



REPÚBLICA DEL ECUADOR

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL

TRABAJO DE GRADO

PARA LA OBTENCIÓN AL TÍTULO DE:

INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA

TEMA:

**DISEÑO DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD CON
ENFOQUE AL CLIENTE BASADO EN LAS NORMAS ISO 9001-2015
DE LA EMPRESA PROALUM S.A**

AUTOR:

SILVIA KATERINE HURTADO BUENAVENTURA

OCTUBRE 2016

GUAYAQUIL-ECUADOR

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Silvia Katerine Hurtado Buenaventura

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación “DISEÑO DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD CON ENFOQUE AL CLIENTE BASADO EN LA NORMAS ISO 9001-2015 DE LA EMPRESA PROALUM S.A”, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Contaduría Pública y Auditoría, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total tutoría. En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido. Guayaquil, a los 15 del mes de septiembre del año 2016.

Silvia Katerine Hurtado Buenaventura
C.I 0925681678

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios por darme la fortaleza necesaria para seguir adelante, a mis padres por la confianza y el apoyo brindado en el trayecto de mi vida, porque me han demostrado su amor celebrando mis triunfos y corrigiendo mis errores; a mi esposo por su amor, sus palabras y su apoyo incondicional. Agradezco también a mis hermanas, sobrinos, suegros y amigos por apoyarme en todo momento y ser mi soporte para no dejarme caer, a la UTEG por impartirme los conocimientos necesarios para la elaboración de este proyecto y finalmente, agradezco a mis compañeros del trabajo que me ayudaron de una u otra forma con el desarrollo de éste trabajo.

Katerine Hurtado Buenaventura

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, quien me permitió llegar hasta aquí a pesar de todas las adversidades, de manera especial a mi Padre Darwin Hurtado quien dejó en mí el valor de la responsabilidad, honestidad y el deseo de superación y aunque hoy no se encuentre conmigo sé que desde el cielo me cuida y guía mis pasos. Dedico también a mi madre Fidela Buenaventura, por estar a mi lado siempre y apoyarme en los momentos más difíciles con sus consejos para hacer de mí una mejor persona, a mi esposo por su confianza, su apoyo y por brindarme el tiempo necesario para realizarme profesionalmente.

A toda mi familia, gracias a todos ustedes por estar siempre a mi lado, con sus consejos y buenos sentimientos; los cuáles son útiles para proyectarme como persona y como futura profesional. A mis amigos de la UTEG que siempre estuvieron a mi lado ayudándome y dándome aliento para la culminación de éste proyecto.

Katerine Hurtado Buenaventura

RESUMEN

El presente trabajo se basa en el desarrollo de un **Sistema de Gestión de Calidad** enfocado al cliente, teniendo en mente el mejoramiento del servicio que ofrece la empresa ProAlum S.A a sus distribuidores. Esta es una empresa pequeña con grandes recursos que busca captar un gran mercado en el sector de la industria del aluminio, este proyecto no solo permitirá el beneficio de los clientes externos de la empresa sino también de los internos que son en este caso todos los colaboradores de la compañía, ya que éste sistema busca que el personal trabaje en equipo, cumpla procesos y optimice recursos para trabajar de manera eficiente y eficaz. Este trabajo investigativo se realizó previo a una investigación de campo, donde se realizan encuestas a los clientes para medir sus requerimientos y necesidades, se enfocó en las dos partes principales que se necesita medir: la satisfacción de las necesidades del cliente y la comercialización y ventas del producto, todo enfocado al cumplimiento de los objetivos de la empresa.

En este proyecto se tomaron como guía las normas **ISO 9001-2015**, donde se indica cómo cumplir con los estándares de **calidad** para lograr el objetivo principal de la empresa: la satisfacción al cliente. El estudio que se realizó previo la elaboración del proyecto permitió identificar las falencias de la empresa, las fallas en los procesos que se han desarrollado empíricamente debido a la falta de un sistema de gestión.

El presente proyecto cuenta de 5 capítulos donde se exponen los diferentes puntos del trabajo, como son las bases teóricas, la justificación y problemática, la metodología, análisis de resultados y por último la propuesta, que es el desarrollo de toda la investigación realizada en base a los objetivos.

Palabras claves: Sistema de Gestión, ISO 9001-2015, Calidad.

ABSTRACT

This work is based on the development of a Quality **Management System** customer focused, keeping in mind the improvement in the service offered by the company ProAlum SA to its distributors, this is a small company but with great resources that aims to capture a larger market in the sector of the aluminum industry. This project will not only benefit external customers of the company but also of inmates, who are in this case all employees who are part of the company, because this system wants the staff work together, observe processes and optimize resources working efficiently and effectively. This research work was conducted prior to field research where surveys are conducted to customers to measure their requirements and needs. Focusing on the two main parts needed to measure: the satisfaction of customer needs and the marketing and product sales.

This project is based on **ISO 9001-2015** guide where it is shown how to comply with **quality** standards to achieve the enterprise's main objective: customer satisfaction. The study conducted preliminary allowed to identify the shortcomings of the company, failures in processes that have been empirically developed due to the lack of a management system.

Key Words: Management System, ISO 9001-2015, Quality.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	I
AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA	IV

RESUMEN	V
ABSTRACT	VI
INTRODUCCIÓN	X
CAPÍTULO I	1
PLANTEAMIENTO DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1.1 Problematización	1
1.1.2 Formulación del Problema.	2
1.1.3 Sistematización del Problema	2
1.1.4 Delimitación del Problema	2
1.2 OBJETIVOS	3
1.2.1 Objetivo General	3
1.2.2 Objetivos Específicos	3
1.3 JUSTIFICACIÓN	3
CAPÍTULO II	5
MARCO TEÓRICO	5
2.1 CALIDAD	5
2.1.1 Antecedentes	5
2.1.2 Concepto	6
2.1.3 Resultado de la Calidad	9
2.2 GESTIÓN DE LA CALIDAD	10
2.2.1 Concepto y Antecedentes	10
2.2.2 Elementos de la Gestión de la Calidad	12
2.2.3 Funciones de la Gestión de la Calidad	12
2.2.4 Sistema de Gestión de Calidad	13
2.3 NORMAS ISO “INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION”	13
2.3.1 Antecedentes	14
2.4 NORMA ISO 9001-2015	14
2.4.1 Antecedentes	15
2.4.2 Generalidades	15
2.4.3 Principios de la Gestión de la Calidad	16
2.4.4 Enfoque al Cliente	16
2.4.5 Ciclo Planificar-Hacer-Verificar-Actuar	16
2.4.5 Sistema de Gestión de Calidad y sus Procesos	17
2.5 SATISFACCIÓN AL CLIENTE	17
2.5.1 Generalidades	18
2.5.1 Beneficios de la Satisfacción del Cliente	18
CAPÍTULO III	19
MARCO METODOLÓGICO	19
3.1 ENFOQUE Y TIPO DE INVESTIGACIÓN	19
3.2 MÉTODO DE ESTUDIO	21
3.3 SUJETOS DEL ESTUDIO	21
3.4 POBLACIÓN Y TAMAÑO DE LA MUESTRA	22
3.5 TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	23
3.5.2 Métodos Teóricos	24

3.5.3 Método Empírico	24
3.5.4 Método Estadístico	25
CAPÍTULO IV	25
4.1 DESCRIPCIÓN E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	25
4.2 SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE	26
4.3 COMERCIALIZACIÓN Y VENTA DEL PRODUCTO	35
4.4 INFORMACIÓN DEL CLIENTE	45
CAPÍTULO V	47
LA PROPUESTA	47
5.1 Análisis Situacional y del Entorno.	47
5.1.1 Misión	47
5.1.2 Visión	47
5.1.3 Compromiso Ambiental	47
5.2 Análisis de las fuerzas de Porter	48
5.2.1 Amenaza De Nuevos Productos Entrantes.	48
5.2.2 Análisis De La Competencia.	49
5.2.3 Análisis De Los Proveedores.	51
5.2.4 Análisis De Los Clientes	52
5.2.5 Productos Sustitutos.	53
5.3 Manual De Sistema De Gestión De La Calidad	54
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	71
BIBLIOGRAFÍA	73
ANEXOS	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

INDICE DE TABLAS

SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Error! Bookmark not defined.

Tabla 1 Su requerimiento fue atendido con rapidez Error! Bookmark not defined.

Tabla 2 El personal se muestra dispuesto a ayudar al usuario Error! Bookmark not defined.

Tabla 3 La persona que lo atendió tenía conocimientos del producto Error! Bookmark not defined.

Tabla 4 La Bodega cuenta con los productos en Stock Error! Bookmark not defined.

Tabla 5 Me ofrecen un Nivel de calidad constante Error! Bookmark not defined.

Tabla 6 Me ayudaron a resolver mis inquietudes Error! Bookmark not defined.

Tabla 7 El trato del personal con los usuarios es Considerado y Amable Error! Bookmark not defined.

Tabla 8 Cuando acudo a la empresa sé que encontraré las mejores soluciones Error! Bookmark not defined.

Tabla 9 Frente a la competencia cree usted que nuestro servicio fue Error! Bookmark not defined.

COMERCIALIZACIÓN Y VENTA DEL PRODUCTO Error! Bookmark not defined.

Tabla 10 La organización realiza el seguimiento post venta Error! Bookmark not defined.

Tabla 11 El vendedor lo visita constantemente Error! Bookmark not defined.

Tabla 12 La empresa lo capacita en el uso del producto Error! Bookmark not defined.

Tabla 13 Le informan si su pedido fue despachado o no a tiempo Error! Bookmark not defined.

Tabla 14 La comprensión de información de la factura fue Error! Bookmark not defined.

Tabla 15 Existe intención de continuar haciendo negocios con la Compañía Error! Bookmark not defined.

Tabla 16 La empresa cuenta con la habilidad para cumplir requerimientos especiales del producto Error! Bookmark not defined.

Tabla 17 Es importante para usted que la empresa cuente con certificaciones de calidad Error! Bookmark not defined.

Tabla 18 Considera usted que la empresa debería extender su gama de productos Error! Bookmark not defined.

INFORMACION DEL CLIENTE Error! Bookmark not defined.

Tabla 19 Por cuanto tiempo forma parte de nuestra cartera de Clientes Error! Bookmark not defined.

Tabla 20 Que canal le gustaría que la empresa habilite para realizar sus pedidos Error! Bookmark not defined.

INTRODUCCIÓN

El propósito de este proyecto es el desarrollo de un sistema de Gestión de Calidad enfocado al cliente, para lograr la mejor relación posible entre las partes involucradas como cliente y empresa esto Utilizando los medios y estrategias necesarias con la finalidad de mejorar el servicio y buscar la satisfacción del cliente tanto interno como externo, para poder desarrollar este diseño se realizó una verificación de los procesos actuales con los que cuenta la compañía objeto del estudio y así identificamos cual son las falencias y logramos obtener con esto una herramienta que nos permita un análisis profundo de los requerimientos, una vez examinada esta información realizamos un análisis basado en los numerales de la norma ISO 9001-2015 para establecer el cumplimiento de estos y de esta forma identificar las necesidades de la organización para proceder con la elaboración del diseño de sistema de gestión de calidad.

Con toda esta información obtenida de manera teórica se diseña y se elabora la herramienta necesaria para el sistema de Gestión de calidad con mejora continua y con esto lograr el alcance a los requisitos que recomienda las normas ISO 9001-2015 para así garantizar el mejoramiento de los productos y servicios de PROALUM S.A.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematicación

La empresa PROALUM S.A dedicada a la venta de perfiles de aluminio en acabado madera presenta una elevada insatisfacción de los clientes debido a que en la actualidad no cuenta con un sistema de gestión de calidad que soporte las operaciones para el Pro-Mejoramiento continuo y la satisfacción plena del cliente. Estas falencias se han identificado debido a las constantes quejas de los clientes vía correo y llamadas telefónicas realizadas directamente por parte del cliente al dueño de la empresa esto representa aproximadamente un 40% de clientes insatisfechos con el servicio, la falta de documentación, falta de estandarización en los procesos, mal manejo del inventario, proceso equivocado de logística, poca comunicación a nivel interno y la inexistencia de programas de capacitación. Por estas razones es fácil identificar la importancia de diseñar un instrumento que sirva como guía para realizar la implementación del Sistema de Gestión de calidad que permita a la empresa tener mayores oportunidades de crecimiento tanto con los clientes externos e internos, con este sistema se busca tener una mayor organización, aumentar la productividad, rentabilidad, reducir procesos y tener hábitos u disciplina de trabajo, además Se desea implicar a todo el personal indicarle que va hacer más fácil y productivo por la designación de tareas y procedimientos que ayudara a que la organización crezca y al mismo tiempo se logre la satisfacción del cliente.

Es importante que la realización de esta herramienta de calidad sea basada en la norma ISO 9001-2015 debido a que esta fuente nos ayudara de

una manera muy importante ya que nos permitirá conocer y estudiar a fondo los principios fundamentales para el mejoramiento de los procesos para la calidad.

PROALUM S.A es una empresa estable y sólida pero con algunas falencias en diferentes áreas que son importantes y directas para lograr la satisfacción del cliente, pero no solo hemos tomado en cuenta esos motivos para el diseño del sistema hemos tomado en cuenta otro factor importante y este es que la alta gerencia debe estar dispuesto a los nuevos requerimientos y necesidades que en la actualidad exige el mercado, este proyecto debemos tomarlo como una oportunidad de ofrecer un servicio con mayor calidad al cliente.

1.1.2 Formulación del Problema.

¿Cómo garantizar el mejoramiento del servicio mediante el diseño de un sistema de gestión de calidad con enfoque al cliente basado a las normas ISO 9001-2015 en la empresa PROALUM S.A?

1.1.3 Sistematización del Problema

¿Porque es importante diseñar un sistema de gestión de calidad en una empresa?

¿Qué beneficios directos obtendría la empresa con un diseño de gestión de calidad?

¿Cuáles son los factores a tomar en consideración al momento de diseñar sistema de Gestión?

1.1.4 Delimitación del Problema

Diseño de un sistema de gestión de calidad en la empresa PROALUM S.A.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General

Diseñar un sistema de Gestión de Calidad con enfoque al cliente basado en las normas ISO 9001-2015 de la empresa PROALUM S.A que garantice el mejoramiento del servicio con la elaboración de un manual de calidad que lo soporte.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Analizar el Entorno.
- Eliminar deficiencias en la comunicación interna.
- Reconocer las normas ISO y su aplicación.
- Introducir procesos estratégicos para lograr la satisfacción de los clientes.
- Establecer una cultura de calidad en la empresa.
- Implantar procedimientos como objeto para la elaboración del manual de calidad.
- Estandarizar procesos.

1.3 JUSTIFICACIÓN

En la actualidad las empresas están en constante cambio, tratan de diferenciarse de la competencia y tienen la necesidad de dar un producto de calidad para así lograr la fidelidad de los clientes y lograr un crecimiento en las ventas. Para lograr la calidad se necesita cumplir con diferentes estándares, la empresa PROALUM S.A. no cuenta con los recursos económicos suficientes para certificarse con las normas ISO, por tal motivo se procede a elaborar un manual tomando como base estas normas para alcanzar una adecuada gestión dentro de la empresa.

En el Ecuador existe bastante pobreza en la cultura de servicio al cliente, si nos comparamos con otros países del mundo nos damos cuenta que a Ecuador le falta mucho. Esto lo podemos reconocer a simple vista sin realizar estudios, pero en realidad no sabemos si la mala atención depende de la escasa educación o por la cultura que tiene cada persona, o tal vez la persona no tiene sus procesos establecidos dentro de la compañía.

La búsqueda de la calidad se da por diversos factores: diversidad de necesidades e intereses de las personas naturales y jurídicas, la naturaleza de cambios en el trabajo, así como de una fuerza laboral más flexible, para adaptarse a las necesidades actuales del sector productivo nacional y a las demandas del estilo de vida moderna.

La misión del Diseño de un sistema de Gestión es lograr que la empresa esté en la capacidad de extender su mercado, prestando sus servicios a compañías reconocidas a nivel nacional e internacional. Así como también lograr que se genere una mejoría dentro de la empresa en lo que a la imagen de la empresa en el mercado se refiere, aumentar la confianza y fidelidad de los clientes actuales, la rentabilidad de la empresa, teniendo como aval los cumplimientos de todos los procesos basados en la normas ISO logrando la satisfacción de los clientes.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 CALIDAD

2.1.1 Antecedentes

En la actualidad no podemos hablar de calidad solamente de un bien o servicio, Se tienen que hablar de la calidad total que es un objetivo sumamente importante dentro de la empresa. Con una visión y un enfoque moderno, considerando que toda empresa desea crecer, mejorar su calidad en todos los aspectos para alcanzar todas las metas. Según la visión que tenga la empresa, ella podrá mejorar la calidad del producto y del servicio que ofrece y así mejorar todo el entorno de la compañía, esto logrará que se convierta en una empresa de alta calidad con un sistema de gestión eficiente.

La empresa deberá no solo vender un producto de calidad, sino ofrecer una excelente atención al cliente que satisfaga realmente las necesidades del consumidor. La empresa define calidad como cumplir todas las especificaciones del cliente con un producto de excelencia.

Juran asegura que la calidad, se da cuando un producto o servicio es adecuado para su uso; así la calidad consiste en la ausencia de deficiencias en aquellas características que satisfacen al cliente, es decir, que la opinión del usuario es la que indica que la calidad está en el uso real del producto o servicio. (Juran, Juran y la Planificación para la calidad, 1990) p.20

Dentro de lo que dice Juran se entiende que la calidad es la ausencia de errores, lo cual permitirá la satisfacción plena del cliente. Esto es lo que ayudará a acaparar un mayor mercado y aumentar la cartera de clientes, ayudará a que la empresa sea reconocida. También motivará al personal a desarrollarse de manera eficiente, impulsando el cumplimiento de las mejoras, se llevarán a cabo los procesos de la administración como planear, aplicar y

alcanzar el máximo desempeño, calidad es también escuchar al cliente, preocuparse por él y entender lo que necesita para sentirse satisfecho.

Otro de los pioneros en calidad fue Kaosuro Ishikawa, quien fue alguien muy importante en este medio debido a todas las actividades que promovió y a todas las ideas innovadoras que tuvo. Él estaba enfocado en las personas, es decir al recurso humano, él quería lograr la mayor participación posible de los colaboradores de la empresa. El, al igual que otros autores entiende que la calidad inicia por los clientes y son ellos los que nos impulsan a mejorar, nos dice que las quejas o reclamos de los clientes se deben tomar como algo positivo, la debemos tomar como una oportunidad de conocer que está mal y que podemos cambiar.

Afirma (Ishikawa, Calidad Total, 2016) “Ninguna empresa puede ser mejor o peor que las personas que la integran”.

Se puede analizar dentro de esta frase que Ishikawa que el capital humano es muy importante dentro de la compañía, que somos nosotros, los colaboradores, los que hacemos que la empresa sea buena o mala, depende de la eficiencia y las ganas que se pongan para que el trabajo sea óptimo y se obtenga un buen resultado de todos los procesos que se llevan a cabo.

Uno de los principales aportes que realizó Ishikawa fue que el no sólo involucró a los altos rangos como la gerencia sino que involucró a todos los que conforman la organización.

Nos define (Crosby, Como Hacer Realidad la Calidad, 1995) “la calidad es, conformidad con las necesidades o cumplimiento de los requisitos”.

2.1.2 Concepto

La calidad es cumplir plenamente con las necesidades y exigencias del cliente, tratar no sólo de dar un producto bueno sino diferente y mejorado. Siempre logrando que cumpla con todo lo necesario para ser un producto de calidad. Las exigencias cada vez son mayores pero se debe tener la capacidad y las ganas de hacer las cosas de manera correcta siempre, buscando el beneficio de todos, tanto de la empresa como del cliente.

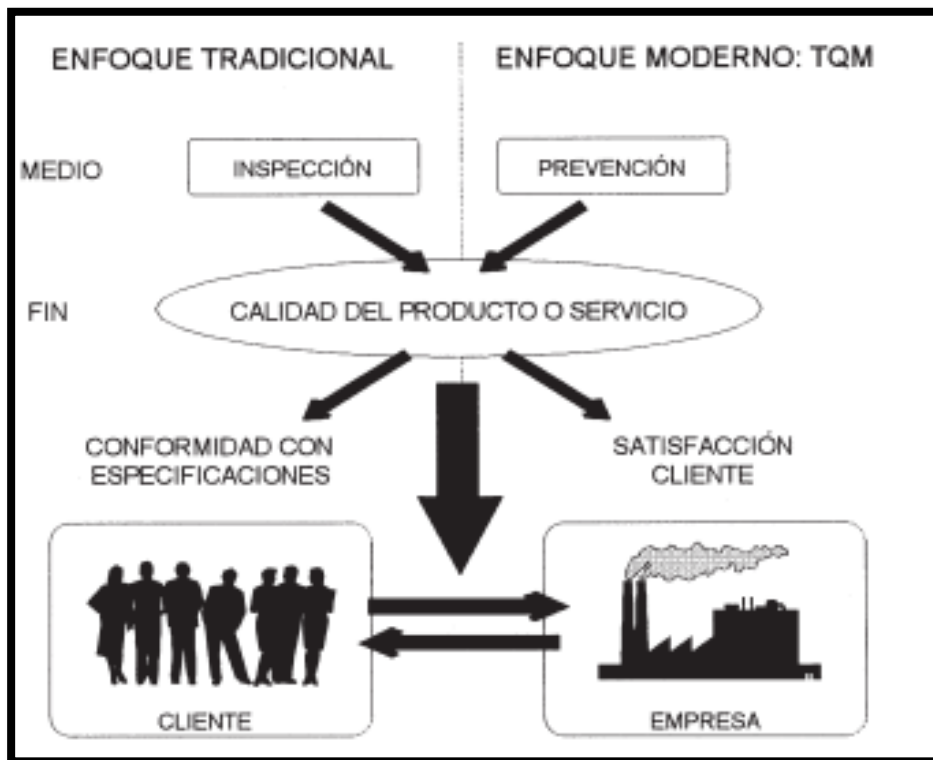


Gráfico 1: Enfoques

Fuente: (Guillo, Calidad Total Fuente de ventaja Competitiva, 2015)

En este cuadro se pueden analizar dos tipos de enfoques: el tradicional y el moderno. El tradicional nos muestra que primero existe el problema y después se inspecciona para buscar la solución, el enfoque moderno por su parte busca prevenir los problemas, lo cual es mucho mejor ya que de esta forma se puede conseguir que la productividad de la empresa mejore, que los equipos con los que cuenta la empresa tengan más duración, a que el producto o servicio que ofrece la empresa cumplan con seguridad, fiabilidad y lo que se maneja mucho en la actualidad: respeto hacia el medio ambiente. La

prevención es una estrategia primordial en los negocios, ya que incentivan firme y positivamente al crecimiento de la empresa. Esto permite tener una ventaja competitiva siempre orientada a la satisfacción del cliente, debemos tener en cuenta que la calidad no cuesta, al contrario, genera ganancias ya que cada dólar que se gaste por algo que este mal, repararlo y volverlo a hacer será un costo alto y afectará directamente a las utilidades de la compañía.

El objetivo de esto es eliminar las barreras que se presenten y tener la mente abierta a hacer cosas de forma más productiva y disminuir los costos de operación de la empresa, al momento que hablamos de métodos o estrategias para eliminar errores

Hablamos de una mejora continua que involucraría a todos los que conforman la empresa. La calidad va enfocada en este caso a un nuevo sistema de gestión a nivel empresarial para lograr una calidad en el servicio que ofrecemos al momento del vender nuestro producto.

El concepto de calidad se encuentra en cuatro categorías fundamentales: calidad como conformidad, es decir conformidad con las especificaciones definidas en función a los requerimientos de los clientes; calidad como satisfacción de las expectativas del cliente; calidad como valor con relación al precio y calidad como excelencia. Aplica en aquellos productos o servicios que reúnen los máximos estándares de calidad en sus diferentes Características. Un producto o un servicio son de calidad excelente cuando se aplica en su realización los mejores componentes, la mejor gestión y realización de los procesos. (Moreno M. , Gestion de Calidad y Diseño de Organizaciones, 2001)

2.1.3 Resultado de la Calidad

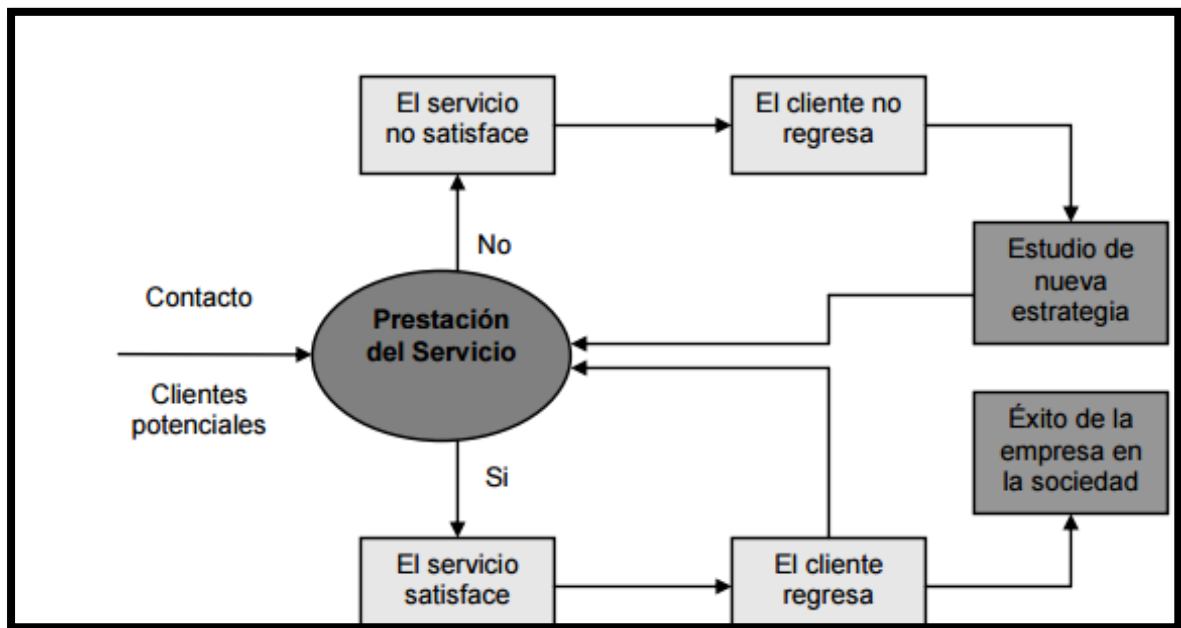


Gráfico 2: Objetivos de la calidad

Fuente: (Sonora, 2008)

El concepto de la calidad total siempre existió, Se tienen como ejemplo cuando se fabrica algo con errores, el control evita que ese producto que no cumple con todas las especificaciones llegue al cliente, pero no se puede dejar atrás el costo en que se incurrió por este error.

Definiciones de calidad de algunos autores para tomar en cuenta:

- Un grado predecible de uniformidad a un bajo costo y de acuerdo al mercado (Deming)
- Adecuado Uso (Juran)
- La mínima pérdida provocada por el producto a la sociedad desde que se envía el mismo (Taguchi)
- Corregir y Prevenir fallas. No convivir con ellas (Hosbin)
- Adecuación a los requerimientos. Concordancia con los requisitos. (Crosby)
- Hallar los requerimientos del cliente, los formales e informarles al menor costo, a la primera y siempre. (Flood)

La calidad es uno de los factores más importantes dentro de la compañía ya que nos afecta de diferentes formas:

- Costo y participación en el mercado: que la empresa cuente con calidad lograra que la empresa capte mucho más mercado y logre una disminución en los costos que incurre debido a que tendrá menores fallas y devoluciones.
- Prestigio de la Empresa: la calidad nacerá por las percepciones que tengas los clientes de nuestros productos, relaciones con los empleados y proveedores.
- Responsabilidad de un producto de Calidad: las empresas que fabriquen y diseñen productos con daños pueden ser acusadas por daños o lesiones que resulten del uso de este, esto conllevara a incurrir con altos gastos legales y de perdida además de una mala publicidad que lograra el fracaso seguro de la compañía.

2.2 GESTIÓN DE LA CALIDAD

2.2.1 Concepto y Antecedentes

La gestión de la calidad es el compromiso de toda una organización para hacer bien las cosas, es decir, afecta a cada persona en una organización y por lo tanto, para que la gestión de la calidad sea próspera y exitosa, debe ser aceptada por todos los integrantes de la organización. (Atkinson, Researchgate, 1990)

Según Atkinson la gestión de la calidad forma parte del compromiso no de uno sino de toda la organización, para lograr cumplir con los objetivos de este diseño se debe trabajar en coordinación con todo el equipo de trabajo y cumplir a cabalidad con los procedimientos técnicos y gerenciales asegurando la satisfacción del cliente, en resumen se puede decir que un sistema de gestión de calidad es cumplir con una serie de actividades

coordinadas como planear, controlar y mejorar todo aquello que influye en la satisfacción del cliente y el logro de resultados de la compañía.

(Oakland, 1989) Considera.” Que la gestión de calidad es una forma global de mejorar la eficacia y flexibilidad del negocio mediante la incursión de una evolución cultural”.

Podemos considerar que la gestión de la calidad es un modo de dirección de la compañía, enfocado en la calidad y basado en la participación de todos los miembros que apuntan a la satisfacción del cliente y al beneficio de todos los miembros de la compañía. Por otra parte también se considera a la gestión de la calidad como el conjunto de actividades de la función empresarial que determinara la política de la calidad, las responsabilidades y metas, estas son implementadas como medios de planificación de la calidad, el aseguramiento, el control y mejoramiento de calidad.

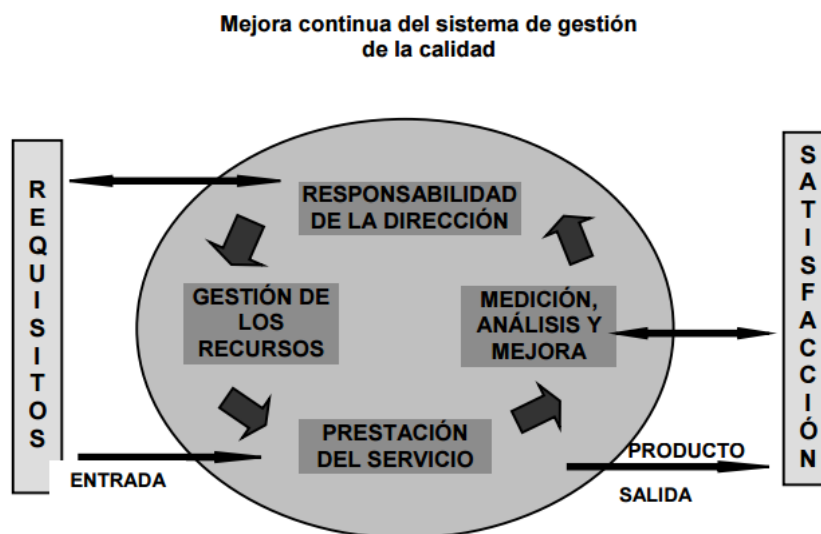


Gráfico 3: Mejora Continua

Fuente: (Calidad, 2015)

Según Libro (Amad, 2005). Nos refiere a Opere con el concepto de que “La gestión de la calidad opera a todo lo largo sistema de la calidad”. Después del impulso que se da por parte de la dirección la calidad está en manos del capital humano de la compañía con el fin de obtener la calidad que se requiere

para el cliente al menor costo posible. La gestión del sistema de calidad tiene que demostrar a la empresa que está en la capacidad de ofrecer un producto o servicio que cumpla con todos los requisitos y exigencias de los clientes y así lograr una satisfacción total una vez que haya sido aplicado de manera efectiva el sistema, incluyendo la prevención y la mejora continua.

2.2.2 Elementos De La Gestión De La Calidad

La gestión de la calidad opera con diversos elementos :valores visibles de la organización, principios y normas aceptadas por todos, misión, política, objetivos de calidad, procedimientos y prácticas eficaces, requisitos del cliente/proveedor interno y externo, orientación empresarial, demostración de la propiedad de todos los procesos y sus problemas relativos. (James, Administración y control de la calidad, 1997).

Entre otros elementos del sistema de gestión también podemos identificar los procesos, que incluyen organización y sistema, organización, planificación de la calidad, dirección, control y la metodología del diseño que implica la auditoria, la personas y sus tareas; tecnología que incluye la línea de producción y el uso de la información; estructura : que forma parte de las responsabilidades, administración y comunicación, formando un equipo de trabajo con dirección ,incentivos para motivarlos al cambio en el aspecto de la calidad.

2.2.3 Funciones De La Gestión De La Calidad

Según lo menciona (Evans, 2000).” Las funciones de la calidad son planificación, organización, dirección, personal y control”. La planificación es orientada hacia el futuro, esta crea criterios para toda la organización, nos permite estar en la capacidad de ser proactivo y prevenir futuros eventos que nos perjudiquen y poder establecer acciones positivas y correctivas para enfrentarse a los problemas, es muy esencial para un eficaz proceso de mejora de la calidad, la función principal de la organización es asegurarse que la empresa cumpla con los objetivos de calidad que se propuso. Desarrolle un

entorno de trabajo agradable con funciones y responsabilidades que contribuyan a que las actividades se cumplan de manera eficaz, esto se lograra desarrollando un orden jerárquico para facilitar la comunicación delegando esfuerzos y responsabilidades.

La dirección también juega un papel importante ya que ellos son los que motivan, tiene el liderazgo y el poder de influir de manera positiva en las otras personas él es un líder en el proceso de aprendizaje. La función de la gestión de la calidad enfocada al recurso humano de la empresa se define como el proceso de diseño de las medidas y actividades de la fuerza de trabajo para mejorar el funcionamiento de la empresa. El control es un proceso que nos permite verificar que los objetivos se hayan cumplido, es decir es un índice para comparar los estándares esperados y de acuerdo a la información poder comparar y tomar decisiones, entre las herramientas que podemos utilizar están: los diagramas de flujo, diagrama causa y efecto y hojas de control.

2.2.4 Sistema De Gestión De Calidad

Como principio definiremos que es Sistema. Sistema es un conjunto de elementos que se relacionan entre sí. Esto quiere decir que nos referimos a un sistema, no solo cuando se tienen un grupo de elementos que están juntos, sino cuando estos están relacionados entre sí, trabajando todos en conjunto. Entonces, Sistema de Gestión de la Calidad significa tener a la mano una variedad de elementos como Procesos, Manual de la Calidad, Procedimientos de Inspección y Ensayo, Instrucciones de Trabajo, Plan de Capacitación, Registros de la Calidad, etc., todo aquel que nos permita un adecuado funcionamiento de todo el equipo de trabajo para lograr elaborar bienes y servicios de la calidad que es lo que el cliente actual requiere.

2.3 NORMAS ISO “INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION”

2.3.1 ANTECEDENTES

Las normas ISO se conocen por primera vez en el año 1987, se originó después de la segunda guerra mundial, cuando la calidad empezó a tomar fuerza e importancia, es ahí donde las empresas con mayor prestigio empezaron a implementarlas.

De acuerdo a (James E. y., 2000). Con el fin de regular los procesos se creó un organismo especializado en normatividad llamado ISO, termino científico que se refiere igual a sus siglas International Organization for Standarization. Organización Internacional para la estandarización la cual se creó en Londres en 1946 con integrantes de diversos países los cuales crearon diversas normas de calidad con diferentes conceptos y principios mundialmente aceptados.

ISO es una federación mundial de organismos nacionales de normalización (organismos miembros ISO) el trabajo de preparación de las normas internacionales normalmente se realiza a través de comités técnicos ISO.

La norma nace, con el fin de estandarizar lenguajes y bases técnicas a nivel mundial, esta norma establece disciplina en la organización con el fin de que esta documento lo que hace y haga lo que documento. (Fontalvo, 2010).

Las normas nos muestran el juicio e interpretación de la mayoría de los expertos del mundo, se tiene claro que para crear un sistema de calidad se debe mejorar de forma continua los productos y servicios, los procesos y operaciones es decir de manera general garantizar que se cumpla con todas las especificaciones del sistema, así la empresa podrá realizar transacciones con mayor seguridad y confianza, estas normas pueden ser aplicadas a cualquier tipo de industria, producto o servicio siempre y cuando la industria cumpla con todas las exigencias que conlleva este sistema de calidad.

2.4 NORMA ISO 9001-2015

2.4.1 Antecedentes

La norma ISO 9001-2015 Requisitos anula y sustituye a la norma ISO 9001-2008, que ha sido revisada técnicamente, esta norma fue elaborada por el comité técnico gestión y aseguramiento de la calidad.

2.4.2 Generalidades

La adopción de un sistema de gestión de calidad es una decisión estratégica para una organización que le puede ayudar a mejorar su desempeño global y proporcionar una base sólida para las iniciativas del desarrollo sostenible.

Los beneficios de la organización basados en esta norma son:

- La capacidad para proporcionar regularmente productos y servicios que satisfagan los requisitos del cliente y los legales reglamentarios aplicables.
- Facilitar oportunidades de aumentar la satisfacción al cliente.
- Abordar riesgos y oportunidades asociadas al objetivo.
- La capacidad de demostrar la conformidad de los requisitos del sistema de gestión de calidad especificados.

Los requisitos del sistema de gestión de calidad enfocados a estas normas internacionales son complementarios a los requisitos para los productos y servicios.

Para lograr los objetivos de la organización podría considerar necesario adoptar diversas formas de mejora además de la corrección y la mejora continua así como la innovación y la reorganización.

En esta Norma Internacional, se utilizan las siguientes formas verbales:

- “debe” indica un requisito.
- “debería” indica una recomendación
- “puede” indica un permiso, una posibilidad o una capacidad.

(AENOR, SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD, 2015)

2.4.3 Principios de la Gestión de la Calidad

Esta norma internacional se basa en los principios de la gestión de la calidad descritos en la Norma ISO 9000. Las descripciones incluyen una declaración de cada principio.

Los principios de la Gestión de la calidad son:

- Enfoque al cliente.
- Liderazgo.
- Compromiso de las personas.
- Enfoque a procesos.
- Mejora.
- Toma de decisiones basada en la evidencia.
- Gestión de las relaciones.

(AENOR, SISTEMAS DE GESTION DE LA CALIDAD, 2015)

2.4.4 Enfoque al Cliente

La alta dirección debe demostrar liderazgo y compromiso con respecto al enfoque al cliente asegurándose de que:

- Se determinen, se comprenden y se cumplen regularmente los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables;
- Se determinan y se consideran los riesgos y oportunidades que pueden afectar a la conformidad de los productos y servicios y a la capacidad de aumentar la satisfacción del cliente.
- Se mantiene el enfoque en el aumento de la satisfacción del cliente.

2.4.5 Ciclo Planificar-Hacer-Verificar-Actuar

El ciclo PHVA se describe de la siguiente manera:

- Planificar: establecer los objetivos del sistema y sus procesos.
- Hacer: Implementar lo planificado.
- Verificar: realizar el seguimiento y la medición de los procesos.
- Actuar: tomar acciones para mejorar el desempeño, cuando sea necesario.

El ciclo puede aplicarse a todos los procesos y al sistema de gestión de la calidad como un todo.

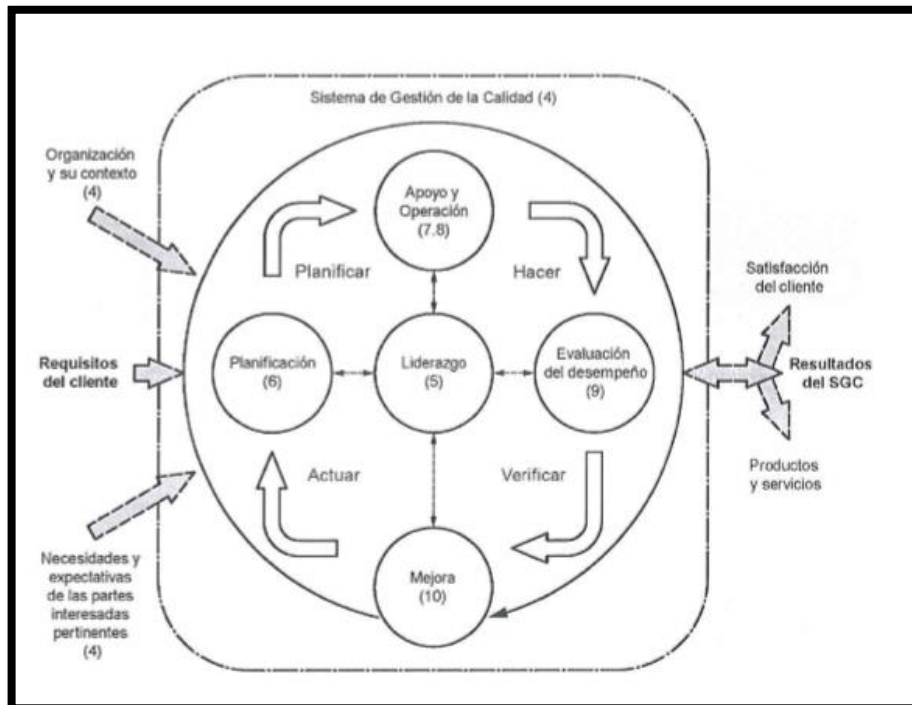


Gráfico 4: Sistema de Gestión de Calidad

Fuente: (AENOR, SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD, 2015)

2.4.5 Sistema de Gestión de Calidad y sus Procesos

La organización debe establecer, implementar, mantener y mejorar continuamente un sistema de gestión de la calidad, incluidos los procesos necesarios y sus interrelaciones, de acuerdo con los requisitos de esta Norma Internacional.

2.5 SATISFACCIÓN AL CLIENTE

2.5.1 Generalidades

En la actualidad, lograr la plena "satisfacción del cliente" es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la "mente" de los clientes y por ende, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener satisfecho a cada cliente ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos, etc...) de las empresas exitosas. Por ese motivo, resulta de vital importancia que tanto mercadólogos, como todas las personas que trabajan en una empresa u organización, conozcan cuáles son los beneficios de lograr la satisfacción del cliente, cómo definirla, cuáles son los niveles de satisfacción, cómo se forman las expectativas en los clientes y en qué consiste el rendimiento percibido, para que de esa manera, estén mejor capacitadas para coadyuvar activamente con todas las tareas que apuntan a lograr la tan anhelada satisfacción del cliente. (THOMPSON, 2006)

2.5.1 Beneficios de la Satisfacción del Cliente

Si bien, existen diversos beneficios que toda empresa u organización puede obtener al lograr la satisfacción de sus clientes, éstos pueden ser resumidos en tres grandes beneficios que brindan una idea clara acerca de la importancia de lograr la satisfacción del cliente: (THOMPSON, 2006)

Primer Beneficio: El cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro. (THOMPSON, 2006)

Segundo Beneficio: El cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por tanto, la empresa

obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos. (THOMPSON, 2006)

Tercer Beneficio: El cliente satisfecho deja de lado a la competencia Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar (participación) en el mercado.(THOMPSON, 2006).

En general podemos definir la satisfacción al cliente como una fortaleza de la empresa para crecer y obtener un mercado más amplio, logrando que el cliente se sienta satisfecho y se vuelva leal a la empresa, para llegar a la satisfacción necesitamos como se ha mencionado antes trabajar en equipo, generar no solo productos de calidad si no ofrecer un servicio de atención al cliente de calidad cumpliendo con todos los procesos establecidos, todo lo que forme parte de un Sistema de Gestión de Calidad.

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 ENFOQUE Y TIPO DE INVESTIGACIÓN

La empresa Proalum se dedica a la venta de perfiles en color madera, con su marca MADERATTO nuestra organización es una Empresa Mediana la cual representa el 3% en el mercado de perfiles de aluminio, contamos con diferentes áreas funcionales como compras, ventas, producción, bodega y despacho la investigación nace de las debilidades presentadas en las diferentes áreas al observar los reclamos de los clientes.

En este capítulo abordaremos el tipo de estudio que se utiliza para realizar el estudio y obtener la información, La investigación que se utilizara es descriptiva ya que necesitamos conocer a fondo el funcionamiento de la compañía y así comparar variables e identificar cuales impactan de manera negativa a la empresa con la insatisfacción de los clientes, una vez que identificamos los diferentes puntos que afectan a la empresa se determinó dar una solución de ahí nace la propuesta del diseño de un sistema de gestión de calidad, frecuentemente este tipo de estudio se usa como un antecedente a los diseños de investigación cuantitativa, cabe recalcar que cuando se cuenta con una hipótesis ya se transforma en una investigación descriptiva donde se estudiaran todas las variables esto representa el panorama general destinado a dar consejos acerca de cuáles son las variables que valen la pena probar cuantitativamente. Los experimentos cuantitativos suelen ser costosos y requieren mucho tiempo, así que es resulta razonable primero tener una idea de qué hipótesis son dignas de análisis se realizó un trabajo de campo en la compañía que es objeto de estudio, se estudiaron 4 apartados esenciales: sujetos de investigación, tamaño de la población y cálculo de la muestra, Se tienen un diseño con enfoque cuantitativo debido a que se tomó como instrumento para el estudio las encuesta.

El proyecto se dividió en tres etapas, la presentación de la problemática dejando claro sus objetivos, alcance y justificación. Lo cual nos permitirá la comprensión de la problemática mediante la contextualización esto como resultado de la revisión de fuentes secundarias.

La segunda etapa se centra en la obtención de información, aquí se aplicaran técnicas cuantitativas, específicamente utilizaremos la técnica de la

encuesta, la cual es un correcto instrumento de medición, este va estar dirigido a nuestro principales clientes/distribuidores, lo cual nos permitirá evaluar de forma efectiva la satisfacción del cliente la cual forma parte de nuestra problemática.

En esta etapa también se deja claro quiénes son los sujetos objetos del estudio es decir a quienes aplicaremos la encuesta, los procedimientos que utilizamos para realizar al trabajo de campo y su análisis.

La tercera etapa también es muy importante debido a que este lo conforman los resultados y las conclusiones. Una vez obtenida toda la información del trabajo de campo se procederá analizar el tema de estudio. Esta información será analizada de forma descriptiva e interpretativa. Posterior al análisis llegaremos a la fase final que son las conclusiones. Se espera presentar una discusión que no muestre solamente las conclusiones del estudio relacionados a los objetivos y al alcance de la investigación si no que nos permita debatir dichas conclusiones de manera profunda el estado de la problemática del estudio.

3.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El método que utilizaremos en el presente proyecto es el tipo de estudio exploratorio y descriptivo ya que necesitamos conocer a fondo el funcionamiento de la compañía y así comparar variables e identificar las variables que impactan de manera negativa a la empresa con la insatisfacción de los clientes, una vez que identificamos los diferentes puntos que afectan a la empresa se determinó dar una solución de ahí nace la propuesta del diseño de un sistema de gestión de calidad, una vez aplicados los métodos se realizara un análisis para la posterior elaboración de un reporte para gerencia. La presentación de la propuesta contempla solo el manual de calidad con procedimientos e instrucciones para llevar a cabo mejor los procesos apoyándonos en las normas ISO 9001-2015

3.3 SUJETOS DEL ESTUDIO

$$n = \frac{40(0.5)^2(1.96)^2}{(0.05)^2(40 - 1) + (1.96)^2(0.50)^2}$$

$$n = \frac{38.416}{0.0975 + 0.9604}$$

$$n = \frac{38.416}{1.0579}$$

$$n = 36$$

Para determinar la población tomamos en cuenta a todos nuestros clientes los cuales son muy pocos tomamos de ahí una muestra que nos dio como resultado el 90% del total de la cartera de clientes, a esta muestra se le realizó la encuesta para recopilar información y datos estadísticos para satisfacción de ellos. Como se indicó anteriormente la encuesta fue tomada de manera aleatoria cuando ellos realizaban la compra en el establecimiento, se estimó la afluencia de visitas de clientes a la empresa en los meses de mayo, junio y julio.

3.5 TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

3.5.1 MÉTODOS TÉCNICOS

Las técnicas implantadas fueron documental y de campo, revisamos textos de consulta general y específicos, tesis, libros páginas de internet y sobre todo documentos internos que posee la compañía, con esto logramos como resultado obtener un sustento teórico de la investigación y respecto a la técnica de campo es donde utilizamos ya herramientas cuantitativas como análisis estadísticos para evaluar mediante encuestas la satisfacción del cliente, se midió internamente el impacto que tiene dentro de la empresa.

Para poder analizar y evaluar el funcionamiento se utilizó una lista de verificación esto como instrumento de criterio e indicador para comprobar si se cumple con los atributos establecidos.

Este estudio nos sirve para medir los aspectos internos y externos de la organización como sus debilidades, amenazas y fortalezas, adicional se realizó una entrevista informal al gerente fue más una conversación donde con esa información podemos concretar todo lo ya establecido, además se conversó con el personal de las diferentes áreas los cuales aportaron ideas acorde a su experiencia para resolver la problemática.

El instrumento del cual hemos se habla, es decir la encuesta mostrada en el Anexo, está compuesta por el método de escala y se desea medir la hipótesis y lograr los objetivos del estudio. Con lo que se intenta conocer la opinión de los clientes, conocer sus necesidades y lo que esperan de ProAlum.

Se tienen dos bloques en la encuesta: una para medir la satisfacción del cliente y la otra para mejorar los procesos en el área comercial, se desea conocer fidelidad, cambios que quisiera que tenga la empresa, se desea que opinen y ayuden a ProAlum a crecer como empresa.

3.5.2 MÉTODOS TEÓRICOS

✓ MÉTODO INDUCTIVO

Se realizará un análisis exhaustivo de la información y de cada una de las variables que forman parte del problema en este caso se identifican dos: dependiente e independiente. Así podremos identificar si el proyecto es viable o no.

✓ MÉTODO DEDUCTIVO

Se aplica la información obtenida de fuentes bibliográficas para que formen parte del estudio y así lograr que el presente proyecto se vuelva más sólido.

3.5.3 MÉTODO EMPÍRICO

✓ MÉTODO HIPOTÉTICO DEDUCTIVO

Cuando se propone una hipótesis ya se está utilizando este método, ya que da la oportunidad de aplicar lo aprendido y usar la parte administrativa que llevará a probar las hipótesis.

3.5.4 MÉTODO ESTADÍSTICO

El método estadístico permitirá evaluar a través de cálculos, tablas o gráficos estadísticos la información recopilada a lo largo del estudio, en cualquier investigación la etapa de recolección de información es muy importante y se lo usa como técnica para medir la información obtenida. Se pueden obtener parámetros a determinar, partiendo del diseño de la investigación. Una vez que se tiene la muestra adecuada junto con los resultados que soportan la hipótesis planteada se utiliza netamente como material de análisis las encuestas a los clientes y en cuanto obtenga la empresa los resultados se reflejaran mediante gráficos estadísticos como pasteles o barras.

CAPÍTULO IV

4.1 DESCRIPCIÓN E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En este capítulo se analizan los resultados obtenidos en las encuestas con respecto a las variables y a la frecuencia obtenida en relación con las preguntas de la encuesta, para luego interpretar los mismos y que permitan dar una base para las conclusiones del presente trabajo.

El análisis de resultados inicia con la descripción de la satisfacción de los clientes encuestados, en las que se puede observar cuál es el verdadero sentir del consumidor.

El capítulo continúa con el análisis e interpretación de los resultados en función de la comercialización del producto y el trato que está recibiendo. De esta forma se puede tener una idea clara de las fortalezas y debilidades de nuestro proceso.

Finalmente el capítulo concluye con el análisis acerca de la información del cliente, para enfocarse en el perfil del mismo, de esta manera se podrá concluir cuál es el potencial para negociaciones futuras.

4.2 SATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE

1. SU REQUERIMIENTO FUE ATENDIDO CON RAPIDÉZ

Tabla 1. Su requerimiento fue atendido con rapidez.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nada de acuerdo	13	36%
En desacuerdo	10	28%
De acuerdo	7	19%
Muy de acuerdo	6	17%
Total de la muestra	36	100%

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

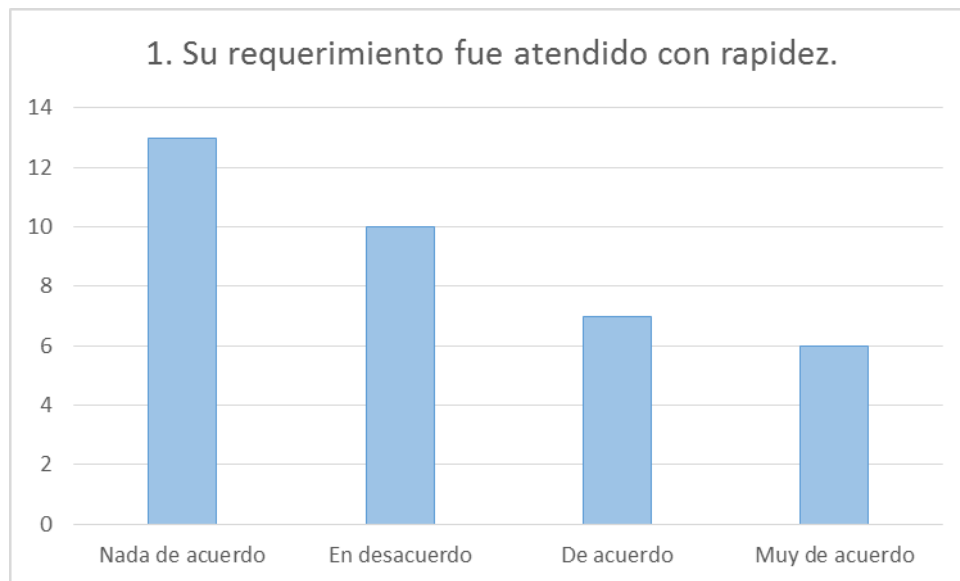


Gráfico 5: Su requerimiento fue atendido con rapidez
Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

ANÁLISIS DE RESULTADOS:

El 36% de los encuestados no se encuentra contento con la rapidez con la que se están atendiendo sus requerimientos. Dicho resultado muestra un preocupante nivel de insatisfacción por parte del consumidor ya que sus necesidades están tomando mucho más tiempo que el esperado. El 28% se muestra poco conforme con la rapidez en la atención, el 19% de los clientes está parcialmente satisfecho con la rapidez del servicio, mientras que tan sólo el 17% está totalmente satisfecho con la rapidez del servicio.

2. EL PERSONAL SE MUESTRA DISPUESTO A AYUDAR AL USUARIO.

Tabla 2. El personal se muestra dispuesto a ayudar al usuario.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nada de acuerdo	2	6%
En desacuerdo	8	22%
De acuerdo	12	33%
Muy de acuerdo	14	39%
Total de la muestra	36	100%

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

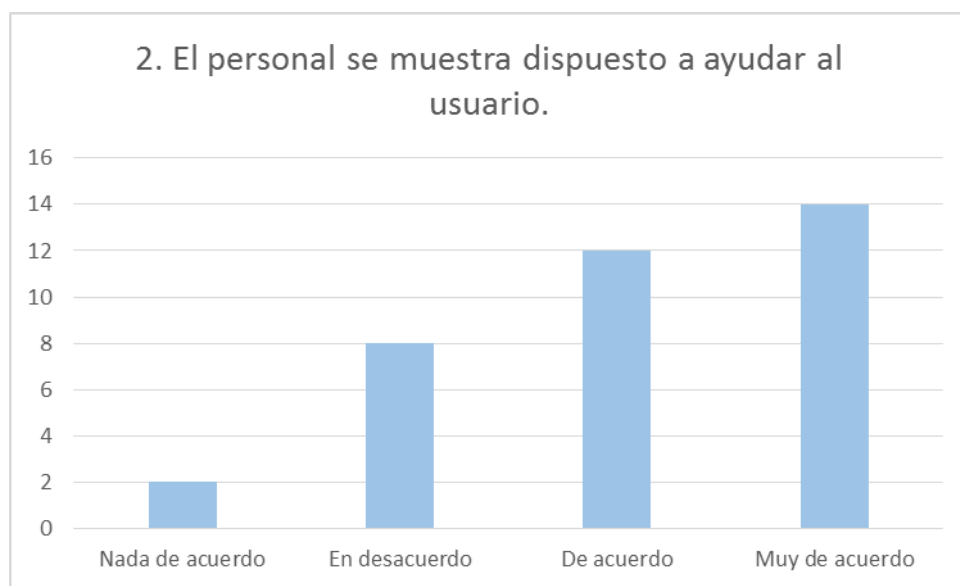


Gráfico 6: El personal se muestra dispuesto a ayudar al usuario.

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

ANÁLISIS DE RESULTADOS:

Tan sólo el 6% de los encuestados no se encuentra contento con la disposición que muestra el personal. Dicho resultado muestra un pequeño margen de insatisfacción por parte del consumidor ya que no siente que se lo esté ayudando al momento de realizar su pedido. El 22% se muestra poco conforme con la ayuda que recibe por parte del personal, el 33% de los clientes está parcialmente satisfecho con la ayuda que recibe por parte del personal, mientras que en su mayoría, es decir el 39% está totalmente satisfecho con la ayuda que recibe por parte del personal.

3. LA PERSONA QUE LO ATENDIÓ TENÍA CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO.

Tabla 3. La persona que lo atendió tenía conocimiento del producto.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nada de acuerdo	9	25%
En desacuerdo	16	44%
De acuerdo	7	19%
Muy de acuerdo	4	11%
Total de la muestra	36	100%

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

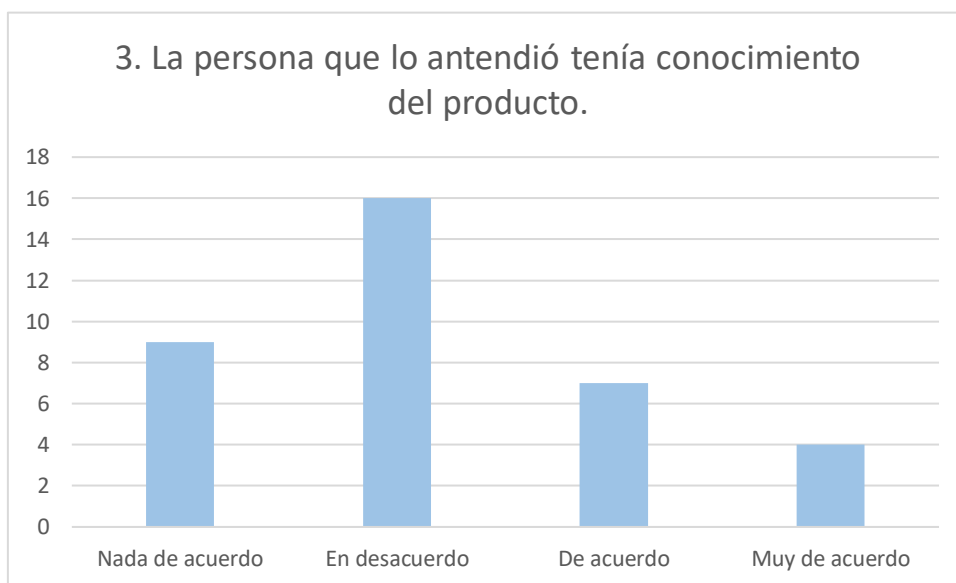


Gráfico 7: La persona que lo atendió tenía conocimiento del producto

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

ANÁLISIS DE RESULTADOS:

El 25% de los encuestados no se encuentra contento con el conocimiento que tenía la persona que lo atendió. Dicho resultado muestra un preocupante nivel de insatisfacción por parte del consumidor ya que se evidencia una falla en el proceso de atención al cliente. El 44% se muestra poco conforme con el conocimiento que tenía la persona que lo atendió, el 19% de los clientes está parcialmente satisfecho con el conocimiento que tenía la persona que lo atendió, mientras que tan sólo el 11% está totalmente satisfecho con el conocimiento que tenía la persona que lo atendió.

4. LA BODEGA CUENTA CON LOS PRODUCTOS EN STOCK.

Tabla 4. La bodega cuenta con los productos en stock

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nada de acuerdo	2	6%
En desacuerdo	17	47%
De acuerdo	10	28%
Muy de acuerdo	7	19%
Total de la muestra	36	100%

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

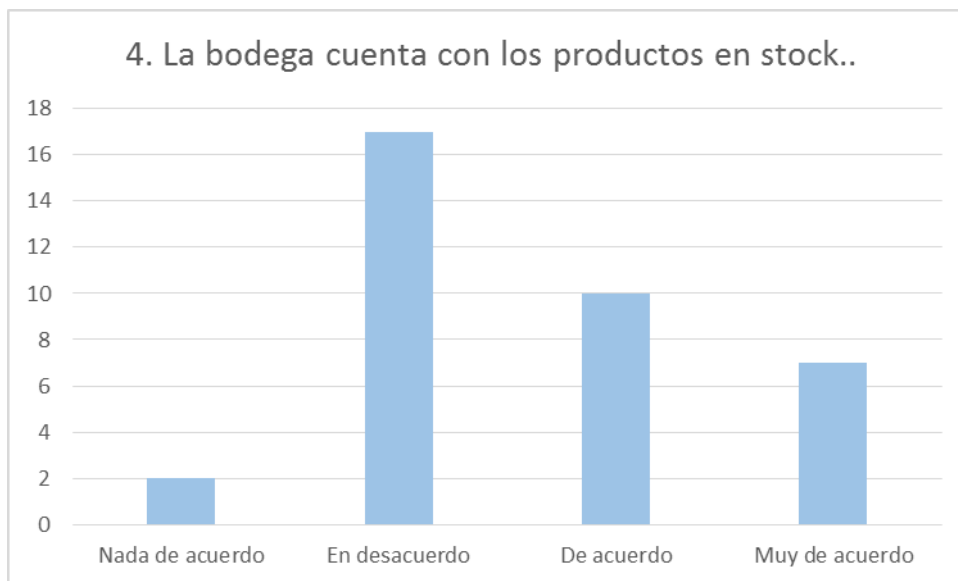


Gráfico 8: La bodega cuenta con los productos en stock

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

ANÁLISIS DE RESULTADOS:

El 6% de los encuestados consideran que la bodega no cuenta con los productos en stock. Dicho resultado muestra un pequeño nivel de insatisfacción por parte del consumidor ya que sienten que no hay mucha disponibilidad de los productos que solicitan. El 47% se muestra poco conforme con la disponibilidad de los productos que solicitan, el 28% de los clientes está parcialmente satisfecho con la disponibilidad de los productos que solicitan, mientras que el 19% está totalmente satisfecho con la disponibilidad de los productos que solicitan

5. ME OFRECEN UN NIVEL DE CALIDAD CONSTANTE.

Tabla 5. Me ofrecen un nivel de calidad constante.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nada de acuerdo	7	19%
En desacuerdo	12	33%
De acuerdo	9	25%
Muy de acuerdo	8	22%
Total de la muestra	36	100%

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

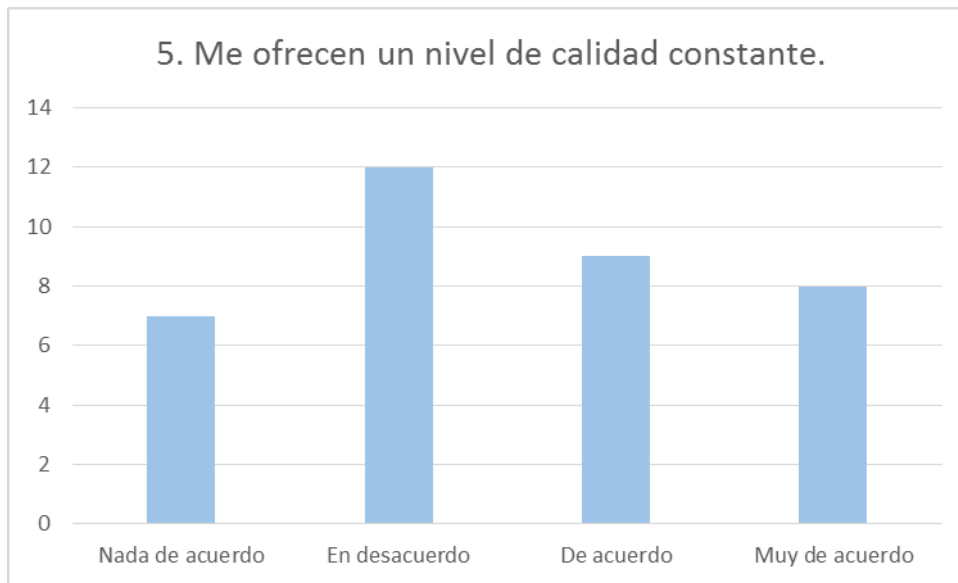


Gráfico 9: Me ofrecen un nivel de calidad constante

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

ANÁLISIS DE RESULTADOS:

El 19% de los encuestados no se encuentra contento con la calidad del servicio y de los productos que se le ofrecen. Dicho resultado muestra un preocupante nivel de insatisfacción por parte del consumidor ya que no se están cubriendo sus necesidades en su totalidad. El 33% se muestra poco conforme con la calidad del servicio y de los productos que se le ofrecen, el 25% de los clientes está parcialmente satisfecho con la calidad del servicio y de los productos que se le ofrecen, mientras que el 22% está totalmente satisfecho con la calidad del servicio y de los productos que se le ofrecen.

6. ME AYUDARON A RESOLVER MIS INQUIETUDES.

Tabla 6. Me ayudaron a resolver mis inquietudes.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nada de acuerdo	5	14%
En desacuerdo	14	39%
De acuerdo	9	25%
Muy de acuerdo	8	22%
Total de la muestra	36	100%

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

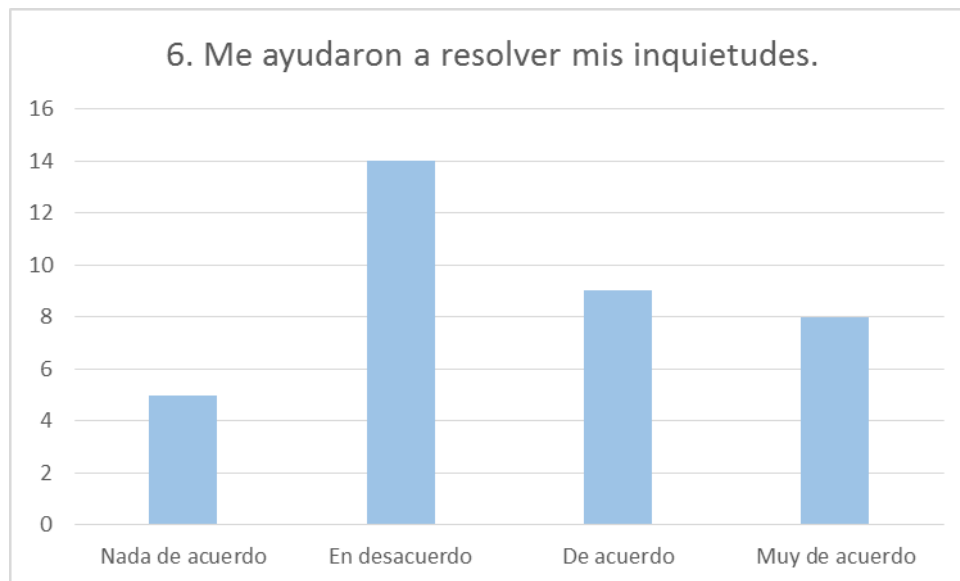


Gráfico 10: Me ayudaron a resolver mis inquietudes.

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

ANÁLISIS DE RESULTADOS:

El 14% de los encuestados no se encuentra contento con la ayuda que se le brindó al momento de presentar problemas e inquietudes. Dicho resultado muestra un nivel de insatisfacción por parte del consumidor ya que sus inquietudes no están siendo resueltas de la manera que espera. El 39% se muestra poco conforme con la ayuda que se le brindó al momento de presentar problemas e inquietudes, el 25% de los clientes está parcialmente satisfecho con la ayuda que se le brindó al momento de presentar problemas e inquietudes, mientras que el 22% está totalmente satisfecho con la ayuda que se le brindó al momento de presentar problemas e inquietudes.

7. EL TRATO DEL PERSONAL CON LOS USUARIOS ES CONSIDERADO Y AMABLE.

Tabla 7. El trato del personal con los usuarios es considerado y amable.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nada de acuerdo	2	6%
En desacuerdo	8	22%
De acuerdo	14	39%
Muy de acuerdo	12	33%
Total de la muestra	36	100%

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

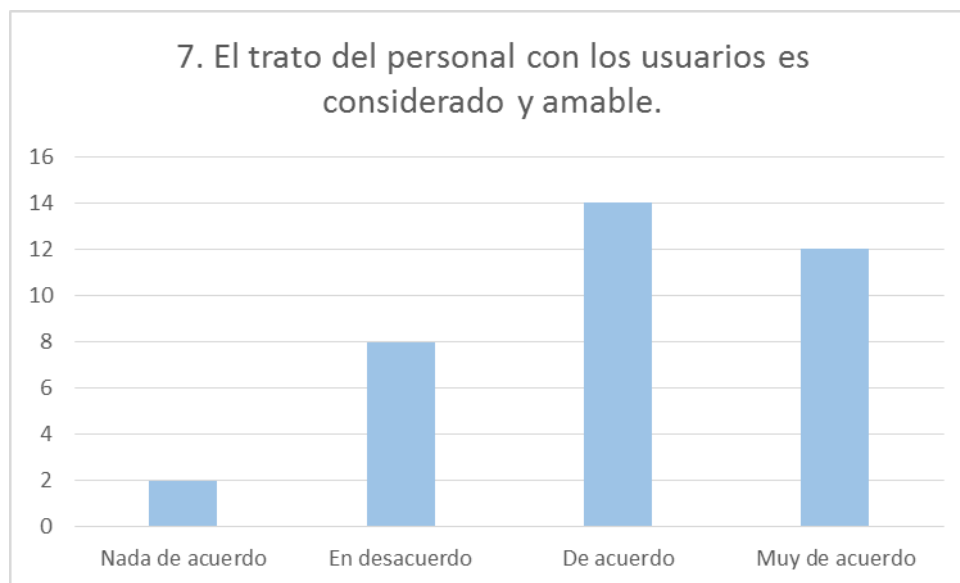


Gráfico 11: El trato del personal con los usuarios es considerado y amable
Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

ANÁLISIS DE RESULTADOS:

El 6% de los encuestados no está conforme con el trato que recibe del personal de la empresa. Dicho resultado muestra un pequeño descontento por parte de los usuarios ya que consideran que el trato que reciben no es considerado ni amable. El 22% se muestra poco conforme no está conforme con el trato que recibe del personal de la empresa, el 39% de los clientes está parcialmente satisfecho no está conforme con el trato que recibe del personal de la empresa, mientras que tan sólo el 33% está totalmente satisfecho no está conforme con el trato que recibe del personal de la empresa.

8. CUANDO ACUDO A LA EMPRESA SÉ QUE ENCONTRARÉ LAS MEJORES SOLUCIONES.

Tabla 8. Cuando acudo a la empresa sé que encontraré las mejores soluciones

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nada de acuerdo	7	19%
En desacuerdo	12	33%
De acuerdo	9	25%
Muy de acuerdo	8	22%
Total de la muestra	36	100%

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

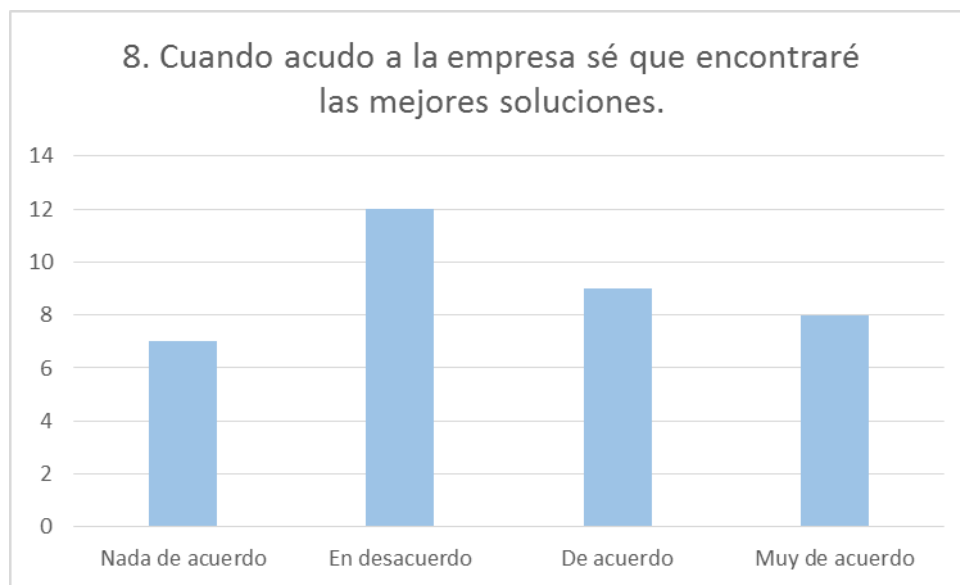


Gráfico 12: Cuando acudo a la empresa sé que encontraré las mejores soluciones
Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

ANÁLISIS DE RESULTADOS:

El 19% de los encuestados piensa que no encontrará las soluciones que ellos esperan, este porcentaje es bastante preocupante ya que predispone negativamente al cliente y ocasiona una mala imagen de la empresa hacia el mercado. El 33% de encuestados cree que no encontrará las soluciones que ellos esperan, el 25% de los clientes está parcialmente positivo ante la idea de que encontrarán las soluciones que ellos esperan, mientras que tan sólo el 22% está totalmente seguro de que encontrarán las soluciones que ellos esperan en la empresa.

9. FRENTE A LA COMPETENCIA CREE USTED QUE NUESTRO SERVICIO FUE:

Tabla 9. Frente a la competencia cree usted que nuestro servicio fue:

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nada de acuerdo	1	3%
En desacuerdo	15	42%
De acuerdo	14	39%
Muy de acuerdo	6	17%
Total de la muestra	36	100%

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

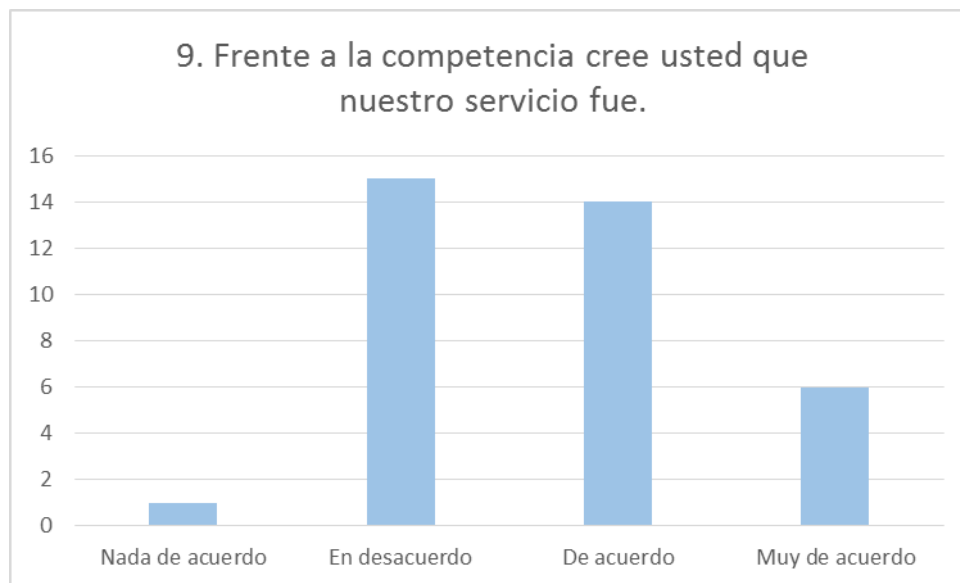


Gráfico 13: Frente a la competencia cree usted que nuestro servicio fue:

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

ANÁLISIS DE RESULTADOS:

El 3% de los encuestados no se encuentra contento con el servicio que le prestó la empresa. Dicho resultado muestra un pequeñísimo nivel de insatisfacción por parte del consumidor. El 42% se muestra poco conforme con el servicio que le prestó la empresa, el 39% de los clientes está parcialmente satisfecho con el servicio que le prestó la empresa, mientras que el 17% está totalmente satisfecho con el servicio que le prestó la empresa. Dichos valores indican que hay bastante que mejorar en nuestros procesos ya que no se están cubriendo las expectativas del consumidor.

4.3 COMERCIALIZACIÓN Y VENTA DEL PRODUCTO

1. LA ORGANIZACIÓN REALIZA EL SEGUIMIENTO POST-VENTA.

Tabla 10. La organización realiza el seguimiento post-venta

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nada de acuerdo	17	47%
En desacuerdo	11	31%
De acuerdo	5	14%
Muy de acuerdo	3	8%
Total de la muestra	36	100%

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

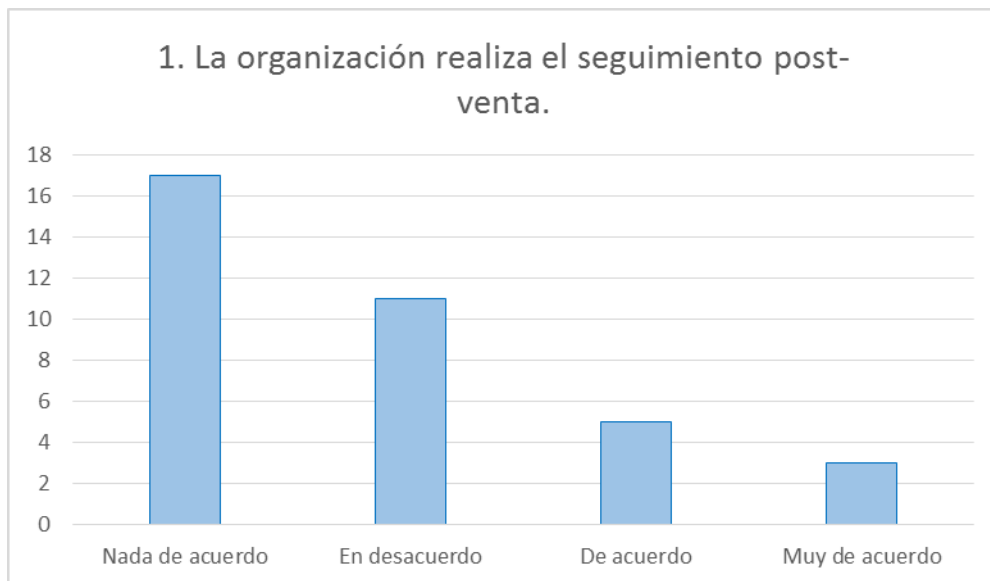


Gráfico 14: La organización realiza el seguimiento post-venta

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

ANÁLISIS DE RESULTADOS:

El 47% de los encuestados indica que no se está dando la asistencia oportuna después de la compra. Este resultado es bastante elevado y preocupante ya que el consumidor no está siendo asesorado por el personal de la empresa. El 31% indica que no se está dando la asistencia oportuna después de la compra, el 14% de los clientes indica que no se está dando la asistencia oportuna después de la compra, mientras que tan sólo el 8% está totalmente satisfecho con el seguimiento post-venta que se está dando en la empresa.

2. EL VENDEDOR LO VISITA CONSTANTEMENTE.

Tabla 11. El vendedor lo visita constantemente

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nada de acuerdo	6	17%
En desacuerdo	7	19%
De acuerdo	14	39%
Muy de acuerdo	9	25%
Total de la muestra	36	100%

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

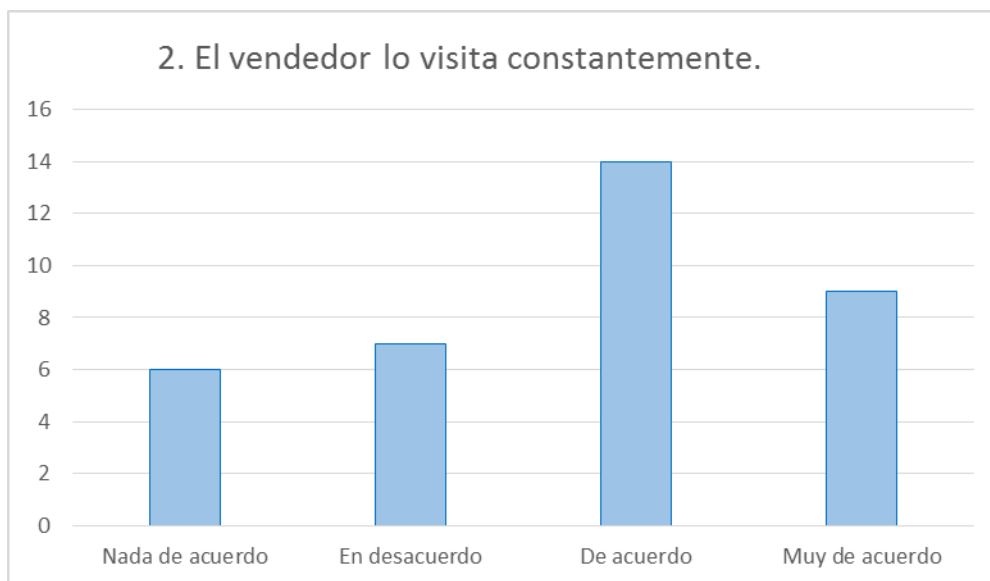


Gráfico 15: El vendedor lo visita constantemente.

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

ANÁLISIS DE RESULTADOS:

El 17% de los encuestados manifiesta que el vendedor no lo visita. Dicho resultado muestra un preocupante nivel de insatisfacción por parte del consumidor ya que no cuenta con un vendedor recurrente para solucionar sus inquietudes. El 19% manifiesta que el vendedor no lo visita constantemente, el 39% de los clientes considera que el vendedor lo visita regularmente, mientras que el 25% está totalmente satisfecho con las visitas del vendedor.

3. LA EMPRESA LO CAPACITA EN EL USO DEL PRODUCTO.

Tabla 12. La empresa lo capacita en el uso del producto

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nada de acuerdo	10	28%
En desacuerdo	14	39%
De acuerdo	7	19%
Muy de acuerdo	5	14%
Total de la muestra	36	100%

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

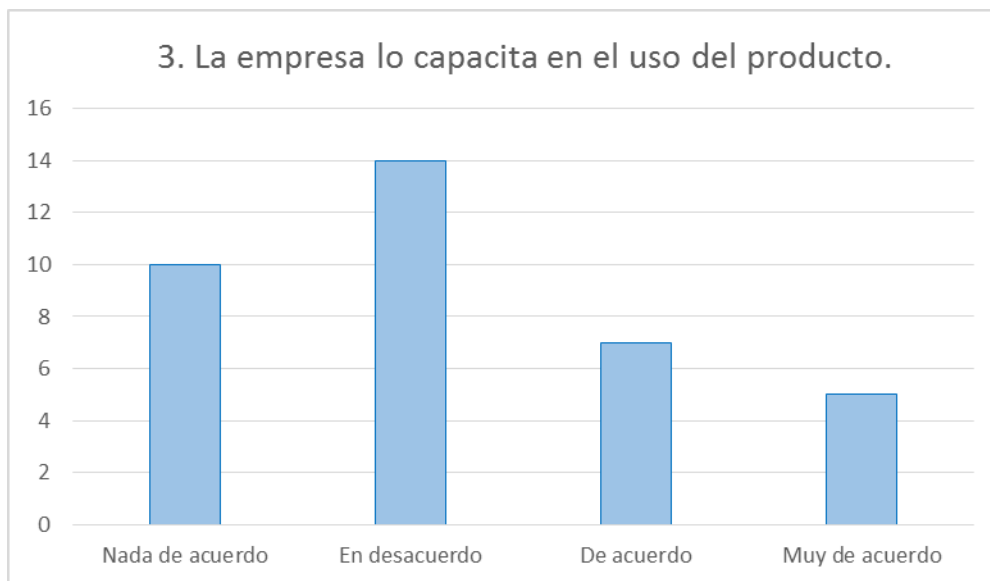


Gráfico 16: La empresa lo capacita en el uso del producto

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

ANÁLISIS DE RESULTADOS:

El 28% de los encuestados no se encuentran satisfechos con la capacitación que la empresa les brinda con relación al uso de los productos. Dicho resultado muestra un problema en los procesos que lleva la empresa ya que no se está capacitando al cliente con respecto al uso de los productos. El 39% se muestra poco conforme con la capacitación que la empresa les brinda con relación al uso del producto, el 19% de los clientes está parcialmente satisfecho con la capacitación que la empresa les brinda con relación al uso del producto, mientras que tan sólo el 14% está totalmente satisfecho con la capacitación que la empresa les brinda en relación al uso de los productos.

4. LE INFORMAN SI SU PEDIDO FUE DESPACHADO O NO A TIEMPO.

Tabla 13. Le informan si su pedido fue despachado o no a tiempo

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nada de acuerdo	13	36%
En desacuerdo	9	25%
De acuerdo	8	22%
Muy de acuerdo	4	11%
Total de la muestra	34	94%

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

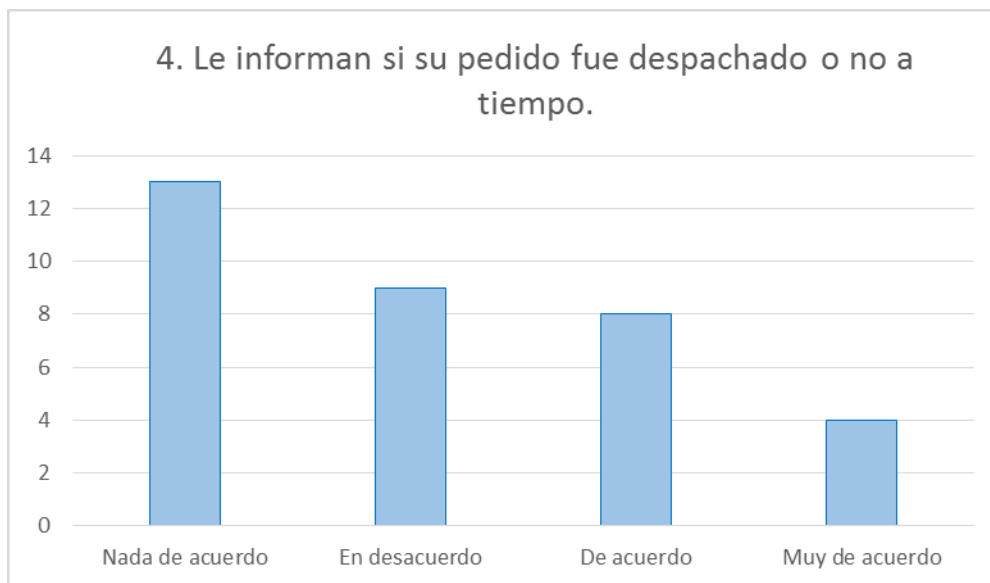


Gráfico 17: Le informan si su pedido fue despachado o no a tiempo

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

ANÁLISIS DE RESULTADOS:

El 36% de los encuestados no se encuentra satisfecho con la notificación en el despacho de sus pedidos, dicha situación representa un indicador de que la empresa tiene una deficiencia en la comunicación de la información hacia el cliente. El 25% se muestra poco satisfecho con la notificación en el despacho de sus pedidos, el 22% de los clientes está parcialmente satisfecho con la notificación en el despacho de sus pedidos, mientras que tan sólo el 11% está totalmente satisfecho con la notificación en el despacho de sus pedidos.

5. LA COMPRENSIÓN DE INFORMACIÓN DE LA FACTURA FUE:

Tabla 14. La comprensión de información de la factura fue

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nada de acuerdo	1	3%
En desacuerdo	3	8%
De acuerdo	15	42%
Muy de acuerdo	17	47%
Total de la muestra	36	100%

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

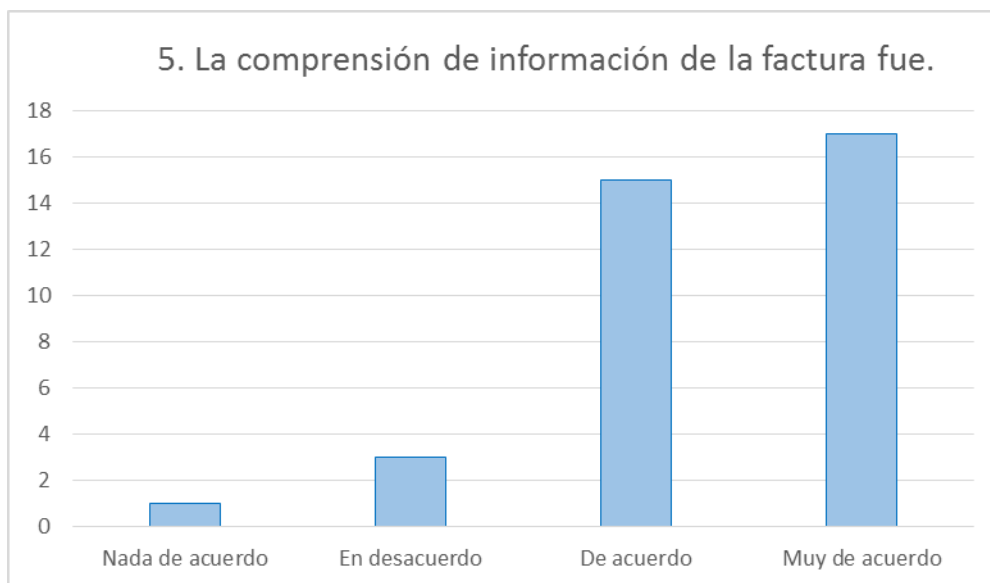


Gráfico 18: La comprensión de información de la factura fue

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

ANÁLISIS DE RESULTADOS:

El 3% de los encuestados no comprende la información descrita en la factura, este indicador es bastante alentador ya que indica que la información está siendo detallada claramente. El 8% se muestra poco conforme con la información descrita en la factura, el 42% de los clientes está parcialmente satisfecho con la información descrita en la factura, mientras que el 47% está totalmente satisfecho con la información descrita en la factura.

6. EXISTE INTENCIÓN DE CONTINUAR HACIENDO NEGOCIOS CON LA COMPAÑÍA.

Tabla 15. Existe intención de continuar haciendo negocios con la compañía.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nada de acuerdo	0	0%
En desacuerdo	3	8%
De acuerdo	10	28%
Muy de acuerdo	23	64%
Total de la muestra	36	100%

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

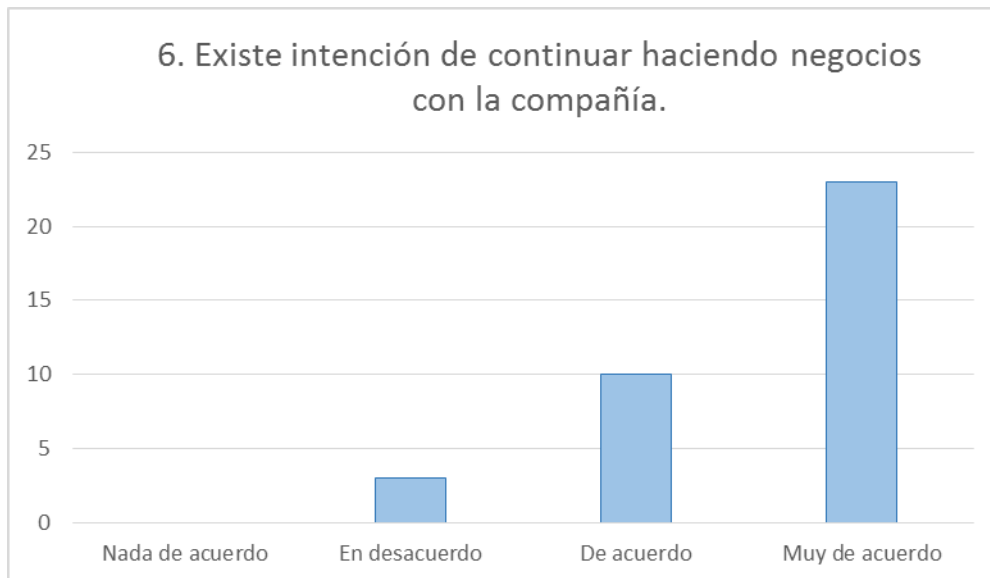


Gráfico 19: Existe intención de continuar haciendo negocios con la compañía
Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

ANÁLISIS DE RESULTADOS:

Estos resultados son favorables y alentadores para la empresa ya que la proyección de terminar los vínculos comerciales con la empresa es del 0%, mientras que tan sólo un 8% se muestra en duda con respecto a la idea de continuar haciendo negocios con la empresa, por otro lado el 28% de los clientes está casi seguro de continuar haciendo negocios con la compañía, mientras que el 64% está totalmente convencido de continuar haciendo negocios con la empresa.

7. LA EMPRESA CUENTA CON LA HABILIDAD PARA CUMPLIR REQUERIMIENTOS ESPECIALES DEL PRODUCTO.

Tabla 16. La empresa cuenta con la habilidad para cumplir requerimientos especiales del producto.

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nada de acuerdo	1	3%
En desacuerdo	4	11%
De acuerdo	17	47%
Muy de acuerdo	14	39%
Total de la muestra	36	100%

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

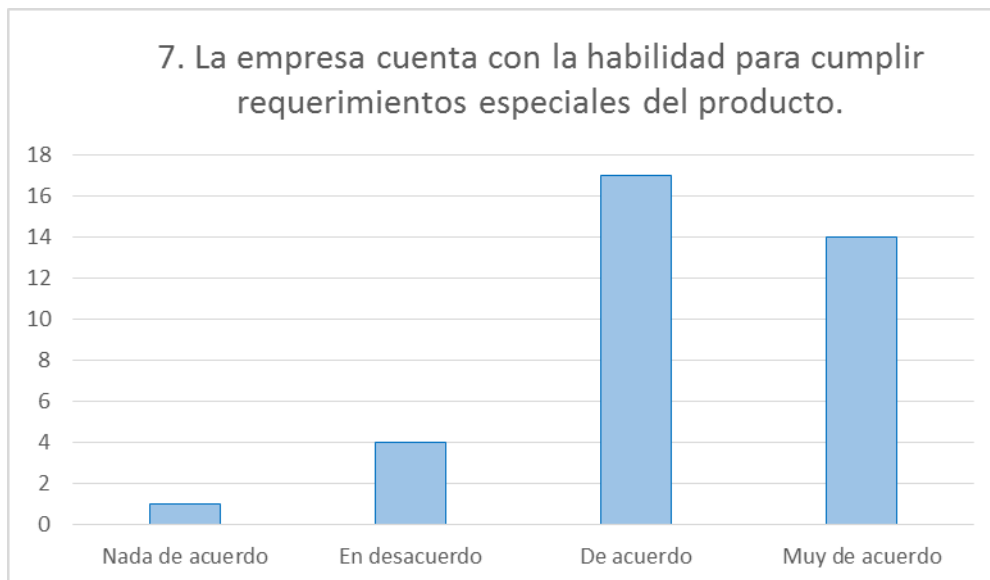


Gráfico 20: La empresa cuenta con la habilidad para cumplir requerimientos especiales del producto.

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

ANÁLISIS DE RESULTADOS:

El 3% de los encuestados piensa que la empresa no está lista para cumplir los requerimientos especiales de sus clientes, este porcentaje habla de la buena reputación que la empresa ha adquirido a través de los años. El 11% considera que la empresa no está lista para cumplir los requerimientos especiales de sus clientes, el 47% de los clientes está parcialmente convencido de que la empresa está lista para cumplir los requerimientos especiales de sus clientes, mientras que el 39% está totalmente convencido de que la empresa no está lista para cumplir los requerimientos especiales de sus clientes.

8. ES IMPORTANTE PARA USTED QUE LA EMPRESA CUENTE CON CERTIFICACIONES DE CALIDAD.

Tabla 17. Es importante para usted que la empresa cuente con certificaciones de calidad

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nada de acuerdo	2	6%
En desacuerdo	7	19%
De acuerdo	14	39%
Muy de acuerdo	13	36%
Total de la muestra	36	100%

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

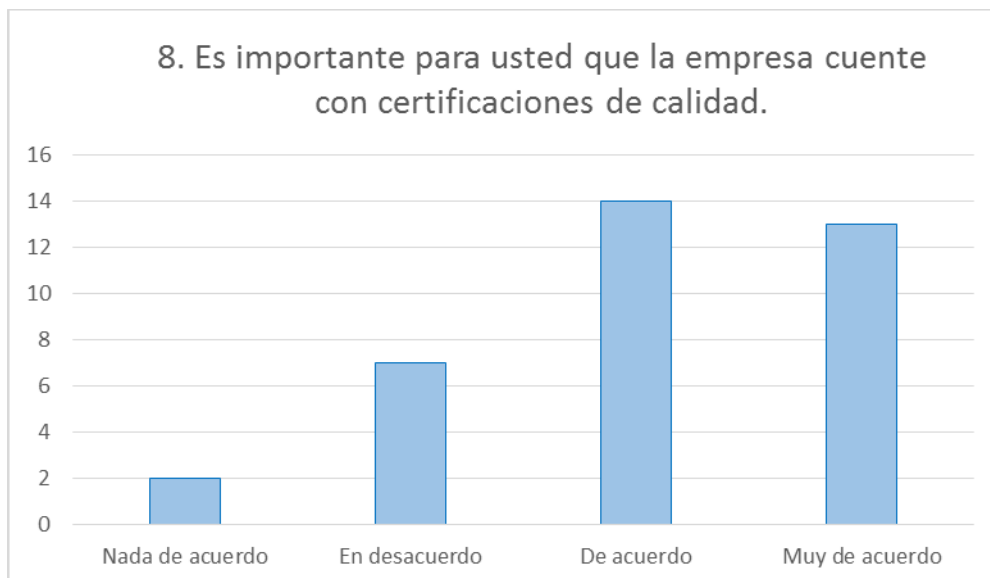


Gráfico 21: Es importante para usted que la empresa cuente con certificaciones de calidad.

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

ANÁLISIS DE RESULTADOS:

El 6% de los encuestados no considera que sea importante que la empresa cuente con certificaciones internacionales. El 19% considera poco necesario que la empresa obtenga certificaciones internacionales, el 39% de los clientes considera importante que la empresa cuente con certificaciones internacionales, mientras que para el 36% de los encuestados es necesario que la empresa cuente con certificaciones internacionales.

9. CONSIDERA USTED QUE LA EMPRESA DEBERÍA EXTENDER SU GAMA DE PRODUCTOS?

Tabla 18. Considera usted que la empresa debería extender su gama de productos?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Nada de acuerdo	14	39%
En desacuerdo	11	31%
De acuerdo	6	17%
Muy de acuerdo	5	14%
Total de la muestra	36	100%

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

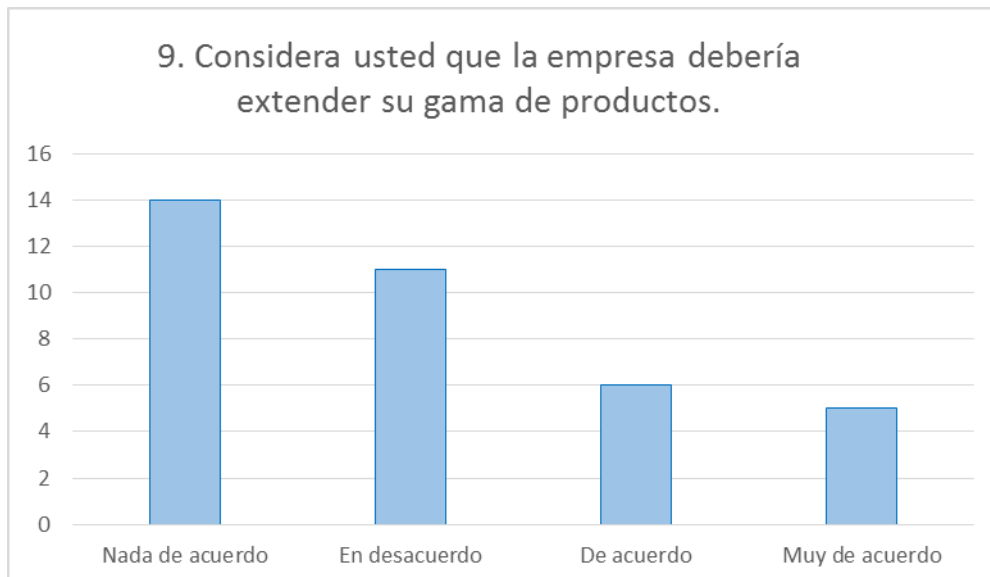


Gráfico 22: Considera usted que la empresa debería extender su gama de productos?

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

ANÁLISIS DE RESULTADOS:

El 39% de los encuestados no cree necesario que la empresa extienda su gama de productos, están satisfechos con la variedad de servicios que le ofrece la empresa. El 31% cree poco necesario que la empresa extienda su gama de productos, el 17% de los clientes cree necesario que la empresa extienda su gama de productos, mientras que tan sólo el 14% cree totalmente necesario que la empresa extienda su gama de productos.

4.4 INFORMACIÓN DEL CLIENTE

1. POR CUÁNTO TIEMPO FORMA PARTE DE NUESTRA CARTERA DE CLIENTES?

Tabla 19. Por cuánto tiempo forma parte de nuestra cartera de clientes?

Valoración	Frecuencia	Porcentaje
Menos de un año	7	19%
Más de un año	8	22%
Más de dos años	21	58%
Total de la muestra	36	100%

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

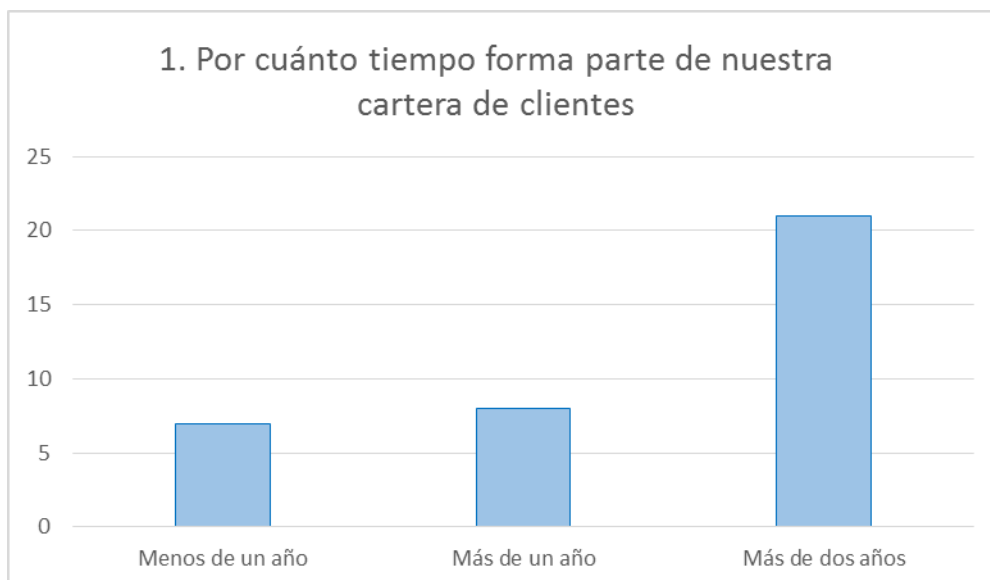


Gráfico 23: Por cuánto tiempo forma parte de nuestra cartera de clientes?

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

ANÁLISIS DE RESULTADOS:

El 19% de los encuestados son clientes nuevos que tienen menos de un año en la empresa. El 22% son clientes que ya han superado el año de entablar negociaciones con la empresa, el 58% de los clientes son clientes recurrentes de la empresa, y ya han superado los dos años de vínculo comercial con la compañía.

2. ¿QUÉ CANAL LE GUSTARÍA QUE LA EMPRESA HABILITE?

Tabla 20. ¿Qué canal le gustaría que la empresa habilite?

	# de respuestas	
Central Telefónica	11	31%
Chat en línea	10	28%
Página Web	15	42%
Total de la muestra	36	100%

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

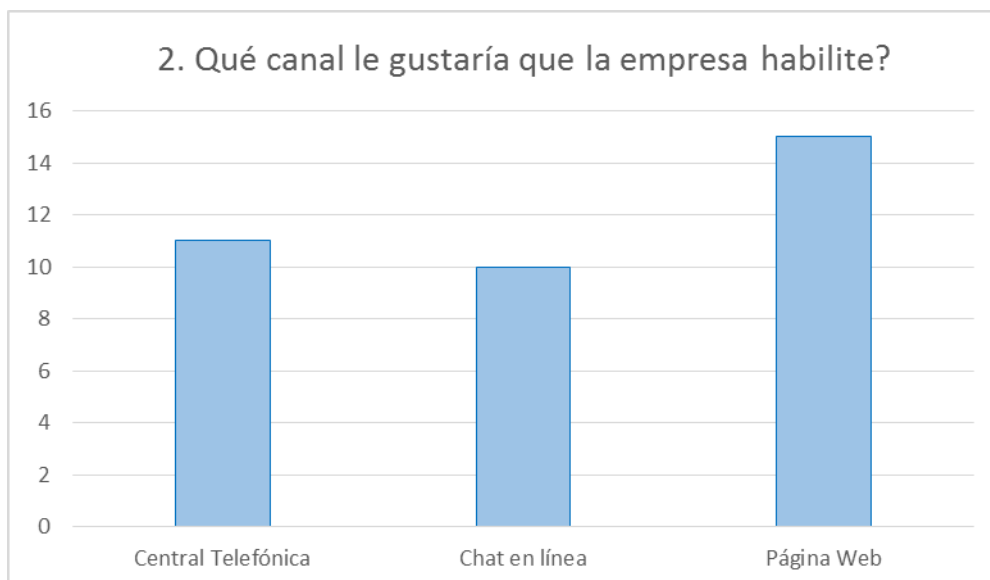


Gráfico 24: ¿Qué canal le gustaría que la empresa habilite?

Autor: Silvia Hurtado Buenaventura

ANÁLISIS DE RESULTADOS:

El 31% prefiere que la empresa habilite la central telefónica como medio de comunicación y asesoramiento para mejorar la calidad de su servicio. El 28% se inclina por la creación de un chat en línea para de esta forma mantener el contacto con la compañía, mientras que el 42% de los encuestados escoge a la página web como vínculo directo con la empresa.

CAPITULO V

LA PROPUESTA

5.1 Análisis Situacional y del Entorno.

ProAlum S. A. es una empresa ecuatoriana Industrial fundada en el año 2008 con aproximadamente 25 empleados dedicada al desarrollo, producción y comercialización de sistemas y acabados especiales para perfilería de aluminio. ProAlum S. A. es la primera planta en la región andina capaz de darle un acabado estilo madera con tecnología patentada de recubrimiento en polvo sobre recubrimiento en polvo a los perfiles de aluminio comercializados bajo su marca MADERATO, sus principales clientes son distribuidores de aluminio a nivel Nacional.

5.1.1 Misión

Ser líder en el desarrollo, fabricación y distribución de sistemas y acabados especiales para perfilería de aluminio a nivel nacional en un lapso de 2 años.

5.1.2 Visión

Ser la mejor opción en nuestros campos de acción.

5.1.3 Compromiso Ambiental

ProAlum S. A. es una empresa con profunda responsabilidad ambiental, que dirige sus estrategias y acciones hacia la utilización racional de los recursos naturales y la conservación del medio ambiente. Para nosotros, proteger el medio ambiente no es una alternativa, sino una de las bases sólidas de nuestra empresa.

Los perfiles de aluminio MADERATO® son fabricados mediante un proceso en armonía con el medio ambiente. Además, son 100% reciclables, resistentes a plagas de insectos y constituyen un sustituto idóneo para la madera en sistemas arquitectónicos de ventanas y puertas, estructuras y decoraciones. Con los perfiles de aluminio MADERATO® se obtiene un producto con la belleza de la madera sin fomentar la deforestación de los bosques.

5.2 Análisis de las fuerzas de Porter

5.2.1 Amenaza de nuevos productos entrantes.

Dentro del modelo de las fuerzas de Porter Se tienen como unas de las Amenazas los entrantes Potenciales que es donde nos podemos dar cuenta que tan difícil es entrar a un Mercado nuevo o ya existente, Se tienen más riesgos de que nuestro negocio sea exitoso, como empresa se nos presentan diferentes barreras de entradas un ejemplo es que en la actualidad nos encontramos bajo un gobierno que tiene estrictas regulaciones, se requieren tecnologías de alta inversión. Pero si al contrario al mercado que se quiere llegar cuenta con pocas barreras de entrada o las existentes son débiles, la opción de que el negocio sea rentable y exitoso se vuelve significativamente alta.

La empresa ProAlum S.A al momento no cuenta con amenaza de nuevos entrantes debido a su exclusividad de la maquinaria de última tecnología que utiliza para tener el producto terminado. En el mundo solo existen 3 máquinas iguales, en México, Brasil e Italia pero en cuanto a procesos o calidad del servicio si tiene amenazas ya que la nueva empresa puede sobresalir en:

- **Incorporación:** la nueva empresa puede aportar Innovación Experiencia mejora tecnológica para la industria y con esto lograría cambiar la dinámica competitiva para todos.

- **Diversificación:** la diversificación de productos que ofrezcan las nuevas empresas.
- **Ventaja competitiva:** el valor agregado, que lo diferencie de su competidor.
- **Demanda:** el aumento de la demanda sería un beneficio para los competidores potenciales ya que los precios aumentan, permitiendo a las nuevas empresas beneficiarse del aumento y así poder compensar los altos costos de entrada al mercado.

5.2.2 Análisis de la Competencia.

Dentro del mercado Ecuatoriano hay diferentes empresas que se dedican a la venta de aluminio al por mayor y menor, pero a diferencia de esas empresas nuestro producto es exclusivo debido a la calidad y tonalidades que ofrecemos, para el análisis Porter debemos tener en cuenta a nuestros competidores para poder analizarnos, compararnos e identificar que nos diferencia de ellos.

Se tienen como principal competidor directo a Aluminios Cedal. Cedal se constituyó como Corporación Ecuatoriana de Aluminio S.A. CEDAL, la cual es una empresa de capital ecuatoriano, con el propósito de fabricar y comercializar extrusiones de aluminio para el mercado nacional e internacional. Inicia sus actividades productivas en el año 1976, enfocados al mercado interno con extrusiones de aluminio para uso arquitectónico. Posteriormente con la incorporación de nuevas técnicas en la extrusión del metal, introduce y comercializa perfilería de aluminio estructural, lo cual permite ampliar el uso del aluminio, en segmentos del mercado de la construcción, convirtiéndose en el producto sustituto al hierro en aplicaciones como: cubiertas para estadios, viseras, puentes peatonales, silletería, estructuras espaciales, entre otros.

Cedal a diferencia de nosotros cuenta con diferentes Certificaciones. Cumplen normativas de construcción de producto, bajo las normas ASTM B-119, ASTM B-221, normas AEC (American Extrusión Council), INEN 2250:2000, INEN 001, entre otras: ISO 9001:2008

Certificaciones con la que cuenta la competencia:

Sistema de Gestión de Calidad

Obtenida en octubre de 2007, certificación que comprende la estandarización de procedimientos en la producción y comercialización de productos de aluminio, certificando la calidad y servicio, con el propósito de satisfacer las necesidades de nuestros clientes y consumidores. ISO 14001:2004

Sistema de Gestión Medio Ambiental.

Obtenida en el mes de septiembre del 2013, con el propósito de apoyar la implementación de planes de manejo ambiental, comprometidos con la sociedad y el desarrollo sostenible. OHSAS 18001:2007

Sistemas de Gestión de Seguridad y Salud.

Obtenida en el mes de septiembre del 2013, con el propósito de establecer principios mediante los cuales la organización pueda determinar la identificación de un proceso como peligroso, evaluación y control de riesgos, buscando la seguridad y salud de nuestros colaboradores. Calidad INEN

Certificación INEN RTE-251

En el 2015 el Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN) otorgó a Cedal la certificación INEN por cumplimiento de las normas INEN RTE-251 (basado en la norma ASTM-B221) en usos Arquitectónicos y Estructurales.

Licencia Ambiental

En el 2010 el Ministerio de Ambiente otorgó la Licencia Ambiental No. 235 para la planta industrial. Ubicada en la ciudad Latacunga, y 2013 en la planta CEDAL Durán.

Como nos podemos dar cuenta nuestra competencia a avanzado mucha más que nosotros, se ha expandido a nivel de calidad General, debido a estas certificaciones con las que ella cuenta le permite tener un Incremento en los precios , esta es una empresa grande a comparación con la nuestra que es una PYME, nuestra empresa se dedica solo a la venta de perfiles en color

madera, la competencia tiene variedades de colores, el color madera es solo una parte de su gama de Productos, el aluminio maderado ellos lo importan de la china, el de ProAlum es 100% nacional es un producto de mejor calidad aun cuando la compañía tiene varias certificaciones. En cuanto al servicio al cliente que es en donde estoy enfocada ellos tienen un nivel superior debido a que manejan procesos y manuales de procedimiento que es a lo cual ProAlum quiere llegar ya que un cliente satisfecho siempre regresara.

5.2.3 Análisis de los proveedores.

ProAlum S.A cuenta con dos Proveedores de alta calidad como son Akzonobel quien es un proveedor del exterior que nos vende la pintura en polvo para dar el acabado al perfil, y FISA, Fundiciones Industriales de Aluminio S.A quien es el que nos provee el Perfil de Aluminio para proceder a la pigmentación, los dos proveedores nos venden a precios acorde al mercado.

El Proveedor de Pintura AkzoNobel es una empresa compuesta por 19 unidades de negocio, con responsabilidad empresarial y autonomía propia. Estas unidades están agrupadas en tres grandes grupos de gestión, una por cada área de negocio: pinturas decorativas, pinturas industriales y productos químicos especializados. Estos tres grupos están coordinados por un consejo de gestión con sede en Ámsterdam. Hasta 2007, su sede estuvo situada en la ciudad de Arnhem, también en los Países Bajos.

AkzoNobel también es la mayor compañía del mundo en el sector de pinturas industriales y revestimientos de alto rendimiento. Este grupo de negocio emplea a nivel global a 30.000 empleados en más de 60 países.

Los productos que comercializa en esta línea son: pintura para carrocería automovilística, pintura marina y de protección de exteriores, pintura en polvo, acabados industriales, adhesivos para madera y recubrimientos para embalaje.

Fundiciones Industriales S. A., fue fundada en 1969 en Guayaquil, Es la primera y más grande planta de extrusión de aluminio del Ecuador.

FISA ha sido forjada por dos generaciones familiares dedicadas a la excelencia en servicio al cliente, calidad del producto, innovación y tecnología. La calidad de los productos y servicios brindados por FISA ha hecho posible llegar a diferentes mercados en América. Desde 1998, gran parte de la producción de FISA se exporta a uno de los mercados más exigentes y competitivos, como es el de Los Estados Unidos. Adicionalmente, FISA exporta a Colombia, Perú, Bolivia y la región del Caribe. Entre los mercados servidos se encuentran el arquitectónico, marino, industrial, automovilístico y distribución.

Provee Lingotes primarios de aluminio de 7 y 8 pulgadas de diámetro con una longitud de 225 pulgadas son importados para la producción de los perfiles.

Además de los lingotes primarios, FISA también extruye los lingotes producidos en su planta de fundición.

5.2.4 ANÁLISIS DE LOS CLIENTES

El cliente es uno de los aspectos más importantes dentro de una entidad económica, pues ellos son el pilar fundamental para crecimiento y desarrollo de la empresa.

El cliente es toda aquella persona que puede convertirse en determinado momento en un comprador Fiel ya que contiene diferentes cualidades que lo hacen propenso ello, ya sea por necesidades (reales o ficticias), porque poseen un adecuado perfil, porque disponen de los recursos económicos u otros factores es por eso que debemos satisfacerlos en todo momento, cumplir sus necesidades y siempre tratar de innovar.

ProAlum S. A. quiere atender las necesidades de los clientes. Por este motivo, además de proveerles productos de la más alta calidad, se tratan de brindarles el mejor servicio de manera personalizada, a los clientes de acuerdo a sus montos de compra se les ofrece diferentes descuentos y tiempos de créditos esto para incentivarlos y captarlos como clientes fijos.

Dentro de nuestros principales clientes Se tienen a INCOA ALUMINIO Y VIDRIO y COMERCIAL GALLARDO.

Incoa es una empresa Cuencana muy dinámica, fabricante de ventanas, puertas y una extensa línea de productos de aluminio y cristal de alta calidad para la construcción doméstica y comercial. Ellos Saben que el éxito está ligado a la satisfacción de los clientes, tienen más de veinte años de experiencia en el mercado, saben que este éxito está basado en cubrir sus necesidades.

Incoa en los productos cumplen con los estándares de calidad, diseño, manufactura, y servicio, Están en un proceso continuo de mejorar día a día, para lograr la preferencia del cliente.

Comercial Gallardo S.A., es una empresa pionera en la comercialización y fabricación de Aluminio, Fundición, Forja y Accesorios, la empresa Aporta Soluciones a los problemas cotidianos que puede encontrar el profesional cerrajero, carpintero o decorador en el diseño de sus proyectos. Más de 25 años de trayectoria avalan nuestra calidad y servicio al cliente, aportando soluciones a cualquier problema: desde la belleza artesanal de la Fundición o forja, hasta la innovación del aluminio imitando lo artesanal y que esta sólida progresión basada en una calidad de primera fusión y perfectos acabados que le confieren un reconocido prestigio en el sector.

5.2.5 Productos Sustitutos.

Hay varios factores que pueden influenciar en el ingreso de productos sustitutos como el precio y la calidad, debemos tener en cuenta que la amenaza se vuelve mayor si nuestro producto no tiene ninguna ventaja es decir algo que nos diferencie de los productos similares.. Sin embargo, la amenaza de productos sustitutos se incrementa si los clientes ven poca diferencia entre los productos muy aparte del precio, es el momento en que ellos aprovechan debido a que pueden comprar a un costo más bajo.

Una buena manera de que las amenazas de productos sustitutos disminuyan y esto es aumentando la fidelidad del cliente de cualquier manera

posible. La producción de un buen producto con ventajas adicionales o el uso de publicidad efectiva y la marca son factores importantes para captar la lealtad del cliente. Si no hay ninguna diferencia entre dos productos, los consumidores simplemente comprarán el de mejor precio ellos necesitan ver la diferencia entre las dos empresas y lo que representan, o pueden simplemente elegir la opción más económica, ellos necesitan identificar la diferencia en calidad del producto y en la atención que le brindan al momento de atenderlo, La innovación es algo que las empresas deben utilizar para seguir trabajando en la mejora de sus productos y así poder reducir la amenaza de los sustitutos.

5.3 MANUAL DE SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD



MANUAL DE SISTEMA DE
GESTION DE CALIDAD.

FECHA DE EMISION: 20 AGOSTO 2016

PAGINAS:



MANUAL DE CALIDAD

SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

BASADO EN LA NORMA ISO 9001-2015

CONTENIDO

El sistema de gestión de calidad de la empresa ProAlum S.A deberá incluir los siguientes documentos:

1. Instrucciones del equipo de trabajo.
2. Manual de procedimientos de la empresa en General.
3. Manual de procesos para cumplir con la calidad.

INDICE MANUAL DE CALIDAD

1. INTRODUCCION	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
1.2 OBJETIVO DEL MANUAL	Error! Bookmark not defined.
1.3 MODELO DE LA CALIDAD	Error! Bookmark not defined.
1.4 ALCANCE DEL SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD	Error! Bookmark not defined.
1.5 DISTRIBUCION DEL DOCUMENTO	Error! Bookmark not defined.
1.6 NORMAS REFERENCIALES	Error! Bookmark not defined.

2. SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

2.1 REQUISITOS GENERALES. Error! Bookmark not defined.

2.2 REQUISITOS DE LA DOCUMENTACION Error! Bookmark not defined.

2.2.1 Generalidades **Error! Bookmark not defined.**

2.2.2 Manual De Calidad **Error! Bookmark not defined.**

2.2.3 Control De Los Documentos **Error! Bookmark not defined.**

3. RESPONSABILIDAD DE LA GERENCIA –LIDERAZGO ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

3.1 COMPROMISO DE LA GERENCIA Error! Bookmark not defined.

3.2 ENFOQUE AL CLIENTE Error! Bookmark not defined.

3.3 POLITICA DE CALIDAD Error! Bookmark not defined.

3.4 RESPONSABILIDAD, AUTORIDAD Y COMUNICACIÓN Error! Bookmark not defined.

3.4.1 Autoridad y Comunicación **Error! Bookmark not defined.**

3.4.2 Comunicación Interna **Error! Bookmark not defined.**

3.5 REVISION DE LA GERENCIA Error! Bookmark not defined.

3.5.2 Informacion para La Revision **Error! Bookmark not defined.**

3.5.3 Resultados de La Revision **Error! Bookmark not defined.**

4 .GESTION DE LOS RECURSOS ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

4.1 PROVISION DE LOS RECURSOS Error! Bookmark not defined.

4.2 RECURSOS HUMANOS Error! Bookmark not defined.

4.2.1 Generalidades **Error! Bookmark not defined.**

4.2.2 Competencia. **Error! Bookmark not defined.**

4.3 INFRAESTRUCTURA Error! Bookmark not defined.

4.4 AMBIENTE DE TRABAJO Error! Bookmark not defined.

5. REALIZACION DEL SERVICIO ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

5.1 PLANIFICACION DE LA REALIZACION DEL SERVICIO Error! Bookmark not defined.

5.2 PROCESOS RELACIONADOS CON EL CLIENTE Error! Bookmark not defined.

5.2.1 Determinacion De Los Requisitos Relacionados Al Servicio. **Error! Bookmark not defined.**

5.2.2 Revision De Los Requisitos Relacionados Al Servicio **Error! Bookmark not defined.**

5.2.3 Comunicación Con El Cliente **Error! Bookmark not defined.**

5.3 COMPRAS Error! Bookmark not defined.

5.3.1 PROCESO DE COMPRAS Error! Bookmark not defined.

5.3.2 Informacion de las Compras **Error! Bookmark not defined.**

5.3.3 Verificacion de los Productos Comprados **Error! Bookmark not defined.**

6. MEDICION, ANÁLISIS Y MEJORA ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

6.1 GENERALIDADES Error! Bookmark not defined.

6.2 SEGUIMIENTO Y MEDICION Error! Bookmark not defined.

6.2.1 Satisfaccion del Cliente **Error! Bookmark not defined.**

6.2.2 Auditoria Interna **Error! Bookmark not defined.**

6.2.3 Seguimiento y Medicion de los Procesos. **Error! Bookmark not defined.**

6.2.4 ANÁLISIS de Datos **Error! Bookmark not defined.**

6.3 MEJORA Error! Bookmark not defined.

6.3.1 Mejora Continua **Error! Bookmark not defined.**

6.3.2 Accion Preventiva **Error! Bookmark not defined.**

6.3.3 Accion Correctiva **Error! Bookmark not defined.**

1. INTRODUCCIÓN

1.2 OBJETIVO DEL MANUAL

El presente manual busca obtener la calidad dentro de la empresa, busca presentar de forma clara y concisa como la empresa está estructurada, busca cumplir con los estándares de calidad que aseguran la correcta presentación de un servicio y la interacción de los procesos que están orientados a la satisfacción plena del cliente.

1.3 MODELO DE LA CALIDAD

Para asegurar el fortalecimiento entre empresa y cliente y el logro de los objetivos establecidos, es sumamente importante que los procesos sean ejecutados de una forma sistemática y funcional.

Es responsabilidad del gerente mostrar evidencia de lo que se compromete a realizar con el desarrollo y la implementación del sistema para la mejora continua, además se compromete a llevar a cabo revisiones continuas para verificar su efectividad.

La calidad del servicio que brindemos al cliente dependerá directamente del recurso humano con el que cuenta la compañía, no se puede exigir al personal que realice bien su trabajo si la empresa no le provee la infraestructura y el ambiente laboral adecuado.

La medición de los resultados se podrá hacer por medio del análisis, y la mejora se demostrara a través de las auditorias y la atención al cliente, del seguimiento que se realicen a los procesos y servicios, de la mejora continua y de las acciones correctivas que se tomen.

En La implementación del sistema se deberá considerar muchos recursos, responsabilidades, la comunicación y control de los documentos y de las operaciones

1.4 ALCANCE DEL MANUAL

Lo que se encuentre establecido en este manual cubre los procesos de las diferentes áreas de la empresa como son ventas, producción, contabilidad, bodega y despacho soportado con el enfoque de la administración de la calidad.

1.5 DISTRIBUCIÓN DEL DOCUMENTO

El manual se va manejar como un documento interno y controlado, solo se distribuirá a colaboradores de la compañía involucrados en la prestación del servicio, se le repartirá a cada trabajador una copia de este manual, el responsable de distribuir dicho documento es del administrador el deberá no solo repartir el

manual si no también verificar y asegurar que cada área de Proalum S.A disponga de una copia actualizada y que no solo la tenga, también deberá conocerla.

1.6 NORMAS REFERENCIALES

El manual de calidad de Proalum y los procedimientos que integran el mismo se desarrollan acorde a las normas internacionales ISO 9001:2015 tomando en consideración todo lo referente un servicio eficaz al cliente.

- ISO 9001:2015 Sistema de Gestión de Calidad y sus Procesos
- ISO 9001:2015 Liderazgo y Compromiso
- ISO 9001:2015 Enfoque al Cliente
- ISO 9001:2015 Comunicación de la política de Calidad

2. SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1 REQUISITOS GENERALES.

La compañía establece, documenta, implementa y mantiene un sistema de gestión de calidad enfocado al cliente para una mejora continua, mediante las siguientes actividades:

- ✓ La identificación de los procesos necesarios para el desarrollo del sistema de gestión de la calidad y como aplicarlo en la organización.
- ✓ La determinación e interacción de los procesos
- ✓ La determinación de las razones y métodos necesarios para asegurarse de que el desarrollo y el control de estos procesos se den de manera eficaz.
- ✓ La disponibilidad de los recursos y de información necesaria para soportar la puesta en marcha y el seguimiento de los procesos.
- ✓ Implementar las acciones correctivas que sean necesarias para lograr alcanzar los resultados deseados y lograr la mejora continua de los procesos.

2.2 REQUISITOS DE LA DOCUMENTACIÓN

2.2.1 GENERALIDADES

Para poder cumplir con los requisitos establecidos en la norma, el modelo que se ha diseñado se respaldará con los siguientes documentos:

- ✓ Documento firmado por la Gerencia, el cual contendrá la política de calidad de la compañía.
- ✓ Documento firmado por la Gerencia, en el cual se expondrán los objetivos para el cumplimiento de la calidad.
- ✓ Procedimientos argumentados donde se describen los procesos de la compañía para alcanzar sus objetivos.
- ✓ Manual de Calidad, que incluye la información de cada procedimiento documentado.
- ✓ Documentos necesarios para planificar y desarrollar el sistema de gestión de Calidad (normas)

Para que el modelo se desarrolle de manera eficaz, la organización deberá centrar todos sus esfuerzos en el desarrollo de los procesos de acuerdo con los procedimientos documentados, esto lograra que los resultados que se obtengan se transformen en registros de calidad, los cuales servirán para las bases de mejora continua de la empresa.

2.2.2 MANUAL DE CALIDAD

El presente manual describe la estructura que tendrá el sistema de Gestión de Calidad de PROALUM S.A, su alcance, los procedimientos a seguir debidamente documentados, y la interacción que se llevara a cabo entre los procesos del Sistema de Gestión de Calidad.

2.2.3 CONTROL DE LOS DOCUMENTOS

La gerencia establece métodos para llevar un control, actualización. Y distribución correcta de los documentos del sistema de gestión de la calidad de PROALUM S.A.

Los documentos del sistema de gestión llevan un control permanente y siempre están disponibles para el uso u aplicación. La Gerencia establece procedimientos en los cuales describe lo siguiente:

- ✓ Actividades para revisar, editar y aprobar documentos.
- ✓ Actividades para asegurarse de que todos los documentos aplicables se encuentre disponibles para el trabajador en todos los puntos de uso.

3. RESPONSABILIDAD DE LA GERENCIA –LIDERAZGO

3.1 COMPROMISO DE LA GERENCIA

La Gerencia, mostrara su compromiso para el desarrollo, implementación y mejora del sistema de gestión de calidad con las siguientes actividades:

- ✓ Informará a todo el personal de la compañía cuán importante es satisfacer a los clientes tanto interno como externos.
- ✓ Establece objetivos y políticas de calidad
- ✓ Revisión constante del sistema.
- ✓ Disponibilidad de todos los recursos a utilizar

3.2 ENFOQUE AL CLIENTE

La Gerencia se asegura de conocer las necesidades y las expectativas del cliente por medio de:

- ✓ Obtener información de nuestros clientes por medio de: correos, Sri tomándose como base las facturas.
- ✓ Realización de encuestas para medir la satisfacción.
- ✓ Realizar informes de seguimiento a los clientes post venta.
- ✓ Tener atención personalizada para los reclamos o quejas que tengan los clientes.

3.3 POLÍTICA DE CALIDAD

El departamento de gerencia redactara la política de calidad de la empresa según los análisis realizados a la misión, visión y objetivos, la Gerencia deberá analizar las necesidades y expectativas del cliente incluyendo el compromiso para tener una mejora continua y lo establecerá mediante un documento firmado asegurando que este contenga:

- ✓ El propósito de la empresa como tal
- ✓ El compromiso hacia los clientes para su satisfacción
- ✓ El documento será comunicado, entendido e implementado en todas las áreas de la empresa
- ✓ Tendrá un periodo de revisión anual.

3.4 RESPONSABILIDAD, AUTORIDAD Y COMUNICACIÓN

3.4.1 AUTORIDAD Y COMUNICACIÓN

Proalum S.A cuenta con una estructura definida, así como el perfil y la descripción de cada área de trabajo, en donde se tomara en cuenta las habilidades, la experiencia y el conocimiento de los colaboradores, de esta forma los superiores aseguran que las responsabilidades y funciones de cada uno sean acorde a su cargo.

3.4.2 COMUNICACIÓN INTERNA

Proalum S.A cuenta con una comunicación interna entre los diferentes niveles de jerarquía dentro de la compañía, esto nos permitirá asegurar que el sistema de gestión de calidad se cumpla de manera eficaz, cumpliendo con las políticas de calidad, los objetivos y metas, la empresa promueve la retroalimentación en la comunicación interna mediante:

- ✓ Reuniones departamentales
- ✓ Comunicados internos o circulares
- ✓ Mail empresarial
- ✓ Tableros o carteleras
- ✓ Manual de calidad

El organigrama de la empresa cumple con una función importante debido a que establece los lineamientos dentro de la comunicación interna, siendo esta una herramienta de trabajo útil ya que el colaborador de la compañía entiende su rol y lo desempeña acorde a él.

3.5 REVISIÓN DE LA GERENCIA

3.5.1 GENERALIDADES

El área de gerencia procederá a revisar cada semestre el sistema de gestión de la calidad implementado, para asegurarse de la adecuación y eficiencia continua, la revisión incluirá las oportunidades de mejora y la necesidad que hubiera de efectuar algún cambio ya sea en el sistema, objetivo o en la política de calidad siempre comprobando que se produzca:

- ✓ Consistencia en el sistema
- ✓ Idoneidad en el sistema
- ✓ Efectividad en el sistema

La información se presenta en los siguientes documentos:

- ✓ Manual de calidad, instrucciones y procedimientos
- ✓ Capacitaciones de calidad

3.5.2 INFORMACIÓN PARA LA REVISIÓN

La información específica para que la gerencia proceda con la revisión es:

- ✓ Informes de auditorias
- ✓ Retroalimentación con el cliente
- ✓ Desempeño y conformidad en el servicio
- ✓ Estado de acciones correctivas y preventivas
- ✓ Acciones para realizar el seguimiento al sistema.
- ✓ Recomendaciones para mejorar los procesos

3.5.3 RESULTADOS DE LA REVISIÓN

Los resultados que den en las evaluaciones incluirán las decisiones y acciones con respecto a:

- ✓ La mejora en la eficacia del sistema y sus procesos
- ✓ La mejora del servicio en relación a las exigencias del cliente
- ✓ Las necesidades de los recursos

4 .GESTIÓN DE LOS RECURSOS

4.1 PROVISIÓN DE LOS RECURSOS

Proalum establece mecanismos para gestionar todos los recursos que sean necesarios para llevar a cabo los procesos, asegurando la disponibilidad de los

mismos para un efectivo funcionamiento del sistema de gestión con el propósito de aumentar la satisfacción del cliente.

Teniendo en cuenta:

- ✓ Mantener con las áreas de la empresa una comunicación clara y directa.
- ✓ Realizar una planificación de los recursos ya sea en el corto, mediano y largo plazo
- ✓ Revisar el sistema cada 6 meses

4.2 RECURSOS HUMANOS

4.2.1 GENERALIDADES

La gerencia se hará responsable de que el capital humano con el que cuenta la empresa y afecten directamente la calidad del mismo, deberán contar con las competencias acorde al desempeño de calidad, tomando en consideración su nivel educativo, formación empírica, habilidades y destrezas óptimas para el cargo.

4.2.2 COMPETENCIA.

La competencia que se da dentro de los puestos de trabajo al momento de prestar un servicio y que afecten a la calidad se identificarán en conjunto con la administración y gerencia, ellos determinarán un plan de mejoramiento del desempeño.

4.3 INFRAESTRUCTURA

La gerencia junto con la administración coordinará y delegará al responsable de realizar todas las actividades referentes a mantenimientos correctivos y preventivos, de las instalaciones y de los servicios de apoyo que se requieren para la prestación de un buen servicio incluido el sistema de gestión de calidad.

Actualmente la empresa cuenta con un área comercial, área de bodega, área de despacho y el área administrativa todo adaptado a las necesidades de la compañía y en especial de los clientes.

4.4 AMBIENTE DE TRABAJO

La administración como parte de su trabajo serán los responsables de mantener y mejorar las áreas de trabajo, sus condiciones físicas, iluminación e higiene, todo lo que se requiere para mantener un óptimo ambiente de trabajo para que los trabajadores y clientes se sientan conformes.

Para medir el clima laboral podemos utilizar encuestas y proyectos encaminados a la mejora del área de trabajo.

5. REALIZACIÓN DEL SERVICIO

5.1 PLANIFICACIÓN DE LA REALIZACIÓN DEL SERVICIO

La gerencia planificara y llevara a cabo procesos que sean necesarios para la mejora del servicio, tomando como base una planificación estructurada y coherente con todos los procesos que se deben llevar acabo en el sistema de gestión de calidad.

Para Proalum es muy importante llevar una planificación para prestar el servicio a nuestros clientes, por lo que se realizaran constantes reuniones con la gerencia y los miembros que forman parte en la realización del servicio. Anexo 10.

5.2 PROCESOS RELACIONADOS CON EL CLIENTE

5.2.1 DETERMINACIÓN DE LOS REQUISITOS RELACIONADOS AL SERVICIO.

El servicio que ofrece PROALUM S.A fue determinante como referencia de los requisitos de los clientes, la información se obtuvo mediante una encuesta aplicada

a nuestros clientes-distribuidores, adicional a esto se realizan evaluaciones del servicio y satisfacción de los clientes de forma periódica aquí podemos encontrar falencias e identificar donde se debe mejorar.

5.2.2 REVISIÓN DE LOS REQUISITOS RELACIONADOS AL SERVICIO

El área de gerencia constatará que se cumplan con los requisitos en el servicio que se ofrece asegurando que:

- ✓ La empresa tenga la capacidad para cumplir con los requisitos establecidos.
- ✓ Que los problemas que se presenten con los clientes se resuelvan de manera inmediata mediante una comunicación directa con el cliente.
- ✓ En caso de haber algún cambio en los requisitos estos serán comunicados de manera inmediata al personal de la empresa.
- ✓ La revisión de los requisitos se dará antes de que la empresa se comprometa a mejorar su servicio.

5.2.3 COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE

La gerencia y la administración implantarán y determinarán disposiciones específicas y eficaces para comunicarse con el cliente, establecerá el seguimiento y evaluación a través del método cuantitativo como encuestas, adicional se colocará un buzón de sugerencias dentro de las instalaciones de la empresa y tendremos un asesor comercial que lo ayuda en cualquier requerimiento.

5.3 COMPRAS

5.3.1 PROCESO DE COMPRAS

Todos los bienes y servicios que se requieren dentro de la empresa, estarán sujetos a control y aprobación de cada departamento, una vez realizada las compras aprobadas por los jefes de áreas se pasa la información a gerencia para su posterior cancelación.

Mediante lo establecido por el departamento de gerencia se deberá realizar una selección exhaustiva de los proveedores que nos ofrecen el producto o servicio, escogiendo así el que nos ofrezca la mejor oferta y su producto cumpla con todos los requerimientos, la re-evaluación y la selección de los proveedores se la realiza en base a su comportamiento histórico, los nuevos proveedores que quieran ofrecer sus productos serán evaluados por su desempeño las cuales incluyen diferentes variables como evidencias que muestren un efectivo servicio para con la compañía desde el primer contacto así como buenos precios y productos de calidad.

5.3.2 INFORMACIÓN DE LAS COMPRAS

Las compras se coordinaran con cada área, ellos detallaran especificaciones técnicas del producto o servicio que requieren o cualquier otra información relativa para una vez con esta información continuar con el proceso de compra.

5.3.3 VERIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS COMPRADOS

El departamento de compras, es el responsable de receiptar la mercadería y realizar la inspección de los productos adquiridos en especial la materia prima que es esencial para satisfacer al cliente muchas veces es necesario que cuente con instructivos de armados y manuales ,en la maquinaria es de vital importancia que cuenten con mantenimiento preventivo y correctivo.

6. MEDICIÓN, ANÁLISIS Y MEJORA

6.1 GENERALIDADES

Proalum S.A, acorde al manual establece, objetivos e indicadores para los procesos y servicios, lo que se busca con esto es identificar que este es efectivo para la compañía, con el fin de asegurar la calidad en el servicio que ofrecen y lograr la satisfacción del cliente. El Gerente será el responsable en medir, analizar los resultados y acorde a eso mejorar el servicio que prestan. Además debido a estos indicadores podemos tener una retroalimentación en el proceso de evaluación con cada uno de los colaboradores que forman parte de la compañía.

6.2 SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN

6.2.1 SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

La gerencia realizara de forma periódica controles de calidad en el servicio y en la satisfacción del cliente, así podremos conocer que percepción tienen acerca de Proalum.

Además tomaremos como referencia las encuestas de satisfacción, la evaluación del servicio, casilla de quejas y sugerencias, formato de quejas, las cuales serán evaluadas para medir el impacto que se ha tenido en el mejoramiento del servicio y de no estar conforme tomas medidas correctivas.

6.2.2 AUDITORIA INTERNA

Dentro de la auditoria interna en el cual se establecen las responsabilidades de todas las partes involucradas, el gerente lleva a cabo planificaciones de la auditoria interna donde podrá determinar si el manual de calidad:

- ✓ Esta conforme a la norma en referencia y con los requisitos del sistema de gestión de la calidad establecido en la empresa
- ✓ Cumple con lo implementado y se maneja de manera eficaz.

La auditoría de calidad se realizara en base a un programa anual diseñado por la empresa y será evaluado mínimo 2 veces al año.

6.2.3 SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DE LOS PROCESOS.

Para cumplir con la medición y monitoreo de los procesos de una adecuada prestación del Servicio de PROALUM S.A, se tendrá identificado los documentos referentes al sistema de gestión de calidad, tenemos que tener claros que cada departamento tendrá identificados sus indicadores y los estándares del desempeño de cada proceso lo que permitirá un adecuado control y seguimiento comparándolo contra los resultados planificados, si se llegase a encontrar que no se está cumpliendo con lo planificado se deberá tomar acciones correctivas lo más pronto posible.

6.2.4 ANÁLISIS DE DATOS

La efectividad del sistema de gestión y la mejora del mismo se deben fundamentar con hechos y datos y estas deben ser fuentes que generen información sobre:

- ✓ La efectividad del sistema de Gestión de la empresa
- ✓ satisfacción del cliente
- ✓ ingresos y egresos que se presenten en el sistema de gestión de calidad

6.3 MEJORA

6.3.1 MEJORA CONTINUA

La empresa Proalum trata de mejorar constantemente, la eficacia que se presenta en el sistema de gestión asegura un proceso de mejora constante con un enfoque de planear, hacer y verificar, revisando la política de calidad, los objetivos, resultados de auditorías y análisis de datos, la mejora continua implica el análisis de todos los resultados de las mediciones practicadas.

6.3.2 ACCIÓN PREVENTIVA

La acción preventiva de Proalum trata de eliminar la causa de la no conformidad para prevenir que esta ocurra. Las acciones a tomar deben ser acorde a los efectos del problema, la gerencia y todos los que conforman la compañía tienen la responsabilidad de identificar y registrar las acciones preventivas que sean necesarias para la mejora.

6.3.3 ACCIÓN CORRECTIVA

Por medio de la acción correctiva Proalum S.A. establece lineamientos para el control y eliminación de las no conformidades, toda acción correctiva que se tome debe ser apropiada para las no conformidades.

El procedimiento de las acciones debe constar con los siguientes requisitos.

- ✓ Revisar las no conformidades
- ✓ Determinar el motivo de las no conformidades presentadas
- ✓ Implantar acciones correctivas
- ✓ Reconocer los resultados de las acciones tomadas
- ✓ Examinar las acciones correctivas que se tomaron

CONCLUSIONES

El presente proyecto de tesis muestra como resultado un sistema de Gestión de Calidad enfocado al cliente para su total satisfacción, el cual según el primer objetivo específico se realizara el análisis del entorno esto se cumplió en el análisis de las fuerzas de Porter realizado en el capítulo v ,se quiere planificar los procesos adecuados para que la compañía PROALUM S.A lograr que cumpla con los requerimientos y especificaciones que la Industria conlleva basado en el reconocimiento de la ISO y su aplicación..

Lo que el sistema busca es la optimización de los recursos en función del costo es decir lograr una mayor rentabilidad, busca encontrar soluciones rápidas y viables a los problemas que se presenten, logrando involucrar a todo el personal de la compañía según tercer objetivo.

El desarrollo de este sistema, planteado en la tesis Diseño de un Sistema de Gestión de calidad con enfoque al Cliente basado a las normas ISO 9001-2015 de la empresa PROALUM S.A, se permite interactuar de una manera muy eficiente entre todos los procesos que se establecieron previamente en el Manual con procesos estratégicos que se referencia en los objetivos específicos.

Este trabajo constituye una herramienta de ayuda para todo el personal, tanto administrativo como de planta.

Debemos tener en cuenta que para que este sistema de Gestión funcione se tomó en cuenta no solo la parte interna que conforma la empresa, sino también la externa, que en este caso son nuestros clientes, a quienes va dirigido el proyecto con el fin de lograr su satisfacción al nivel más alto posible. La información utilizada fueron los resultados de las encuestas en donde se evidenció, en términos generales, una buena aceptación de los productos que comercializamos, pero una deficiencia en el servicio al cliente aunque muchas veces ocurre de forma involuntaria. Es por eso que se determinó que una forma para que la empresa mejore sus puntos débiles es el sistema de Gestión de calidad, tomando como referencia las normas ISO, las cuales son guía fundamental para el desarrollo del presente proyecto.

RECOMENDACIONES

El sistema de gestión de la calidad forma parte importante de Las organizaciones, ellas deberían definir sus sistemas y los procesos para que estos sean claramente entendidos, administrados y mejorados. La gestión debería asegurar la efectiva operación y control de los procesos.

En primera instancia para que una organización funcione satisfactoriamente necesita un esquema estructurado el cual sea claro y difundido a todo el equipo de trabajo para que se cree el compromiso de mejora, esto se da al implementar y mantener un

sistema de gestión que sea diseñado para mejorar continuamente los procesos por medio de identificar las necesidades de todas las partes interesadas, se recomienda dar un enfoque basado en procesos ya que esto permite un mejor entendimiento.

El gestionar una organización incluye gestionar la calidad entre otras disciplinas de gestión, la Norma Internacional ISO 9001:2015 presenta la recomendación detallada Sobre el contenido e implantación de un sistema genérico de gestión de la calidad, para ser usada selectivamente por la dirección de una organización en búsqueda de la mejora de sus procesos. La dirección deberá realizar un seguimiento cercano del movimiento hacia la mejora de las prestaciones, las actividades y procesos que pueden conducir al mejoramiento estas deberán estas ser descritas y definidas por la dirección. Por todo lo que se ha expuesto la recomendación final es el aplicar el mejoramiento continuo que se plantea en el marco contextual apoyándose inicialmente del diseño de la herramienta principal de la documentación de un sistema de gestión de calidad el manual de calidad, en el cual se planearán los temas claves a tener en cuenta al momento de diseñar e implementar un SGC.

Para comenzar con la Implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad es necesario el análisis de los procesos de trabajo; una herramienta útil para tal función es la estructura de los procesos o Mapa de los procesos de las áreas principales expuestos en los anexos.

BIBLIOGRAFÍA

AENOR. (2015). *SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD*.

AENOR. (2015). *SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD*.

AENOR. (2015). *SISTEMAS DE GESTION DE LA CALIDAD*.

ALICANTE, U. D. (2015). *Biblioteca Org*. Obtenido de <http://www.biblioteca.org.ar/libros/133000.pdf>

Amad, O. (2005). *Costes de Calidad y No Calidad*. Barcelona: Ediciones Gestion 2000.

Atkinsong. (15 de 03 de 1990). *TOTAL QUALITY MANAGAMENT*. IFS PUBLICATIONS.

Calidad, G. d. (2015). Obtenido de

<https://www.google.com.ec/search?q=sistema+de+gestion+de+calidad&biw>

Crosby, P. (15 de 08 de 1995). *Como Hacer Realidad la Calidad*. Madrid: Diaz de Santos S.A.

Evans, J. y. (2000). *Administracion y control de Calidad*. Mexico: Thompson Learning.

Flores. (2008). Obtenido de <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no65/24.pdf>

Fontalvo, T. (2010). *La Gestion de la Calidad en los Servicios*. Madrid: Eumed.

Guillo, J. J. (2015). *Calidad Total Fuente de ventaja Competitiva*. Murcia: Universidad De Alicante.
Obtenido de <http://www.biblioteca.org.ar/libros/133000.pdf>

Ishikawa, K. (08 de 02 de 1997). *Calidad Total. Que es el Control Total De la Calidad?* (pág. 67).
Barcelona: Grupo Editorial Norma S.A.

James. (1997). *Administración y control de la calidad*. Mexico: Thompson learning.

James, E. y. (2000). *Administracion y Control de Calidad*. Mexico: Thompson Learning.

Juran, J. (1990). *Juran y la Planificacion para la calidad*. MADRID: Diaz De Santos.

Juran, J. (2009). *La Calidad Como Filosofia de Gestion*.

Moreno. (2001). *Bliblioteca Unach*. Obtenido de
http://biblioteca.unach.edu.ec/opac_css/index.php?lvl=author_see&id=4660

Moreno, M. (20 de 02 de 2001). *Gestion de Calidad y Diseño de Organizaciones*. En *GESTION DE LA CALIDAD Y DISEÑO DE ORGANIZACIONES TEORIA Y ESTUDIO DE CASO* (pág. 430). Barcelona: PRENTICE-HALL.

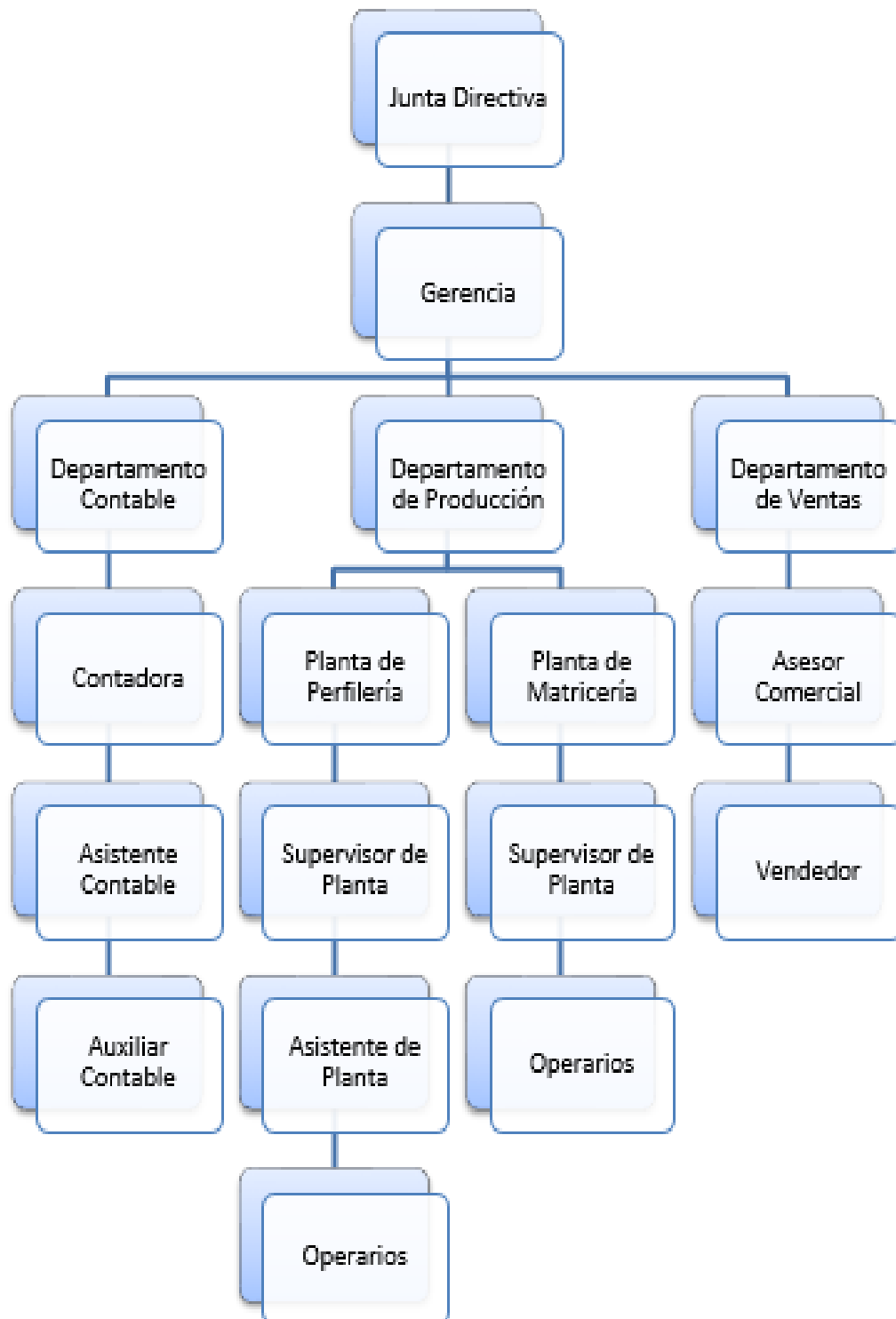
Oakland. (10 de 05 de 2011). *Elementos del programa de la calidad total*. En M. G. Cuadrado, *La Gestion de La Calidad Total* (pág. 151). Madrid: INAP.

Sonora, I. t. (2008). *Diseño de un Sistema de Calidad de Una empresa*. Mexico: Instituto tecnologico de Sonora.

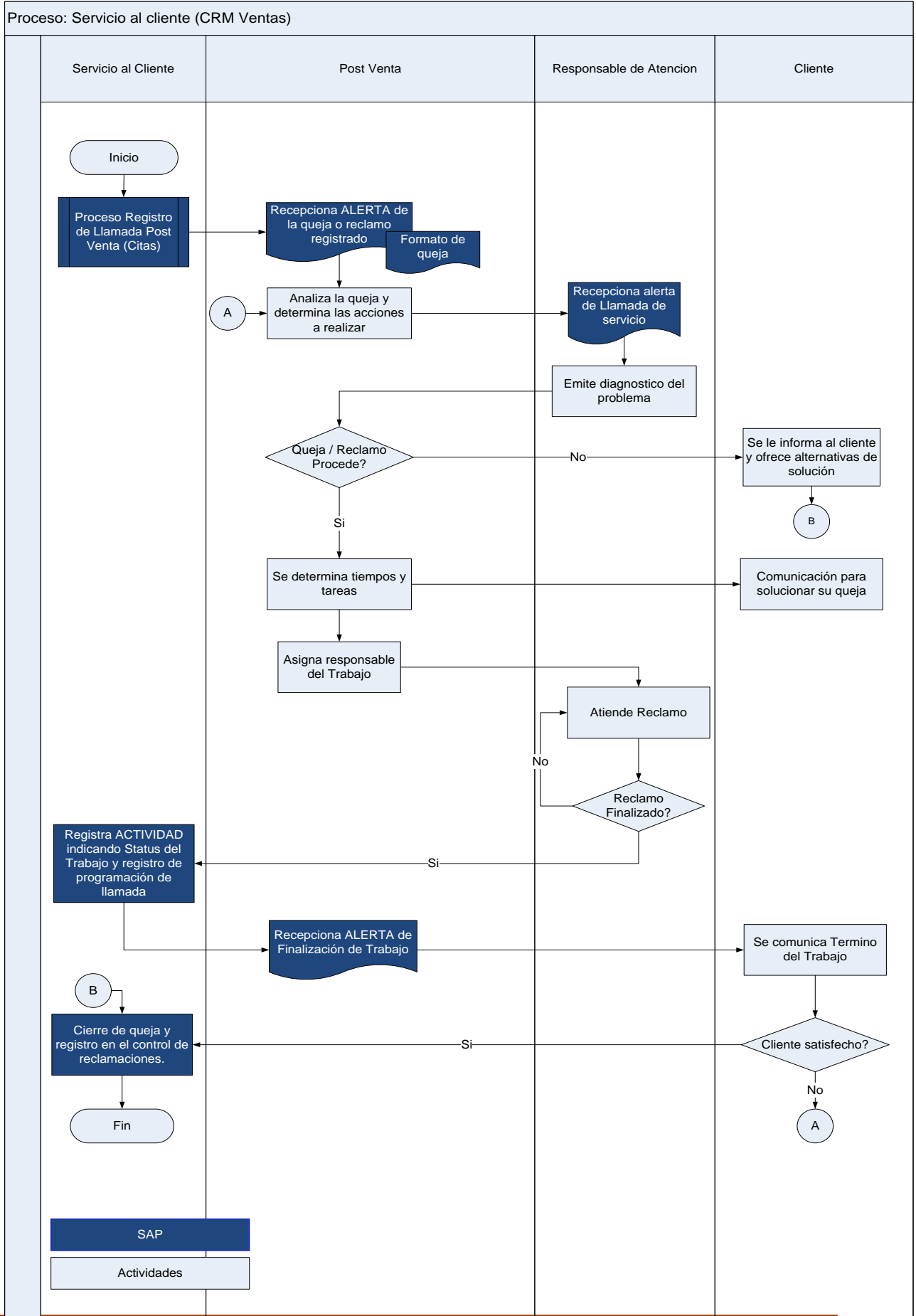
THOMPSON, I. (2006). *SATISFACCION AL CLIENTE*. IHMC, 20.

105

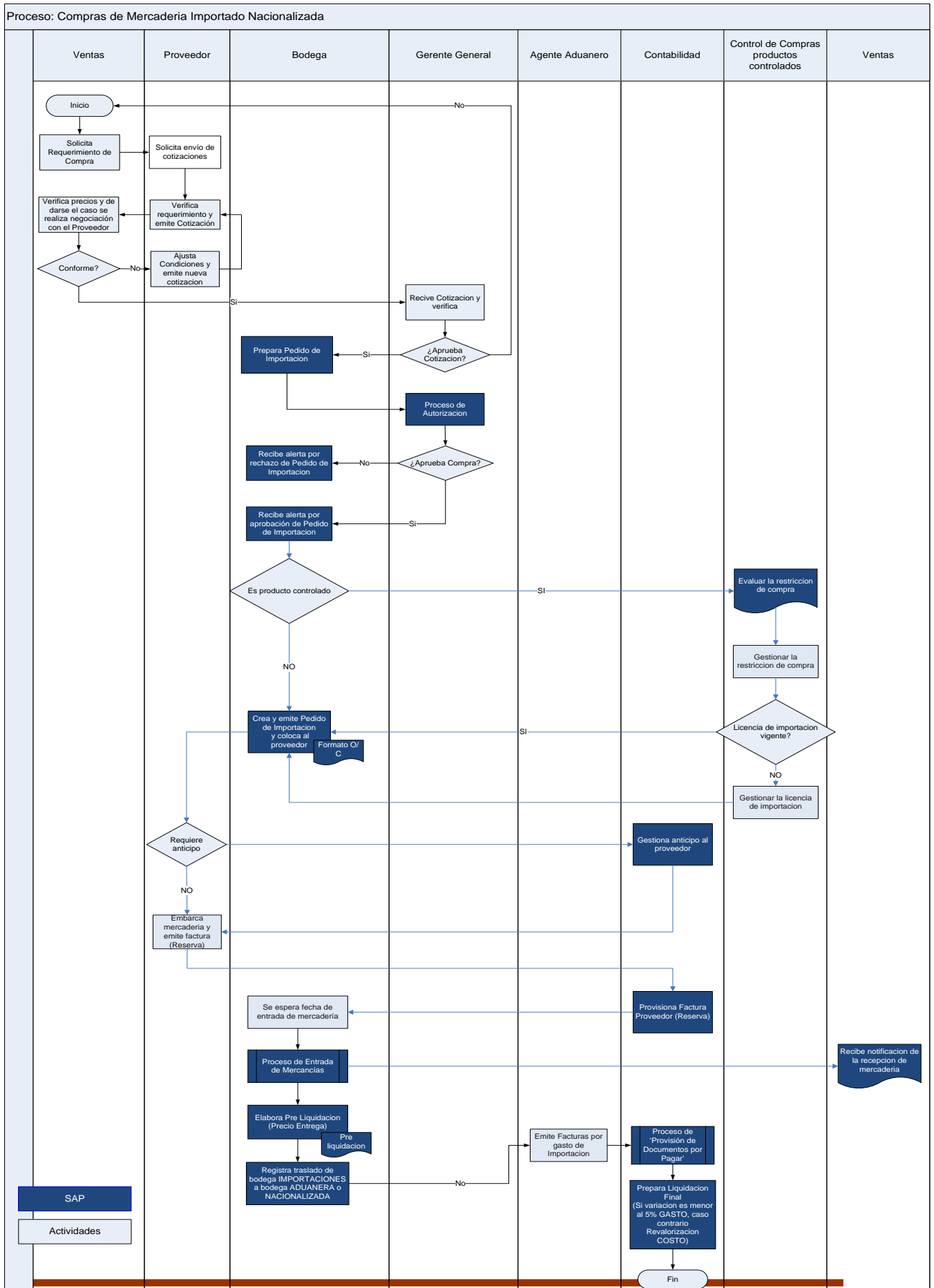
ORGANIGRAMA DEPARTAMENTAL PROALUM S.A.

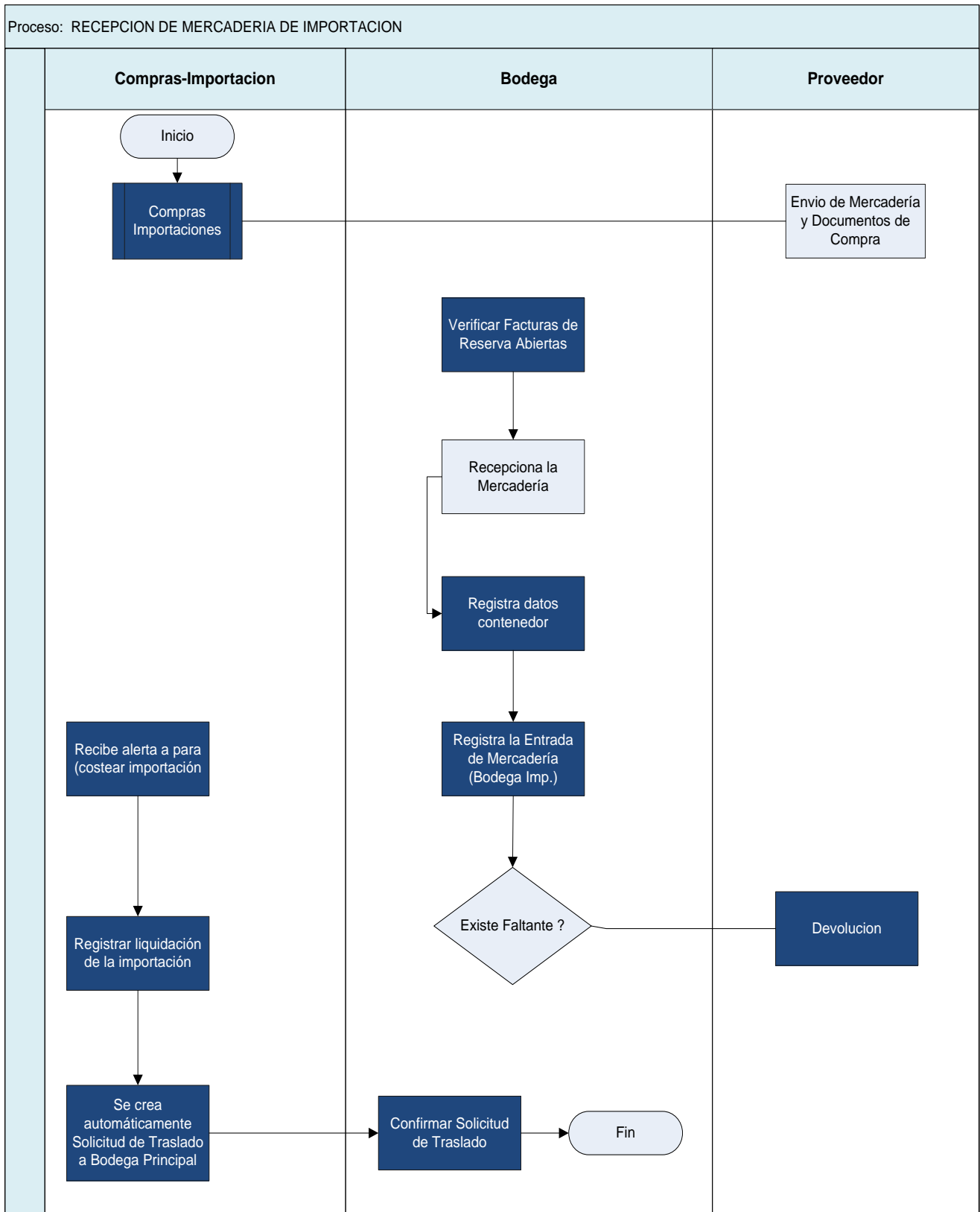


**DISEÑO DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD CON ENFOQUE AL CLIENTE BASADO EN LAS
NORMAS ISO 9001-2015 DE LA EMPRESA PROALUM S.A**



DISEÑO DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD CON ENFOQUE AL CLIENTE BASADO EN LAS NORMAS ISO 9001-2015 DE LA EMPRESA PROALUM S.A







**DISEÑO DE UN SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD CON ENFOQUE AL CLIENTE BASADO EN LA
NORMA ISO 9001-2015 EN LA EMPRESA PROALUM SA**

Esta encuesta está dirigida a nuestros clientes para medir su grado de satisfacción en cada una de los procesos que mantenemos. La cual nos sirve para mejorar nuestras relaciones comerciales y lograr un nivel de aceptación más alto.

Clasifique su nivel de Satisfacción de acuerdo a las siguientes afirmaciones en una escala de 1 a 4, donde:

- 1 = Nada de acuerdo**
- 2 = En Desacuerdo**
- 3 = De acuerdo**
- 4 = Muy de acuerdo**

	-			+
<u>SATISFACCION DE LAS NECESIDADES DEL CLIENTE</u>				
1.- Su requerimiento fue atendido con rapidez.....	1	2	3	4
2.- El personal se muestra dispuesto a ayudar al usuario.....	1	2	3	4
3.- La persona que lo atendió tenía conocimientos del producto.....	1	2	3	4
4.-La Bodega cuenta con los productos en Stock.....	1	2	3	4
5.- Me ofrecen un Nivel de calidad constante.....	1	2	3	4
6.- Me ayudaron a resolver mis inquietudes.....	1	2	3	4
7.- El trato del personal con los usuarios es Considerado y Amable.....	1	2	3	4
8.- Cuando acudo a la empresa sé que encontraré las mejores soluciones.....	1	2	3	4
9.- Frente a la competencia cree usted que nuestro servicio fue.....	1	2	3	4
<u>COMERCIALIZACION Y VENTA DEL PRODUCTO</u>				
1.- La organización realiza el seguimiento post venta.....	1	2	3	4
2.- El vendedor lo visita constantemente.....	1	2	3	4
3.-La empresa lo capacita en el uso del producto.....	1	2	3	4
4.- Le informan si su pedido fue despachado o no a tiempo.....	1	2	3	4
5.- La comprensión de información de la factura fue.....	1	2	3	4
6.- Existe intención de continuar haciendo negocios con la Compañía.....	1	2	3	4
7.- La empresa cuenta con la habilidad para cumplir requerimientos especiales del producto.....	1	2	3	4
8.- Es importante para usted que la empresa cuente con certificaciones de calidad.....	1	2	3	4
9.- Considera usted que la empresa debería extender su gama de productos.....	1	2	3	4

**Queremos satisfacer sus necesidades y mejorar nuestros procesos, para lograrlo por favor
indíquenos lo siguiente:**

1. Por cuanto tiempo forma parte de nuestra cartera de Clientes.

Menos de un año

Más de un año

Más de dos años

2. Que canal le gustaría que la empresa habilite para realizar sus pedidos.

Central Telefónica

Chat en Línea

Página web

3. ¿Tiene consultas o sugerencias que nos ayuden a mejorar nuestros servicios?

Muchas gracias por sus comentarios

BODEGA



PROCESO DE EMPAQUE



PERSONAL DE PLANTA

