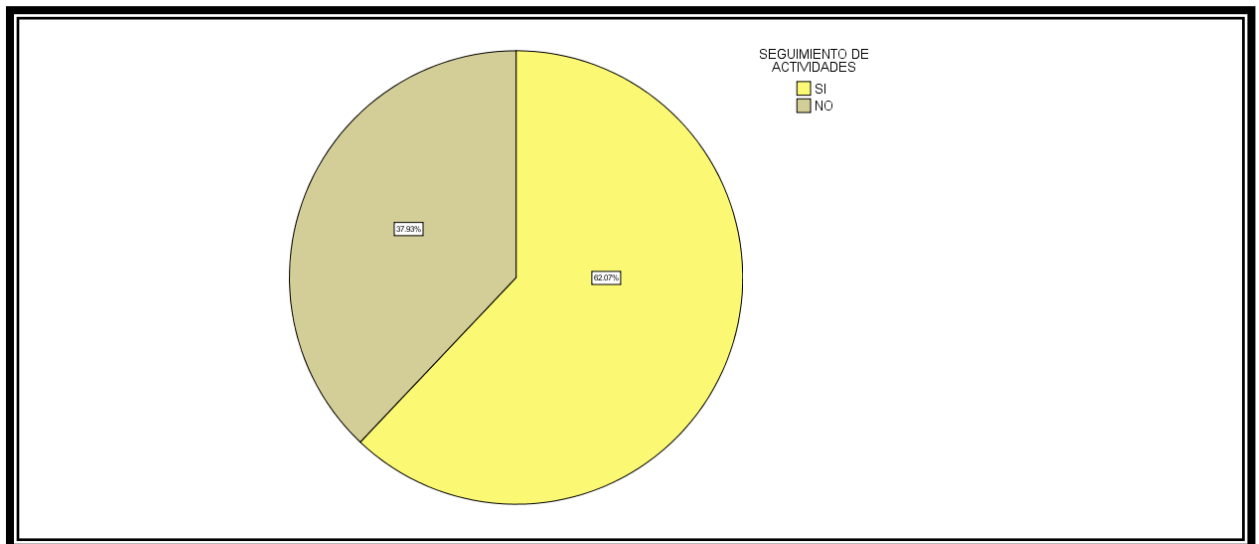
8.- ¿Se realiza un control y seguimiento de las actividades inherentes a su cargo?

SEGUIMIENTO DE ACTIVIDADES

Tabla 12: Seguimiento de actividades

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	18	62,1%	62,1%
	NO	11	37,9%	100,0%
	Total	29	100,0%	

Gráfico 14: Seguimiento de Actividades



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Myrian Sailema

ANALISIS

Los encuestados en esta pregunta responden que el control y seguimiento de las actividades el 62.1% si existe control y el 37.9% no existe control.

INTERPRETACION

En esta interrogante se denota que la empresa si realiza un control y seguimiento a las tareas asignadas a cada uno de los trabajadores.

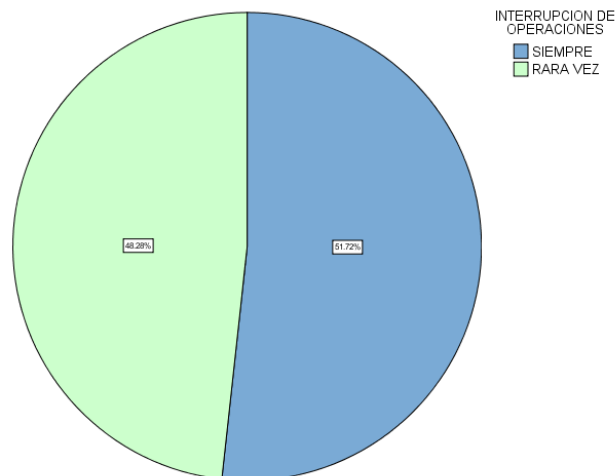
9.- ¿En la producción existe interrupciones de operaciones?

INTERRUPCION DE OPERACIONES

Tabla 13: Interrupción de operaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	15	51,7%	51,7%
	RARA VEZ	14	48,3%	100,0%
	Total	29	100,0%	

Gráfico 15: Interrupción de Operaciones



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Myrian Sailema

ANÁLISIS

En esta pregunta responden los obreros que el 51,7% hay interrupciones, y el 48,3% responden que rara vez existe interrupciones.

INTERPRETACION

Las interrupciones de operaciones que existen en la empresa puede afectar el nivel de producción de la empresa, en respuesta a esta cuestión las interrupciones en el área productiva es alta.

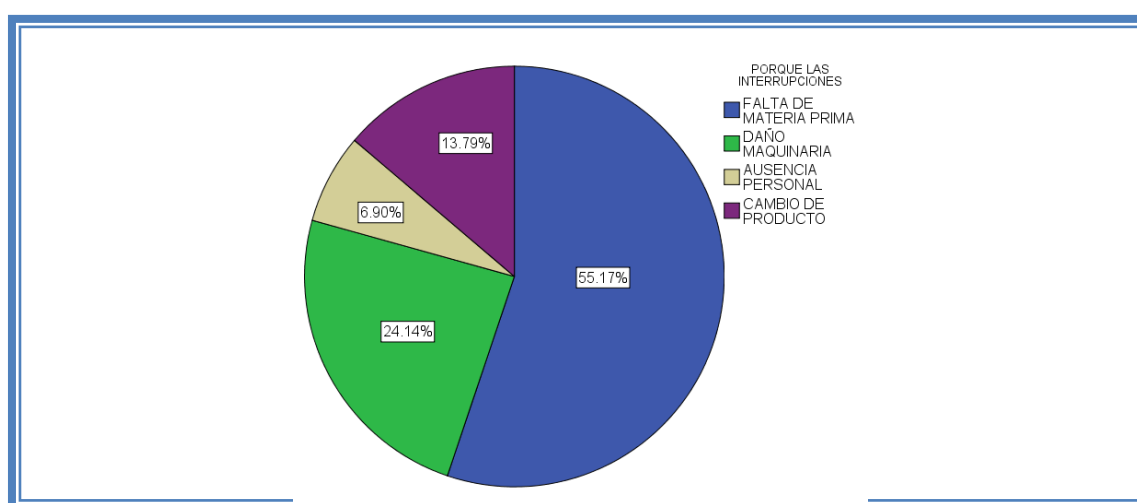
10.- ¿Por qué se dan estas interrupciones?

PORQUE LAS INTERRUPCIONES

Tabla 14: Porque las interrupciones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos			
FALTA DE MATERIA PRIMA	16	55,2%	55,2%
DAÑO MAQUINARIA	7	24,1%	79,3%
AUSENCIA PERSONAL	2	6,9%	86,2%
CAMBIO DE PRODUCTO	4	13,8%	100,0%
Total	29	100,0%	

Gráfico 16: Porque las interrupciones



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Myrian Sailema

ANALISIS

Los encuestados responden que la interrupción de operaciones se da por falta de materia prima el 55.2%, por daño de maquinaria el 24.1%, ausencia de personal, el 6,9%, cambio de producto 13, 8%.

INTERPRETACION

Como nos podemos dar cuenta en esta pregunta las interrupciones se dan por falta de materia prima.

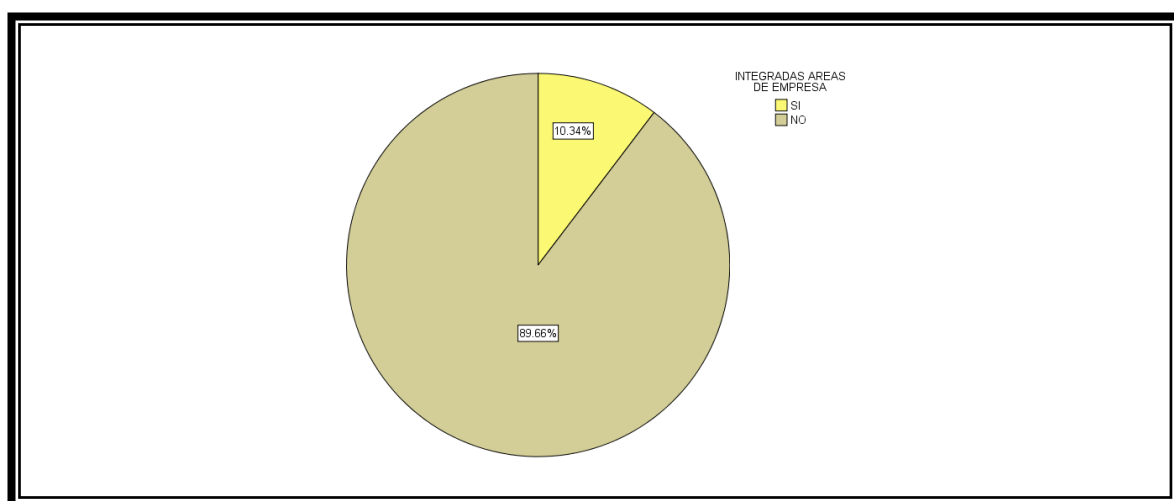
11.- ¿Se encuentran eficientemente integradas las áreas de trabajo de la empresa?

INTEGRADAS AREAS DE EMPRESA

Tabla 15: Integradas Áreas de trabajo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	3	10,3%	10,3%
	NO	26	89,7%	100,0%
	Total	29	100,0%	

Gráfico 17: Integradas las áreas de trabajo



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Myrian Sailema

ANALISIS

Realizando el respectivo análisis de esta pregunta se encuentra eficientemente integradas todas las áreas de la empresa en estudio, los obreros encuestados respondieron que si en un porcentaje del 10,3%, no el 89,7.

INTERPRETACIÓN

La mayoría de los obreros contestaron que las áreas de trabajo no se encuentran integradas por tal razón existen problemas dentro de la empresa.

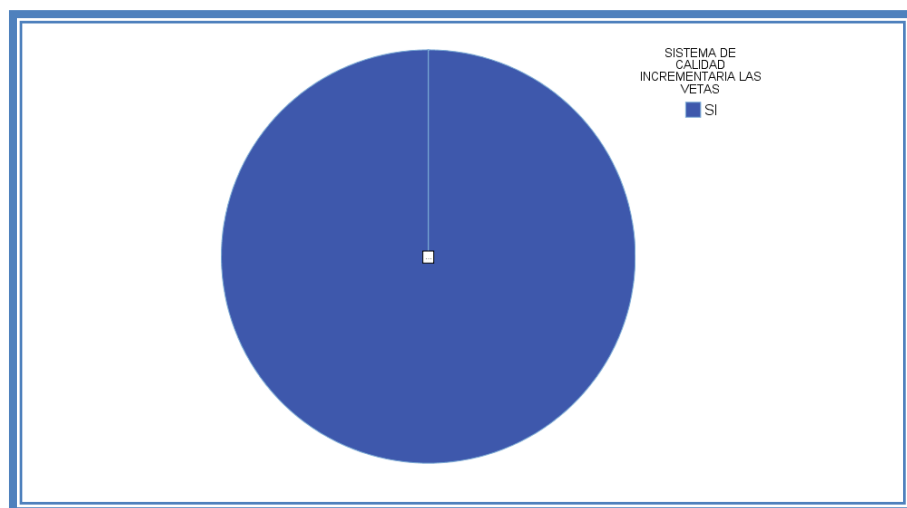
12.- ¿Cree usted que un adecuado sistema de calidad de la empresa aumentaría el volumen de ventas?

SISTEMA DE CALIDAD INCREMENTARIA LAS VETAS

Tabla 16: Sistema de calidad para incrementar ventas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	29	100,0%	100,0%
	NO	0	0	

Gráfico 18: Sistema de calidad para incrementar las ventas



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Myrian Sailema

ANALISIS

En cuanto a esta pregunta de si se mejorarían las ventas con un adecuado sistema de calidad, los obreros encuestados contestaron que sí 100%.

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a las respuestas, puede notarse que la totalidad de obreros y directivos de la empresa están seguros de que una adecuada planificación de la calidad, beneficiará el volumen de ventas.

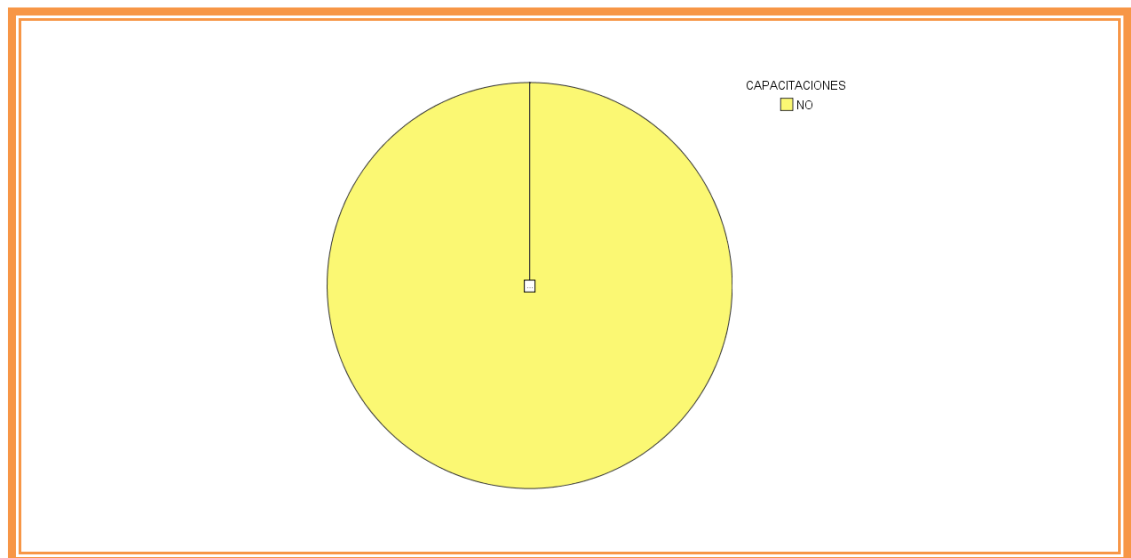
13.- ¿La empresa realiza capacitaciones?

CAPACITACIONES

Tabla 17: Capacitaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	29	100,0%	100,0%
	SI	0	0%	

Gráfico 19: Capacitaciones



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Myrian Sailema

ANALISIS

Los obreros encuestados responden el 100% la empresa no realiza capacitaciones.

INTERPRETACION

Es perfectamente notorio que la empresa no realiza capacitaciones a sus obreros.

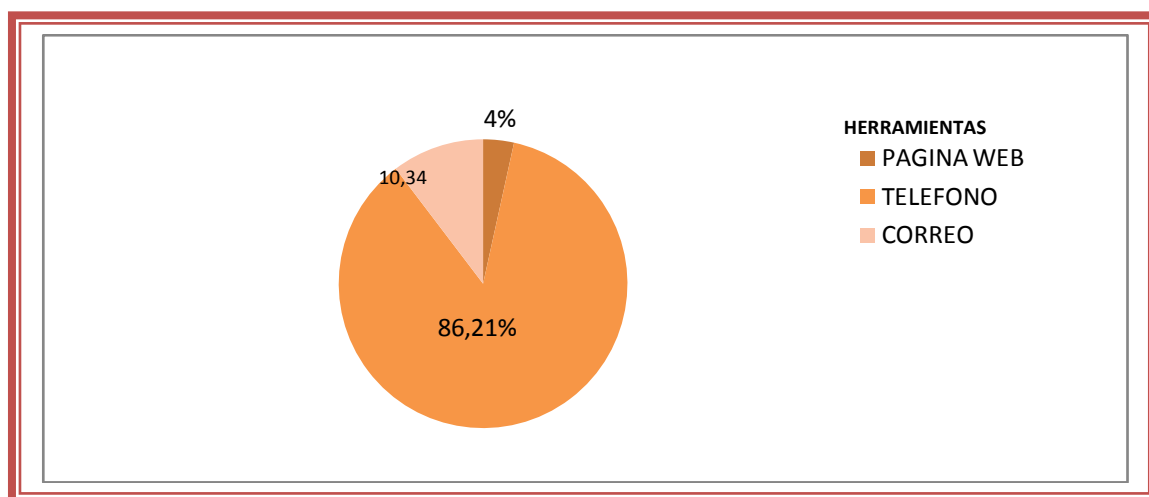
14.- ¿Los clientes por medio de que herramienta de comunicación le gustaría que realicen sus pedidos?

HERRAMIENTA DE PEDIDOS

Tabla 18 : Herramienta de pedidos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	PAGINA WEB	1	3,4%	3,4%
	TELEFONO	25	86,2%	89,7%
	CORREO	3	10,3%	100,0%
	ELECTRONICO			
	Total	29	100,0%	

Gráfico 20: Herramientas de comunicación



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Myrian Sailema

ANALISIS

Los obreros de la empresa en estudio responden que le gustaría que los clientes realicen sus pedidos por medio de páginas web 3,4%, teléfono 86,2 %, correo electrónico 10,3%.

INTERPRETACIÓN

A uno de cada diez encuestados le gustaría que realicen sus pedidos por medio de teléfono, ya que los demás encuestados no conocen lo que es una página web y correos electrónicos.

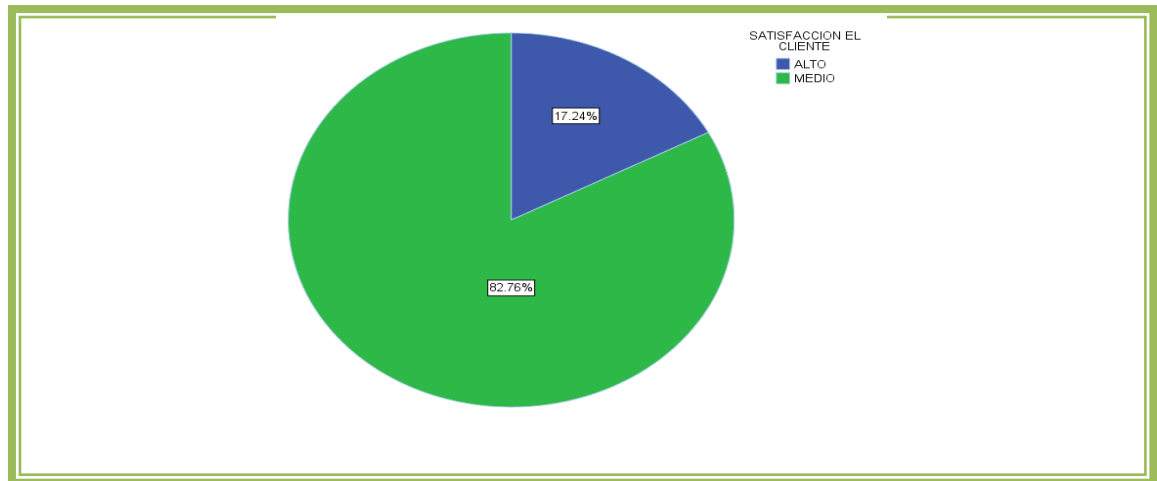
15.- ¿En qué nivel satisface la empresa las necesidades del cliente?

SATISFACCION AL CLIENTE

Tabla 19 : Satisfaccion del cliente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	ALTO	5	17,2%	17,2%
	MEDIO	24	82,8%	100,0%
	Total	29	100,0%	

Gráfico 21: Satisfacción del cliente



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Myrian Sailema

ANALISIS

Con respecto a esta pregunta la empresa satisface las necesidades a los clientes en un nivel alto el 17.2% y al nivel medio el 82,8%.

INTERPRETACIÓN

La mayor parte de los obreros manifiestan que la empresa no satisface las necesidades de los clientes en su totalidad.

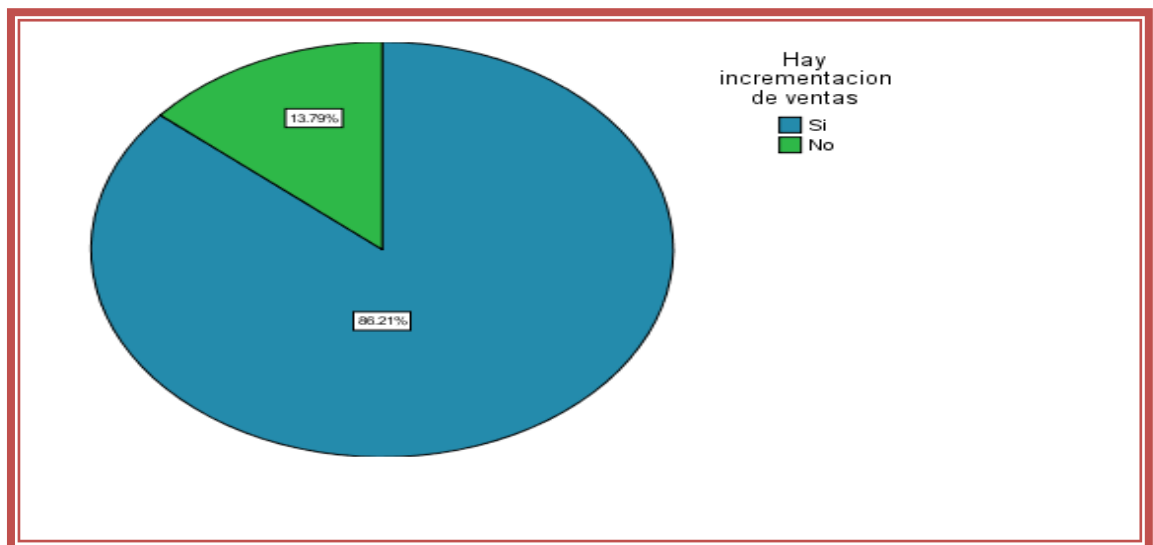
16.- ¿El equipo de ventas promueve el incremento en la demanda en los productos?

EQUIPO PROMUEVE VENTAS

Tabla 20: Equipo promueve ventas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	25	86,2%	86,2%
	No	4	13,8%	100,0%
	Total	29	100,0%	

Gráfico 22: Equipo promueve las ventas



Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Myrian Sailema

ANALISIS

En el análisis respectivo de esta pregunta, el actual equipo de ventas promueve una mejor demanda de los productos, contestaron que si el 86,2%, que no el 13,2 %.

INTERPRETACIÓN

La mayoría de los obreros responde que si hay fuerza de ventas para que haya una mayor de manda de productos de la empresa PAULI & ESTFI.

4.3 VERIFICACION DE HIPOTESIS

Se validó la hipótesis por medio de la fórmula Ji cuadrado

Resultado de la prueba aplicada a los empleados de PAULI&ESTEFI.

PREGUNTAS

¿Se encuentra eficientemente integradas todas las áreas de la empresa?

SI= 3

NO= 26

¿El equipo de ventas promueve incremento en la demanda de productos?

SI= 25

NO= 4

Tabla 21: Verificación de Hipótesis

VALORES REALES			
PREGUNTAS	ALTERNATIVAS		TOTAL
	SI	NO	
INTEGRACION DE AREAS	3	26	29
FUERZA DE VENTAS	25	4	29
TOTAL	28	30	58

Grado de libertad = (Renglones - 1)(columna - 1)

$$Gl = (r-1)(c-1)$$

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

$$Gl = 1$$

$$X = 3.841$$

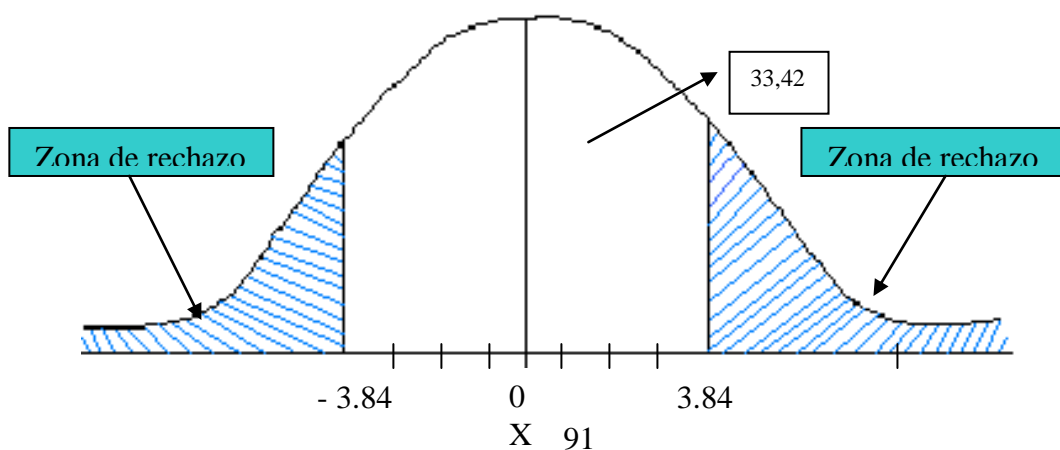


Tabla 22: Verificación de hipótesis

$X^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$	O	E	O - E	(O - E)²	(O - E)²
					E
INTEGRACION DE AREAS / SI	3	14,0	-11,0	121,00	8,64
INTEGRACION DE AREAS / NO	26	15,0	11,0	121,00	8,07
FUERZA DE VENTAS / SI	25	14,0	11,0	121,00	8,64
FUERZA DE VENTAS / NO	4	15,0	-11,0	121,00	8,07
				x² =	33,42

El valor $X^2=3,84 < X^2=33,42$.

Por consiguiente se acepta la hipótesis alterna, es decir que la aplicación de un sistema de calidad permitirá incrementar las ventas en la empresa PAULI&ESTEFL.

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

La relación que existe entre el sistema de calidad y el nivel de ventas de la empresa PAULI & STEFI de la ciudad de Ambato está muy estrechamente vinculada, para ello es necesario verificar los indicadores obtenidos en el trabajo de campo.

- Los obreros y directivos no conocen lo que es un sistema de calidad, siendo ese el motivo por el que se manifiestan tantos inconvenientes, por ende no se puede mejorar la calidad del producto, lo que se manifiesta en un mediano posicionamiento en el mercado.
- Los directivos de la empresa no realizan un control y seguimiento de actividades a los empleados por tal razón no se puede garantizar la calidad del producto a sus clientes

- Las tareas que asignan los directivos, a los obreros no son inherentes a las de su cargo por tal motivo los empleados no se sienten a gusto en su puesto que ocupa y puede ocasionar conflictos entre obreros.
- La integración de las áreas es ineficiente por lo que surge la necesidad imperiosa de fomentar un cambio direccional.

5.2. RECOMENDACIONES

- Aplicar un sistema de la calidad de manera permanente en la empresa PAULI & STEFI, el seguimiento y monitoreo tienen que aplicarse para medir la eficiencia de los programas y proyectos implementados, y dependiendo del período de duración del plan de calidad, se deberá también realizar una evaluación al finalizar para reformular y actualizar las estrategias de crecimiento y desarrollo.
- Controlar las actividades en el área de producción para mejorar la calidad de producto.
- Asignar a los obreros tareas de acuerdo al nivel de trabajo que desempeñan.
- Fomentar un cambio direccional para que exista una integración de las tareas productivas como administrativas.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA.

6.1. DATOS INFORMATIVOS.

Título:

Proponer un sistema de calidad total, utilizando normas ISO 9001-2000 para incrementar las ventas de la empresa PAULI & ESTEFI.

Ejecutores:

- Gerente general de la empresa PAULI & STEFI
- Departamento administrativo
- Departamento de producción
- Departamento de comercialización

Investigador: Myrian Sailema.

Director de tesis: Victor Córdova.

Beneficiarios: Departamento Administrativo de PAULI & STEFI.

Ubicación: Empresa PAULI & STEFI.

Tiempo de ejecución: 1 AÑO.

Costo: \$ 6.270,00

6.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.

Realizado el estudio sobre “Un sistema de calidad total y su incidencia en las ventas de la empresa PAULI & STEFI de la ciudad de Ambato”, se pudo recoger importante información acerca del sistema de calidad total que no existe dentro de la empresa.

La relación que existe entre la gestión de calidad y el nivel de ventas de la empresa PAULI & STEFI de la ciudad de Ambato está muy estrechamente vinculada, no se realiza controles de la calidad, siendo esos los motivos por el que se manifiestan inconvenientes como un mediano posicionamiento en el mercado, baja calidad del producto e insatisfacción de las necesidades de los clientes.

La integración de las áreas es ineficiente por lo que surge la necesidad imperiosa de fomentar un cambio direccional.

El volumen de ventas de PAULI & STEFI es mediano, y parece ser que este indicador se produce por la mala gestión particular, no existe una planificación adecuada y un sistema de calidad.

El nivel de calidad de productos, y procesos que se manejan en la empresa PAULI & STEFI, según la perspectiva de los empleados es muy bajo.

Se prevé implementar sistemas de calidad para poder mejorar todos los inconvenientes que está atravesando la empresa.

6.3 JUSTIFICACIÓN.

El propósito central de este trabajo de investigación es realizar una propuesta para implementar en un futuro un sistema de gestión de calidad total que permita a los propietarios de la empresa definir requisitos generales, requisitos de documentación, establecer responsabilidades a la dirección, gestionar los recursos necesarios, realizar los productos de calidad para así satisfacer las necesidades de los clientes.

Es muy conveniente llevar a cabo esta propuesta ya que servirá para cumplir con las metas de crecimiento y desarrollo empresarial de PAULI & ESTEFI considerando que según el estudio realizado, las metas se encuentran bloqueadas debido a un estancamiento de las ventas.

Se trata de un aporte novedoso al sistema administrativo de la empresa, ya que el área de gestión de la calidad no ha sido priorizada y el descuido de la misma ha tenido repercusiones desagradables.

Los beneficiarios de esta idea serán en primer lugar los directivos de PAULI & STEFI, y de manera indirecta, los clientes de la misma quienes podrán ver en ésta empresa, a un ente administrativo-productivo con una gran imagen y liderazgo a nivel regional.

Son también beneficiarios los empleados en sus diferentes áreas, ellos podrán estar mejor ubicados, conocerán sus roles y funciones definitivas sin dar lugar a la

improvisación y a la vez formando especialistas, así como también los equipos de trabajo mediante una reingeniería de procesos.

6.4. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

6.4.1. General.

- Incrementar las ventas utilizando las normas ISO 9001 2000 para mejorar la rentabilidad de la empresa.

6.4.2 Específicos.

- Implementar las normas ISO 9001 2000 utilizando los procesos de producción para mejorar la calidad de producto.
- Monitorear la aplicación de las Normas ISO 9001 2000 a través de los requisitos de la norma para realizar un producto de calidad.

6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD.

6.5.1 Factibilidad política.

El establecimiento de nuevos planes de desarrollo con sus respectivas actividades, son estrategias que favorecen a los departamentos afectados, pero principalmente a la organización en conjunto.

La generación de normatividad y políticas de la organización, tendrá un impacto directo en su gestión, ya que una reorganización y funcionamiento requieren nuevas políticas y compromisos para que se regule la actividad productiva y arroje los resultados esperados.

6.5.2 Factibilidad socio-cultural.

Desde el punto de vista social a partir de los resultados del diagnóstico se evidencia la factibilidad social pues en la medida en que se realice la aplicación de la propuesta realizada, la misma tendrá un impacto en la rentabilidad de la empresa, por ende en su Imagen y en la participación social de los miembros que la integran.

Desde el punto de vista cultural contempla una buena cantidad de estrategias enfocadas en elevar la cultura empresarial y sin duda que el conocimiento de la metodología sistema de calidad, normativas de comportamiento, señal ética de seguridad industrial y programas de capacitación estimularán el desarrollo social e individual de cada uno de los involucrados.

6.5.3 Factibilidad Tecnológica.

Por lo general el equipamiento que se requiere para ejecutar el sistema de calidad, con seguridad que tendrá un impacto económico en la empresa ya que se deberá invertir una suma considerable para el cambio y así poder exportar los productos de la empresa mantenimiento y estableciendo de programas de mejora, pero cabe destacar, la inversión realizada irá en pos de un importante crecimiento y desarrollo institucional.

Una mejora en la distribución de maquinaria y equipos también se hace necesaria con el objeto de reducir los tiempos muertos y mejorar la eficiencia productiva.

6.5.4 Factibilidad organizacional.

La propuesta necesariamente tendrá una interferencia en las actividades regulares de la empresa estudiada, pero, ya es el momento de comenzar con el cambio, puede manifestarse al respecto, que ya es hora de establecer un organigrama funcional, estructural y presupuestario con el objeto de descargar de responsabilidades.

Los obreros deberán ocupar los puestos de acuerdo con sus conocimientos y habilidades, ya que de esta forma facilitará evaluar el desempeño personal de cada uno.

6.5.5 Equidad de género.

Se mantendrá el equilibrio de respeto y consideración de los dos sexos con igualdad de deberes y derechos, la propuesta impulsa un cambio organizacional y no se sesga a ninguno de los géneros en particular.

6.5.6 Factibilidad ambiental.

No existe un impacto directo de la propuesta al bienestar ambiental o a los Recursos Naturales que no sea el uso de energía eléctrica, y el manejo de desechos que hasta la fecha se ha venido manejando con mucho éxito.

6.5.7 Factibilidad económico-financiera.

Se trata de una propuesta costosa en las inversiones que se realizarán, pero se hacen absolutamente necesarias en función de cumplir con los planes de crecimiento de PAULI & STEFI nacional e internacional.

6.5.8 Factibilidad legal.

Dentro de la ley de compañías, cualquier estrategia que encuadre en el respeto al derecho y no afecte a las obligaciones contraídas entre el empleador y el contratista son constitucionalmente aceptables, por ello, la propuesta realizada que se enfoca en dotar de productos y servicios de mejor calidad a los clientes e impulsar al desarrollo de la empresa como un ente socio-económico, no interfieren ni ignoran las leyes establecidas para la instituciones productivas.

6.6 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA.

Conceptos de calidad

La calidad no posee una definición exacta ni puede medirse directamente, es decir, es un concepto muy subjetivo, el cual ha sido analizado desde diferentes enfoques. Es por esta razón, que la definición de la calidad es un tema polémico que ha generado mucha controversia. En general, la calidad se basa en la satisfacción del cliente y se puede analizar desde dos puntos de vista fundamentales: El del cliente y el del fabricante. El cliente percibe la calidad de un producto o servicio, según como este satisfaga sus necesidades. El fabricante percibe la calidad desde el otro lado, es decir, lo que se debe hacer para satisfacer las necesidades de sus clientes.

En resumen, la calidad es lo que el cliente dice que es y su control es una manera de gestionar una organización para servir al cliente. Es por esta razón, que la calidad es un proceso que abarca desde encontrar los requerimientos de los clientes hasta satisfacer

sus necesidades e involucra a toda la organización. Para efectos de este estudio, la calidad se considera como un proceso estratégico que incluye todas las definiciones mencionadas, ya que para analizar la calidad es necesario considerar todos los puntos de vista.

Mejora Continua

La mejora continua es una estrategia que se debe adoptar por las organizaciones actualmente porque las va a llevar a tener un incremento en la productividad, que es evidentemente uno de los objetivos importantes de cualquier organización; es en sí una necesidad de los nuevos tiempos y del nuevo mundo al que estamos enfrentando y sin duda el nuevo mundo que está por venir. Hablar de mejora continua es hablar de calidad; no podemos separar estos dos términos porque se encuentran ampliamente ligados. Me parece que una de las situaciones más interesantes de este proceso de mejora continua es que es aplicable igualmente tanto a las personas como a las organizaciones por igual, porque las actividades y tareas que realizamos diariamente se van a reflejar directamente en la entidad en todos los campos.

Básicamente, la mejora continua consiste en mejorar la eficiencia de la organización en forma continua, mediante la identificación de los problemas, análisis de sus causas y eliminación de las mismas, con el objetivo de evitar la repetición del problema.

Sistemas de gestión de calidad

Un sistema de gestión es un conjunto de elementos interrelacionados de una organización, con la finalidad de planificar, organizar, dirigir y controlar los procesos de la misma. Hasta el momento, los conceptos definidos no tienen una plataforma adecuada para su gestión. Los sistemas de gestión de calidad integran estos conceptos y proporcionan a la Dirección una poderosa herramienta de gestión. A continuación se

presenta su definición, características y sus componentes según la norma ISO 9001:2000.

Definición

Un sistema de gestión de calidad es un conjunto de elementos interrelacionados de una organización, con la finalidad de planificar, organizar, dirigir y controlar la calidad para satisfacer las necesidades de los clientes en una organización.

Los sistemas de gestión de calidad se enfocan en el cliente y su objetivo primordial es la satisfacción de sus necesidades, lo importante es hacer el trabajo bien la primera vez y siempre, desde la perspectiva de cliente, ya que este espera encontrar la misma calidad la primera vez y siempre que adquiera el producto o servicio. Es por esta razón, que los clientes son tan importantes para las organizaciones que poseen sistemas de gestión de calidad. Las organizaciones deben de identificar las necesidades de sus clientes para poder satisfacerlas. Además, deben de establecer sistemas de medición y monitoreo de la misma, con la finalidad de gestionar la calidad adecuadamente, por lo cual la comunicación con el cliente es importante.

Un sistema de gestión de calidad implementado eficazmente permite realizar un producto o servicio de acuerdo a las expectativas de sus clientes.

Componentes de un sistema de gestión de calidad según ISO 9001:2000

La norma ISO 9001: 2000 exige el desarrollo e implementación de un sistema de gestión de calidad para poder obtener la certificación. El documento explica los componentes del sistema de gestión de calidad a través de sus cláusulas. Este es un nuevo requisito, incorporado a partir de la última revisión, ya que las versiones

anteriores no lo consideraban. ISO 9001:2000 se refiere a un sistema de gestión de calidad, además del aseguramiento de la misma, con la finalidad de demostrar la capacidad de la organización para satisfacer las necesidades de sus clientes.

Para ello se han los requisitos que debe cumplir una empresa para garantizar dicha forma de trabajar y poder certificar su sistema de gestión de calidad:

- Responsabilidad de la Dirección. La dirección es el órgano promotor de un sistema de gestión de calidad. Debe ser el impulsor de las ideas de la calidad y, debe transmitirlo a todos los elementos intervinientes en los procesos de la empresa: empleados, clientes, proveedores, colaboradores.
- Gestión de los Recursos. Para llevar a cabo un sistema de gestión de calidad, será necesario contar con recursos humanos, técnicos y materiales para garantizar que los procesos y el producto/servicio obtenido son adecuados.
- Gestión de los Procesos. Se deben identificar y definir los procesos que conforman la actividad global de la empresa. Una vez definidos, será conveniente establecer un procedimiento de trabajo para garantizar que el resultado final de cada proceso va a cumplir con los requisitos marcados inicialmente. De este modo se sistematiza el modo de actuar y se garantiza que las tareas se hacen siempre del mismo modo, independientemente de quien las realice.
- Medida, Análisis y Mejora. Por último se trata de medir los datos y resultados derivados de los procesos realizados o productos obtenidos. Analizar el porqué de esos resultados, observar su tendencia, y establecer nuevas metas y objetivos para el siguiente periodo, basados en los datos y condiciones de la empresa.

6.7 METODOLOGÍA. MODELO OPERATIVO.

6.7.1 ACTIVIDADES

ACTIVIDAD No 1: REUNIÓN

Se deberá reunir a todos los obreros de la empresa para poder exponer la importancia de implementar un sistema de Calidad basado en las normas ISO 9001 2000.

ACTIVIDAD No 2: CAPACITACION

Los directivos de la empresa PAULI & ESTEFI tendrá que contar con el personal competente para que proporcionen los conocimientos básicos de los temas relativos a Sistema de Gestión de calidad, formar a todo el personal de la organización acerca de la estructura de las Norma ISO 9001 2000 para así buscar la optimización de los principales procesos y consecuente encaminar a la microempresa hacia una mejora continua y desarrollo de una cultura de calidad.

ACTIVIDAD No 3: INICIAR LA APLICACIÓN DE LAS NORMAS

1 Sistema de gestión de calidad

1. Requisitos generales

La empresa PAULI & ESTEFI debe establecer, documentar, implementar, y efectuar el mejoramiento continuo de su sistema de gestión de calidad enfocándose en los procesos de producción de acuerdo con los requisitos de la norma ISO 9001:2000. Para la implementación del sistema de calidad, PAULI & ESTEFI se deberá:

- a) Identificar y definir los procesos para el sistema de gestión de calidad y su aplicación a través de la organización.
- b) Determinar la secuencia, interacción, criterios y métodos necesarios para asegurar la operación y control efectivo de estos procesos.
- c) Asegurar la disponibilidad de los recursos e información necesaria para apoyar la operación, monitoreo, medición, análisis e implementación de las acciones necesarias para alcanzar los resultados planificados y el mejoramiento continuo de los procesos.
- d) Asegura el control de los procesos. Véase anexo (3)

La empresa PAULI & ESTEFI con la implementación de un sistema de gestión de calidad, se obtendrá una organización orientada a la satisfacción del cliente, promoverá la mejora continua y la capacitación constante del personal.

2. Requisitos de la documentación

2.1. Manual de calidad

Es el documento fundamental del Sistema de Calidad, en el que se debe incluir:

- El alcance del sistema de Gestión de la Calidad.
- El detalle y justificación de cualquier exclusión.
- Los procedimientos documentados establecidos para el sistema de gestión de la
- Calidad, o referencia a los mismos.
- Una descripción de la interacción entre los procesos del Sistema de Gestión de la
- Calidad.

2.2. Control de documentos

Controla todos los documentos requeridos por el sistema, en el que se definen las pautas necesarias para:

- Aprobar los documentos en cuanto a su adecuación antes de su emisión.
- Revisar y actualizar los documentos cuando sea necesario aprobarlos nuevamente.
- Asegurarse que se identifican los cambios y el estado de revisión actual de los documentos
- Asegurarse de que las versiones pertinentes de los documentos aplicables se encuentran disponibles en los puntos de uso. (Véase anexo No 11, 12, 13,14, 15).
- Controlar las prendas defectuosas (Véase anexo No 9)

2.3. Control de registros

Es un formato de registro es cumplimentado, y por tanto es todo aquello que proporciona una evidencia objetiva de actividades realizadas o de resultados obtenidos.

El jefe de producción debe controlar los registros ya que suministran evidencia objetiva de las actividades efectuadas, o de los resultados alcanzados, para verificar la conformidad, no conformidad de los procesos que se realizan. (Véase en anexo 2)

3. Responsabilidad de la dirección

3.1 Compromiso de la dirección

La alta dirección de PAULI & ESTEFI está comprometida con el desarrollo e implementación del sistema de gestión de calidad, así como también con la mejora

continúa de su efectividad comunicando a la organización la importancia de satisfacer los requisitos de los clientes

La alta dirección establece la política de calidad y asegura que se establezcan los objetivos del sistema de gestión de calidad, como evidencia de su compromiso.

De la misma manera, asegura la disponibilidad de los recursos y conduce las revisiones de la gerencia.

3.2. Enfoque al cliente

La alta dirección de PAULI & ESTEFI. Asegurará que las necesidades y expectativas de los clientes sean determinadas adecuadamente y convertidas en requisitos.

3.3. Política de calidad

La política de la empresa será satisfacer las necesidades de los clientes internos como externos, para lo cual contarán con un sistema de gestión de calidad, basado en la norma ISO 9001:2000 y estarán comprometidos con el mejoramiento continuo de los procesos y la capacitación del personal.

3.4 Objetivos del sistema de gestión de calidad

La alta dirección establecerá los objetivos y metas del sistema de gestión de calidad para todas las funciones y niveles relevantes de la organización.

Los objetivos y metas establecerán con la finalidad de promover la mejora continua de la organización y de sus procesos.

3.5. Responsabilidad, autoridad, comunicación

La alta dirección de PAULI & ESTEFI deberá:

- a) Asegurar que los procesos necesarios para el sistema de calidad estén establecidos, implementados y mantenidos.
- b) Informar a la gerencia general sobre el desempeño del SGC, incluyendo las necesidades de mejora
- c) Asegurar que se promueve la toma de conciencia de los requisitos de del cliente y partes interesadas, en todos los niveles de la organización.
- d) Establecer procesos de comunicación dentro de la organización con el propósito de mantener la efectividad del sistema de calidad.

3.6 Revisión de la dirección

El gerente general de PAULI & ESTEFI revisará, cada mes la efectividad del sistema de gestión de calidad utilizando histogramas, lo cual permitirá evaluar el estado de implementación y mantenimiento del sistema de calidad, para asegurar que sea conveniente, adecuado y efectivo.

Se ha realizado una entrevista a todos los obreros de la empresa con el fin de saber si se logrará controlar todos los procesos de producción y de la empresa utilizando las

normas ISO 9001 2000 en transcurso del año que está previsto en implementar los criterios de los obreros se lo ha representado a través de un histograma. (Ver Anexo5)

4. Gestión de los recursos

4.1. Provisión de recursos

La gerencia general de PAULI & ESTEFI determinará y proporcionará los recursos necesarios para mantener el sistema de gestión de calidad total, aumentar la satisfacción del cliente, se ha realizado una base de datos donde se podrá visualizar a los clientes, proveedores y productos.

4.2. Recursos humanos

- a) Se realizará capacitaciones adecuadas al personal necesario para que realice labores que afecten a la calidad del servicio.
- c) Se evaluará la efectividad de la capacitación a través verificación de las competencias adquiridas.
- d) Asegurar que los empleados en todo nivel de la organización sean conscientes de la importancia de sus actividades y de su contribución al logro de los objetivos del SGC.

4.3. Infraestructura

PAULI & ESTEFI proporcionará las instalaciones, equipos necesarios para lograr la satisfacción de sus obreros.

- Proporciona la infraestructura considerando sus funciones, desempeño, disponibilidad, costos, seguridad, protección y renovación.

4.4. Ambiente de trabajo

El ambiente de trabajo combina factores humanos y físicos y toma en consideración lo siguiente:

- Un trabajo creativo
- Equipo y mobiliario necesario
- La identificación y ubicación lugares de trabajo
- La iluminación, ventilación y limpieza necesaria.

El gerente general será el responsable de asegurar las condiciones ambientales necesarias y de hacer cumplir la legislación laboral.

5. Realización del producto

5.1. Planificación de la realización del servicio

PAULI & ESTEFI planificará y desarrollará los procesos necesarios para la realización del producto. (Véase anexo 4).

5.2 Procesos relacionados con el cliente

PAULI & ESTEFI determina:

- a) Requisitos especificados por el cliente para el servicio.
- b) Requisitos no establecidos por el cliente, pero necesarios para brindar el servicio.
- c) Requisitos legales y reglamentos relacionados con el servicio.
- d) Cualquier requisito adicional que determine la organización

5.4. Comunicación con el cliente

PAULI & ESTEFI implementará disposiciones eficaces para la comunicación con los clientes.

Adicionalmente, la organización ha definido los siguientes medios para la comunicación con sus clientes:

- Correo electrónico.
- Vía telefónica.
- Se ha creado una base datos donde se podrá registrar todos los datos de los clientes. (Véase anexo 7).

8.2. Monitoreo y medición

Los jefes de producción, gerente general, personal de capacitación deben verificar que se cumplan todos los requisitos de las normas ISO 9001 2000 con la finalidad de obtener un producto de buena calidad y satisfacer las necesidades de los clientes.

ACTIVIDAD No 4: MONITOREO

Los jefes de producción, gerente general, personal de capacitación deben verificar que se cumplan todos los requisitos de las normas ISO 9001 2000 con la finalidad de obtener un producto de buena calidad y satisfacer las necesidades de los clientes.

6.7.2 RECURSOS

RECURSOS HUMANOS

Capacitadores

Gerente General

Obreros de la empresa

RECURSOS FISICOS

Sala de reuniones de la empresa PAULI & ESTEPI

RECURSOS MATERIALES

Computador

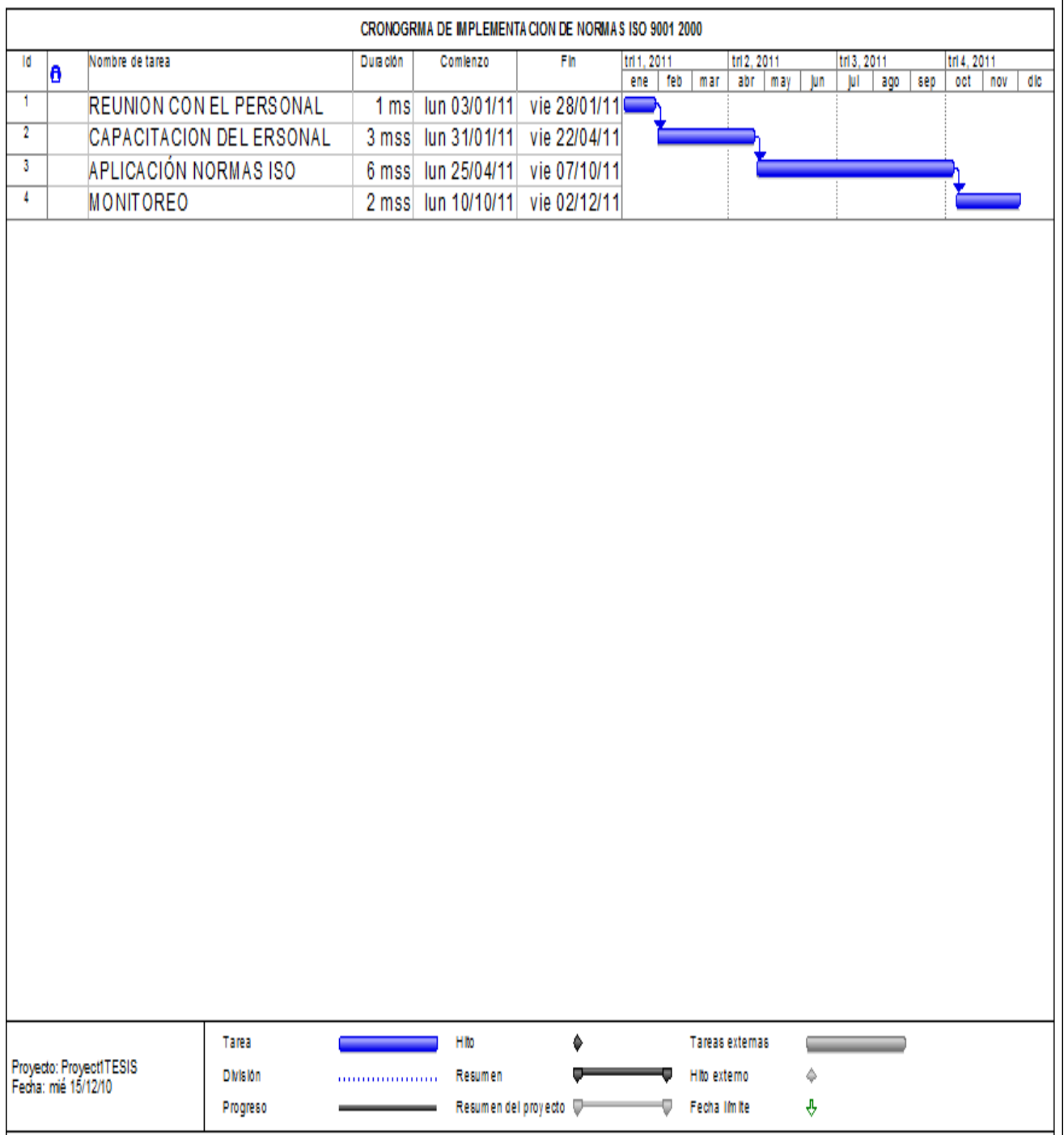
Hojas de papel Bond

Lápices

6.7.3 CRONOGRAMA

Tabla 23: Cronograma

La duración de la implementación de las normas ISO podemos observar en el Anexo No 16.



6.7.4 PRESUPUESTO

Tabla 24 Presupuesto

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 100,00	\$ 100,00
CAPACITADORES		\$ 500,00	\$ 500,00
IMPLEMENTACIÓN DE TECNOLOGÍA		\$5.000,00	\$5.000,00
SUMINISTROS DE OFICINA		\$ 100,00	\$ 100,00
Subtotal			\$5.700,00
Imprevistos 10%			\$ 570,00
TOTAL			\$6.270,00

6.7.5 UBICACIÓN

La empresa PAULI & STEFI se encuentra ubicada en el sector de la Floresta Dos, calle Remigio Crespo Toral s/n y José de la Cuadra de la ciudad de Ambato la empresa cuenta con una pequeña infraestructura, cuenta con 29 obreros de área administrativa y operativa.

6.8 ADMINISTRACIÓN.

6.8.1 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.

Equipo ejecutor: Está conformado por los obreros de la empresa como administrativo, operativo y equipo de capacitación quienes tendrán la responsabilidad de poner en marcha la propuesta

Equipo de control y supervisión: También se ha destinado la responsabilidad para supervisores del cumplimiento de la planificación en todos los niveles, producción, comercialización, recursos humanos, y gestión administrativa, en todas las áreas mencionadas se establecerán representantes para que el proceso operativo tenga el éxito deseado.

Equipo evaluador: Los evaluadores del cumplimiento de la propuesta, serán el gerente general, obreros y equipo capacitador directamente vinculados.

6.9 PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN.

Los directivos de la empresa PAULI & ESTEFI deben controlar cada uno de los procesos de producción hacer tomar decisiones correctivas para eliminar cualquier falencia que se pueda presentar dentro de los procesos.

BIBLIOGRAFÍA

ESPARRAGOZA, Alberto (2001) “*Sistemas de calidad total y costos asociados en la calidad*”. Ingeniería Industrial en la Universidad Politécnica (UNEXPO). Barquisimeto, Estado Lara, Venezuela. Junio 2001.

JAMES, Paúl. (2004). *La Gestión de la Calidad Total*. Andrés Otero Editor. España.

JURAN, J. (2007). *Análisis y planeación de la calidad*. 5ta edición México DF”

KOTLER, P. (2001). *Dirección de Marketing*. Editorial. PEARSON. S.A. Barcelona-España

MARIÑO, H (2000), *Planeación Estratégica de la Calidad Total*. Editores Transversales. Santafé de Bogotá

MORENO, M. (2001). *Gestión de la calidad y diseño de la organización*. Edición S.A. Madrid.

OAKLAND, J. Y PORTER, L. (2007). *Administración por la calidad total*. 7ª. Edición México DF

RUIZ, José y LOPEZ, Canela (2004). *La Gestión por la Calidad Total en la empresa moderna*. Alfa omega Grupo Editor S.A. México.

SUMMERS, Dona. (2006). *Administración de la Calidad*.

HERRERA, L. (2004). *Tutoría de la Investigación Científica*. Diemerino Editores. Quito-Ecuador.

SENLLE, Andrés. (2000). *ISO 9000-2000 Liderazgo de la Nueva Calidad*, Ediciones Gestión 2000. S.A. Barcelona.

FUENTES INTERNET

<http://sgcindustrial.blogspot.com/2010/05/que-es-un-sistema-de-gestion-de-calidad.html>

<http://www.3w3search.com/Edu/Merc/Es/GMerc.htm>

http://www.buscarportal.com/articulos/iso_9001_gestion_calidad.html 09-10-10 16:50

<http://www.monografias.com/trabajos27/implantacion-sistemas/implantacion-sistemas.shtml>

<http://www.monografias.com/trabajos11/conge/conge.shtml> 09-10-10 16:15

<http://www.cyta.com.ar/>

ANEXOS

ANEXOS No 1

UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Cuestionario No_1__

ENCUESTA SOBRE EL SISTEMA DE CALIDAD TOTAL Y SU INCIDENCIA EN
LAS VENTAS

OBJETIVO:

Diagnosticar el sistema de calidad total y su incidencia en las ventas mediante una encuesta a los colaboradores de la EMPRESA PAULI & ESTEFI y para poder analizar las ventajas competitivas en la empresa

INSTRUCCIONES:

La veracidad en las respuestas permitirá desarrollar un trabajo real y efectivo.

- Procure ser lo más objetivo y veraz
- Seleccione solo una de las alternativas.
- Marque con una X en el paréntesis la alternativa que usted eligió.

PREGUNTAS

1. Nivel Educativo

1.1 Primario

1.2 Secundario

1.3 Superior

2. ¿Qué nivel de trabajo ocupa en la empresa?

2.1 Nivel Administrativo

2.2 Nivel Operativo

3. ¿Conoce las siguientes Normas de calidad ?

3.1 Norma ISO

3.2 Benchmarking

3.3 Kaizen

4. ¿En la empresa existe manuales de calidad?
- 4.1 Si
- 4.2 No
5. ¿Existe planificación en los procesos de producción?
- 5.1 Si
- 5.2 No
6. ¿Cree usted que los controles de calidad en la producción de la empresa son: ?
- 6.1 Excelentes
- 6.2 Buenos
- 6.3 Malos
- 6.4 Regulares
7. Las tareas que le asignan las autoridades, corresponden a las de su cargo
- 7.1 Todas
- 7.2 Algunas
- 7.3 Ninguna
8. ¿Se realiza un control y seguimiento de las actividades inherentes a su cargo?
- 8.1 Si
- 8.2 No
9. ¿En la producción existe interrupción en las operaciones?
- 9.1 Siempre
- 9.2 Nunca
- 9.3 Rara Vez
10. Porque se dan estas interrupciones
- 10.1 Falta de materia prima
- 10.2 Daño de maquinaria
- 10.3 Ausencia de personal en el proceso
- 10.4 Cambio de productos en proceso

11. ¿Se encuentran eficientemente integradas todas las áreas de la empresa?

11.1 Si

11.2 No

12. Cree Ud. que con un adecuado sistema de calidad, la empresa incrementaría su volumen de ventas?

12.1 Si

12.2 No

13. ¿La empresa fomenta cambio direccional en las actividades?

13.1 Si

13.2 No

14. ¿Cómo calificaría el posicionamiento de la empresa en el mercado?

14.1 Alto

14.2 Medio

14.3 Bajo

15. En qué nivel cree que se satisface las necesidades del cliente?

15.1 Alto

15.2 Medio

15.3 Bajo

16. ¿El equipo de ventas promueve un incremento en la demanda de los productos?

16.1 Si

16.2 No

Fecha de aplicación de la encuesta _____

Nombre del encuestado _____

GRACIAS POR SU COLABORACION

ANEXO No. 2 SISTEMA DE CONTROL – CONTROL DE REGISTRO

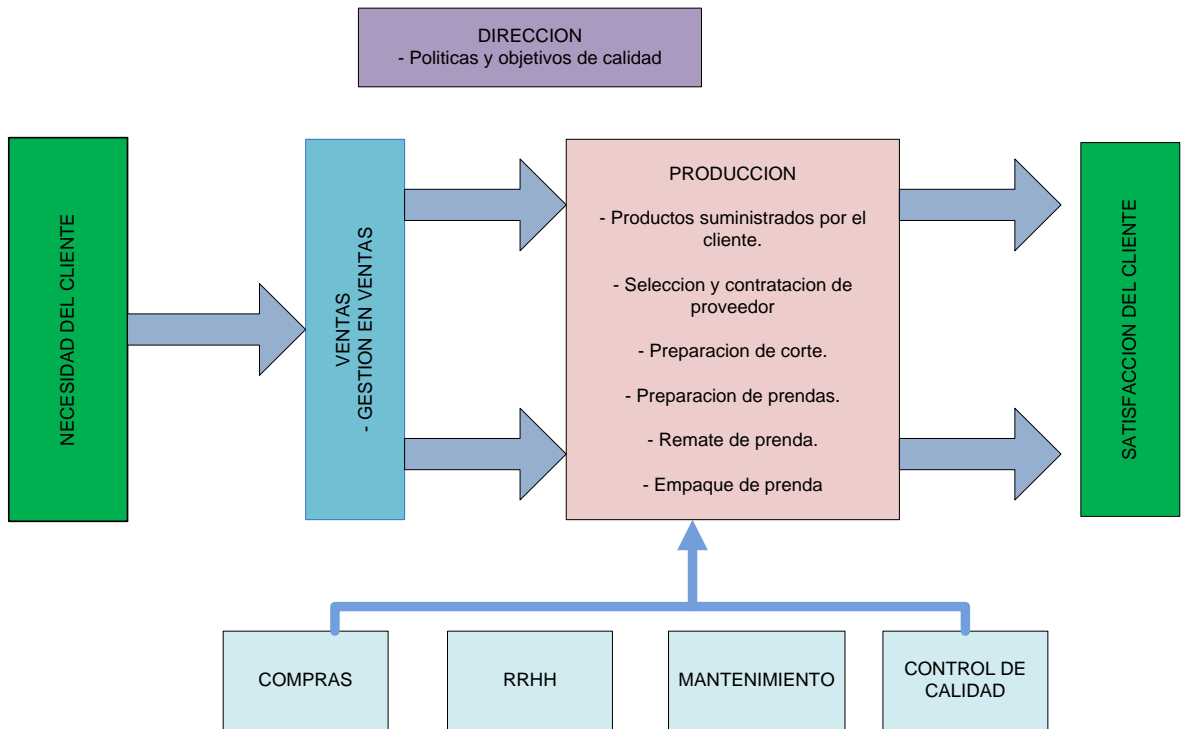
EMPRESA PAULI&ESTEFI

NOMBRE COD. REGISTRO	OBSERVACIONES	FECHA DE REVISION	RESPONSABLE DE CONTROL DE REGISTRO

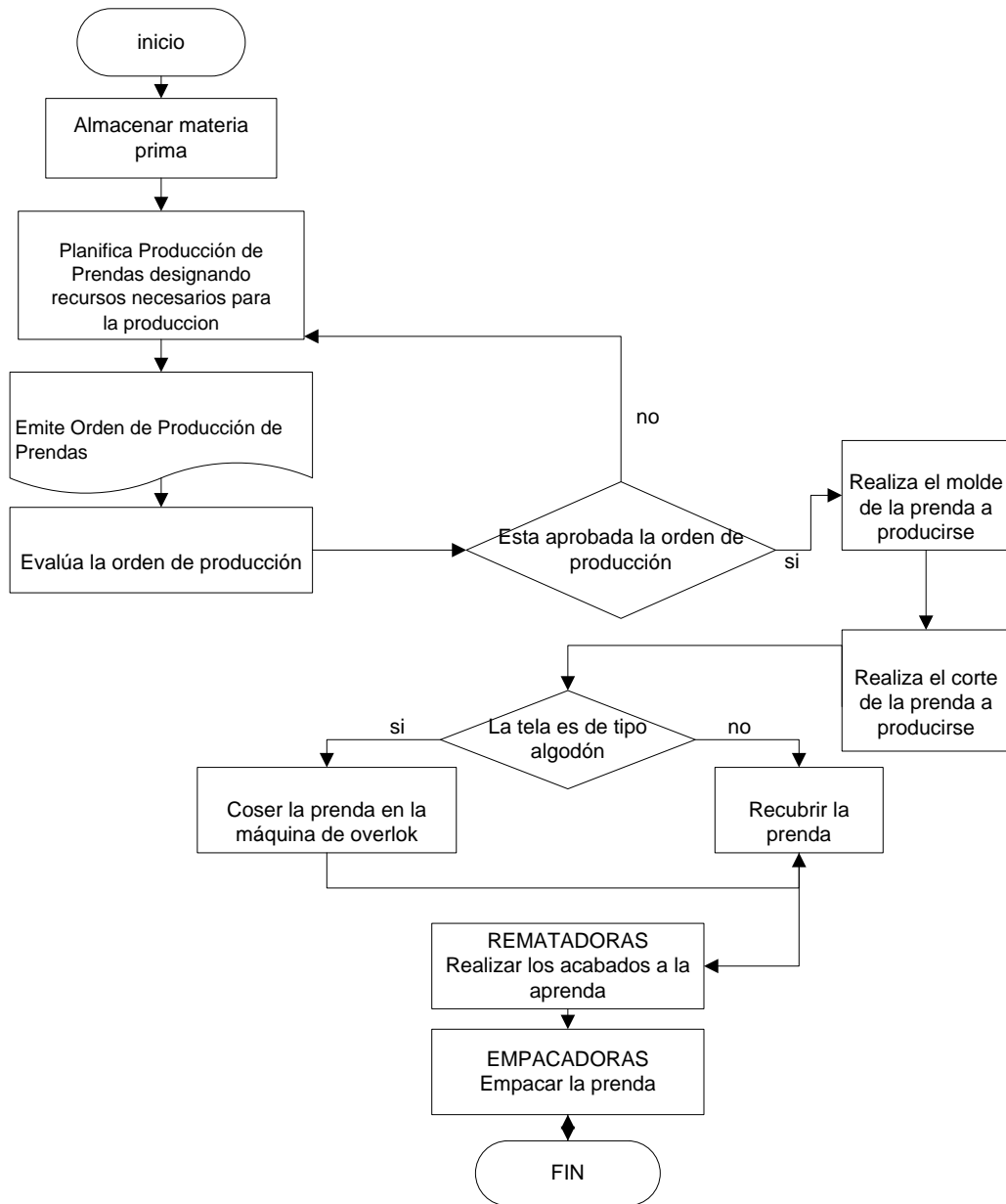
FIRMA

ANEXO No 3. MAPA DE PROCESOS

MAPA DE PROCESO EMPRESA PAULI&ESTEFI



ANEXO No 4. REALIZACION DEL PRODUCTO



ANEXO No 5. HISTOGRAMA

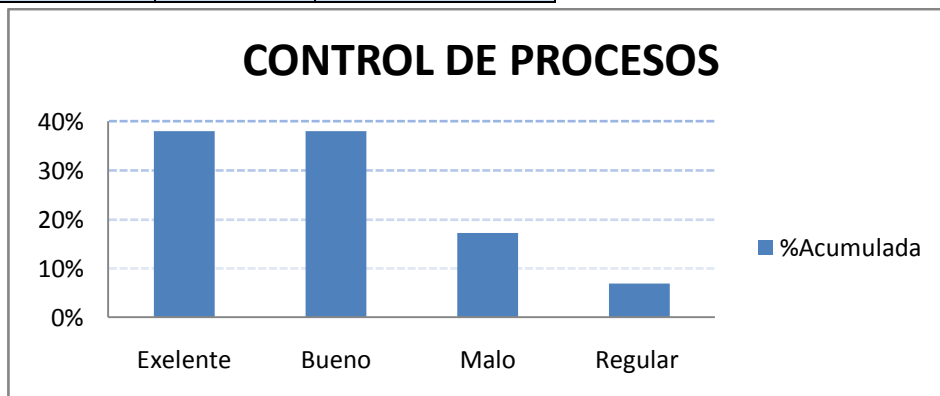
Mediante esta tabla se muestra las calificaciones que dieron los obreros respondiendo a la siguiente pregunta.

¿Qué pasaría al implementar las normas ISO 9001 2000?

Las calificaciones se representarán con el número excelente con el número 1, Bueno con el número 2, Malo con el número 3, Regular con el número 4.

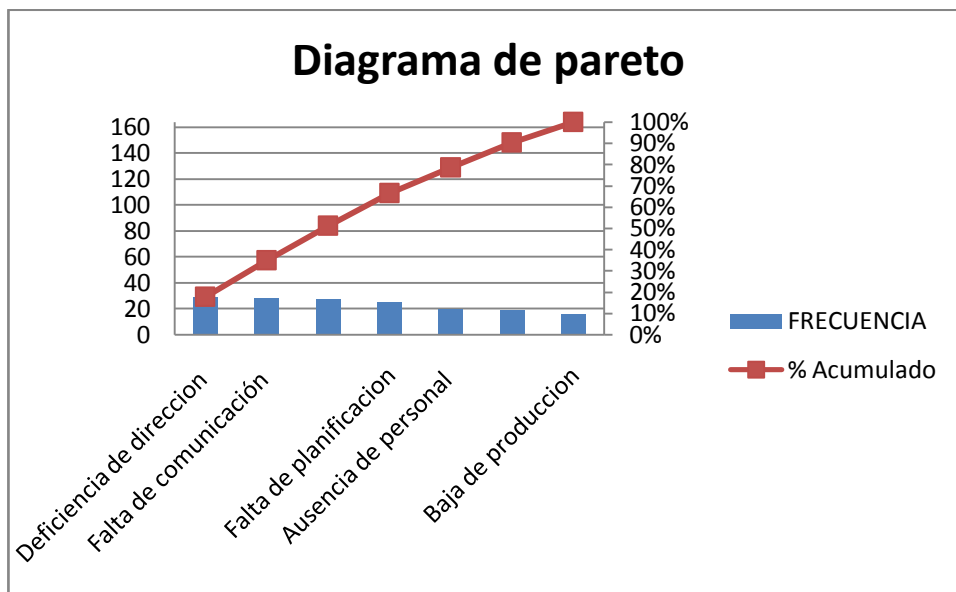
A	B	C	D	E
1	2	2	3	1
4	1	2	3	1
1	3	1	4	2
2	2	1	2	1
2	3	1	2	3
1	2	1	2	

Clase	Frecuencia	%Acumulada
1	11	38%
2	11	38%
3	5	17%
4	2	7%
Total	29	



ANEXO No 6. DIAGRAMA DE PARETO

CAUSA	FRECUENCIA	% Acumulado	
Deficiencia de dirección	29	18%	29
Falta de comunicación	28	35%	57
Mano de obra no calificada	27	51%	84
Falta de planificación	25	66%	109
Ausencia de personal	20	79%	129
No hay procesos estandarizados	19	90%	148
Baja de producción	16	100%	164
TOTAL	164		



CONCLUSION: Nos permitirá detectar los problemas muy importantes que afectan a la los procesos de producción y así mejorar la calidad del producto.

ANEXO No 7

Sistema de Base de datos

TABLA DE CLIENTES

Clientes							
	Cod_Cliente	Nombre	Apellido	Telefono	Ciudad	Direccion	Cod_Producto
+	00001	Jenny Narcisa	Tapia	032440351	Ambato	Ingahurco Cdla	Dvd1
+	00002	Patricia Margo	Tisalema Sancl	022413421	Quito	Cdla Las Delicia	Pant1
+	00003	Pablo Isaías	Majia Carrasco	042567890	Guayaquil	Centro de la ci	Pant2
+	00004	Sara Jeaneth	Leon Bastidas	032851059	Amabto	Av. El condor	Saco1
+	00005	Veronica Pauli	Guaman Soria	042564321	Manabi	Calle Las Rolas	Saco2
+	00006	Gladys Maria	Salzar Perez	032412314	Ambato	Bolivar y Ceval	Pant2
+	00007	Sonia Patricia	Perez Amaluis	042654321	Guayaquil	La granja	Pant2
+	00008	Luis Gilberto	Manzano	042315678	Guayaquil	Cdla Novoa y c	Buso0
+	00009	Jamilet Anahi	Santana Castrc	032856754	Ambato	Bolivar	Buso1
+	00010	Carlos William	Nuñez Freire	032418455	Ambato	C.C Caracol	Buso2
*							

TABLA DE PROVEEDORES

Clientes		Proveedores			
	Cod_Provee	Nombre	Ciudad	Insumo	Agregar nuevo campo
+	A001	Casa Aidita	Quito	tElas	
+	A002	Gentex	Quito	Telas	
+	A003	El tijerazo	Guayaquil	Telas	
+	A004	El costurero	Guayaquil	Botones hilos	
+	A005	Din CIA	Quito	Tallas	
*					


TABLA DE PRODUCTOS

Producto						
Cod_Producto	Nombre Prc	Precio	Talla	Cod_Provee	Color	Cod_Cliente
Buso0	Buso	\$ 0,90	0	A001	bebes	00001
Buso1	Buso	\$ 1,10	1	A002	fuertes	00002
Buso2	Buso	\$ 1,20	2	A003	Bebes	00003
Buso3	Buso	\$ 1,30	3	A004	Fuertes	00004
Buso4	Buso	\$ 1,40	4	A005	Bebes	00005
Bvd1	Bvd enconchac	\$ 1,10	1	A001	Fuertes	00006
Bvd2	Bvd Enconchac	\$ 1,15	2	A002	Bebes	00007
Pant0	Pantalón	\$ 1,80	0	A003	Fuertes	00008
Pant1	Pantalón	\$ 1,90	1	A004	bebes	00009
Pant2	Pantalón	\$ 1,40	2	A005	bebes	00010
Pant3	pantalón	\$ 1,50	3	A004	fuertes	00001
Pant4	Pantalón	\$ 1,60	4	A003	bebes	00002
Saco1	Saco Enconcha	\$ 1,50	1	A001	bebes	00003
Saco2	Saco Normal	\$ 1,30	2	A002	fuertes	00004
*						

FORMULARIOS

- FORMULARIO DE PRODUCTOS

Formulario Producto



Formulario Producto

Cod_Producto:

Nombre Producto:

Precio:

Talla:

Cod_Proveedor:

Color:

Cod_Cliente:

Registro: 1 de 14 Sin filtro Buscar

- **FORMULARIO DE CLIENTES**




Formulario Clientes

Cod_Clientes:	00001
Nombre:	Jenny Narcisa
Apellido:	Tapia
Telefono:	032440351
Ciudad:	Ambato
Direccion:	Ingahurco Cdla Corazon
Cod_Producto:	Dvd1



FORMULARIO DE PROVEEDORES

Formulario Proveedores



Formulario Proveedores

Cod_Proveedor:

Nombre:

Ciudad:

Insumo:



FORMULARIO MENU



EMPRESA PAULI Y ESTEPI

LA PRENDA QUE ACARICIA A TU BEBE

PRODUCTO

Informe Producto

PROVEEDORES

Informe proveedores

CLIENTES

Informe Clientes

PROPIETARIO Eduardo Mendez

INFORME PRODUCTO

Producto

Cod_Proveedor	Cod_Pro	Nombre Producto	Precio	Talla	Color
A001					
	Bus00	Buso	\$ 0,90	0	bebes
	Bvd1	Bvd enconchad	\$ 1,10	1	Fuertes
	Saco1	Saco Enconcha	\$ 1,50	1	bebes
A002					
	Bus01	Buso	\$ 1,10	1	fuertes
	Bvd2	Bvd Enconchad	\$ 1,15	2	Bebes
	Saco2	Saco Normal	\$ 1,30	2	fuertes
A003					
	Bus02	Buso	\$ 1,20	2	Bebes
	Panto	Pantalon	\$ 1,80	0	Fuertes
	Pant4	Pantalon	\$ 1,60	4	bebes
A004					
	Bus03	Buso	\$ 1,30	3	Fuertes
	Pant1	Pantalon	\$ 1,90	1	bebes
	Pant3	pantalon	\$ 1,50	3	fuertes
A005					
	Bus04	Buso	\$ 1,40	4	Bebes

INFORME PROVEEDOR

Proveedores

Proveedores

Cod_Proveedor	Nombre	Ciudad	Insumo
A001	Casa Aidita	Quito	tElas
A002	Gentex	Quito	Telas
A003	El tijerazo	Guayaquil	Telas
A004	El costurero	Guayaquil	Botones hilos
A005	Din CIA	Quito	Tallas

sábado, 04 de diciembre de 2010

Página 1 de 1

INFORME CLIENTE

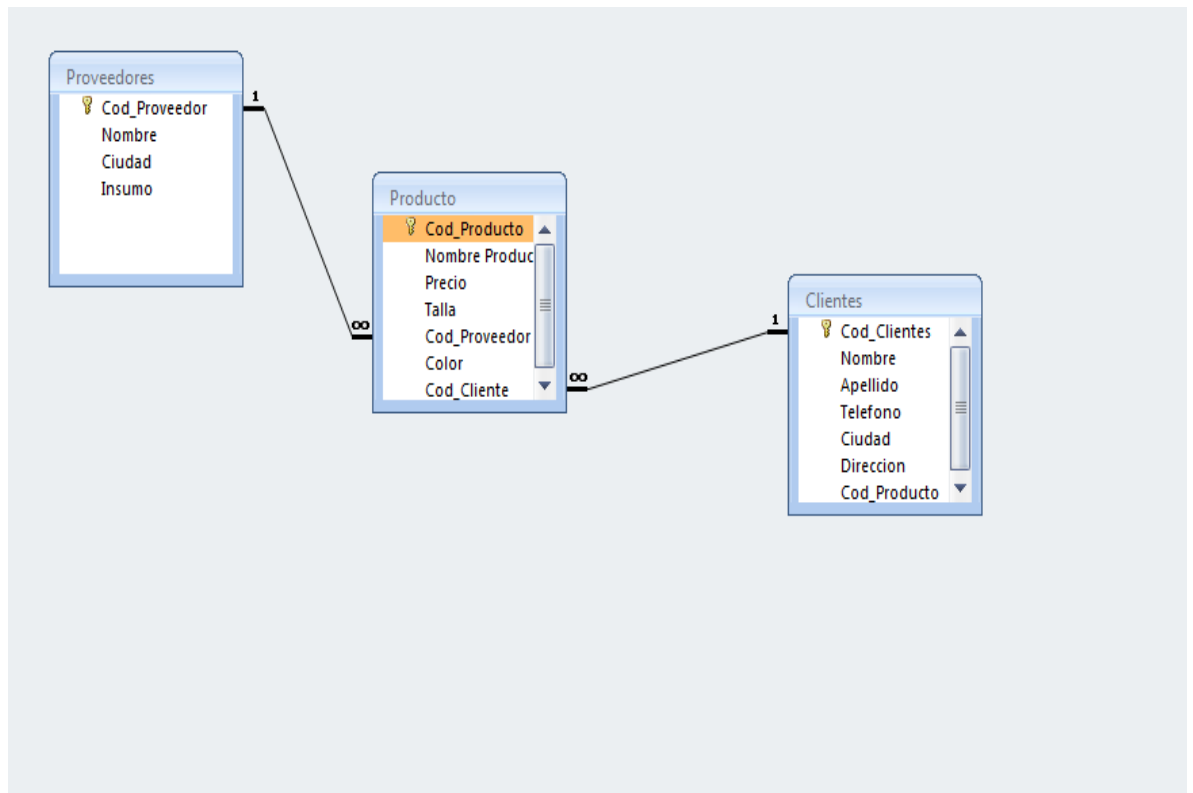
Clientes

Cod_Clientes	Nombre	Apellido	Cod_ Telefon	Ciudad	Direccion
00001	Jenny Narcisa	Tapia	Dvd1 0324403	Ambato	Ingahurco Cdla Corazon
00002	Patricia Margot	Tisalema Sanchez	Pant1 0224134	Quito	Cdla Las Delicias
00003	Pablo Isaias	Majia Carrasco	Pant2 0425671	Guayaquil	Centro de la ciudad
00004	Sara Jeaneth	Leon Bastidas	Sac01 0328510	Ambato	Av. El condor
00005	Veronica Paulina	Guaman Soria	Sac02 0425641	Manabi	Calle Las Rolas
00006	Gladys Maria	Salzar Perez	Pant2 0324123	Ambato	Bolivar y Cevallos
00007	Sonia Patricia	Perez Amaluisa	Pant2 0426541	Guayaquil	La granja
00008	Luis Gilberto	Manzano	Buso0 0423156	Guayaquil	Cdla Novoa y olimpico
00009	Jamilet Anahi	Santana Castro	Buso1 0328561	Ambato	Bolivar
00010	Carlos William	Nuñez Freire	Buso2 0324184	Ambato	C.C Caracol

sábado, 04 de diciembre de 2010

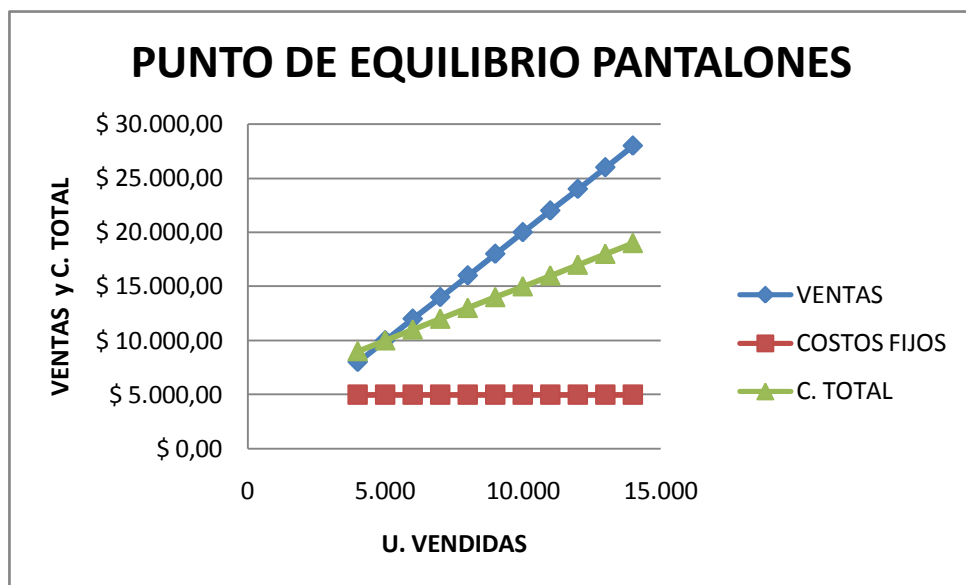
Página 1 de 1

RELACIONES DE LAS TABLAS



ANEXO No 8. PUNTO DE EQUILIBRIO VENTA DE PANTALONES

\$ 3.000,00		COSTO VARIABLE: \$ 1,00		P. UNIDAD: \$ 2,00	
U.VENDIDAS	VENTAS	COSTOS FIJOS	C. VARIABLES	C. TOTAL	UTILIDAD
4.000	\$ 8.000,00	\$ 5.000,00	\$ 4.000,00	\$ 9.000,00	-\$ 1.000,00
5.000	\$ 10.000,00	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00	\$ 10.000,00	\$ 0,00
6.000	\$ 12.000,00	\$ 5.000,00	\$ 6.000,00	\$ 11.000,00	\$ 1.000,00
7.000	\$ 14.000,00	\$ 5.000,00	\$ 7.000,00	\$ 12.000,00	\$ 2.000,00
8.000	\$ 16.000,00	\$ 5.000,00	\$ 8.000,00	\$ 13.000,00	\$ 3.000,00
9.000	\$ 18.000,00	\$ 5.000,00	\$ 9.000,00	\$ 14.000,00	\$ 4.000,00
10.000	\$ 20.000,00	\$ 5.000,00	\$ 10.000,00	\$ 15.000,00	\$ 5.000,00
11.000	\$ 22.000,00	\$ 5.000,00	\$ 11.000,00	\$ 16.000,00	\$ 6.000,00
12.000	\$ 24.000,00	\$ 5.000,00	\$ 12.000,00	\$ 17.000,00	\$ 7.000,00
13.000	\$ 26.000,00	\$ 5.000,00	\$ 13.000,00	\$ 18.000,00	\$ 8.000,00
14.000	\$ 28.000,00	\$ 5.000,00	\$ 14.000,00	\$ 19.000,00	\$ 9.000,00

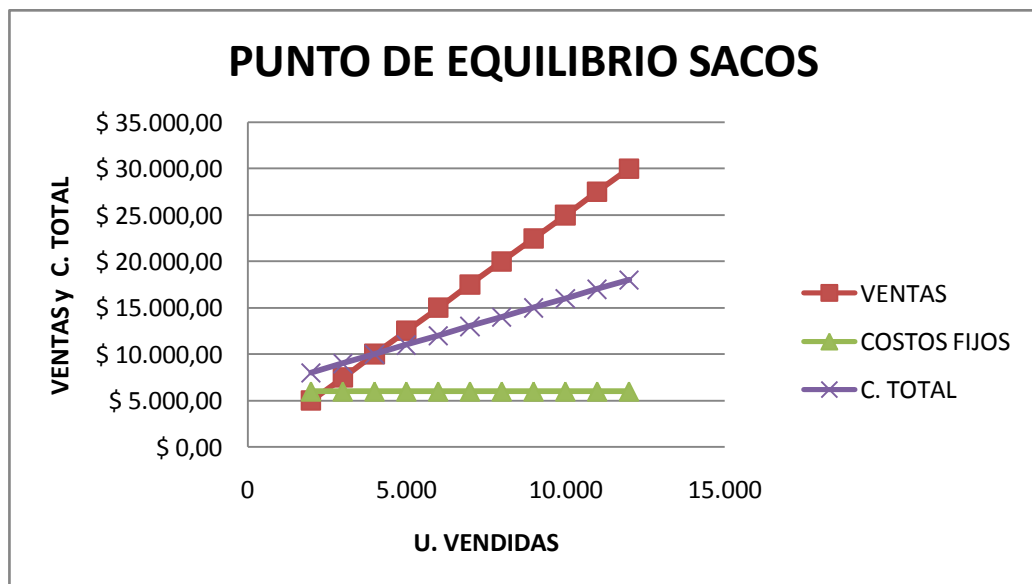


Interpretación: el punto de equilibrio de pantalones esta en 5000 U. ventas por encima de ese punto se tiene beneficios y por debajo perdidas

PUNTO DE EQUILIBRIO DE LAS VENTAS DE SACOS ENCONCHADOS

COSTO FIJO: \$ 6.000,00	COSTO VARIABLE: \$ 1,00	P. UNIDAD: \$ 2,50
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------

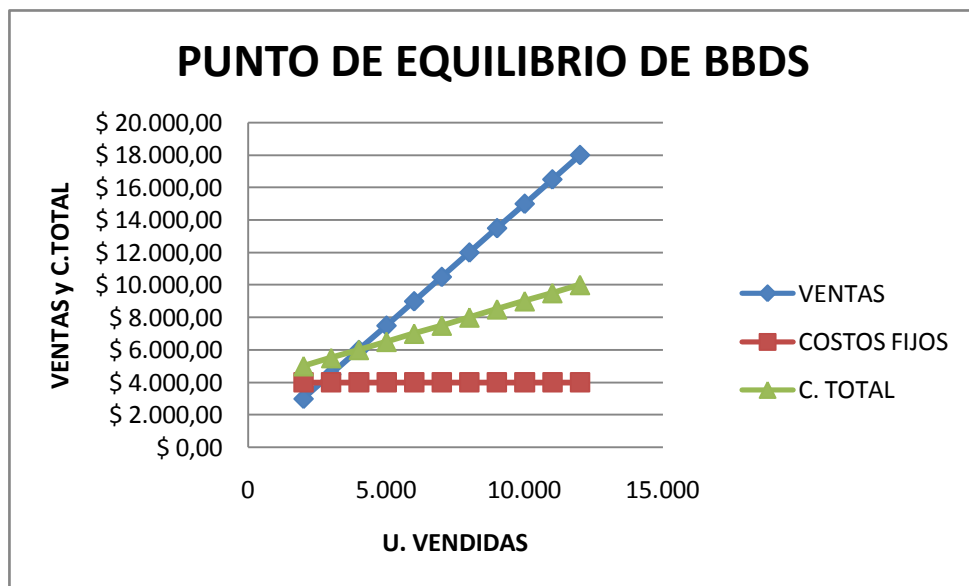
U.VENDIDAS	VENTAS	COSTOS FIJOS	C. VARIABLES	C. TOTAL	UTILIDAD
2.000	\$ 5.000,00	\$ 6.000,00	\$ 2.000,00	\$ 8.000,00	-\$ 3.000,00
3.000	\$ 7.500,00	\$ 6.000,00	\$ 3.000,00	\$ 9.000,00	-\$ 1.500,00
4.000	\$ 10.000,00	\$ 6.000,00	\$ 4.000,00	\$ 10.000,00	\$ 0,00
5.000	\$ 12.500,00	\$ 6.000,00	\$ 5.000,00	\$ 11.000,00	\$ 1.500,00
6.000	\$ 15.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 12.000,00	\$ 3.000,00
7.000	\$ 17.500,00	\$ 6.000,00	\$ 7.000,00	\$ 13.000,00	\$ 4.500,00
8.000	\$ 20.000,00	\$ 6.000,00	\$ 8.000,00	\$ 14.000,00	\$ 6.000,00
9.000	\$ 22.500,00	\$ 6.000,00	\$ 9.000,00	\$ 15.000,00	\$ 7.500,00
10.000	\$ 25.000,00	\$ 6.000,00	\$ 10.000,00	\$ 16.000,00	\$ 9.000,00
11.000	\$ 27.500,00	\$ 6.000,00	\$ 11.000,00	\$ 17.000,00	\$ 10.500,00
12.000	\$ 30.000,00	\$ 6.000,00	\$ 12.000,00	\$ 18.000,00	\$ 12.000,00



Interpretación: el punto de equilibrio de sacos esta en 4000 U. VENDIDAS
 por encima de ese punto se tiene beneficios y por debajo
 perdidas

PUNTO DE EQUILIBRIO DE VENTA DE BBDS

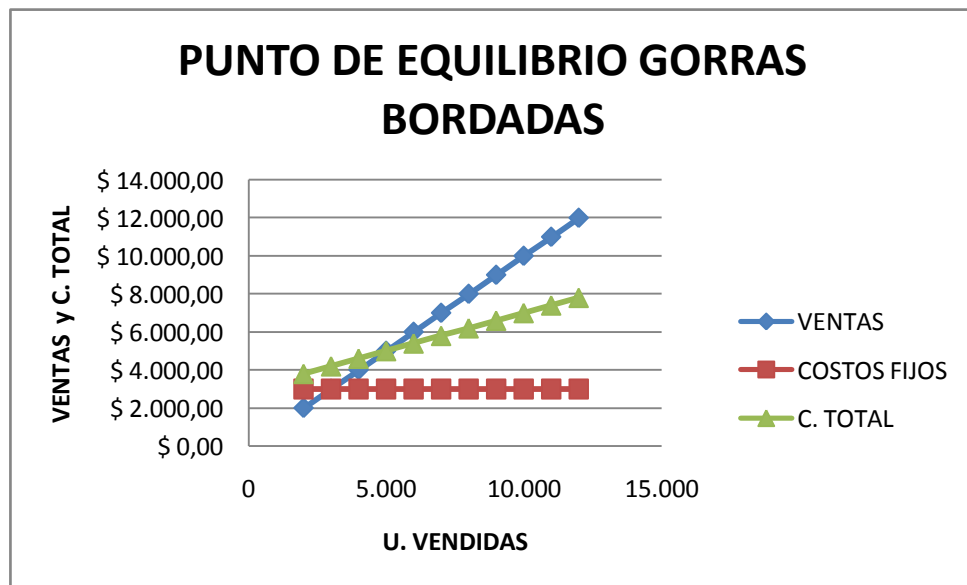
COSTO FIJO: \$ 4.000,00		COSTO VARIABLE: \$ 0,50		P. UNIDAD: \$ 1,50	
U.VENDIDAS	VENTAS	COSTOS FIJOS	C. VARIABLES	C. TOTAL	UTILIDAD
2.000	\$ 3.000,00	\$ 4.000,00	\$ 1.000,00	\$ 5.000,00	-\$ 2.000,00
3.000	\$ 4.500,00	\$ 4.000,00	\$ 1.500,00	\$ 5.500,00	-\$ 1.000,00
4.000	\$ 6.000,00	\$ 4.000,00	\$ 2.000,00	\$ 6.000,00	\$ 0,00
5.000	\$ 7.500,00	\$ 4.000,00	\$ 2.500,00	\$ 6.500,00	\$ 1.000,00
6.000	\$ 9.000,00	\$ 4.000,00	\$ 3.000,00	\$ 7.000,00	\$ 2.000,00
7.000	\$ 10.500,00	\$ 4.000,00	\$ 3.500,00	\$ 7.500,00	\$ 3.000,00
8.000	\$ 12.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 8.000,00	\$ 4.000,00
9.000	\$ 13.500,00	\$ 4.000,00	\$ 4.500,00	\$ 8.500,00	\$ 5.000,00
10.000	\$ 15.000,00	\$ 4.000,00	\$ 5.000,00	\$ 9.000,00	\$ 6.000,00
11.000	\$ 16.500,00	\$ 4.000,00	\$ 5.500,00	\$ 9.500,00	\$ 7.000,00
12.000	\$ 18.000,00	\$ 4.000,00	\$ 6.000,00	\$ 10.000,00	\$ 8.000,00



Interpretación: el punto de equilibrio de BBDS está en 4000 U. VENDIDAS
 por encima de ese punto se tiene beneficios y por debajo perdidas

PUNTO DE EQUILIBRIO DE LAS VENTAS DE GORRAS BORDADAS

COSTO FIJO: \$ 3.000,00		COSTO VARIABLE:	\$ 0,40	P. UNIDAD: \$ 1,00	
U.VENDIDAS	VENTAS	COSTOS FIJOS	C. VARIABLES	C. TOTAL	UTILIDAD
2.000	\$ 2.000,00	\$ 3.000,00	\$ 800,00	\$ 3.800,00	-\$ 1.800,00
3.000	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 1.200,00	\$ 4.200,00	-\$ 1.200,00
4.000	\$ 4.000,00	\$ 3.000,00	\$ 1.600,00	\$ 4.600,00	-\$ 600,00
5.000	\$ 5.000,00	\$ 3.000,00	\$ 2.000,00	\$ 5.000,00	\$ 0,00
6.000	\$ 6.000,00	\$ 3.000,00	\$ 2.400,00	\$ 5.400,00	\$ 600,00
7.000	\$ 7.000,00	\$ 3.000,00	\$ 2.800,00	\$ 5.800,00	\$ 1.200,00
8.000	\$ 8.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.200,00	\$ 6.200,00	\$ 1.800,00
9.000	\$ 9.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.600,00	\$ 6.600,00	\$ 2.400,00
10.000	\$ 10.000,00	\$ 3.000,00	\$ 4.000,00	\$ 7.000,00	\$ 3.000,00
11.000	\$ 11.000,00	\$ 3.000,00	\$ 4.400,00	\$ 7.400,00	\$ 3.600,00
12.000	\$ 12.000,00	\$ 3.000,00	\$ 4.800,00	\$ 7.800,00	\$ 4.200,00



Interpretación: el punto de equilibrio de gorras bordadas esta en 5000 U. VENDIDAS por encima de ese punto se tiene beneficios y por debajo perdidas

ANEXO No. 9 Control de producción defectuosa (Control Típico)

n: Muestra

d: Defectuosos

p : proporciones

NP: Numero Medio

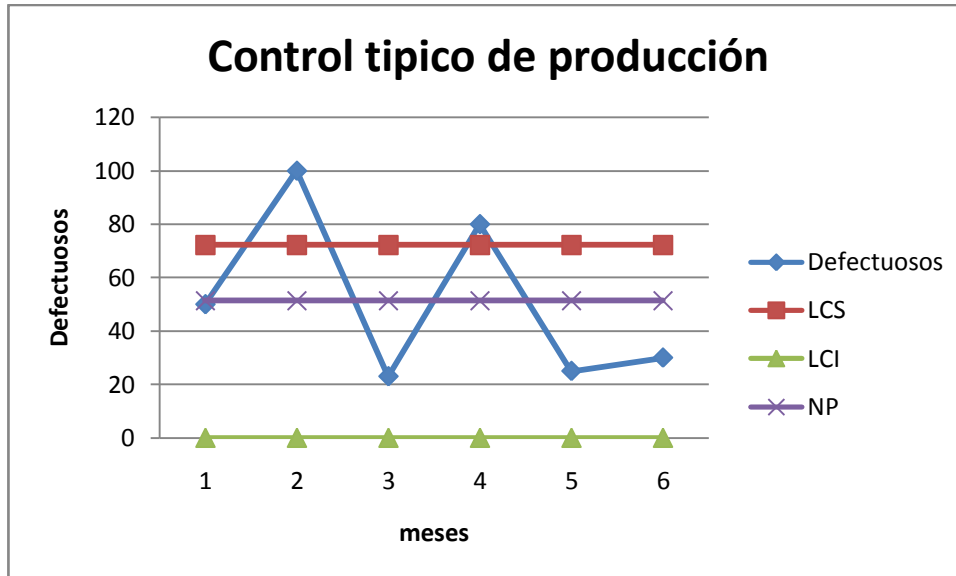
LCS: Limite de control superior

LCI: Limite de control inferior

TABLA DE DATOS	Meses						Suma	Promedio
	1	2	3	4	5	6		
n	1000	1000	1000	1000	1000	1000		
d	50	100	23	80	25	30		
p	0,05	0,1	0,023	0,08	0,025	0,03	0,308	0,05133333

n= muestra	Defectuosos	LCS	LCI	NP
d= defectuosos	50	72,2685668	0,00	51,3333333
p= proporción piezas defectuosas	100	72,2685668	0,00	51,3333333
p= 0,05133333	23	72,2685668	0,00	51,3333333
NP= 51,3333333	80	72,2685668	0,00	51,3333333
LCS= 72,2685668	25	72,2685668	0,00	51,3333333
LCI= 30,3980999 Asumido cero	30	72,2685668	0,00	51,3333333

CONSTRUCCION DEL GRAFICO



CONCLUSION: Si las prendas sobrepasa de las 72 unidades defectuosas se realizará un control de producción profundo para poder corregir este problema .

**ANEXO No. 10 SISTEMA DE CONTROL - REAQUERIMIENTOS DE
MATERIALES**

EMPRESA PAULI&ESTEFI

Solicitante		Fecha de Solicitud	
Destino		Fecha de Entrega	

Nº de Items	Cantidad	Descripcion	Proveedor
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			

ANEXO No 11 SISTEMA DE CONTROL – INGRESO DE BODEGA

EMPRESA PAULI&ESTEFI

N° CORTE	Descripción de prendas	Fecha	Unidades
	Total		

BODEGUERO

SUPERVISOR

ANEXO No 12 SISTEMA DE CONTROL – EGRESO DE BODEGA

EMPRESA PAULI&ESTEFI

N° CORTE	Descripción de prendas	Fecha	Unidades que salen	Cliente
	TOTAL			

BODEGUERO

SUPERVISOR

ANEXO N° 13. SISTEMA DE CONTROL – KARDEX

EMPRESA PAULI & ESTEFI

NOMBRE DE

PRODUCTO:.....

Fecha	Orden de Ped. o Prod.	Referencia	Ingresos			Egresos			Total de Existencias		
			Cantidad	V. Unit	V. Total	Cantidad	V. Unit	V. Total	Cantidad	V. Unit	V. Total
Total											

BODEGUERO

SUPERVISOR

**ANEXO N° 14. SISTEMA CONTROL – CALIDAD DE PRODUCTO A
EMPACADORAS**



Se realizara stikers en el cual cada empacadora tendrá que poner su letra que le corresponde atrás del stikers, para así poder saber quien empaco ese producto y controlar si se manda algún producto con falla.

ANEXO N°15. SISTEMA CONTROL – GUIA DE PRODUCCION

PAULI&ESTEFI

SISTEMA DE CONTROL – REPORTE DE PRODUCCION

Nombre: _____ **Fecha:** _____
Código: _____

Producto					
N° Ítems	Código	Descripción	Cantidad	Hora Inicio	Hora Fin
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					

Tiempo Improductivo			
N° Ítems	Código	Razón	Tiempo (min)
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			

OPERARIO

SUPERVISOR

ANEXO N° 16 INFORME GENERAL MS- PROJECT

Proyecto

desde mar 14/12/10

Fechas			
Comienzo:	lun 03/01/11	Fin:	vie 02/12/11
Comienzo previsto:	NOD	Fin previsto:	NOD
Comienzo real:	NOD	Fin real:	NOD
Variación de comienzo:	0 días	Variación de fin:	0 días
Duración			
Programado:	240 días	Restante:	240 días
Previsto:	0 días?	Real:	0 días
Variación:	240 días	Porcentaje completado:	0%
Trabajo			
Programado:	0 horas	Restante:	0 horas
Previsto:	0 horas	Real:	0 horas
Variación:	0 horas	Porcentaje completado:	0%
Costos			
Programados:	\$ 0,00	Restantes:	\$ 0,00
Previsos:	\$ 0,00	Reales:	\$ 0,00
Variación:	\$ 0,00		
Estado de las tareas		Estado de los recursos	
Tareas aún no comenzadas:	4	Recursos de trabajo:	0
Tareas en curso:	0	Recursos de trabajo sobreesignados:	0
Tareas finalizadas:	0	Recursos materiales:	0
Total de tareas:	4	Total de recursos:	0