



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

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

**TEMA: “La gestión de calidad y su incidencia en la
competitividad de la empresa Multicisva S.A de la
ciudad de Ambato”**

AUTORA: Katherine Alexandra Proaño Fernández

TUTOR: Ing. Mg. Howard Fabián Chávez Yépez

AMBATO – ECUADOR

Abril 2014



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Mg. Howard Fabián Chávez Yépez

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, abril 2014

.....

Ing. Mg. Howard Fabián Chávez Yépez

Tutor

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Katherine Alexandra Proaño Fernández, manifiesto que los resultados obtenidos en la presente investigación, previa a la obtención del título de Ingeniera de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales, a excepción de las citas.

.....

Srta. Katherine Alexandra Proaño Fernández

C.I. 050349137-5

Autora

APROBACIÓN 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).....

Ing. MBA. José Bernardo Herrera Herrera

f).....

Ing. MBA Raúl Francisco Villalba Miranda

Ambato, abril del 2014

DERECHOS DEL AUTOR

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

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

.....

Srta. Katherine Alexandra Proaño Fernández

C.I. 050349137-5

Autora

DEDICATORIA

A Dios, por haberme dado la vida y por ser mi mayor fortaleza en mis momentos de debilidad.

A mis queridos padres por su apoyo incondicional, su guía y su enorme amor que me ha motivado a lograr cada una de mis metas.

A mi abuelita y a mis tíos que siempre me han alentado a culminar mi carrera profesional, brindándome siempre sus sabios consejos que han ayudado significativamente en mi formación.

Mil gracias por confiar en mí nunca los defraudaré.

Katherine Proaño

AGRADECIMIENTOS

A la prestigiosa institución como lo es la Universidad Técnica de Ambato, a los docentes de la Facultad de Ciencias Administrativas y de manera especial a mi tutor Ing. MBA Fabián Chávez por sus valiosos conocimientos y su guía en mi trabajo de investigación.

A la Ing. Techí Vaca Gerente de la empresa Multicisva S.A por la apertura brindada y a los clientes internos y externos por su colaboración y facilidades en el buen desarrollo de la investigación.

Katherine Proaño

ÍNDICE DE CONTENIDO

CONTENIDO	PÁGINA
PORTADA	i
APROBACIÓN DE TUTOR	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO	iv
DERECHOS DEL AUTOR	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiv
ÍNDICE DE CUADROS	xv
RESUMEN EJECUTIVO	xvi
INTRODUCCIÓN	xvii

CAPÍTULO I EL PROBLEMA

1.1 TEMA.....	3
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.2.1 Contextualización.....	3
1.2.2 Análisis crítico	8
1.2.3 Prognosis	8
1.2.4 Formulación del problema.....	9
1.2.5 Preguntas directrices	9
1.2.6 Delimitación del problema	9
1.3 JUSTIFICACIÓN	10
1.4 OBJETIVOS.....	11
1.4.1 Objetivo General.....	11
1.4.2 Objetivos Específicos	12

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES.....	13
2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA	14
2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	15
2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES	18
MARCO TEÓRICO DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE.....	20
2.4.1 Administración.....	20
2.4.2 Organización.....	26
2.4.3 Calidad total.....	31
2.4.4 Gestión de calidad	33
2.4.4.1 Sistema de gestión de calidad	34
2.4.4.1.1 Estructura de ISO 9001-2008.....	34
2.4.4.2 Caracterización de la gestión de calidad.....	37

2.4.4.2.1 Globalización del mercado	37
2.4.4.2.2 Clientes exigentes.....	37
2.4.4.2.3 Aceleración del cambio tecnológico	37
2.4.4.2.4 Éxito de las formas pioneras	37
2.4.4.3 Principios de la gestión de calidad	38
2.4.4.3.1 Enfoque al cliente.....	38
2.4.4.3.2 Liderazgo	38
2.4.4.3.3 Participación del personal.....	38
2.4.4.3.4 Enfoque basado en procesos	38
2.4.4.3.5 Enfoque de sistema para la gestión	38
2.4.4.3.6 Mejora continua.....	38
2.4.4.3.7 Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones	38
2.4.4.3.8 Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor	39
MARCO TEÓRICO DE LA VARIABLE DEPENDIENTE.....	39
2.4.1 Planificación estratégica.....	39
2.4.2 Cadena de valor.....	42
2.4.3 Ventaja competitiva.....	46
2.4.4 Competitividad.....	49
2.4.4.1 Niveles de competitividad	49
2.4.4.1.1 Competitividad interna	49
2.4.4.1.2 Competitividad externa.....	49
2.4.4.2 Factores que influyen en la competitividad	50
2.4.4.2.1 Calidad.....	50
2.4.4.2.2 Productividad	50
2.4.4.2.3 Servicios	50
2.4.4.2.4 Imagen.	50
2.4.4.3 Etapas de la competitividad	51
2.4.4.3.1 Etapa I. Incipiente.....	51
2.4.4.3.2 Etapa II. Aceptable	51
2.4.4.3.3 Etapa III. Superior	51
2.4.4.3.4 Etapa IV. Sobresaliente	52

2.5 HIPÓTESIS	52
2.6 VARIABLES	52
2.6.1 Variable Independiente.....	52
2.6.2 Variable Dependiente	52

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

3.1 ENFOQUE.....	53
3.2 MODALIDAD.....	54
3.2.1 Investigación Bibliográfica.....	54
3.3.2 Investigación de campo	55
3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	55
3.3.1 Investigación Explorativa	55
3.3.2 Investigación Descriptiva	55
3.3.3 Investigación Correlacional	56
3.3.4 Investigación Explicativa	56
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA	56
3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	58
3.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	60
3.7 PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	60

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	62
4.2 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	63
4.3 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS	83
4.3.1 Modelo lógico	83
4.3.2 Nivel de significancia.....	83
4.3.3 Prueba estadística.....	83

4.3.3.1 Combinación de frecuencias	85
4.3.4 Zona de aceptación o rechazo	85
4.3.4.1 Cálculo matemático	86
4.3.5 Decisión final	86

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES	88
5.2 RECOMENDACIONES	91

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1 DATOS INFORMATIVOS.....	92
6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA	93
6.3 JUSTIFICACIÓN	94
6.4 OBJETIVOS.....	95
6.4.1 Objetivo general.....	95
6.4.2 Objetivos específicos.....	95
6.5 ANÁLIS DE FACTIBILIDAD	95
6.5.1 Factibilidad Política	96
6.5.2 Factibilidad Tecnológica	96
6.5.3 Factibilidad Organizacional.....	96
6.5.4 Factibilidad Económica Financiera.....	96
6.5.5 Factibilidad Socio Cultural.....	97
6.5.6 Factibilidad Legal	97
6.6 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA	97
6.6.1 Sistema de gestión de calidad	97
6.6.1.1 Beneficios del sistema de gestión de calidad.....	97
6.6.2 Norma ISO 9001-2008	98

6.6.2.1 Elementos y requerimientos de la norma ISO 9001-2008.....	98
6.7 METODOLOGÍA	126
6.8 ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA.....	200
6.8.1 Organigrama Estructural	200
6.8.2 Presupuesto	201
6.8.3 cronograma de la propuesta.....	202
6.9 PREVICIÓN DE LA EVALUACIÓN.....	203

MATERIAL DE REFERENCIA

Fuentes bibliográficas	204
Fuentes linkográficas	205
Tesis	206
Anexos	207

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla #1: Población y muestra	57
Tabla #2: Comunicación	63
Tabla #3: Monitoreo y seguimiento.....	64
Tabla #4: Capacitación.....	65
Tabla #5: Competencias	66
Tabla #6: Competitividad.....	67
Tabla #7:Sistema para tratar las quejas de los clientes	68
Tabla #8: Demanda del servicio en los tiempos establecidos	69
Tabla #9: Maquinaria y equipo de limpieza.....	70
Tabla #10: Funciones asignadas	71
Tabla #11: Sistema de gestión de calidad(Clientes internos).....	72
Tabla #12: Servicio brindado	73
Tabla #13: Capacidad de innovación.....	74
Tabla #14: Factores.....	75

Tabla #15: Precio	76
Tabla #16: Tiempo	77
Tabla #17: Maquinaria y equipo (Clientes externos).....	78
Tabla #18: Servicio post venta	79
Tabla #19: Competitividad	80
Tabla #20: Etapas de competitividad	81
Tabla #21: Sistema de gestión de calidad (Clientes externos)	82
Tabla #22: Combinación de frecuencias	85
Tabla #23: Chi cuadrado calculado	86
Tabla #24: Presupuesto	201
Tabla #25: Previsión de la evaluación	203

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico #1: Categorización Variable Independiente	18
Gráfico #2: Categorización Variable Dependiente	19
Gráfico #3: Comunicación	63
Gráfico #4: Monitoreo y seguimiento	64
Gráfico #5: Capacitación.....	65
Gráfico #6: Competencias	66
Gráfico #7:Competitividad (Clientes internos)	67
Gráfico #8: Sistemas para tratar las quejas de los clientes.....	68
Gráfico #9: Demanda del servicio en los tiempos establecidos	69
Gráfico #10: Maquinaria y equipo de limpieza (Clientes internos)	70
Gráfico #11: Funciones asignadas	71
Gráfico #12: Sistema de gestión de calidad (Clientes internos)	72
Gráfico #13: Servicio brindado	73
Gráfico #14: Capacidad de innovación.....	74
Gráfico #15: Factores.....	75
Gráfico #16: Precio	76
Gráfico #17: Tiempo.....	77

Gráfico #18: Maquinaria y equipo (Clientes externos).....	78
Gráfico #19: Servicio post venta	79
Gráfico #20: Competitividad (Clientes externos).....	80
Gráfico #21: Etapas de competitividad.....	81
Gráfico #22: Sistema de gestión de calidad (Clientes externos)	82
Gráfico #23: Chi cuadrado	87
Gráfico #24: Organigrama estructural	200

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro #1: Gestión de calidad	58
Cuadro #2: Competitividad	59
Cuadro #3: Recolección de la información	60
Cuadro #4: Cronograma de la propuesta.....	202

RESUMEN EJECUTIVO

El trabajo realizado da a conocer que la empresa Multicisva S.A cuya actividad está orientada a la prestación de servicios de limpieza y mantenimiento, tanto en empresas del sector público, así como personas y empresas del sector privado.

Se pretende mejorar los procesos a través del diseño de un Sistema de Gestión de Calidad bajo los lineamientos de la norma ISO 9001-2008, de forma que se obtenga un mayor nivel de calidad como factor fundamental para incrementar la competitividad.

El crecimiento de la competitividad en el sector servicios ha remarcado la importancia de la calidad como un componente primordial en la decisión de compra. La razón principal radica en la amplia competencia que existe en las distintas ramas económicas de servicio.

Por tanto la dirección de la empresa Multicisva S.A debe gestionar la calidad a través de la planificación, organización y control del desarrollo del sistema, entendiendo como tal el conjunto de estructura, organización, responsabilidades, procesos, procedimientos y recursos que se establecen para llevar a cabo la gestión de la calidad con el compromiso y participación activa de todos los miembros de la empresa.

Palabras claves: Gestión de calidad, Competitividad, Sistema de Gestión de Calidad, Normas ISO.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad la gestión de la calidad busca alcanzar y superar las expectativas de los clientes, mediante la estandarización de procesos y el control de los mismos para satisfacer plenamente sus requisitos.

Por esta razón se requiere un Sistema de Gestión de Calidad que permita identificar los requisitos y exigencias de los clientes y así también estandarizar, mejorar y controlar los procesos.

La presente investigación está estructurada en seis capítulos que se describen a continuación:

En el Capítulo I se expone el problema en estudio, se realiza un análisis del contexto, se plantea la justificación del estudio y se formula los objetivos.

En el Capítulo II se encuentra la fundamentación teórica con antecedentes investigativos, fundamentación filosófica y legal y se presentan las categorías fundamentales de la variable independiente y dependiente en forma gráfica y teórica con respaldos científicos.

En el Capítulo III se presenta el enfoque, modalidad y tipo de investigación; se procede a determinar la población y muestra, finalmente se realiza la operacionalización de las variables independiente y dependiente.

En el Capítulo IV trata del análisis e interpretación de resultados con sus gráficos correspondientes a la aplicación de la encuesta a clientes internos y externos de la empresa Multicisva S.A.

En el Capítulo V se presentan las conclusiones y recomendaciones más representativas de la investigación.

Finalmente en el capítulo VI se desarrolla la propuesta que consiste en el diseño de un Sistema de Gestión de Calidad bajo los lineamientos de la norma ISO 9001-2008 para mejorar la competitividad de la empresa Multicisva S.A

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 TEMA

La Gestión de Calidad y su incidencia en la Competitividad de la empresa Multicisva S.A de la ciudad de Ambato

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1 Contextualización

La empresa de servicio en el transcurso del tiempo se ha convertido en una empresa moderna, innovadora y eficiente, en continua expansión, cuyo objeto social toca todos los aspectos del sector (limpieza, mantenimiento integral de edificios, mantenimiento de jardines, etc.). Su inicio se basó sobre todo en la actividad de limpieza profesional e industrial de edificios y debido a la demanda del mercado, se enfocó a servicios integrales y multiservicios auxiliares de limpieza y mantenimiento.

Las empresas de servicios de limpieza y mantenimiento a nivel mundial, han desarrollado sus servicios, a través del mejoramiento de los procesos, orientados a la calidad y la excelencia con un objetivo claro de crecimiento y posicionamiento en el mercado.

España es el cuarto país del mundo en número de certificados ISO 9001, por detrás de países con parques empresariales de dimensiones muy superiores como China, Italia y Japón.

En España empresas como el Grupo Realce han mejorado la prestación del servicio, su posicionamiento y por ende su rentabilidad a través del mejoramiento de los procesos para la prestación de los servicios.

El éxito en el mercado lo han logrado con la innovación de los productos y servicios y la "Excelencia en el Ejecución", escuchando y respondiendo a los requerimientos tanto de los clientes internos como externos, debido a que en un proceso de mejoramiento continuo, la participación de los trabajadores de la empresa es clave y fundamental para el desarrollo de las actividades, buscando el grado de satisfacción óptimo en todos los clientes.

Para alcanzar este objetivo, uno de los aspectos más importantes es potenciar al personal, en toda la estructura jerárquica, a través de la capacitación constante logrando maximizar la calidad del trabajo y las responsabilidades en cada actividad encomendada, proveyendo de los útiles, uniformes, medios, equipos de seguridad y productos adecuados y compatibles con el medioambiente para una adecuada y correcta ejecución del servicio.

Por su parte el personal de todas las instalaciones es responsable de garantizar que las actividades de limpieza se realicen, de manera que se produzcan siempre los menores desechos de producto posible además de no emitir, no contaminar con ninguno de los productos que utilizan.

Por todo ello, todos los integrantes de la empresa se comprometen como responsables de generar valor que contribuya con un mayor y mejor servicio.

Para la implementación y aseguramiento de la calidad desarrollan y mantienen programas de capacitación que garantizan el conocimiento pleno de la visión, misión y la política de calidad; realizando labores de difusión y realización de los planes anuales de las actividades generales del negocio a través de todos sus equipos con una gran comunicación interdepartamental.

Las empresas mantienen los estándares de Calidad, que fueron desarrollados por profesionales que a su vez realizaron un Manual Operativo de Gestión de Calidad basado en los requisitos de la norma internacional UNE EN ISO9001:2008 y la norma UNE EN ISO 14001:2004, por lo cual las empresas generan un compromiso permanente con sus clientes.

La búsqueda de la calidad total a través de la mejora continua y la eficacia del Sistema de Gestión, basado en la Norma ISO 9001-2008, es el camino elegido por las empresas a nivel mundial para brindar al cliente la satisfacción de tener un servicio que cumpla con los requisitos legales y reglamentaciones aplicables, en el plazo convenido y al menor costo posible. Para conseguirlo, las empresas se basan en los siguientes puntos: implicación, motivación y formación de todos los trabajadores en la necesidad de la mejora continua del sistema de Gestión.

El Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN), dentro del marco legal ha establecido en la Constitución del Ecuador, la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad y demás disposiciones vigentes, desarrolló y aplicó procesos de Normalización, Reglamentación Técnica, Metrología, Certificación y Verificación, en el período 2009-2010.

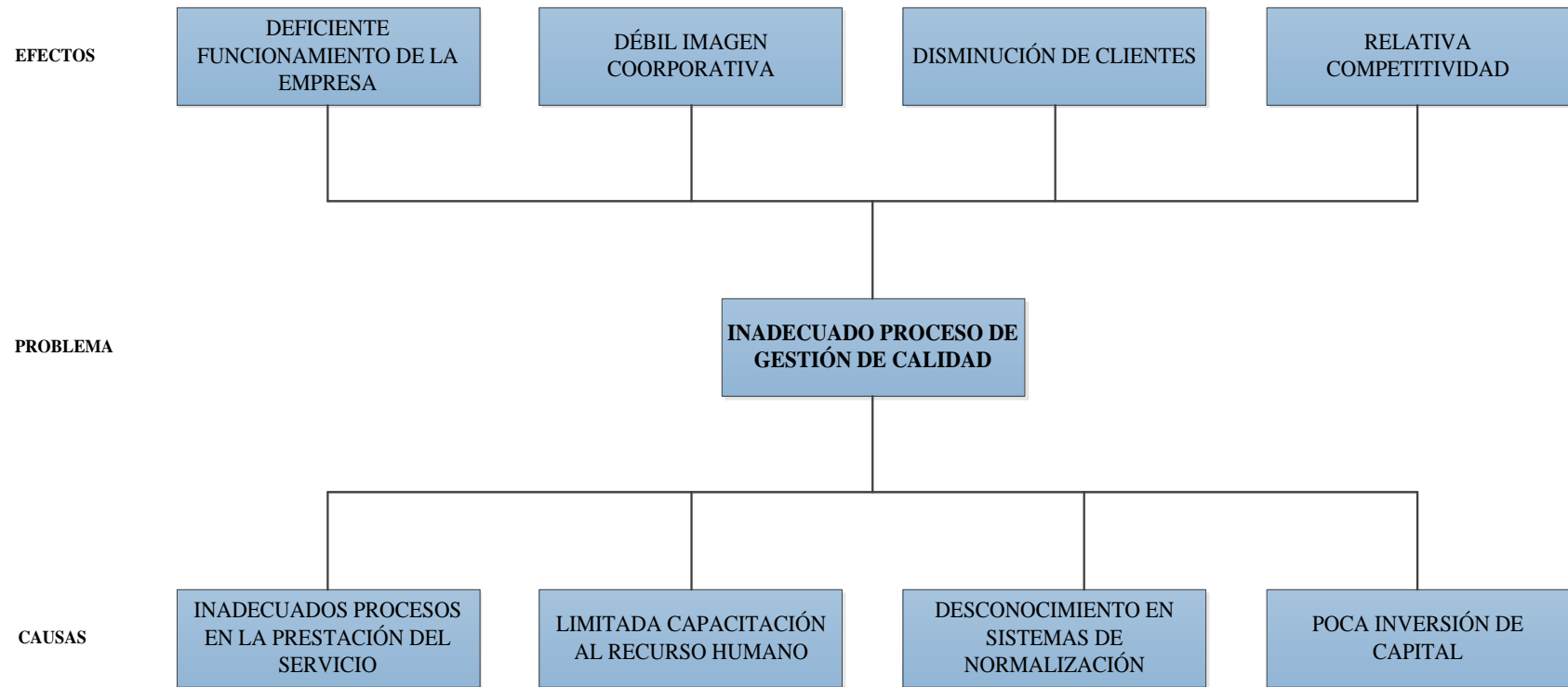
Para que los productos y servicios de estos procesos (normas, reglamentos, certificados, informes de evaluación de la conformidad, sellos de calidad, etc.) sean reconocidos en el ámbito nacional e internacional, el INEN ha cumplido con normativas internacionales, acuerdos de reconocimiento mutuo, y compromisos con organismos internacionales (OMC, BIPM, ISO, SIM, CAN, COPAN, ILAC).

El trabajo realizado por el INEN ha permitido: soportar y respaldar el desarrollo de la industria nacional, contribuir a garantizar la calidad de los bienes y servicios del país, apoyar al desarrollo tecnológico y científico, respaldar los procesos de exportación e importación, y poder evaluar un producto, un proceso, una persona un servicio o sistema respecto a una norma o reglamento.

La empresa Multicisva S.A, a nivel del centro del país pretende ponerse a la par en el desarrollo de un sistema de gestión de calidad (SGC) de los servicios por está brindados; que conlleve a fortalecer los procesos e ingresar en un proceso de mejora continua, que permita innovar y crear procesos formales orientados a un buen ejercicio de la actividad de la empresa y hacia el cumplimiento de su misión y visión que se han enmarcado como objetivos fundamentales, garantizando un servicio de calidad, lo que permitirá mejorar la rentabilidad, logrando un impacto económico en el tiempo y un posicionamiento sólido en el mercado regional y nacional.

En nuestro medio la mayoría de empresas de servicios son familiares, lo cual ha orientado a que la administración de organizaciones no se realice en una forma técnica y las decisiones en su mayoría son tomadas en base a la experiencia y a la corazonada, situación que si bien ha permitido mantener a flote a las empresas, pero no se ha explotado su máximo rendimiento, ni un crecimiento sostenido, más aún si nos encontramos de frente a una globalización que nos obliga a ser entes de calidad, tanto individual como colectivamente. Como parte de la responsabilidad administrativa de quien ejerce la representación y administración de la empresa, es necesario realizar el fortalecimiento de los procesos, orientados a satisfacer las necesidades del cliente.

ÁRBOL DE PROBLEMAS



Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

1.2.2 Análisis crítico

La inadecuada gestión de calidad trae como consecuencia relativa competitividad, por procesos no sistematizados para mejorar continuamente la satisfacción del cliente a través del cumplimiento de sus requisitos y expectativas.

La carencia de sistemas de normalización ocasiona que la empresa proyecte una débil imagen corporativa, por lo tanto no se puede aumentar la credibilidad de la misma mientras no obtenga certificaciones emitidas por entidades acreditadas.

La limitada capacitación produce el inadecuado funcionamiento de la organización, ya que se denota, que se producen deficiencias y fallas en las diferentes actividades de prestación del servicio; por tanto se genera insatisfacción del cliente, lo que a su vez ocasiona en algunos casos la pérdida del mismo.

Finalmente la poca inversión de capital constituye un limitante para la implementación de dicho sistema.

1.2.3 Prognosis

Contar con procesos adecuados que permitan brindar un servicio eficiente y de calidad, contribuye al mejoramiento de varios factores dentro de una organización, como la rentabilidad, la imagen empresarial, el posicionamiento en el mercado y la competitividad.

Al no realizar una adecuada gestión de calidad se puede decir que repercutirá a futuro, pues la empresa perdería competitividad frente a aquellas empresas que están manejando los procesos adecuadamente. A la vez la mala calidad afecta sin distinguir a las empresas; pues a la larga esto se refleja en los registros por las pérdidas producidas a lo largo del tiempo, dado que los consumidores tienden a callar su insatisfacción en materia de servicios siendo poco probable que regresen.

De esto se desprende la necesidad de mejorar la calidad del servicio; determinando parámetros de medida claros; como referencias para lograr resultados, satisfacer al cliente, propiciar la mejora continua y lograr competitividad.

En última instancia puede generarse la liquidación de la empresa por el nivel de incumplimiento con respecto a las exigencias del cliente.

1.2.4 Formulación del problema

¿Cómo incide la inadecuada gestión de la calidad en la competitividad de la empresa Multicisva S.A de la ciudad de Ambato?

1.2.5 Preguntas directrices

¿Cómo se aplica la gestión de calidad en la empresa Multicisva S.A?

¿Qué factores determinan la competitividad en la empresa Multicisva S.A?

¿El diseño de un sistema de gestión de calidad, bajo estándares de la norma ISO 9001-2008 mejorará la competitividad de la empresa Multicisva S.A?

1.2.6 Delimitación del problema

Por contenido

Campo: Administrativo

Área: Organización

Aspecto: Gestión

Delimitación espacial

El presente estudio se realizó en la empresa Multicisva S.A de la ciudad de Ambato que se encuentra ubicada en la Ciudadela Presidencial en las calles Isidro Ayora e Isidro Viteri.

Delimitación Temporal

La investigación se realizó en el período comprendido desde Julio del 2013 – Diciembre del 2013.

Unidades de Observación.

La investigación se realizó a los clientes internos y externos de la empresa Multicisva S.A de la ciudad de Ambato.

1.3 JUSTIFICACIÓN

A través de la realización de la tesis de grado se podrá poner en práctica los conocimientos adquiridos durante la formación profesional y a la vez llenar los vacíos académicos para de esta manera poder resolver el problema encontrado en la empresa Multicisva S.A.

Sin duda alguna se puede decir que la gestión de calidad dentro de las empresas es un factor primordial y determinante cuyo impacto incide en su competitividad y productividad.

En la actualidad, las empresas desean dar un servicio y un producto excelente; lo cual beneficiará a sus clientes a través de la adopción de un modelo de gestión de calidad que permitirá además, mejores resultados para el negocio.

Sin embargo para el logro del éxito empresarial, los clientes deben estar dispuestos a pagar por el servicio o el producto que la empresa ofrece y esto depende en buena medida de la percepción del cliente sobre el valor de lo que se le ofrece.

En este sentido, la gestión por procesos permite gestionar con eficiencia y medir la satisfacción del cliente, lo cual es vital en la búsqueda continua de la excelencia en el negocio.

Por otra parte, la filosofía de la gestión por procesos impregna a la empresa de una dinámica de mejora continua, siendo este su apoyo teórico, gracias al cual el cliente interno trabaja con la meta de satisfacer al cliente externo o, en otras palabras, con la meta de retener a los clientes externos. Esta meta evidencia el hecho de que en los mercados actuales es prioritario buscar la calidad requerida por el cliente y la concepción del bien o servicio.

Para lograr la orientación al cliente la empresa debe iniciar con una gestión basada en procesos lo que lleva a tener mayores beneficios y crecimiento; suponiendo esto una mejor satisfacción del propietario y de sus colaboradores. Según (Ruiz, 2004, pág. 88)

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General

Determinar cómo incide la gestión de calidad en la competitividad de la empresa Multicisva S.A

1.4.2 Objetivos Específicos

- Diagnosticar cómo se aplica la gestión de calidad en la empresa Multicisva S.A.
- Identificar qué factores determinan la competitividad en la empresa Multicisva S.A.
- Proponer el diseño de un Sistema de Gestión de Calidad, bajo estándares de la norma ISO 9001-2008 para mejorar la competitividad de la empresa Multicisva S.A.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES

La presente investigación se ha sustentado en los siguientes antecedentes:

(Acosta, 2011, pág. 94) En su tema “Diseño y propuesta del sistema de gestión de calidad para AGILSEG. CIA. LTDA., utilizando normas ISO 9001-2008”. Facultad de Ciencias Administrativas de la Escuela Politécnica del Ejército. Tiene como objetivo diseñar y proponer un Sistema de Gestión de Calidad a la empresa AGILSEG. CIA. LTDA., utilizando normas de la ISO 9001-2008, para obtener control de las operaciones en los distintos departamentos, del cliente interno y externo; llegando a la conclusión que el manejo de la empresa por procesos permitirá implantar de mejor manera los servicios a los cuales se dedica desde la constitución de la misma.

(Medina R. , 2012, pág. 90) En su tema “La gestión de calidad de servicios y su impacto en la satisfacción de los clientes de la Cooperativa de ahorro y crédito KULLKI WASI. LTDA., de la ciudad de Ambato”. Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato; propone el diseño de un Sistema de Gestión de Calidad, bajo estándares de la norma ISO 9001-2008, para incrementar el nivel de satisfacción de los clientes con lineamientos en los procesos del servicio como una implementación de un Sistema de Gestión de Calidad dentro de la Cooperativa, para mantener y corregir el servicio ofrecido, mejorando la calidad, aumentando la confiabilidad, enfocándose en la satisfacción de los socios.

(Barrionuevo, 2010, pág. 92) En su tema “Sistema de Gestión de calidad y su incidencia en la Competitividad de la fábrica ESPROM de la ciudad de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato; propone un Sistema de Gestión de Calidad para incrementar los índices de Competitividad de la fábrica ESPROM; ya que el manejo de la calidad dentro de la fábrica se ha venido desarrollando en forma empírica, razón por la cual no se puede satisfacer en su totalidad las necesidades de los clientes, siendo imperiosa la necesidad de implementar un manual de calidad para de esta manera establecer una cultura de superación y mejora continua.

2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

Para la presente investigación utilizamos el paradigma Critico-Propositivo por las siguientes razones:

Hoy en día el principal objetivo de las empresas es ser competitivas, por esta razón los clientes internos se sujetan a los cambios, ya sea para mejorar sus procesos internos, crear un mejor ambiente de trabajo adecuado, consolidar y penetrar en nuevos mercados, etc.

El sistema de Gestión de la Calidad contribuye a la eficiencia y eficacia de una organización en el logro de sus objetivos por medio de un conjunto de elementos interdependientes que persiguen un mismo fin.

Los valores que la empresa posee son llevados siempre en cuenta al momento de aplicar la Gestión Administrativa de calidad buscando que estos beneficien a cada uno de los que están involucrados con la organización.

El sistema de la gestión de la calidad se aplicará involucrando a todos los que integran la organización, de tal forma que todos participen conjuntamente como un equipo, esto es en capacitaciones, entrenamiento, etc., es decir los procesos de cambio aplicados a la competitividad de la empresa.

La investigación se sustenta bajo los criterios del paradigma crítico-propositivo ya que busca la participación activa del investigador y los involucrados, para generar transformaciones positivas en la organización

2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Para proponer una solución a través de la sistematización de procesos será necesario también que la empresa cumpla con los respectivos respaldos legales que se encuentran en el catálogo de normas técnicas ecuatorianas el control de calidad.

CONTROL DE CALIDAD

Art. 64.- Bienes y Servicios Controlados.- El Instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN, determinará la lista de bienes y servicios, provenientes tanto del sector privado como del sector público, que deban someterse al control de calidad y al cumplimiento de normas técnicas, códigos de práctica, regulaciones, acuerdos, instructivos o resoluciones.

Además, en base a las informaciones de los diferentes ministerios y de otras instituciones del sector público, el INEN elaborará una lista de productos que se consideren peligrosos para el uso industrial o agrícola y para el consumo. Para la importación y/o expendio de dichos bienes, el ministerio correspondiente, bajo su responsabilidad, extenderá la debida autorización.

Art. 65.- Autorizaciones Especiales.- El Registro Sanitario y los certificados de venta libre de alimentos, serán otorgados según lo dispone el Código de la Salud, de conformidad con las normas técnicas, regulaciones, resoluciones y códigos de práctica, oficializados por el Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN- y demás autoridades competentes, y serán controlados periódicamente para verificar que se cumplan los requisitos exigidos para su otorgamiento. Para la introducción de bienes importados al mercado nacional, será requisito indispensable contar con la homologación del Registro Sanitario y de los permisos de comercialización otorgados por autoridad competente de su país de origen, según lo dispone el Reglamento a la presente Ley y las demás leyes conexas, salvo los casos de aplicación de acuerdos de reconocimiento mutuo vigentes y los que pudieren entrar en vigencia a futuro entre la República del Ecuador y otros países, en el marco de los procesos de integración.

Art. 66.- 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. De comprobarse técnicamente una defectuosa calidad de dichos bienes y servicios, el INEN no permitirá su comercialización; para esta comprobación técnica actuará en coordinación con los diferentes organismos especializados públicos o privados, quienes prestarán obligatoriamente sus servicios y colaboración.

Las normas técnicas no podrán establecer requisitos ni características que excedan las establecidas en los estándares internacionales para los respectivos bienes.

Art. 67.- Delegación.- El Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN- y las demás autoridades competentes, podrán, de acuerdo con la Ley y los Reglamentos, delegar la facultad de control de calidad mencionada en el artículo anterior, a los municipios que cuenten con la capacidad para asumir dicha responsabilidad.

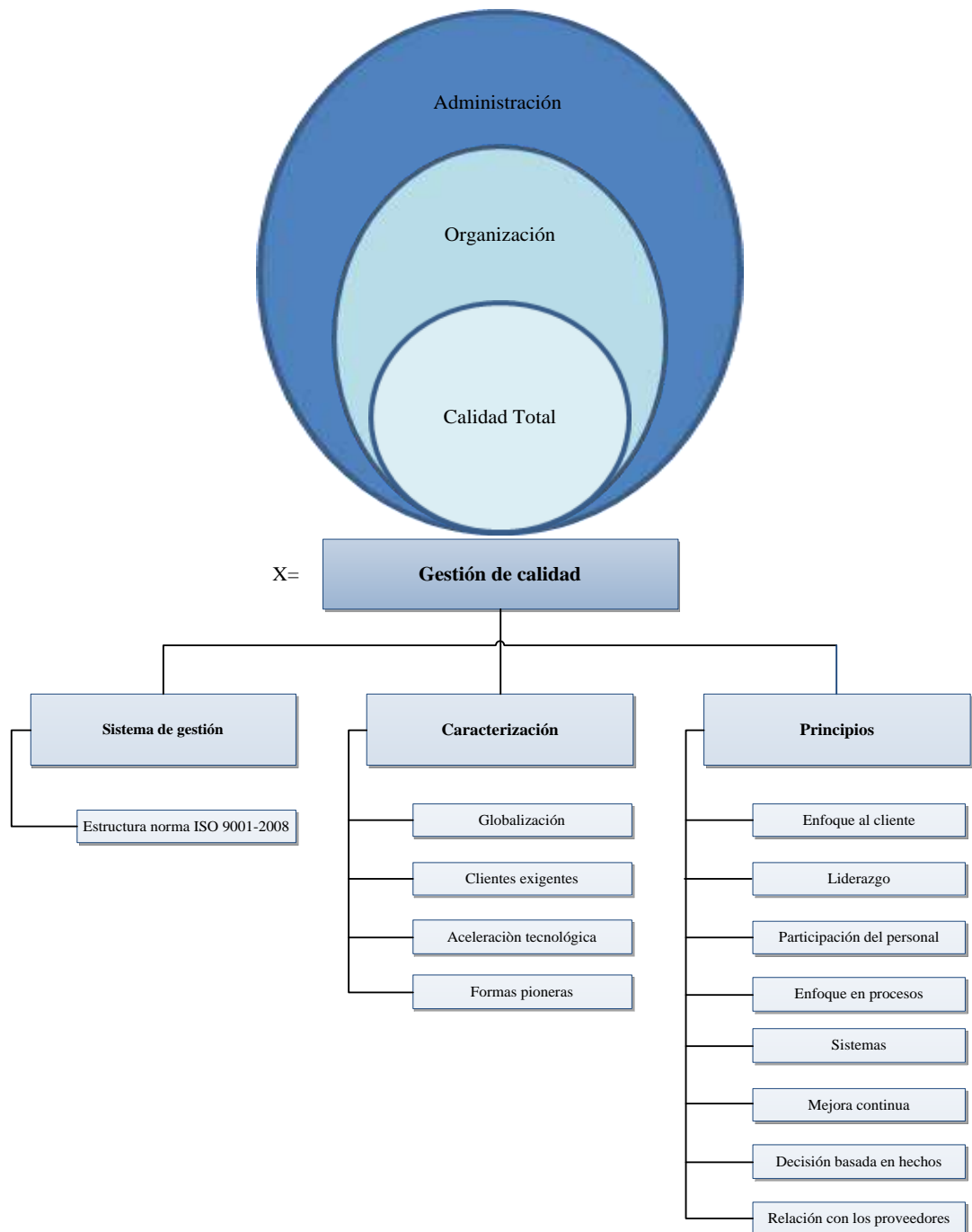
Art. 68.- Unidades de Control.- El Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN- promoverá la creación y funcionamiento de los departamentos de control de calidad, dentro de cada empresa pública o privada, proveedora de bienes o prestadora de servicios. Así mismo, reglamentará la posibilidad de que, alternativamente, se contraten laboratorios de las universidades y escuelas politécnicas o laboratorios privados debidamente calificados para cumplir con dicha labor.

Art. 69.- Capacitación.- El Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN- realizará programas permanentes de difusión sobre normas de calidad a los proveedores y consumidores, utilizando, entre otros medios, los de comunicación social, en los espacios que corresponden al Estado, según la Ley. (Supertel, 2011)

La gestión de calidad se relaciona con estos artículos ya que mediante la misma se busca mejorar los procesos bajo las normas técnicas y los lineamientos establecidos por el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) para la ofrecer productos y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes.

2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

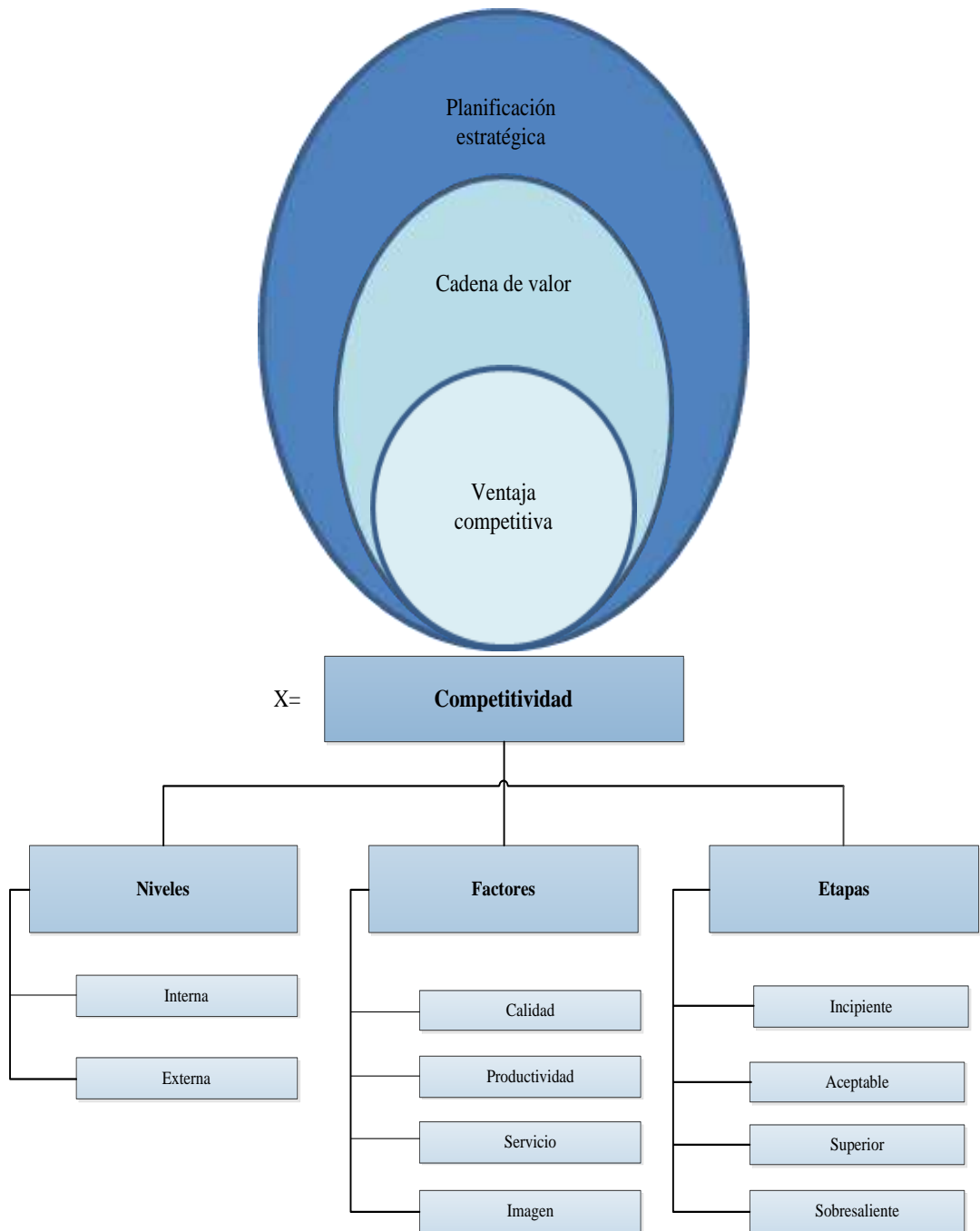
Gráfico #1: Categorización Variable Independiente



Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Gráfico #2: Categorización Variable Dependiente



Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

MARCO TEÓRICO DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

Definición de categorías

2.4.1 Administración

Según (Munch, 2010, pág. 23) la administración es una actividad indispensable en cualquier organización, de hecho es la manera más efectiva para garantizar su competitividad. Existen diversos conceptos de administración, colonialmente se dice que “administración es hacer algo a través de otros”, otra acepción es lo que se conoce como la “ley de oro de la administración”, entendida como hacer más con menos.

Es posible concluir que la administración es la herramienta más poderosa para la permanencia y competitividad de cualquier organización.

La importancia de la administración es indiscutible debido a que reporta múltiples ventajas:

- A través de sus técnicas y procesos se logra mayor rapidez, efectividad y simplificación en el trabajo con los consecuentes ahorros de tiempo y costos.
- De acuerdo con lo anterior, incide la productividad, eficiencia, calidad y competitividad de cualquier organización.
- Propicia la obtención de los máximos rendimientos y la permanencia en el mercado.

Características inherentes de la disciplina administrativa

La administración posee ciertas características que la diferencian de otras disciplinas:

- **Universalidad.-** Es indispensable en cualquier grupo social, ya sea en una empresa pública o privada o en cualquier tipo de institución.
- **Valor instrumental.-** Su finalidad es eminentemente práctica, siendo la administración un medio para lograr los objetivos de un grupo.
- **Multidisciplinar.-** Utiliza y aplica conocimientos de varias técnicas.
- **Especificidad.-** Aunque la administración se auxilia de diversas ciencias, su campo de acción es específico, por lo que puede confundirse con otras disciplinas.
- **Versatilidad.-** Los principios administrativos son flexibles y se adaptan a las necesidades de cada grupo social en donde se aplican.

Competitividad y la administración

Además de la calidad del producto o servicio, existen múltiples factores que promueven una mayor competitividad, por ejemplo el precio, las estrategias de mercado y el servicio. Un excelente producto o servicio, sin el soporte de una adecuada administración no tendrá permanencia en el mercado. De ahí la importancia de esta disciplina y sus técnicas para garantizar la competitividad y el éxito empresarial.

Los productos y servicios deben reunir ciertas características particulares que los diferencien de otros similares, de tal forma que cumplan con las expectativas del cliente, con la finalidad de asegurar su aceptación en el mercado.

Proceso administrativo

La administración comprende una serie de fases, etapas o funciones, cuyo conocimiento resulta esencial para aplicar el método, los principios y las técnicas de esta disciplina correctamente.

En la administración de cualquier empresa existen dos fases: una estructural, en la que a partir de uno o más fines se determina la mejor forma de obtenerlos; y otra operacional, en que se ejecutan todas las actividades necesarias para lograr lo establecido durante el período de estructuración.

Etapas del proceso administrativo

Existen diversos criterios acerca del número de etapas que constituyen el proceso administrativo aunque, de hecho, para todos los autores los elementos o funciones de la administración sean los mismos. A continuación se mencionan los siguientes:

- **Planeación.-** Es cuando se determinan los escenarios futuros y el rumbo hacia donde se dirige la empresa, así como la definición de resultados que se pretenden obtener y las estrategias para lograrlos minimizando riesgos.
- **Organización.-** Consiste en el diseño y determinación de estructuras, procesos, funciones y responsabilidades, así como el establecimiento de métodos, y la aplicación de técnicas tendientes a la simplificación del trabajo.
- **Integración.-** Es la función a través de la cual se eligen y obtienen los recursos necesarios para poner en marcha las operaciones.
- **Dirección.-** Consiste en la ejecución de todas las fases del proceso administrativo mediante la conducción y orientación de los recursos, y el ejercicio del liderazgo.

- **Control.-** Es la fase del proceso administrativo a través de la cual se establecen estándares para evaluar los resultados obtenidos con el objetivo de corregir desviaciones, prevenirlas y mejorar continuamente las operaciones.

Por su parte (Hernández S. , 2008, pág. 7) define a la administración como una ciencia compuesta por principios, técnicas y prácticas, cuya aplicación a conjuntos humanos permite establecer sistemas racionales de esfuerzo cooperativo, por medio de los cuales se pueden alcanzar propósitos comunes que individualmente no se podrían lograr en organismos sociales.

Mientras que, Fremont E. Kast dice que la administración es la coordinación de hombres y recursos materiales para el logro de objetivos organizativos, lo que se logra a partir de cuatro elementos:

- Dirección hacia objetivos
- Por medio de gente
- Mediante técnicas
- Dentro de una organización

Roles y funciones de la administración de empresas

En el caso del administrador, cualquiera que sea su profesión, se le asocia con una persona que sabe hacer negocios, generar utilidades legales, aprovechar los recursos de las empresas, planear correctamente el futuro de las mismas, entre otras cosas.

Tradicionalmente, son tres los roles más asociados con ellos:

- **Maximizador de utilidades.-** Implica que el administrador sabe cómo mejorar la eficiencia financiera y económica de las empresas.
- **Equilibrador del capital económico y los trabajadores.-** Significa que no tiene compromiso parcial con ninguna de las partes enunciadas y que sabe negociar para que todas las partes se beneficien por medio de acciones y habilidades del administrador.
- **Organizador técnico de los procesos productivos.-** Por tanto, la sociedad espera que sea un experto en crear sistemas de organización, políticas y normas de trabajo de alta calidad.

Niveles gerenciales

Las empresas establecen niveles de autoridad y responsabilidad denominadas jerarquías. La administración se ejerce por medio de los niveles gerenciales que varían de acuerdo a la capacidad otorgada o delegada al administrador en relación a su jerarquía organizacional. Tradicionalmente el trabajo administrativo en las organizaciones se ha clasificado en tres niveles: Alta dirección, Gerencia media y Supervisor de operaciones.

- **Alta dirección.-** Cuando el administrador profesional se encuentra en el nivel de alta dirección, con la capacidad delegada para gerenciar con autonomía, determinar metas políticas, los procesos, tomar decisiones con libertad, sólo con la condición de que la empresa cumpla con la misión, sus objetivos y resultados estimados, convenidos con los propietarios o los consejos administrativos (asamblea de accionistas); será evaluado por los resultados que logre durante su gestión.

- **Gerencia media.**- La alta dirección se apoya en los gerentes de funciones claves de los negocios, como lo son: finanzas, producción, comercialización o mercadotecnia, recursos humanos o personal, también conocidas como áreas funcionales. Cada una de estas tiene funciones especiales de trabajo del administrador, por lo que las empresas delegan todo lo relacionado a ellas.

La gerencia media debe lograr efectividad, esto es que se cumplan los resultados y se observen los métodos, por ello este nivel tiene un grado de dificultad; primero debe seguir los lineamientos de la alta dirección orientados a resultados y segundo, darle orden a las operaciones.

- **Supervisión de operaciones.**- El nivel operativo gerencial es el encargado de realizar técnicamente los procesos de producción, comercialización o mercadotecnia, recursos humanos o personal. En este nivel la toma de decisiones es limitada, en realidad se aplican las políticas y los procedimientos con rigidez, lo que en ocasiones genera problemas, deteniendo el crecimiento de la organización y de las personas que ocupan los puestos.

Según (Harold, 2008, pág. 4) la administración es el proceso de diseñar y mantener un ambiente donde individuos, que trabajan juntos en grupos, cumplen metas específicas de manera eficiente. Esta información básica necesita ampliarse:

- Como gerentes, las personas realizan las funciones gerenciales de planear, organizar, integrar personal, dirigir y controlar.
- La administración se aplica a cualquier tipo de organización.
- También se aplica a todos los gerentes de todos los niveles organizacionales.
- La meta de los gerentes es la misma: crear superávit

- La administración se ocupa de la productividad, lo que implica efectividad y eficiencia.

La administración como elemento esencial para cualquier organización

Los gerentes tienen la responsabilidad de tomar decisiones que permitan a los individuos hacer sus mejores contribuciones a los objetivos de grupo. Así la administración se aplica a organizaciones grandes y pequeñas, empresas lucrativas y no lucrativas y a industrias de manufactura y servicios.

2.4.2 Organización

Para (Munch, 2010, pág. 61) la organización consiste en el diseño y determinación de los procesos, sistemas, métodos y procedimientos tendientes a la simplificación y optimización del trabajo.

Propósito

El propósito de la organización es simplificar el trabajo y coordinar y optimizar funciones y recursos. En otras palabras: lograr que el funcionamiento de la empresa resulte sencillo y que los procesos sean fluidos para quienes trabajan en ella, así como para la atención y satisfacción de los clientes.

En esta etapa se definen las áreas funcionales, las estructuras, los procesos, sistemas y jerarquías para lograr los objetivos de la empresa así como los sistemas y procedimientos para efectuar el trabajo.

La organización implica múltiples ventajas que fundamentan la importancia de desempeñar las actividades eficientemente, con un mínimo de esfuerzo.

Estas ventajas son:

- Reducir los costos e incrementar la productividad
- Reducir e eliminar la duplicidad
- Establecer la arquitectura de la empresa
- Simplificar el trabajo

Proceso de organización

El proceso de organización está constituido por las siguientes etapas:

- **División del trabajo**

Para dividir el trabajo es necesario llevar a cabo una secuencia que abarca las siguientes etapas:

- ✓ Describir procesos es el primer paso para llevar a cabo la organización; es la descripción de los procesos básicos, macro procesos, o funciones principales que se desempeña en la organización.
- ✓ Definir las funciones más importantes.
- ✓ Clasificar y agrupar funciones de acuerdo con los macro procesos.
- ✓ Establecer líneas de comunicación e interrelación.
- ✓ Definir los microprocesos; una vez que se han definido los macro procesos se procede a organizar los procesos de los departamentos o áreas de la empresa.

- **Coordinación**

Es indispensable que la división del trabajo se sustente en la coordinación, la cual consiste en lograr la unidad de esfuerzos de forma tal que las funciones y los resultados se desarrollen sin duplicidades, tiempos ociosos y fugas de responsabilidad.

Según (Villalva, 2010) la organización es el establecimiento de la estructura necesaria para la sistematización racional de los recursos, mediante la determinación de jerarquías, disposición, correlación y agrupación de actividades, con el fin de poder realizar y simplificar las funciones del grupo social.

Elementos

- **Estructura.-** La organización implica el establecimiento del marco fundamental en el que habrá el grupo social, ya que establece la disposición y la correlación de las funciones, jerarquías y actividades necesarias para lograr los objetivos.
- **Sistematización.-** Las actividades y recursos de la empresa, deben de coordinarse racionalmente para facilitar el trabajo y la eficiencia.
- **Agrupación y asignación de actividades y responsabilidades.-** En la organización surge la necesidad de agrupar, dividir y asignar funciones a fin de promover la especialización.
- **Jerárquica.-** La organización, como estructura, origina la necesidad de establecer niveles de autoridad y responsabilidad dentro de la empresa.
- **Simplificación de funciones.-** Uno de los objetivos básicos de la organización es establecer los métodos más sencillos para realizar el trabajo de la mejor manera posible.

Importancia de la Organización.

Los fundamentos básicos que demuestran la importancia de la organización son:

- Es de carácter continuo; jamás se puede decir que ha terminado, dado que la empresa y sus recursos están sujetos a cambios constantes (expansión, contracción, nuevos productos, etc.), lo que obviamente redundaría en la necesidad de efectuar cambios en la organización.
- Es un medio a través del cual se establece la mejor manera de lograr los objetivos del grupo social.
- Suministra los métodos para que se puedan desempeñar las actividades eficientemente, con un mínimo de esfuerzo.
- Evita la lentitud e ineficiencia de las actividades, reduciendo los costos e incrementando la productividad.
- Reduce o elimina la duplicidad de esfuerzos, al delimitar funciones y responsabilidades.

A criterio de (Amador, s/f, págs. 1-4) la organización trata de determinar que recursos y que actividades se requieren para alcanzar los objetivos de la empresa. Luego se debe de diseñar la forma de combinarla en grupo operativo, es decir, crear la estructura departamental de la empresa. De la estructura establecida necesaria la asignación de responsabilidades y la autoridad formal asignada a cada puesto. Podemos decir que el resultado a que se llegue con esta función es el establecimiento de una estructura organizativa.

Tipos de organizaciones

- **Organización Formal:** Es la estructura intencional de papeles en una empresa organizada formalmente. Cuando se dice que una organización es formal, no hay en ello nada inherentemente inflexible o demasiado limitante. Para que el gerente organice bien, la estructura debe proporcionar un ambiente en el cual el desempeño individual, tanto presente como futuro, contribuya con más eficiencia a las metas del grupo.

La organización formal debe ser flexible. Deberá darse cabida a la discreción para aprovechar los talentos creativos, y para el reconocimiento de los gustos y capacidades individuales en la más formal de las organizaciones. Sin embargo el esfuerzo individual en una situación de grupo debe canalizarse hacia metas del grupo y de la organización.

- **Organización Informal:** El autor Chester Barnard, en su obra considera como organización informal cualquier actividad personal conjunta sin un propósito consciente conjunto, aun cuando contribuya a resultados conjuntos, así podemos tener el ejemplo de personas que juegan ajedrez.

Principios de organización:

- **Unidad de mando.-**Un subordinado sólo deberá recibir órdenes de un solo jefe, cuando no se respeta este principio se generan fugas de responsabilidad, se da la confusión y se produce una serie de conflictos entre las personas.
- **Especialización.-** Consiste en agrupar las actividades de acuerdo a su naturaleza, de tal forma que se pueda crear la especialización en la ejecución de las mismas.

- **Paridad de autoridad y responsabilidad.-** La autoridad se delega y la responsabilidad se comparte y por ello se debe mantener un equilibrio entre la autoridad y la responsabilidad.
- **Equilibrio de Dirección–Control.-** Consiste en diseñar una estructura de tal forma que nos permita coordinar las acciones y al mismo tiempo evaluar los resultados de la misma.
- **Definición de puestos.-**Se debe definir con claridad el contenido de los puestos en relación a los objetivos de los mismos.

Pasos básicos para organizar

- Dividir la carga de trabajo entera en tareas que puedan ser ejecutadas, en forma lógica y cómoda, por personas o grupos. Esto se conoce como la división del trabajo.
- Combinar las tareas en forma lógica y eficiente, la agrupación de empleados y tareas se suele conocer como la departamentalización.

2.4.3 Calidad Total

La definición de (James, 2004, pág. 62) la calidad total es un sistema administrativo enfocado hacia las personas que intenta lograr un incremento continuo en la satisfacción del cliente a un costo real cada vez más bajo.

Es un enfoque de sistema total y parte integral de una estrategia de alto nivel; funciona de modo horizontal en todas las funciones y departamentos, comprende a todos los empleados, de arriba abajo y se extiende hacia atrás y hacia delante para incluir la cadena de proveedores y la cadena de clientes. Destaca el aprendizaje y la adaptación al cambio continuo como las claves para el éxito de la organización.

Principios de la calidad total

La calidad total se basa en tres principios funcionales:

- **Enfoque en los clientes y los accionistas.-** El cliente es juez principal de la calidad. Las percepciones de valor y satisfacción son afectadas por muchos factores en todas las experiencias generadas de compra, posesión y servicio del cliente. Para realizar esta tarea, los esfuerzos de una empresa deben extenderse más allá del simple cumplimiento de las especificaciones, la disminución de defectos y errores o la resolución de quejas.
- **Participación y trabajo en equipo.-** Cuando los directivos dan a los empleados las herramientas necesarias para tomar decisiones acertadas, así como la libertad y motivación para hacer contribuciones, garantizan la obtención de productos y procesos de mejor calidad.
- **El mejoramiento continuo.-** Se refiere tanto a los cambios incrementales, que son pequeños y graduales, como a las innovaciones, o mejoras grandes y rápidas.

Según (Moreno, Peris, & Gonzalez, 2006, pág. 7) la calidad total es un concepto, una filosofía, una estrategia, un modelo de hacer negocios y está focalizado hacia el cliente.

La calidad total no solo se refiere al producto o servicio en sí, sino que es la mejoría permanente del aspecto organizacional, gerencial; tomando una empresa como una máquina gigantesca, donde cada trabajador, desde el gerente, hasta el funcionario del más bajo nivel jerárquico está comprometido con los objetivos empresariales.

Para que la calidad total se logre a plenitud, es necesario que se rescaten los valores morales básicos de la sociedad y es aquí, donde el empresario juega un papel fundamental, empezando por la educación previa de sus trabajadores para conseguir una población laboral más predispuesta, con mejor capacidad de asimilar los problemas de calidad, con mejor criterio para sugerir cambios en provecho de la calidad, con mejor capacidad de análisis y observación del proceso de manufactura.

Mientras que (Howars, 1991, pág. 9) define a la calidad total como el juicio que tienen los clientes o usuarios sobre un producto o servicio; es el punto en el que se sienten que sobrepasa sus necesidades y expectativas.

Ambiente de calidad

El ambiente de calidad depende en gran parte de la habilidad de la administración para crear una atmósfera que demuestre su dedicación en comprender su importancia y en aceptar su responsabilidad por mejorarla. El medio ambiente de la calidad fomenta el trabajo en equipo, la comunicación, la solución en común de los problemas, la confianza, la seguridad, el orgullo en la labor ejecutada y un mejoramiento interminable.

2.4.4 Gestión de calidad

Según (Gómez, 2005, pág. 20) se llama gestión de la calidad al aspecto de la función general de la empresa que determina y aplica la política de la calidad. La obtención de la calidad deseada requiere el compromiso y la participación de todos los miembros de la empresa, la responsabilidad de la gestión recae en la alta dirección de la empresa.

Esta gestión incluye planificación, organización y control del desarrollo del sistema y otras actividades relacionadas con la calidad, la implantación de la política de calidad de una empresa requiere un sistema de la calidad, entendiendo como tal el conjunto de estructura, organización, responsabilidades, procesos, procedimientos y recursos que se

establecen para llevar a cabo la gestión de la calidad. El sistema de la calidad no deberá extenderse más que a las exigencias para realizar los objetivos de la calidad.

2.4.4.1 Sistema de gestión de calidad

Desarrollar un SGC con las normas ISO 9001:2008 es válido para cualquier organización, independientemente de su tamaño o sector, que busque mejorar la manera en que se trabaja y funciona. Además, los mejores retornos en la inversión, vienen de compañías preparadas para implantar la citada normativa en cualquier parte de su organización.

2.4.4.1.1 Estructura de ISO 9001:2008

La norma ISO 9001:2008 está estructurada en ocho capítulos, refiriéndose los tres primeros a declaraciones de principios, estructura y descripción de la empresa, requisitos generales, etc., es decir, son de carácter introductorio. Los capítulos cuatro a ocho están orientados a procesos y en ellos se agrupan los requisitos para la implantación del sistema de calidad.

1. OBJETO Y CAMPO DE APLICACIÓN.- No se enuncia ningún requisito.

1.1 Generalidades

1.2 Aplicación

2. REFERENCIAS NORMATIVAS.-Fundamentos y vocabulario.

3. TÉRMINOS Y DEFINICIONES.- Se informa que para el propósito del documento son aplicables términos y definiciones.

4. SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD.- Contiene los requisitos generales y los requisitos para gestionar la documentación.

4.1 Requisitos generales

4.2 Requisitos de documentación

5. RESPONSABILIDADES DE LA DIRECCIÓN.- Contiene los requisitos que debe cumplir la dirección de la organización, tales como definir la política, asegurar que las responsabilidades y autoridades están definidas, aprobar objetivos, el compromiso de la dirección con la calidad, etc.

5.1 Compromiso de la dirección

5.2 Enfoque al cliente

5.3 Política de calidad

5.4 Planificación

5.5 Responsabilidad, autoridad y comunicación

5.6 Revisión por la dirección

6. GESTIÓN DE LOS RECURSOS.- La Norma distingue 3 tipos de recursos sobre los cuales se debe actuar: RRHH, infraestructura, y ambiente de trabajo. Aquí se contienen los requisitos exigidos en su gestión.

6.1 Provisión de los recursos

6.2 Recursos humanos

6.3 Infraestructura

6.4 Ambiente de trabajo

7. REALIZACIÓN DEL PRODUCTO.- Aquí están contenidos los requisitos puramente productivos, desde la atención al cliente, hasta la entrega del producto o el servicio.

7.1 Planeación de la realización del producto

7.2 Procesos relacionados con el cliente

7.3 Diseño y desarrollo

7.4 Compras

7.5 Producción y prestación del servicio

7.6 Control de los equipos de seguimiento y medición

8. MEDICIÓN, ANÁLISIS Y MEJORA.- Aquí se sitúan los requisitos para los procesos que recopilan información, la analizan, y que actúan en consecuencia. El objetivo es mejorar continuamente la capacidad de la organización para suministrar productos que cumplan los requisitos. El objetivo declarado en la Norma, es que la organización busque sin descanso la satisfacción del cliente a través del cumplimiento de los requisitos.

8.1 Generalidades

8.2 Seguimiento y medición

8.3 Control de producto no conforme

8.4 Análisis de los datos

8.5 Mejora

Mientras que para (Pérez, 2002) la gestión de calidad es una función de la organización para coordinar los esfuerzos de todas las gerencias con el propósito de implementar un sistema de gestión de calidad, a través de una serie de actividades que la organización desarrolla que lleven al incremento de la satisfacción del cliente.

2.4.4.2 Caracterización de la gestión de calidad total

La evolución hacia este nuevo enfoque es consecuencia de los retos a los que tienen que enfrentarse las empresas en los mercados actuales. Estos retos pueden sintetizarse en los siguientes puntos:

2.4.4.2.1 Globalización del mercado, que ha supuesto un aumento de la competencia al añadir a esta la dimensión internacional, con una amplitud no conocida anteriormente.

2.4.4.2.2 Clientes exigentes, con expectativas y necesidades cambiantes y cada vez más elevadas.

2.4.4.2.3 Aceleración del cambio tecnológico, que implica ciclos de vida del producto cada vez más cortos.

2.4.4.2.4 Éxito de las formas pioneras, más globales y por gestión de calidad participativas.

A criterio de (PÉREZ, 1994, pág. 255) la gestión de calidad 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.

En esta nueva evolución, en el concepto filosófico de la calidad se introduce a lo ya existente (inspección, control de calidad y aseguramiento de la calidad), la participación del proveedor y del consumidor como socios estratégicos de la empresa.

La implantación de la Gestión de la Calidad Total depende de un pleno compromiso e involucramiento de la alta gerencia de la organización.

2.4.4.3 Principios de la gestión de calidad

Los principios de gestión de la calidad, de acuerdo a lo indicado en la norma ISO 9001 son:

2.4.4.3.1 Enfoque al cliente: las organizaciones dependen de sus clientes, por lo tanto deben comprender sus necesidades actuales y futuras, satisfacer sus requisitos y esforzarse en exceder sus expectativas.

2.4.4.3.2 Liderazgo: Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización. Deben crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse en el logro de los objetivos de la organización.

2.4.4.3.3 Participación del personal: El personal, a todos los niveles, es la esencia de la organización, y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización.

2.4.4.3.4 Enfoque basado en procesos: Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso.

2.4.4.3.5 Enfoque de sistema para la gestión: identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficacia y eficiencia de la organización en el logro de sus objetivos.

2.4.4.3.6 Mejora continua: la mejora continua del desempeño global de la organización, debe de ser un objetivo permanente de esta.

2.4.4.3.7 Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones: las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y en la información previa.

2.4.4.3.8 Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor: una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor.

MARCO TEÓRICO DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

2.4.1 Planificación estratégica

Según (Chiavenato, 2010, pág. 35) la planificación estratégica es el proceso que sirve para formular y ejecutar las estrategias de la organización con la finalidad de insertarla, según su misión, en el contexto en el que se encuentra. Para Drucker la planeación estratégica es el proceso continuo, basado en el conocimiento más amplio posible del futuro considerado, que se emplea para tomar decisiones en el presente, las cuales implican riesgos futuros en razón de los resultados esperados; es organizar las actividades necesarias para poner en práctica las decisiones y para medir, con una reevaluación sistemática, los resultados obtenidos frente a las expectativas que se hayan generado.

Un proceso de planeación estratégica debe iniciar con preguntas muy simples como éstas:

- ¿Cuál es la situación presente de la organización?
- ¿Cómo será la organización dentro de un año, dos, o cinco años?
- ¿Qué decisiones deberían tomar los administradores?

Características

- **Horizonte de tiempo.-** Proyección a largo plazo.
- **Alcance.-** Comprende la organización como un todo, todos sus recursos, áreas de actividad, y se preocupa por alcanzar los objetivos del nivel organizacional.
- **Contenido.-** Genérico, sistemático y comprensivo.
- **Definición.-** Está en manos de la alta gerencia de la organización y corresponde al plan mayor, al que se subordinan todos los demás planes.

Por su parte (FRED, 2008, pág. 10) define a la planificación estratégica como el arte y la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones multifuncionales que permitan a una organización lograr sus objetivos.

La administración estratégica se enfoca en integrar la administración, el marketing, las finanzas, la producción y las operaciones, las actividades de investigación y desarrollo, así como los sistemas computarizados de información, para lograr el éxito de la organización.

Términos claves para la planificación estratégica

Declaración de la visión y la misión

En la actualidad muchas organizaciones redactan una declaración de la visión que responde a la pregunta ¿en qué nos queremos convertir?

La declaración de la misión identifica el alcance que tienen las operaciones de una empresa en términos del producto y del mercado.

Además traza a grandes rasgos la dirección que habrá de tomar la organización en el futuro.

Oportunidades y amenazas externas

Se refieren a las tendencias y acontecimientos económicos, sociales, culturales, demográficos, ambientales, políticos, legales, gubernamentales, tecnológicos y competitivos que podrían beneficiar o perjudicar significativamente a una organización en el futuro.

Fortalezas y debilidades internas

Son las actividades que una organización sí puede controlar y que desempeña especialmente bien o con deficiencias, respectivamente.

Objetivos

Se definen como los resultados específicos que una organización busca alcanzar al perseguir su misión básica.

Estrategias

Son los medios por los cuales se logran los objetivos a largo plazo.

Políticas

Son medios que permiten alcanzar los objetivos .Las políticas incluyen directrices, reglas, procedimientos establecidos para apoyar los esfuerzos dirigidos al logro de objetivos.

Tomado de (FERNÁNDEZ, 2004, pág. 3) la planeación estratégica es el proceso gerencial de desarrollar y mantener una dirección estratégica que pueda alinear las metas y recursos de la organización con sus oportunidades cambiantes de mercadeo.

La planeación estratégica tiene como función: orientar la empresa hacia oportunidades económicas atractivas para ella (y para la sociedad), es decir, adaptadas a sus recursos y su saber hacer, y que ofrezcan un potencial atrayente de crecimiento y rentabilidad. (Para lo cual deberá) precisar la misión de la empresa, definir sus objetivos, elaborar sus estrategias de desarrollo y velar por mantener una estructura racional en su cartera de productos/mercados.

La cartera de productos/mercados de una organización son el qué y para quién ella ofrece, o sea, todos los productos y servicios que vende a sus clientes o segmentos concretos de estos en el mercado.

2.4.2 Cadena de valor

Según (Porter, Ventaja competitiva, 1980, pág. 74) la cadena de valor es un modelo teórico que permite describir el desarrollo de las actividades de una organización empresarial generando valor al cliente final.

Esquema de la cadena de valor



Actividades primarias

Las actividades primarias se refieren a la creación física del producto, su venta y el servicio posventa, y pueden también a su vez, diferenciarse en sub-actividades. El modelo de la cadena de valor distingue cinco actividades primarias:

- **Logística interna:** comprende operaciones de recepción de OS, Gestionar los pedidos, seguimientos a las OS y distribución de los componentes.
- **Operaciones (producción):** procesamiento de las materias primas para transformarlas en el producto final.
- **Logística externa:** almacenamiento y recepción de los productos y distribución del producto al consumidor.
- **Marketing y Ventas:** actividades con las cuales se da a conocer el producto.
- **Servicio:** de posventa o mantenimiento, agrupa las actividades destinadas a mantener, realzar el valor del producto, mediante la aplicación de garantías, servicios técnicos y soporte de Fábrica al producto.

Actividades Secundarias

Las actividades primarias están apoyadas o auxiliadas por las también denominadas: “actividades secundarias”:

- **Infraestructura de la organización:** actividades que prestan apoyo a toda la empresa, como la planificación, contabilidad y las finanzas.
- **Dirección de recursos humanos:** búsqueda, contratación y motivación del personal.

- **Desarrollo de tecnología, investigación y desarrollo:** generadores de costes y valor.

Para (COULTER, 2006, pág. 430) la cadena de valor es una serie completa de actividades laborales de una organización que añaden valor a cada etapa, desde la materia prima hasta el producto terminado.

Las organizaciones deben proveer valor para atraer y mantener clientes mediante la transformación de materias primas u otros recursos en algún producto o servicio que necesitan o desean los usuarios finales cuándo lo quieren, dónde lo quieren y cómo lo quieren.

Requisitos de la administración de la cadena de valor

- **Coordinación y colaboración.-** Para que la cadena de valor logre su objetivo de satisfacer y exceder las necesidades y deseos de los clientes, debe haber una relación de colaboración entre todos los participantes de la cadena. Cada socio debe identificar las cosas que probablemente ellos no valoran, pero que los clientes sí, y compartir información y ser flexibles en términos de quién hace qué en la cadena de valor.
- **Inversión en tecnología.-** La administración exitosa de la cadena de valor no es posible sin una inversión importante en tecnología de la información. Sin embargo, la recompensa a esta inversión es que la tecnología de la información puede utilizarse para reestructurar la cadena de valor para servir mejor a los usuarios finales.
- **Procesos organizacionales.-** La administración de la cadena de valor cambia radicalmente los procesos organizacionales; es decir, la forma en que se hace el trabajo de la organización.

Cuando los gerentes deciden administrar operaciones a través de la administración de la cadena de valor, los antiguos procesos ya no son adecuados. Todos los procesos organizacionales deben ser evaluados exhaustivamente de principio a fin, para ver dónde se agrega valor.

- **Liderazgo.-** La administración de la cadena de valor no es posible sin un liderazgo firme y comprometido. Desde los niveles organizacionales más altos hasta los más bajos, los gerentes deben apoyar, facilitar y promover la implementación y la práctica continua de la administración de la cadena de valor.
- **Empleados y recursos humanos.-** Los empleados juegan un papel rol importante en la administración de la cadena de valor puesto que sin empleados no se producirían bienes o se prestarían servicios.
- **Cultura y actitudes organizacionales.-** El último requisito de la cadena de valor es contar con una cultura y actitudes organizacionales de apoyo. Dichas actitudes culturales influyen la participación, colaboración, apertura, flexibilidad, respeto mutuo y confianza. Y estas actitudes influyen no sólo a los socios internos de la cadena de valor, sino también se extiende a los socios externos.

Por su parte (Laudon, 2008, pág. 98) define a la cadena de valor como un modelo teórico que describe cómo se desarrollan las actividades de una empresa. Siguiendo el concepto de cadena, está compuesta por distintos eslabones que forman un proceso económico: comienza con la materia prima y llega hasta la distribución del producto terminado. En cada eslabón, se agrega valor, que es, en términos competitivos, la cantidad que los consumidores están dispuestos a pagar por un producto o servicio.

El análisis de la cadena de valor permite optimizar el proceso productivo, ya que puede verse, al detalle y en cada paso, el funcionamiento de la empresa. La reducción de costos y la búsqueda de eficiencia en la utilización de los recursos suelen ser los principales objetivos del empresario a la hora de revisar la cadena de valor. De esta forma, la empresa logra ampliar su margen (la diferencia entre el valor total y el costo de las actividades).

Además, el estudio de la cadena de valor posibilita lograr una ventaja estratégica, ya que existe la oportunidad de generar una propuesta de valor que resulte única en el mercado.

Hay especialistas que distinguen dos subsistemas en la conformación de la cadena de valor. Una cadena de demanda, que involucra a los procesos vinculados con la creación de la demanda, y una cadena de suministros, dedicada a la satisfacción de la demanda en tiempo y forma.

También es posible diferenciar entre dos tipos de actividades de valor. Las actividades primarias son las que están implicadas con la creación física del producto y su transferencia al comprador. Las actividades de apoyo, en cambio, sustentan a las primarias y suponen la participación de los recursos humanos, los insumos y la tecnología, por ejemplo.

2.4.3 Ventaja competitiva

Según (Porter, 1980, pág. 80) la ventaja competitiva es la capacidad que indica la capacidad de una empresa para alcanzar la superioridad en el mercado. A lo largo del plazo, una ventaja competitiva sostenida proporciona un desempeño superior al promedio.

Características

- Es impulsada por los deseos y necesidades del cliente.

- Contribuye en forma significativa al éxito del negocio.
- Combina los recursos únicos de la organización con las oportunidades del medio ambiente.
- Es duradera y difícil de copiar para los competidores.
- Proporciona la base para una mejora futura.
- Proporciona dirección y motivación a toda la empresa.

Para (Hill, 2002, pág. 26) la ventaja competitiva en marketing y dirección estratégica, es una ventaja que una compañía tiene respecto a otras compañías competidoras.

Los bloques genéricos de la formación de la ventaja competitiva

Cuatro factores constituyen la ventaja competitiva: eficacia, calidad innovación y capacidad de satisfacer al cliente. Estos factores son genéricos en el sentido que representan cuatro formas básicas de reducción de costos y logro de diferenciación que cualquier compañía puede adoptar, independientemente de su industria, o de sus productos o servicios que ofrezca.

Estrategia y ventaja competitiva

El objetivo básico de la estrategia consiste en lograr una ventaja competitiva. Alcanzar esta meta demanda un esfuerzo doble. Una compañía necesita emplear estrategias que generen recursos y capacidades existentes, como también estrategias y recursos que generen recursos y capacidades adicionales es , desarrollar nuevas habilidades, y, por consiguiente, aumenten su posición competitiva a largo plazo.

En el aporte de (Negocios, 2010) una empresa posee una ventaja competitiva cuando tiene alguna característica diferencial respecto de sus competidores, que le confiere la capacidad para alcanzar unos rendimientos superiores a ellos, de manera sostenible en el tiempo.

Tipos de ventajas competitivas

Para entender las posibles fuentes de ventajas competitivas puede acudirse al propio concepto de beneficio. Éste se obtiene como diferencia entre lo que están dispuestos a pagar los clientes por el producto o servicio que ofrece la empresa y los costes en los que ésta incurre para poder ponerlos a su disposición. En consecuencia, el beneficio puede crecer bien por un aumento en lo que los clientes están dispuestos a desembolsar o bien por una reducción de costes.

Así, puede hablarse de dos fuentes de ventaja competitiva:

- **La ventaja en coste.-** La ventaja en costes significa que la empresa es capaz de operar con los costes más bajos del sector. Se trata de la capacidad para gestionar todas sus actividades de manera que los costes de elaborar y vender cada unidad de producto, sean más reducidos que los de cualquier competidor. Aunque dicho producto o servicio no sea mejor, ni cuente con ningún atributo especial, existirán consumidores cuyo principal factor por el que decide sus compras sea el precio.
- **La ventaja en diferenciación.-** La ventaja en diferenciación significa que la empresa posee una propiedad diferencial, algo que las demás no tienen y que le permite poner un precio de venta superior al de otras compañías. Se trata de incorporar algún atributo específico a los productos o servicios que ofrece la empresa, de manera que se genere una especie de monopolio parcial, referido exclusivamente a ese atributo.

2.4.4 Competitividad

Según (Vicente, 2009, pág. 26) la competitividad es la capacidad que tienen las empresas de aprovechar en forma efectiva sus ventajas distintivas para ser mejores que sus competidores. Hablar de competitividad, es hablar de aquellos factores que nos hacen diferentes de los demás y que nos permitirán ganarles negocios a nuestros competidores, aun cuando imiten nuestros productos o servicios.

2.4.4.1 Niveles de competitividad

2.4.4.1.1 Competitividad interna.- Se refiere a la capacidad de una organización para lograr el máximo rendimiento de sus recursos disponibles, como personal, capital, materiales, ideas, etc., y los procesos de transformación.

2.4.4.1.2 Competitividad externa.- Está orientada a lograr objetivos concretos en el sector de mercado en el cual actúa la empresa. Como el sistema de referencia o modelo es ajeno a la empresa, esta debe considerar variables exógenas, como el grado de innovación, el dinamismo de la industria, la estabilidad económica, para estimar su competitividad a largo plazo. La empresa una vez alcanzado su nivel de competitividad futura sobre la base de generar nuevas ideas y productos, y de buscar nuevas oportunidades de mercado.

Para (Gómez, 2005) la competitividad es la capacidad de una empresa para generar un producto o un servicio de mejor manera que sus competidores. Esta capacidad resulta fundamental en un mundo de mercados globalizados, en los que el cliente por lo general puede elegir lo que necesita de entre varias opciones.

2.4.4.2 Factores que influyen en la competitividad

La competitividad depende especialmente de la calidad del producto y del nivel de precios. Estos dos factores en principio estarán relacionados con la productividad, la innovación y la inflación diferencial . Existen otros factores que se supone tienen un efecto indirecto sobre la competitividad como la cualidad innovativa del mismo, la calidad del servicio o la imagen corporativa del productor.

2.4.4.2.1 Calidad.- Es la capacidad de producir satisfactores (sean bien económico bienes y servicios) que satisfagan las expectativas y necesidades de los usuarios.

2.4.4.2.2 Productividad.- Es la capacidad de producir más satisfactores (sean bienes o servicios) con menos recursos. La productividad depende en alto grado de la tecnología (capital físico) usada y la calidad de la formación de los trabajadores (capital humano).

2.4.4.2.3 Servicio.- Es la capacidad de tratar a sus clientes o ciudadanos atendidos, en forma honesta, justa, solidaria y transparente, amable, puntual, etc., dejándolos satisfechos de sus relaciones con la organización.

2.4.4.2.4 Imagen.- Es la capacidad de la organización de promover en la mente de muchas personas la idea de que es la mejor alternativa para la obtención de los bienes o servicios que dejarán satisfechas sus necesidades y sus expectativas. Posicionar la marca en la cabeza y gustos del consumidor.

Por su parte (NIETO, 2001) define a la competitividad como la capacidad que tiene una organización de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico.

2.4.4.3 Etapas de la competitividad

Las etapas de evolución de la competitividad son cuatro cada una de ellas tiene un nombre específico y una serie de características que las distinguen es así como se tiene:

2.4.4.3.1 Etapa I. Incipiente.- La empresa es altamente vulnerable a los cambios del medio ambiente como funciona de manera autodefinida, actúa según las presiones del mercado o bien a capricho y estado de humor de sus dueños, la aplicación de los principios de competitividad es prácticamente nula y tiene poco control sobre su destino, reaccionando más bien por intuición a los cambios del medio ambiente y por ende se desorienta y se desconcierta con todo lo que sucede, tanto interna como externamente.

2.4.4.3.2 Etapa II. Aceptable.- Se han subsanado los principales puntos de vulnerabilidad, contándose con los cimientos adecuados para hacer un buen papel ante los ojos del público consumidor y la competencia. Los principios de competitividad se aplican aceptablemente, y aunque no se dominan totalmente, es claro que para seguir compitiendo se requiere fortalecerlos, el equipo directivo se hace responsable del futuro de su organización y dirige su destino hacia donde visualiza lo que mejor le conviene, representando esto una gran ventaja para la empresa.

2.4.4.3.3 Etapa III. Superior.- La empresa comienza a ocupar posiciones de liderazgo y se caracteriza por el grado de innovación que mantiene dentro de su mercado. Domina los principios de competitividad, se mantiene despierta y reacciona de manera inmediata a cualquier cambio del medio ambiente. Aunque de manera equilibrada pone atención a los diez principios de competitividad, da mayor énfasis al de cultura organizacional para lograr homogenizar el pensamiento, sentimiento y accionar de todo su personal.

2.4.4.3.4 Etapa IV. Sobresaliente.- La empresa que se encuentra en esta etapa es considerada como visionaria, por la generación de tecnología directiva a un ritmo acelerado, sirviendo de benchmark al resto de la industria, pues ella es la que va generando los cambios y las demás se van adaptando a ellos.

En esta etapa, la organización vive en una amenaza constante por parte de los competidores de las etapas anteriores, pues tratan de encontrarle debilidades y huecos en el mercado.

Los principios de Competitividad se aplican con alta eficiencia y todos los miembros de la empresa tienen una real convicción de ellos.

2.5 HIPÓTESIS

La implementación de un Sistema de Gestión de Calidad mejorará la competitividad de la empresa Multicisva S.A de la ciudad de Ambato.

2.6 VARIABLES

2.6.1 Variable Independiente

X= Gestión de calidad

2.6.2 Variable Dependiente

Y= Competitividad

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 ENFOQUE

Según (Hernández R. , 1991, pág. 4) el enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento de una población.

El enfoque cualitativo permite describir las cualidades, distintivas y características de las variables, que intervienen en el problema; comúnmente se utiliza primero para descubrir y refinar preguntas de investigación.

El enfoque mixto representa el más alto grado de integración o combinación entre los enfoques cualitativo y cuantitativo. Ambos se entremezclan o combinan en todo el proceso de investigación, o al menos, en la mayoría de sus etapas. Requiere de un manejo completo de los dos enfoques y una mentalidad abierta. Agrega complejidad al diseño de estudio; pero contempla todas las ventajas de cada uno de los enfoques.

Estos enfoques resultan muy valiosos y han realizado notables aportaciones al avance del conocimiento, ninguno es intrínsecamente mejor que el otro, sólo constituyen diferentes aproximaciones al estudio de un fenómeno. Por lo tanto en el desarrollo de la investigación se utilizó el enfoque mixto.

3.2 MODALIDAD

Para la ejecución de la presente investigación aplicamos las siguientes modalidades de información:

3.2.1 Investigación Bibliográfica

Se trabajó con la modalidad bibliografía, ya que por intermedio de esta tendremos la oportunidad de escoger acertadamente la información escrita que más se ajuste a nuestro tipo de investigación, recurriendo a los diferentes medios bibliográficos tales como: libros, revistas técnicas, informes, monografías, tesis de grado; siempre y cuando todo este material guarde relación con nuestro problema de estudio.

De esta manera podremos fundamentar todos los datos e información que necesitamos, además, para la recolección de información se aplicaron las técnicas de fichaje y lectura científica, siendo así, éste es el primer paso para nuestra investigación y que se constituye en la información secundaria que tendremos a nuestra disposición.

3.2.2 Investigación de Campo

En la realización de este tipo de modalidad de campo se tuvo la oportunidad de vivir más de cerca lo que sucede en el interior y entorno donde se desenvuelve la empresa Multicisva S.A teniendo la posibilidad de tener el contacto directo entre el investigador y la realidad.

3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación requirió de los siguientes tipos de investigación para llevarla a cabo y recoger los datos necesarios:

3.3.1 Investigación Explorativa

Se aplicó la investigación explorativa en un comienzo hasta adentrarnos e involucrarnos en lo que verdaderamente queremos alcanzar, estando así el investigador en su primer contacto con la realidad, en este proceso se realizaron sondeos de la opinión y actitud que tienen los trabajadores con respecto a la administración que se está llevando en la empresa Multicisva S.A; además de conocer si tienen el suficiente espacio, equipamiento, tecnología y capacitación para el buen funcionamiento de la empresa y el desempeño de los trabajadores.

3.3.2 Investigación Descriptiva

La Investigación llega también al nivel de descriptiva pues nos permitió ser más profundos y explícitos en nuestro estudio ya que por intermedio de esta investigación detallamos las características más importantes de nuestro problema, tal cual como se manifiestan, utilizando todos los medios de recolección de información que necesitamos como son las entrevistas, encuestas y observación; realizando un trabajo un poco más exigente que el anterior para verificar más concretamente la reacción de los trabajadores frente a la gestión actual.

3.3.3 Investigación Correlacional

El trabajo investigativo, llegó a un nivel de correlación, el cual tiene como propósito medir el grado de relación entre las variables independiente: “Gestión de la calidad”, y dependiente “Competitividad” planteado en la hipótesis del problema, además se pudo medir estadísticamente las variables mediante la aplicación de la prueba del Chi cuadrado.

3.3.4 Investigación Explicativa

El propósito para dar solución a este problema fue el de identificar claramente el comportamiento de las variables y la relación entre las mismas por tanto se realizó este tipo de investigación ya que es mucho más estructurado que las demás clases de estudios y de hecho implican los propósitos de ellas exploración, descripción y correlación.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

La empresa Multicisva S.A en la actualidad cuenta con una población de 34 trabajadores entre el nivel administrativo y operacional, de los cuales 30 corresponden a la parte operativa y 4 a la parte administrativa; además cuenta con 30 clientes, por consiguiente para el estudio de la investigación se trabajó con la totalidad de la población.

Tabla #1: Población y muestra

DESCRIPCIÓN	AREA	CANT.
Clientes internos	Administrativo	4
	Operativo	30
Clientes externos		30

Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Cuadro #1: Gestión de calidad

HIPOTESIS: La implementación de un Sistema de Gestión de Calidad mejorará la competitividad de la empresa Multicisva S.A de la ciudad de Ambato.				
VARIABLE INDEPENDIENTE: Gestión de calidad				
CONTEXTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Es una práctica gerencial para evolucionar hacia un nuevo enfoque, donde las empresas deben enfrentar los retos del mercado actual; basándose en una serie de principios de calidad de acuerdo a lo indicado en la norma ISO 9001-2008	Retos	Capacidad competitiva Capacidad tecnológica Nivel de satisfacción del cliente	¿Se comunica a todos los integrantes de la empresa la importancia de satisfacer los requisitos del cliente? ¿Existe monitoreo y seguimiento del servicio prestado?	Encuesta/Cuestionario Clientes internos Encuesta/Cuestionario Clientes internos
	Principios	Procesos estructurados	¿Se capacita al recurso humano para que cuenten con las competencias necesarias para la prestación del servicio? ¿El personal directivo tiene las competencias necesarias para liderar?	Encuesta/Cuestionario Clientes internos Encuesta/Cuestionario Clientes internos
	Normas ISO 9001-2008	Estructura norma ISO 9001-2008	¿Considera fundamental la implementación de un sistema de gestión de calidad para mejorar los procesos?	Encuesta/Cuestionario Clientes internos

Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Cuadro #2: Competitividad

HIPOTESIS: La implementación de un Sistema de Gestión de Calidad mejorará la competitividad de la empresa Multicisva S.A de la ciudad de Ambato.

VARIABLE DEPENDIENTE: Competitividad

CONTEXTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
Es la capacidad interna y externa que tienen las empresas para generar un producto o un servicio de mejor manera que sus competidores; considerando ciertos factores que permiten alcanzar, sostener y mejorar determinada etapa en el mercado.	Capacidad interna	Rendimiento de los recursos disponibles	¿Cómo considera usted el servicio brindado?	Encuesta/Cuestionario Clientes Externos
	Capacidad externa	Grado de innovación	¿Tiene la empresa capacidad de innovación?	Encuesta/Cuestionario Clientes Externos
	Factores	Calidad Productividad Servicio Imagen	¿Qué factor considera usted el más importante para generar valor?	Encuesta/Cuestionario Clientes Externos
	Etapas	Incipiente Aceptable Superior Sobresaliente	¿En qué etapa de competitividad cree que se encuentra la empresa? ¿La empresa brinda un servicio post venta?	Encuesta/Cuestionario Clientes Externos Encuesta/Cuestionario Clientes Externos

Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

3.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Para la realización de la presente investigación se utilizarán las siguientes técnicas e instrumentos de investigación:

Cuadro #3: Recolección de la información

Tipos de Información	Técnicas de Investigación	Instrumentos de Investigación
1. Información Secundaria	1.1 Lectura Comprensiva	1.1 Tesis de grado, libros de gestión de calidad y competitividad, material de apoyo, página web.
2. Información Primaria	2.1 Encuestas 2.2 Observación	2.1 Cuestionario 2.2 Observación directa de la empresa 2.3 Informes y reportes de la empresa 2.4 Detalle de las actividades del personal

Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

3.7 PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Es el proceso que permitirá analizar la información con el fin de obtener respuesta a las preguntas que se formularon en los instrumentos a través de:

Revisión y codificación de la información

Luego de aplicados los instrumentos para la recolección de datos fue necesario revisar la información para detectar errores, eliminar respuestas contradictorias y organizarla de la manera más clara posible que permita facilitar su tabulación.

La codificación consistió en asignar un código a las diferentes alternativas de respuesta de cada pregunta, a fin de que se facilite el proceso de tabulación.

Tabulación de la Información

Este proceso se realizó para conocer la frecuencia con la que se repiten los datos de la variable en cada categoría y representarlos en cuadros estadísticos, la misma que se realizó de forma manual por tratarse de un número pequeño de datos.

Análisis de Datos

Una vez que se recopiló y tabuló la información fue necesario analizarla para presentar los resultados, mismos que nos proporcionaron el respectivo estudio de acuerdo a la hipótesis formulada.

Interpretación.

La interpretación de los resultados se elaboró bajo una síntesis de los mismos, para poder hallar toda la información culminante que ayudó a dar la posible solución al problema objeto de estudio.

Se aplicó el CHI cuadrado para verificar la hipótesis presentada en la investigación y comprobar la relación que existe entre variables.

$$\chi^2 = \Sigma \left(\frac{(O - E)^2}{E} \right)$$

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En la presente etapa de este trabajo de investigación están descritos los resultados presentados luego de realizar la encuesta a los clientes internos y externos de la Empresa Multicisva S.A. de la ciudad de Ambato, con el fin de precisar la relación de los resultados obtenidos con la hipótesis planteada y constituir así la aprobación de este trabajo de investigación.

4.2 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

CLIENTES INTERNOS

Pregunta #1

¿Se comunica a todos los integrantes de la empresa la importancia de satisfacer los requisitos del cliente?

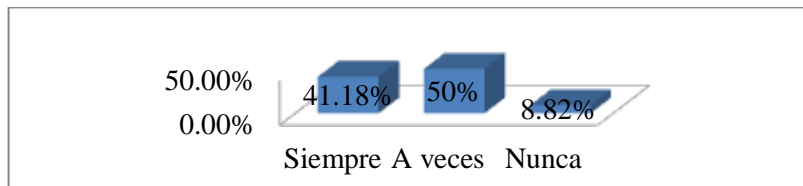
Tabla #2: Comunicación

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	14	41,18%
A veces	17	50%
Nunca	3	8,82%
Total	34	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Gráfico #3: Comunicación



Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Análisis

Del total de los encuestados el 41,18% manifiesta que siempre se comunica al personal para satisfacer los requisitos del cliente, el 50% manifiesta que a veces y el 8.82% manifiesta que nunca se comunica.

Interpretación

Se puede deducir que a la mitad del personal no se le brinda la información necesaria a fin de satisfacer los requisitos del cliente.

Pregunta #2

¿Existe monitoreo y seguimiento del servicio prestado?

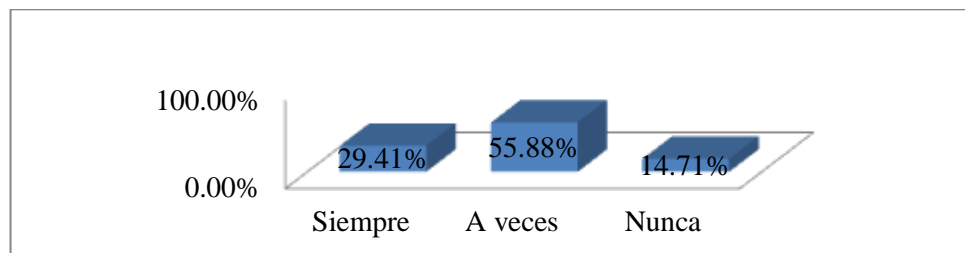
Tabla #3: Monitoreo y seguimiento

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	10	29,41%
A veces	19	55,88%
Nunca	5	14,71%
Total	34	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Gráfico #4: Monitoreo y seguimiento



Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Análisis

Del 100% de los encuestados, el 29,41% manifiesta que siempre existe monitoreo y seguimiento del servicio prestado, el 55,88% manifiesta que a veces y el 14,71% dice que nunca.

Interpretación

Por lo que se puede deducir que más de la mitad de los encuestados manifiesta que solo a veces existe monitoreo y seguimiento del servicio prestado; por tanto se debe prestar mucha más atención a este punto de manera que no se produzcan fallas o averías en los procesos de servicio.

Pregunta #3

¿Se capacita al recurso humano para que cuenten con las competencias necesarias para la prestación del servicio?

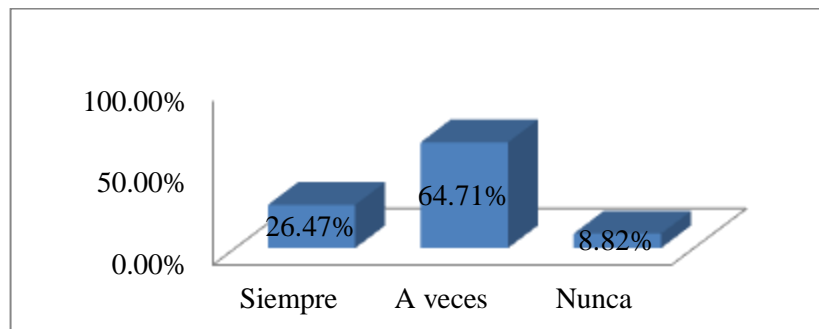
Tabla #4: Capacitación

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	9	26,47%
A veces	22	64,71%
Nunca	3	8,82%
Total	34	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Gráfico #5: Capacitación



Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Análisis

Del 100% de los encuestados, el 26,47% manifiesta que siempre se capacita al recurso humano, el 64,71% manifiesta que a veces y el 8,82% dice que nunca.

Interpretación

Por lo que se puede deducir que más de la mitad de los encuestados manifiesta que a veces reciben capacitación, por tanto se debe aumentar la capacitación para lograr eficiencia.

Pregunta #4

¿El personal directivo tiene las competencias necesarias para liderar?

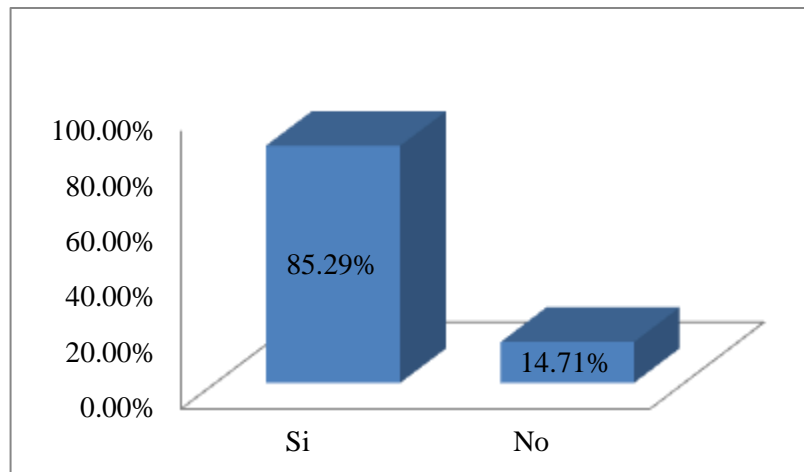
Tabla #5: Competencias

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	29	85,29%
No	5	14,71%
Total	34	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Gráfico #6: Competencias



Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Análisis

Del 100% de los encuestados, el 85,29% manifiesta que el personal directivo si tiene las competencias necesarias para liderar y el 14,71% dice que no las poseen.

Interpretación

Se puede deducir debido al alto porcentaje, que si existe liderazgo en la empresa, pero es importante que los directivos busquen asesoría en materia de normalización.

Pregunta #5

¿Cree usted que la empresa Multicisva S.A es competitiva?

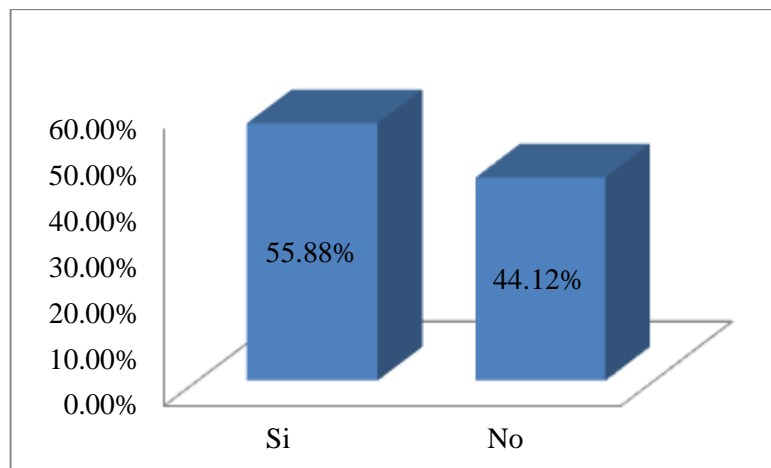
Tabla #6: Competitividad (Clientes internos)

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	19	55,88%
No	15	44,12%
Total	34	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Gráfico #7: Competitividad (Clientes internos)



Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Análisis

Del 100% de los encuestados, el 55,88% manifiesta que la empresa Multicisva S.A si es competitiva y el 44,12% dice que no lo es.

Interpretación

Se puede deducir que la empresa le falta competitividad, por tanto se deben fortalecer algunos factores para lograr ventajas competitivas ante la competencia.

Pregunta #6

¿Existen sistemas que permitan tratar las quejas de los clientes?

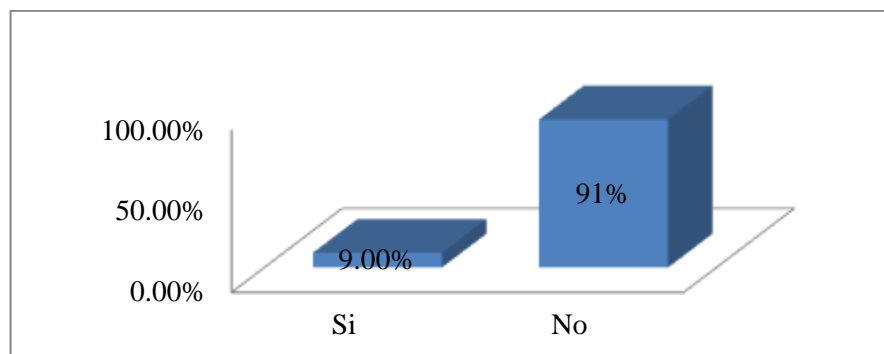
Tabla #7: Sistemas para tratar las quejas de los clientes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	9,00%
No	31	91%
Total	34	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Gráfico #8: Sistemas para tratar las quejas de los clientes



Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Análisis

Del 100% de los encuestados, el 9% manifiesta que la empresa Multicisva S.A si cuenta con sistemas que permiten tratar las quejas de los clientes y el 91% manifiesta que no cuentan con dichos sistemas.

Interpretación

Se puede deducir debido al alto porcentaje que no cuentan con sistemas para tratar quejas, por lo que es importante incorporar sistemas que permitan mejorar los parámetros que juzga el cliente.

Pregunta #7

¿Se cumple con la demanda del servicio en los tiempos establecidos?

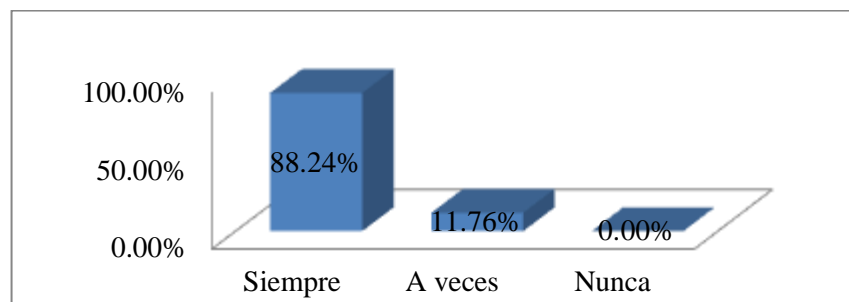
Tabla #8: Demanda del servicio en los tiempos establecidos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	30	88,24%
A veces	4	11,76%
Nunca	0	0,00%
Total	34	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Gráfico #9: Demanda del servicio en los tiempos establecidos



Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Análisis

Del 100% de los encuestados, el 88,24% manifiesta que siempre se cumple con la demanda de servicio en los tiempos establecidos, el 11,76% manifiesta que a veces y hay un porcentaje de 0% en la opción nunca.

Interpretación

Por lo que se puede deducir que si se cumple con la demanda en el tiempo establecido, sin embargo se debe realizar ciertos ajustes para cumplir siempre con la demanda en los tiempos establecidos y satisfacer los requerimientos del cliente.

Pregunta #8

¿La maquinaria y equipo de limpieza proporcionados para el desempeño laboral facilitan el trabajo?

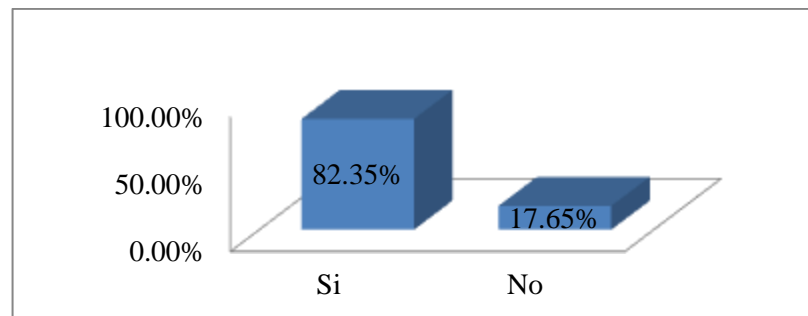
Tabla #9: Maquinaria y equipo de limpieza (Clientes internos)

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	28	82,35%
No	6	17,65%
Total	34	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Gráfico #10: Maquinaria y equipo de limpieza (Clientes internos)



Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Análisis

Del 100% de los encuestados, el 82,35% manifiesta que la maquinaria y equipo de limpieza proporcionados si facilitan el desempeño laboral y el 17,65% manifiesta que no facilita dicho desempeño.

Interpretación

Por lo que se puede deducir por el alto porcentaje que la mayoría del personal están cómodos con la maquinaria y equipo proporcionados, sin embargo hay que considerar las necesidades que todavía hacen falta para el desarrollo de un buen servicio.

Pregunta #9

¿Están los trabajadores motivados y satisfechos con las funciones asignadas?

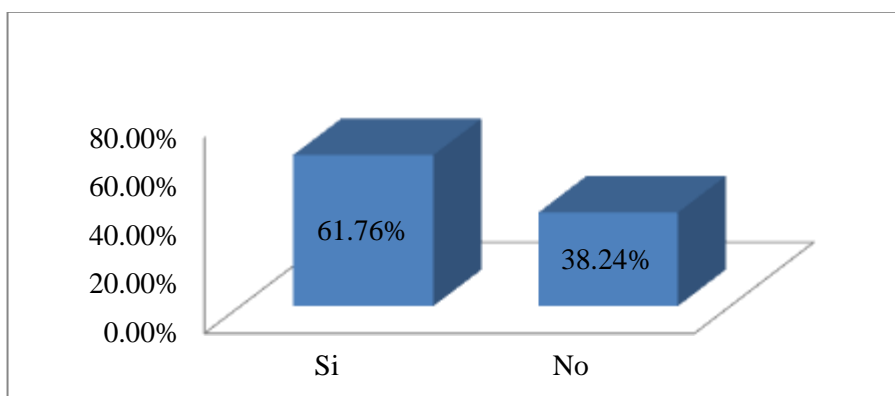
Tabla #10: Funciones asignadas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	21	61,76%
No	13	38,24%
Total	34	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Gráfico #11: Funciones asignadas



Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Análisis

Del 100% de los encuestados, el 61,76% si están motivados y satisfechos con las funciones asignadas y el 38,24% no lo están.

Interpretación

Por lo que se puede deducir la mayoría del personal se encuentran motivados y satisfechos con sus funciones, sin embargo algunos no lo están, por tanto el nivel directivo debe motivar al personal de manera que exista conformidad.

Pregunta #10

¿Considera fundamental la implementación de un sistema de gestión de calidad para mejorar los procesos?

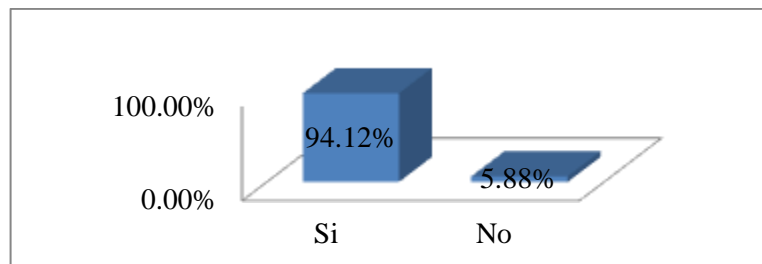
Tabla #11: Sistema de gestión de calidad (Clientes internos)

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	32	94,12%
No	2	5,88%
Total	34	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Gráfico #12: Sistema de gestión de calidad (Clientes internos)



Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Análisis

Del 100% de los encuestados, el 94,12% si considera fundamental la implementación de un sistema de gestión de calidad para mejorar los procesos y el 5,88% no considera fundamental la implementación de dicho sistema.

Interpretación

Con tanta competencia la empresa debe estar preparada para adaptarse a las exigencias de los clientes ofreciendo servicios de mejor calidad y aunque la gran mayoría está de acuerdo con la implementación de un sistema de gestión de calidad; un bajo porcentaje no lo está, quizá por desconocimiento de los beneficios de este sistema.

CLIENTES EXTERNOS

Pregunta #1

¿Cómo considera usted el servicio brindado?

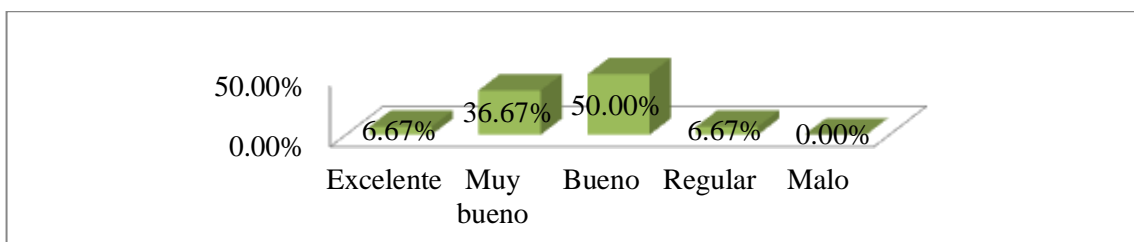
Tabla #12: Servicio brindado

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	2	6,67%
Muy bueno	11	36,67%
Bueno	15	50,00%
Regular	2	6,67%
Malo	0	0,00%
Total	30	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Gráfico #13: Servicio brindado



Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Análisis

Del 100% de los encuestados, el 6,67% considera que el servicio brindado es excelente, el 36,67% considera que es muy bueno, el 50% considera que es bueno, el 6,67% considera que es regular y en la opción malo el porcentaje es 0%

Interpretación

Por lo que se concluye que la empresa debe tomar los correctivos necesarios para brindar servicios excelentes.

Pregunta #2

¿Tiene la empresa capacidad de innovación?

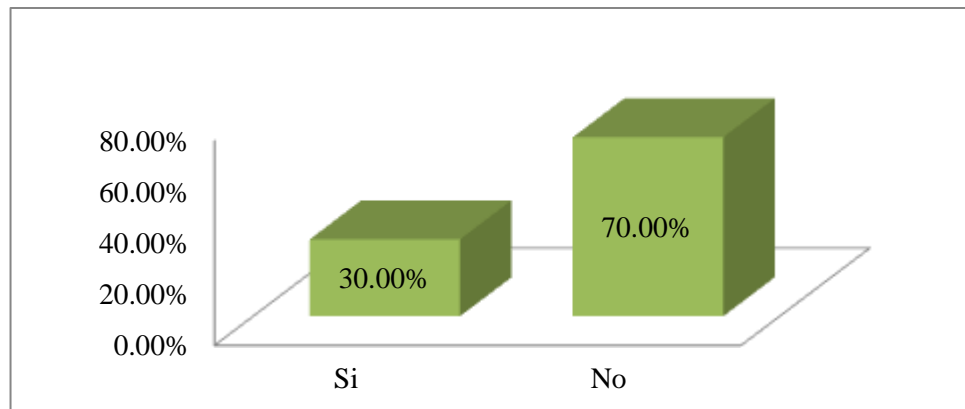
Tabla #13: Capacidad de innovación

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	30,00%
No	21	70,00%
Total	30	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Gráfico #14: Capacidad de innovación



Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Análisis

Del 100% de los encuestados, el 30% considera que la empresa Multicisva S.A si tiene capacidad de innovación y el 70% considera que no la tiene.

Interpretación

Por lo que se concluye que la empresa debe adoptar nuevos enfoques que permita brindar soluciones con resultados significativos.

Pregunta #3

¿Qué factor considera usted el más importante para generar valor?

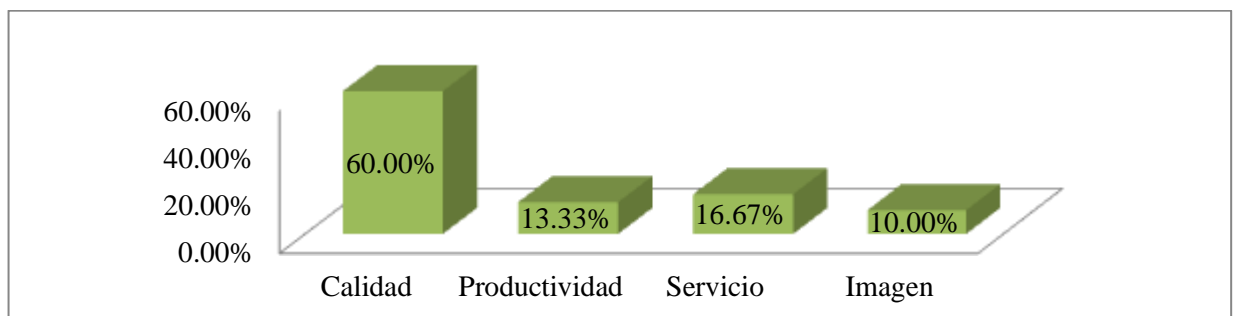
Tabla #14: Factores

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	18	60,00%
Productividad	4	13,33%
Servicio	5	16,67%
Imagen	3	10,00%
Total	30	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Gráfico #15: Factores



Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Análisis

Del 100% de los encuestados, el 60% considera a la calidad como factor más importante para generar valor, el 13,33% considera que es la productividad, el 16,67% considera que es el servicio y el 10% considera que es la imagen.

Interpretación

Por lo que se puede concluir que el crecimiento de la competitividad ha remarcado la importancia de la calidad del servicio como factor fundamental en la decisión de compra.

Pregunta #4

¿Cómo considera el precio del servicio con relación a la competencia?

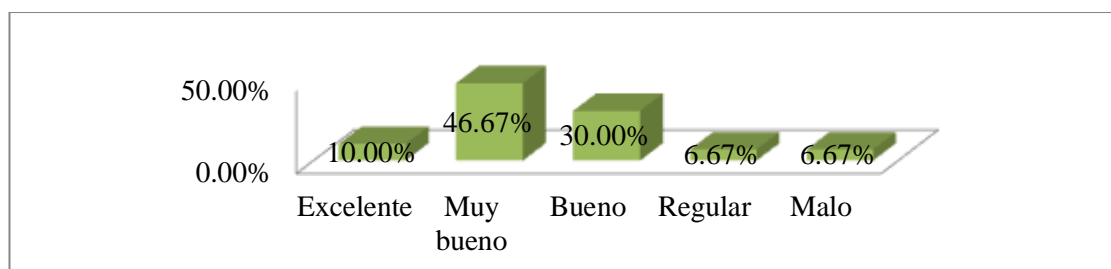
Tabla #15: Precio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	3	10,00%
Muy bueno	14	46,67%
Bueno	9	30,00%
Regular	2	6,67%
Malo	2	6,67%
Total	30	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Gráfico #16: Precio



Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Análisis

Del 100% de los encuestados, el 10% considera que el precio del servicio con relación a la competencia es excelente, el 46,67% considera que es muy bueno, el 30% considera que es bueno, el 6,67% considera que es regular y el 6,67% considera que es malo.

Interpretación

Por lo que se puede concluir que en relación al precio la empresa si muestra competitividad; puesto que un alto porcentaje considera que el precio es muy bueno con relación a la competencia.

Pregunta #5

¿Cada qué tiempo requiere los servicios de la empresa Multicisva S.A?

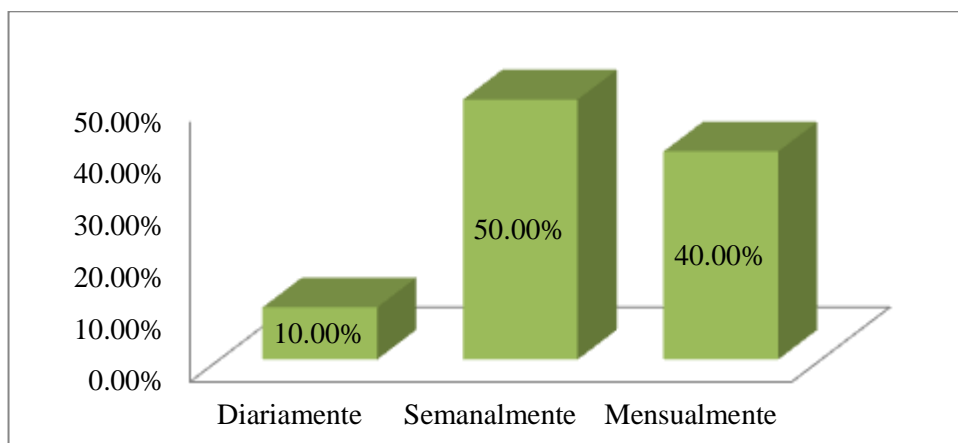
Tabla #16: Tiempo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	3	10,00%
Semanalmente	15	50,00%
Mensualmente	12	40,00%
Total	30	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Gráfico #17: Tiempo



Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Análisis

Del 100% de los encuestados, el 10% requiere los servicios de la empresa Multicisva S.A diariamente, el 50% semanalmente y el 40% mensualmente.

Interpretación

Lo que refleja que la mitad de los clientes de la empresa Multicisva S.A requiere los servicios quincenalmente.

Pregunta #6

¿Cree que la empresa cuenta con la maquinaria y equipo necesarios para que el personal desarrolle adecuadamente su trabajo?

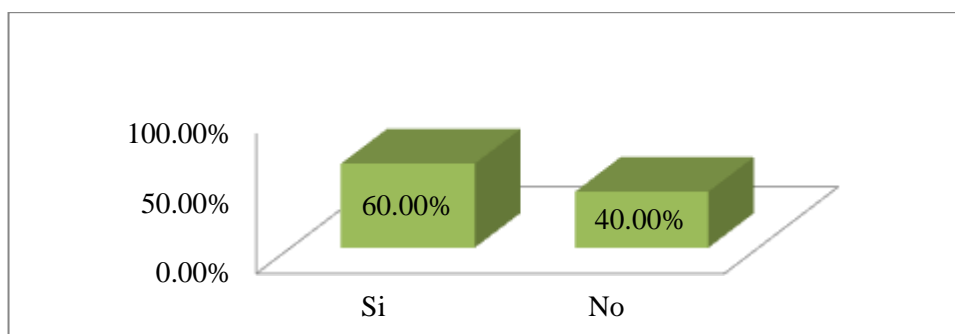
Tabla #17: Maquinaria y equipo (Clientes externos)

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	60,00%
No	12	40,00%
Total	30	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Gráfico #18: Maquinaria y equipo (Clientes externos)



Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Análisis

Del 100% de los encuestados, el 60% cree que la empresa cuenta con la maquinaria y equipo necesarios para que el personal desarrolle adecuadamente su trabajo y el 40% manifiesta que no cuenta con la maquinaria y equipo necesarios.

Interpretación

Por lo que se concluye que la empresa debe ajustarse a los requerimientos del cliente dando respuesta a sus demandas y exigencias para desarrollar de mejor manera cada proceso de servicio.

Pregunta #7

¿La empresa brinda un servicio post venta?

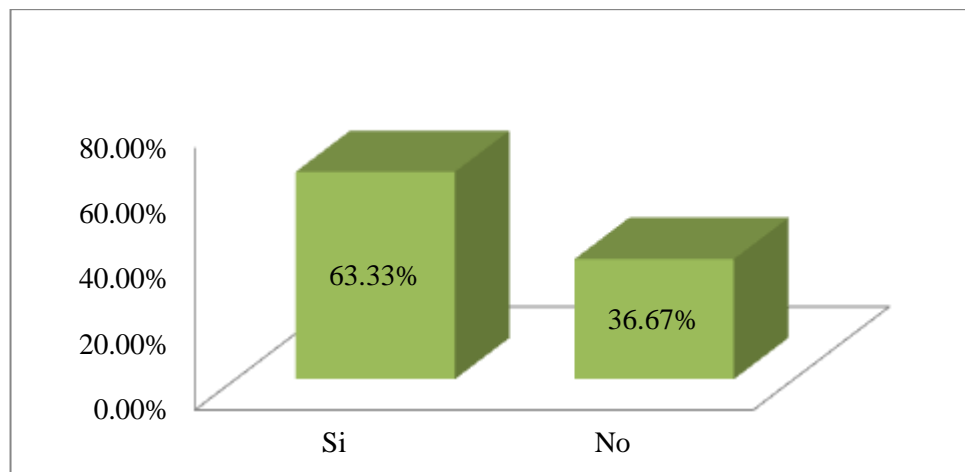
Tabla #18: Servicio post venta

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	19	63,33%
No	11	36,67%
Total	30	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Gráfico #19: Servicio post venta



Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Análisis

Del 100% de los encuestados, el 63,33% manifiesta que la empresa si brinda un servicio post venta y el 36.67% manifiesta que no se les brinda este servicio.

Interpretación

Por lo que se concluye que la empresa debe brindar este servicio a todos sus clientes para conservar y fidelizar a los mismos.

Pregunta #8

¿Considera que la empresa Multicisva S.A es competitiva?

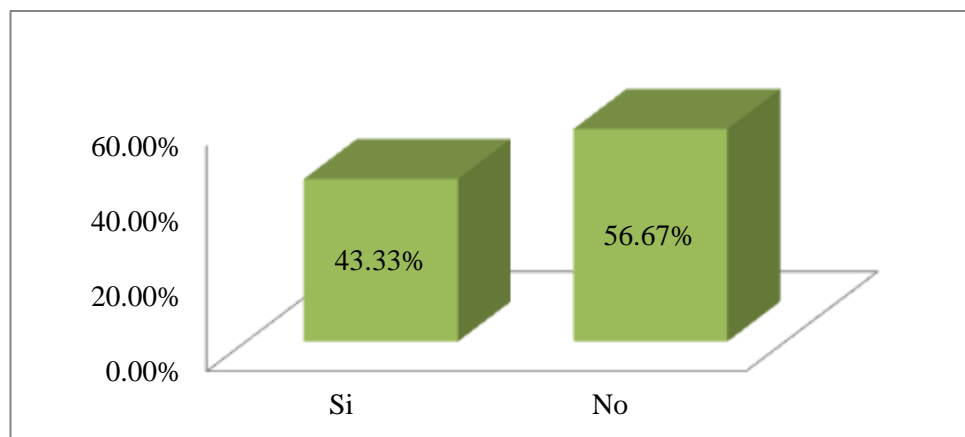
Tabla #19: Competitividad (Clientes Externos)

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	13	43,33%
No	17	56,67%
Total	30	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Gráfico #20: Competitividad (Clientes Externos)



Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Análisis

Del 100% de los encuestados, el 43,33% considera que la empresa Multicisva S.A es competitiva y el 56,67% manifiesta que no lo es.

Interpretación

Por lo que se concluye que la empresa debe tomar en cuenta ciertos factores para ser más fuertes ante la competencia.

Pregunta #9

¿En qué etapa de competitividad cree que se encuentra la empresa Multicisva S. A?

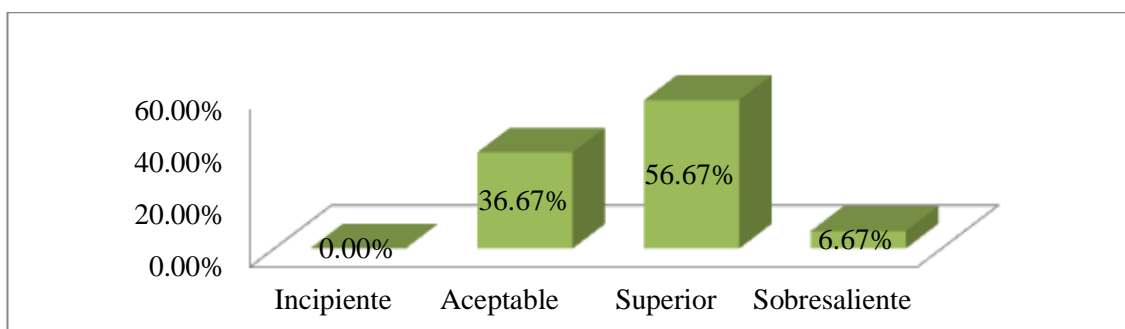
Tabla #20: Etapas de competitividad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Incipiente	0	0,00%
Aceptable	11	36,67%
Superior	17	56,67%
Sobresaliente	2	6,67%
Total	30	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Gráfico #21: Etapas de competitividad



Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Análisis

Del 100% de los encuestados, la etapa incipiente tiene un porcentaje del 0%, mientras que el 36.67% considera que la empresa Multicisva S.A se encuentra en le etapa aceptable, el 56.67% considera que se encuentra en la etapa superior y tan solo el 6.67% considera que se encuentra en la etapa sobresaliente.

Interpretación

Por lo que se concluye que la empresa debe trabajar para llegar a la etapa sobresaliente en donde dominará completamente los principios de competitividad.

Pregunta #10

¿Cree usted que la implementación de un sistema de gestión de calidad mejorará los servicios prestados por Multicisva S.A?

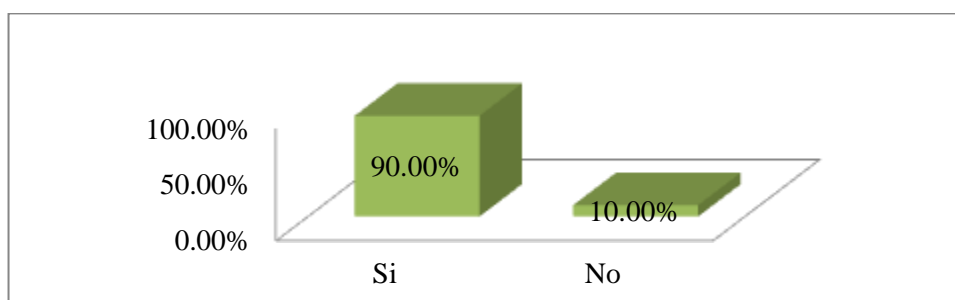
Tabla #21: Sistema de gestión de calidad (Clientes externos)

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	27	90,00%
No	3	10,00%
Total	30	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Gráfico #22: Sistema de gestión de calidad (Clientes externos)



Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Análisis

Del 100% de los encuestados, el 90% cree que la implementación de un sistema de gestión de calidad mejorará los servicios prestados por Multicisva S.A y tan solo el 10% cree que la implementación de dicho sistema no mejorará los servicios.

Interpretación

Por lo que se concluye que la mayoría de clientes cree que si es necesario que se implemente un sistema de gestión de calidad; pues consideran que si mejorará la calidad de los servicios prestados por la empresa Multicisva S.A.

4.3 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Luego de haber concluido la aplicación de las encuestas procedemos a la verificación de la hipótesis, en donde tomaremos como referencia la pregunta y respuesta número **10.- ¿Cree usted que la implementación de un sistema de gestión de calidad mejorará los servicios prestados por Multicisva S.A?** y la pregunta y respuesta número **8.- ¿Considera que la empresa Multicisva S.A es competitiva?**

4.3.1 Modelo lógico

H₀= La implementación de un sistema de gestión de calidad, NO mejorará la competitividad de la empresa Multicisva S.A de la ciudad de Ambato.

H₁= La implementación de un sistema de gestión de calidad, SI mejorará la competitividad de la empresa Multicisva S.A de la ciudad de Ambato.

4.3.2 Nivel de significancia

Nivel de Significancia (alfa) $\alpha = 0.05$ (5%)

4.3.3 Prueba estadística

Para la verificación de la hipótesis se escogió la prueba del Chi Cuadrado cuya fórmula es la siguiente:

$$x^2 = \Sigma \left(\frac{(O - E)^2}{E} \right)$$

X² = Chi Cuadrado

Σ = Sumatoria

O = Datos observados (Encuestas)

E = Datos esperados (Observación)

Preguntas:

10.- ¿Cree usted que la implementación de un sistema de gestión de calidad mejorará los servicios prestados por Multicisva S.A?

Tabla #21: Sistema de gestión de calidad (Clientes externos)

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	27	90,00%
No	3	10,00%
Total	30	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

8.- ¿Considera que la empresa Multicisva S.A es competitiva?

Tabla #19: Competitividad (Clientes Externos)

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	13	43,33%
No	17	56,67%
Total	30	100%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

4.3.3.1 Combinación de frecuencias

Tabla #22: Combinación de frecuencias

Preguntas	Alternativas		Total
	Si	No	
10.- ¿Cree usted que la implementación de un sistema de gestión de calidad mejorará los servicios prestados por Multicisva S.A?	27	3	30
8.- ¿Considera que la empresa Multicisva S.A es competitiva?	13	17	30
Total	40	20	60

Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

4.3.4 Zona de aceptación o rechazo

Grados de Libertad

$$(Gl) = (h - 1) (f - 1)$$

Dónde:

Gl = Grado de Libertad

h = Hileras

F = Filas de la Tabla

Reemplazando:

$$Gl = (h-1) (f-1)$$

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

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

$$Gl = 1$$

Interpretación:

El Chi cuadrado tabulado con 1 grado de libertad y un nivel de significancia (alfa) $\alpha = 0.05$ (5%) es de 3,84.

4.3.4.1 Cálculo matemático

Tabla #23: Chi cuadrado calculado

O	E	(O - E)	(O - E) ²	(O-E) ² /E
27	20	7	49	2,45
13	10	3	9	0,9
3	20	-17	289	14,45
17	10	7	49	4,9
		0		22,70

Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

Interpretación:

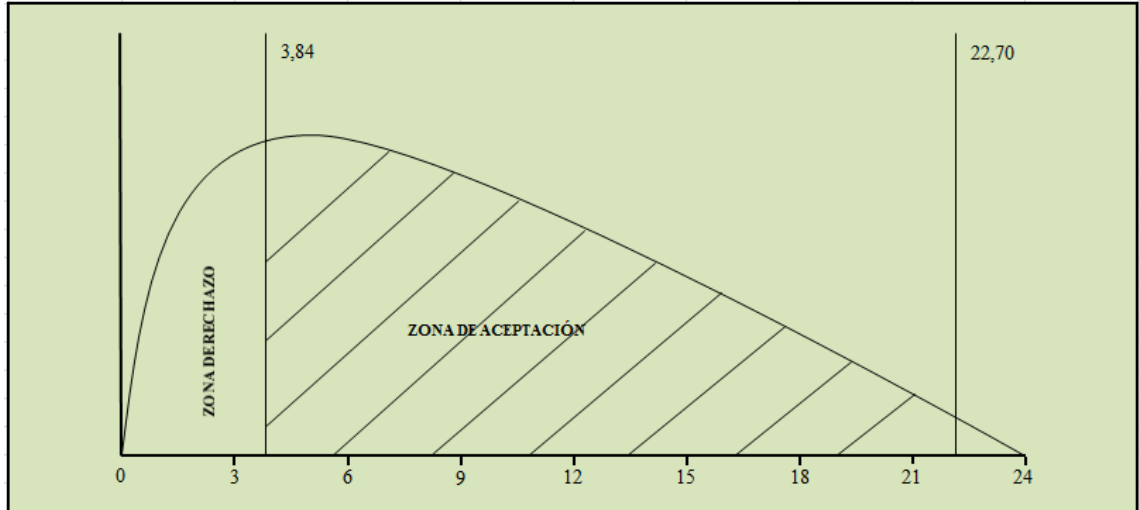
El Chi cuadrado calculado es 22,70

4.3.5 Decisión final

El valor de $X^2_t = 3,84 < X^2_c = 22,70$

Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y por consiguiente se acepta la hipótesis alterna. Es decir, la implementación de un sistema de gestión de calidad, SI mejorará la competitividad de la empresa Multicisva S.A de la ciudad de Ambato.

Gráfico #23: Chi-Cuadrado



Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Con base a la investigación realizada en la empresa Multicisva S.A de la ciudad de Ambato, se ha establecido las siguientes conclusiones:

- ✓ Al personal de la empresa no se le brinda la información necesaria a fin de satisfacer los requisitos del cliente, además de que el monitoreo y el seguimiento del servicio prestado no es frecuente.

- ✓ Existe un liderazgo en la empresa, sin embargo no se conoce técnicamente la aplicación de una norma para la prestación del servicio, por lo cual existe una limitada capacitación lo que no permite lograr una eficiencia en el servicio.

- ✓ Se determinó que a la empresa le falta competitividad, tiene un débil posicionamiento frente a la competencia, además no cuenta con un sistema que trate las quejas de los clientes, para el cumplimiento del servicio en los tiempos establecidos, que permitan determinar los factores de mejoramiento.
- ✓ Existen factores positivos en la prestación del servicio, esto es con la maquinaria y equipos adecuados y la gran mayoría de personal motivado para la realización del trabajo y la prestación del servicio.
- ✓ La percepción por parte de los clientes externos, en la prestación del servicio en su gran mayoría, está entre bueno y muy bueno, pero no cuenta con un sistema de innovación que permita brindar un servicio de calidad.
- ✓ El precio relacionado con el servicio y la competencia es adecuado, lo que implica un esfuerzo extra para la implementación del sistema.
- ✓ Existe máquinas y equipos adecuados para la prestación del servicio, sin embargo el porcentaje no es significativo que garantice la adecuada prestación del servicio de limpieza.
- ✓ Existe un servicio post venta débil, lo que le quita competitividad en el mercado y le hace vulnerable ante la competencia.
- ✓ En su gran mayoría, los clientes consideran que el implementar un sistema de gestión de calidad mejorará el servicio, con lo cual le convertirá en una empresa más competitiva.

- ✓ La mayor parte de los encuestados (clientes externos) consideran que el servicio que brinda la empresa Multicisva S.A es bueno; lo que refleja que parcialmente se satisface los requerimientos del cliente; por tanto está claro que es indispensable basarse en la norma ISO 9001-2008 pues hace hincapié en la orientación hacia el cliente para conseguir su satisfacción y pide explícitamente que la organización mida la satisfacción y haga su seguimiento.
- ✓ Los clientes externos consideran a la calidad como el factor más importante para generar valor, esto denota la importancia de la implementación de un sistema de gestión de calidad; como base para el éxito y competitividad de la empresa al ofrecer un servicio que va estar en mejoramiento continuo.
- ✓ Por su parte los clientes internos manifiestan que solamente a veces reciben capacitación, por tanto no se cuenta con un personal entrenado y por ende no se desarrolla adecuadamente los procesos para la prestación del servicio.
- ✓ Los procesos de la empresa no están documentados, lo cual impide el control de la documentación y los datos.
- ✓ Los clientes, tanto internos como externos, creen que la implementación de un sistema de gestión de calidad mejorará los servicios prestados por Multicisva S.A, esto remarca la importancia de dicho sistema; pues permite mejorar continuamente los servicios, generar confianza, reconocimiento y competitividad.

5.2 RECOMENDACIONES

A través del análisis se ha podido determinar los principales defectos y problemas existentes en la organización, lo cual nos induce a buscar inmediatamente posibles soluciones, por lo cual podemos formular varias sugerencias de acciones que permitan fortalecer el desarrollo de la Empresa Multicisva S.A. de la ciudad de Ambato, entre ellas tenemos:

- ✓ Es fundamental garantizar la satisfacción del cliente mediante un sistema de gestión de calidad; que permita el logro de ventajas competitivas para responder a las expectativas de los clientes.
- ✓ Tomar las sugerencias, requerimientos y necesidades de los clientes para mejorar y asegurar la provisión del servicio de limpieza.
- ✓ La gerencia debe involucrarse plenamente, para garantizar excelente calidad en sus servicios y para ello es necesario asegurar el trabajo y el compromiso del personal; logrando así calidad interna, la cual se traduce en máxima eficiencia y efectividad en las actividades de servicio.
- ✓ Capacitar al personal constantemente, asegurar y entregar la maquinaria y equipo apropiado para el trabajo. Por su parte el personal debe cumplir con sus responsabilidades para conseguir resultados satisfactorios.
- ✓ Los procesos deben estar perfectamente documentados para que exista un control apropiado de los mismos.
- ✓ Diseñar un Sistema de Gestión de Calidad basado en la norma ISO 9001-2008 como plataforma, para desarrollar actividades, procesos y procedimientos; encaminados a cumplir los requisitos exigidos por el cliente.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1 DATOS INFORMATIVOS

Título: Diseño de un Sistema de Gestión de Calidad, bajo estándares de la norma ISO 9001-2008, para mejorar la competitividad de la empresa Multicisva S.A de la ciudad de Ambato.

Empresa ejecutora: Empresa Multicisva S.A

Beneficiarios: Los beneficiarios serán los clientes internos y externos de la empresa Multicisva S.A

Ubicación de la empresa: La empresa Multicisva S.A, está ubicada en la ciudad de Ambato; en las calles Isidro Ayora e Isidro Viteri, provincia de Tungurahua.

Teléfono: 2411-902

Tiempo estimado para la ejecución: El tiempo estimado para la ejecución de la implantación del Sistema de gestión de calidad es de 6 meses.

Equipo técnico responsable: El equipo responsable del Sistema de gestión de calidad serán: Gerente general: Ing. Techí Vaca y la Investigadora: Katherine Proaño.

Costo: El costo de la presente propuesta es de \$ 13.496,00

6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

Cada vez es mayor el número de empresas que implementan un sistema de gestión de calidad para mejorar su forma de trabajar, lo que permite un incremento de clientes y gestionar el riesgo de la mejor manera posible; reduciendo costes y mejorando la calidad del servicio ofrecido.

Las empresas están tomando conciencia en forma creciente de la satisfacción del cliente, por ello la importancia de la implementación de este sistema que tiene como requisito fundamental la satisfacción del cliente, teniendo en cuenta las características propias del sector en que la empresa realiza su actividad.

El sistema se basa en la aplicación de procesos e introduce el concepto de mejora continua para estimular su eficacia, incrementando su ventaja competitiva en el mercado y respondiendo a las expectativas de los clientes.

Existen empresas ecuatorianas que están plenamente comprometidas con la calidad, así podemos mencionar en el sector de servicios al Ministerio de Finanzas que obtuvo la certificación ISO 9001-2008 por la gestión de su servicio en la atención a los usuarios del sistema de Administración Financiera; también forma parte de las 1500 empresas que en el país cuentan con la certificación ISO 9001-2008 Ferrocarriles del Ecuador por su proceso de gestión del sistema ferroviario.

Según el estudio realizado, se determinó que la implementación de un sistema de gestión de calidad mejorará la competitividad de la empresa Multicisva S.A de la ciudad de Ambato.

6.3 JUSTIFICACIÓN

Desde el punto de vista teórico la propuesta planteada en el proyecto de investigación contribuirá al logro de objetivos de la empresa, además Multicisva S.A mejorará su nivel competitivo, por tanto lo más adecuado es implementar un sistema de gestión de calidad, esta metodología, presenta un enfoque basado en los procesos, que permite identificar y gestionar las diferentes áreas de la organización para obtener resultados de desempeño, eficiencia del proceso, así como promover la mejora continua y aumentar la satisfacción de los clientes mediante el cumplimiento de sus requisitos.

La propuesta tiene como finalidad la estandarización de procesos siguiendo los parámetros de la norma 9001-2008, que hace obligatoria la utilización de métodos, técnicas y procedimientos específicos y la vez se enfoca en principios, metas y objetivos; todos ellos relacionados con el cumplimiento y satisfacción de las necesidades y requerimientos del consumidor.

La utilidad del proyecto de investigación, al sistematizar los procesos se optimizará el recurso tiempo, las responsabilidades estarán bien definidas favoreciendo el equilibrio personal y enriqueciendo la experiencia de los miembros de la organización, de esta manera formaremos personal con alta proyección de competitividad beneficiándose por tanto clientes internos como externos.

6.4 OBJETIVOS

6.4.1 Objetivo General

Diseñar un Sistema de Gestión de Calidad, bajo estándares de la norma ISO 9001-2008, para mejorar la competitividad de la empresa Multicisva S.A de la ciudad de Ambato.

6.4.2 Objetivos Específicos

- ✓ Diagnosticar el estado actual de la empresa Multicisva S.A analizando los métodos y procesos existentes en base a los requerimientos de la Norma ISO 9001:2008.
- ✓ Determinar y documentar los procesos existentes, para cumplir con los requisitos de la Norma ISO 9001:2008.
- ✓ Originar un compromiso por parte de todas las áreas de la empresa con la calidad, para lograr una mayor competitividad.
- ✓ Implementar el sistema de gestión de calidad.

6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

Esta propuesta es factible porque nos permite mejorar la competitividad de la empresa Multicisva S.A mediante la implementación del sistema de gestión de calidad; también se cuenta con la predisposición de los accionistas, administradores y trabajadores para trabajar conjuntamente hacia el logro de los objetivos propuestos.

La posibilidad de la implementación y puesta en marcha de la propuesta se fundamenta en los siguientes aspectos:

6.5.1 Factibilidad Política

La propuesta es viable ya que el gobierno ecuatoriano ha ido desarrollando políticas; en las cuales prima los mecanismos dirigidos a la protección de la calidad para el consumidor, con miras a elevar su nivel de satisfacción.

6.5.2 Factibilidad Tecnológica

Los mercados de servicios están influidos por los avances en la tecnología; lo que ha dado lugar a una nueva forma de demanda estimulando la innovación, especialmente a través de tecnologías nuevas y mejoradas. Por lo cual la empresa está dispuesta a implementar la tecnología idónea para mejorar su nivel competitivo.

6.5.3 Factibilidad Organizacional

La empresa Multicisva S.A a través de todos sus miembros está dispuesta a congregar esfuerzos y a realizar cualquier cambio que signifique trabajar bajo procesos estandarizados bajo parámetros de la norma ISO 9001-2008, para mejorar su competitividad.

6.5.4 Factibilidad Económica Financiera

Los accionistas de la empresa Multicisva S.A están dispuestos a invertir en la implementación y certificación del sistema de gestión de calidad bajo la norma ISO 9001-2008, en beneficio de la empresa y quienes forman parte de ella.

6.5.5 Factibilidad Socio Cultural

La empresa cuenta con empleados competentes y calificados para realizar sus diferentes actividades, sin embargo el personal administrativo está consciente que deben recibir capacitación constantemente para un mejor desempeño laboral en cada uno de los puestos; cumpliendo con los requerimientos y particularidades de los mismos.

6.5.6 Factibilidad Legal

Es factible porque la empresa Multicisva S.A en su gestión de calidad seguirá correctamente las normas técnicas y los lineamientos establecidos por el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN).

6.6 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA TÉCNICA

6.6.1 Sistema de gestión de calidad

Según (Gómez I. , 2012, pág. 11) sistema de gestión de calidad es una herramienta de gestión formada por un conjunto de procesos (actividades), relacionados entre sí, para mejorar continuamente la satisfacción del cliente a través del cumplimiento de sus requisitos y expectativas.

6.6.1.1 Beneficios del sistema de gestión de calidad

- ✓ Mejora continuamente la satisfacción de los clientes; aumentando la fidelización de los mismos y favoreciendo la sostenibilidad del negocio.

- ✓ Aumenta la credibilidad mediante el logro de certificados emitidos por entidades acreditadas.

- ✓ Mejora la eficiencia y eficacia de los procesos mediante la sistematización de los mismos.

6.6.2 Norma ISO 9001-2008

Para (Cantu, 2011, pág. 222) ISO 9001-2008 es la norma internacional editada por ISO, que define los requisitos que debe cumplir la organización que desee implementar un sistema de gestión de calidad.

6.6.2.1 Elementos y requerimientos de la norma ISO 9001-2008

1. OBJETO Y CAMPO DE APLICACIÓN

1.1 Generalidades

Esta norma especifica los requisitos para un sistema de gestión de calidad, cuando una organización:

- a) Necesita demostrar su capacidad para proporcionar de forma coherente productos que satisfagan los requisitos del cliente y los reglamentos aplicables.
- b) Aspira a aumentar la satisfacción del cliente a través de la aplicación eficaz del sistema, incluidos los procesos para la mejora continua del sistema y el aseguramiento de la conformidad con los requisitos del cliente y los reglamentarios aplicables.

1.2 Aplicación

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

2. REFERENCIAS NORMATIVAS

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

3. TÉRMINOS Y DEFINICIONES

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

Proveedor ► organización ► cliente

El término “organización” reemplaza al término “proveedor” que se utilizó en la norma ISO 9001-1994 para referirse a la unidad a la que se aplica esta norma internacional.

A lo largo del texto de esta norma internacional, cuando se utilice el término “producto”, éste puede significar también “servicio”, disposiciones de esta norma internacional.

4. SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

La organización debe establecer, documentar, poner en marcha y mantener un sistema de gestión de calidad y mejorar continuamente su eficacia de acuerdo con los requisitos de tal norma.

4.1 Requisitos generales

La organización debe hacer lo siguiente:

- a) Identificar los procesos necesarios para el sistema de gestión de la calidad y su aplicación mediante la organización.
- b) Determinar la secuencia e interacción de estos procesos.
- c) Determinar los procesos y métodos necesarios para asegurarse de que tanto la operación como el control de estos procesos sean eficaces.
- d) Asegurarse de la disponibilidad de recursos e información necesarios para apoyar la operación y el seguimiento de estos procesos.
- e) Realizar el seguimiento, la medición y el análisis de dichos procesos.
- f) Poner en práctica las acciones necesarias para alcanzar los resultados planificados y la mejora continua de los procesos mencionados.

Cuando la organización opte por contratar externamente cualquier proceso que afecte la conformidad del producto con los requisitos, la organización deberá asegurarse de controlar tales procesos.

El control sobre dichos procesos contratados en forma externa debe identificarse en el sistema de gestión de calidad.

4.2 Requisitos de documentación

La documentación del sistema de gestión de calidad debe incluir lo siguiente:

- Declaraciones documentadas de una política y de objetivos de calidad.
- Un manual de la calidad.
- Los procedimientos documentados requeridos en esta norma.
- Los documentos que requiere la organización para asegurarse de la eficaz planificación, operación y control de sus procesos, incluidos los registros que exige esta norma.

Manual de calidad

La organización debe establecer y mantener un manual de la calidad que incluya lo siguiente:

- El alcance del sistema de gestión la calidad.
- Los procedimientos documentados establecidos para el sistema de gestión de la calidad.
- Una descripción de la interacción entre los procesos del sistema de gestión de la calidad.

Control de documentos

Los documentos requeridos por el sistema de gestión de calidad, así como los registros deben controlarse, además de establecerse un procedimiento documentado que defina los controles necesarios para:

- Aprobar los documentos en cuanto a su adecuación antes de su emisión.
- Revisar y actualizar los documentos cuando sea necesario y aprobarlos otra vez.
- Asegurarse de que se identifican los cambios y el estado de revisión actual de los documentos.
- Verificar que las versiones pertinentes de los documentos aplicables se encuentran disponibles en los puntos de uso.
- Verificar que se identifiquen y controlen los documentos de origen externo, necesarios para la planeación y operación del sistema de calidad.
- Prevenir el uso internacional de documentos obsoletos y aplicarles una identificación adecuada en caso de que se mantengan por cualquier razón.

Control de registros

Los registros deben establecerse y mantenerse para proporcionar evidencia de la conformidad con los requisitos, así como la operación eficaz del sistema de gestión de calidad. Los registros deben permanecer legibles y fácilmente identificables y recuperables. Debe establecerse un procedimiento documentado para definir los controles necesarios para la identificación, el almacenamiento, la protección, la recuperación, el tiempo de retención y la disposición de los registros.

5. RESPONSABILIDADES DE LA DIRECCIÓN

En esta sección se establece cómo la dirección a) se compromete con el diseño e implementación del sistema de gestión de calidad, b) asegura un enfoque hacia la satisfacción de los clientes, c) define la política de calidad, d) plantea objetivos y el mismo sistema de gestión de calidad, e) define y comunica los niveles de responsabilidad y autoridad en la toma de decisiones y f) revisa el cumplimiento del sistema de calidad.

5.1 Compromiso de la dirección

La alta dirección debe proporcionar evidencia de su compromiso con el desarrollo e implementación del sistema de gestión de calidad, así como con la mejora continua de su eficacia por medio de las acciones siguientes:

- Comunicar a la organización la importancia de satisfacer tanto los requisitos del cliente como los legales y reglamentarios.
- Establecer la política de calidad.
- Asegurar que se definan los objetivos de la calidad.
- Llevar a cabo revisiones por la dirección.
- Asegurar la disponibilidad de recursos.

5.2 Enfoque al cliente

La alta dirección debe asegurarse de que los registros del cliente se determinan y cumplen con el propósito de aumentar su satisfacción.

5.3 Política de calidad

La alta dirección debe asegurarse de que la política de calidad:

- Es adecuada al propósito de la organización.
- Incluye un compromiso de cumplir con los requisitos y de mejorar continuamente la eficacia del sistema de gestión de calidad.
- Proporciona un marco de referencia para establecer y revisar los objetivos de la calidad.
- Se comunica y entiende en la organización.
- Se revisa para su continua adecuación.

5.4 Planificación

Objetivos de la calidad

La alta dirección debe asegurarse de que los objetivos de la calidad, incluido aquellos necesarios para cumplir los requisitos para el producto, se establecen en las funciones y niveles pertinentes en la organización. Los objetivos de la calidad deben ser tanto medibles como coherentes con la política de la calidad.

Planificación del sistema de gestión de calidad

La alta dirección debe asegurarse de que:

- La planificación del sistema de gestión de calidad se realiza con el fin de cumplir con los requisitos y objetivos de calidad.
- Se mantiene la integridad del sistema de gestión de la calidad cuando se planifican e implantan cambios en éste.

5.5 Responsabilidad, autoridad y comunicación

Responsabilidad y autoridad

La alta dirección debe asegurarse de que las responsabilidades y autoridades están definidas y se comunican dentro de la organización.

Representante de la dirección

La dirección debe designar a un miembro de la dirección, quien, sin importar otras obligaciones, debe tener la responsabilidad y autoridad que incluyan:

- Asegurarse de que se establecen, implementan y mantienen los procesos necesarios para el sistema de gestión de calidad.
- Informar a la alta dirección sobre el desempeño del sistema de gestión de calidad y de cualquier necesidad de mejora.
- Asegurarse de que se promueva la toma de conciencia de los requisitos del cliente en todos los niveles de la organización.

Comunicación interna

La alta dirección debe asegurarse de que se establecen los procesos de comunicación apropiados en la organización y de que al hacer la comunicación se considera la eficacia del sistema de gestión de la calidad.

5.6 Revisión por la dirección

La alta dirección debe revisar, a intervalos planificados, el sistema de gestión de calidad de la organización para asegurarse de su conveniencia, adecuación y eficacia continuas. La revisión debe incluir la evaluación de las oportunidades de mejora y la necesidad de efectuar cambios en el sistema de gestión de la calidad, incluidos la política y los objetivos de la calidad. Asimismo, deben mantenerse registros de las revisiones por la dirección.

Información para la revisión

La información de entrada para que la revise la dirección debe incluir lo siguiente:

- Resultados de auditorías.
- Retroalimentación del cliente.
- Desempeño de los procesos y conformidad del producto.
- Estado de las acciones correctivas y preventivas.
- Seguimiento de revisiones previas por la dirección.
- Cambios que podrían afectar el sistema de gestión de calidad.

- Recomendaciones para la mejora.

Resultados de la revisión

Los resultados de la revisión por la dirección deben incluir todas las decisiones y acciones relacionadas con:

- La mejora de la eficacia del sistema de gestión de calidad y sus procesos.
- La mejora del producto en relación con los requisitos del cliente.
- La necesidad de contar con recursos.

6. GESTIÓN DE LOS RECURSOS

6.1 Provisión de los recursos

La organización debe determinar y proporcionar los recursos necesarios para lo siguiente:

- Poner en práctica y mantener el sistema de gestión de calidad y mejorar continuamente su eficacia.
- Aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos.

6.2 Recursos humanos

El personal que realice trabajos que afecte la calidad del producto debe ser competente con base en la educación, formación, habilidades y experiencia apropiadas.

Competencia, formación y toma de conciencia

La organización debe:

- Determinar la competencia necesaria para el personal que realiza trabajos que afectan la calidad del producto.
- Cuando sea aplicable, proporcionar formación o realizar otras acciones para satisfacer dichas necesidades.
- Evaluar la eficacia de las acciones tomadas.
- Asegurarse de que su personal está consciente de la pertinencia e importancia de sus actividades y de cómo distribuyen a lograr los objetivos de la calidad.
- Mantener los registros apropiados de la educación, formación, habilidades y experiencia.

6.3 Infraestructura

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

- Edificio, espacios de trabajo y servicios asociados
- Equipo para los procesos (tanto hardware como software).
- Servicios de apoyo tales como transporte o comunicación.

6.4 Ambiente de trabajo

La organización debe determinar y gestionar el ambiente de trabajo para lograr la conformidad con los requisitos del producto.

7. REALIZACIÓN DEL PRODUCTO

7.1 Planeación de la realización del producto

La organización debe planificar y realizar los procesos necesarios para elaborar el producto. La planificación de la elaboración del producto debe ser coherente con los requisitos de los otros procesos del sistema de gestión de calidad.

Durante la planeación de la realización del producto, la organización debe determinar, cuando sea apropiado lo siguiente:

- a) Los objetivos de la calidad y los requisitos para el producto.
- b) La necesidad de establecer procesos y documentos, y proporcionar recursos específicos para el producto.
- c) Las actividades requeridas de verificación, validación, seguimiento, inspección y ensayo/prueba específicas para el producto, así como los criterios para la aceptación de éste.
- d) Los registros necesarios para proporcionar evidencia de los procesos de realización y el producto resultante cumplen los requisitos.

7.2 Procesos relacionados con el cliente

Determinación de los requisitos relacionados con el cliente

La organización debe determinar:

- a) Los requisitos especificados por el cliente, incluido aquellos para las actividades de entrega y las ulteriores a ésta.
- b) Los requisitos no establecidos por el cliente pero necesarios para el uso especificado o la utilización prevista, cuando se conozca.
- c) Los requerimientos legales y reglamentarios relacionados con el producto.
- d) Cualquier requisito adicional determinado por la organización.

Revisión de los requisitos relacionados con el producto

La organización debe revisar los requisitos relacionados con el producto. Esta revisión debe efectuarse antes de que la organización se comprometa a proporcionar un producto al cliente (por ejemplo, envío de ofertas, aceptación de contratos o pedidos) y debe asegurarse de que:

- Están definidos los requisitos del producto.
- Se resolvieron las diferencias entre los requisitos del contrato o pedido y los expresados previamente.
- La organización tiene la capacidad de cumplir con los requisitos definidos.

Comunicación con el cliente

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

- La información sobre el producto.
- Las consultas, contratos o atención de pedidos, incluidas las modificaciones.
- La retroalimentación del cliente, incluidas sus quejas.

7.3 Diseño y desarrollo

Planeación del diseño y desarrollo

La organización debe planificar y controlar el diseño y desarrollo del producto.

Durante la planificación del diseño y desarrollo, la organización debe determinar lo siguiente:

- Las etapas del diseño y desarrollo
- La revisión, verificación y validación, apropiadas para cada etapa del diseño y desarrollo.
- Las responsabilidades y autoridades para el diseño y desarrollo.

La organización debe gestionar las interfaces entre los diferentes grupos involucrados en el diseño y desarrollo para asegurarse de una comunicación eficaz y una clara asignación de responsabilidades.

Elementos de entrada para el diseño y desarrollo

Deben determinarse los elementos de entrada relacionados con los requisitos del producto y mantenerse registros. Estos elementos de entrada deben incluir lo que sigue:

- Los requisitos funcionales y de desempeño.
- Los requisitos legales y reglamentarios aplicables.
- La información proveniente de diseños previos similares, cuando sea aplicable.
- Cualquier otro requisito esencial para el diseño y desarrollo.

Resultados del diseño y desarrollo

Los resultados del diseño y desarrollo deben proporcionarse de tal manera que permitan verificar los elementos de entrada para el diseño y desarrollo y han de aprobarse antes de su liberación.

Los resultados del diseño y desarrollo deben:

- a) Cumplir los requisitos de los elementos de entrada para el diseño y desarrollo.
- b) Proporcionar información apropiada para la compra, la producción y la prestación del servicio.
- c) Contener o hacer referencia a los criterios de aceptación del producto.
- d) Especificar las características del producto que son esenciales para el uso seguro y correcto.

Revisión del diseño y desarrollo

En las etapas adecuadas deben realizarse revisiones sistemáticas del diseño y desarrollo de acuerdo con lo planificado:

- Evaluar la capacidad de los resultados del diseño y desarrollo para cumplir los requisitos.
- Identificar cualquier problema y proponer las acciones necesarias.

Las participaciones en dichas revisiones deben incluir representantes de las funciones relacionadas con la(s) etapas(s) de diseño y desarrollo que se revisa(n); también, mantenerse registros de los resultados de las revisiones y de cualquier acción necesaria.

Verificación del diseño y desarrollo

Se debe realizar la verificación, de acuerdo con lo planificado, para asegurarse de que los resultados del diseño y desarrollo cumplen los requisitos de los elementos de entrada del diseño y desarrollo. Asimismo, deben mantenerse registros de los resultados de la verificación y de cualquier acción que sea necesaria.

Validación del diseño y desarrollo

Se debe realizar la validación del diseño y desarrollo de acuerdo con lo planeado, con el propósito de asegurarse de que el producto resultante es capaz de satisfacer los requisitos para su aplicación especificada o uso previsto, cuando sea conocido. Siempre que sea factible, la validación debe completarse antes de la entrega o utilización del producto.

Control de cambios del diseño y desarrollo

Los cambios del diseño y desarrollo deben identificarse y mantenerse registrados. Los cambios deben revisarse, verificarse y validarse, según sea apropiado, y aprobarse antes de su puesta en marcha. La revisión de los cambios del diseño y desarrollo debe incluir la evaluación del efecto de los cambios en las partes constitutivas y en el producto entregado.

7.4 Compras

Proceso de compras

La organización debe asegurarse de que el producto adquirido cumple con los requisitos de compra especificados. El tipo y el alcance del control aplicado al proveedor y al producto adquirido en la ulterior realización del producto o sobre el producto final.

La organización debe evaluar y seleccionar proveedores en función de su capacidad para suministrar productos de acuerdo con los requisitos de la organización; además, han de establecerse los criterios para la selección, la evaluación y la reevaluación, así como mantenerse los registros de los resultados de las evaluaciones y de cualquier acción necesaria derivada de ellas.

Información de las compras

La información de las compras debe describir el producto a comprar, incluido, cuando sea apropiado, lo siguiente:

- Los requisitos para la aprobación del producto, procedimientos, procesos y equipos.
- Requisitos para la certificación del personal.
- Requisitos del sistema de gestión de calidad.

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

Verificación de los productos comprados

La organización debe establecer y poner en marcha la inspección u otras actividades necesarias para asegurarse de que el producto comprado cumple con los requisitos de compra especificados.

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

7.5 Producción y prestación del servicio

Control de la producción y de la prestación del servicio

La organización debe planificar y llevar a cabo la producción y la prestación del servicio en condiciones controladas, las cuales deben incluir lo siguiente cuando sea aplicable.

- La disponibilidad de información que describa las características del producto.
- La disponibilidad de instrucciones de trabajo cuando sea necesario.
- El uso del equipo apropiado.
- La disponibilidad y el uso de dispositivos de seguimiento y medición.
- La realización del seguimiento y la medición.
- La práctica de actividades de liberación, entrega y posteriores a la entrega.

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

La organización debe validar los procesos de producción y de prestación del servicio cuando los productos resultantes no se pueden verificar mediante actividades de seguimiento o medición posteriores.

Esto incluye cualquier proceso en el que las deficiencias sean evidentes sólo después de que el producto se haya utilizado o se haya prestado el servicio. La validación debe demostrar la capacidad de estos procesos para alcanzar los resultados planificados.

La organización debe establecer las disposiciones para dichos procesos, incluido lo siguiente, cuando sea aplicable:

- Los criterios definidos para revisar y aprobar los procesos.
- La aprobación de equipos y calificación del personal.
- El uso de métodos y procedimientos específicos.
- Los requisitos de los registros
- La revalidación

Identificación y trazabilidad

Cuando sea apropiado, la organización debe identificar tanto el producto por medios adecuados con toda su realización, como el estado del producto respecto a los requisitos de seguimiento y medición. Cuando la trazabilidad sea un requisito, la organización debe controlar y registrar la identificación única del producto.

Propiedad del cliente

La organización debe no sólo cuidar los bienes que son propiedad del cliente mientras estén bajo el control de la organización o ésta los utilice, sino también identificar, verificar, proteger y salvaguardar los bienes que son propiedad del cliente, suministrados para su uso o incorporación en el producto.

Cualquier bien propiedad del cliente que se pierda, deteriore o que de algún otro modo se considere inadecuado para su uso se debe registrar y comunicar al cliente.

Preservación del producto

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

7.6 Control de los equipos de seguimiento y medición

La organización debe determinar el seguimiento y la medición por realizar, y los dispositivos de medición y seguimiento necesarios para proporcionar la evidencia de la conformidad del producto con los requisitos determinados.

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

- a) Calibrarse o verificarse a intervalos especificados o antes de su utilización, comparado con patrones de medición trazables a patrones de medición nacional o internacionales; cuando no existan tales patrones deben registrarse la base utilizada para la calibración o la verificación.
- b) Ajustarse o reajustarse según sea necesario.
- c) Identificarse para poder determinar el estado de calibración.
- d) Protegerse contra ajustes que pudieran invalidar el resultado de la medición.
- e) Protegerse contra los daños y el deterioro durante la manipulación, el mantenimiento y el almacenamiento.

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

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

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

8. MEDICIÓN, ANÁLISIS Y MEJORA

8.1 Generalidades

La organización debe planificar e implementar los procesos de seguimiento, medición, análisis y mejora necesarios para:

- a) Demostrar la conformidad del producto.
- b) Asegurarse de la conformidad del sistema de gestión de calidad.
- c) Mejorar continuamente la eficacia del sistema de gestión de calidad.

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

8.2 Seguimiento y medición

Satisfacción del cliente

Como una de las medidas del desempeño del sistema de gestión de calidad; la organización debe realizar el seguimiento de la información relativa del cliente con respecto al cumplimiento de sus requisitos por parte de la organización. Deben determinarse los métodos para obtener y utilizar dicha información.

Auditoría interna

La organización debe llevar a cabo a intervalos planificados de auditorías internas para determinar si el sistema de gestión de calidad:

- a) Es conforme con las disposiciones planificadas con los requisitos de esta norma internacional y con los requisitos del sistema de gestión de calidad establecidos por la organización.

- b) Se ha implementado y se mantiene de manera eficaz.

Se debe planificar un programa de auditoría tomando en consideración el estado y la importancia de los procesos y las áreas a auditar, así como los resultados de auditorías previas. Se deben definir los criterios de auditoría, el alcance de la misma, su frecuencia y metodología. La selección de los auditores y la realización de las auditorías deben asegurar la objetividad e imparcialidad del proceso de auditoría.

Los auditores no pueden auditar su propio trabajo.

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

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

Seguimiento y medición de los procesos

La organización debe aplicar los métodos apropiados para el seguimiento, y cuando sea aplicable, la medición de los procesos del sistema de gestión de calidad. Estos métodos deben demostrar la capacidad de los procesos para alcanzar los resultados planificados.

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

Seguimiento y medición del producto

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

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

8.3 Control de producto no conforme

La organización debe asegurarse de que el producto que sea no conforme con los requisitos, se identifica y controla para prevenir su uso o entrega no intencional.

Los controles, las responsabilidades y autoridades relacionadas con el tratamiento del producto no conforme deben estar definidos en un procedimiento documentado. La organización debe tratar los productos no conformes mediante una o más de las siguientes maneras:

- a) Tomando acciones para eliminar la no conformidad detectada.
- b) Autorizando su uso, liberación o aceptación bajo concesión por una autoridad pertinente y, cuando sea aplicable por el cliente.
- c) Tomando acciones para impedir su uso o aplicación originalmente previsto.

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

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

8.4 Análisis de los datos

La organización debe determinar y analizar los datos apropiados para demostrar la idoneidad y la eficacia del sistema de gestión de la calidad y para evaluarse donde puede realizarse la mejora continua de la eficacia del sistema de gestión de la calidad. Esto debe incluir los datos generados del resultado del seguimiento y medición y de cualquier otra fuente pertinente.

El análisis de datos debe proporcionar información sobre:

- a) La satisfacción del cliente.
- b) La conformidad con los requisitos del producto.
- c) Las características y tendencias de los procesos y de los productos, incluyendo la oportunidad para llevar a cabo acciones preventivas.
- d) Los proveedores.

8.5 Mejora

Mejora continua

La organización debe mejorar continuamente la eficacia del sistema de gestión de calidad mediante el uso de la política de calidad, los objetivos de la calidad, los resultados de las auditorías, el análisis de datos, las acciones correctivas y preventivas y la revisión por la dirección.

Acción correctiva

La organización debe realizar acciones para eliminar la causa de inconformidad con la idea de prevenir que vuelva a suceder. Las acciones correctivas deben ser apropiadas con los efectos de las inconformidades encontradas.

Asimismo, debe establecerse un procedimiento documentado a fin de definir los requisitos para:

- Revisar las inconformidades (incluidas las quejas de los clientes).
- Determinar las causas de las inconformidades.
- Evaluar la necesidad de adoptar acciones para asegurarse de que las inconformidades no vuelvan a ocurrir.
- Determinar e implantar acciones necesarias.
- Registrar los resultados de las acciones tomadas.
- Revisar las acciones correctivas tomadas.

Acción preventiva

La organización debe determinar acciones que eliminen las causas de inconformidades potenciales para prevenir su ocurrencia. Las acciones preventivas deben ser apropiadas a los efectos de los problemas potenciales.

A su vez, debe establecerse un procedimiento documentado con el propósito de definir los requisitos para:

- Determinar las inconformidades potenciales y sus causas.
- Evaluar la necesidad de actuar para prevenir la ocurrencia de inconformidades.
- Determinar e implantar las acciones necesarias.
- Registrar los resultados de las acciones tomadas.
- Revisar las acciones preventivas tomadas.

6.7 METODOLOGÍA (Modelo operativo)


	MANUAL DE CALIDAD	CÓDIGO	MC-01
---	--------------------------	--------	-------

El Manual de Calidad es el documento que especifica el SGC de una organización, que busca establecer, documentar, implementar y mantener un sistema de gestión de calidad y mejorar continuamente su eficacia de acuerdo con los requisitos de la norma ISO 9001-2008.

Elaborado y validado: Katherine Proaño
Revisado: Ing. Fabián Chávez
Aprobado: Ing. Techí Vaca

Distribución				
Copia	Ubicación	Receptor		
		Nombre	Firma	Fecha

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 1 de 28


	MANUAL DE CALIDAD	CÓDIGO	MC-01
---	--------------------------	--------	-------

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	131
1.1.Misión	131
1.2.Visión	132
1.3.Valores	132
2.OBJETIVOS DEL MANUAL DE CALIDAD	133
3.ALCANCE	133
4.SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	133
4.1.Requisitos de la documentación	134
4.1.1.Control de la documentación	135
4.1.2. Control de registros	135
5.RESPONSABILIDAD DE LA DIRECCIÓN	136
5.1.Compromiso de la dirección	136
5.2.Enfoque al cliente	136
5.3.Política de calidad	136
5.4.Planificación	137
5.4.1 Objetivos de calidad	137
5.4.2.Planificación del sistema de gestión de calidad	137
5.5.Responsabilidad, autoridad y comunicación	140
5.6 Revisión por la dirección	141
6.Gestión de los recursos	144
6.1 Provisión de recursos	144
6.2 Recursos humanos	144
6.3 Infraestructura	145
6.4 Ambiente de trabajo	145
7. PRESTACIÓN DEL SERVICIO	146

7.1. Planificación de la prestación del servicio	146
7.2. Procesos relacionados con el cliente	146
7.2.1. Determinación de los requisitos relacionados con el servicio	146
7.2.2. Revisión de los requisitos relacionados con el servicio	146
7.2.3 Comunicación con el cliente	147
7.3. Diseño y desarrollo	147
7.4. Compras	147
7.5. Producción y prestación del servicio	148
7.5.1. Control de la prestación del servicio	148
7.5.2. Validación de los procesos de servicio	148
7.5.3. Identificación y trazabilidad	148
7.5.4. Propiedad del cliente	149
7.5.5. Preservación del producto	149
7.6. Control de los dispositivos de seguimiento y medición	149
8. MEDICIÓN, ANÁLISIS Y MEJORA	150
8.1. Generalidades	150
8.2. Medición y seguimiento	150
8.2.1. Satisfacción del cliente	150
8.2.2. Auditorías internas	151
8.2.3. Seguimiento y medición de los procesos	151
8.2.4. Seguimiento y medición del servicio	152
8.3. Control del producto no conforme	152
8.4. Análisis de datos	152
8.5. Mejora	153
8.5.1. Mejora continua	153
8.5.2. Acciones correctivas	153
8.5.3. Acciones preventivas	153

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 3 de 28


	MANUAL DE CALIDAD	CÓDIGO	MC-01
---	--------------------------	--------	-------

CÓDIGOS DEL SISTEMA

CÓDIGO	INTERPRETACIÓN
SGC	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD
RD	REPRESENTANTE DE LA DIRECCIÓN
RC	RESPONSABLE DE LA CALIDAD
RP	RESPONSABLE DEL PROCESO
CC	COMITÉ DE CALIDAD
CE	COMITÉ EJECUTIVO
MC	MANUAL DE CALIDAD
GG	GERENTE GENERAL
JRH	JEFE DE RECURSOS HUMANOS
JFF	JEFE FINANCIERO
JOP	JEFE OPERATIVO
SEC	SECRETARÍA
CTD	CONTADOR
PSV	PERSONAL DE SERVICIO
PCR-01	PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE REGISTROS
PCD-01	PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE DOCUMENTOS
PCP-01	PROCEDIMIENTO DE COMPRAS
POP-01	PROCEDIMIENTO DE OPERACIONES
PRH-01	PROCEDIMIENTO DE RECURSOS HUMANOS
SNC-01	PROCEDIMIENTO DE SERVICIO NO CONFORME
PSC-01	PROCEDIMIENTO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
PAI-01	PROCEDIMIENTO DE AUDITORÍA INTERNA
PAP-01	PROCEDIMIENTO DE ACCIONES PREVENTIVAS

PAC-01	PROCEDIMIENTO DE ACCIONES CORRECTIVAS
RA-01	POLÍTICA DE CALIDAD
RA-02	MISIÓN Y VISIÓN
RA-03	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL
RA-04	MAPA DE PROCESOS
RS-01	ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
RS-02	REPORTE DE NO CONFORMIDADES
RS-03	PLAN DE ACCIÓN (ACCIONES CORRECTIVAS/PREVENTIVAS)
RS-04	INFORME DE AUDITORÍA INTERNA

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 5 de 28

	MANUAL DE CALIDAD	CÓDIGO	MC-01
---	--------------------------	---------------	--------------

1. INTRODUCCIÓN

La empresa MULTICISVA S.A., está orientada a la prestación de servicios de limpieza y mantenimiento, tanto en empresas del sector público, así como personas y empresas del sector privado. Nuestras actividades se fundamentan en la aplicación de procesos orientados a la limpieza, orden y mantenimiento de las instalaciones utilizadas por funcionarios, propietarios y visitantes de las distintas instalaciones del sector público y privado.


La prestación del servicio de limpieza y mantenimiento, tiene como compromiso esencial, de que las partes interesadas, nuestros clientes, los empleados, funcionarios y propietarios, con el propósito de brindar un ambiente limpio y seguro para el desarrollo de las actividades laborales, domésticas grupales o individuales.

MULTICISVA S.A., asume el propósito de ser una empresa líder en la aplicación del SGC, en empresas de limpieza y mantenimiento, para lo cual necesita la participación y aceptación individual de cada empleado, así como la aplicación y desarrollo de los procesos que aseguren la calidad y permanencia del servicio.

1.1. Misión

MULTICISVA S.A. es una empresa que brinda servicios complementarios especializados en limpieza y mantenimiento con calidad y eficiencia.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 6 de 28

	MANUAL DE CALIDAD	CÓDIGO	MC-01
---	--------------------------	--------	-------


1.2. Visión

Consolidarnos como una empresa líder en la prestación de servicios de limpieza y mantenimiento continuo a nivel nacional. Con el compromiso de garantizar a nuestros clientes un servicio que supere todas sus expectativas, contribuyendo con el cuidado del medio ambiente para alcanzar la excelencia empresarial.

1.3. Valores

- ✓ **Puntualidad:** La puntualidad hace referencia al ingreso del personal a la hora acordada en las instalaciones de los clientes.
- ✓ **Responsabilidad jurídica:** Hace referencia a la responsabilidad de la empresa para cumplir sus obligaciones legales y cualquier disposición emitida por las máximas autoridades de la ciudad y el país.
- ✓ **Especialización en el servicio:** Es el adecuado conocimiento técnico de cómo realizar la limpieza o mantenimiento en las distintas instituciones.
- ✓ **Responsabilidad en el servicio:** Es el compromiso de la empresa por realizar sus funciones de la manera correcta logrando el mayor nivel de satisfacción de los clientes.
- ✓ **Experiencia:** Se basa en todo el conocimiento adquirido a través de los años que permiten a la organización satisfacer y exceder la satisfacción del cliente.
- ✓ **Imagen empresarial:** Se sustenta en el compromiso por cuidar cómo ve el entorno a la organización y velar por el cuidado de la imagen de los clientes.
- ✓ **Cumplimiento:** Es la seriedad y el compromiso que adquiere la empresa por desarrollar todas las actividades y puntos acordados con el cliente.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 7 de 28

	MANUAL DE CALIDAD	CÓDIGO	MC-01
---	--------------------------	--------	-------

2. OBJETIVOS DEL MANUAL DE CALIDAD

- ✓ Actualizar y capacitar de manera permanente al talento humano, con el propósito de brindar un servicio de calidad.
- ✓ Lograr la participación activa del recurso humano en el funcionamiento del sistema de gestión de calidad y en el análisis y toma de decisiones para lograr su implementación.

3. ALCANCE

El alcance del Sistema de Gestión de Calidad de nuestra Organización es la **“PRESTACIÓN DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO”** y está basado en los requisitos de la norma ISO 9001-2008.


4. SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

Multicisva S.A busca establecer, documentar, implementar y mantener un sistema de gestión de calidad y mejorar continuamente su eficacia de acuerdo con los requisitos de la norma ISO 9001-2008.

La empresa gestionará este sistema para:

- ✓ Identificar los procesos necesarios del sistema y su aplicación a través de toda la empresa.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 8 de 28

	MANUAL DE CALIDAD	CÓDIGO	MC-01
---	--------------------------	--------	-------


- ✓ Determinar la secuencia e interacción de todos los procesos.
- ✓ Determinar los procesos y métodos necesarios que aseguren que los procesos son eficaces.
- ✓ Proveer los recursos e información necesaria para apoyar la operación y el seguimiento de los procesos.
- ✓ Realizar el seguimiento, medición y análisis de procesos
- ✓ Implementar las acciones necesarias para alcanzar los resultados planificados y la mejora continua de los procesos.

4.1. Requisitos de la documentación

La documentación del sistema de gestión de calidad de Multicisva S.A incluye:

- ✓ Declaración documentada de la política de la calidad y de los objetivos de la calidad.
- ✓ Manual de calidad
- ✓ Procedimientos documentados y registros requeridos.
- ✓ Otros documentos necesarios que garantizan el correcto funcionamiento del sistema.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 9 de 28

	MANUAL DE CALIDAD	CÓDIGO	MC-01
---	--------------------------	--------	-------

4.1.1. Control de la documentación

Multicisva S.A controla todos los documentos requeridos por el Sistema en el procedimiento **PCD-01 Control de documentos**, 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.


4.1.2. Control de registros

Multicisva S.A establece y mantiene los registros necesarios para proporcionar la evidencia de la conformidad con los requisitos.

Estos registros son legibles, están identificados, son recuperables, se protegen y se define el tiempo y lugar de conservación

Para garantizar todo esto se ha determinado el procedimiento **PCR Control de registros**.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 10 de 28

	MANUAL DE CALIDAD	CÓDIGO	MC-01
---	--------------------------	--------	-------

5. RESPONSABILIDAD DE LA DIRECCIÓN

5.1. Compromiso de la dirección

La Dirección de la Organización tiene el compromiso de establecer y desarrollar el Sistema de Gestión de Calidad por lo tanto es la responsable de los procesos para definir la misión, la visión, los valores, la calidad, las políticas y los objetivos, así como también establecer los procesos de comunicación y la revisión de los mismos.


5.2. Enfoque al cliente

La empresa ha diseñado el Sistema de Gestión de Calidad teniendo en cuenta los requisitos del cliente, la comunicación con el mismo y la medida de la satisfacción del cliente.

5.3. Política de calidad

La Política de Calidad de MULTICISVA S.A. es brindar servicios de limpieza y mantenimiento, con eficacia, eficiencia y efectividad de acuerdo con los requerimientos de nuestros clientes, del sector público o privado, con personal calificado, maquinaria, equipos y materiales adecuados, comprometidos con el mejoramiento continuo de nuestros procesos.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 11 de 28

	MANUAL DE CALIDAD	CÓDIGO	MC-01
---	--------------------------	--------	-------

5.4. Planificación

5.4.1 Objetivos de calidad

Los objetivos de la Dirección son:

- ✓ Proporcionar mantenimiento preventivo a 100 % del equipo y maquinaria por lo menos cada 6 meses.
- ✓ Lograr mayor planificación del trabajo a través de contar con el 100 % de trabajos respaldados con plan de trabajo durante 6 meses.

5.4.2. Planificación del sistema de gestión de calidad

La dirección de Multicisva S.A tiene planificado su Sistema de Gestión de Calidad para asegurar el alcance de los objetivos propuestos y cumplir con los requisitos de la norma ISO 9001-2008 y los del cliente.

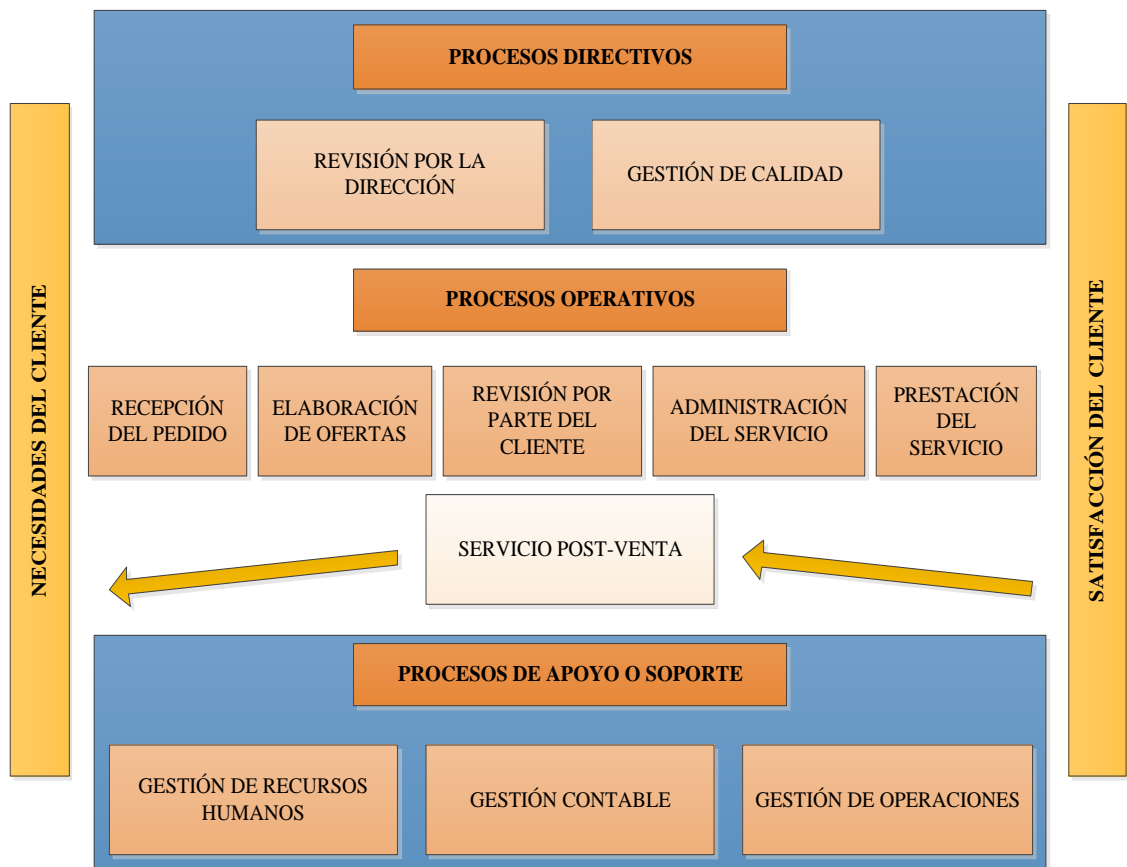
Todos los cambios que se produzcan en este Sistema serán para su mejora, manteniéndose siempre su correcto funcionamiento.

En el siguiente gráfico y la tabla posterior se detallan los procesos llevados a cabo en Multicisva S.A y su interacción.


Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 12 de 28

	MANUAL DE CALIDAD	CÓDIGO	MC-01
---	--------------------------	--------	-------

MAPA DE PROCESOS



Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 13 de 28

	MANUAL DE CALIDAD	CÓDIGO	MC-01
---	--------------------------	--------	-------

TIPOS DE PROCESOS

TIPOS DE PROCESOS	NOMBRE DEL PROCESO	RESPONSABLE DEL PROCESO
DIRECTIVOS	Revisión por la dirección	Gerente General
	Calidad	Responsable de la calidad
OPERATIVOS	Recepción del pedido	Secretaría
	Elaboración de ofertas	Secretaría
	Revisión por parte del cliente	Secretaría
	Administración del servicio	Gerente General
	Prestación del servicio	Jefe operativo
APOYO	Gestión de recursos humanos	Jefe de recursos humanos
	Gestión contable	Jefe financiero
	Gestión de operaciones	Jefe operativo

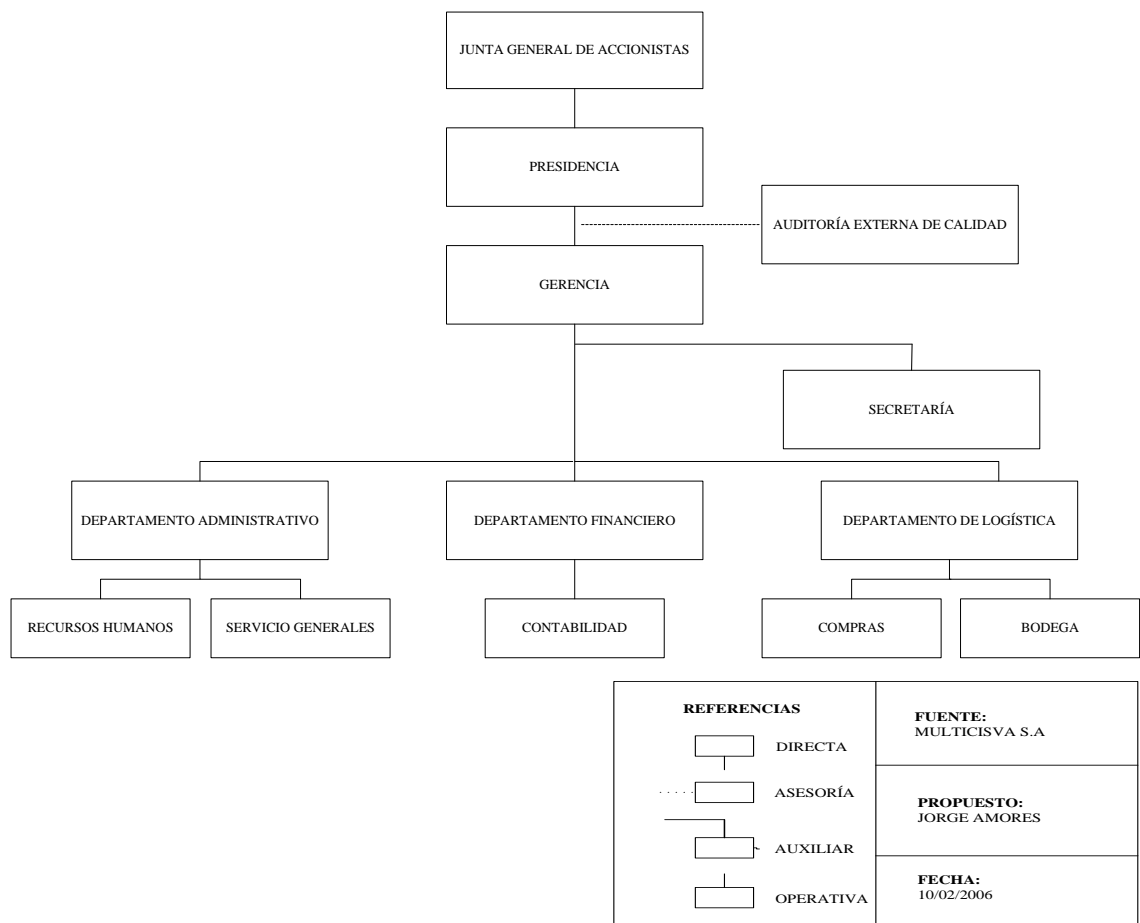
Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 14 de 28

	MANUAL DE CALIDAD	CÓDIGO	MC-01
---	--------------------------	--------	-------


5.5. Responsabilidad, autoridad y comunicación

La Dirección establece las relaciones entre el personal de Multicisva S.A según el siguiente organigrama estructural.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA MULTICISVA S.A



Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 15 de 27

	MANUAL DE CALIDAD	CÓDIGO	MC-01
---	--------------------------	--------	-------

La dirección nombra al responsable de la calidad como miembro de la dirección, para asumir la responsabilidad y autoridad para:

- ✓ Asegurarse de que se establecen, implementan y mantienen los procesos necesarios para el sistema de gestión de la calidad.
- ✓ Informar a la alta dirección sobre el desempeño del sistema de gestión de la calidad y de cualquier necesidad de mejora.
- ✓ Asegurar de que se promueva la toma de conciencia de los requisitos del cliente en todos los niveles de la organización.

La comunicación se realiza a través de:

- ✓ Red telefónica externa e interna.
- ✓ Red informática con conexiones externas.

5.6 Revisión por la dirección

Para cumplir con los objetivos de calidad, la política de calidad y revisión por la dirección, la dirección de Multicisva S.A revisará cada 12 meses, como máximo, el Sistema de Gestión de Calidad para asegurar su conveniencia, adecuación, eficacia y mejora del propio Sistema.

El responsable de la calidad debe elaborar un informe, que es la base sobre la que se va a realizar la revisión por la dirección.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 16 de 28

	MANUAL DE CALIDAD	CÓDIGO	MC-01
---	--------------------------	--------	-------


Así pues, él es el responsable de recopilar todos los datos relativos a la calidad por los diferentes departamentos de la empresa.

Dicho informe es de formato libre, pero en su estructura tendrá información de entrada, consideraciones o sugerencias del responsable de la calidad y unos datos de salida que serán rellenados al finalizar la revisión.

La información de entrada para la revisión contendrá al menos lo siguiente:

- ✓ Resultados de las auditorías internas.
- ✓ Información relativa a los clientes, incluyendo reclamaciones, índices de satisfacción, nuevos requisitos, necesidades potenciales.
- ✓ Número de no-conformidades detectadas.
- ✓ Información relativa a procesos de servicio y otros procesos.
- ✓ Reclamaciones a proveedores, la evaluación de los mismos.
- ✓ Estado de cumplimiento de los objetivos y el grado de adecuación de la política de calidad.
- ✓ Resultados de las acciones formativas.
- ✓ Estado de las acciones correctivas, preventivas y de mejora.
- ✓ Información sobre las acciones emprendidas en revisiones anteriores y su estado.
- ✓ Sugerencias y quejas de los trabajadores.
- ✓ Recomendaciones para la mejora.
- ✓ Posibles cambios en la empresa que pudieran afectar al Sistema de Gestión de la Calidad.
- ✓ Otra información que el responsable de calidad considere relevante.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 17 de 28

	MANUAL DE CALIDAD	CÓDIGO	MC-01
---	--------------------------	--------	-------


Los datos de salida o resultados de la revisión por la dirección hacen referencia al menos, a:

- ✓ Cumplimiento de los objetivos, nuevos objetivos y revisión de la política (si procede).
- ✓ Mejora de los procesos.
- ✓ Mejora de los servicios.
- ✓ Satisfacción del cliente.
- ✓ Necesidades formativas. Plan de formación.
- ✓ Auditorías del sistema.
- ✓ Necesidades de nuevos recursos
- ✓ Planes de mejora

En el proceso de revisión por la dirección estará presente el responsable de la calidad y otro personal que dirección estime oportuno.

El informe de revisión es aprobado por la dirección. La fecha de revisión la establece la dirección y el informe, que constará como registro, lo archiva el responsable de la calidad.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 18 de 28

	MANUAL DE CALIDAD	CÓDIGO	MC-01
---	--------------------------	--------	-------

6. Gestión de los recursos

6.1 Provisión de recursos


Multicisva S.A tiene identificados y proporciona los recursos suficientes para garantizar el correcto funcionamiento del sistema de gestión de calidad y mejorarlo; y, para aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos. La provisión de recursos se realiza según lo documentado en el procedimiento **PCP-01 Compras**.

6.2 Recursos humanos

La empresa tiene identificadas a aquellas personas que realizan trabajos que inciden sobre la calidad y ha determinado su nivel de competencia sobre la base de la educación, formación, habilidades y experiencia apropiadas en la ficha de perfiles, funciones y responsabilidades.

La empresa garantiza la satisfacción de las necesidades, proporcionando formación, concienciando al personal de la importancia de sus actividades u otras acciones que se determinen. Según lo documentado en el procedimiento **PRH-01 Recursos Humanos**.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 19 de 28

	MANUAL DE CALIDAD	CÓDIGO	MC-01
---	--------------------------	--------	-------

6.3 Infraestructura

Multicisva S.A posee y mantiene la infraestructura necesaria para el logro de la conformidad de la prestación del servicio. Esto incluye:


- ✓ Oficinas centrales
- ✓ Maquinaria y equipo de trabajo
- ✓ Redes de comunicación, y
- ✓ Equipos informáticos

6.4 Ambiente de trabajo

Multicisva S.A posee un adecuado ambiente de trabajo para lograr la conformidad con los requisitos del servicio a prestar a nuestros clientes.

El personal es responsable del orden y mantenimiento de su puesto de trabajo.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 20 de 28

	MANUAL DE CALIDAD	CÓDIGO	MC-01
---	--------------------------	--------	-------

7. PRESTACIÓN DEL SERVICIO

7.1. Planificación de la prestación del servicio

La empresa tiene planificados y desarrollados los procesos necesarios para la prestación del servicio según lo definido en el mapa de procesos y tabla anterior. Esta planificación es coherente con los otros procesos del sistema de gestión de calidad.

7.2. Procesos relacionados con el cliente

7.2.1. Determinación de los requisitos relacionados con el servicio

La Dirección informa al área de servicios las necesidades que han comunicado los clientes y la determinación y revisión de los requisitos relacionados con el servicio.

7.2.2. Revisión de los requisitos relacionados con el servicio

Multicisva S.A revisa los requisitos relacionados con el servicio antes de aceptar un pedido o comprometerse a un servicio con el cliente para asegurar que:

- ✓ Estén resueltas las diferencias de los requisitos del servicio,
- ✓ Estén definidos los requisitos del servicio, y que
- ✓ Sea posible cumplir el contrato.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 21 de 28

	MANUAL DE CALIDAD	CÓDIGO	MC-01
---	--------------------------	--------	-------

7.2.3 Comunicación con el cliente

La empresa tiene determinados canales de comunicación eficaces con los clientes para:

- ✓ Obtener información sobre el servicio.
- ✓ Consultas, contratos, incluyendo las reclamaciones.
- ✓ Retroalimentación del cliente, incluyendo sus quejas

7.3. Diseño y desarrollo

Se excluye, puesto que la prestación de servicios de limpieza y mantenimiento incluye actividades repetitivas y simplemente se planifica la realización de las mismas conforme a los requisitos del cliente.

7.4. Compras

Multicisva S.A tiene definido un proceso de compras que asegura que los productos adquiridos son conformes con los requisitos acordados.

Multicisva S.A evalúa y selecciona a los proveedores en función de la capacidad de prestar su servicio, de acuerdo a los requisitos especificados, según se define en procedimiento **PCP-01 Compras**.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 22 de 28

	MANUAL DE CALIDAD	CÓDIGO	MC-01
---	--------------------------	---------------	--------------

7.5. Producción y prestación del servicio

7.5.1. Control de la prestación del servicio

Multicisva S.A tiene planificada y lleva a cabo la prestación del servicio bajo condiciones controladas, al disponer de:

- ✓ Información que describe las características del servicio.
- ✓ Maquinaria y equipos apropiados.
- ✓ Actividades de seguimiento y medición.

7.5.2. Validación de los procesos de servicio

Este punto se cumple a través de los procesos de prestación del servicio.

7.5.3. Identificación y trazabilidad

Multicisva S.A mantiene identificados y controlados todos los servicios realizados.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 23 de 28

	MANUAL DE CALIDAD	CÓDIGO	MC-01
---	--------------------------	--------	-------

7.5.4. Propiedad del cliente

Al momento de la prestación del servicio de limpieza y mantenimiento se debe tener extremo cuidado con las instalaciones. Cualquier tipo de deterioro en las instalaciones propiedad del cliente es tratado como un producto no conforme según lo definido en el procedimiento **SNC-01 Servicio no conforme**, el tratamiento y solución ante estas no conformidades es comunicado y consensado con el cliente.


7.5.5. Preservación del producto

La finalidad de este proceso de apoyo es evitar daños, maltratos o pérdidas de productos; para lo cual el personal operativo realiza las prácticas aconsejables para trabajar en forma segura.

7.6. Control de los dispositivos de seguimiento y medición

Multicisva S.A establece procesos para asegurar que las actividades de medición y seguimiento puedan realizarse y se realicen de una manera coherente con los requisitos especificados.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 24 de 28

	MANUAL DE CALIDAD	CÓDIGO	MC-01
---	--------------------------	--------	-------

8. MEDICIÓN, ANÁLISIS Y MEJORA

8.1. Generalidades

Multicisva S.A planifica e implementa los siguientes procesos de seguimiento, medición, análisis y mejora para:

- ✓ Demostrar la conformidad de nuestros servicios.
- ✓ Asegurar la conformidad de nuestro sistema de gestión de calidad.
- ✓ Mejorar continuamente la eficacia del sistema de gestión de calidad.


8.2. Medición y seguimiento

8.2.1. Satisfacción del cliente

Para tener presente la estima que nuestros clientes sienten por nuestro trabajo, lo que nos sirve para conocer la calidad del mismo, se ha desarrollado el procedimiento **PSC-01 Satisfacción del cliente**, por el que se establece que el Responsable de la Calidad, apoyado en todo momento por la Dirección evaluará la satisfacción de nuestros clientes en lo relativo a nuestros servicios y nuestra organización.

De este modo obtendremos información necesaria, no sólo para mejorar la atención a los clientes, sino también para aumentar la calidad de nuestros procesos de trabajo.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 25 de 28

	MANUAL DE CALIDAD	CÓDIGO	MC-01
---	--------------------------	--------	-------

8.2.2. Auditorías internas


Multicisva S.A realizará auditorías periódicas a los procesos descritos en nuestro sistema de gestión de la calidad. Dichas auditorías serán realizadas según lo documentado en el procedimiento **PAI-01 Auditorías Internas**. Las auditorías internas se realizarán para comprobar que nuestro sistema de gestión de la calidad:

- ✓ Este conforme con las actividades planificadas y con los requisitos de la Norma Internacional **ISO 9001:2008** tomada como referencia.
- ✓ Este implantado, actualizado y funcione de forma eficiente.

8.2.3. Seguimiento y medición de los procesos

Para asegurarnos que nuestros procesos permiten alcanzar los requisitos que nuestros clientes nos exigen, y los objetivos de calidad que nosotros mismos nos hemos marcado, se aplica métodos que nos permite evaluar éstos de forma continua tomando las medidas oportunas, en caso de necesidad, para corregir las no conformidades que detectemos, antes de que estas puedan influir en algún modo en el servicio ofertado a nuestros clientes.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 26 de 28

	MANUAL DE CALIDAD	CÓDIGO	MC-01
---	--------------------------	---------------	--------------

8.2.4. Seguimiento y medición del servicio

.Multicisva S.A mide y hace el seguimiento de las características del servicio y verifica que se cumplan los requisitos del mismo, durante todas las etapas de los procesos.

8.3. Control del producto no conforme

Multicisva S.A asegura que el servicio que es no conforme con los requisitos, sea controlado, definiendo las responsabilidades de acuerdo a los controles efectuados durante los procesos y toma de acciones para eliminar las no conformidades detectadas.


SNC-01 Servicio no conforme.

8.4 Análisis de datos

Multicisva S.A determina, recopila y analiza datos apropiados que demostrarán la adecuación y eficacia del Sistema de Gestión de Calidad,

El análisis de datos proporciona información sobre la satisfacción del cliente y la conformidad con los requisitos.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 27 de 28

	MANUAL DE CALIDAD	CÓDIGO	MC-01
---	--------------------------	--------	-------

8.5. Mejora

8.5.1. Mejora continua

Multicisva S.A, pretende la mejora continua, a través del empleo de nuestra política de calidad, objetivos de calidad, resultados de auditorías y el análisis de todos los datos, que nos permiten la adopción de acciones correctivas y preventivas, y la revisión del sistema por la dirección.

8.5.2. Acciones correctivas

Multicisva S.A tiene definido en el procedimiento **PAC-01 Acciones Correctivas** para llevar a cabo acciones para corregir o eliminar las no conformidades con el objetivo de que no vuelvan a ocurrir.

8.5.3. Acciones preventivas

La empresa tiene definido en el procedimiento **PAP-01 Acciones Preventivas** para llevar a cabo acciones para prevenir o eliminar las causas de no conformidades potenciales con el objetivo de prevenir su ocurrencia.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 28 de 28

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

	PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE DOCUMENTOS	CÓDIGO	PCD-01
---	---	--------	--------

PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE DOCUMENTOS

MULTICISVA S.A

Elaborado y validado: Katherine Proaño
Revisado: Ing. Fabián Chávez
Aprobado: Ing. Techí Vaca

Distribución				
Copia	Ubicación	Receptor		
		Nombre	Firma	Fecha

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 1 de 36

	PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE DOCUMENTOS	CÓDIGO	PCD-01
---	---	--------	--------

1. OBJETIVO:

Establecer los requisitos y elementos organizativos para la elaboración, validación, revisión, aprobación, distribución, control y archivo de los documentos del Sistema de Gestión de Calidad.

2. ALCANCE

Es aplicable en todas las áreas, secciones o departamentos de la organización en el manejo de los documentos del Sistema de Gestión de Calidad.

3. DEFINICIONES

- ✓ **Documento:** Son los procedimientos, instrucciones y manuales del SGC.
- ✓ **Manual de calidad:** Es el documento que especifica el SGC de una organización.
- ✓ **Usuarios del documento:** Aquellos que ejecutaran las disposiciones contenidas en el documento.
- ✓ **Validación de documentos:** Es la acción de comprobar que la metodología descrita en los documentos sea aplicable y conforme a los requerimientos de la tarea, actividad o proceso a ser documentado.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 2 de 36

	PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE DOCUMENTOS	CÓDIGO	PCD-01
---	---	--------	--------

4. METODOLOGÍA

4.1. Emisión

El GG y los jefes de cada área serán los encargados de determinar quién(s) es (son) el(los) responsable(s) de emitir los documentos SGC. La emisión deberá quedar registrada en el documento en cuestión en la casilla “emitido por”

4.2. Validación

- a) Una vez elaborado el procedimiento o instructivo esté deberá ser validado por los usuarios del mismo a fin de corregir incongruencias y verificar que cumple con el propósito para el cual fue creado. La validación deberá quedar registrada en el documento en cuestión en la casilla “validado por”.
- b) La política de calidad será revisada por el GG anualmente.
- c) Los objetivos e indicadores de calidad serán revisados por el CC anualmente.
- d) El manual de calidad será revisado anualmente por el GG.

4.3. Aprobación

- a) La aprobación de documentos del SGC, estará a cargo del CE o la persona designada por dicho comité.
- b) La política de calidad será aprobada por el GG anualmente.
- c) Los objetivos e indicadores de calidad serán aprobados por el CC anualmente.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 3 de 36

	PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE DOCUMENTOS	CÓDIGO	PCD-01
---	---	--------	--------

- d) El manual de calidad será aprobado anualmente por el GG.

4.4. Distribución

- a) Para el caso de los procedimientos, instructivos y manual de calidad. El RD registrará la entrega de las copias originales, asegurándose de que firme quien las recibe en la tabla de distribución del documento.

Si es un documento que será sustituido, se encargará de recoger y destruir las copias obsoletas, excepto la que quedará en el registro. Dicha copia deberá estar identificada como “Obsoleto”.

Los registros son un tipo especial de documento. El RD registrará la distribución de las copias de los originales en el “Control de registros”.

- b) Para el caso de los documentos de origen externo recibidos por secretaría. La secretaría será responsable de recibir y distribuirlos. Adicionalmente deberá registrar la cantidad de copias distribuidas de cada documento de origen externo y la firma de quienes reciben en el registro “Control de documentos externos”.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 4 de 36

	PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE DOCUMENTOS	CÓDIGO	PCD-01
---	---	--------	--------

4.5. Control

- a) Los datos de los documentos del SGC se registrarán en la lista maestra de documentos.
- b) Aquellos documentos que no estén debidamente aprobados y/o que no tengan sello de “Copia controlada” no deben ser ejecutados y serán retirados por RD del lugar en que se expongan una vez detectados en uso. También se receptorá una copia en físico de los documentos vigentes del SGC y aplicables a cada área, la cual será registrada en el “Registro de documentos por departamento”
- c) En el archivo pasivo el RD conservará un ejemplar de cada documento derogado o sustituido por un período de un año posterior a la fecha de derogación o sustitución del mismo. Dichos ejemplares serán archivados y registrados en “Documento no vigente” con el sello de “Obsoleto”.

4.6. Revisión, modificación o derogación de documentos

En caso de cambios o modificaciones a los documentos, el RD retirará y eliminará todas las versiones desactualizadas, pudiendo conservar una copia física para el archivo “Documentación no vigente, copia que debe ser identificada con la palabra “Obsoleto”. Los cambios o modificaciones a los documentos (incluyendo eliminaciones y adiciones) se identificarán mediante el uso de notas o pies de página explicativos.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 5 de 36

	PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE DOCUMENTOS	CÓDIGO	PCD-01
---	---	--------	--------

Los documentos desactualizados serán reemplazados por sus últimas versiones. Los archivos magnéticos también serán actualizados de ser el caso. El reemplazo y actualización de documentos está a cargo del RD. La elaboración, validación y aprobación será según el tipo de documento.

Nota: El manual de calidad podrá ser revisado por capítulos independientes, si fuera necesario, procediendo de igual forma con el resto de los documentos.

Los cambios a los documentos pueden ser:

- ✓ **Modificaciones simples**, o sea edición de algún dato, sustitución de una frase o detalle, que se pueden enmendar sustituyendo la hoja impresa por otra corregida, sin realizar una nueva revisión.
- ✓ **Modificaciones sustanciales**, que hacen necesario una nueva revisión del documento. Se mantiene el código, pero se cambia el número y la fecha de revisión.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 6 de 36

	PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE REGISTROS	CÓDIGO	PCR-01
---	--	--------	--------

PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE REGISTROS

MULTICISVA S.A

Elaborado y validado: Katherine Proaño
Revisado: Ing. Fabián Chávez
Aprobado: Ing. Techí Vaca

Distribución				
Copia	Ubicación	Receptor		
		Nombre	Firma	Fecha

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 7 de 36

	PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE REGISTROS	CÓDIGO	PCR-01
---	--	--------	--------

1. OBJETIVO

Definir los controles para la identificación, almacenamiento, protección, recuperación, tiempo de retención, y disposición final de los registros generados por el SGC.

2. ALCANCE

El presente procedimiento cubre todos los registros del SGC manejado en todas las áreas de Multicisva S.A

3. DEFINICIONES

- ✓ **Registro:** Documento que indica los resultados alcanzados o provee evidencia de actividades realizadas. Los registros de calidad pueden ser usados para documentar trazabilidad y proveer evidencia de verificación de acción preventiva y acción correctiva.
- ✓ **Almacenamiento:** Se denomina con este término tanto al lugar donde se guarda los registros de calidad como a la persona responsable de almacenarlos de tal forma que exista un responsable y un lugar donde se conserve la integridad de los mismos y su fácil acceso.
- ✓ **Recuperación:** Es el proceso que se sigue dentro de la organización para identificar, clasificar y almacenar los registros que son generados y que nos permiten fácil acceso.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 8 de 36

	PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE REGISTROS	CÓDIGO	PCR-01
---	--	--------	--------

- ✓ **Protección:** Son los mecanismos definidos para asegurar la integridad del registro.
- ✓ **Archivo:** Se designa con este término al lugar donde son guardados los registros y sus copias para realizar las revisiones pertinentes.
- ✓ **Destino final:** Se refiere a la ubicación que tendrán los registros después de concluido el proceso de conservación temporal en el área correspondiente.

4. METODOLOGÍA

4.1. Generación de registros

El personal responsable de llenar un registro debe tener en cuenta los siguientes criterios:

- a) Los registros de calidad deben ser legibles.
- b) Toda la información solicitada en un registro debe ser completada en su totalidad.
- c) Se debe dejar evidencia de que la información contenida en un registro ha sido aprobada mediante firma, clave o contraseña; a más de las contenidas en los encabezados y/o pies de páginas.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 9 de 36

	PROCEDIMIENTO DE CONTROL DE REGISTROS	CÓDIGO	PCR-01
---	--	--------	--------

4.2. Control de registros de calidad

- a) Los usuarios de los registros quienes los manipulan y/o archivan, son los responsables de verificar que las condiciones de almacenamiento y protección sean adecuadas para evitar su daño o deterioro y mantener su legibilidad.
- b) Todos los registros contienen un título de identificación, una fecha de revisión (para asegurar la utilización de registros actualizados) e iniciales de revisión y aprobación.
- c) Excluyendo al encabezado y el pie de página, los registros tendrán formato libre.
- d) El tiempo de archivo se define de acuerdo a los requerimientos legales y experiencia de la empresa.

Se consideran las siguientes disposiciones finales para los archivos:

- ✓ **Archivo inactivo:** Son los archivos donde se almacenan los registros de varios períodos, que son conservados temporalmente antes de su destrucción.
- ✓ **Destrucción:** Después de transcurrido el tiempo en archivo inactivo, se procederá a la destrucción total.
- ✓ **Archivos en soporte electrónico:** De acuerdo a las condiciones de las empresas, sistemas lo controla según el instructivo de mantenimiento de software.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 10 de 36

	PROCEDIMIENTO DE COMPRAS	CÓDIGO	PCP-01
---	-------------------------------------	---------------	---------------

PROCEDIMIENTO DE COMPRAS

MULTICISVA S.A

Elaborado y validado: Katherine Proaño
Revisado: Ing. Fabián Chávez
Aprobado: Ing. Techí Vaca

Distribución				
Copia	Ubicación	Receptor		
		Nombre	Firma	Fecha

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 11 de 36

	PROCEDIMIENTO DE COMPRAS	CÓDIGO	PCP-01
---	-------------------------------------	--------	--------

1. OBJETIVO

Establecer un proceso para compras de mercadería a los diferentes proveedores, con un formato de órdenes de compras secuencial y con su respectivo control y archivo

2. ALCANCE

Para toda el área comercial en lo que se refiere a la compra de mercadería a comercializar.

3. DEFINICIONES

- ✓ **Compra:** Es un proceso en el que existe el requerimiento de algún bien o servicio.
- ✓ **Proveedor:** Es la persona o empresa que abastece de algún bien o servicio.
- ✓ **Cotización:** Es un documento de información de algún bien o servicio.

4. METODOLOGÍA

4.1. Compras

- a) SEC llama vía telefónica a distintas distribuidoras o almacenes para pedir cotizaciones sobre distintos materiales, equipos y maquinaria; que son utilizados por el PSV.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 12 de 36

	PROCEDIMIENTO DE COMPRAS	CÓDIGO	PCP-01
---	-------------------------------------	--------	--------

- b) JOP revisa en bodega el stock que dispone del artículo necesario y los faltantes existentes.
- c) CTD autoriza o niega la compra. Si la niega, se vuelve al literal a. Si autoriza se continua con el proceso.
- d) Después de que el CTD autoriza y acepta la proforma, SEC se contacta con el proveedor vía telefónica para realizar el respectivo pedido.
- e) Cuando llega el pedido el JOP verifica que el pedido este de acuerdo con la factura.
- f) El JOP firma en el recibí conforme.
- g) Finalmente el CTD ingresa a los kardex la compra de la adquisición.

4.2. Elaboración de cheques

- a) SEC recibe las facturas de los proveedores.
- b) SEC comunica a contabilidad y ahí se autoriza la realización o no del cheque y se define la cuenta del banco.
- c) CTD sumilla y pasa a GG, quien firma el cheque.
- d) Regresa el cheque a SEC y se archiva hasta la autorización de pago.
- e) La autorización de pagos llega desde contabilidad y se realiza el pago como lo indica el proceso pago a proveedores.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 13 de 36

	PROCEDIMIENTO DE COMPRAS	CÓDIGO	PCP-01
---	-------------------------------------	---------------	---------------

4.3 Pago a proveedores

- a) Cuando el cliente se acerca a cobrar en la oficina, SEC que custodia los documentos de pago, entrega el cheque. El proveedor o quien cobra coloca en la factura una rúbrica o sello de cancelado.
- b) El documento firmado se devuelve al CTD quien los archiva en el lugar correspondiente.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 14 de 36

	PROCEDIMIENTO DE OPERACIONES	CÓDIGO	POP-01
---	-------------------------------------	---------------	---------------

PROCEDIMIENTO DE OPERACIONES

MULTICISVA S.A

Elaborado y validado: Katherine Proaño
Revisado: Ing. Fabián Chávez
Aprobado: Ing. Techí Vaca

Distribución				
Copia	Ubicación	Receptor		
		Nombre	Firma	Fecha

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 15 de 36

	PROCEDIMIENTO DE OPERACIONES	CÓDIGO	POP-01
---	-------------------------------------	---------------	---------------

1. OBJETIVO

Establecer una metodología que permita a las personas involucradas en el proceso de prestación de servicios de operaciones desempeñar su actividad de una manera correcta y uniforme.

2. ALCANCE

Es aplicable al área de operaciones. Así como a todas aquellas áreas de apoyo al proceso de prestación del servicio.

3. DEFINICIONES

- ✓ **Consignas:** Constituyen todas aquellas actividades que el PSV debe desarrollar en el transcurso de su jornada.
- ✓ **Punto:** Lugares a los cuales se presta el servicio de limpieza y mantenimiento.

4. METODOLOGÍA

4.1. Recepción del pedido

- a) SEC atiende al cliente a través de cualquier vía (personalmente, teléfono, fax, correo electrónico).
- b) SEC solicita datos (peticionario, tipo de servicio requerido).

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 16 de 36

	PROCEDIMIENTO DE OPERACIONES	CÓDIGO	POP-01
---	-------------------------------------	--------	--------

- c) SEC comprueba si el cliente está incluido en la base de datos, de ser el caso realiza el registro.
- d) SEC solicita la documentación requerida.

4.2. Elaboración de ofertas

- a) SEC realiza un presupuesto a partir de la información recogida.
- b) SEC archiva la copia del presupuesto en la carpeta correspondiente.
- c) SEC entrega la cotización del servicio al cliente en persona, por correo o fax para su evaluación.

4.3. Revisión por parte del cliente

- a) El cliente revisa la cotización del servicio.
- b) Toma la decisión de aceptación, no aceptación, modificación.
- c) Solicita el servicio, en caso de aceptación.
- d) SEC solicita una firma de aceptación al cliente en el presupuesto del servicio.

4.4. Administración del servicio

- a) JOP realiza las comprobaciones previas y establece un acuerdo con el cliente.
- b) SEC redacta el contrato y solicita la firma del cliente y del JOP.
- c) Establece la forma de pago y solicita la respectiva autorización al GG.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 17 de 36

	PROCEDIMIENTO DE OPERACIONES	CÓDIGO	POP-01
---	-------------------------------------	---------------	---------------

4.5. Prestación del servicio

- a) El JOP da la respectiva inducción.
- b) El PSV llega a su punto de trabajo y procede a uniformarse correctamente.
- c) Analiza las características de la instalación.
- d) Identifica los posibles puntos críticos.
- e) Procede a cumplir con las consignas propias de cada punto.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 18 de 36

	PROCEDIMIENTO DE SATISFACCIÓN AL CLIENTE	CÓDIGO	PSC-01
---	---	---------------	---------------

PROCEDIMIENTO DE SATISFACCIÓN AL CLIENTE

MULTICISVA S.A

Elaborado y validado: Katherine Proaño
Revisado: Ing. Fabián Chávez
Aprobado: Ing. Techí Vaca

Distribución				
Copia	Ubicación	Receptor		
		Nombre	Firma	Fecha

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 19 de 36

	PROCEDIMIENTO DE SATISFACCIÓN AL CLIENTE	CÓDIGO	PSC-01
---	---	--------	--------

1. OBJETIVO

Definir las características de carácter general para llevar a cabo la investigación de la satisfacción de los clientes de Multicisva S.A.

2. ALCANCE

Este procedimiento aplica a todos los clientes que hagan uso del servicio que ofrece Multicisva S.A.

3. DEFINICIONES

- ✓ **Cliente:** Organización o persona que recibe el producto y/o servicio.
- ✓ **Satisfacción del cliente:** Percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos.

4. METODOLOGÍA

- a) La aplicación de este procedimiento se lleva a cabo con un muestra aleatoria cada mes.
- b) CC prepara el cuestionario para el cliente, donde se solicita evalúe el servicio recibido. (Encuesta para medir la satisfacción del cliente).

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 20 de 36

	PROCEDIMIENTO DE SATISFACCIÓN AL CLIENTE	CÓDIGO	PSC-01
---	---	--------	--------

- c) Si en alguno de los puntos evaluados, el cliente presenta evaluación no conforme, el RC se contactará para preguntarle la razón de su inconformidad y obtener mayor retroalimentación respecto al punto evaluado.
- d) El RC recoge la información, procesa y genera gráficos con los resultados.
- e) Estos resultados son presentados en reunión de revisión por la dirección y conjuntamente con el CC realiza el análisis, toma de decisiones, y establecimiento de acciones correctivas y preventivas que permitan mejorar el servicio.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 21 de 36

	PROCEDIMIENTO DE SERVICIO NO CONFORME	CÓDIGO	POP-01
---	--	--------	--------

PROCEDIMIENTO DE SERVICIO NO CONFORME

MULTICISVA S.A

Elaborado y validado: Katherine Proaño
Revisado: Ing. Fabián Chávez
Aprobado: Ing. Techí Vaca

Distribución				
Copia	Ubicación	Receptor		
		Nombre	Firma	Fecha

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 22 de 36

	PROCEDIMIENTO DE SERVICIO NO CONFORME	CÓDIGO	POP-01
---	--	--------	--------

1. OBJETIVO

Establecer lineamientos a seguir en la recepción y tratamiento del servicio no conforme que afecten la calidad entregada por parte de la empresa Multicisva S.A.

2. ALCANCE

Los lineamientos se aplicarán a todos los servicios prestados de limpieza y mantenimiento, para eliminar las no conformidades que se presenten.

3. DEFINICIONES

- ✓ **No conformidad:** Son incumplimientos de requisitos del cliente de las especificaciones definidas en el mismo SGC o de requisitos de la norma ISO 9001-2008.
- ✓ **Reclamaciones:** Son motivadas por incumplimiento de requisitos.
- ✓ **Quejas:** Es la expresión de insatisfacción con la conducta o la acción.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 23 de 36

	PROCEDIMIENTO DE SERVICIO NO CONFORME	CÓDIGO	POP-01
---	--	--------	--------

4. METODOLOGÍA

4.1. Detectar el servicio no conforme

Mediante el análisis de los resultados de las encuestas para medir la satisfacción del cliente se detecta las no conformidades del servicio.

4.2. Definir la acción correctiva y ejecutarla

- a) El CC analiza la situación, determina las causas del servicio no conforme, se proponen acciones correctivas, se las evalúa, y se selecciona (define) la acción correctiva a implantarse, considerando: responsable de la ejecución, tiempo de ejecución, recursos requeridos.
- b) Después de definir la acción correctiva, se asignan los recursos, se la implanta y se evalúan sus resultados.

4.3. Archivar documentación generada

Se archiva la documentación generada, junto a la decisión tomada.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 24 de 36

	PROCEDIMIENTO DE ACCIÓN CORRECTIVA/ PREVENTIVA	CÓDIGO	PAC-01 PAP-01
---	---	---------------	--------------------------


PROCEDIMIENTO DE ACCIÓN CORRECTIVA/PREVENTIVA

MULTICISVA S.A

Elaborado y validado: Katherine Proaño
Revisado: Ing. Fabián Chávez
Aprobado: Ing. Techí Vaca

Distribución				
Copia	Ubicación	Receptor		
		Nombre	Firma	Fecha

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 25 de 36

	<p style="text-align: center;">PROCEDIMIENTO DE ACCIÓN CORRECTIVA/ PREVENTIVA</p>	<p style="text-align: center;">CÓDIGO</p>	<p style="text-align: center;">PAC-01 PAP-01</p>
---	--	---	--

1. OBJETIVO

Describir las actividades que permitan eliminar las causas de una no conformidad que haya ocurrido (acción correctiva) o que pueda ocurrir (acción preventiva).

2. ALCANCE

El procedimiento se aplica a cualquier no-conformidad que afecta o que puede afectar el SGC.

3. DEFINICIONES

- ✓ **Acción correctiva:** Son acciones encaminadas a eliminar la causas de no conformidades reales.
- ✓ **Acción preventiva:** Son acciones encaminadas a eliminar la causa de no conformidades potenciales.
- ✓ **No conformidades reales:** Estas ya han ocurrido
- ✓ **No conformidades potenciales:** Estas no han ocurrido

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 26 de 36

	PROCEDIMIENTO DE ACCIÓN CORRECTIVA/ PREVENTIVA	CÓDIGO	PAC-01 PAP-01
---	---	--------	------------------

4. METODOLOGÍA

4.1. Detectar una acción correctiva o preventiva

El CC detecta las necesidades de una acción correctiva o preventiva, revisando las no conformidades, incluyendo incumplimiento de los objetivos, quejas y sugerencias de mejora de los clientes.

Las acciones Correctivas no deben confundirse con las correcciones. Las correcciones buscan eliminar una no conformidad y las Acciones Correctivas las causas. La Acción Correctiva se toma para prevenir que algo vuelva a producirse.

4.2. Seleccionar al responsable de ejecutar la acción C/P

El CC nombra al RP para ejecutar la acción C/P.


4.3. Determinar las causas de la acción C/P

CC y el RP analizan el problema, revisan la documentación pertinente y determinan las causas que pueden originar o han originado la no conformidad.

4.4. Seleccionar la acción C/P

El CC y el RP plantean alternativas, las evalúan y seleccionan las adecuadas

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 27 de 36

	PROCEDIMIENTO DE ACCIÓN CORRECTIVA/ PREVENTIVA	CÓDIGO	PAC-01 PAP-01
---	---	--------	------------------

4.5. Ejecutar la acción C/P

Una vez seleccionada la acción se ejecuta con el fin de eliminar la(s) causa(s) de la no conformidad (real o potencial).

4.6. Evaluar la acción C/P

Después de ejecutarla el RC verifica que las acciones tomadas hayan eliminado la no conformidad las causas de la no conformidad (real o potencial) y se establece los criterios de control.

4.7. Archivar la documentación

Si la acción correctiva o preventiva fue efectiva, se procede a cerrarla, registrarla y archivar la documentación generada. Si no fuese efectiva, se la deja abierta y se plantean otras alternativas hasta que se logre la solución definitiva, repitiendo el procedimiento establecido.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 28 de 36

	PROCEDIMIENTO DE AUDITORÍA INTERNA	CÓDIGO	PAI-01
---	---	---------------	---------------

PROCEDIMIENTO DE AUDITORÍA INTERNA

MULTICISVA S.A

Elaborado y validado: Katherine Proaño
Revisado: Ing. Fabián Chávez
Aprobado: Ing. Techí Vaca

Distribución				
Copia	Ubicación	Receptor		
		Nombre	Firma	Fecha

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 29 de 36

	PROCEDIMIENTO DE AUDITORÍA INTERNA	CÓDIGO	PAI-01
---	---	--------	--------

1. OBJETIVO

Describir las actividades que se requieren para planificar y realizar una auditoría interna al SGC.

2. ALCANCE

El procedimiento se aplica a las áreas que afecten el SGC.

3. DEFINICIONES

- ✓ **Auditoría Interna:** También denominadas en ciertos casos como auditorías de primera parte. Es un proceso sistemático, independiente y documentado, que se realiza por o en nombre de la propia organización, para fines internos; con el objeto de obtener evidencias que permitan evaluar la conformidad o cumplimiento de requisitos analizados.
- ✓ **Auditor:** Persona responsable de las auditorías.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 30 de 36

	PROCEDIMIENTO DE AUDITORÍA INTERNA	CÓDIGO	PAI-01
---	---	--------	--------

4. METODOLOGÍA

4.1. Planificar un programa de auditoría interna

- a) El responsable de auditoría interna, planifica el programa de auditoría. Se podrá delegar la realización de la auditoría interna a organismos externos.
- b) La frecuencia de las auditorías se realizará mínimo 2 veces por año y estará dada por criterios tales como: cumplimiento de los objetivos de calidad, estado e importancia de los procesos del SGC, requisitos del cliente.


4.2. Preparar la lista de verificación de auditoría interna y el plan de auditoría interna.

El auditor interno preparará la auditoría elaborando un plan de auditoría y/o una lista de verificación que considere: objetivo, alcance y criterios de la auditoría, revisión de documentos aplicables incluidos registros, comprensión de los procesos involucrados, resultados de auditorías previas, notificación al personal a ser auditado.

4.3. Realizar auditoría interna

El auditor realiza la auditoría utilizando la lista de verificación, según los procesos indicados en el plan de auditoría.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 31 de 36

	PROCEDIMIENTO DE AUDITORÍA INTERNA	CÓDIGO	PAI-01
---	---	--------	--------

- a) Verifica evidencias objetivas revisando el cumplimiento o no de los requisitos establecidos. Si encuentra alguna no conformidad u observaciones al SGC, procede a registrarla en la lista de verificación para posteriormente ser diligenciada conforme lo indica el procedimiento de acciones correctivas/preventivas.
- b) Si fuese necesario se hará una reunión de inicio o apertura de la auditoría interna, en la que se reconfirmará con el personal a ser auditado, los temas del numeral 4.2. Literal a).

4.4. Informar resultados de auditoría

- a) Se realiza una reunión de cierre entre los auditados y el CC, con la finalidad de informar los resultados de auditoría. Los asistentes pueden hacer recomendaciones para eliminar las no conformidades y sus causas y para mejorar el SGC.
- b) El auditor interno presenta los resultados para revisión por la dirección.

4.5. Actualizar la lista de verificación de auditoría interna

El responsable del proceso de auditoria es quien actualiza la lista de verificación, que considere: objetivo, alcance y criterios de la auditoría, revisión de documentos aplicables incluidos registros, comprensión de los procesos involucrados, resultados de auditorías previas, notificación al personal a ser auditado.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 32 de 36

	PROCEDIMIENTO DE RECURSOS HUMANOS	CÓDIGO	PRH-01
---	--	--------	--------

PROCEDIMIENTO DE RECURSOS HUMANOS MULTICISVA S.A

Elaborado y validado: Katherine Proaño
Revisado: Ing. Fabián Chávez
Aprobado: Ing. Techí Vaca

Distribución				
Copia	Ubicación	Receptor		
		Nombre	Firma	Fecha

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 33 de 36

	PROCEDIMIENTO DE RECURSOS HUMANOS	CÓDIGO	PRH-01
---	--	--------	--------

1. OBJETIVO

Dar a conocer a las personas involucradas en el PRH-01 las actividades a desarrollar.

2. ALCANCE

Es aplicable al área de recursos humanos, administrativa y contable

3. DEFINICIONES

- ✓ **Recurso humano:** Es el conjunto de trabajadores o empleados que forman parte de una empresa o institución y que se caracterizan por desempeñar una variada lista de tareas específicas en cada sector.

4. METODOLOGÍA

4.1. Selección y contratación del personal

- a) SEC recibe a los aspirantes y les entrega el formulario de datos de aspirantes, mismo que debe ser llenado y entregado en conjunto con la carpeta completa.
- b) SEC comunica al JRH la presencia de un nuevo aspirante para la entrevista.
- c) JRH recibe al aspirante y revisa el formulario y confirma que la carpeta esté completa.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 34 de 36

	PROCEDIMIENTO DE RECURSOS HUMANOS	CÓDIGO	PRH-01
---	--	--------	--------

- d) Una vez aprobadas las carpetas y entrevistas, JRH realiza el contrato de trabajo y solicita la firma del nuevo empleado.
- e) JRH entrega el uniforme y carné de identificación, y el nuevo empleado firma un kardex prendario y de equipos individuales.
- f) Se inicia el proceso de adiestramiento del procedimiento de operaciones.

4.2. Control de asistencia y roles de pago

- a) Se realiza el proceso de chequear puestos.
- b) JHR Y JOP llevan un control sobre las novedades que se presenten; sean faltas, abandonos, renunciaciones o cualquier otro tipo de novedad.
- c) Cuando ya llega el fin de mes, revisan las novedades de cada uno de los puestos y se elabora los roles de pago por parte del JRH.

4.3 Pago del sueldo e ingreso al IESS

- a) Una vez terminada toda la información de roles de pago, JRH ingresa todas las novedades al sistema de historia laboral del IESS, a través de la página web.
- b) Se llena todos los avisos de entrada durante el mes.
- c) Luego se ingresa al sistema las faltas que ha habido en el mes, basado en el control de asistencia.
- d) Se registra todas las salidas o abandonos que se han presentado durante el mes.
- e) Se entrega todos los vistos tanto de entradas como de salidas al JFF, para que también registre las novedades.


Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 35 de 36

	PROCEDIMIENTO DE RECURSOS HUMANOS	CÓDIGO	PRH-01
---	--	--------	--------

- f) CTD solicita a la SEC, la elaboración de un cheque por el valor de la planilla de aportes.
- g) CTD agrega a los roles de pago suministrado por JRH los descuentos y anticipos de cada empleado, si aplicaren.
- h) CTD realiza el listado de transferencias para el banco donde consta el valor a pagar por empleado.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 36 de 36


REGISTROS

	POLÍTICA DE CALIDAD	CÓDIGO	RA-01
---	----------------------------	--------	-------

POLÍTICA DE CALIDAD

La Política de Calidad de MULTICISVA S.A. es brindar servicios de limpieza y mantenimiento, con eficacia, eficiencia y efectividad de acuerdo con los requerimientos de nuestros clientes, del sector público o privado, con personal calificado, maquinaria, equipos y materiales adecuados, comprometidos con el mejoramiento continuo de nuestros procesos.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 1 de 36

	MISIÓN Y VISIÓN	CÓDIGO	RA-02
---	------------------------	--------	-------


MISIÓN

MULTICISVA S.A. es una empresa que brinda servicios complementarios especializados en limpieza y mantenimiento con calidad y eficiencia.

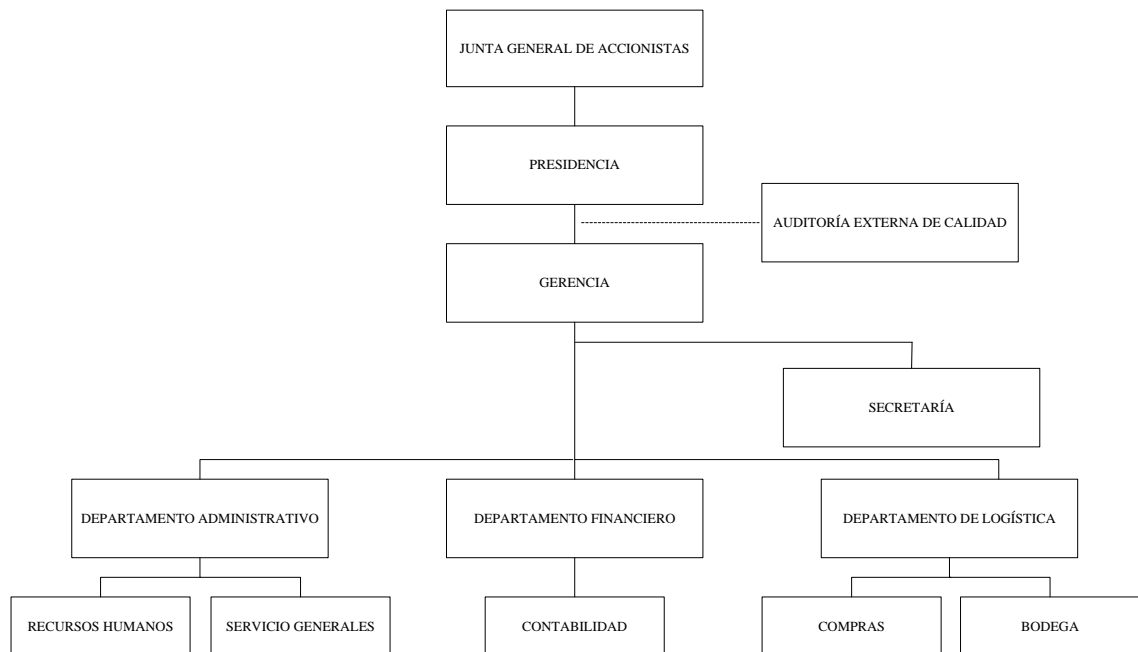
VISIÓN



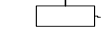

Consolidarnos como una empresa líder en la prestación de servicios de limpieza y mantenimiento continuo a nivel nacional. Con el compromiso de garantizar a nuestros clientes un servicio que supere todas sus expectativas, contribuyendo con el cuidado del medio ambiente para alcanzar la excelencia empresarial.

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 6 de 28

	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	CÓDIGO	RA-03
---	--------------------------------	---------------	--------------

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA MULTICISVA S.A

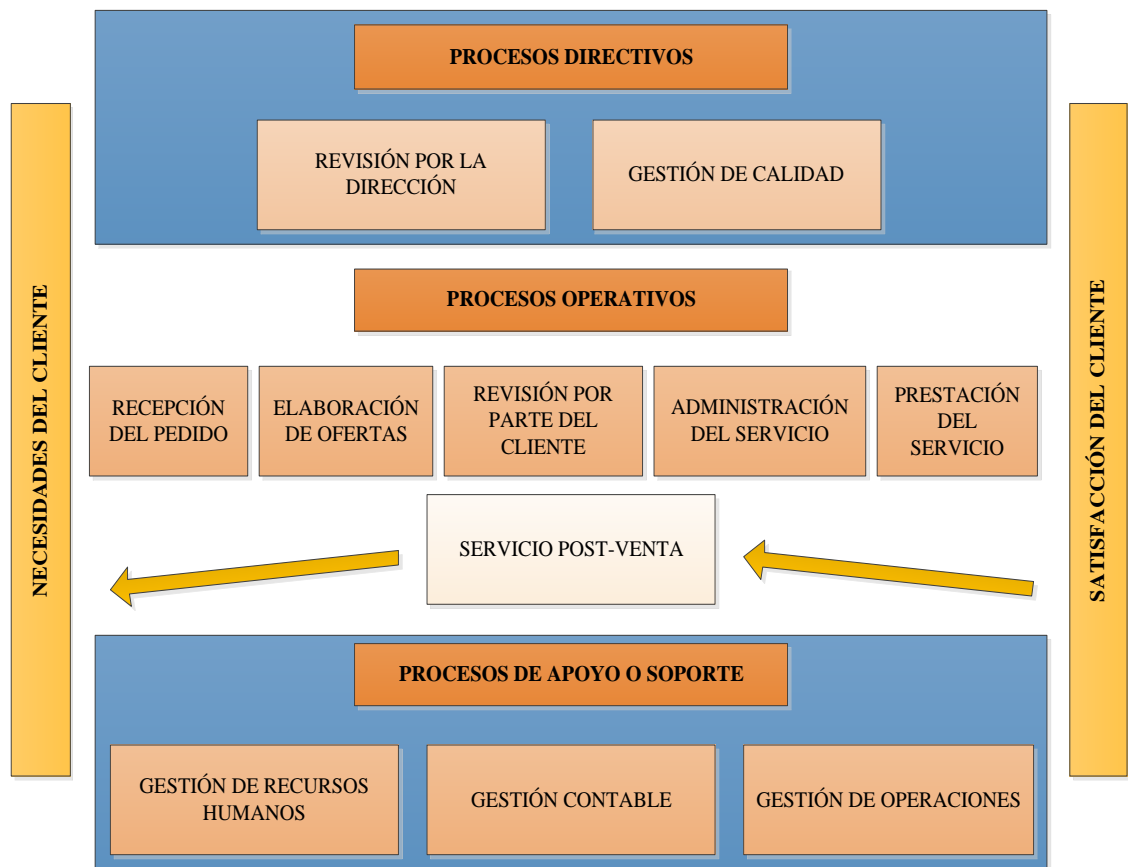


REFERENCIAS  DIRECTA  ASESORÍA  AUXILIAR  OPERATIVA	FUENTE: MULTICISVA S.A. PROPUESTO: JORGE AMORES FECHA: 10/02/2006
--	---

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 6 de 28

	MAPA DE PROCESOS	CÓDIGO	RA-04
---	-------------------------	---------------	--------------


MAPA DE PROCESOS



Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 6 de 28

	ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	CÓDIGO	RS-01
---	---	---------------	--------------

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

	ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE BAJO ESTÁNDARES DE LA NORMA ISO 9001-2008			CÓDIGO: 	
				No. 	
Nombre del cliente:					
No.	Descripción	Calificación			Observaciones por parte del cliente
		0-33 Malo	34-66 Bueno	67-100 Excelente	
1	Calidad en la atención				
2	Innovación del servicio				
3	Documentación				
4	Fácil acceso				
5	Tiempo de entrega				
6	Servicio postventa				
7	Canales de comunicación				
8	Información del servicio				
9	Cumplimiento de los requisitos del contrato				
10	Con referencia a otras empresas cómo califica nuestro servicio				
11	Recomendaría nuestro servicio	SI () NO ()			
Recomendaciones:					
Fecha de realización			Realizado por:		


Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 6 de 28

	REPORTE DE NO CONFORMIDADES	CÓDIGO	RS-02
---	------------------------------------	---------------	--------------

REPORTE DE NO CONFORMIDADES

 REPORTE DE NO CONFORMIDADES			CÓDIGO:		
			No.		
QUEJA O INSATISFACCIÓN	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	PROCESO/OBJETIVO	NO CONFORMIDAD POTENCIAL		
Fecha de la Auditoría/Hallazgo:					
PARA NO CONFORMIDADES DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD:					
			REFERENCIA DE LA NORMA Y CLAÚSULA:		
		MAYOR		MENOR	O.M.
HALLAZGO:					
Nombre y firma del auditor/ Responsable del Hallazgo: _____			Nombre y firma Responsable del Área: _____		
ANÁLISIS DE CAUSA					
Nombre y firma del/os responsable/s del/as Área/s involucrada/s:					
CORRECCIÓN					
RESPONSABLE:			FECHA LÍMITE:		
Nombre y firma del/os responsable/s del/as Área/s involucrada/s:					
ACCIÓN CORRECTIVA	ACCIÓN PREVENTIVA				
ACCIÓN			RESPONSABLE	FECHA LÍMITE	
Nombre y firma del/os responsable/s del/as Área/s involucrada/s:					
Verificación de Corrección:			Nombre y firma del/os responsable/s del/as Área/s Involucrada/s y del responsable de Verificar		
Resultado:					
Excelente	Bueno	Malo			
Fecha de verificación:					
Verificación de Acción Correctiva/Preventiva:					
Resultado:					
Excelente	Bueno	Malo			
Fecha de verificación:					
Observaciones:					
REVISIÓN No.					

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 6 de 28

	PLAN DE ACCIÓN (ACCIONES CORRECTIVAS/ PREVENTIVAS)	CÓDIGO	RS-03
---	---	--------	-------


PLAN DE ACCIÓN (ACCIONES CORRECTIVAS/PREVENTIVAS)

 SOLICITUD DE ACCIÓN						CÓDIGO:	
						No.	
TIPO DE ACCIÓN							
PREVENTIVA		CORRECTIVA		MEJORA			
ÁREA DONDE SE LEVANTA:				EMPRESA:			
GENERADA EN AUDITORÍA				SI:		NO:	
PRIMERA SECCIÓN: DESCRIPCIÓN DE LA NO CONFORMIDAD REAL O POTENCIAL							
SOLICITADO POR:		FECHA DE EMISIÓN:		FECHA MÁXIMA DE ANÁLISIS:		RECIBIDO POR:	
SEGUNDA SECCIÓN: CAUSAS GENERADORAS DE LA NO CONFORMIDAD (REAL O POTENCIAL)							
TERCERA SECCIÓN: PLAN DE ACCIÓN PARA ELIMINAR LA NO CONFORMIDAD							
RESPONSABLE			ACTIVIDAD			FECHA MÁXIMA DE EJECUCIÓN	
PROPUESTO POR:				APROBADO POR:			
CUARTA SECCIÓN: VERIFICACIÓN DE IMPLANTACIÓN Y EFECTIVIDAD							
IMPLANTACIÓN VERIFICADA POR:				FECHA DE VERIFICACIÓN:			
EFICACIA VERIFICADA POR:				FECHA DE VERIFICACIÓN:			
OBSERVACIONES Y NOVEDADES							
REVISIÓN No.							

Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 6 de 28

	INFORME DE AUDITORÍA INTERNA	CÓDIGO	RS-04
---	-------------------------------------	---------------	--------------

INFORME DE AUDITORÍA INTERNA

 INFORME DE AUDITORÍA INTERNA		CÓDIGO: No.
AUDITORÍA No. TIPO DE AUDITORÍA	NOMBRES	FIRMA
PROCESO AUDITADO		
OBJETIVO:		
ALCANCE:		
PERSONAL CONTACTA	NOMBRES	FIRMA
RESUMEN DE NO CONFORMIDADES MAYORES		
RESUMEN DE NO CONFORMIDADES MENORES		
OBSERVACIONES:		
Nombre y firma del/os responsable/s del/as Área/s involucrada/s:		
Nombre y firma Auditor líder		
REVISIÓN No.		

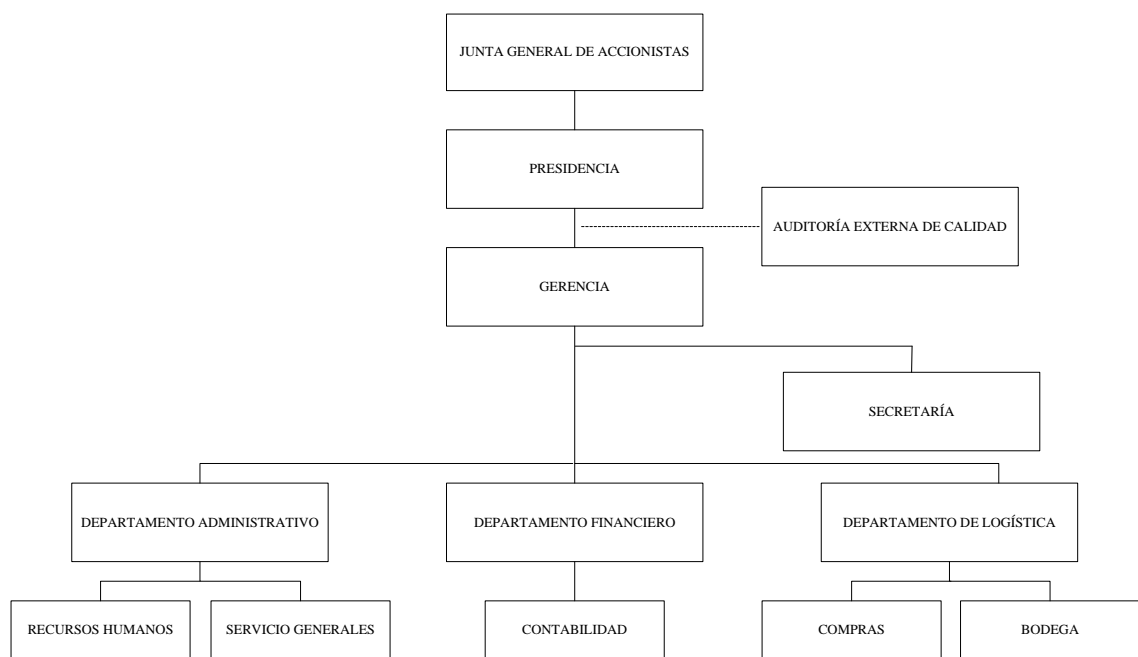
Emitido por	Fecha de emisión	No. de revisión	Fecha de revisión	Revisado por	Aprobado por	Página
RD				GG	GG	Página 6 de 28





6.8 ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA

La responsabilidad directa de administrar la ejecución de la propuesta recae en el Gerente de la empresa Multicisva S.A y en todos los miembros del Comité de Calidad, quienes serán los encargados de coordinar con los jefes departamentales los distintos procedimientos del manual de calidad.

6.8.1 Organigrama Estructural

Gráfico #24: Organigrama Estructural de la empresa Multicisva S.A



REFERENCIAS  DIRECTA  ASESORÍA  AUXILIAR  OPERATIVA	FUENTE: MULTICISVA S.A
	PROPUESTO: JORGE AMORES
	FECHA: 10/02/2006

6.8.2. Presupuesto

Tabla #24: Presupuesto

DESCRIPCIÓN	VALOR
Implementación del manual de calidad	\$ 3.000,00
Internet	\$150,00
Recursos mariales	\$100,00
Capacitación	\$1.800,00
Auditorías	\$2.000,00
Certificación	\$5.000,00
Subtotal	\$12.050,00
Imprevistos 10%	\$1.446,00
Total	\$13.496,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

6.8.3 Cronograma de la propuesta

Cuadro #4: Cronograma de la propuesta

FASES DE LA PROPUESTA	AGOSTO/2013				SEPTIEMBRE/2013				OCTUBRE/2013			
ELABORACIÓN DEL MANUAL DE CALIDAD												
Diseño de políticas, objetivos y estrategias												
Mejoramiento del organigrama estructural												
Diseño del mapa de procesos												
ELABORACIÓN DEL MANUAL DE PROCEDIMIENTOS												
Documentación de procedimientos												
ELABORACIÓN DE REGISTROS												
Diseño de formatos												

Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

6.9 PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

Para garantizar y asegurar la ejecución de la propuesta según lo programado para el cumplimiento de los objetivos planeados, es importante disponer de un plan de evaluación, el mismo que se detalla a continuación.

Tabla #25: Previsión de la evaluación

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1.- ¿Quiénes solicitan evaluar?	Gerente de la empresa “Multicisva S.A”
2.- ¿Por qué evaluar?	Para determinar no conformidades reales o potenciales.
3.- ¿Para qué evaluar?	Para tomar acciones correctivas y preventivas y eliminar las causas de la no conformidad.
4.- ¿Qué evaluar?	Las causas de la no conformidad, que presenten los clientes al momento de no cumplir sus requerimientos.
5.- ¿Quién evalúa?	Gerente General, Comité de calidad, Auditores internos y externos.
6.- ¿Cuándo evalúa?	Cuando existan informes de no conformidad.
7.- ¿Cómo evalúa?	Analizando datos, no conformidades, puntos de mejora y puntos débiles detectados en los procesos de auditoría interna y externa, recomendaciones y comentarios de clientes y empleados.
8.- ¿Con qué evalúa?	Mediante la encuesta de satisfacción al cliente RS-01

Fuente: Investigación

Elaborado por: Katherine Proaño

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

- ✓ Blackwell, R. (2002). Comportamiento del consumidor. México: Copyright.
- ✓ Cantu, H. (2011). Desarrollo de una cultura de calidad. México: McGraw Hill.
- ✓ Castro, G. (2006). Ventaja competitiva. Madrid-España: Esic.
- ✓ Chiavenato, I. (2010). Planificación estratégica. México: McGraw- Hill.
- ✓ Coulter, R. (2006). Administración. México: McGraw - Hill.
- ✓ Fernández, A. (2004). Dirección y planificación estratégica en empresas y organizaciones. Madrid-España: Díaz de Santos.
- ✓ Fred, D. (2008). Administración estratégica. México: Pearson Education.
- ✓ Harold, K. (2008). Administración. México: McGraw-Hill.
- ✓ Hernández, R. (1991). Metodología de la investigación. México: McGraw - Hill.
- ✓ Hernández, S. (2008). Administración. México: McGraw-Hill.
- ✓ Hill, D. (2002). Administración estratégica. México: McGraw - Hill.
- ✓ Howars, G. (1991). Planificando para la calidad. México: Ventura.
- ✓ James, P. (2004). Gestión de la calidad total. México: Pearson Education.
- ✓ Laudon, K. (2008). Sistemas de información gerencial. México: Pearson .
- ✓ Medina, L. (17 de Noviembre de 2011). Estructplan. Obtenido de Estructplan: <http://www.estrucplan.com.ar/articulos/verarticulo.asp?IDArticulo=2842>
- ✓ Moreno, M., Peris, F., & Gonzalez, T. (2006). Gestión de calidad y diseño de las organizaciones. México: Pearson Education.
- ✓ Munch, L. (2010). Administración. México: Pearson Education.
- ✓ Porter, M. (1980). México: Continental.
- ✓ Porter, M. (1980). Ventaja competitiva. México: Cecs.
- ✓ Porter, M. (1980). Ventaja Competitiva. México: Continental.
- ✓ Ruiz, C. (2004).
- ✓ Vicente, M. (2009). Marketing y competitividad. México: McGraw - Hill.

FUENTES LINGÜÍSTICAS

- ✓ Amador, J. (s/f). El prisma. Obtenido de El prisma: http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/procesoadministrativo/default4.asp
- ✓ Espinoza, C. (28 de Junio de 2013). GestioPolis. Obtenido de GestioPolis: <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/calidad-en-las-empresas.htm>
- ✓ García, M., Quispe, C., & Ruez, L. (15 de Mayo de 2002). Industrial Data. Obtenido de Industrial Data: http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/indata/v05_n1/calidad.htm
- ✓ Gómez, I. (17 de Enero de 2012). Hederaconsultores. Obtenido de Hederaconsultores: <http://www.hederaconsultores.com>
- ✓ Gómez, M. (2005). Zona económica. Obtenido de Zona económica: <http://www.zonaeconomica.com/definicion/competitividad>
- ✓ Negocios, C. (3 de Marzo de 2010). Crece negocios.com. Obtenido de Crece negocios.com: <http://www.crecenegocios.com/ventajas-competitivas/>
- ✓ Nieto, E. (Junio de 2001). GestioPolis. Obtenido de GestioPolis: <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/compe.htm>
- ✓ Pèrez, J. (1994). Gestión de calidad empresarial. Madrid-España: Esic.
- ✓ Pérez, M. (Abril de 2002). GestioPolis. Obtenido de GestioPolis: <http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/ger/caltotalmemo.htm>
- ✓ Supertel. (9 de 8 de 2011). Obtenido de Supertel: http://www.supertel.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=86%3Aley-organica-de-defensa-del-consumidor&catid=40%3Aarticulos&Itemid=50&limitstart=13
- ✓ Villalva, J. (2010). monografias.com. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos12/proce/proce.shtml#opr>

TESIS DE GRADO

- ✓ (Acosta, 2011, pág. 94) “Diseño y propuesta del sistema de gestión de calidad para AGILSEG. CIA. LTDA., utilizando normas ISO 9001-2008”. Facultad de Ciencias Administrativas de la Escuela Politécnica del Ejército.

- ✓ (Medina R. , 2012, pág. 90) “La gestión de calidad de servicios y su impacto en la satisfacción de los clientes de la Cooperativa de ahorro y crédito KULLKI WASI. LTDA., de la ciudad de Ambato”. Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

- ✓ (Barrionuevo, 2010, pág. 92) “Sistema de Gestión de calidad y su incidencia en la Competitividad de la fábrica ESPROM de la ciudad de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

ANEXOS

Anexo #1: Encuesta a los clientes internos

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES INTERNOS DE LA EMPRESA
MULTICISVA S.A DE LA CIUDAD DE AMBATO**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

TEMA: La Gestión de Calidad y su incidencia en la Competitividad de la empresa Multicisva S.A de la ciudad de Ambato

OBJETIVO: Determinar cómo incide la gestión de calidad en la competitividad de la empresa Multicisva S.A.

INSTRUCCIONES:

- ✓ Lea detenidamente las preguntas y responda con total sinceridad para determinar la posibilidad de implementar un sistema de gestión de calidad.
- ✓ Por favor marcar con un visto tan solo una respuesta en cada pregunta.

PREGUNTAS:

1.- ¿Se comunica a todos los integrantes de la empresa la importancia de satisfacer los requisitos del cliente?

Siempre

A veces

Nunca

2.- ¿Existe monitoreo y seguimiento del servicio prestado?

Siempre

A veces

Nunca

3.- ¿Se capacita al recurso humano para que cuenten con las competencias necesarias para la prestación del servicio?

Siempre

A veces

Nunca

4.- ¿El personal directivo tiene las competencias necesarias para liderar?

Si

No

5.- ¿Cree usted que la empresa Multicisva S.A es competitiva?

Si

No

6.- ¿Existen sistemas que permitan tratar las quejas de los clientes?

Si

No

7.- ¿Se cumple con la demanda del servicio en los tiempos establecidos?

Siempre

A veces

Nunca

8.- ¿La maquinaria y equipo de limpieza proporcionados para el desempeño laboral facilitan el trabajo?

Si

No

9.- ¿Están los trabajadores motivados y satisfechos con las funciones asignadas?

Si

No

10.- ¿Considera fundamental la implementación de un sistema de gestión de calidad para mejorar los procesos?

Si

No

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo #2: Encuesta a los clientes externos

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES EXTERNOS DE LA EMPRESA
MULTICISVA S.A DE LA CIUDAD DE AMBATO**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

TEMA: La Gestión de Calidad y su incidencia en la Competitividad de la empresa Multicisva S.A de la ciudad de Ambato

OBJETIVO: Determinar cómo incide la gestión de calidad en la competitividad de la empresa Multicisva S.A.

INSTRUCCIONES:

- ✓ Lea detenidamente las preguntas y responda con total sinceridad para determinar la posibilidad de implementar un sistema de gestión de calidad.
- ✓ Por favor marcar con un visto tan solo una respuesta en cada pregunta.

PREGUNTAS:

1.- ¿Cómo considera usted el servicio brindado?

Excelente

Muy bueno

Bueno

Regular

Malo

2.- ¿Tiene la empresa capacidad de innovación?

Si

No

3.- ¿Qué factor considera usted el más importante para generar valor?

Calidad

Productividad

Servicio

Imagen

4.- ¿Cómo considera el precio del servicio con relación a la competencia?

Excelente

Muy bueno

Bueno

Regular

Malo

5.- ¿Cada qué tiempo requiere los servicios de la empresa Multicisva S.A?

Diariamente

Semanalmente

Mensualmente

6.- ¿Cree que la empresa cuenta con la maquinaria y equipo necesarios para que el personal desarrolle adecuadamente su trabajo?

Si

No

7.- ¿La empresa brinda un servicio post venta?

Si

No

8.- ¿Considera que la empresa Multicisva S.A es competitiva?

Si

No

9.- ¿En qué etapa de competitividad cree que se encuentra la empresa Multicisva S. A?

Incipiente

Aceptable

Superior

Sobresaliente

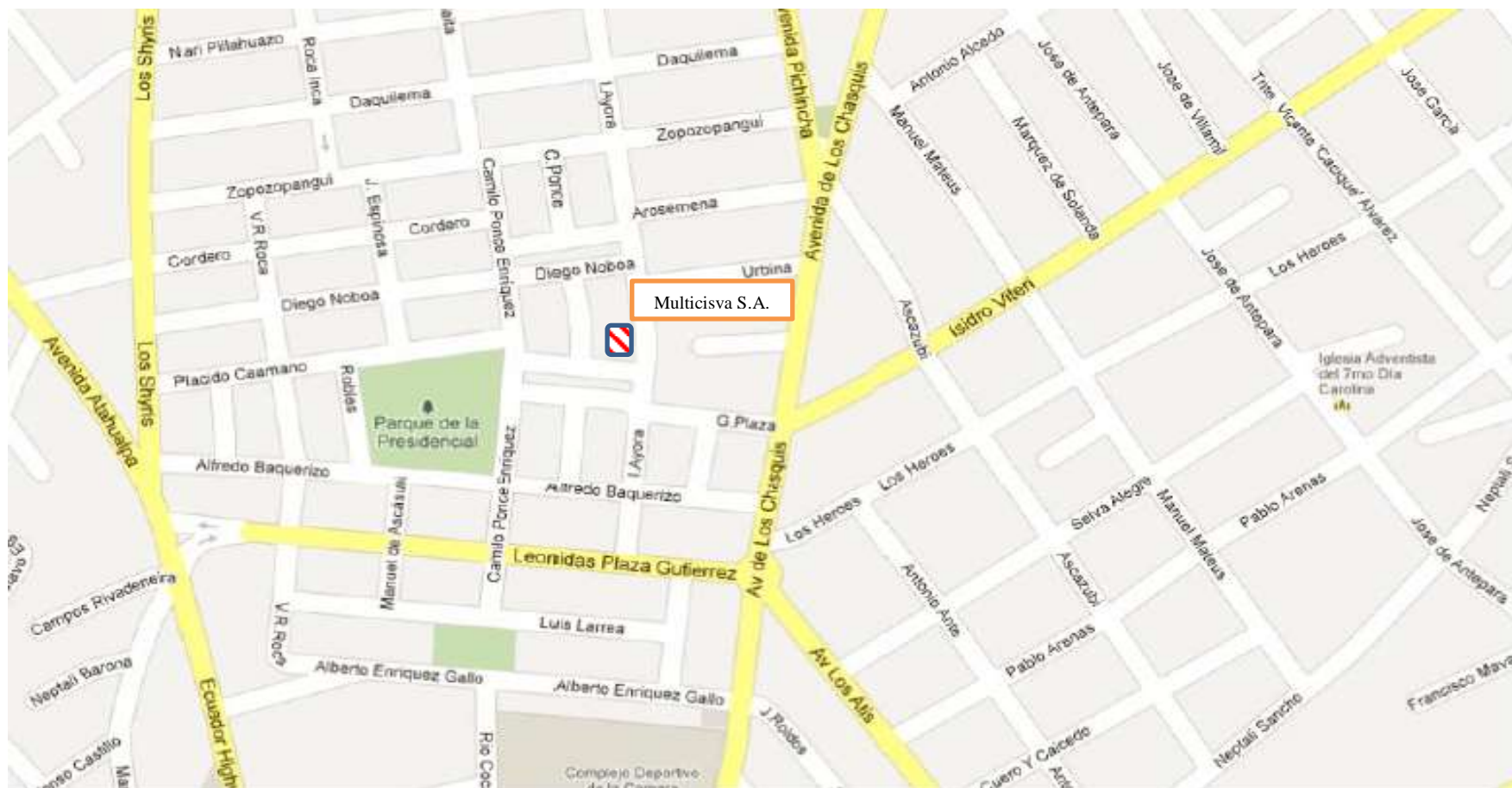
10.- ¿Cree usted que la implementación de un sistema de gestión de calidad mejorará los servicios prestados por Multicisva S.A?

Si

No

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo #3: Mapa de ubicación



Anexo #4: Fotos

