



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL

ELABORACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD
PARA LA EMPRESA DE PUBLICIDAD “BELLAS ARTES” DE LA
CIUDAD DE RIOBAMBA.

TRABAJO DE TITULACIÓN

TIPO: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERO COMERCIAL

AUTOR: PATRICIO INCA PAGUAY

Riobamba - Ecuador

2019



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL

ELABORACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD
PARA LA EMPRESA DE PUBLICIDAD “BELLAS ARTES” DE LA
CIUDAD DE RIOBAMBA.

TRABAJO DE TITULACIÓN

TIPO: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERO COMERCIAL

AUTOR: PATRICIO INCA PAGUAY

DIRECTOR: ING. EDUARDO RUBÉN ESPÍN MOYA

Riobamba - Ecuador

2019

©2019, Patricio Inca Paguay

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **Patricio Inca Paguay**, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría, y que los resultados de este son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación. El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo

Riobamba, 20 de Septiembre del 2019.



Patricio Inca Paguay

C. C. 0602470098

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL

El Tribunal del trabajo de titulación certifica que: El trabajo de titulación: Tipo: Proyecto de Investigación: **ELABORACIÓN DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD PARA LA EMPRESA DE PUBLICIDAD “BELLAS ARTES” DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA**, realizado por el señor: **PATRICIO INCA PAGUAY**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del trabajo de titulación, El mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

FIRMA

FECHA

Ing. Fernando Esparza Paz
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



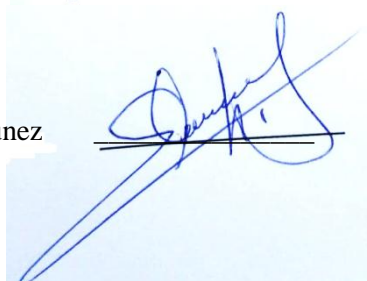
20 de Septiembre del 2019

Ing. Eduardo Rubén Espín Moya
DIRECTOR DEL TRABAJO
DE TITULACIÓN



20 de Septiembre del 2019

Ing. Edwin Patricio Pombosa Junez
MIEMBRO DE TRIBUNAL



20 de Septiembre del 2019

DEDICATORIA

La presente investigación dedico a Dios por ser el autor de Universo donde habitamos y donde existe el conocimiento, luego a mis Padres quienes me motivaron a salir adelante, a mis Hijos Ariel Mathias y Johann Patricio que les corresponde seguir un legado de sacrificio y dedicación al estudio y al conocimiento, con el objetivo de ser seres útiles en un mundo de oportunidades para el crecimiento personal y colectivo.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi agradecimiento a todos los maestros que ejercieron la docencia en el transcurso de mi carrera, fueron ellos quienes encendieron la luz del conocimiento y permitieron que haya culminado con éxito esta fase de mis estudios superiores.

A la Espoch, que acertadamente estableció la Unidad de Educación a Distancia en sus distintas especialidades y con ello permitió asegurar nuevos profesionales al servicio de nuestra patria.

Mi agradecimiento también se extiende a mis compañeros de aula por haber compartido una promoción con respeto y solidaridad, ahora espero que los conocimientos llevados desde la Universidad sirvan como un aporte al crecimiento de la sociedad ecuatoriana.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiv
RESUMEN	xv
ABSTRACT	xvi
INTRODUCCIÓN	¡Error! Marcador no definido.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema.....	1
1.1.1 <i>Formulación del problema</i>	2
1.1.2 <i>Delimitación del problema</i>	2
1.2 Justificación	2
1.3 Objetivos	4
1.3.1 <i>Objetivo general</i>	4
1.3.2 <i>Objetivos Específicos</i>	4

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 La Calidad.....	5
2.1.1 <i>Historia de la calidad</i>	5
2.1.2 <i>Conceptos de la calidad.</i>	6
2.1.3 <i>Importancia de la calidad</i>	7
2.2 Manual de calidad	8
2.3 Los círculos de calidad	9
2.3.1 <i>Objetivos de los círculos de calidad</i>	9
2.3.2 <i>Características de los Círculos de Calidad</i>	10
2.3.3 <i>Operación de los círculos de calidad</i>	11
2.4 El mejoramiento continuo	11
2.4.1 <i>Importancia del mejoramiento continuo</i>	12
2.4.2 <i>Ventajas del mejoramiento continuo</i>	13
2.4.3 <i>Desventajas del mejoramiento continuo</i>	13
2.5 Las Normas de Calidad.....	14

2.5.1	Concepto	14
2.6	Norma ISO 9001:2015	15
2.6.1	Concepto	15
2.7	Requisitos Norma ISO 9001-2015	15
2.7.1	Objeto y campo de aplicación	15
2.7.2	Referencias normativas	16
2.7.3	Términos y definiciones	16
2.7.4	Contexto de la organización	16
2.7.4.1	Comprensión de la organización y de su contexto.....	16
2.7.4.2	Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas	16
2.7.4.3	Determinación del alcance del sistema de gestión de la calidad	16
2.7.4.4	Sistema de gestión de la calidad y sus procesos	17
2.7.5	Liderazgo	17
2.7.5.1	Liderazgo y compromiso	17
2.7.5.2	Política.....	17
2.7.5.3	Roles, responsabilidades y autoridades en la organización.....	17
2.7.6	Planificación	18
2.7.6.1	Acciones para abordar riesgos y oportunidades	18
2.7.6.2	Objetivos de la calidad y planificación para lograrlos	18
2.7.6.3	Planificación de los cambios	18
2.7.7	Apoyo	18
2.7.7.1	Recursos.....	18
2.7.7.2	Competencia	19
2.7.7.3	Toma de conciencia	19
2.7.7.4	Comunicación	19
2.7.7.5	Información documentada	19
2.7.8	Operación	19
2.7.8.1	Planificación y control operacional	19
2.7.8.2	Requisitos para los productos y servicios.....	20
2.7.8.3	Diseño y desarrollo de los productos y servicios.....	20
2.7.8.4	Control procesos, productos y servicios suministrados externamente	20
2.7.8.5	Producción y provisión del servicio.....	21
2.7.8.6	Liberación de los productos y servicios.....	21
2.7.8.7	Control de las salidas no conformes.....	21
2.7.9	Evaluación del desempeño	22
2.7.9.1	Seguimiento, medición, análisis y evaluación.....	22
2.7.9.2	Auditoría interna.....	22

2.7.9.3	<i>Revisión por la dirección</i>	22
2.7.10	<i>Mejora</i>	23
2.7.10.1	<i>Generalidades</i>	23
2.7.10.2	<i>No conformidad y acción correctiva</i>	23
2.7.10.3	<i>Mejora continua</i>	23
2.8	Idea a defender	23
2.9	Variables	23
2.9.1	<i>Variable Independiente</i>	23
2.9.2	<i>Variable Dependiente</i>	23

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1	Modalidad de la investigación	24
3.2	Tipo de Investigación	24
3.2.1	<i>Bibliográfica-Documental</i>	24
3.2.2	<i>Descriptiva</i>	24
3.3	Método, técnicas e instrumentos	24
3.3.1	<i>Métodos</i>	25
3.3.2	<i>Técnicas de investigación</i>	25
3.3.3	<i>Instrumentos</i>	25
3.4	Población	26
3.5	Muestra	26
3.6	Matriz EFE y Matriz EFI	26
3.7	Análisis de Resultados	28
3.7.1	<i>Tabulación de Resultados a Clientes Internos de la Empresa “Bellas Artes”</i>	29
3.7.1.1	<i>Hallazgos</i>	39
3.7.2	<i>Tabulación de Encuestas a Clientes Externos de la empresa “Bellas Artes”</i>	40
3.7.2.1	<i>Hallazgos</i>	46

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1	Antecedentes de la propuesta	47
4.2	Alcance de la propuesta	47
4.2.1	<i>Limitaciones de la propuesta</i>	47
4.2.2	<i>Justificación e Importancia</i>	47
4.3	Manual de Calidad según la Norma ISO 9001-2015	50

4.3.1	<i>Introducción</i>	50
4.3.2	<i>Objeto y campo de aplicación</i>	50
4.3.3	<i>Referencias normativas</i>	50
4.3.4	<i>Términos y definiciones del SGC</i>	51
4.3.5	<i>Contexto de la Organización</i>	52
4.3.5.1	<i>Comprensión de la organización y de su contexto para lo cual se realizó la matriz FODA la misma que se aprecia en el manual</i>	52
4.3.5.2	<i>Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas</i>	56
4.3.5.3	<i>Determinación del alcance del sistema de gestión de la calidad</i>	58
4.3.5.4	<i>Sistema de gestión de calidad y sus procesos</i>	58
4.3.6	<i>Liderazgo</i>	59
4.3.6.1	<i>Liderazgo y compromiso</i>	59
4.3.6.2	<i>Política de Calidad</i>	62
4.3.6.3	<i>Roles, responsabilidades y autoridades en la organización</i>	63
4.3.7	<i>Planificación</i>	64
4.3.7.1	<i>Acciones para abordar riesgos y oportunidades</i>	64
4.3.8	<i>Objetivos de la calidad y planificación para lograrlos</i>	67
4.3.9	<i>Planificación de los cambios</i>	69
4.4	<i>Apoyo</i>	69
4.4.1	<i>Recursos</i>	69
4.4.1.1	<i>Personas</i>	69
4.4.1.2	<i>Infraestructura</i>	69
4.4.1.3	<i>Ambiente para la operación de procesos</i>	70
4.4.1.4	<i>Recursos de seguimiento y medición</i>	70
4.4.1.5	<i>Conocimientos de la organización</i>	71
4.4.2	<i>Competencia</i>	71
4.4.3	<i>Toma de conciencia</i>	71
4.4.4	<i>Comunicación</i>	71
4.4.5	<i>Información documentada</i>	71
4.5	<i>Operación</i>	72
4.5.1	<i>Planificación y control operacional</i>	72
4.5.2	<i>Requisitos para los productos y servicios</i>	72
4.5.2.1	<i>Comunicación con el cliente</i>	72
4.5.2.2	<i>Determinación de los requisitos para los productos y servicios</i>	73
4.5.2.3	<i>Revisión de los requisitos para los productos y servicios</i>	73
4.5.2.4	<i>Cambios en los requerimientos para los productos o servicios</i>	73
4.5.3	<i>Control de los procesos, productos y servicios suministrados externamente</i>	73

4.5.4	<i>Producción y Provisión del servicio</i>	74
4.5.5	<i>Liberación de productos</i>	74
4.5.6	<i>Control de las salidas no conformes</i>	74
4.6	Evaluación del Desempeño	75
4.6.1	<i>Seguimiento, medición, análisis y evaluación</i>	75
4.6.1.1	<i>Generalidades</i>	75
4.6.1.2	<i>Satisfacción al cliente</i>	75
4.6.2	<i>Auditorías</i>	75
4.6.3	<i>Revisión por la Dirección</i>	76
4.7	Mejora	76
4.7.1	<i>Tratamiento de no conformidad y acción correctiva</i>	76
4.7.2	<i>Mejora continua</i>	77
	CONCLUSIONES	78
	RECOMENDACIONES	79
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2:	Conceptos de calidad según varios autores.....	6
Tabla 1-3:	Matriz EFE.....	27
Tabla 2-3:	Matriz EFI.....	27
Tabla 3-3:	Pregunta 1 Clientes Internos	29
Tabla 4-3:	Pregunta 2 Clientes Internos	30
Tabla 5-3:	Pregunta 3 Clientes Internos	31
Tabla 6-3:	Pregunta 4 Clientes Internos	32
Tabla 7-3:	Pregunta 5 Clientes Internos	33
Tabla 8-3:	Pregunta 6 Clientes Internos	34
Tabla 9-3:	Pregunta 7 Clientes Internos	35
Tabla 10-3:	Pregunta 8 Clientes Internos	36
Tabla 11-3:	Pregunta 9 Clientes Internos	37
Tabla 12-3:	Pregunta 10 Clientes Internos	38
Tabla 13-3:	Pregunta 1 Clientes Externos	40
Tabla 14-3:	Pregunta 2 Clientes Externos	41
Tabla 15-3:	Pregunta 3 Clientes Externos	42
Tabla 16-3:	Pregunta 4 Clientes Externos	43
Tabla 17-3:	Pregunta 5 Clientes Externos	44

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-2:	Importancia de la calidad	8
Gráfico 1-3:	Pregunta 1 Clientes Internos	29
Gráfico 2-3:	Pregunta 2 Clientes Internos	30
Gráfico 3-3:	Pregunta 3 Clientes Internos	31
Gráfico 4-3:	Pregunta 4 Clientes Internos	32
Gráfico 5-3:	Pregunta 5 Clientes Internos	33
Gráfico 6-3:	Pregunta 6 Clientes Internos	34
Gráfico 7-3:	Pregunta 7 Clientes Internos	35
Gráfico 8-3:	Pregunta 8 Clientes Internos	36
Gráfico 9-3:	Pregunta 9 Clientes Internos	37
Gráfico 10-3:	Pregunta 10 Clientes Internos	38
Gráfico 11-3:	Pregunta 1 Clientes Externos	40
Gráfico 12-3:	Pregunta 2 Clientes Externos	41
Gráfico 13-3:	Pregunta 3 Clientes Externos	42
Gráfico 14-3:	Pregunta 4 Clientes Externos	43
Gráfico 15-3:	Pregunta 5 Clientes Externos	44
Gráfico 16-3:	Pregunta 6 Clientes Externos	45
Gráfico 1-4:	Organigrama de la Empresa "Bellas Artes"	63
Gráfico 2-4:	Esquema de la Infraestructura de la Empresa "Bellas Artes"	70

ÍNDICE DE ANEXOS

- Anexo A:** Modelo de la encuesta a clientes internos
- Anexo B:** Modelo encuesta a clientes externos
- Anexo C:** Mapa de procesos
- Anexo D:** Diagramas de procesos
- Anexo E:** Requisitos requeridos por la norma iso 9001-2015
- Anexo F:** Procedimientos operativos estandarizados (POE)
- Anexo G:** Formatos de registros
- Anexo H:** Formatos de programas
- Anexo I:** Manual de organización y funciones
- Anexo J:** Control de procesos
- Anexo K:** Lista de proveedores aprobados
- Anexo L:** Formato indicadores de producción
- Anexo M:** Especificaciones del producto

RESUMEN

En la presente investigación se elaboró un Sistema de Gestión de la Calidad basado en las Normas ISO 9001-2015 para la Empresa de Publicidad “BELLAS ARTES” de la ciudad de Riobamba con la finalidad de mejorar su funcionamiento. Para la investigación se aplicaron encuestas a una muestra de 333 personas entre clientes internos y externos, además para el diagnóstico de la empresa se aplicó las matrices EFE y EFI, los resultados indican la elevación de impuestos y el ingreso al mercado de nuevos competidores; también se identifican debilidades en torno a la organización empresarial, los procesos son empíricos en las áreas administrativa, operativa y de apoyo, además la empresa carece de indicadores de gestión, objetivos y políticas de la calidad. La aplicación de los requisitos del Sistema de Gestión de la Calidad constituye una base fundamental para el desarrollo de la empresa sustentado en la planificación, organización, dirección y control. Se recomienda la aplicación del presente Sistema de Gestión de la Calidad para la Empresa “Bellas Artes” el mismo que tiene como base los requisitos de la Norma ISO 9001-2015, que establece las políticas y objetivos de la calidad, contiene mapas de procesos que orientan la producción, también se describen los indicadores para el control de la calidad y los procedimientos para mejorar el liderazgo con el apoyo de los procesos gobernantes, operativos y de apoyo, el sistema tiene estándares para la mejora continua, políticas de atención al cliente y registros para los procesos de compras y selección de proveedores.

Palabras claves: <CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS>, <SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD>, <ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS>, <NORMAS ISO 9001-2015>, <MANUAL DE CALIDAD>, <PROCESOS>



ABSTRACT

In the present investigation, a Quality Management System based on the ISO 9001-2015 Standards for the "BELLAS ARTES" Advertising Company of Riobamba city was developed to improve its operation. For the investigation, surveys were applied to a sample of 333 people between internal and external clients, in addition to the diagnosis of the company, the matrices EFE and EFI were applied, the results indicate the elevation of taxes and the entry into the market of new competitors; Weaknesses are also identified around the business organization, the processes are empirical in the administrative, operational and support areas, and the company lacks quality management indicators, objectives, and policies. The requirements applied to the Quality Management System constitutes a fundamental basis for the development of the company based on planning, organization, management, and control. The application of this Quality Management System for the Company "Fine Arts" is recommended because it is based on the requirements of ISO 9001-2015, which establishes the policies and objectives of the cavity, contains maps of processes to orient production. Quality control indicators and procedures to improve leadership are also described with the support of governing, operational and support processes, the system has standards for continuous improvement, customer service policies and records for purchasing processes and supplier selection.

Keywords: <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, <QUALITY MANAGEMENT SYSTEM>, <ORGANIZATION AND MANAGEMENT OF COMPANIES>, <ISO 9001-2015 RULES>, <QUALITY MANUAL>, <PROCESSES>.



CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

El desarrollo de la industria publicitaria en el Ecuador ha crecido durante la última década, especialmente en la comunicación visual a través de vallas publicitarias e impresiones de gran formato.

La importación de maquinaria y equipos para publicidad ha generado un gran desarrollo en todas las ciudades del país, se ha incrementado las plazas de trabajo para diseñadores gráficos, rotulistas y personas vinculadas al sector de la industria publicitaria.

En la ciudad de Riobamba se ha incrementado el número de empresas que proveen de impresión de gigantografías, incrementándose la competencia local.

La empresa Bellas Artes en su trayectoria ha desarrollado técnicas y metodologías que han determinado un crecimiento sostenido a lo largo de los años de funcionamiento, incorporando nueva tecnología, de la misma manera se han detectado varias dificultades y generado necesidades que deben ser superadas para una mayor competitividad.

La falta de un Plan de Gestión de la calidad, hace que los procesos se ejecuten de manera empírica por consiguiente existe un desconocimiento sobre qué procedimientos y recursos asociados deben aplicarse, quién debe aplicarlos y cuándo deben aplicarse a la elaboración de un producto, proceso o contrato específico.

Es importante establecer una organización apegada a la administración mediante la utilización de herramientas, técnicas y metodologías que permitan la solución de problemas generando mejora continua.

Una de sus deficiencias es la falta de actualización de la estructura orgánica y funcional, que determine las actividades que debe cumplir el talento humano y cada una de las áreas de la empresa.

La empresa no ha determinado la política de talento humano que comprometa un mayor esfuerzo y un mayor desempeño.

No cuenta con procesos definidos que faciliten llegar al producto final con la utilización eficiente de los recursos.

A través de la presente investigación se espera formular un sistema de gestión de la calidad que asegure un crecimiento óptimo de la empresa, una mejora en el desempeño del talento humano y la corrección al sistema de producción y comercialización de los productos y servicios, además se espera mejorar la satisfacción del cliente.

1.1.1 *Formulación del problema*

¿Cómo incide la aplicación de un sistema de gestión de calidad basado en la Norma ISO 9001-2015 en la eficiencia de los procesos?

1.1.2 *Delimitación del problema*

El presente estudio se realizará en Ecuador, Región Sierra Centro, provincia de Chimborazo, Cantón Riobamba, Parroquia Lizarzaburu Barrio Santa Rosa donde se encuentra ubicada la Empresa Bellas Artes, durante el año 2019.

Para el estudio del tema en investigación se considera la participación del talento humano que forma parte o se vincula directa e indirectamente con el desarrollo de la empresa, cuyas técnicas, estrategias y metodologías constituirán herramientas para conseguir un mejor rendimiento de la empresa, una mejora en la competitividad en el mercado y la consecuente satisfacción en los clientes de la empresa.

1.2 Justificación

La presente investigación pretende la elaboración de un sistema de gestión de la calidad, que asegure un correcto funcionamiento de cada una de las áreas de la empresa.

Es necesaria la elaboración de un Sistema de Gestión de la Calidad basado en las Normas -ISO 9001: 20015, herramienta que facilitará la determinación de los procedimientos que se deben seguir en cada actividad y en caso de deficiencias definir las acciones correctivas. Con este sistema definiremos las políticas de calidad, el registro para los procesos, estableceremos los objetivos de la calidad, la gestión de los recursos, la planificación del diseño y desarrollo de los productos, los procesos de compras, procedimientos para el control de la calidad.

A través de la presente investigación se busca establecer políticas de atención y servicio al cliente que mejoren la satisfacción del cliente.

Frente a la falta de compromiso del talento humano es necesario establecer metas y objetivos personales al interior de la empresa a fin de elevar la autoestima y los niveles de desempeño.

Es necesaria una reestructuración integral en la parte orgánica funcional, la misma que proponemos se realice en base a la situación actual de la empresa, determinando los niveles jerárquicos con su respectivo manual de funciones.

Se requiere establecer los procedimientos para realizar el control de calidad a los productos y servicios que brinda la empresa.

La investigación determinará productos estandarizados, diversificados y especializados orientados a ser altamente competitivos en el mercado sustentado en un control permanente a través de la auditoría de gestión y el plan de mejoras.

La formulación del sistema de gestión de la calidad para la empresa de publicidad “Bellas Artes”, se basa en la Norma ISO 9001-2015, que sugiere de manera integral las alternativas para superar los problemas presentados en la presente investigación.

Teórica: El estudio de la fundamentación teórica que permita conocer las actividades a desarrollar en la aplicación de las Normas ISO9001-2015.

Metodológica: Definir el tipo de metodología y los instrumentos que deben aplicarse con la finalidad que la investigación cumple cumpla los lineamientos científicos.

Práctica: La propuestas de un manual de Calidad basado en las normas ISO 9001-2015.

1.3 Objetivos

1.3.1 *Objetivo general*

Elaborar un Sistema de Gestión de la calidad basado en las Normas ISO 9001-2015 para la Empresa de Publicidad “BELLAS ARTES”, de la ciudad de Riobamba.

1.3.2 *Objetivos Específicos*

- Determinar una referencia teórica como base para la elaboración de un sistema de Gestión de la Calidad sustentado en la Norma ISO 9001: 2015.
- Realizar un diagnóstico de la gestión de la calidad de la empresa “Bellas Artes” de la ciudad de Riobamba.
- Proponer el desarrollo de un sistema de gestión de la calidad bajo las Normas ISO 9001 2015.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 La Calidad

2.1.1 *Historia de la calidad*

Frederick Taylor durante los años 1856-1915, desarrolló un método que permitió aumentar de alguna manera la eficiencia en la producción, y que se lo usó durante mucho tiempo donde se planteaba considerar a los trabajadores como máquinas con manos. Esta fue considerada la primera aproximación a lo que se conoce como mejora del proceso productivo.

Según Nebrera Herrera (1999) “en el año de 1931, Walter E. Shewart, saca a la luz su trabajo *Economic Control of Quality of Manufactured Products*, precursor de la aplicación de la estadística a la calidad. Este trabajo es aprovechado por otros estudiosos de la época como base de ulteriores desarrollos en el mundo de la gestión de la calidad. Además, se da la coincidencia de que el ejército de los Estados Unidos decide aplicar muchas de sus ideas para la fabricación en serie de maquinaria de guerra” (pág. 2).

Una vez finalizada la guerra, los japoneses le dan interés a las ideas de Shewart, y algunos otros autores que promueven la gestión de la calidad moderna. Éstos, ante el rechazo de la industria americana a aplicar sus ideas, deciden trabajar en Japón, obteniendo los resultados que todos conocemos. El impacto de sus ideas fue tal, que en la actualidad, el premio más importante en el ámbito de la gestión de la calidad lleva el nombre de uno de ellos, es el premio Deming.

Desde los 70, la industria del occidente reconoce que la cultura asiática poseen mayor tecnificación, por lo tanto, se inicia a estudiar las filosofías aplicadas por estos, en cuanto a a observar los cambios en los hábitos del consumidor, que optan por productos con una calidad alta con precios aceptables. Hay que resaltar que, la industria americana poseía este tipo de ideas innovadoras pero que no germinaron en sus propias empresas. Entonces desde este punto, se considera a la calidad como herramienta de aseguramiento de las empresas y nacen las primeras normativas que permitan controlar y regular este aspecto importante.

En épocas modernas, la diferencia entre la tecnificación occidental y oriental parece haberse reducido notablemente, en cuanto a la calidad, debido al surgimiento de nuevas tecnologías sobre ella. Una de las normas, que son utilizadas en gran porcentaje de industrias a nivel mundial es la ISO 9000, aunque recientemente han surgido nuevas metodologías de gestionar la

calidad como: la Excelencia Empresarial de la EFQM o el Baldrige de los Estados Unidos. Los consumidores buscan que la calidad de los productos adquiridos sea la más alta posible.

2.1.2 *Conceptos de la calidad.*

Para Nebrera Herrera (1999) “Un producto de calidad es aquel que satisface las expectativas del cliente al menor coste”. (págs. 8-9). Tratando de crear productos que adquieran más certificaciones que aseguren al consumidor que este será duradero y satisfaga sus necesidades.

Las expectativas del cliente deberán ser satisfechas en cuanto a una cantidad amplia de características que se estudian mediante los estudios de mercados que busquen que el producto ofertado satisfaga al cliente en todas las formas posibles en cuanto a precio, principalmente.

Y cliente es cualquier persona que está en contacto directo o indirecto con la organización o empresa. Siendo clientes de tipo externo, los cuales buscan la adquisición del bien producido mientras que, los internos hacen referencia a las personas que laboran en la empresa.

Y por último, el costo menor indica la importancia que tienen los resultados de la empresa, analizando el costo durante el ciclo de vida del producto y no solo el precio de venta.

Para Alvarez Gallego, el concepto de calidad se refiere a “recoge las tres vertientes de creación de un bien o la prestación de un servicio: la satisfacción de las expectativas del cliente, que el producto creado o el servicio prestado cumplan fielmente la finalidad para la que fueron creados y que la organización mejore de una manera continua” (Alvarez Gallego, 2006)

La tabla 1 recopila varios conceptos importantes acerca de la calidad:

Tabla 1-2: Conceptos de calidad según varios autores

Autores	Enfoque	Acento Diferencial	Desarrollo
Platón	Excelencia	Calidad absoluta (producto)	<ul style="list-style-type: none"> • Excelencia como superioridad absoluta, «lo mejor».
Shewhart Crosby	Técnico: conformidad con especificaciones	Calidad comprobada / controlada (procesos)	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer especificaciones. • Medir la calidad por la proximidad real a los estándares. • Énfasis en la calidad de conformidad. Cero defectos.
Deming, Taguchi	Estadístico: pérdidas mínimas para la sociedad, reduciendo la variabilidad y	Calidad generada (producto y procesos)	<ul style="list-style-type: none"> • La calidad es inseparable de la eficacia económica. • Un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo

	mejorando estándares		<p>coste.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La calidad exige disminuir la variabilidad de las características del producto alrededor de los estándares y su mejora permanente. • Optimizar la calidad de diseño para mejorar la calidad de conformidad.
Feigenbaum Juran Ishikawa	Aptitud para el uso	Calidad planificada (sistema)	<ul style="list-style-type: none"> • Traducir las necesidades de los clientes en las especificaciones. • La calidad se mide por lograr la aptitud deseada por el cliente. • Énfasis tanto en la calidad de diseño como de conformidad.
Parasuraman Berry Zeithaml	Satisfacción de las expectativas del cliente	Calidad satisfecha (servicio)	<ul style="list-style-type: none"> • Alcanzar o superar las expectativas de los clientes. • Énfasis en la calidad de servicio.
Evans (Procter & Gamble)	Calidad total	Calidad gestionada (empresa y su sistema de valor)	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad significa crear valor para los grupos de interés. • Énfasis en la calidad en toda la cadena y el sistema de valor.

Fuente: (Camisón, Cruz, & González, 2006, pág. 147)

2.1.3 *Importancia de la calidad*

Actualmente los consumidores tratan de conseguir productos de calidad, por lo tanto, el mercado evoluciona dentro de un contexto que busca garantizar las expectativas de los clientes, entonces los fabricantes buscan mejorar sus productos.

Nebrera Herrera (1999) explica que “en un principio, los fabricantes no necesitaban diferenciarse, ya que los clientes compraban lo que les daban, pero esta situación acabó pronto.” (pág. 7).

Mediante estudios de diseño de los productos se atacan etapas en las cuales haya pérdida de materia prima o tiempos improductivos, potenciando de esta forma el proceso productivo y por ende mejorando la calidad de los mismos, dando garantía de que el bien ofertado alcance una vida útil esperada por el usuario. Reduciendo y optimizando los costos de operación debido a que la mejora de procesos no solo optimiza una parte de la empresa sino el conjunto completo.

En el gráfico 1 se muestra un círculo de mejora que es alcanzando al tener una alta calidad en los productos ofertados.

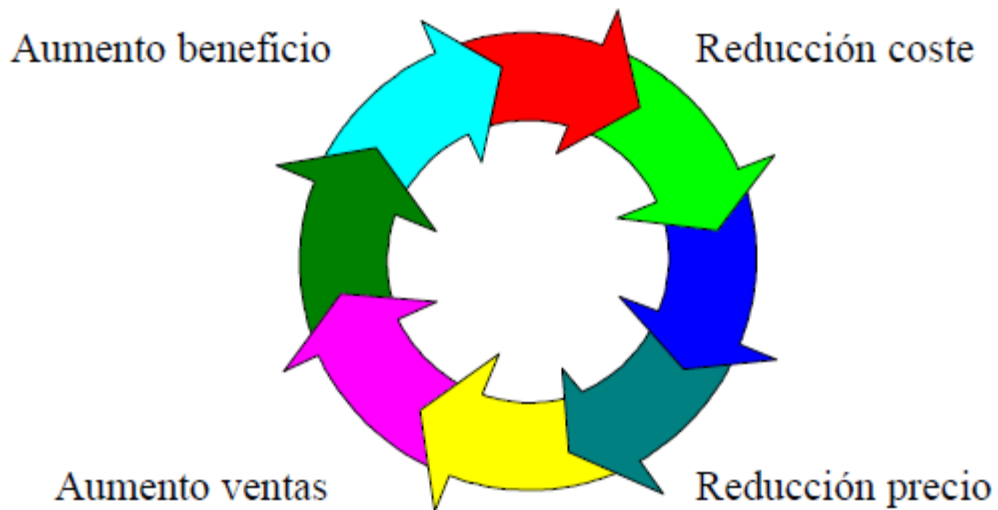


Gráfico 1-2: Importancia de la calidad
Fuente: (Nebrera Herrera, 1999, pág. 7)

2.2 Manual de calidad

Para Supply Chain (2018) un manual de calidad es “el documento que establece los objetivos y los estándares de calidad de una compañía.” (Supply Chain, 2018). En el cual, debe constar todas las reglas y logística a utilizarse para lograr las metas que la empresa se trace en un periodo de tiempo. Además en este documento, se detalla el compromiso obtenido por la por cada persona dentro de la empresa para cumplir los objetivos de calidad trazados inicialmente. Por ultimo, el manual de calidad debe ser sujeto a evaluación y debe contener procedimiento, formatos y tareas dentro de un sistema de gestión de calidad (SGC), debidamente realizado.

Dentro de los documentos de carácter publico se encuentra el manual de calidad debido a que en este se presentan la misión, visión, calidad y objetivos perseguidos a través de la caidad, estos elementos siempre están encaminado al cumplimiento de normativas de acreditación internacionales como la ISO. Este documento incluye campos como el alcance, manual de procedimientos y su respectiva descripción que están direccionados con los SGC.

Según Supply Chain (2018) “el manual de calidad ISO 9001 aporta un sinfín de ventajas para todas aquellas empresas que apuestan firmemente por establecer un sistema de gestión de calidad en sus filas” (Supply Chain, 2018). Las versiones en torno a este documento han ido variando con el pasar de los años, llegando a la actual que incluye una metodología para gestionar el riesgo y surgió la probabilidad de la incorporación del análisis DAFO, con el fin de observar el contexto utilizado en la empresa utilizando la norma. Este documento busca obtener una gestión de calidad eficaz y eficiente.

Además, cabe resaltar que este documento es conocido como maestro debido a que, en el cual la empresa se observa como se debe cumplir los requerimiento expuestos en la norma que controla la calidad como la ISO 9001:2008. Y con este documento base se realizan manuales de manejo de maquinas, procedimientos de operación y otros formatos.

En la fase de implantación de la norma de calidad ISO 9001, es necesario que la industria o empresa cuente con el manual de calidad de forma obligatoria, en el cual se recolecta aspectos como: el compromiso del personal para cumplimiento de la gestión de la calidad, reglas, instructivos, logísticas. Hay que recalcar, que este documento es de carácter publico frente a los consumidores y proveedores de la empresa. Y finalmente, la extensión del mismo no debe sobrepasar las 20 paginas.

2.3 Los círculos de calidad

Para Thompson se define Círculo de Calidad como “un pequeño grupo de personas que se reúnen voluntariamente y en forma periódica, para detectar, analizar y buscar soluciones a los problemas que se suscitan en su área de trabajo”. (Thompson, 1997). Además este esta conformado por personal que labora en una sola área de la empresa con su respetivo supervisor. El fin que persigue es aumentar la productividad mediante la efectividad y eficacia de los procesos realizando un análisis profundo de cada etapa desde la adquisición de la materia prima hasta la venta del producto final.

El alcance de los grupos conformados para los círculos de calidad tienen poder para decidir sobre la implementación de mejoras de forma inmediata o postergada debido a que realizan estudios minuciosos de cada proceso en una empresa y buscan potenciar cada parte para sacar su máximo rendimiento útil, sirviendo en suma de cuantiosas utilidades a la organización.

En la empresa Bellas Artes es necesario implementar un circulo de calidad que asegure la eficacia y eficiencia en la producción y pa prestación de los servicios, esto permitirá que los clientes tengan seguridad en la entrega de su pedido ya que los inconvenientes se solucionarán antes de la entrega del producto final.

2.3.1 *Objetivos de los círculos de calidad*

Para Lerma Kirchner (2013), los objetivos de los círculos de calidad tiene una estrecha relación con la obtención de un mayor rendimiento del negocio a través de la mejora mediante proyectos

de cualquier índole o búsqueda de soluciones a problemas diarios. Entre los objetivos que al autor menciona están los siguientes:

- Tratar de obtener una reducción de defectos;
- Observar la manera de tener menos desperdicios;
- Mejorar el proceso productivo y materia prima;
- Buscar alternativas para subir la eficiencia y eficacia en cada puesto de trabajo;
- Buscar la reducción en la ejecución de tareas;
- Dar charlas de motivación y liderazgo al personal;
- Premiar a las personas que demuestren un compromiso alto con la empresa;
- Crear grupos que fortalezcan la búsqueda y solución de aspectos negativos;
- Incentivar el crecimiento profesional del personal;
- Búsqueda de la mejora del ambiente laboral;
- Mejorar la comunicación entre los diferentes niveles jerárquicos de la empresa;
- Incentivar al personal en torno al manejo de las normas de seguridad y salud ocupacional;
- Búsqueda de afianzar la confidencialidad de la información generada en la empresa;
- Mejorar los canales de información;
- Revisar periódicamente las normativas interna para mejorarla de acuerdo al criterio de los trabajadores y altos mandos;
- Buscar la implementación de la prevención de desperfectos.

2.3.2 Características de los Círculos de Calidad

Thompson (1997) manifiesta algunas características de los círculos de calidad que son:

- Los Círculos de Calidad se conforman u organización por grupos de individuos que pertenecen a una empresa, el cual cuenta con un número cuatro hasta quince participantes. Reuniéndose con una periodicidad que es comúnmente de una semana con un supervisor, con el fin de dar soluciones a problemáticas diarias.
- Los integrantes deben tener en común el lugar de trabajo siendo esta una área de la empresa, con el fin de que todos posean conocimientos equilibrados de las problemáticas a tratarse.
- Las decisiones son tomadas en conjunto entre los integrantes del círculo de calidad, que incluye al supervisor o jefe del mismo.
- Los participantes tienen participación de una forma voluntaria, por lo tanto, exige un gran compromiso para la conservación de estos.

- La periodicidad para las reuniones es de una vez por semana durante la jornada de trabajo siendo remunerados como horas extras. Además, de ser posible estas sesiones se realizarán en lugares destinados para fines de este tipo.
- Hay que tomar en cuenta que, el personal que integre los círculos de calidad tiene que ser capacitado tanto en la creación de este y en como dar sus opiniones de una forma correcta, e inclusive como darle continuidad.
- Los temas a tratarse y las mejoras son decisiones que deben ser tomadas por los integrantes del círculo de calidad, dándoles responsabilidad más alta que la misma gerencia de la empresa.

2.3.3 Operación de los círculos de calidad

Para Lerma Kirchner (2013) en la operación de los círculos de calidad se distinguen las siguientes fases:

- Identificación de los problemas o mejoras.- los participantes buscan los desperfectos y posibles mejoras, de sus áreas intervenidas. Siendo válido el uso de metodologías y consultas a expertos que ayuden a este fin.
- Evaluación y jerarquización de los problemas o mejoras.- los participantes analizan y jerarquizan el impacto de los desperfectos cuando estos ocurren, y buscan solucionarlos sin que sucedan.
- Selección y programación en tiempo y recursos de los problemas o mejoras.- Analizado el impacto que produce el problema, los integrantes del círculo de calidad buscan planificar y programar como atacarlos.
- Análisis de problemas y mejoras, considerando causas y efectos.- Un análisis de causa y efecto de los problemas es una metodología profunda que busca obtener la mejor posibilidad de actuar frente a la ocurrencia de un desperfecto hallado.
- Recomendaciones a la administración y presentación a la dirección.- Analizado los problemas hallados por los integrantes del círculo de calidad se comunica a los altos mandos para que se doten de los recursos necesarios para la intervención inmediata ante la prioridad que se le da a cada problema dentro de la empresa.

2.4 El mejoramiento continuo

El mejoramiento continuo es “el conjunto de todas las acciones diarias que permiten que los procesos y la empresa sean más competitivos en la satisfacción del cliente”. (Cabrera, 2009). Las filosofías de trabajo deben tener a la cabeza la mejora continua que va desde el mínimo elemento hasta los altos mandos que tomarán las decisiones más importantes. Siendo el factor

potencial para que se produzca un cambio acelerado siempre y cuando exista un compromiso por todas las partes involucradas.

Un concepto de calidad total debe ser concebida desde la concepción de los pilares de la mejor continua, conocida como excelencia, que comprende una evolución constante de la calidad dentro de las empresas.

La mejora continua constituye un método eficaz para lograr la calidad total, también denominada excelencia, que es la evolución que ha ido experimentando el concepto de calidad.

Mientras que otra definición de mejora continua destaca que es “un proceso que pretende mejorar los productos, servicios y procesos de una organización mediante una actitud general, la cual configura la base para asegurar la estabilización de los circuitos y una continuada detección de errores o áreas de mejora” (Sevillano, 2015). Cabe mencionar que, el compromiso entre las partes integrantes para alcanzar las metas propuestas deben ser fuertes para la continuidad del proceso.

En primera instancia, la calidad va enfocado en función de forma explícita del producto o servicio dado por una empresa. De forma paulatina, este enfoque fue direccionándose a los consumidores, para posteriormente, mediante estudios de mercado respectivos hallar la orientación a grupos específicos que se clasifican dentro de múltiples factores que buscan afianzar las expectativas de cada grupo estudiado.

2.4.1 *Importancia del mejoramiento continuo*

Las fortalezas y debilidades son cubiertas mediante la mejora continua la que es considerada como una técnica de tipo gerencial.

(Martinez, 2011) explica que, el máximo rendimiento posible de una empresa u organización es alcanzada mediante la mejora continua de los procesos productivos debido a que la entidad alcanza una productividad y competitividad alta, el fin de que una empresa sea eficaz y eficiente en todos sus campos, además de conseguir amplia demanda de sus productos o bienes es para situarse como líder a nivel nacional o internacional, inclusive ser referente para otras organizaciones que incursionen en realizar este tipo de actividades. Además, el resultado de poseer mejora continua es visible en sus arcas percibidas mensual y anualmente.

2.4.2 *Ventajas del mejoramiento continuo*

Las ventajas del mejoramiento continuo según (Martinez, 2011) son las que se detallan, a continuación:

- Cualquier esfuerzo que se realice va encaminado puntualmente a aspectos como la organización.
- Las metas son alcanzadas en poco tiempo y son observables.
- La materia prima es utilizada al máximo posible debido a la reducción de productos re procesados o defectuosos, observándose una disminución de los costos inclusive.
- La competitividad es uno de los principales ejes de la mejora continua a través del estudio de la productividad de la empresa.
- Las mejoras tecnológicas en los procesos productivos son fácilmente adaptables.
- La duplicidad de procesos o etapas se ven limitados o eliminados notablemente.

2.4.3 *Desventajas del mejoramiento continuo*

Mientras que las desventajas según (Martinez, 2011) son detalladas a continuación:

- La mejora continua aplicada a una sola área de la empresa u organización impide el crecimiento de las áreas restantes, por lo tanto sería un proceso poco aceptable si es aplicado de esta manera.
- El compromiso es necesario a todo nivel de la empresa por lo que un cambio de mentalidad y filosofía es necesario para aplicar esta metodología debido a que se requiere constancia para la continuidad del mismo.
- La mentalidad de las empresas medianas y pequeñas es ambigua, por lo que, este tipo de cambios se vuelve extenuante y ocioso, si no se especifica adecuadamente desde sus etapas iniciales.
- Y por último, los recursos para la implementación de la mejora continua son altos, por lo que muchas empresas no hacen esta apuesta por alcanzar un rendimiento superior dentro de sus procesos productivos, por el cual alcanzarían no solo reconocimientos por buenas empresas sino también incrementarían sus ingresos, reduciendo costos importantes.

2.5 Las Normas de Calidad

2.5.1 Concepto

Para la Organización Internacional de Estandarización (ISO) (2004), el término norma es definido como un “documento establecido por consenso y aprobado por un organismo reconocido, que provee, para el uso común y repetitivo, reglas, directrices o características para actividades o, sus resultados dirigido a alcanzar el nivel óptimo de orden en un concepto dado”. (ISO, 2004)

La creación de las normas se dan debido a que campos como la ingeniería buscaban la documentación y registro de procedimientos basados en la tecnología, según la historia surgieron primero para cubrir esta necesidad, siendo utilizadas posteriormente para controlar procedimientos de tipo administrativos cuando estas empezaron a comercializarse de forma abierta a todas las industrias.

El uso de la tecnología dentro de un marco histórico se realizó en primeras instancias de manera local debido a que los medios de comunicación no ayudaban a su difusión acelerada como en la actualidad, por lo tanto, en cuanto estas tecnologías desarrolladas en otros lugares llegaban a otros destinos no resultaban útiles debido a que no se utilizaban este tipo de adelantos tecnológicos o de por sí, no existía aun este avance.

A raíz de este problema de índole mundial, se optó por crear entes reguladores a todo nivel comenzando desde local y terminando en internacional. En estas organizaciones se definieron las pautas que empezaron a ser regidas a nivel global, en cuanto a tecnología para que un equipo armado en cierta parte del mundo sea utilizable en cualquier parte, sin presentar ningún tipo de desperfecto.

Las organizaciones a nivel mundial como la ISO tratan de estandarizar todos los procesos en todos los ámbitos posibles de la industria, por lo cual, es necesario que las disposiciones o reglamentos expedidos por ellos, sean actualizados de forma sistemática y comprobadas de acuerdo a las tendencias tecnológicas que aparecen diariamente.

La Organización Internacional de Normalización “es una federación mundial de organismos nacionales de normalización (Comités miembros de la ISO) . Los comités técnicos de la ISO se encargan por lo general de la elaboración de normas internacionales”. (Gestiopolis, 2002). Cuando un tema que interese surge es necesario que los comités miembros nacionales participen

de forma activa en el comité técnico que es conformado con este fin. Hay que mencionar que las organizaciones de gobierno y no gubernamentales que tengan una relación con la ISO tiene derecho activo de participar ante la presencia de estas actividades.

2.6 Norma ISO 9001:2015

2.6.1 *Concepto*

Para la Organización Internacional de Estandarización ISO (2004) la norma ISO 9001 es “una norma internacional que toma en cuenta las actividades de una organización, sin distinción de sector de actividad”. (ISO, 2004). Las exigencias dadas para el producto o servicios que son de tipo interna y externa a la empresa son incluidas dentro de los lineamientos de este documento, así como cumplir con las expectativas del cliente. Además, cabe mencionar que esta norma es conocida y mencionada a nivel global.

Noguez (2015) explica que “la edición ISO 9001:2015 pretende seguir conservando la aplicabilidad de la norma en cualquier tipo de organización y fomentar la alineación con otras normas de sistemas de gestión elaboradas por ISO”. (Noguez, 2015). Lo que se busca es la rápida adaptabilidad a las empresas con respecto sus avances, debido a que 80% de todas las certificaciones emitidas para regular las empresas son realizadas por la ISO.

2.7 Requisitos Norma ISO 9001-2015

2.7.1 *Objeto y campo de aplicación*

Se especifica los requisitos para un sistema de gestión de calidad cuando:

- Las empresas deben emitir productos o servicios que abarquen el mercado al cual apuntan bajo el cumplimiento de las expectativas y requerimiento de calidad del cliente y normativas de toda índole a donde este direccionado el bien ofertado, y
- Mediante la mejora continua de los procesos productivos dentro de las empresas y organizaciones se busca efectivizar toda etapa buscando cumplir las expectativas del cliente o consumidor del producto o servicio, con base legal a lo expuesto en las normativas que es conocida por cada entidad.

2.7.2 Referencias normativas

La norma de donde se extrajeron los diferentes conceptos son la norma ISO 9000:2015, Sistemas de gestión de la calidad — Fundamentos y vocabulario.

2.7.3 Términos y definiciones

Para los fines de este documento, se aplican los términos y definiciones incluidos en la Norma ISO 9000-2015

2.7.4 Contexto de la organización

2.7.4.1 Comprensión de la organización y de su contexto

Los aspectos internos y externos que sean pertinentes deberán ser provistos por la empresa definiendo adecuadamente su fin, además de observar el grado de impacto en los cuales incurre al no lograr alcanzar estos objetivos trazando de forma inicial.

2.7.4.2 Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas

Conforme a la capacidad que posea la empresa para la producción de productos o servicios que estén encaminados a la satisfacción de sus consumidores y se rigan a las leyes asociadas a estos, se define lo siguiente:

- Que los SGC deben poseer la pertinencia adecuada con respecto a sus integrantes;
- Y que los SGC deben tener los requerimientos necesarios para poseer pertinencia entre los integrantes de este.

La continuidad del proceso es alcanzada mediante revisiones periódicas sobre la información y cumplimiento de requerimiento de los integrantes del SGC.

2.7.4.3 Determinación del alcance del sistema de gestión de la calidad

El SGC debe tener claro el alcance mediante la delimitación de lo que se desee alcanzar para definir los límites del mismo.

2.7.4.4 Sistema de gestión de la calidad y sus procesos

Los SGC deben ser controlados y monitoreados continuamente en todos sus procesos y demás, para lograr la mejora continua mediante nuevas reglas, implementaciones y observar el compromiso de parte de los trabajadores de todo nivel dentro de la empresa. la calidad, velando el cumplimiento de la norma exigida.

2.7.5 Liderazgo

2.7.5.1 Liderazgo y compromiso

- Generalidades.- Los SGC deben ser liderados de forma adecuada y tener un compromiso total por parte de los altos mandos de las organizaciones.
- Enfoque al cliente.- Los altos mandos dentro de las organizaciones deben liderar sus procesos y comprometerse en cuanto a cumplir las expectativas de los consumidores de sus productos o servicios.

2.7.5.2 Política

- Establecimiento de la política de la calidad.- Los mandos altos de las organizaciones se encargan de establecimiento y seguimiento de las políticas referente a la calidad.
- Comunicación de la política de la calidad.- La política de la calidad debe: a) ser accesible a cualquier persona y de ser posible tenerla en formato físico; b) buscar la manera adecuada de tener una comunicación, entendimiento y aplicación adecuada dentro de la empresa; c) tiene que ser accesible para los integrantes de la empresa y miembros interesados.

2.7.5.3 Roles, responsabilidades y autoridades en la organización

Los altos mandos dentro de la organización deben definir de forma adecuada los papeles y las responsabilidades de cada integrante, además de buscar la vía adecuada de comunicar estas acciones a todos integrantes de la organización, para que tengan un entendimiento total y se pongan en marcha, sin un accionar erróneo

2.7.6 Planificación

2.7.6.1 Acciones para abordar riesgos y oportunidades

La sección 4.1. se refiere a los lineamientos que se deben tomar en cuenta la planificación con respecto a los SGC, que la organización no tiene que pasar por alto, mientras que en la sección 4.2. se hallan las directices con respectos a la determinación de circunstancias positivas y negativas que se deben analizar.

2.7.6.2 Objetivos de la calidad y planificación para lograrlos

El SGC debe establecer de forma adecuada las metas con respecto a la calidad para sus diferentes funciones, niveles y procesos de la organización.

2.7.6.3 Planificación de los cambios

Todo proceso que conlleve a un cambio dentro de cualquier parte del SGC se debe realizar una planificación adecuada para el mismo.

2.7.7 Apoyo

2.7.7.1 Recursos

- Generalidades.- los altos mandos se debe dar todas las facilidades para alcanzar la mejora continua del SGC.
- Personas.- El personal adecuado debe ser conservado y capacitado para controlar y gestionar cada proceso que se presente en el Sistema de gestión de calidad durante su fase de implementación.
- Infraestructura.- Los bienes ofertados deben ser asegurados mediante un correcto uso de la infraestructura para el desarrollo de sus respectivas etapas.
- Ambiente para la operación de los procesos.- El ambiente es un factor importante, por lo cual debe estar correctamente delimitado e identificado para el desarrollo del proceso productivo que den como resultado los bienes de la empresa.
- Recursos de seguimiento y medición.- Los elementos necesarios para realizar el seguimiento deben ser proporcionados por la empresa u organización que busquen la continuidad en la producción de bienes de buena calidad.

- **Conocimientos de la organización.-** El conocimiento adquirido mediante la experiencia debe ser afianzada mediante la empresa para asegurar las expectativas dadas por el producto.

2.7.7.2 Competencia

El SGC debe ser controlado mediante inclusive la definición de las competencias pertinentes del personal que esta a cargo del control y operación de este, observando como se desarrolla su desempeño en sus respectivas labores con el fin, de alcanzar la efectividad.

2.7.7.3 Toma de conciencia

El compromiso de realizar un trabajo adecuado es parte de las responsabilidades asumidas por los integrantes de los sistemas de gestión de calidad.

2.7.7.4 Comunicación

Los SGC deben poseer canales de comunicación efectiva de forma interna entre sus miembros y externa para dar conocimiento de sus acciones.

2.7.7.5 Información documentada

- **Generalidades.-** Los SGC deben poseer registro físico de los requerimientos exigidos por las normas internacionales y formatos necesarios en donde se evidencie su implementación.
- **Creación y actualización.-** El formato adecuado debe contener datos como identificación y descripción del cumplimiento del sistema de gestión de calidad. Además este debe ser actualizado periódicamente.
- **Control de la información documentada.-** La confidencialidad de los SGC debe ser adecuadamente determinada y debe ser accesible para las personas de la empresa y para la norma que esta utilizándose a la hora de su acreditación.

2.7.8 Operación

2.7.8.1 Planificación y control operacional

La planificación y control de todas las etapas productivas es realizado por la empresa y organización, con el fin de alcanzar las metas definidas inicialmente con respecto al

cumplimiento de las expectativas de los consumidores y afianzando la calidad de los productos y servicios.

2.7.8.2 Requisitos para los productos y servicios

- Comunicación con el cliente.- Este elemento es de vital importancia debido a que por el, se debe comunicar todo lo referente a un producto o servicio ofertado por la empresa u organización.
- Determinación de los requisitos para los productos y servicios.- Los requisitos dados por los productos o servicios son de conocimiento publico en función a las expectativas estudiadas de lo que realmente desea el consumidor.
- Revisión de los requisitos para los productos y servicios.- Un estudio de la capacidad productiva de la empresa debe ser realizada como requisito para si mismo, con el fin de determinar si va lograr desarrollar el producto o servicio que se ofertará al público en general.
- Cambios en los requisitos para los productos y servicios.- Cuando suscite un cambio dentro de los requisitos expuestos inicialmente en el producto este debe ser notificado al cliente y modificado en la documentación pertinente.

2.7.8.3 Diseño y desarrollo de los productos y servicios

- Generalidades.- La provisión adecuada de materia prima y demás elementos necesarios para la producción de los bienes de la empresa debe ser definida inicialmente por la empresa.
- Planificación del diseño y desarrollo.- Las etapas productivas deben estar detalladas de forma minuciosa para el ajuste de alguna de ellas cuando se necesaria.
- Entradas para el diseño y desarrollo.- Las especificaciones para la realización de los productos debe ser realizada con premeditación.
- Controles del diseño y desarrollo.- Las metas deben ser trazadas para la aplicación de un control del proceso productivo.
- Salidas del diseño y desarrollo.- Las expectativas del cliente debe ser obtenida en este punto mediante un adecuado diseño del proceso productivo asi como también de su ejecución.
- Cambios del diseño y desarrollo.- Los cambios realizados en cualquier parte de las etapas del proceso productivo debe ser controlada e identificada para que posteriormente no produzcan consencuencias negativas al producto o servicio ofertado.

2.7.8.4 Control procesos, productos y servicios suministrados externamente

- Generalidades.- Los servicios externos deben cumplir de forma eficiente con los requerimientos por los cuales fueron contratados por la organización.
- Tipo y alcance del control.- Los servicios concedidos por la contratación externa debe estar correctamente delimitada de forma que no afecte de forma grave a la correcta operación del proceso productivo interno de la empresa, y tampoco afecte a la calidad definida por el cliente.
- Información para los proveedores externos.- Los requisitos para servirse de servicios externos deben estar correctamente definidos antes de cualquier acción y debe ser comunicado de forma adecuada a las partes interesadas.

2.7.8.5 Producción y provisión del servicio

- Control de la producción y de la provisión del servicio.- El control de cada etapa de la producción para el adecuado abastecimiento del producto es responsabilidad de la empresa.
- Identificación y trazabilidad.- La definición de los recursos necesarios para obtener los productos debe estar adecuadamente descrito con el fin de asegurar la calidad de los bienes ofertados por la empresa.
- Propiedad perteneciente a los clientes o proveedores externos.- La confidencialidad dada por los consumidores o empresas externas para la entrega del producto o uso de sus servicios, respectivamente, debe estar identificada y respetada.
- Preservación.- La preservación de sus productos para asegurar la calidad de los mismos debe ser identificada de forma adecuada mediante estudios previos.
- Actividades posteriores a la entrega.- Las actividades realizadas posteriormente a la entrega de productos deben ser controladas de form eficiente.
- Control de los cambios.- Los cambios deben ser registrados e identificados por la empresa de forma que ayuden a dar aseguramiento a un futuro de que el producto siga realizando de forma eficiente y bajo normativas optimas de calidad que se definan inicialmente.

2.7.8.6 Liberación de los productos y servicios

El control de calidad debe implementarse de forma ordenada en etapas conflictivas para asegurar que el producto obtenga la mayor aceptación posible.

2.7.8.7 Control de las salidas no conformes

Los productos re procesados o defectuosos deben ser estudiados para tratar de tomar decisiones que eviten que estos, sigan produciéndose atacándolos en etapas tempranas.

2.7.9 Evaluación del desempeño

2.7.9.1 Seguimiento, medición, análisis y evaluación

- Generalidades.- Las metas deben ser evaluadas de alguna forma, por lo cual las empresas deben desarrollar o utilizar herramientas con este fin, para medir el cumplimiento de sus objetivos de forma periódica.
- Satisfacción del cliente.- Las encuestas de aceptación del consumidor es una de las herramientas utilizadas para medir y observar el comportamiento del grado de satisfacción alcanzado por un producto o servicio dado por la empresa.
- Análisis y evaluación.- La tabulación e interpretación de los datos obtenidos mediante las evaluaciones al consumidor deben ser realizadas de forma adecuada para tomar decisiones de mejora continua.

2.7.9.2 Auditoría interna

Los SGC deben ser evaluados de forma constante para observar el comportamiento de los mismos, estos procesos son denominados auditorías cuando son realizadas en la misma empresa son de tipo interna.

2.7.9.3 Revisión por la dirección

- Generalidades.- Los objetivos perseguidos por la empresa deben estar enfocados necesariamente dentro de los sistemas de gestión de calidad, por lo cual, estos deben ser evaluados de forma constante para observar su desarrollo y efectividad.
- Entradas de la revisión por la dirección.- La planificación adecuada para las revisiones por parte de la dirección de la empresa debe incluir consideraciones sobre como se están llevando acciones en sesiones anteriores.
- Salidas de la revisión por la dirección.- Las acciones y decisiones para la mejora de los aspectos débiles deben ser dadas en las revisiones de salida que serán realizadas por la alta dirección.

2.7.10 Mejora

2.7.10.1 Generalidades

La satisfacción de las expectativas de los clientes mediante la toma de acciones y decisiones que mejoren la calidad del producto o servicio es bien vista por los altos mandos mediante los sistemas de gestión de calidad.

2.7.10.2 No conformidad y acción correctiva

Las no conformidades deben ser atendidas en la medida que estas tengan coherencia con lo expresado en dicha acción, por lo tanto, de ser posible la toma de decisiones para mejorar este aspecto es necesario realizarlo, para elevar el nivel de satisfacción en los clientes.

2.7.10.3 Mejora continua

Los SGC buscan la mejora continua mediante metodologías como el círculo de Deming, que realiza la eficiencia de cada etapa de estos.

2.8 Idea a defender

¿Con un Sistema de Gestión de la calidad la Empresa de Publicidad “BELLAS ARTES”, mejorará los estándares de calidad, su competitividad y contará con procesos adecuados de producción?

2.9 Variables

2.9.1 Variable Independiente

Sistema de Gestión de Calidad

2.9.2 Variable Dependiente

Estándares de calidad y Competitividad

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 Modalidad de la investigación

La aplicación de la metodología estará sujeta a las necesidades de la presente investigación, además facilitará la identificación de las estrategias que se empleará para poder dar solución al problema propuesto, la ejecución del presente tema de investigación tiene un marco cualicuantitativo.

Se denomina cualitativa porque permite generar la comprensión del problema y sus características y cuantitativa porque a partir de los datos recopilados y su posterior análisis se pudo entender con claridad el desarrollo del trabajo.

3.2 Tipo de Investigación

3.2.1 *Bibliográfica-Documental*

El aporte bibliográfico permitirá sustentar las teorías del problema en cuestión, además de emitir información referente a las variables del tema de investigación, los recursos a los que se accede son: revistas, libros, artículos, folletos, publicaciones de temas referentes a la calidad.

3.2.2 *Descriptiva*

La presente investigación describirá la realidad en el contexto actual de la empresa y la acción de las variables en la identificación y solución del problema.

3.3 Método, técnicas e instrumentos

La ejecución del trabajo de investigación se llevará a cabo mediante la utilización de métodos, técnicas e instrumentos de investigación, mismos que son de gran importancia para poder obtener la mayor cantidad de información que aporten a la solución del fenómeno motivo de estudio.

3.3.1 Métodos

Método inductivo

Como medio para obtener conocimientos, el razonamiento inductivo inicia observando casos particulares y partiendo del examen de estos hechos llegar a una conclusión general.

Método deductivo

La deducción se caracteriza por analizar hechos o acontecimientos que va de lo universal a lo particular.

3.3.2 Técnicas de investigación

Encuesta

Esta técnica posee un peso específico en el desarrollo de la investigación, a partir de la información recopilada se podrá delimitar la realidad de la empresa sobre el fenómeno de estudio, su aporte permitirá identificar los principales factores causas y efectos ocasionados por la atención al cliente en la empresa, y con ello poder establecer las estrategias necesarias para mejorar el servicio (Ver Anexo A y B).

3.3.3 Instrumentos

Cuestionario

Es un instrumento de investigación que consiste en elaborar un formato con un conjunto de preguntas sobre un tema específico, sus respuestas ofrecen información precisa sobre el tema de estudio, su posterior análisis permite establecer con claridad los factores que inducen a la problemática existente, el cuestionario estará direccionado a los operadores del área de impacto de la investigación, serán estos actores los que aporten con su criterio sobre la necesidad de generar un cambio de actitud y mentalidad frente a sus actuales y nuevos clientes, este instrumento será aplicado a los clientes internos y externos de la empresa.

3.4 Población

La presente investigación se aplicará a todas las personas que laboran en la empresa “Bellas Artes”, con un total de 9 trabajadores.

En cuanto a los clientes externos, el total de la población es de 2500 personas que acuden a la empresa a adquirir sus productos.

3.5 Muestra

Para los clientes externos se aplicará la fórmula para poblaciones finitas debido a que nuestro universo no sobrepasa a las 100.000 personas, la fórmula es la siguiente:

$$n = \frac{Z_2 * P * Q * N}{e^2(N - 1) + (Z_2 * P * Q)}$$

n= TAMAÑO DE LA MUESTRA

Z= NIVEL DE CONFIABILIDAD (1,96)

P= PROBABILIDAD DE OCURRENCIA (0,5)

Q= PROBABILIDAD DE NO OCURRENCIA (0,5)

N= POBLACIÓN O UNIVERSO (2500)

e= ERROR DE LA MUESTRA (5%)

$$n = \frac{3,8416 * 0,5 * 0,5 * 2500}{0,0025(2500 - 1) + (3,8416 * 0,5 * 0,5)}$$
$$n = 333$$

La muestra de los clientes internos es el mismo del total de la población, es decir que son 9 personas.

3.6 Matriz EFE y Matriz EFI

Con la Matriz EFE (matriz de evaluación de los factores externos) se ha podido evidenciar la información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva.

Tabla 1-3: Matriz EFE

Amenazas		Peso (suma 1)	Valoración [de 0 a 3]	Peso * Val
1	Incremento de la competencia	0,13	3	0,39
2	Nuevos impuestos	0,13	3	0,39
3	Inestabilidad política, económica y social	0,12	3	0,36
4	Políticas municipales para el sector publicitario	0,10	2	0,20
Suma		0,48		1,34
Oportunidades				
1	Redes sociales para promoción de la marca	0,15	3	0,45
2	Capacitación en gestión de marcas y desarrollo de productos publicitarios	0,13	2	0,26
3	Instalación de nuevas empresas y emprendimientos en la ciudad y cantones aledaños.	0,10	2	0,20
4	Accesos a compras públicas de entidades estatales	0,14	3	0,42
Suma		0,52		1,33

Fuente: Empresa "Bellas Artes"

Elaborado por: Inca, P. 2019

En la matriz EFE se resume: Amenazas 1,34 y Oportunidades 1,33 existe un equilibrio por tanto la empresa debe buscar a través de la implementación del sistema de gestión de la calidad, desarrollar políticas suficientes para transformar las inminentes amenazas en oportunidades.

De los resultados de la MATRIZ EFE se debe considerar al incremento de la competencia y la implementación de nuevos impuestos son las principales amenazas. Se debe promover los productos y la marca a través de redes sociales y aprovechar las compras que realiza el estado en sus diferentes instituciones.

Tabla 2-3: Matriz EFI

Debilidades		Peso (suma)	Valoración [de 0 a 3]	Peso*Val
1	No existe un sistema de Gestión de calidad	0,15	3	0,45
2	No existen manuales (procesos, atención al cliente, funciones)	0,13	3	0,39
3	Falta de estrategias de marketing	0,13	3	0,39
4	No existen documentos que indiquen las políticas de calidad de la empresa	0,13	3	0,39
Suma		0,54		1,62
Fortalezas				
1	Excelente atención al cliente	0,11	3	0,33
2	Asignación de recursos necesarios para la producción	0,11	3	0,33
3	Sistema de comunicación interno establecido	0,09	3	0,27
4	Productos elaborados de muy buena calidad	0,15	3	0,45
Suma		0,46		1,38

Fuente: Empresa "Bellas Artes"

Elaborado por: Inca, P. 2019

Las debilidades de la empresa tienen un peso de 1,62 frente a 1,38 de sus fortalezas lo que nos indica que las debilidades tienen prevalencia en la operación de la planta por tanto se debe tener en cuenta este particular para convertirlas en fortalezas.

La inexistencia de manuales, falta de estrategias de promoción y la falta de documentación de los procesos son principales problemas dentro de la organización. En cambio la elaboración de productos con buena calidad, una excelente atención al cliente y la asignación de recursos para la producción se rescatan como las principales fortalezas de la empresa.

3.7 Análisis de Resultados

Las encuestas están dirigidas a los clientes internos de la empresa que son los directamente involucrados y son quienes conocen de cerca todas y cada una de las actividades que se desarrollan dentro de la misma, además se considera la aplicación del cuestionario a los clientes externos para su evaluación a la empresa y la calificación de la calidad de los productos y servicios.

3.7.1 Tabulación de Resultados a Clientes Internos de la Empresa “Bellas Artes”

1. ¿Conoce Ud si la empresa ha implementado un sistema de gestión de la calidad?

Tabla 3-3: Pregunta 1 Clientes Internos

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	0	0%
NO	9	100%
TOTAL	9	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Inca, P. 2019

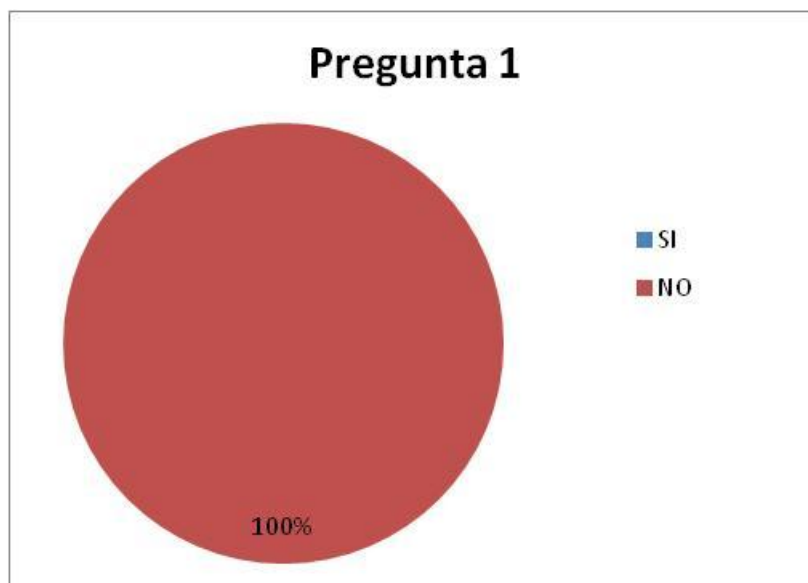


Gráfico 1-3: Pregunta 1 Clientes Internos

Elaborado por: Inca, P. 2019

Análisis e Interpretación: El 100% de los clientes internos manifiesta que no conoce si la empresa ha implementado un sistema de gestión de la calidad.

Con este dato se evidencia que definitivamente no existe un sistema de gestión de la calidad en la empresa “Bellas Artes” que le permita la mejora continua de una manera ordenada y sistemática, además de lograr un efectividad en los productos que oferta.

2. ¿La empresa cuenta con algún documento en que se indique la política de calidad y los objetivos?

Tabla 4-3: Pregunta 2 Clientes Internos

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	0	0%
NO	9	100%
TOTAL	9	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Inca, P. 2019

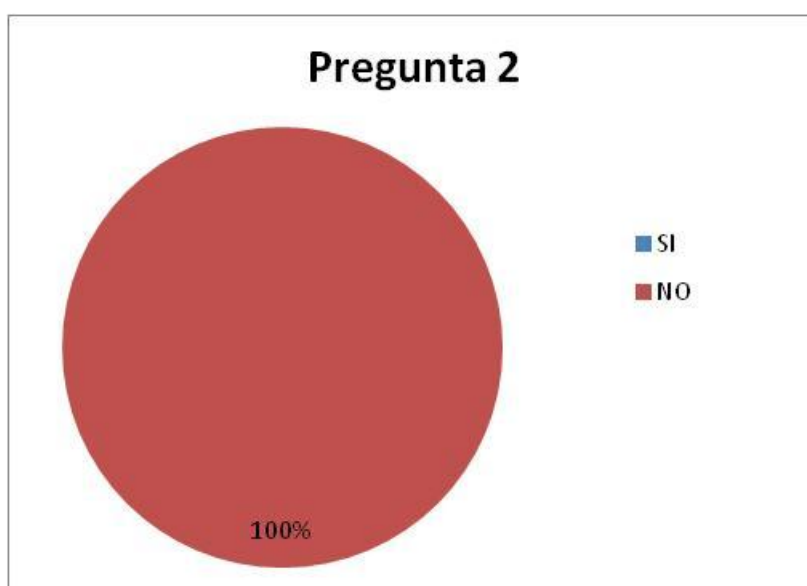


Gráfico 2-3: Pregunta 2 Clientes Internos

Elaborado por: Inca, P. 2019

Análisis e Interpretación: El 100% de los clientes internos manifiesta que la empresa no cuenta con algún documento en que se indique la política de calidad y los objetivos.

Es importante que la empresa cuente con políticas de calidad y objetivos que le permitan gestionar y orientar a la empresa en busca de la mejora continua.

3. ¿Se toman decisiones y se consideran estrategias para alcanzar los objetivos de la empresa?

Tabla 5-3: Pregunta 3 Clientes Internos

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	7	78%
NO	2	22%
TOTAL	9	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Inca, P. 2019

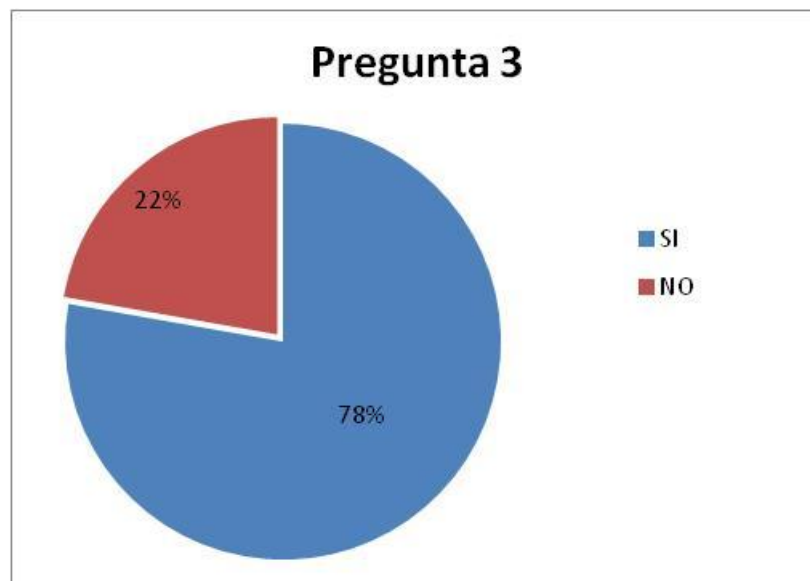


Gráfico 3-3: Pregunta 3 Clientes Internos

Elaborado por: Inca, P. 2019

Análisis e Interpretación: El 78% de los clientes internos considera que Si se toman decisiones y estrategias para alcanzar los objetivos de la empresa; mientras que el 22% manifiesta que No es así.

Estas estrategias deben estar orientadas a no solamente satisfacer las necesidades de la empresa o personal directivo de la misma, sino que también deben complementarse con una visión precisa del mercado y de los consumidores de los productos. Es decir que el mercado y su dinamismo debe ser lo más importante para cualquier análisis y decisión que se tome en la misma.

4. ¿La empresa comunica a todas las personas que la integran sobre la importancia de satisfacer los requerimientos del cliente?

Tabla 6-3: Pregunta 4 Clientes Internos

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	6	67%
NO	3	33%
TOTAL	9	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Inca, P. 2019

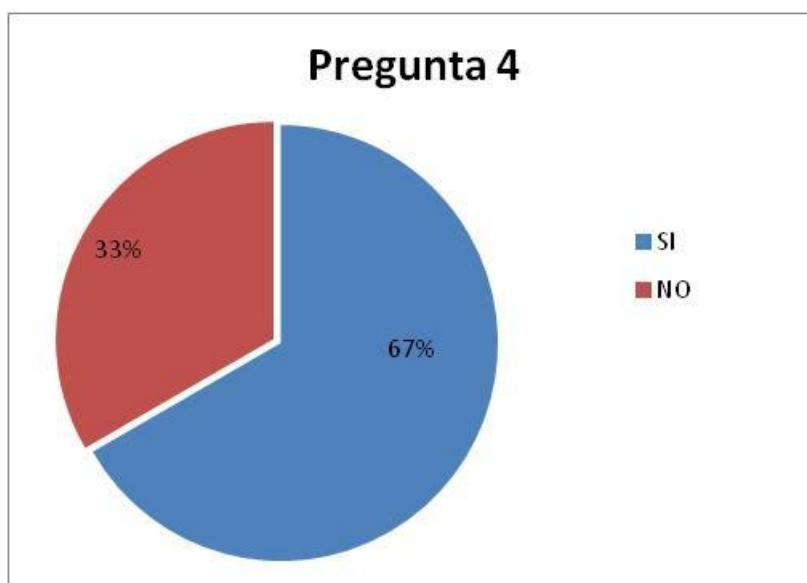


Gráfico 4-3: Pregunta 4 Clientes Internos

Elaborado por: Inca, P. 2019

Análisis e Interpretación: El 67% de los clientes internos manifestó que la empresa Si comunica a todas las personas que la integran sobre la importancia de satisfacer los requerimientos del cliente; mientras que el 33% opina que No es así.

Un objetivo fijo para la empresa debe ser satisfacer al cliente, creando en su mente una preferencia hacia nuestro producto. El cliente es tan importante para la empresa ya que cuando se encuentra satisfecho vuelve a comprar nuestros productos y se convierte en un consumidor más leal y no solamente para un producto sino para todos los que oferta la empresa, además es el punto clave para transmitir a los demás sobre nuestros productos y dar fé de su satisfacción.

5. ¿La Administración de la empresa asigna todos los recursos necesarios para cumplir con los objetivos y la planificación?

Tabla 7-3: Pregunta 5 Clientes Internos

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SIEMPRE	5	63%
REGULARMENTE	2	25%
NO ASIGNA	1	13%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Inca, P. 2019

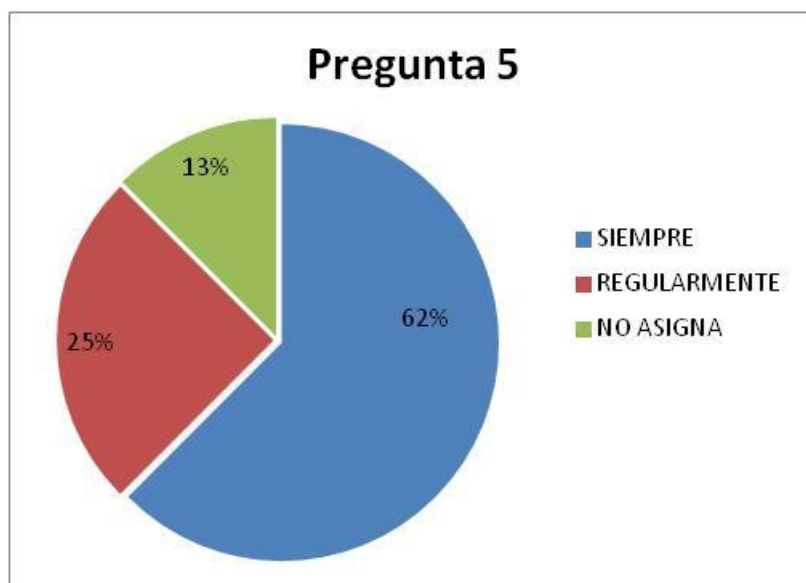


Gráfico 5-3: Pregunta 5 Clientes Internos
Elaborado por: Inca, P. 2019

Análisis e Interpretación: el 62% de los clientes internos considera que la administración Siempre asigna todos los recursos necesarios para cumplir con los objetivos y la planificación; mientras que el 25% considera que lo hace Regularmente y el 13% considera que No Asigna.

Contar con los recursos y destinarlos al cumplimiento de los objetivos empresariales es importante para llevar a cabo acciones y estrategias que permitan alcanzar su logro. Es importante definir los recursos, es decir si son internos como (la fortaleza, el entusiasmo, interés, o un estudio previo) o externos como (el dinero o las fuentes para conseguirlo y las amistades o personas para apoyar a realizar una tarea)

6. ¿Existen los suficientes controles de calidad en la elaboración de los productos?

Tabla 8-3: Pregunta 6 Clientes Internos

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	8	89%
NO	1	11%
TOTAL	9	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Inca, P. 2019

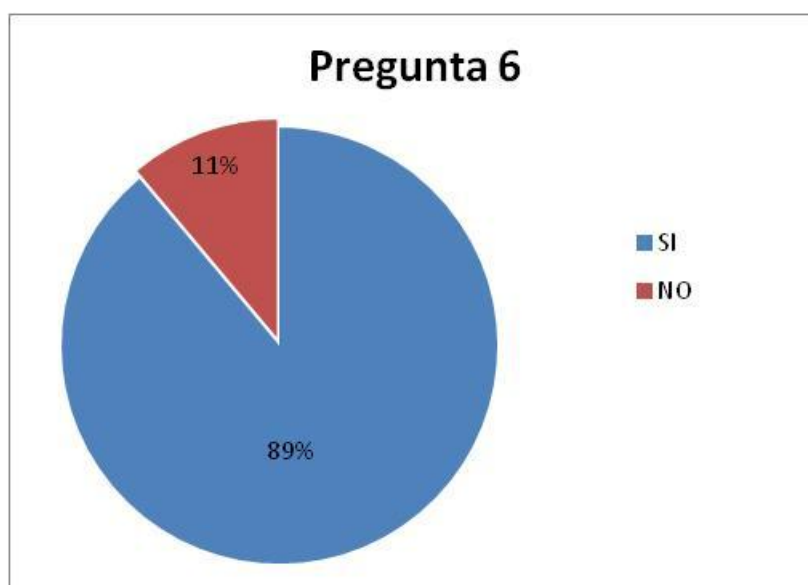


Gráfico 6-3: Pregunta 6 Clientes Internos

Elaborado por: Inca, P. 2019

Análisis e Interpretación: el 89% de los clientes internos manifiesta que existen los suficientes controles de calidad en la elaboración de los productos, mientras que un 11% menciona que No es así.

El control de calidad de los productos es tan importante ya que asegura que los mismos cumplan con los requisitos mínimos de calidad y de esta manera satisfacer al cliente.

7. ¿La empresa dispone de un sistema de comunicación apropiado que asegure la correcta interacción de sus miembros?

Tabla 9-3: Pregunta 7 Clientes Internos

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	6	67%
NO	3	33%
TOTAL	9	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Inca, P. 2019

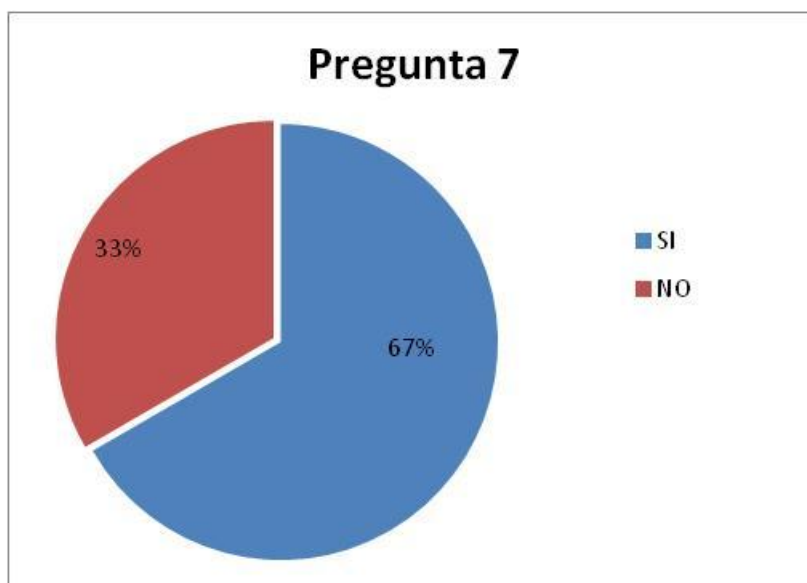


Gráfico 7-3: Pregunta 7 Clientes Internos

Elaborado por: Inca, P. 2019

Análisis e Interpretación: El 67% de los clientes internos manifiesta que la empresa dispone de un sistema de comunicación apropiado que asegure la correcta interacción de sus miembros, mientras que el 33% opina que No es así.

Mantener un sistema de comunicación apropiado entre los miembros que conforman la empresa es importante ya que implican a los empleados en la estrategia, se comparten las decisiones y se traslada el papel que cada persona tiene, favoreciendo el logro del objetivo empresarial.

8. ¿La empresa dispone de un manual que incluya políticas de atención al cliente?

Tabla 10-3: Pregunta 8 Clientes Internos

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	4	44%
NO	5	56%
TOTAL	9	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Inca, P. 2019

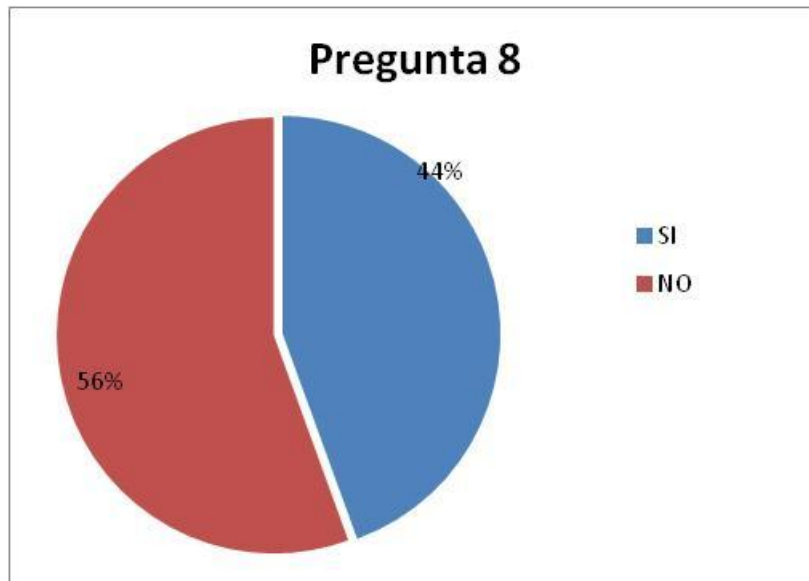


Gráfico 8-3: Pregunta 8 Clientes Internos

Elaborado por: Inca, P. 2019

Análisis e Interpretación: el 56% de los clientes internos manifiesta que la empresa No dispone de un manual que incluya políticas de atención al cliente; mientras que el 44% opina que Si lo hace.

Un Manual de Servicio al cliente es la elaboración de un plan que garantice satisfacer las necesidades concretas de los clientes de la empresa tanto actuales como potenciales, este plan constituye la base para el resto de los planes de la empresa ya que todos estos siempre deben ir encaminados al logro de los objetivos de la empresa.

9. ¿La empresa controla dispositivos de medición y seguimiento post venta en los clientes?

Tabla 11-3: Pregunta 9 Clientes Internos

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	4	44%
NO	5	56%
TOTAL	9	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Inca, P. 2019

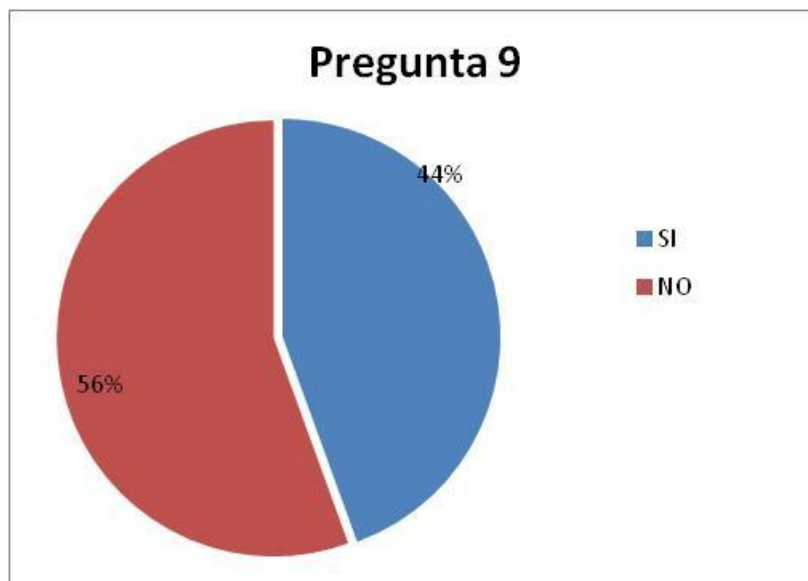


Gráfico 9-3: Pregunta 9 Clientes Internos

Elaborado por: Inca, P. 2019

Análisis e Interpretación: el 56% de los clientes internos manifiesta que la empresa No controla los dispositivos de medición y seguimiento post venta en los clientes, mientras que el 44% opina que Si lo hace.

Ofrecer un servicio de post venta y controlar los dispositivos de medición y seguimiento es tan importante ya que ayuda a incrementar la fidelidad y retención de los clientes, mejora las ventas, mejora la competitividad, identifica áreas de mejora, involucra al cliente en el proceso de compra, se realiza un estudio de mercado y mejora la calidad del trabajo que se ofrece.

10. ¿La empresa dispone de mecanismos para evaluar y monitorear a su competencia?

Tabla 12-3: Pregunta 10 Clientes Internos

OPCIONES	FRECUENCIA	%
SI	6	67%
NO	3	33%
TOTAL	9	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Inca, P. 2019

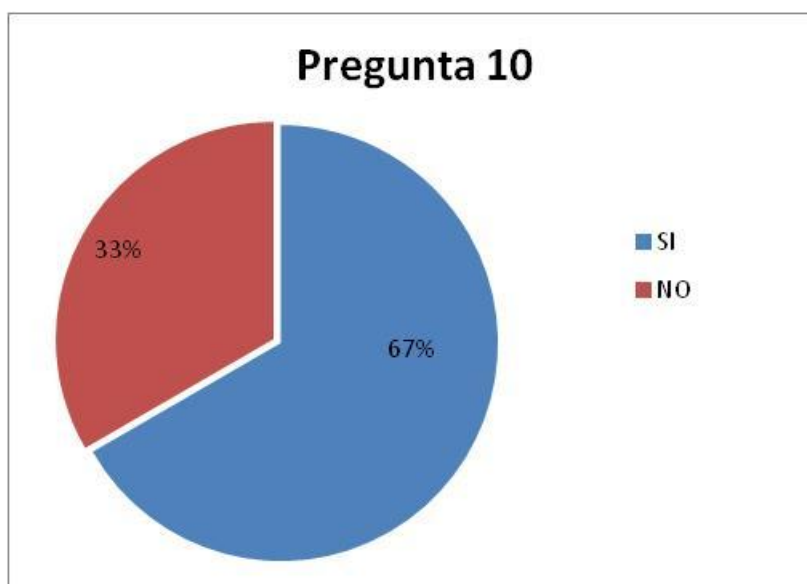


Gráfico 10-3: Pregunta 10 Clientes Internos

Elaborado por: Inca, P. 2019

Análisis e Interpretación: el 67% de los clientes internos manifiesta que la empresa si dispone de mecanismos para evaluar y monitorear a su competencia, mientras que el 33% menciona que No es así.

Es tan importante conocer los mecanismo para evaluar y monitorear a la competencia ya que se con eso se conoce sobre el poder del mercado, entrada de nuevas empresas, salida de las empresas, innovación y eficiencia, elevación de costo de los rivales, etc.

3.7.1.1 Hallazgos

Mediante el estudio realizado a los clientes internos con un total de 9 personas se ha obtenido los siguientes resultados:

- El 100% consideran que no se ha implementado un sistema de gestión de calidad
- El 100% manifiesta que la empresa no cuenta con documentos que indiquen las políticas de calidad y los objetivos
- El 78% de los clientes internos considera que Si se toman decisiones y estrategias para alcanzar los objetivos de la empresa.
- El 67% de los clientes internos manifestó que la empresa Si comunica a todas las personas que la integran sobre la importancia de satisfacer los requerimientos del cliente.
- El 62% de los clientes internos considera que la administración Siempre asigna todos los recursos necesarios para cumplir con los objetivos y la planificación.
- El 89% de los clientes internos manifiesta que existen los suficientes controles de calidad en la elaboración de los productos
- El 67% de los clientes internos manifiesta que la empresa dispone de un sistema de comunicación apropiado que asegure la correcta interacción de sus miembros.
- El 56% de los clientes internos manifiesta que la empresa No dispone de un manual que incluya políticas de atención al cliente
- El 56% de los clientes internos manifiesta que la empresa No controla los dispositivos de medición y seguimiento post venta en los clientes
- El 67% de los clientes internos manifiesta que la empresa si dispone de mecanismos para evaluar y monitorear a su competencia

3.7.2 Tabulación de Encuestas a Clientes Externos de la empresa “Bellas Artes”

1.- ¿El producto entregado por la empresa cumple con las especificaciones de su pedido?

Tabla 13-3: Pregunta 1 Clientes Externos

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	296	89%
NO	37	11%
TOTAL	333	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Inca, P. 2019

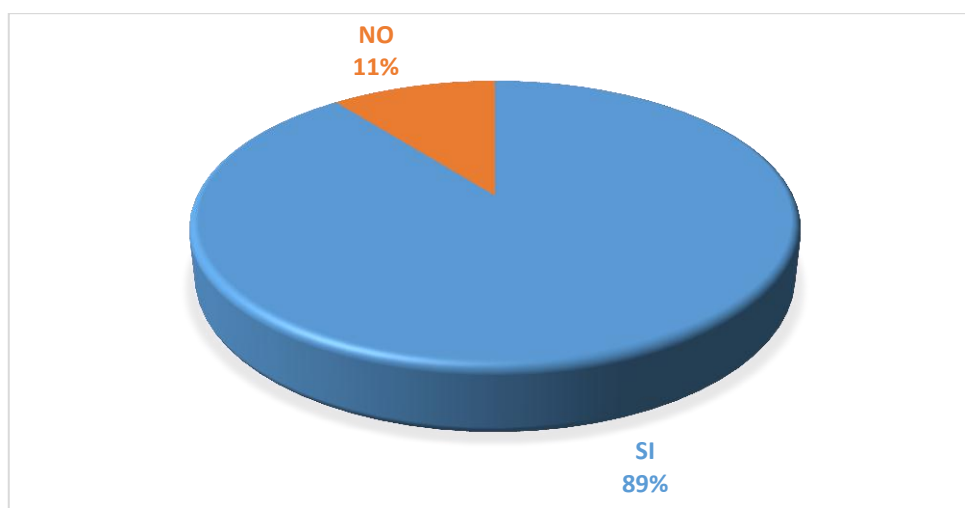


Gráfico 11-3: Pregunta 1 Clientes Externos

Elaborado por: Inca, P. 2019

Análisis e interpretación.- Del total de encuestados el 87 % respondieron que su trabajo si responde a las características de su pedido, mientras que un 11 % consideran que no cumple las especificaciones.

Podemos apreciar que en esta interrogante los clientes de la empresa piden que los productos sean entregados de acuerdo a su pedido como un requisito para consumir el trabajo y servicio de la Empresa “Bellas Artes”, en lo que corresponde al porcentaje de clientes que no están satisfechos es urgente tomar acciones para que el porcentaje no se incremente y de ser posible se reduzca gradualmente.

2.- ¿En relación a otras empresas Ud considera que los productos de la empresa “Bellas Artes”, son de:?

Tabla 14-3: Pregunta 2 Clientes Externos

VARIABLE	FRECUENCIA	%
CALIDAD ALTA	273	82%
CALIDAD MEDIA	40	12%
CALIDAD BAJA	20	6%
TOTAL	333	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Inca, P. 2019

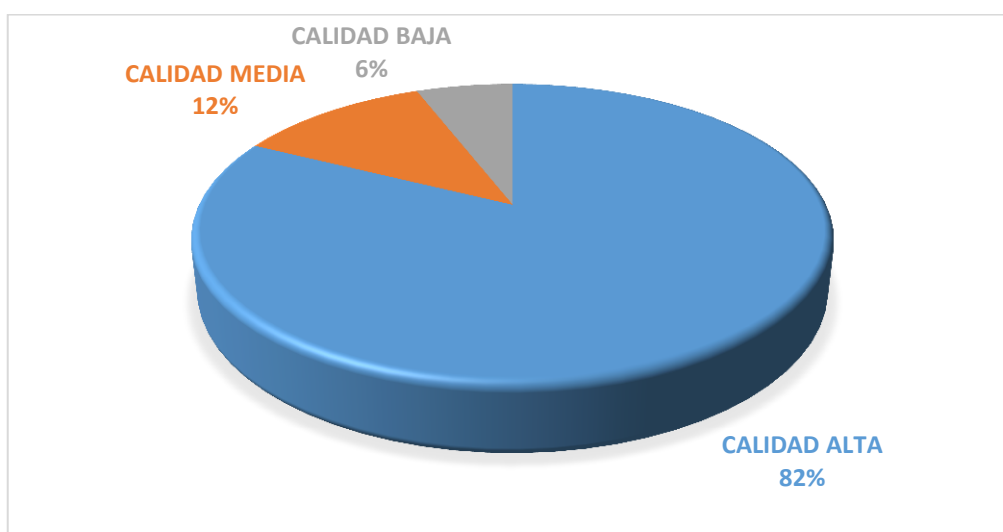


Gráfico 12-3: Pregunta 2 Clientes Externos

Elaborado por: Inca, P. 2019

Análisis e interpretación.- El 82 % de los encuestados manifiestan que los productos de la empresa tienen alta calidad, mientras que el 12% dice que los productos tienen calidad media, y el 6 % califica como mala la calidad de los productos de la empresa con respecto a otras empresas. Esto debe comprometer a la empresa a mantener altos estándares de calidad en sus productos y realizar un análisis a los productos que aun tienen defectos o sus procesos con un mejor control de calidad

3.- ¿Los tiempos de entrega de los trabajos considera aceptables?

Tabla 15-3: Pregunta 3 Clientes Externos

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	213	64%
NO	120	36%
TOTAL	333	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Inca, P. 2019

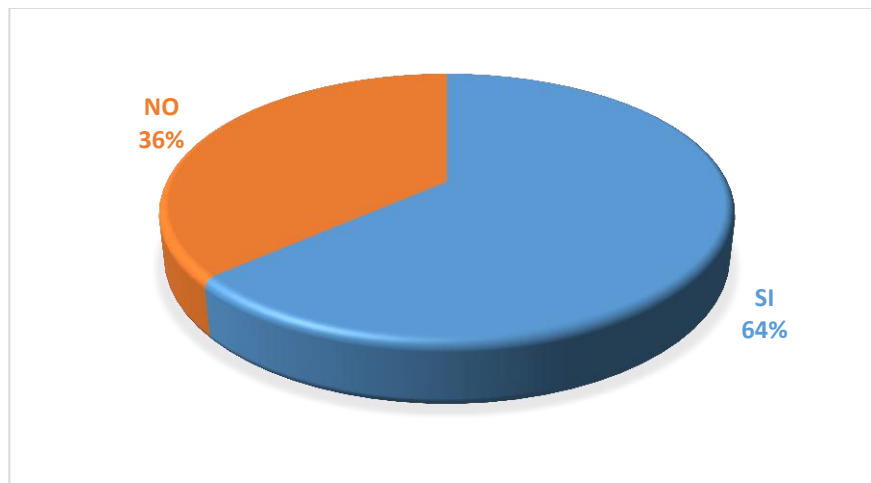


Gráfico 13-3: Pregunta 3 Clientes Externos

Elaborado por: Inca, P. 2019

Análisis e interpretación.- El 64 % de los encuestados califican como aceptable el tiempo de entrega de los productos de la empresa mientras que el 36% manifiesta que los productos no han sido entregados a tiempo. Esto nos indica que la empresa tiene problemas en su sistema de operación debido a que si bien pueden salir los productos con alta calidad pero se genera una demora, lo cual puede ser ocasionado por desconocimiento de los tiempos de producción por parte de atención al cliente.

4.- ¿La empresa dispone de políticas de comunicación mediante redes sociales?

Tabla 16-3: Pregunta 4 Clientes Externos

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	203	61%
NO	130	39%
TOTAL	333	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Inca, P. 2019

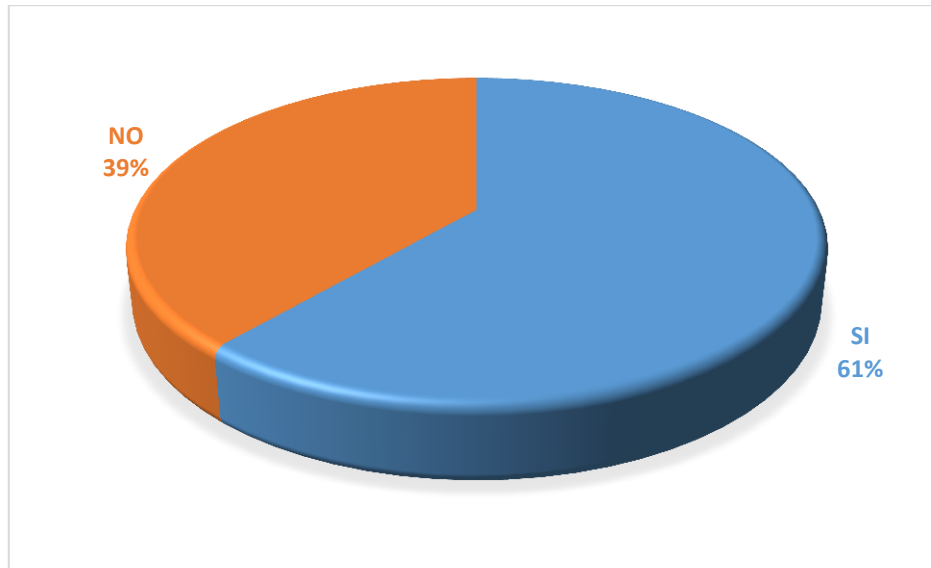


Gráfico 14-3: Pregunta 4 Clientes Externos

Elaborado por: Inca, P. 2019

Análisis e interpretación.- El 61% de los encuestados dicen que la empresa si dispone de comunicación a través de redes sociales; así mismo el 39% dice no conocer a la empresa a través de medios digitales. Podemos interpretar este resultado como importante para la empresa, debido a que en la actualidad las personas frecuentan el uso de redes sociales para comunicarse entonces es necesario buscar estrategias para establecer comunicación con los clientes a través de esta vía.

5.- ¿Ud cómo califica la presentación interior y exterior de la empresa “Bellas Artes”?

Tabla 17-3: Pregunta 5 Clientes Externos

VARIABLE	FRECUENCIA	%
EXCELENTE	100	29%
MUY BUENO	196	59%
BUENO	30	9%
REGULAR	7	2%
TOTAL	333	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Inca, P. 2019

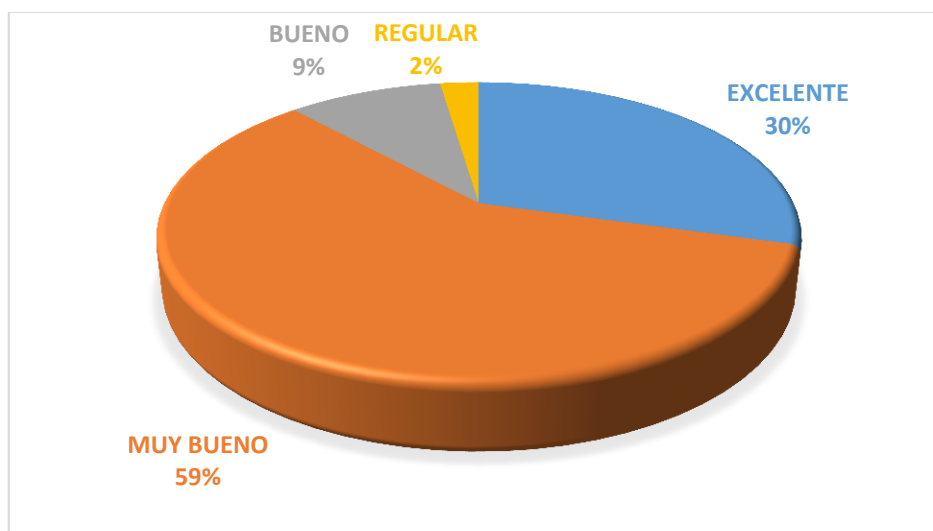


Gráfico 15-3: Pregunta 5 Clientes Externos

Elaborado por: Inca, P. 2019

Análisis e interpretación.- El 30% de los encuestados dicen que la presentación es excelente, el 59% dice que es muy bueno, un 9% se refiere a que es bueno y el 2% califica como regular. La presentación interior y exterior de la empresa es lo que se proyecta hacia los clientes, por tanto la muestra encuestada nos dice que si esta bien pero que debemos mejorar.

6.- ¿Cómo califica la atención de los operadores de la empresa?

Tabla 18-3: Pregunta 6 Clientes Externos

VARIABLE	FRECUENCIA	%
MUY SATISFACTORIA	73	22%
SATISFACTORIA	200	60%
POCO SATISFACTORIA	57	17%
NADA SATISFACTORIA	3	1%
TOTAL	333	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Inca, P. 2019

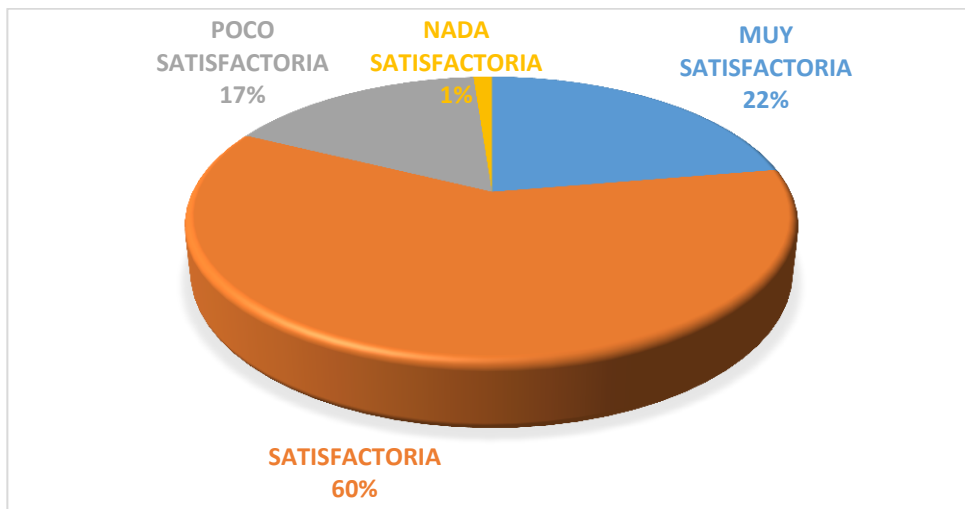


Gráfico 16-3: Pregunta 6 Clientes Externos

Elaborado por: Inca, P. 2019

Análisis e interpretación.- Un 22% de encuestados dice que la atención al cliente es muy satisfactoria, el 60% de los clientes encuestados nos manifiesta que la atención es satisfactoria, el 17% de la gente dice estar poco satisfecha y el 1% dice que nada satisfactoria. Al igual que en otras áreas la clientela de la empresa si está satisfecha con la atención de los operadores, sin embargo será necesario establecer mejoras a fin que se produzca una fidelización del cliente.

3.7.2.1 Hallazgos

Mediante el estudio de la base de datos de la empresa “Bellas Artes”, se determina un universo de 2500 clientes actuales, para lo cual se analizó los años 2016 y 2017 para sacar un promedio.

Luego de la aplicación se obtuvieron los siguientes hallazgos:

- El 89% de clientes están satisfechos con las características de los productos solicitados a la empresa cuando hicieron su pedido.
- El 82% dicen que respecto a la competencia los productos de la empresa Bellas Artes son de alta calidad.
- El 64%, manifiesta que se entregó a tiempo su pedido y queda un porcentaje adicional en los que no están de acuerdo con el tiempo que demora la empresa en entregar sus trabajos.
- El 61% de los clientes conocen a la empresa en redes sociales lo que ayuda a mejorar su comunicación y solicitan sus pedidos o consultan a través de este medio virtual.
- El 59% califica a la presentación de la empresa interior y exterior como muy buena esto facilita la identificación de la empresa para la localización por parte de sus clientes.
- El 60% dice que la atención de los operadores de la empresa es satisfactoria, indicándonos que es necesario establecer mejores mecanismos de atención al cliente para elevar el grado de satisfacción y de fidelización.

CAPÍTULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 Antecedentes de la propuesta

De acuerdo con la información obtenida de las encuestas, se pudo evidenciar que no existe un Sistema de Gestión de la Calidad para la empresa de publicidad “Bellas Artes” de la ciudad de Riobamba.

Tampoco cuenta con documentos que indiquen las políticas de calidad y los objetivos que se deben seguir para que la empresa pueda mejorar continuamente en concordancia con los requisitos de la Norma ISO 9001-2015.

La presente propuesta constará de tres partes: la primera parte, en donde se analizarán los requisitos que constan en la norma ISO 9001-2015; la segunda parte, que corresponderá a los hallazgos del cumplimiento de los requisitos encontrados en la empresa “Bellas Artes” y que estarán de acuerdo a la Lista de Verificación y por último se planteará una propuesta de diseño del Sistema de Gestión de Calidad bajo la Norma ISO 9001-2015.

4.2 Alcance de la propuesta

El presente trabajo de investigación está enfocado en abarcar a todas las áreas intervinientes en la producción, compras, ventas y atención al cliente de la Empresa “Bellas Artes”

4.2.1 Limitaciones de la propuesta

La presente propuesta es válida para el tiempo y periodo en el cual se desarrolla este trabajo, pudiendo posteriormente adaptarse a la normativa local o estándares de calidad internacionales que se encuentren vigentes en la época.

4.2.2 Justificación e Importancia

En nuestro país las empresas que pertenecen al área de la publicidad, generalmente no están obligadas a cumplir con un marco mandatorio ni seguir lineamientos específicos que garanticen la calidad de sus productos.

Sin embargo, para la empresa “Bellas Artes” es importante contar con un Manual de la Gestión de la Calidad para garantizar estándares cada vez más competitivos y parámetros de calidad en sus productos a fin de generar mayor confianza en sus clientes

Este enfoque de adaptación a las nuevas exigencias del mundo competitivo y de los requerimientos por parte del cliente, se encuentran reflejadas en la nueva versión de la norma internacional ISO 9001:2015.

La nueva estructura de la norma le permitirá a la Empresa “Bellas Artes” conseguir ciertos beneficios concretos, los cuales son:

- Identificar y entender el contexto organizacional para determinar quiénes son afectados por el trabajo y qué se espera de la empresa
- Reducción de esfuerzos en el mantenimiento del sistema de gestión al introducir el enfoque basado en riesgo con el fin de centrar los recursos en las áreas/procesos de la organización con mayor probabilidad de causar no conformidades
- Mayor compatibilidad con otras normas de gestión de calidad, generando mayor facilidad cuando se manejen múltiples SGC.

**MANUAL DE CALIDAD SEGÚN LA NORMA ISO 9001-2015 PARA LA
EMPRESA DE PUBLICIDAD “BELLAS ARTES”**



DESTINATARIO _____	COPIA _____
Firma _____ Fecha _____	Controlada No.: _____ No controlada No.: _____

ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:
..... Patricio Inca Paguay ASPIRANTE Ing. Eduardo Ruben Espín Moya DIRECTOR DEL TRIBUNAL Ing. Edwin Patricio Pombosa Junez MIEMBRO DEL TRIBUNAL

4.3 Manual de Calidad según la Norma ISO 9001-2015

4.3.1 Introducción

El presente Manual de Calidad está compuesto por los requisitos que la Norma ISO 9001-2015, plantea la estructuración de un esquema de alto nivel que consta de diez puntos que se detallan a continuación:

4.3.2 Objeto y campo de aplicación

El objeto del presente Manual de Calidad es describir el Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) de la Empresa de Publicidad “Bellas Artes” basado en la norma ISO 9001:2015 para de esta manera ofertar productos de calidad cumpliendo con los parámetros, estándares y requerimientos de sus clientes, excediendo sus expectativas y bajo un concepto de mejora continua, lo que se muestra a través de:

- Un liderazgo adecuado desde la Alta Dirección y dirigido a todos sus niveles.
- Capacitaciones continuas al personal.
- Generar un clima organizacional apropiado para comprometer a los trabajadores a mantener una cultura de calidad y satisfacer las necesidades del cliente.
- Búsqueda de nuevas oportunidades de mejora para el sistema de calidad, haciendo partícipe a los clientes internos de la empresa.

4.3.3 Referencias normativas

El SGC de la Empresa de Publicidad “Bellas Artes” ha sido diseñado según las siguientes referencias normativas:

- Norma ISO 9001:2015 - Sistemas de Gestión de la Calidad - Requisitos.
 - Constitución Política del Ecuador
 - Ley Orgánica de Comunicación
 - Reglamento General a Ley Orgánica de Comunicación (Decreto No. 214)
 - Ley Orgánica de Defensa del Consumidor
 - Código de Trabajo
 - Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones
 - Norma ISO 9001:2015 Sistemas de gestión de la calidad-Requisitos
 - Norma ISO 9000:2015 Sistemas de gestión de la calidad-Fundamentos y vocabulario

- Normas INEN
- Reglamentos Interno de la empresa
- Reglamento de Seguridad y Salud en el trabajo
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor
- Ordenanzas y disposiciones municipales de la ciudad de Riobamba

4.3.4 Términos y definiciones del SGC

Los términos y definiciones empleados en el presente Manual de Calidad son los establecidos en la norma ISO 9000:2015 - Sistemas de Gestión de la Calidad-Fundamentos y Vocabulario.

Alta dirección: Se refiere a la persona o personas que gobiernan al más alto nivel una organización. Puede ser un director general, un gerente, un presidente, el consejo de administración, directores ejecutivos, socios directores, altos ejecutivos.

Ambiente de trabajo: Conjunto de condiciones laborales bajo las que se desempeñan las actividades objetivo de la organización. Se incluyen factores físicos, ambientales o de cualquier otro tipo que puedan afectar al producto o servicio final que la empresa ofrece a sus clientes. Aunque se hable de ambiente de trabajo no implica la necesidad de implantar un Sistema de Gestión Ambiental ISO14001 o un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo OHSAS18001.

Auditoría: Proceso por el que se obtienen evidencias y se evalúan objetivamente, por un tercero, para indicar el grado en el que se están cumpliendo los criterios de auditoría. Se puede considerar como un examen orientado a comprobar si las acciones llevadas a cabo para la calidad y sus resultados son acorde a lo esperado o planteado inicialmente.

Cliente: Parte interesada que recibe el producto o servicio de una organización. Define a una persona o entidad que adquiere un producto o servicio de otra. También puede hacer referencia a ciudadanos, usuarios, pacientes...o cualquiera que sea receptor de una organización.

Evidencia objetiva: Pruebas que ponen de manifiesto la existencia o veracidad de cualquier asunto. Cualquier información puede ser demostrada con hechos mediante exámenes, observación, medición.

Gerente: Persona que ejerce la autoridad, toma responsabilidades, lanza decisiones y cumple funciones directivas en nombre de la organización. Puede ser un propietario, un socio, el director gerente, el director, director general o un gerente.

Infraestructura: Conjunto de instalaciones, equipos y servicios necesarios para el normal desarrollo de una organización. Aquí se incluyen la planta física o edificio, los equipos, las instalaciones y servicios requeridos para el funcionamiento de la organización.

Mejora continua: Instrumento para contribuir a la capacidad de lograr los objetivos de la organización. Se podrá implementar cualquier actividad de mejora según la disponibilidad de recursos que tenga la entidad en cada momento.

Producto: Un producto es el resultado de un proceso dado en la organización. Pueden ser productos físicos, servicios, programas informáticos. En la norma ISO 9001:2008 la palabra producto engloba tanto a producto físico como a servicios, mientras que en la futura ISO 9001:2015 aparecerán los términos bienes y servicios.

Revisión: Actividad que garantiza la conveniencia, adecuación y eficacia de la cuestión objeto de revisión, para lograr los objetivos establecidos. Esta definición en ISO 9001:2008 se utiliza en la revisión por la dirección, revisión del diseño y desarrollo, la revisión de los requisitos de productos y clientes, la revisión de no conformidades y la revisión de los resultados de acciones correctivas y preventivas.

4.3.5 Contexto de la Organización

4.3.5.1 Comprensión de la organización y de su contexto para lo cual se realizó la matriz FODA la misma que se aprecia en el manual.

En este apartado la Alta Dirección encabezada por el Gerente General, ha determinado las cuestiones internas y externas que pueden incidir positiva o negativamente en la consecución de los objetivos de la empresa.

Para definir las cuestiones internas se ha tomado en consideración la Matriz EFI descrita en la tabla 5 (Pag. 29) de este documento:

- Atención al cliente
- Asignación de recursos necesarios para la producción

- Sistema de comunicación interno
- Calidad de los productos
- Sistema de Gestión de la Calidad
- Manuales de la empresa
- Estrategias de marketing
- Políticas de Calidad

Para definir las cuestiones externas se ha tomado en consideración la Matriz EFE descrita en la tabla 4 (Pag. 28) de este documento:

- Competencia
- Nuevos impuestos
- Inestabilidad política, económica y social
- Políticas municipales para el sector publicitario
- Redes sociales para promoción de la marca
- Capacitación externa
- Emprendimientos
- Acceso a compras públicas

Tabla 1-4: FODA Empresa "Bellas Artes"


FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Excelente atención al cliente • Asignación de recursos necesarios para la producción • Sistema de comunicación interno establecido • Productos de calidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales para promoción de la marca • Capacitación externa en gestión de marcas y desarrollo de productos publicitarios • Instalación de nuevas empresas y emprendimientos de la ciudad y cantones aledaños • Acceso a compras públicas de entidades estatales
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • No existe un Sistema de Gestión de la Calidad • No existen Manuales de la empresa (procesos, atención al cliente, funciones) • Falta de estrategias de marketing • No existen documentos que indiquen las políticas de calidad de la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de la competencia • Nuevos impuestos • Inestabilidad política, económica y social • Políticas municipales para el sector publicitario

Fuente: Empresa "Bellas Artes"

Elaborado por: Inca, P. 2019

Se ha realizado un análisis PEST (Político, Económico, Socio-cultural y Tecnológico) para determinar los factores positivos y negativos que afectan externamente a la Empresa “Bellas Artes”.

Tabla 2-4: Análisis PEST

	EMPRESA DE PUBLICIDAD “BELLAS ARTES”	Código:	SGR/COR: 001-01
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	
1. OBJETIVO Determinar el entorno interno y externo de la Empresa “Bellas Artes”; que fijen el propósito y dirección estratégica y que además intervienen en el logro de los resultados.			
2. ACTIVIDADES Elaborar el análisis PEST (Político, Económico, Socio-culturales y Tecnológicos)			
ANÁLISIS PEST			
Entorno Externos		OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Político/Legal	<ul style="list-style-type: none"> • Acuerdos comerciales con la Unión Europea y otros países. • Creación de alianzas estratégicas con organismos internacionales • Políticas públicas para la reactivación del sector productivo • Inestabilidad política • Leyes para la protección del medio ambiente. 	<p style="text-align: center;">X</p> <p style="text-align: center;">X</p> <p style="text-align: center;">X</p> <p style="text-align: center;">X</p>	<p style="text-align: center;">X</p>
Económico	<ul style="list-style-type: none"> • Altos costos de la materia prima • Insuficiente capital para la adquisición de maquinaria de mayor tecnología. • Programas de acceso a financiamiento y líneas de crédito para las pymes. • Empresa que dinamiza la economía local y genera fuentes de empleo. 	<p style="text-align: center;">X</p> <p style="text-align: center;">X</p>	<p style="text-align: center;">X</p> <p style="text-align: center;">X</p>
Socio-cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Escasa ayuda del gobierno local para brindar capacitaciones y charlas 		<p style="text-align: center;">X</p>


	<p>para cámaras artesanales, gremios o asociaciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poca competitividad entre empresas manufactureras y productores nacionales • Exigencia en el cumplimiento de altos estándares de calidad de los productos y servicios • Compromiso con el medio ambiente en el uso de químicos y sustancias tóxicas. 		<p>X</p> <p>X</p>
Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento acelerado de la tecnología • Uso de las TIC para difundir la imagen corporativa de la empresa. • Utilización de medios de comunicación para promocionar los productos elaborados en la empresa. • Adquisición de nuevas tecnologías para la producción 	<p>X</p> <p>X</p> <p>X</p>	<p>X</p>
<p>4. SEGUIMIENTO Y REVISIÓN</p> <p>Es necesario que la empresa lleve un seguimiento y revisión de la información mencionada en el cuadro, por lo menos una vez al año y de esta manera determinar si han existido cambios o mejoras en los aspectos interno o externos de la misma.</p>			
<p>5. RESPONSABLE</p> <p>El responsable a cargo del seguimiento, revisión y mejoramiento de la información será la Alta Dirección que está a cargo del señor Gerente General de la Empresa “Bellas Artes”</p>			

Elaborado por: Inca, P. 2019

4.3.5.2 Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas

Se ha determinado como partes interesadas al Gerente General, Trabajadores, Clientes, Proveedores, y Gobierno, a continuación en la Tabla se puede observar sus intereses y expectativas:

Tabla 3-4: Necesidades y expectativas de las partes interesadas

		EMPRESA DE PUBLICIDAD “BELLAS ARTES”		Código: SGR/PINE: 001-01
				Vigencia: Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020
ELABORADO POR:		REVISADO POR:		APROBADO POR:
1. OBJETIVO Determinar las partes interesadas de la empresa “Bellas Artes” y sus necesidades y expectativas				
2. ACTIVIDADES Definir cada una de las partes interesadas que conforman el SGC				
Parte Interesada	Necesidades	Expectativas	Observación	
Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> Incrementar las ganancias de la empresa, crecimiento en el mercado local 	<ul style="list-style-type: none"> Minimizar los riesgos económicos, sociales y medio ambientales, para que aumente el retorno de la inversión; Alcanzar objetivos trazados a corto, mediano y largo plazo para la obtención de rentabilidad en la empresa. 	Encontrar alternativas de posicionamiento en el mercado local	
Trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> Salarios justos acorde al mercado laboral y los beneficios de ley. Cumplimiento a cabalidad de la legislación laboral vigente. Crecimiento profesional. Ambiente de trabajo seguro donde el riesgo de accidentes se encuentre 	<ul style="list-style-type: none"> Brindar talleres y cursos de capacitación. Seguridad Laboral y cumplimiento de normativas laborales 	Solucionar las necesidades de los trabajadores para obtener un mayor rendimiento y un trabajo eficiente y eficaz	


	controlado		
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Productos y servicios que satisfagan sus requerimientos. • Tener la confianza de que se adquiere un producto de calidad. • Garantía en sus compras 	<ul style="list-style-type: none"> • Actualizar y mejorar la calidad del producto. • Seguridad en cada una de las ventas. • Cumplir con la Ley de Defensa del Consumidor. 	Brindar una excelente atención al cliente
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Proveer de insumos a la empresa • Formar relaciones de beneficio mutuo y de largo plazo, de manera que genere valor para ambas partes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Productos de calidad y con garantía • Facilidad de entrega y pago 	Fortalecer y mejorar los insumos que son la materia prima con la cual se elaboran los productos que oferta la Empresa “Bella Artes”
Gobierno	<ul style="list-style-type: none"> • Que se cumpla con la legislación vigente en jurisprudencia laboral, Seguridad Ocupacional, de medio ambiente, ordenanzas municipales, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> • Un estricto cumplimiento de las leyes y reglamentos del país y de la ciudad 	Buscar ayuda estatal para financiamiento y promoción de nuestros productos.

Elaborado por: Inca, P. 2019

4.3.5.3 Determinación del alcance del sistema de gestión de la calidad

El objetivo del presente Manual de Calidad es describir el Sistema de Calidad que la Empresa “Bellas Artes” ha implementado según la norma ISO 9001:2015 aplicables a la producción, almacenamiento, comercialización y distribución de sus productos (gigantografías, bandas, colchas taurinas).

Tabla 4-4: Alcance del SGC

 BELLAS ARTES DISEÑO & IMPRESIÓN <small>Rocaforte Potosuñta - Umasú y Olla - Barro Surutato - Tlf: 021267104</small>	EMPRESA DE PUBLICIDAD “BELLAS ARTES”	Código:	SGR/AGC: 001-01
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	
Elaborado por: Patricio Inca paguay	Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	
1. OBJETIVO			
Determinar el alcance del SGC en la empresa “Bellas Artes”			
2. ACTIVIDADES			
Definir los productos y servicios de la Empresa “Bellas Artes”			
PRODUCTOS		SERVICIOS	
<ul style="list-style-type: none"> • Rótulos panelados • Vallas Publicitarias • Señalética • Gigantografías • Bandas para reinas (satín, gamuza y terciopelo) • Colchas taurinas (gamuza, terciopelo) 		<ul style="list-style-type: none"> • Atención al Cliente • Impresión para diseñadores 	

Elaborado por: Inca, P. 2019

4.3.5.4 Sistema de gestión de calidad y sus procesos

La empresa mantiene un Mapa de Procesos (Ver Anexos C), que muestra la totalidad de procesos clasificados como estratégicos, operativos y apoyo; y su interacción entre ellos para satisfacer las necesidades de los clientes. Además constan los diagramas de cada uno de los procesos establecidos en el mapa (Ver Anexo D)

4.3.6 Liderazgo

4.3.6.1 Liderazgo y compromiso

El Gerente General de la Empresa “Bellas Artes, quien es el representante de la Alta Dirección, demuestra su liderazgo en el Sistema de Gestión de Calidad, estableciendo políticas y normas que permitan mejorar constantemente la eficacia y efectividad, de su trabajo.

MISIÓN

Proveer soluciones integrales de publicidad de alta calidad a nuestros clientes; basados en nuestra experiencia y la incorporación de nuevas tecnologías procurando la rentabilidad de la empresa y la satisfacción de nuestros clientes.

VISIÓN

Ser una empresa competitiva en el mercado de publicidad, utilizando procesos automatizados con tecnología de punta amigable con el ambiente, personal altamente calificado, con cobertura a nivel regional en el mediano plazo.

POLÍTICAS

Precio justo

Mantener estabilidad en los precios procurando un margen de rentabilidad adecuado que permita el desarrollo de la empresa y un beneficio para el cliente.

Entrega a tiempo

La entrega del producto en el día y hora pactados permitirá a la empresa gozar de la entera confianza de sus clientes, obteniendo la fidelización de los mismos.

Productos producidos con BPM

La producción de “Bellas Artes” en sus tres líneas, trabajan con buenas prácticas de manufactura recomendadas por la junta nacional de defensa del artesano.

Innovación

La empresa bellas artes entiende a la innovación no solo como el avance tecnológico sino el cambio de mentalidad permanente de su talento humano, la innovación nace de la capacidad de su talento para crear, imaginar y proponer mejoras a los procesos.

VALORES CORPORATIVOS

Honestidad

Como personas y como empresa, actuamos y tomamos decisiones dentro de lo que indica la ley, nuestro código de ética y nuestros valores. La honestidad tiene que ver con la honradez, la decencia, la transparencia, la rectitud, la confianza, y el respeto hacia la empresa y hacia las demás personas dentro y fuera de ella.

Trabajo en equipo

Todos los niveles de la operación participamos y conocemos los detalles del área de la cual somos responsables. Buscamos conocer el mercado y negocio con información de primera mano; no tomamos decisiones basadas exclusivamente en conceptos teóricos.

Orden y Disciplina

El orden y disciplina tiene que ver con eficiencia, con dinamismo, con acatar las políticas y lineamientos de la dirección. Reflejan el grado de compromiso que las personas tienen con nuestra empresa y son la base para obtener resultados de manera más rápida. La agilidad es un elemento indispensable para ser competitivo en nuestro sector.

Eficiencia

Buscamos la eficiencia y rentabilidad en todas nuestras acciones sobre todo en períodos de prosperidad. Enfocamos nuestros gastos en lo estrictamente necesario para alcanzar el éxito de las operaciones.

Tabla 5-4: Perfil del puesto de Gerente General

	EMPRESA DE PUBLICIDAD “BELLAS ARTES”	Código:	SGC/: 001-01
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020
DESCRIPCIÓN Y PERFIL DEL PUESTO DE GERENTE GENERAL			
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	
Elaborado por: Patricio Inca paguay	Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	
1.- INFORMACIÓN BÁSICA Puesto: Gerente General Nivel: Ejecutivo Formación: Ingeniería en Administración de Empresas o afines Experiencia laboral: 5 años dedicados al área administrativa y alta gerencia			
2.- DESCRIPCIÓN DEL CARGO <ul style="list-style-type: none"> • Dirigir y controlar al personal que la labora en la Empresa “Bellas Artes”, además de tomar decisiones gerenciales que permitan encaminar al negocio hacia la prosperidad. 			
3.- FUNCIONES <ul style="list-style-type: none"> • Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades del giro del negocio de la empresa • Verificar que se cumpla actividades dentro del tiempo determinado • Capacitar al personal al menos cuatro veces al año en temas relacionados con el desarrollo de la especialidad del talento humano y temas de desarrollo humano. • Emplear normativas de reglamento interno • Gestionar el crecimiento de la empresa sustentado en la planificación estratégica, sus objetivos y apegados a las disposiciones legales determinadas para el sector en la constitución, las leyes y sus reglamentos. • Asignar los materiales para la fabricación y producción • Comunicación de la importancia del sistema de gestión de la calidad y gestión de la toma de conciencia y la participación de los colaboradores. • Establecer la política y objetivos de calidad, para el sistema de gestión de la calidad, que sean compatibles con el contexto y la dirección estratégica de la organización. • Planificar y elaborar procesos los cuales permitan una mejor funcionalidad en cada área. • Asegurar que los recursos necesarios para el sistema de gestión de la calidad estén disponibles. • Promover la integración social, cultural y deportiva de quienes forman parte de la empresa y en lo posible de sus familias 			
4.- COMPETENCIAS <ul style="list-style-type: none"> • Compromiso con la empresa • Pro actividad • Comunicación interpersonal • Orientación a la mejora continua • Orientación a principios, métodos y procedimientos • Dominio de distintas normas de gestión • Liderazgo • Trabajo en equipo • Poder de negociación • Aprovechamiento de recursos • Conocimiento de los procesos de la empresa • Conocimiento de los requisitos legales de la empresa • Conocimiento de los productos y servicios de la empresa 			
5.- RELACIONES DEL PUESTO <ul style="list-style-type: none"> • Director del SGC • Departamento de Producción • Departamento de Contabilidad • Departamento de Atención al Cliente 			

Elaborado por: Inca, P. 2019

Enfoque al cliente

Ya que el cliente es parte fundamental en el SGC, es importante que la Alta Dirección se cerciore que las necesidades de los mismos sean identificadas, con el propósito de controlar su cumplimiento y satisfacerlas completamente. Los requisitos se identifican al momento del pedido del producto hasta su correspondiente entrega.

Es necesario realizar una evaluación de satisfacción del cliente mediante una encuesta, sugerencias y recomendaciones, atención de quejas y reclamos.


Los procedimientos operativos estandarizados y formatos relacionados con este requisito son:

- Atención de quejas y reclamos de clientes (Ver Anexo G)
- Encuesta de satisfacción al cliente (Ver Anexo G)
- Reporte Revisión por la Dirección (Ver Anexo G)

4.3.6.2 Política de Calidad

La Política de Calidad ha sido parte de la filosofía de la Empresa “Bellas Artes” y la Alta Dirección asegura que el personal lo tenga muy claro, para asegurar calidad en el servicio y los productos que se ofertan.

Tabla 6-4: Política de Calidad

	EMPRESA DE PUBLICIDAD “BELLAS ARTES”	Código:	SGC/: 001-01
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020
DESCRIPCIÓN Y PERFIL DEL PUESTO DE GERENTE GENERAL			
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	
Elaborado por: Patricio Inca paguay	Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	
POLÍTICA DE CALIDAD DE EMPRESA DE PUBLICIDAD “BELLAS ARTES” <i>“Mantener un firme compromiso con nuestros clientes para satisfacer sus necesidades y expectativas, garantizando calidad en la atención y elaboración de los productos que ofertamos al público en general”</i>			

Elaborado por: Inca, P. 2019

Por lo tanto como la política de calidad de la Empresa “Bellas Artes” se enfoca en satisfacer a sus clientes, se cumplen los siguientes compromisos para lograrlo:

- Mejorar continuamente la calidad de sus productos
- Atención oportuna en los requerimientos de calidad pertinentes
- Mantener precios y condiciones de pago razonables y competitivos soportados sobre una tecnología y una infraestructura adecuada, sobre procesos eficientes y eficaces.

4.3.6.3 Roles, responsabilidades y autoridades en la organización

El Gerente General de la Empresa “Bellas Artes”, está en la obligación de asegurarse que los trabajadores cumplan con las responsabilidades a ellos asignados, así como también promover el enfoque al cliente y asegurarse que la integridad del sistema de gestión de calidad se mantenga cuando se planifique o implementen cambios en el mismo.

Para lo cual se establece el organigrama de la empresa y la definición de roles, responsabilidades y autoridades dentro de la empresa:

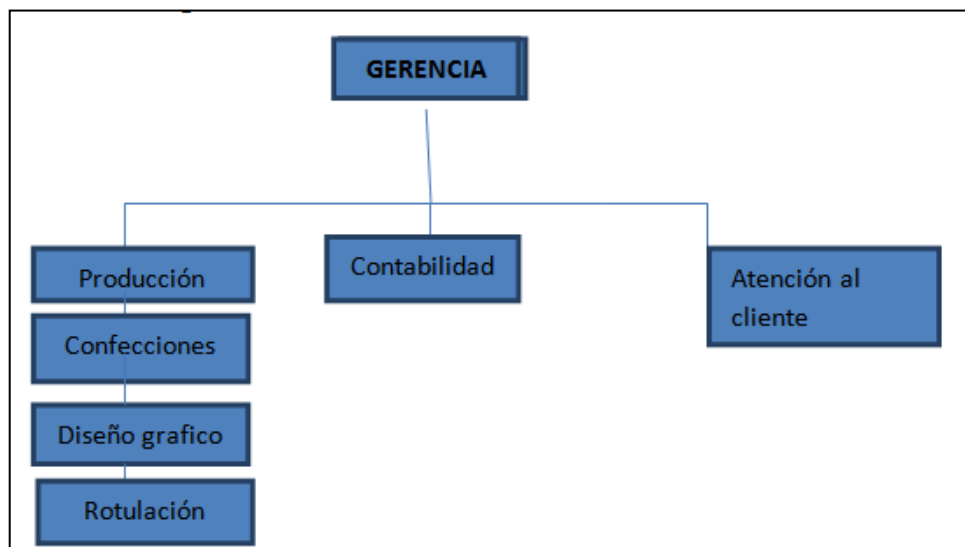



Gráfico 1-4: Organigrama de la Empresa "Bellas Artes"

Fuente: Empresa "Bellas Artes"

Elaborado por: Inca, P. 2019

Tabla 7-4: Cuadro de Roles, Responsabilidades y Autoridades

	EMPRESA DE PUBLICIDAD “BELLAS ARTES”	Código:	SGC/RA: 001-01		
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020		
ROLES, RESPONSABILIDADES Y AUTORIDADES					
ELABORADO POR:		REVISADO POR:		APROBADO POR:	
Elaborado por: Patricio Inca paguay		Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez		Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	
PROCESO DE LA EMPRESA		ROLES			
		GERENTE GENERAL	JEFE DE PRODUCCIÓN	CONTADORA	JEFE DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y VENTAS
Administración		RA			
Planificación del SGC		RA	RA		
SGC y sus procesos		RA	RA		
Compras			RA	RA	
Ventas					RA
Recursos		RA			
Financiero				RA	
Talento Humano		RA			
Producción		RA	RA		


Elaborado por: Inca, P. 2019

4.3.7 Planificación

4.3.7.1 Acciones para abordar riesgos y oportunidades

La Empresa “Bellas Artes” debe tomar en consideración los riesgos y oportunidades de mejora que se pueden presentar en el Sistema de Gestión de Calidad.

La Gestión de riesgos es un aspecto muy importante ya que ayuda a detectar posibles inconformidades que afectan a la calidad del producto y/o servicio. Se realiza el análisis de los riesgos y las correspondientes acciones correctivas a implementar.


	EMPRESA DE PUBLICIDAD “BELLAS ARTES”	Código:	SGC/ARO: 001-01		
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020		
ACCIONES PARA ABORDAR RIESGOS Y OPORTUNIDADES					
ELABORADO POR:		REVISADO POR:		APROBADO POR:	
Elaborado por: Patricio Inca paguay		Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez		Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	
1.- DETERMINACIÓN Y VALORACIÓN DE RIESGOS Y OPORTUNIDADES					
Económicos, sociales, tecnológicos, estratégicos, operativos, financieros y del medio ambiente		VALORACIÓN DE RIESGOS			
		ALTO 4	MEDI O 3	MODERAD O 2	BAJO 1
R1: Crisis económica del país, que repercute en un aumento en el desempleo, por lo tanto menos circulante y menos inversión.		X			
R2: La población se ha adaptado con facilidad a los cambios económicos que vive hoy en día el país.				X	
R3: La evolución, el desarrollo y las tendencias del mercado han provocado que sea cada vez más competitivo en la elaboración de diseños			X		
R4: La oferta de empleo local no tenga la habilidad y competencia necesaria y suficiente				X	
R5: Reducción de ingresos, por disminución de circulante en el mercado.			X		
R6: Exigencia de organismos estatales con normativas para el cuidado, protección del medio ambiente y seguridad laboral para los trabajadores.				X	
2.- DESCRIPCIÓN DE LA VALORACIÓN DE LOS RIESGOS					
VALORACIÓN	CONSECUENCIA	CRITERIO/IMPACTO			
1	Insignificante	Inconveniencia o molestia transitoria. Se puede corregir rápidamente. Nada reportable a la alta dirección. No hay productos o servicios no conformes: Mínima insatisfacción de personal o el cliente. Pérdida financiera insignificante			
2	Menor	Ocasiona daños temporales localizados. Incidente reportable a la Alta Dirección. Afectación menor a la conformidad de productos y servicios. Algunos problemas de insatisfacción del personal o el cliente.			
3	Crítico	Impacto moderado en ciertos recursos. Incidente reportable a la alta dirección con seguimiento. Correcciones en productos o servicios no conformes. Reportable a organismos legales con corrección. Problemas generalizados de insatisfacción del personal o el cliente.			
4	Catastrófico	Impacto serio en los recursos. Significativa pérdida de mercado. Reportable a la alta dirección con seguimiento de su parte y acción correctiva. Correcciones a grupos de productos y servicios no conformes. Intervención seria de organismos			

		legales. Alta rotación de personal. Perdida financiera controlable		
3.-ACCIONES PARA ABORDAR RIESGOS Y OPORTUNIDADES				
Riesgo	Acción	Responsable	Fecha de terminación	Fecha de revisión
Crisis económica del país, que repercute en un aumento en el desempleo, por lo tanto menos circulante y menos inversión.	Promover estrategias de marketing como promociones y descuentos	Jefe de Atención al Cliente y Ventas	Julio 2019	Julio 2019
La población se ha adaptado con facilidad a los cambios económicos que vive hoy en día el país.	Crear una nueva sucursal	Gerente General	Diciembre 2019	Diciembre 2019
La evolución, el desarrollo y las tendencias del mercado han provocado que sea cada vez más competitivo en la elaboración de diseños	Crear nuevos diseños, con nuevos materiales Crear un catálogo de productos para promocionarlo a través de las redes sociales	Gerente General Contadora Jefe de Atención al Cliente y Ventas	Junio 2019	Junio 2019
La oferta de empleo local no tenga la habilidad y competencia necesaria y suficiente	Crear un departamento especializado en la selección de Talento Humano	Gerente General	Agosto 2019	Agosto 2019
Reducción de ingresos, por disminución de circulante en el mercado.	Aplicar los requisitos del SGC	Gerente General	Julio 2019	Julio 2019
Exigencia de organismos estatales con normativas para el cuidado, protección del medio ambiente y seguridad laboral para los trabajadores.	Cumplimiento de las leyes, reglamentos y normativas vigentes para el cuidado del medio ambiente y seguridad laboral	Gerente General	Junio 2019	Junio 2019

Elaborado por: Inca, P. 2019


4.3.8 *Objetivos de la calidad y planificación para lograrlos*

Los objetivos de calidad son establecidos por la Alta Dirección y deben ser difundidos en cada nivel de la organización. El objetivo del presente Manual de Calidad es describir el Sistema de Calidad que la Empresa “Bellas Artes” ha implementado según la norma ISO 9001:2015 aplicables a cada nivel de la empresa.

	EMPRESA DE PUBLICIDAD “BELLAS ARTES”	Código:	SGC/OC: 001-01
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020
OBJETIVOS DE CALIDAD			
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	
Elaborado por: Patricio Inca paguay	Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	
PROCESO	NIVEL	OBJETIVOS DE LA CALIDAD	
Administración	Estratégico	1.- Alcanzar un crecimiento sostenible del 10% anual 2.- Incrementar la presencia de los productos de la empresa en el mercado un 10 % anualmente.	
Producción	Operativo	3.- Producir los artículos publicitarios en el tiempo y plazo establecidos en un 95% 4.-Reducir al 5% las no conformidades de los productos	
Ventas	Operativo	5.- Organizar o asistir a 4 campañas publicitarias anuales a nivel regional. 6.- Incrementar las ventas en un 10% anual	
Financiero	Apoyo	7.- Gestionar un 50% del financiamiento anual para los planes y proyectos de la empresa.	
Talento Humano	Apoyo	8.- Aplicar 4 capacitaciones anuales al talento humano de acuerdo a los requerimientos	
Atención al Cliente	Apoyo	9.-Lograr un 95% de satisfacción del cliente, cumpliendo todas sus expectativas	

Elaborado por: Inca, P. 2019

La Alta Dirección, determina las acciones, recursos, responsables del proceso, tiempo y cómo se evaluarán los resultados para lograr los objetivos de calidad; para luego ser comunicado al personal de la organización.

 BELLAS ARTES DISEÑO & IMPRESIÓN <small>Ruiz de Alarcón 1444, Urb. Los Capatzen, C.A. 01000</small>	EMPRESA DE PUBLICIDAD "BELLAS ARTES"		Código:	SGC/OC: 001-01	
			Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020	
OBJETIVOS DE CALIDAD					
ELABORADO POR:		REVISADO POR:		APROBADO POR:	
Elaborado por: Patricio Inca paguay		Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez		Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	
ACCIONES	RECURSOS	RESPONSABLE	FECHAS INICIO-FIN	INDICADOR	TÉCNICAS
1.- Crear una nueva sucursal	Financieros, Humanos y Materiales	Gerente General	01-01-2019 01-01-2020	$\frac{\text{No. puntos de venta}}{\text{Ventas totales}} * 100$	Estudio de mercado
2.- Difundir la imagen corporativa mediante el uso de publicidad visual en prensa, televisión y redes sociales.	Financieros, Humanos y Materiales	Gerente General	01-01-2019 01-01-2020	$\frac{\text{Partic. Mercado An}}{\text{Partic. Mercado Ac}} * 100$	Contratación de medios de promoción
3.- Controlar el tiempo necesario para la elaboración de los productos	Humanos (personal capacitado)	Jefe de Producción	Mensual	$\frac{\# \text{Art. fuera de t}}{\# \text{Art. hechos a t}} * 100$	Órdenes de trabajo
4.- Control de las no conformidades de los productos	Humanos (personal capacitado)	Jefe de Producción y Ventas	Mensual	$\frac{U. Defectuosas}{\text{Total U. producidas}} * 100$	Encuestas
5.- Organizar o asistir a campañas publicitarias a nivel regional.	Financieros, Humanos y Materiales	Jefe de Ventas	01-01-2019 01-01-2020	$\frac{\# \text{Camp. Asistidas}}{4} * 100$	Invitaciones
6.- Ofrecer descuentos y promociones	Financieros, Humanos y Materiales	Jefe de Ventas	01-01-2019 01-01-2020	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} * 100$	Afiches y medios de promoción
7.- Solicitar créditos con condiciones a convenir.	Humanos	Contadora	01-01-2019 01-01-2020	$\frac{\text{Monto financiado}}{\text{Total Deuda}} * 100$	Tabla de Amortización
8.- Capacitar al personal	Financieros, Humanos	Talento Humano	01-01-2019 01-01-2020	$\frac{\# \text{Capacit Anuales}}{4} * 100$	Registro de capacitaciones
9.- Ofertar productos de calidad	Financieros, Humanos y Materiales	Jefe de Atención al Cliente	01-01-2019 01-01-2020	$\frac{\# \text{Clientes Satisfe}}{\text{Total clientes}} * 100$	Encuestas de satisfacción del cliente

Elaborado por: Inca, P. 2019

4.3.9 Planificación de los cambios

La Empresa “Bellas Artes” maneja un procedimiento de “Control de cambios” en el cual se indican los pasos a seguir ante algún cambio planificado en el SGC. Se tomará en cuenta quienes son los responsables de hacer seguimiento a los cambios y evaluar su eficacia, comparando con el escenario anterior al cambio, y determinar la viabilidad del cambio. El formato de Solicitud de Control de Cambios y el Registro de Control de Cambios se encuentran en los Anexos (Ver Anexo G)

4.4 Apoyo

4.4.1 Recursos

4.4.1.1 Personas

La Alta Dirección comunica al personal la estructura jerárquica y su interrelación entre cada uno de los trabajadores mediante la difusión del “Manual de Organización y Funciones”.

Para dar cumplimiento de los Requisitos del Sistema de Gestión de Calidad, se requiere del siguiente personal para los distintos puestos de trabajo, quienes será parte fundamental en la implementación de este Manual:

- Gerente general
- Jefe de Talento Humano
- Director de sistema de gestión de la calidad.
- Contadora
- Jefe de Ventas
- Jefe de Atención al Cliente
- Jefe de Producción (2 costureras, 1 diseñador gráfico y 1 operador)

4.4.1.2 Infraestructura

La Empresa “Bellas Artes” debe mantener una infraestructura apropiada para la correcta realización de las actividades asignadas a su personal, para lo cual debe asegurarse que la infraestructura siga cumpliendo con los requisitos necesarios para un normal desarrollo de actividades; tal como se detalla en el procedimiento Mantenimiento de instalaciones de la Empresa “Bellas Artes”.

La infraestructura de la Empresa “Bellas Artes”, tiene el siguiente diseño:

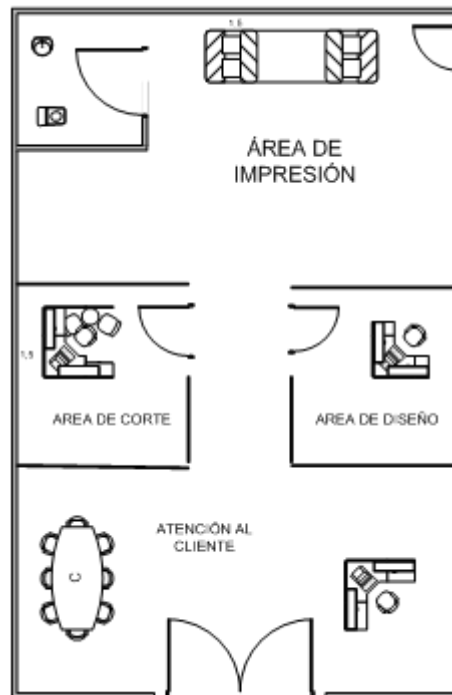


Gráfico 2-4: Esquema de la Infraestructura de la Empresa "Bellas Artes"
Fuente: Empresa Bellas Artes, 2017.

4.4.1.3 Ambiente para la operación de procesos

La Empresa “Bellas Artes” debe mantener un ambiente organizacional necesario para el correcto desempeño de su personal en los procesos del SGC.

La Empresa “Bellas Artes” debe realizar una encuesta de clima organizacional “Encuesta de clima organizacional”, con el fin de determinar la satisfacción que sienten los trabajadores en la organización, considerando diversos factores de interrelación.

4.4.1.4 Recursos de seguimiento y medición

La Empresa “Bellas Artes” mantiene el procedimiento “Calibraciones”, además, se realiza seguimiento al cumplimiento del documento “Programa anual de calibraciones”, en el cual se indican todos los instrumentos de medición que necesitan ser calibrados, sus fechas de vigencia y fecha próxima de calibración.

4.4.1.5 Conocimientos de la organización

La Empresa “Bellas Artes” adquiere sus conocimientos de fuentes internas y externas. Los conocimientos internos se refieren a los adquiridos por la experiencia en la ejecución de los procedimientos, conocimientos del personal que ya labora en la organización; mientras que los conocimientos externos son la nueva tecnología, actualizaciones de normas o nuevos procedimientos, capacitaciones externas, presentaciones en eventos nacionales e internacionales.

Todos los conocimientos que forman parte de la organización deben mantenerse y estar disponible en la medida que sea necesario.

4.4.2 Competencia

Se determina la competencia del personal mediante una evaluación de sus conocimientos del puesto, según el procedimiento Reclutamiento, selección, contratación e inducción del personal nuevo a la Empresa “Bellas Artes” para la contratación del personal.

4.4.3 Toma de conciencia

El personal de la Empresa “Bellas Artes” debe ser consciente del rol que desempeña dentro de la organización, para ello, deben entender y aplicar la Política de calidad y la importancia de su labor en el SGC.

La Alta Dirección, debe transmitir y fomentar la cultura de calidad en el personal operario y administrativo.

4.4.4 Comunicación

La Gerencia General debe establecer un sistema de comunicación eficiente en todos los niveles de la organización a fin de garantizar la difusión de las comunicaciones de interés general, así como los resultados de medición del SGC correspondientes a cada área.

4.4.5 Información documentada

La Empresa “Bellas Artes” debe determinar qué información es necesaria documentar para evaluar la eficacia del SGC.

Por ello, se establece el procedimiento, Emisión y control de documentos y registros, en el cual se controla los siguientes aspectos y se identifican qué documentos deben ser registrado:

- Todos los documentos controlados son aprobados antes de su emisión y aprobación de acceso.
- Todos los documentos controlados que son objeto de revisión y/o actualización son aprobados nuevamente antes de la emisión y aprobación de acceso de las nuevas versiones.
- Las versiones vigentes de los documentos controlados aplicables a cada actividad se encuentran disponibles en las áreas de uso. Los jefes de área son responsables de la comunicación y disponibilidad para el personal autorizado.
- Se identifican los documentos obsoletos y su archivamiento respectivo

Los registros, al ser evidencia de la ejecución de los procedimientos, se identifican, almacenan, protegen, recuperan y se pone a disposición del personal autorizado, bajo supervisión del jefe de Producción

4.5 Operación

4.5.1 *Planificación y control operacional*

La Empresa “Bellas Artes” tendrá una planificación, implementación y control de procesos para la realización de sus productos, para lo cual se controlarán las siguientes condiciones:

- El cumplimiento de los requisitos de los clientes.
- Uso de equipos e instrumentos que cumplen el programa de mantenimiento y calibración.
- Realizar seguimiento a las actividades críticas.
- Usar procedimientos de trabajo para la zona seca y húmeda.

Los procedimientos a seguir serán controlados a través del Plan de Calidad y sus protocolos.
(Ver Anexo J)

4.5.2 *Requisitos para los productos y servicios*

4.5.2.1 *Comunicación con el cliente*

El área de Atención al Cliente es el responsable de mantener los canales de comunicación adecuados con el cliente s a fin de satisfacer sus requerimientos de información, consultas y características del producto.

Se debe hacer uso del formato, Encuesta de satisfacción al cliente (Ver Anexo G), para la medición de la satisfacción al cliente como parte importante del SGC. La solución a las quejas se ejecuta según la naturaleza de las mismas en el menor plazo posible. Las causas se analizan como parte del procedimiento Atención de quejas y reclamos de clientes.

4.5.2.2 Determinación de los requisitos para los productos y servicios

La Empresa “Bellas Artes” debe determinar los requisitos de sus clientes al presentarle productos que se ajusten a sus necesidades y garantizar la retroalimentación de los mismos para conocer sus preferencias.

4.5.2.3 Revisión de los requisitos para los productos y servicios

El área de Atención al Cliente debe ser responsable de elaborar propuestas a los clientes. La negociación con el cliente es efectuada por el personal de atención al cliente teniendo en cuenta el alcance del servicio a prestar, alcance del servicio requerido por el cliente y la capacidad para cumplir los requisitos

4.5.2.4 Cambios en los requerimientos para los productos o servicios

Se debe asegurar acuerdos con los clientes en los términos del servicio a prestar para garantizar nuestra capacidad de satisfacer sus requerimientos. Cuando el cliente modifique los requisitos solicitados, la organización debe realizar los cambios respectivos a fin de evitar errores o confusiones posteriores.

4.5.3 Control de los procesos, productos y servicios suministrados externamente

La Empresa “Bellas Artes” se debe asegurar que los insumos suministrados externamente sean conforme con los requisitos. Los proveedores externos deben ser evaluados y calificados como proveedor externo de la compañía, según el procedimiento; Compra, selección y evaluación de proveedores externos (Ver Anexo G).

Posteriormente se seleccionaran tres proveedores que cumplan con la mejor puntuación y con las especificaciones de la empresa, y se tendrá un registros, el cual se puede observar en la Lista de proveedores aprobados. (Ver Anexo K)

4.5.4 *Producción y Provisión del servicio*

La Empresa “Bellas Artes” deberá establecer los indicadores necesarios para que logre provisionar sus productos dentro de condiciones controladas. A lo largo del proceso de producción se hace uso de los indicadores que deberá plantear el Gerente General junto con los jefes de cada área de la empresa. (Ver Anexo L)

La información del producto final deberá estar documentada, con la finalidad de poder realizar un seguimiento a la producción. Las especificaciones de los pedidos, se guardarán según el formato Especificación del producto (Ver Anexo M)

Una vez entregado el producto final al cliente procederá a dar su aprobación del producto entregado, para lo cual se hará uso del formato Conformidad del producto (Ver Anexo G).

4.5.5 *Liberación de productos*

El jefe de Producción es el responsable de la liberación del producto para ser entregado al cliente. Se debe asegurar que el producto cumpla con los requisitos establecidos por la Empresa “Bellas Artes”, según el procedimiento Liberación de productos (Ver Anexo G).

4.5.6 *Control de las salidas no conformes*

La Empresa “Bellas Artes” debe identificar y controlar el uso o entrega no intencionada de los productos no conformes. El personal debe estar capacitado para identificar posibles no conformidades en los productos o servicios antes que estén al alcance de los clientes. De esta manera, se podrán tomar acciones correctivas o poner más énfasis en la gestión de riesgos.

La Droguería debe seguir el procedimiento, Tratamiento de no conformidades, (Ver Anexo G) para actuar ante estas eventualidades y darle corrección inmediata.

4.6 Evaluación del Desempeño

4.6.1 Seguimiento, medición, análisis y evaluación

4.6.1.1 Generalidades

La Empresa “Bellas Artes” debe planificar e implementar procesos de seguimiento, medición, análisis y evaluación con los siguientes fines:

- Demostrar la conformidad del producto a partir de los resultados de los procesos y la satisfacción del cliente
- Asegurarse la conformidad del SGC verificando el desarrollo de los objetivos planteados a través del seguimiento, medición y acciones correctivas ante los resultados del análisis de procesos.
- Mejorar continuamente la eficacia del SGC a partir de la mejora del servicio y de los procesos.

4.6.1.2 Satisfacción al cliente

La Droguería debe realizar encuestas de satisfacción al cliente, según formato, Encuesta de satisfacción al cliente, (Ver Anexo G) las cuales deben ser analizadas en las Revisiones por la Gerencia; a fin de tomar acciones correctivas e identificar oportunidades de mejora para el SGC.

4.6.2 Auditorías

Las auditorías internas de calidad permiten:

- Revisar y analizar el SGC obteniendo evidencias de que se cumplan los requisitos de la norma ISO 9001:2015
- La mejora continua de procesos a partir de los resultados de las auditorías

La Empresa “Bellas Artes” debe implementar un procedimiento llamado, Auditorías internas de calidad, en el cual se detalla el alcance de las responsabilidades y procedimientos relativos a las auditorías.

Las actividades consideradas más importantes o relevantes pueden ser auditadas con mayor frecuencia en función a los requerimientos de acciones correctivas. Las auditorías internas

permiten verificar la implementación y eficacia de las acciones correctivas como acciones de mejora de los procesos involucrados.

4.6.3 *Revisión por la Dirección*

La Alta Dirección debe revisar el SGC, el cual incluye el control del desempeño de los procesos como parte de la información de entrada y la planeación de las acciones de mejora del desempeño de la organización.

La revisión del SGC forma parte de la revisión del Plan Estratégico en la medida que permite reformular la Política de calidad y los objetivos de calidad y, en relación a los resultados presentados, planificar las mejoras a fin de asegurar la continua vigencia y efectividad del sistema.

La información básica para la Revisión por la Dirección es:

- Seguimiento de las decisiones tomadas en anteriores Revisiones por la Dirección.
- Desempeño de los procesos: Indicadores de gestión del SGC
- Registro de No Conformidades de los productos
- Evaluación del liderazgo en los distintos niveles del organigrama
- Evaluación del cumplimiento de las políticas y objetivos de calidad.
- Resultados de auditorías internas
- Resultados de las encuestas e informes de satisfacción de clientes
- Registro de quejas y reclamos de clientes
- Gestión de riesgos de los productos y servicios
- Registro y situación de acciones correctivas requeridas e implementadas
- Mejoras a los procesos recomendadas e implementadas
- Necesidad de recursos

4.7 Mejora

4.7.1 *Tratamiento de no conformidad y acción correctiva*

La Empresa “Bellas Artes” debe implementar el procedimiento llamado, Acciones correctivas y de mejora, (Ver Anexo G) en el cual se indican los pasos a seguir cuando se detecte una no conformidad en el SGC. Las acciones correctivas son una herramienta para corregir posibles fallas en el sistema y sirve como un medio de mejora continua.

El área de Producción debe ser responsable del seguimiento de las acciones correctivas hasta la evaluación de su eficacia.

4.7.2 *Mejora continua*

La mejora continua está integrada en el SGC como una actividad permanente, garantizando la satisfacción del cliente y manteniendo la competitividad de la empresa.

El cumplimiento de la Política de calidad, los objetivos de calidad, los resultados de las auditorías internas de calidad, el análisis de datos, las acciones correctivas, la Revisión por la Dirección y la participación del personal promueven la mejora continua del SGC.

CONCLUSIONES

- La empresa “Bellas Artes”, tiene aceptación en sus clientes, pero requiere de la implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad que le permita mejorar sus procesos productivos y ser más competitiva en el mercado local.
- Se realizó un diagnóstico de la Gestión de la calidad de la Empresa “Bellas Artes”, mediante la aplicación de encuestas aplicadas a los clientes internos y externos de la empresa. Con los hallazgos obtenidos de los clientes internos se obtuvo que nunca se ha implementado un SGC en la Empresa “Bellas Artes”, y 5 de cada 9 empleados consideran que la empresa maneja algunos procesos para control de la calidad de los productos sin embargo hay tareas que no se ejecutan y faltan implementar.
- Se ha propuesto un Plan de Gestión de la Calidad para la Empresa “Bellas Artes”, con el cual se ha determinado cómo debe ser el proceso que garantice la calidad de los productos que se ofertan en la empresa y todas las acciones que se llevarán a cabo para entregarlo al cliente y cumpla satisfactoriamente sus expectativas.

RECOMENDACIONES

- Es importante tomar en consideración el esquema del Manual de las Normas ISO 9001-2015, pues en él se establece las pautas para elaborar correctamente un Manual de Gestión de Calidad.
- Es necesario que una empresa tenga un Manual de Gestión de Calidad, pues con esta guía se puede mejorar el proceso productivo de los bienes y servicios que se ofertan, además de garantizar la comprensión y el cumplimiento de los requisitos legales que competen a la entidad; así como también mejorar los resultados en términos de desempeño y eficacia para incrementar la satisfacción del cliente.
- La Empresa “Bellas Artes”, encabezada por su Gerente General, debe tomar en consideración este Modelo de Gestión de Calidad que fue aplicada en su empresa, ya que ha sido elaborada tomando en consideración las Normas ISO 9001-2015 y basado en las investigaciones realizadas en la entidad, para adquirir un control continuo sobre los vínculos, combinación e interacción de los procesos individuales.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarez I. (2006).** *Introducción a la Calidad*. España: Ideaspropias.
- Cabrera, H. (2009).** *Aplicación de un procedimiento de mejora a procesos ordenados secuencialmente a partir de métodos multicriterios*. (Tesis de Grado, Universidad Cienfuegos). Obtenido de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010a/650/index.htm>
- Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2006).** *Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid: PEARSON EDUCACIÓN,.
- Gestiopolis. (18 de enero de 2002).** *Normas de calidad*. Obtenido de: <https://www.gestiopolis.com/normas-de-calidad/>
- Lerma Kirchner, A. (23 de mayo de 2013).** *Círculos de Calidad*. Obtenido de: http://orion2020.org/archivo/competencias_gerenciales/trabajoen_equipo/circulos_calidad.pdf
- Martinez, J. (5 de marzo de 2011).** *Mejoramiento Continuo*. Obtenido de: <http://www.liderazgoymercadeo.co/mejoramiento-continuo/>
- Nebreira Herrera, J. (1999).** *Introducción a la calidad*. Sevilla: CCI.
- Noguez, V. (2015).** *El Futuro de la Calidad*. México: ISO Tools Excellence.
- Organización Internacional de Estandarización ISO. (01 de noviembre de 2004).** *¿Qué es una Norma Según ISO 9000?* Obtenido de: <http://iso9001calidad.com/quee-es-una-norma-7.html>
- EAE Business School. (22 de octubre de 2018).** *Manual de calidad: Definición, especificaciones y estructura*. Obtenido de: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/definicion-especificaciones-y-estructura-de-un-manual-de-calidad/>
- Sevillano, M. (28 de mayo de 2015).** *La relación entre calidad y mejora continua*. Obtenido de: <https://www.isotools.org/2015/05/28/la-relacion-entre-calidad-y-mejora-continua/>
- Thompson, P. C. (1997).** *Círculos de Calidad: Cómo hacer que funcionen*. Bogotá: Norma.



ANEXOS

ANEXO A: MODELO DE LA ENCUESTA A CLIENTES INTERNOS

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO



FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA PROGRAMAS CARRERA – INGENIERÍA COMERCIAL



INVESTIGACIÓN: SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD PARA LA EMPRESA “BELLAS ARTES”

Objetivo: Obtener información de la empresa “Bellas Artes” a través de las personas que trabajan en su interior.

CUESTIONARIO

Lea con atención cada pregunta y responda con objetividad el presente cuestionario

1. ¿Conoce Ud si la empresa ha implementado un sistema de gestión de la calidad?

SI	
NO	

2. ¿La empresa cuenta con algún documento en que se indique la política de calidad y los objetivos?

SI	
NO	

3. ¿Se toman decisiones y se consideran estrategias para alcanzar los objetivos de la empresa?

SI	
NO	

4. ¿La empresa comunica a todas las personas que la integran sobre la importancia de satisfacer los requerimientos del cliente?

SI	
NO	

5. ¿La Administración de la empresa asigna todos los recursos necesarios para cumplir con los objetivos y la planificación?

SIEMPRE	
REGULARMENTE	
NO ASIGNA	

6. ¿Existen los suficientes controles de calidad en la producción de los productos?

SI	
NO	

7. ¿La empresa dispone de un sistema de comunicación apropiado que asegure la correcta interacción de sus miembros?

SI	
NO	

8. La empresa dispone de un manual que incluya políticas de atención al cliente

SI	
NO	

9. ¿La empresa controla dispositivos de medición y seguimiento post venta en los clientes?

SI	
NO	

10. ¿La empresa dispone de mecanismos para evaluar y monitorear a su competencia?

SI	
NO	

ANEXO B: MODELO ENCUESTA A CLIENTES EXTERNOS



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA

PROGRAMAS CARRERA – INGENIERÍA COMERCIAL



INVESTIGACIÓN: SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD PARA LA EMPRESA “BELLAS ARTES”

Objetivo: Obtener información de la empresa “Bellas Artes” a través de las personas que adquieren nuestros productos

CUESTIONARIO

Lea con atención cada pregunta y responda con objetividad el presente cuestionario

1.- ¿El producto entregado por la empresa cumple con las especificaciones de su pedido?

SI	
NO	

2.- ¿En relación a otras empresas Ud considera que los productos de la empresa “Bellas Artes”, son de:? Calidad alta, Calidad media, Calidad baja

CALIDAD ALTA	
CALIDAD MEDIA	
CALIDAD BAJA	

3.- ¿Los tiempos de entrega de los trabajos considera aceptables?

SI	
NO	

4.- ¿La empresa dispone de políticas de comunicación mediante redes sociales?

SI	
NO	


5.- ¿Ud cómo califica la presentación interior y exterior de la empresa “Bellas Artes”?

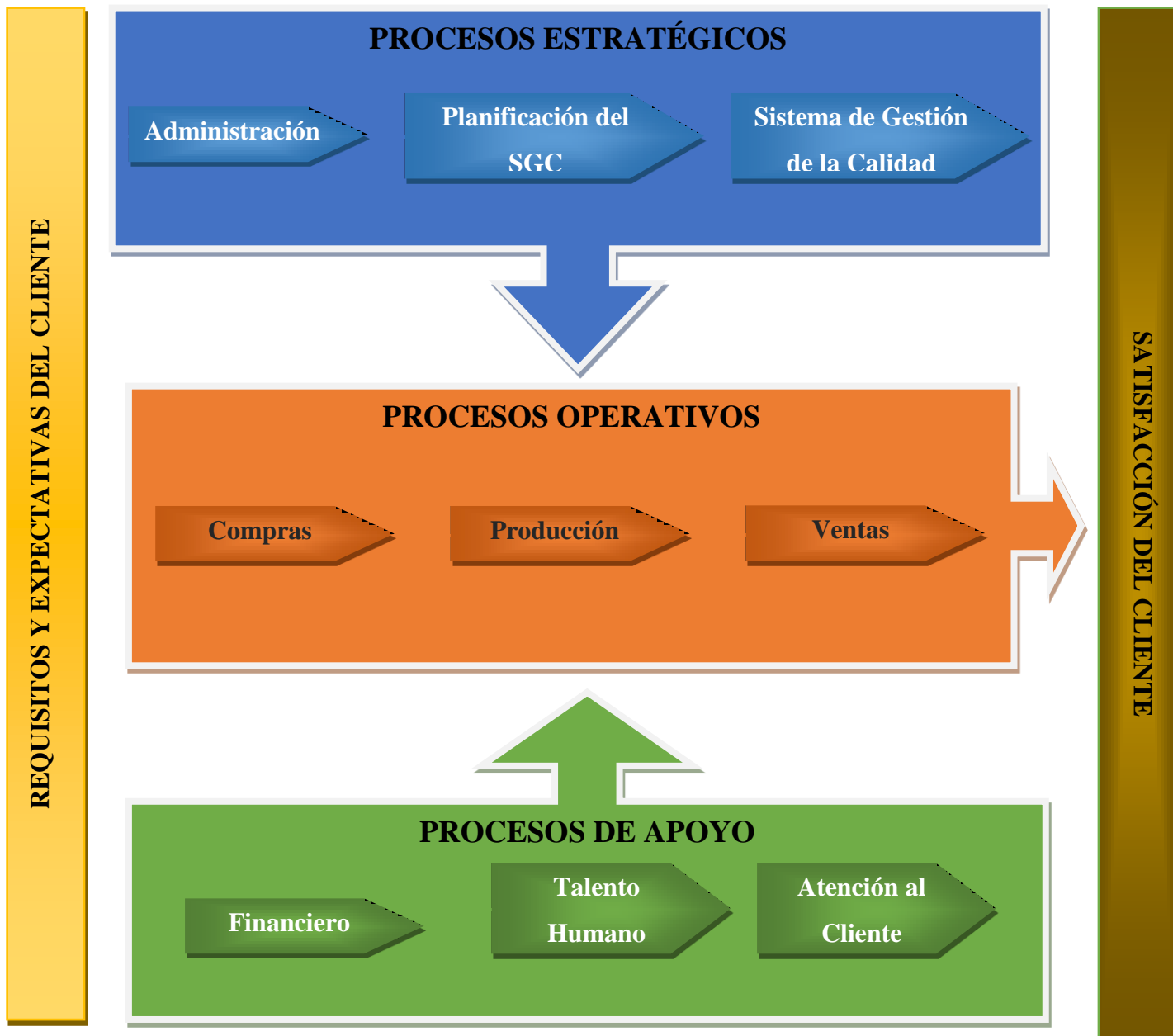
EXCELENTE	
MUY BUENO	
BUENO	
REGULAR	

6.- ¿Cómo califica la atención de los operadores de la empresa?


MUY SATISFACTORIA	
SATISFACTORIA	
POCO SATISFACTORIA	
NADA SATISFACTORIA	

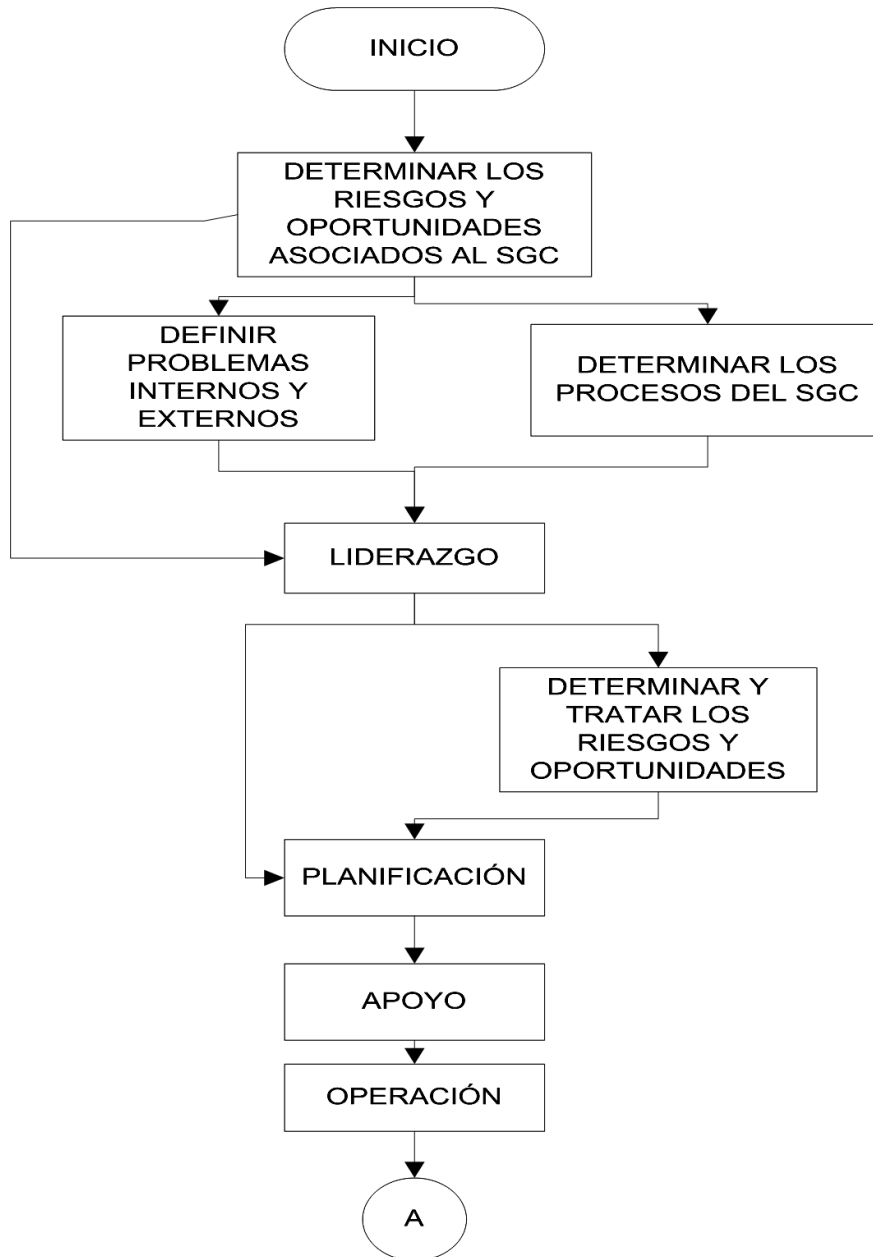
ANEXO C: MAPA DE PROCESOS


 BELLAS ARTES DISEÑO & IMPRESIÓN <small>Roberto Patricio Inca Moya y Cía. (Sociedad Anónima) RUT 14.522.967.104</small>	EMPRESA DE PUBLICIDAD “BELLAS ARTES” MAPA DE PROCESOS	Código:	SGR/AGC: 001-01		
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020		
ELABORADO POR:		REVISADO POR:		APROBADO POR:	
Elaborado por: Patricio Inca paguay		Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez		Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	

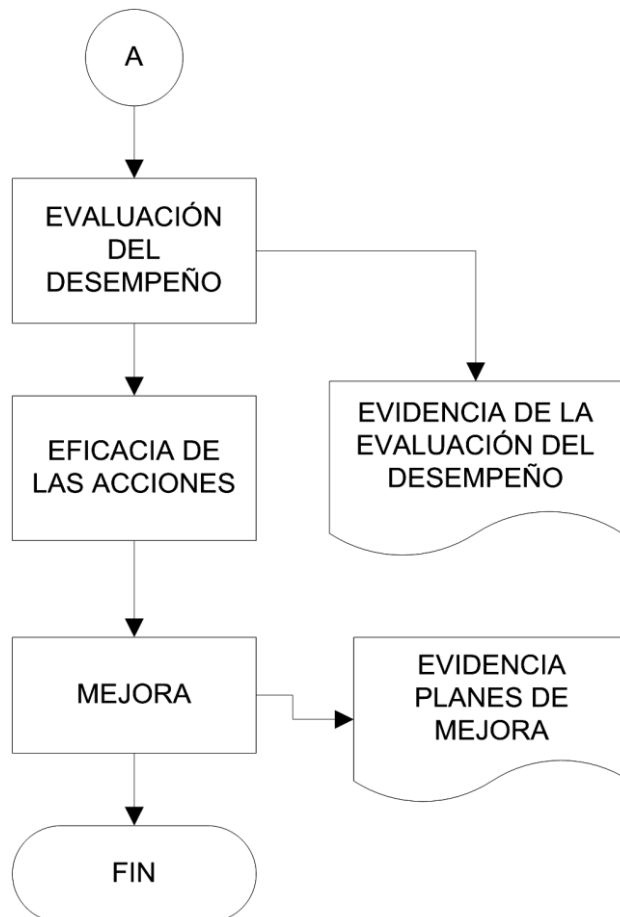



ANEXO D: DIAGRAMAS DE PROCESOS

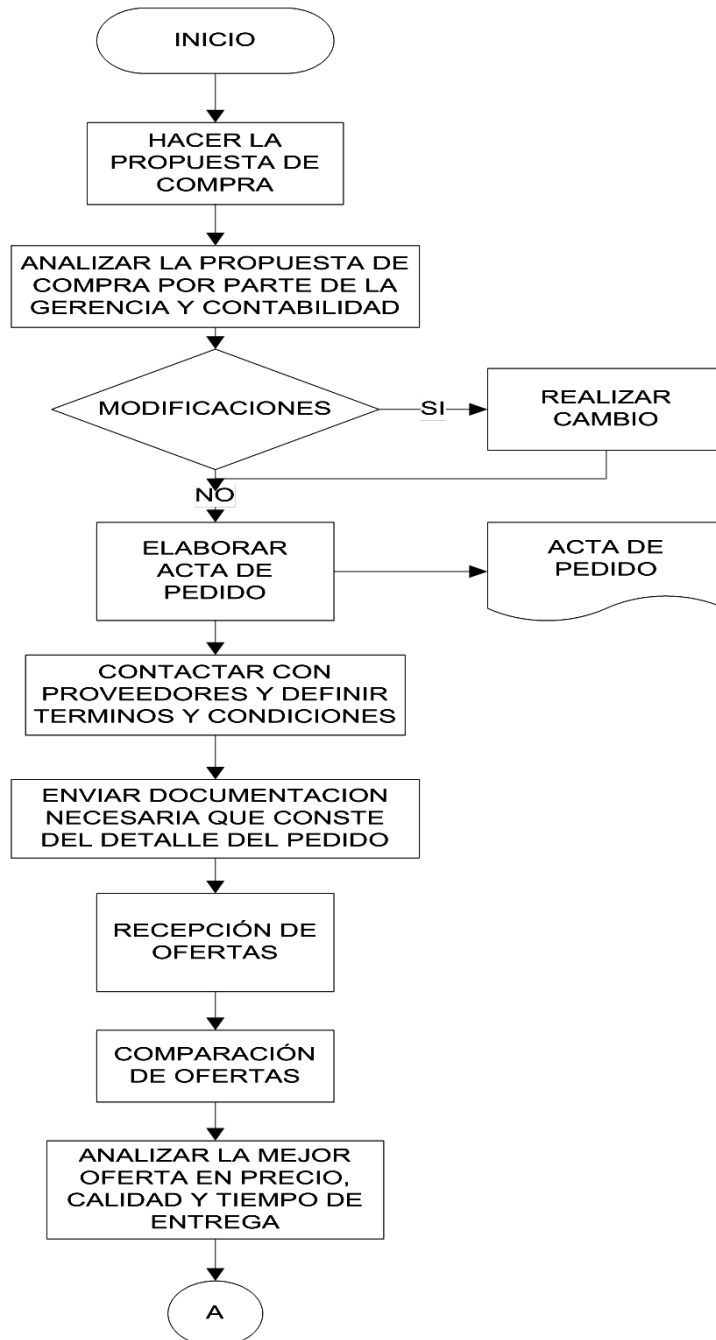
 BELLAS ARTES DISEÑO & IMPRESIÓN <small>Rubén, Patricio, Moya, Edwin, Pomboza, Junez</small>	PROCESOS ESTRATÉGICOS	Código:	PE/EBA-001-02
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	
Elaborado por: Patricio Inca paguay	Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	




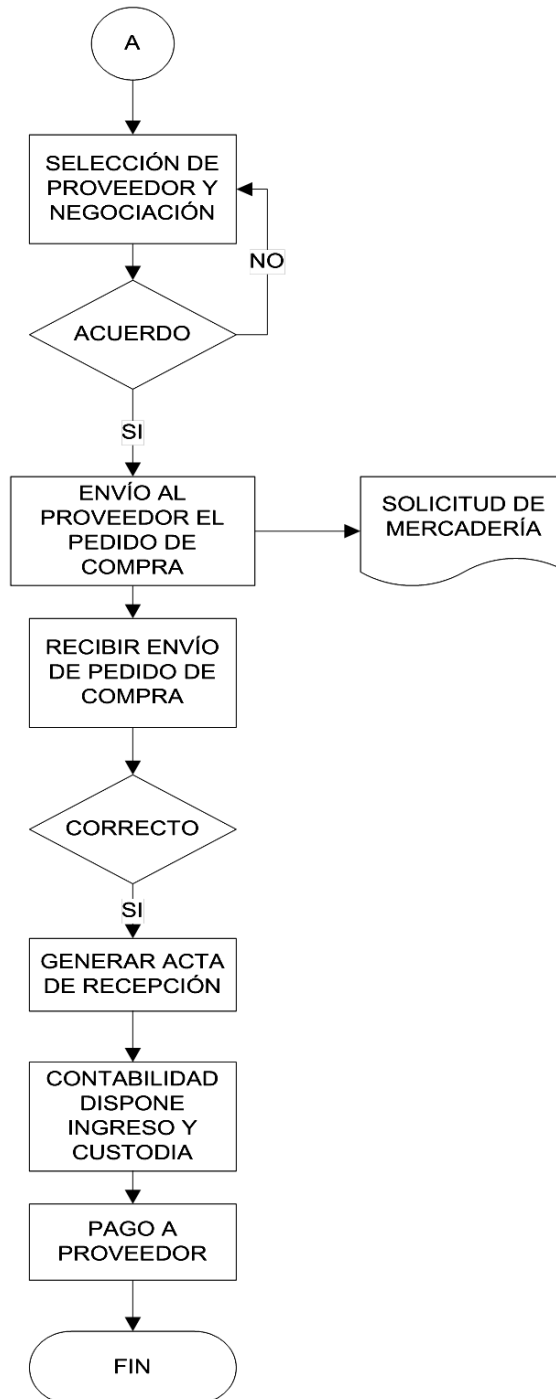
 BELLAS ARTES DISEÑO & IMPRESIÓN <small>Ruiz de Alarcón 1111, Urb. Jardines del Sur 12 02000 04</small>	PROCESOS ESTRATÉGICOS	Código:	PE/EBA-002-02
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	
Elaborado por: Patricio Inca paguay	Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	




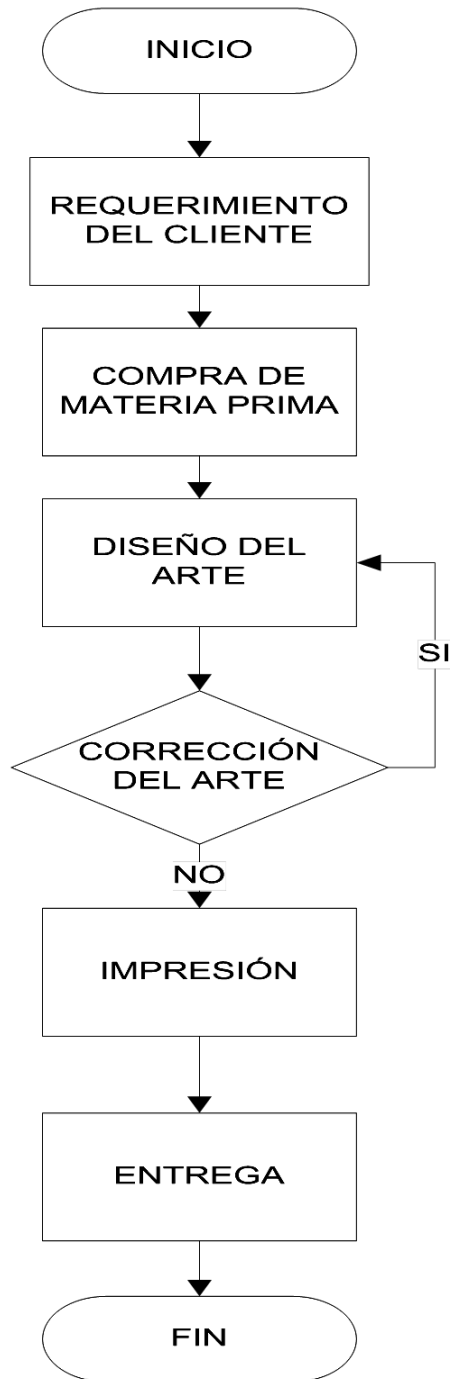
	PROCESOS OPERATIVOS	Código:	PA/EBA-001-01
	COMPRAS	Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	
Elaborado por: Patricio Inca paguay	Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	




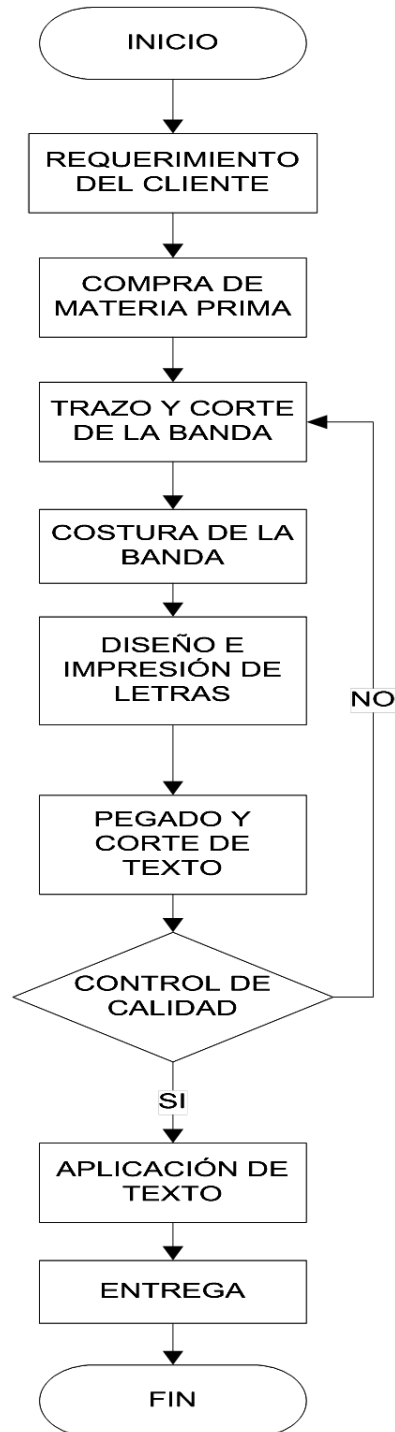
	PROCESOS OPERATIVOS	Código:	PA/EBA-001-01
	COMPRAS	Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	
Elaborado por: Patricio Inca paguay	Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	




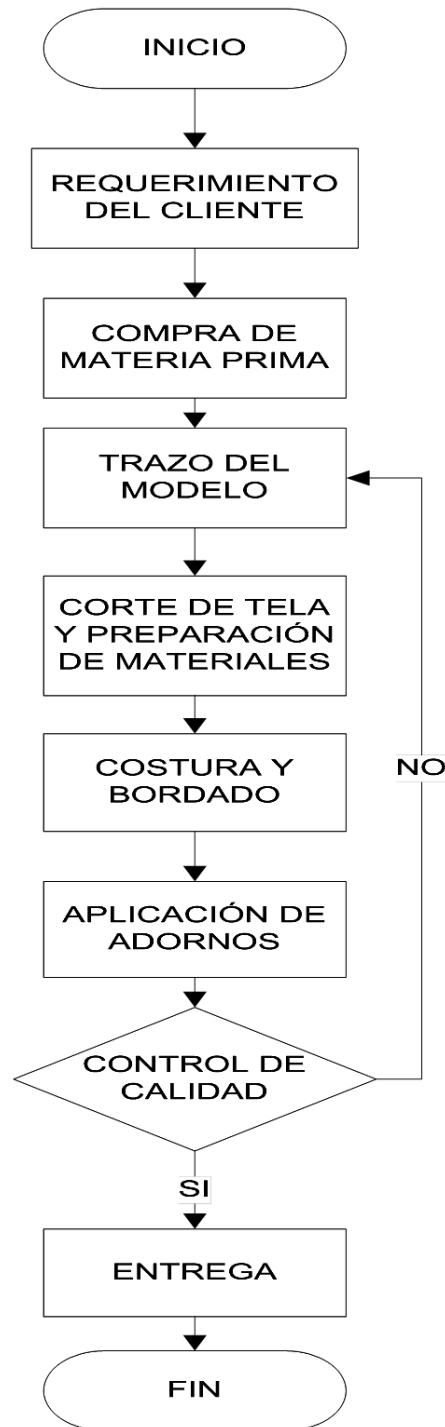
	PROCESOS OPERATIVOS	Código:	PO/EBA-001-01
	ELABORACIÓN DE GIGANTOGRAFÍAS	Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020
ELABORADO POR: Elaborado por: Patricio Inca paguay	REVISADO POR: Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	APROBADO POR: Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	




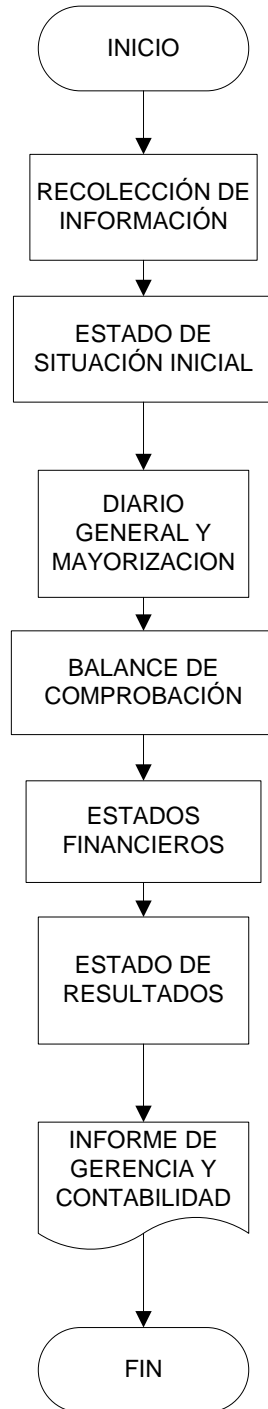
	PROCESOS OPERATIVOS	Código:	PO/EBA-001-01
	ELABORACIÓN DE BANDAS	Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	
Elaborado por: Patricio Inca paguay	Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	




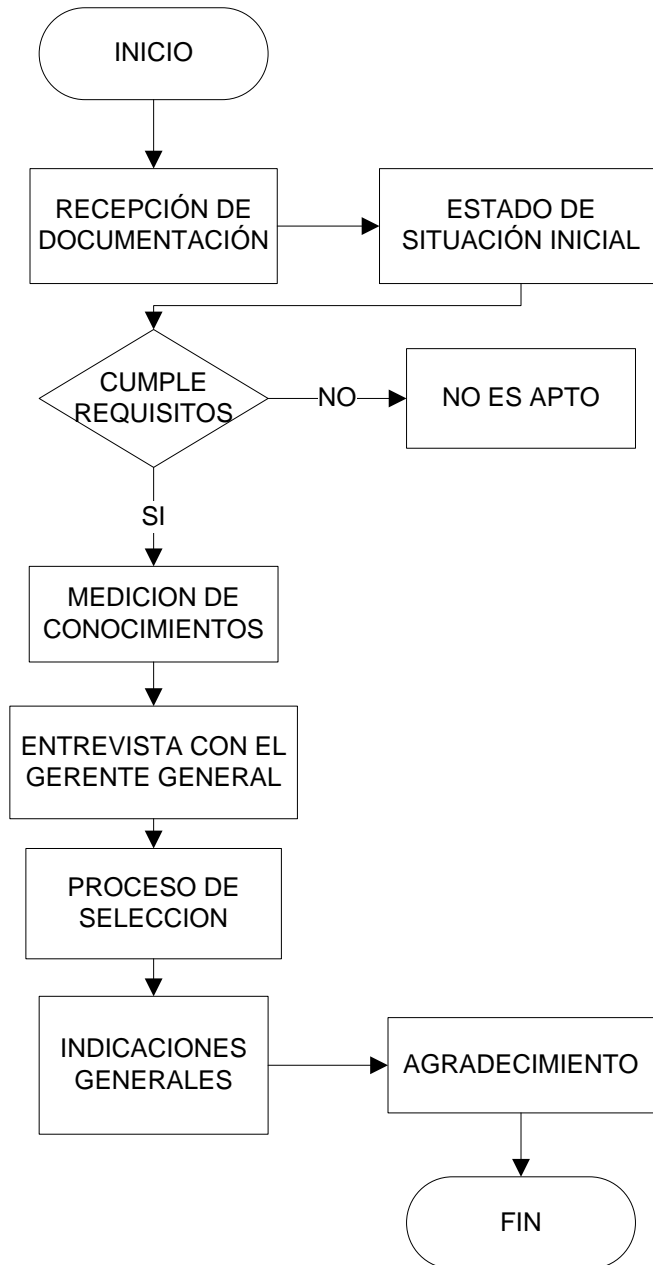
	PROCESOS OPERATIVOS	Código:	PO/EBA-001-01
	ELABORACIÓN DE COLCHAS	Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020
ELABORADO POR: Elaborado por: Patricio Inca paguay	REVISADO POR: Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	APROBADO POR: Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	




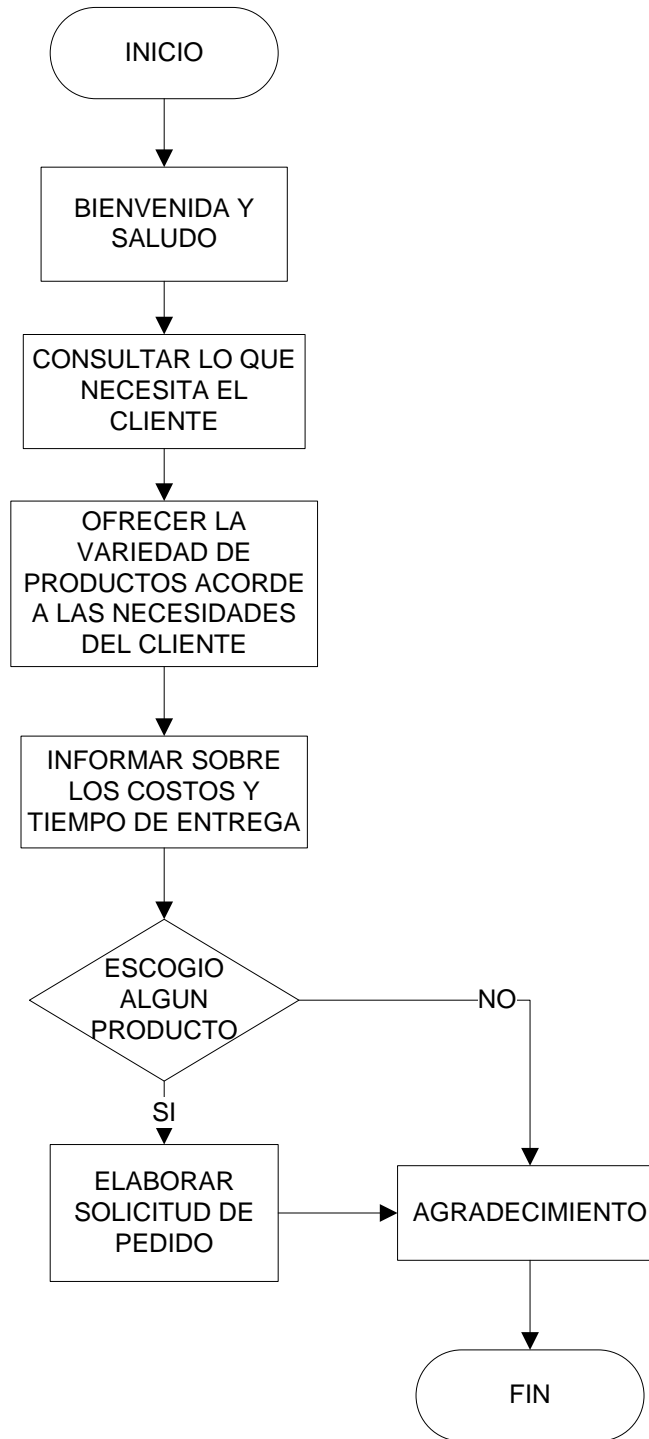
 BELLAS ARTES DISEÑO & IMPRESIÓN <small>Ruiz de Alarcón 1111, Urb. Jardines del Sur 12 02000 04</small>	PROCESOS DE APOYO	Código:	PA/EBA-001-01
	FINANCIERO	Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	
Elaborado por: Patricio Inca paguay	Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	



 BELLAS ARTES DISEÑO & IMPRESIÓN <small>Reserva Patrimonial Minedu, C.A.B. (S) 2005-2010 y 18-02-2019</small>	PROCESOS DE APOYO	Código:	PA/EBA-001-01
	TALENTO HUMANO	Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	
Elaborado por: Patricio Inca paguay	Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	



 BELLAS ARTES DISEÑO & IMPRESIÓN <small>Ruiz de Alarcón 1144, Urb. Jardines del Sur 12 02000</small>	PROCESOS DE APOYO	Código:	PA/EBA-001-01
	ATENCIÓN AL CLIENTE	Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	
Elaborado por: Patricio Inca paguay	Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	



ANEXO E: REQUISITOS REQUERIDOS POR LA NORMA ISO 9001-2015

DIAGNOSTICO DE EVALUACION SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD SEGÚN NTC ISO 9001-2015					
CRITERIOS DE CALIFICACION: A. Cumple completamente con el criterio enunciado (10 puntos: Se establece, se implementa y se mantiene; Corresponde a las fase de Verificar y Actuar para la Mejora del sistema); B. cumple parcialmente con el criterio enunciado (5 puntos: Se establece, se implementa, no se mantiene; Corresponde a las fase del Hacer del sistema); C. Cumple con el mínimo del criterio enunciado (3 puntos: Se establece, no se implementa, no se mantiene; Corresponde a las fase de identificación y Planeación del sistema); D. No cumple con el criterio enunciado (0 puntos: no se establece, no se implementa, no se mantiene N/S).					
No.	NUMERALES	CRITERIO INICIAL DE CALIFICACIÓN			
		A-V	H	P	N/S
		A	B	C	D
4.	CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN	10	5	3	0
4.1 COMPRESION DE LA ORGANIZACIÓN Y SU CONTEXTO					
1	Se determinan las cuestiones externas e internas que son pertinentes para el propósito y dirección estratégica de la organización.		5		
2	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas cuestiones externas e internas.		5		
4.2 COMPRESIÓN DE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LAS PARTES INTERESADAS					
SE HAN DETERMINADO LAS PARTES INTERESADAS QUE SON PERTINENTES AL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y SST DE LA ORGANIZACIÓN					
3	Se ha determinado las partes interesadas y los requisitos de estas partes interesadas para el sistema de gestión de Calidad.		5		
4	Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas partes interesadas y sus requisitos.		5		
4.3	DETERMINACION DEL ALCANCE DEL SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD				
Primer	Se	tiene	determinado	el	alcance
Procesos	operativos,	productos	y servicios,	instalaciones	físicas, ubicación
					Párrafo según: geográfica.

Debe estar documentado y disponible.				
5	El alcance del SGC, se ha determinado según: Procesos operativos, productos y servicios, instalaciones físicas, ubicación geográfica	10		
6	El alcance del SGC se ha determinado teniendo en cuenta los problemas externos e internos, las partes interesadas y sus productos y servicios?	10		
7	Se tiene disponible y documentado el alcance del Sistema de Gestion.	10		
8	Se tiene justificado y/o documentado los requisitos (exclusiones) que no son aplicables para el Sistema de Gestion?	10		
4.4 SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD Y SUS PROCESOS				
9	Se tienen identificados los procesos necesarios para el sistema de gestión de la organización		5	
10	Se tienen establecidos los criterios para la gestion de los procesos teniendo en cuenta las responsabilidades, procedimientos, medidas de control e indicadores de desempeño necesarios que permitan la efectiva operación y control de los mismos.		5	
11	Se mantiene y conserva informacion documentada que permita apoyar la operación de estos procesos.		5	
SUBTOTAL		40	35	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		68%		
5. LIDERAZGO Y COMPROMISO GERENCIAL		LIDERAZGO		
5.1 LIDERAZGO Y COMPROMISO GERENCIAL				
1	Se demuestra responsabilidad por parte de la alta dirección para la eficacia del SGC.		5	
5.1.2 Enfoque al cliente				
2	La gerencia garantiza que los requisitos de los clientes de determinan y se cumplen.		5	
3	Se determinan y consideran los riesgos y oportunidades que puedan afectar a la conformidad de los productos y servicios y a la capacidad de aumentar la satisfaccion del cliente.		5	
5.2 ESTABLECIMIENTO DE LA POLITICA		POLITICA		
5.2.1 ESTABLECIMIENTO DE LA POLITICA				
4	La política de calidad con la que cuenta actualmente la organización está acorde con los propósitos establecidos.		5	
5.2.2 Comunicación de la politica de calidad				
5	Se tiene disponible a las partes interesadas, se ha comunicado dentro de la organización.		5	
5.3 ROLES, RESPONSABILIDADES Y AUTORIDADES EN LA ORGANIZACIÓN				
6	Se han establecido y comunicado las responsabilidades y autoridades para los roles pertinentes en toda la organización.		5	
SUBTOTAL		0	30	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		50%		

6.		PLANIFICACION			
6.1 ACCIONES PARA ABORDAR RIESGOS Y OPORTUNIDADES					
1	Se han establecido los riesgos y oportunidades que deben ser abordados para asegurar que el SGC logre los resultados esperados.		5		
2	La organización ha previsto las acciones necesarias para abordar estos riesgos y oportunidades y los ha integrado en los procesos del sistema.		5		
6.2 OBJETIVOS DE LA CALIDAD Y PLANIFICACION PARA LOGRARLOS					
3	Que acciones se han planificado para el logro de los objetivos del SIG-HSQ, programas de gestion?		5		
4	Se manatiene informacion documentada sobre estos objetivos		5		
6.3 PLANIFICACION DE LOS CAMBIOS					
5	Existe un proceso definido para determinar la necesidad de cambios en el SGC y la gestión de su implementación?		5		
SUBTOTAL		0	25	0	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		50%			
7.		APOYO			
7.1		RECURSOS			
7.1.1 Generalidades					
1	La organización ha determinado y proporcionado los recursos necesarios para el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua del SGC (incluidos los requisitos de las personas, mediambientales y de infraestructura)		5		
7.1.5 Recursos de seguimiento y medicion					
7.1.5.1 Generalidades					
2	En caso de que el monitoreo o medición se utilice para pruebas de conformidad de productos y servicios a los requisitos especificados, ¿se han determinado los recursos necesarios para garantizar un seguimiento válido y fiable, así como la medición de los resultados?		5		
7.1.5.2 Trazabilidad de las mediciones					
3	Dispone de métodos eficaces para garantizar la trazabilidad durante el proceso operacional.		5		
7.1.6 Conocimientos de la organización					
4	Ha determinado la organización los conocimientos necesarios para el funcionamiento de sus procesos y el logro de la conformidad de los productos y servicios y, ha implementado un proceso de experiencias adquiridas.		5		
7.2 COMPETENCIA					

5	La organización se ha asegurado de que las personas que puedan afectar al rendimiento del SGC son competentes en cuestión de una adecuada educación, formación y experiencia, ha adoptado las medidas necesarias para asegurar que puedan adquirir la competencia necesaria		5		
7.3 TOMA DE CONCIENCIA					
6	Existe una metodología definida para la evaluación de la eficacia de las acciones formativas emprendidas.		5		
7.4 COMUNICACIÓN					
7	Se tiene definido un procedimiento para las comunicaciones internas y externas del SIG dentro de la organización.	10			
7.5	INFORMACION			DOCUMENTADA	
7.5.1 Generalidades					
8	Se ha establecido la información documentada requerida por la norma y necesaria para la implementación y funcionamiento eficaces del SGC.	10			
7.5.2 Creación y actualización					
9	Existe una metodología documentada adecuada para la revisión y actualización de documentos.	10			
7.5.3 Control de la información documentada					
10	Se tiene un procedimiento para el control de la información documentada requerida por el SGC.	10			
SUBTOTAL		40	30	0	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		70%			
8.				OPERACIÓN	
8.1 PLANIFICACION Y CONTROL OPERACIONAL					
1	Se planifican, implementan y controlan los procesos necesarios para cumplir los requisitos para la provisión de servicios.		5		
2	La salida de esta planificación es adecuada para las operaciones de la organización.		5		
3	Se asegura que los procesos contratados externamente estén controlados.		5		
4	Se revisan las consecuencias de los cambios no previstos, tomando acciones para mitigar cualquier efecto adverso.		5		
8.2	REQUISITOS PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS				
8.2.1 Comunicación con el cliente					
5	La comunicación con los clientes incluye información relativa a los productos y servicios.		5		
6	Se obtiene la retroalimentación de los clientes relativa a los productos y servicios, incluyendo las quejas.		5		
7	Se establecen los requisitos específicos para las acciones de contingencia, cuando sea pertinente.		5		
8.2.2 Determinación de los requisitos para los productos y servicios					

8	Se determinan los requisitos legales y reglamentarios para los productos y servicios que se ofrecen y aquellos considerados necesarios para la organización.	10			
8.2.3 Revisión de los requisitos para los productos y servicios					
9	La organización se asegura que tiene la capacidad de cumplir los requisitos de los productos y servicios ofrecidos.	10			
10	La organización revisa los requisitos del cliente antes de comprometerse a suministrar productos y servicios a este.		5		
11	Se confirma los requisitos del cliente antes de la aceptación por parte de estos, cuando no se ha proporcionado información documentada al respecto.	10			
12	Se asegura que se resuelvan las diferencias existentes entre los requisitos del contrato o pedido y los expresados previamente.		5		
13	Se conserva la información documentada, sobre cualquier requisito nuevo para los servicios.	10			
8.2.4 Cambios en los requisitos para los productos y servicios					
14	Las personas son conscientes de los cambios en los requisitos de los productos y servicios, se modifica la información documentada pertinente a estos cambios.		5		
8.3 DISEÑO Y DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
8.3.1 Generalidades					
15	Se establece, implementa y mantiene un proceso de diseño y desarrollo que sea adecuado para asegurar la posterior provisión de los servicios.	10			
8.3.2 Planificación del diseño y desarrollo					
16	La organización determina todas las etapas y controles necesarios para el diseño y desarrollo de productos y servicios.	10			
8.3.3 Entradas para el diseño y desarrollo					
17	Al determinar los requisitos esenciales para los tipos específicos de productos y servicios a desarrollar, se consideran los requisitos funcionales y de desempeño, los requisitos legales y reglamentarios.	10			
18	Se resuelven las entradas del diseño y desarrollo que son contradictorias.	10			
19	Se conserva información documentada sobre las entradas del diseño y desarrollo.	10			
8.3.4 Controles del diseño y desarrollo					
20	Se aplican los controles al proceso de diseño y desarrollo, se definen los resultados a lograr.	10			
21	Se realizan las revisiones para evaluar la capacidad de los resultados del diseño y desarrollo para cumplir los requisitos.	10			
22	Se realizan actividades de verificación para asegurar que las salidas del diseño y desarrollo cumplen los requisitos de las entradas.	10			
23	Se aplican controles al proceso de diseño y desarrollo para asegurar que: se toma cualquier acción necesaria sobre los problemas determinados durante las revisiones, o las actividades de verificación y validación	10			

24	Se conserva información documentada sobre las acciones tomadas.	10			
8.3.5 Salidas del diseño y desarrollo					
25	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: cumplen los requisitos de las entradas	10			
26	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: son adecuadas para los procesos posteriores para la provisión de productos y servicios	10			
27	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: incluyen o hacen referencia a los requisitos de seguimiento y medición, cuando sea apropiado, y a los criterios de aceptación	10			
28	Se asegura que las salidas del diseño y desarrollo: especifican las características de los productos y servicios, que son esenciales para su propósito previsto y su provisión segura y correcta.	10			
29	Se conserva información documentada sobre las salidas del diseño y desarrollo.	10			
8.3.6 Cambios del diseño y desarrollo					
30	Se identifican, revisan y controlan los cambios hechos durante el diseño y desarrollo de los productos y servicios	10			
31	Se conserva la información documentada sobre los cambios del diseño y desarrollo, los resultados de las revisiones, la autorización de los cambios, las acciones tomadas para prevenir los impactos adversos.	10			
8.4 CONTROL DE LOS PROCESOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS SUMINISTRADOS EXTERNAMENTE					
8.4.1 Generalidades					
32	La organización asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente son conforme a los requisitos.		5		
33	Se determina los controles a aplicar a los procesos, productos y servicios suministrados externamente.		5		
34	Se determina y aplica criterios para la evaluación, selección, seguimiento del desempeño y la reevaluación de los proveedores externos.		5		
35	Se conserva información documentada de estas actividades		5		
8.4.2 Tipo y alcance del control					
36	La organización se asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente no afectan de manera adversa a la capacidad de la organización de entregar productos y servicios, conformes de manera coherente a sus clientes.		5		
37	Se definen los controles a aplicar a un proveedor externo y las salidas resultantes.		5		
38	Considera el impacto potencial de los procesos, productos y servicios suministrados externamente en la capacidad de la organización de cumplir los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables.		5		
39	Se asegura que los procesos suministrados externamente permanecen dentro del control de su sistema de gestión de la calidad.		5		

40	Se determina la verificación o actividades necesarias para asegurar que los procesos, productos y servicios cumplen con los requisitos.		5		
8.4.3 Información para los proveedores externos					
41	La organización comunica a los proveedores externos sus requisitos para los procesos, productos y servicios.	10			
42	Se comunica la aprobación de productos y servicios, métodos, procesos y equipos, la liberación de productos y servicios.	10			
43	Se comunica la competencia, incluyendo cualquier calificación requerida de las personas.	10			
44	Se comunica las interacciones del proveedor externo con la organización.	10			
45	Se comunica el control y seguimiento del desempeño del proveedor externo aplicado por la organización.	10			
8.5	PRODUCCION	Y	PROVISION	DEL	SERVICIO
8.5.1 Control de la producción y de la provisión del servicio					
46	Se implementa la producción y provisión del servicio bajo condiciones controladas.	10			
47	Dispone de información documentada que defina las características de los productos a producir, servicios a prestar, o las actividades a desempeñar.	10			
48	Dispone de información documentada que defina los resultados a alcanzar.	10			
49	Se controla la disponibilidad y el uso de recursos de seguimiento y medición adecuados	10			
50	Se controla la implementación de actividades de seguimiento y medición en las etapas apropiadas.	10			
51	Se controla el uso de la infraestructura y el entorno adecuado para la operación de los procesos.	10			
52	Se controla la designación de personas competentes.	10			
53	Se controla la validación y revalidación periódica de la capacidad para alcanzar los resultados planificados.		5		
54	Se controla la implementación de acciones para prevenir los errores humanos.	10			
55	Se controla la implementación de actividades de liberación, entrega y posteriores a la entrega.	10			
8.5.2 Identificación y trazabilidad					
56	La organización utiliza medios apropiados para identificar las salidas de los productos y servicios.		5		
57	Identifica el estado de las salidas con respecto a los requisitos.		5		
58	Se conserva información documentada para permitir la trazabilidad.		5		
8.5.3 Propiedad perteneciente a los clientes o proveedores externos					
59	La organización cuida la propiedad de los clientes o proveedores externos mientras esta bajo el control de la organización o siendo utilizada por la misma.	10			
60	Se Identifica, verifica, protege y salvaguarda la propiedad de los clientes o de los proveedores externos suministrada para su utilización o incorporación en los productos y servicios.	10			


61	Se informa al cliente o proveedor externo, cuando su propiedad se pierda, deteriora o de algun otro modo se considere inadecuada para el uso y se conserva la información documentada sobre lo ocurrido.	10			
8.5.4 Preservacion					
62	La organización preserva las salidas en la producción y prestación del servicio, en la medida necesaria para asegurar la conformidad con los requisitos.	10			
8.5.5 Actividades posteriores a la entrega					
63	Se cumplen los requisitos para las actividades posteriores a la entrega asociadas con los productos y servicios.		5		
64	Al determinar el alcance de las actividades posteriores a la entrega la organización considero los requisitos legales y reglamentarios.		5		
65	Se consideran las consecuencias potenciales no deseadas asociadas a sus productos y servicios.		5		
66	Se considera la naturaleza, el uso y la vida útil prevista de sus productos y servicios.		5		
67	Considera los requisitos del cliente.		5		
68	Considera la retroalimentación del cliente.		5		
8.5.6 Control de cambios					
69	La organización revisa y controla los cambios en la producción o la prestación del servicio para asegurar la conformidad con los requisitos.		5		
70	Se conserva información documentada que describa la revisión de los cambios, las personas que autorizan o cualquier acción que surja de la revisión.		5		
8.6 LIBERACION DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS					
71	La organización implementa las disposiciones planificadas para verificar que se cumplen los requisitos de los productos y servicios.		5		
72	Se conserva la información documentada sobre la liberación de los productos y servicios.		5		
73	Existe evidencia de la conformidad con los criterios de aceptación.		5		
74	Existe trazabilidad a las personas que autorizan la liberación.		5		
8.7 CONTROL DE LAS SALIDAS NO CONFORMES					
75	La organización se asegura que las salidas no conformes con sus requisitos se identifican y se controlan para prevenir su uso o entrega.	10			
76	La organización toma las acciones adecuadas de acuerdo a la naturaleza de la no conformidad y su efecto sobre la conformidad de los productos y servicios.	10			
77	Se verifica la conformidad con los requisitos cuando se corrigen las salidas no conformes.	10			

78	La organización trata las salidas no conformes de una o más maneras	10			
79	La organización conserva información documentada que describa la no conformidad, las acciones tomadas, las concesiones obtenidas e identifique la autoridad que decide la acción con respecto a la no conformidad.	10			
SUBTOTAL		440	175	0	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		78%			
9.	EVALUACION	DEL	DESEMPEÑO		
9.1	SEGUIMIENTO,	MEDICION,	ANALISIS	Y	EVALUACION
9.1.1 Generalidades					
1	La organización determina que necesita seguimiento y medición.		5		
2	Determina los métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación para asegurar resultados validos.		5		
3	Determina cuando se lleva a cabo el seguimiento y la medición.		5		
4	Determina cuando analizar y evaluar los resultados del seguimiento y medición.		5		
5	Evalúa el desempeño y la eficacia del SGC.		5		
6	Conserva información documentada como evidencia de los resultados.		5		
9.1.2 Satisfaccion del cliente					
7	La organización realiza seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplen sus necesidades y expectativas.		5		
8	Determina los métodos para obtener, realizar el seguimiento y revisar la información.		5		
9.1.3 Analisis y evaluacion					
9	La organización analiza y evalúa los datos y la información que surgen del seguimiento y la medición.		5		
9.2 AUDITORIA INTERNA					
10	La organización lleva a cabo auditorías internas a intervalos planificados.		5		
11	Las auditorías proporcionan información sobre el SGC conforme con los requisitos propios de la organización y los requisitos de la NTC ISO 9001:2015.		5		
12	La organización planifica, establece, implementa y mantiene uno o varios programas de auditoría.		5		
13	Define los criterios de auditoría y el alcance para cada una.		5		
14	Selecciona los auditores y lleva a cabo auditorías para asegurar la objetividad y la imparcialidad del proceso.		5		
15	Asegura que los resultados de las auditorias se informan a la dirección.		5		
16	Realiza las correcciones y toma las acciones correctivas adecuadas.		5		
17	Conserva información documentada como evidencia de la implementación del programa de auditoría y los resultados.		5		

9.3 REVISION		POR	LA	DIRECCION	
9.3.1 Generalidades					
18	La alta dirección revisa el SGC a intervalos planificados, para asegurar su conveniencia, adecuación, eficacia y alineación continua con la estrategia de la organización.	10			
9.3.2 Entradas de la revision por la direccion					
19	La alta dirección planifica y lleva a cabo la revisión incluyendo consideraciones sobre el estado de las acciones de las revisiones previas.		5		
20	Considera los cambios en las cuestiones externas e internas que sean pertinentes al SGC.		5		
21	Considera la información sobre el desempeño y la eficiencia del SGC.		5		
22	Considera los resultados de las auditorías.		5		
23	Considera el desempeño de los proveedores externos.		5		
24	Considera la adecuación de los recursos.		5		
25	Considera la eficiencia de las acciones tomadas para abordar los riesgos y las oportunidades.		5		
26	Se considera las oportunidades de mejora.		5		
9.3.3 Salidas de la revision por la direccion					
27	Las salidas de la revisión incluyen decisiones y acciones relacionadas con oportunidades de mejora.		5		
28	Incluyen cualquier necesidad de cambio en el SGC.		5		
29	Incluye las necesidades de recursos.		5		
30	Se conserva información documentada como evidencia de los resultados de las revisiones.		5		
SUBTOTAL		10	145	0	0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)		52%			
10. MEJORA					
10.1 Generalidades					
1	La organización ha determinado y seleccionado las oportunidades de mejora e implementado las acciones necesarias para cumplir con los requisitos del cliente y mejorar su satisfacción.	10			
10.2 NO CONFORMIDAD Y ACCION CORRECTIVA					
2	La organización reacciona ante la no conformidad, toma acciones para controlarla y corregirla.		5		
3	Evalúa la necesidad de acciones para eliminar las causas de la no conformidad.		5		
4	Implementa cualquier acción necesaria, ante una no conformidad.		5		
5	Revisa la eficacia de cualquier acción correctiva tomada.		5		

6	Actualiza los riesgos y oportunidades de ser necesario.		5		
7	Hace cambios al SGC si fuera necesario.		5		
8	Las acciones correctivas son apropiadas a los efectos de las no conformidades encontradas.		5		
9	Se conserva información documentada como evidencia de la naturaleza de las no conformidades, cualquier acción tomada y los resultados de la acción correctiva.		5		
10.3 MEJORA CONTINUA					
10	La organización mejora continuamente la conveniencia, adecuación y eficacia del SGC.		5		
11	Considera los resultados del análisis y evaluación, las salidas de la revisión por la dirección, para determinar si hay necesidades u oportunidades de mejora.		5		
SUBTOTAL			10	50	0 0
Valor Estructura: % Obtenido ((A+B+C) /100)			55%		
RESULTADOS DE LA GESTIÓN EN CALIDAD					
NUMERAL DE LA NORMA		% OBTENIDO DE IMPLEMENTACION		ACCIONES REALIZAR POR	
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN		68%		MEJORAR	
5. LIDERAZGO		50%		MEJORAR	
6. PLANIFICACION		50%		MEJORAR	
7. APOYO		70%		MEJORAR	
8. OPERACIÓN		78%		MEJORAR	
9. EVALUACION DEL DESEMPEÑO		52%		MEJORAR	
10. MEJORA		55%		MEJORAR	
TOTAL RESULTADO IMPLEMENTACION		60%			
Calificación global en la Gestión de Calidad		MEDIO			

ANEXO F: PROCEDIMIENTOS OPERATIVOS ESTANDARIZADOS (POE)

	POE GESTIÓN DE RIESGOS	Código:	P/EBA-001-01
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020
ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:	
Elaborado por: Patricio Inca paguay	Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	Aprobado por: Ing. Eduardo Rubén Espín Moya Ing. Edwin Patricio Pomboza Junez	

1. OBJETIVO

Establecer el procedimiento para la gestión de riesgos asociados a los productos que ofrece la Empresa “Bellas Artes” a sus clientes.

2. RESPONSABLE

Jefe de Producción.

3. ALCANCE

Desde identificar los peligros asociados al procesos de producción de los productos que se elaboran en la Empresa “Bellas Artes”

4. REQUISITOS DOCUMENTARIOS

- Norma ISO 9001:2015 Sistema de gestión de calidad - Requisitos
- Norma ISO 9000:2015 Sistema de gestión de calidad - Fundamentos y vocabulario

5. DEFINICIONES

- 5.1. Daño: Lesiones físicas, daños a la salud de las personas o daños a la propiedad o el medio ambiente
- 5.2. Peligro: Una fuente potencial de daño
- 5.3. Riesgo: Efecto de la incertidumbre. Combinación de las consecuencias de un evento y la probabilidad asociada de que ocurra.
- 5.4. Análisis de riesgo: Análisis sistemático de la información disponible para identificar peligros y estimar el riesgo.
- 5.5. Evaluación de riesgo: Proceso que comprende el riesgo estimado contra criterios de riesgo dado para determinar la aceptabilidad del riesgo.
- 5.6. Control de riesgo: Proceso en el cual se toman las decisiones y medidas aplicadas por el cual los riesgos se reducen o se mantienen en los niveles especificados.
- 5.7. Riesgo residual: Riesgo que queda después de las medidas de control de riesgos se han tomado.
- 5.8. Severidad: Medida de las posibles consecuencias de un peligro.
- 5.9. Seguridad: Libre de riesgo inaceptable.
- 5.10. Gestión del riesgo: Aplicación sistemática de las políticas de gestión, procedimientos y prácticas a las tareas de análisis, evaluación, control y seguimiento de los riesgos.

 BELLAS ARTES DISEÑO & IMPRESIÓN <small>Ediciones, Patrocinadora, Vendedora y Distribuidora de Productos</small>	POE LIBERACIÓN DE PRODUCTOS	Código:	P/EBA-004-01
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020

1. OBJETIVO

Establecer los pasos a seguir para la liberación de productos.

2. RESPONSABLE

Jefe de Producción

3. ALCANCE

Desde las operaciones de embalaje hasta el despacho de los productos a los clientes.

4. REQUISITOS DOCUMENTARIOS

- Norma ISO 9001:2015 Sistema de gestión de calidad - Requisitos
- Norma ISO 9000:2015 Sistema de gestión de calidad - Fundamentos y vocabulario

5. DEFINICIONES

5.1. Embalaje: Conjunto de elementos que forman parte del contenedor externo donde se colocan los productos terminados para que sean exportados brindando protección y estabilidad térmica.

5.2. Liberación: Declaración de que los productos cumplen con los criterios de calidad establecidos. Este proceso solo puede ejecutarlo un personal responsable designado por el Jefe de Producción.

5.3. No conformidad: Es el incumplimiento de un requisito establecido, sea este explícito o implícito. Puede ser detectado en el producto, sistema de gestión o cliente.

5.4. Selección: Denominado preparación de pedidos es el proceso de selección de productos, verificando lo escogido con lo requerido en los documentos de despacho.

6. FUNDAMENTO

Garantizar que los productos que serán entregados a los clientes cumplan con los criterios de calidad establecidos.

7. PROCEDIMIENTO

 BELLAS ARTES DISEÑO & IMPRESIÓN <small>Reserva Patrocinada Montá y Cía. (Buenos Aires) Tel: 0220 70 100</small>	POE LIBERACIÓN DE PRODUCTOS	Código:	P/EBA-004-01
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020

Los productos listos para su despacho deben ser autorizados en su distribución por el Jefe de Producción.

- a) El personal de almacén debe verificar que cuenta con la documentación necesaria para el despacho de los productos.
- b) Se debe entregar los documentos de salida de los productos al jefe de Producción para firma de conformidad.
- c) El jefe de Producción debe verificar que la información y el producto a despacho sean los correctos.
- d) En caso el producto presente una no conformidad que no afecte la integridad del producto, tal como confusión en la selección o embalaje, se realizará el cambio del producto por el correcto.
- e) En caso el producto presente una no conformidad que sí afecte integridad del producto, este será enviado al almacén de rechazados para su posterior eliminación.
- f) Una vez se verifique la conformidad de la información, el jefe de Producción autorizará la salida del producto, firmando como signo de conformidad el documento de salida.

ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:

 BELLAS ARTES DISEÑO & IMPRESIÓN <small>Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.</small>	POE TRATAMIENTO DE NO CONFORMIDADES	Código:	P/EBA-005-01
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020

1. OBJETIVO

Establecer los pasos a seguir para el tratamiento de no conformidades, su registro, evaluación y toma de acciones correctivas.

2. RESPONSABLE

Jefe de Producción.

3. ALCANCE

Desde la detección de la no conformidad, generación de la acciones correctivas hasta la subsanación de la no conformidad.

4. REQUISITOS DOCUMENTARIOS

- Norma ISO 9001:2015 Sistema de gestión de calidad - Requisitos
- Norma ISO 9000:2015 Sistema de gestión de calidad - Fundamentos y vocabulario
- Manual de Buenas Prácticas de Almacenamiento

5. DEFINICIONES

5.1. Acción correctiva: Acción para eliminar la causa de una no conformidad y evitar que vuelva a ocurrir.

5.2. Concesión: Autorización para utilizar o liberar un producto o servicio que no es conforme con los requisitos especificados.

5.3. Conformidad: Cumplimiento de un requisito.

5.4. Destrucción: Acción tomada sobre un producto no conforme para impedir su uso inicialmente previsto.

5.5. No conformidad: Es el incumplimiento de un requisito establecido, sea este explícito o implícito. Puede ser detectado en el producto, cliente o por el sistema de gestión de calidad

5.6. Proveedor externo: Organización que proporciona un producto o servicio.

5.7. Reclassificación: Variación de la clase de un producto no conforme, de tal forma que sea conforme.

 BELLAS ARTES DISEÑO & IMPRESIÓN <small>Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.</small>	POE TRATAMIENTO DE NO CONFORMIDADES	Código:	P/EBA-005-01
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020

6. FUNDAMENTO

Garantizar que las no conformidades sean correctamente identificadas y clasificadas, de tal manera que se puedan establecer las actividades correctivas necesarias que permitan superarla o en su defecto controlarlas.

7. PROCEDIMIENTO

Cada vez que el personal de cualquier área detecta una no conformidad, se procede como sigue:

- a) Luego de la detección de la no conformidad, se informa al jefe del área correspondiente y se procede a la corrección respectiva.
- b) Acto seguido, se debe registrar la no conformidad en el formato, Registro de No Conformidades.
- c) Los encargados de estas áreas deben enviar al jefe de Aseguramiento de la Calidad los registros de No Conformidades para su consolidación. De ser necesario, se presentará una solicitud de acción correctiva.
- d) Finalizada la evaluación, se debe actualizar la base de datos de no conformidades (Registro de No Conformidades).
- e) El jefe de Producción debe realizar un análisis de las No Conformidades y convocar a reunión para comunicar los resultados a las áreas involucradas.
- f) Del análisis y según aplique, se deben generar Solicitudes de Acción Correctiva (SAC); proceder según el formato de Acciones correctivas y de mejora.

7.1. No Conformidad del proveedor externo

- a) Las no conformidades del proveedor externo (cantidad entregada, cumplimiento de especificaciones y tiempo de entrega) deben registrarse dentro del periodo correspondiente.
- b) En el caso que un lote o una parte del mismo se encuentre no conforme, se debe realizar el rechazo del total o de esta porción del lote colocándole la etiqueta de rechazado.
- c) Cuando se realice una concesión a un proveedor externo autorizado por el Director Técnico y Gerencia General, el personal de almacén debe proceder a la corrección del producto entregado separando las unidades defectuosas y realizando las actividades que permitan cumplir con las especificaciones aplicables al producto.

	POE AUDITORIAS INTERNAS DE CALIDAD	Código:	P/EBA-006-01
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020

1. OBJETIVO

Determinar si el Sistema de Gestión de Calidad (SGC) es conforme con los requisitos establecidos por la Empresa “Bellas Artes”, así como comprobar que el cumplimiento de ellos permite alcanzar eficazmente los objetivos de calidad. Identificación de no conformidades.

2. RESPONSABLE

Jefe de Producción.

3. ALCANCE

Desde los procesos de la Dirección, operativos hasta los procesos de soporte.

4. REQUISITOS DOCUMENTARIOS

- Norma ISO 9001:2015 Sistema de gestión de calidad - Requisitos
- Norma ISO 9000:2015 Sistema de gestión de calidad - Fundamentos y vocabulario
- Manual de Buenas Prácticas de Almacenamiento

5. DEFINICIONES

- 5.1. Acción correctiva: Acción para eliminar la causa de una no conformidad y evitar que vuelva a ocurrir.
- 5.2. Alcance de la auditoría: Extensión y límites de una auditoría.
- 5.3. Auditado: Organización que es auditada.
- 5.4. Auditor: Persona que lleva a cabo una auditoría.
- 5.5. Auditoría interna de calidad (AIC): Proceso sistemático, independiente y documentado para obtener evidencias objetivas y evaluarlas de manera objetiva con el fin de determinar el grado en que se cumplen los criterios de auditoría.
- 5.6. Conclusiones de la auditoría: Resultado de una auditoría tras considerar los objetivos de la auditoría y todos los hallazgos de auditoría.
- 5.7. Equipo auditor: Una o más personas que llevan a cabo una auditoría con el apoyo, si es necesario, de expertos técnicos.

	POE AUDITORIAS INTERNAS DE CALIDAD	Código:	P/EBA-006-01
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020

5.8. Evidencia de la auditoría: Registros, declaraciones de hecho o de cualquier otra información que son pertinentes para los criterios de auditoría y que son verificables.

5.9. Hallazgos de la auditoría: Resultados de la evaluación de la evidencia de la auditoría recopilada frente a los criterios de auditoría.

5.10. Plan de auditoría: Descripción de las actividades y de los detalles acordados de una auditoría.

5.11. Programa de auditoría: Conjunto de una o más auditorías planificadas para un periodo de tiempo determinado y dirigidas hacia un propósito específico.

6. FUNDAMENTO

Las AIC son una herramienta para inspeccionar y verificar que el SGC se esté ejecutando acorde a los objetivos de calidad de la Empresa “Bellas Artes”. Las auditorías son el método principal para detección de no conformidades y toma de acciones correctivas.

7. PROCEDIMIENTO

7.1. Planificación de las auditorías internas

- a) La Empresa “Bellas Artes” debe realizar AIC según el PR/ASC-001 “Programa anual de actividades”.
- b) La ejecución de las AIC debe estar a cargo del jefe de Aseguramiento de la Calidad, quien se debe encargar de rotar progresivamente a los auditores por los diferentes procesos. La programación se deberá cumplir en la fecha indicada en el Programa de auditorías internas de calidad.
- c) El jefe de Producción puede desempeñarse como auditor jefe del equipo de auditores.


7.2. Ejecución

- a) El jefe de Producción debe convocar a los auditores internos para formar los equipos. Los equipos deben ser independientes del área a auditar.
- b) Definidos los equipos, se debe coordinar las fechas y horas convenientes para la auditoría conjuntamente con los dueños de los procesos que serán objeto de la misma.
- c) Se debe comunicar a los auditores que deben realizar la revisión documental de los procedimientos a auditar.

 BELLAS ARTES DISEÑO & IMPRESIÓN <small>Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.</small>	POE AUDITORIAS INTERNAS DE CALIDAD	Código:	P/EBA-006-01
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020

- d) Se debe determinar la fecha de reunión de apertura. Luego, el jefe de Producción debe comunicar a todos los responsables de los procesos involucrados y al Coordinador de Calidad el Plan de auditorías adjuntando el formato Plan de auditorías internas de calidad.
- e) El equipo auditor se debe reunir con el encargado del área auditada para verificar la conformidad de sus procesos. Las observaciones de los auditores deben ser registradas en el formato de Lista de verificación auditorías internas de calidad.
- f) Concluida la entrevista, el auditor líder debe exponer las evidencias encontradas al auditado. Luego de esto, ambos deben definir la fecha en la que el equipo volverá para levantar las observaciones que no derivaron en una SAC.
- g) Aquellas observaciones críticas que han sido subsanadas con una medida correctiva, deben pasar a ser registradas por el jefe de Producción para su seguimiento.
- h) Concluidas las auditorias previstas en el plan, el jefe de Producción debe convocar a reunión a todo el equipo de auditores para discutir los hallazgos encontrados.
- i) Cada equipo auditor debe retornar al proceso auditado según lo acordado con el responsable para verificar las acciones tomadas sobre las observaciones encontradas y debe registrar las mismas en el formato Lista de verificación de auditorías internas de calidad.
- j) El jefe de Aseguramiento de la Calidad debe convocar a la reunión de cierre a auditores, auditados y al Coordinador de Calidad.
- k) Cada equipo auditor debe elaborar el informe de auditoría empleando el formato Informe de auditoría interna de calidad y emitirá las SACs que correspondan.
- l) Concluido el informe del auditor, este debe ser entregado al Coordinador de Calidad quien debe elaborar el informe final de auditoría y lo presentará a la Alta Dirección. Este informe debe ser archivado como información documentada.

ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:

	POE ACCIONES CORRECTIVAS Y DE MEJORA	Código:	P/EBA-007-01
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020

1. OBJETIVO

Definir los pasos a seguir para tomar medidas correctivas y de mejora frente a no conformidades y/o quejas o reclamos.

2. RESPONSABLE

Jefe de Producción.

3. ALCANCE

Desde la solicitud de acción correctiva y/o de mejora, hasta el proceso de seguimiento y cierre de las mismas.

4. REQUISITOS DOCUMENTARIOS

- Norma ISO 9001:2015 Sistema de gestión de calidad - Requisitos
- Norma ISO 9000:2015 Sistema de gestión de calidad - Fundamentos y vocabulario

5. DEFINICIONES

5.1. Acción correctiva: Acción para eliminar la causa de una no conformidad y evitar que vuelva a ocurrir.

5.2. No conformidad: Incumplimiento de un requisito.


5.3. Queja: Expresión de insatisfacción hecha a una organización relativa a su producto o servicio o al propio proceso de tratamiento de quejas, donde explícita o implícitamente se espera una respuesta o solución.

5.4. Requisito: Necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria.

5.5. Satisfacción del cliente: Percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido las expectativas de los clientes.

6. FUNDAMENTO

Tomar acción frente a las no conformidades y/o quejas y reclamos de clientes mediante el uso de acciones correctivas y de mejora para subsanar las desviaciones del SGC, así como realizar seguimiento a las acciones tomadas hasta su cierre.

 BELLAS ARTES DISEÑO & IMPRESIÓN <small>Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.</small>	POE ACCIONES CORRECTIVAS Y DE MEJORA	Código:	P/EBA-007-01
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020

7. PROCEDIMIENTO

Cualquier encargado del área de la Empresa “Bellas Artes” puede solicitar se tome una medida correctiva y/o de mejora siempre que se haya presentado una no conformidad de manera reiterativa o que su impacto afecte la calidad del producto.

Los resultados de auditorías internas o externas, revisiones por la Dirección, registro de No Conformidades, registros de quejas y reclamos, indicadores de gestión, etc. son elementos de entrada para tomar medidas correctivas o de mejora.

7.1. Solicitudes por encargados de área

- a) El encargado de área debe solicitar al jefe de Aseguramiento de la Calidad, mediante el formato de Solicitud de Acción Correctiva (SAC), la implementación de la medida correctiva.
- b) El jefe de Producción debe registrar la SAC en el formato Registro consolidado de acciones correctivas.
- c) El jefe de Producción debe ser el responsable de hacer seguimiento a las acciones correctivas o de mejora adoptadas hasta que se efectúe el cierre de las mismas.

7.2. Auditorías internas o externas

Los auditores internos y jefe de Producción deben solicitar medidas de acción correctiva según las conclusiones de los informes de auditorías.

7.3. Revisión por la Dirección e indicadores de gestión

El Jefe de Producción debe solicitar medidas de acción correctiva según las conclusiones de la revisión por la Dirección e indicadores de gestión.


7.4. Quejas y reclamos

El Jefe de Producción debe solicitar medidas de acción correctiva por las quejas o reclamos recibidas por parte del cliente.

7.5. No Conformidades registradas por las áreas

El jefe de Producción puede generar una SAC como resultado del análisis de no Conformidades

7.6. Evaluación de la eficacia


	POE ACCIONES CORRECTIVAS Y DE MEJORA	Código:	P/EBA-007-01
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020

a) El jefe de Producción debe evaluar la eficacia de las medidas correctivas; las cuales deben ser evaluados luego de su implementación y registrarlas en el Registro consolidado de acciones correctivas.

La evaluación de la eficacia se debe realizar mediante la verificación del seguimiento de cumplimiento de las medidas correctivas y la evaluación de los resultados.

b) Si al evaluar las acciones implementadas se determina que las mismas no fueron eficaces o que las causas de la No Conformidad no han desaparecido, se debe generar una nueva solicitud de acción correctiva o de mejora, según se considere adecuada, la cual debe ser gestionada según lo establecido en este procedimiento.

ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:

 BELLAS ARTES DISEÑO & IMPRESIÓN <small>Reserva Patrocinador Mundial CIB 0000 0000 0000 0000 0000 0000</small>	POE RECLUTAMIENTO, SELECCIÓN, CONTRATACIÓN E INDUCCIÓN DE NUEVO PERSONAL	Código:	P/EBA-008-01
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020

1. OBJETIVO

Definir el procedimiento para el reclutamiento, selección, contratación e inducción de personal nuevo estableciendo la documentación requerida por la Empresa “Bellas Artes”.

2. RESPONSABLE

Gerencia General, Gestión de Talento Humano

3. ALCANCE

Desde el reclutamiento hasta la inducción del personal nuevo.

4. REQUISITOS DOCUMENTARIOS

- Norma ISO 9001:2015 Sistema de gestión de calidad – Requisitos

5. DEFINICIONES


5.1. Reclutamiento: Procedimiento usado con el propósito de atraer a cierto número de personas candidatas para un puesto específico dentro de una organización.

5.2. Inducción: Procedimiento que consiste en capacitar al personal nuevo de la empresa en las diferentes funciones de las áreas que tendrá relación directa.

6. PROCEDIMIENTO

6.1. Reclutamiento y selección del personal operario

- a) El jefe de área debe realizar la solicitud de personal al área de Gestión del Talento Humano (GTH) de acuerdo al formato, Perfil de puesto.
- b) El área de GTH debe proceder al reclutamiento a través de la publicación del anuncio en bolsas de trabajo.
- c) Luego de filtradas las hojas de vida, el área de GTH y el jefe del área solicitante, deben proceder con las entrevistas personales.
- d) El personal seleccionado debe ser evaluado psicológicamente por el área de GTH.

 BELLAS ARTES DISEÑO & IMPRESIÓN <small>Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.</small>	POE RECLUTAMIENTO, SELECCIÓN, CONTRATACIÓN E INDUCCIÓN DE NUEVO PERSONAL	Código:	P/EBA-008-01
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020

e) Una vez seleccionado al postulante para el puesto de trabajo, se debe proceder a indicarle los requisitos para su contratación y fecha de inicio de labores.

6.2. Reclutamiento y selección del personal administrativo

a) El jefe de área realiza la solicitud de personal al área de GTH, de acuerdo al formato: Perfil de puesto.

b) El área de GTH debe proceder al reclutamiento a través de la publicación del anuncio en bolsas de trabajo.

c) Luego de filtradas las hojas de vida, el área de GTH y el jefe del área solicitante, deben proceder con las entrevistas personales.

d) El personal seleccionado debe ser evaluado psicológicamente por el área de GTH.

e) En caso el postulante apruebe la evaluación psicológica, el área de GTH debe proceder a indicarle los requisitos para su contratación y fecha de inicio de labores.

6.3. Contratación e inducción de personal operario

a) Para la contratación del personal operario, se le deberá solicitar los documentos de acuerdo a ley.

b) El jefe de GTH debe registrar la entrega de los documentos de inducción.

c) El jefe de área se debe encargar de programar y hacer seguimiento de la inducción de su personal a cargo, considerando el formato Plan de inducción del personal operario.


6.4. Contratación e inducción de personal administrativo

a) Para la contratación del personal administrativo, se le deberá solicitar los documentos de acuerdo a ley.

b) El jefe de GTH debe registrar la entrega de los documentos de inducción.

c) El jefe de área se debe encargar de programar y hacer seguimiento de la inducción de su personal a cargo, considerando el formato Plan de inducción del personal administrativo.

ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:

 BELLAS ARTES DISEÑO & IMPRESIÓN <small>Ruiz de Alarcón 11, 28014 Madrid, España</small>	POE COMPRA, SELECCIÓN Y EVALUACIÓN DE PROVEEDORES EXTERNOS	Código:	P/EBA-009-01
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020

1. OBJETIVO

Establecer los pasos a seguir para efectuar compras, desde el requerimiento hasta su recepción, así como establecer criterios para seleccionar, evaluar y reevaluar a los proveedores.

2. RESPONSABLE

Jefe de Producción

3. ALCANCE

Desde el requerimiento de producto y/o servicio hasta su recepción y reevaluación.

4. REQUISITOS DOCUMENTARIOS

- Norma ISO 9001:2015 Sistema de gestión de calidad – Requisitos
- Norma ISO 9000:2015 Sistema de gestión de calidad - Fundamentos y vocabulario

5. DEFINICIONES

5.1. Evaluación: Herramienta que sirve para calcular el valor de un servicio brindado a la Empresa “Bellas Artes”.

5.2. Proveedor externo: Organización que proporciona un producto o servicio.


5.3. Proveedores calificados: Son aquellos proveedores que habiendo sido evaluados en el formato de evaluación de proveedores, se encuentran aptos para abastecer productos y/o servicios calificados pues alcanzaron un puntaje aprobatorio.

6. FUNDAMENTO

La organización selecciona y evalúa a sus proveedores externos en la adquisición de productos para mantener en funcionamiento la cadena de suministros.

7. PROCEDIMIENTO

7.1. Compra local


 BELLAS ARTES DISEÑO & IMPRESIÓN <small>Realiza Proyectos Gráficos, Web, Video, Diseño de Interiores</small>	POE COMPRA, SELECCIÓN Y EVALUACIÓN DE PROVEEDORES EXTERNOS	Código:	P/EBA-009-01
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020

- a) El área de Aseguramiento de la Calidad debe enviar al jefe de Producción el formato Registro de productos calificados, el cual incluye productos requeridos para mantener la cadena de suministros.
- b) Recibido un requerimiento de compra, el personal de Logística debe cotizar lo solicitado con el (los) proveedor(es) calificado(s). Deberá evaluar nuevos proveedores si el caso lo amerita.
- c) De acuerdo a la evaluación realizada con la(s) cotización(es), el personal de Logística deberá emitir una orden de compra (OC).
- d) La OC debe ser aprobada por el jefe de Logística o por Gerencia General. Las compras relacionadas a maquinaria, infraestructura, tecnología y desarrollo debe ser aprobado antes por Gerencia General o la Alta Dirección, dependiendo del impacto que genere en las operaciones de la Empresa “Bellas Artes”.
- e) El jefe de Producción debe comunicar, vía correo electrónico, al proveedor externo la aprobación de la OC solicitando la documentación del producto y/o servicio.

7.2. Importaciones

- a) Recibido el requerimiento, el Coordinador de Importaciones debe cotizar lo solicitado con el (los) proveedor(es) calificado(s). Evaluará nuevos proveedores externos si el caso lo amerita.
- b) El Coordinador de Importaciones debe enviar la cotización al jefe de Logística para que genere una OC del producto.
- c) El Coordinador de Importaciones debe presentar la OC a Gerencia General para su aprobación final, verificando el documento en físico.
- d) El Coordinador de Importaciones debe comunicar al proveedor externo la aprobación de la OC solicitando la documentación del producto y/o servicio.
- e) Una vez realizados los trámites de despacho ante la aduana, el Coordinador de Importaciones debe verificar la entrega de los productos en coordinación con el agente aduanero.
- f) El Coordinador de Importaciones debe entregar al jefe de Costos toda la documentación de la importación.

7.3. Selección de Proveedores externos

 BELLAS ARTES DISEÑO & IMPRESIÓN <small>Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.</small>	POE COMPRA, SELECCIÓN Y EVALUACIÓN DE PROVEEDORES EXTERNOS	Código:	P/EBA-009-01
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020

a) Para seleccionar un nuevo proveedor externo (local o extranjero), el jefe de producción debe realizar la evaluación de este en el formato Evaluación de proveedor externo de producto o en el formato Evaluación de proveedor externo de servicio.

b) Cuando el jefe de Producción considere conveniente realizar una visita de evaluación, se debe registrar en el formato Registro de visita a proveedor externo.

7.4. Reevaluación de Proveedores

a) Se debe verificar el cumplimiento de la reevaluación de proveedores externos según los formatos: Reevaluación de proveedor externo de producto y Reevaluación de proveedor externo de servicio.

b) La aparición de reiterados reclamos (por disminución de la calidad, incremento de N° de rechazos o no conformidades frecuentes) debe dar lugar a una solicitud de acción correctiva y consulta al proveedor por los motivos que originaron los problemas.

ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:

 BELLAS ARTES DISEÑO & IMPRESIÓN <small>Realiza Proyectos Manifi, C&A, Serigrafía, Litografía</small>	POE MANTENIMIENTO DE INSTALACIONES	Código:	P/EBA-010-01
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020

1. OBJETIVO

Establecer las actividades que se deben desarrollar para mantener el buen estado de conservación de las instalaciones del local de la Empresa “Bellas Artes”

2. RESPONSABLE

Gerente General

3. ALCANCE

Desde el acondicionamiento del área hasta su mantenimiento.

4. REQUISITOS DOCUMENTARIOS

- Norma ISO 9001:2015 Sistema de gestión de calidad - Requisitos
- Norma ISO 9000:2015 Sistema de gestión de calidad - Fundamentos y vocabulario
- Manual de Buenas Prácticas de Almacenamiento

5. DEFINICIONES

5.1. Mantenimiento: Conjunto de operaciones y cuidados necesarios para que las instalaciones, edificios, industrias, etc. puedan seguir funcionando adecuadamente.

6. FUNDAMENTO

Se deben establecer las diferentes actividades a desarrollar con la finalidad de mantener en buen estado de conservación de las instalaciones del local de la Empresa “Bellas Artes”.

7. PROCEDIMIENTO

El cumplimiento del programa, Programa Anual de Mantenimiento de Instalaciones, debe ser responsabilidad del Gerente General.

7.1. Pintado de instalaciones

a) Se debe realizar la evaluación del estado de conservación de la pintura del local de la Empresa “Bellas Artes” por el personal de Mantenimiento. Las actividades de verificación se deberán registrar en el formato, Revisión de pintado de instalaciones.

 BELLAS ARTES DISEÑO & IMPRESIÓN <small>Realiza Proyectos Gráficos, Diseño de Páginas Web, Diseño de Folletos</small>	POE MANTENIMIENTO DE INSTALACIONES	Código:	P/EBA-010-01
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020

b) En función al resultado de esta evaluación, el Gerente General debe coordinar con el Jefe de Producción la programación del pintado.

7.2. Revisión de instalaciones de agua y desagüe

a) Se debe realizar la evaluación del estado de conservación del sistema de agua y desagüe por un personal de Mantenimiento externo. Las actividades de verificación se deberán registrar en el formato, Revisión de sistema de agua y desagüe.

b) En función al resultado de esta evaluación, el Gerente General debe coordinar con el jefe de Producción la reparación o mantenimiento que fueran necesarios.

7.3. Revisión de instalaciones eléctricas

a) Se debe realizar la evaluación del estado de conservación de las instalaciones eléctricas por un personal electricista de Mantenimiento. Las actividades de verificación se registraran en el formato, Revisión de instalaciones eléctricas.

b) En función al resultado de esta evaluación, el Gerente General debe coordinar con el Jefe de Producción las reparaciones que fueran necesarias.

7.4. Megado de tableros eléctricos

a) Se debe realizar el megado de conductores en los tableros eléctricos para verificar el estado de conservación del aislamiento de los mismos.

b) Esta actividad se debe registrar en el formato, Revisión de megado de tableros eléctricos.

c) En función al resultado de esta evaluación, el Gerente General debe coordinar con el Jefe de Producción las reparaciones que fueran necesarias.

ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:

 BELLAS ARTES DISEÑO & IMPRESIÓN <small>Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.</small>	POE MANTENIMIENTO EQUIPOS DE CÓMPUTO	Código:	P/EBA-011-01
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020

1. OBJETIVO

Establecer el procedimiento a seguir para el mantenimiento preventivo y correctivo de los equipos de cómputo.

2. RESPONSABLE

Jefe de Producción

3. ALCANCE

Desde la ejecución del mantenimiento preventivo y correctivo hasta su aprobación.

4. REQUISITOS DOCUMENTARIOS

- Norma ISO 9001:2015 Sistema de gestión de calidad – Requisitos

5. DEFINICIONES

5.1. **Antispyware:** Tecnología de seguridad que ayuda a proteger un ordenador de software potencialmente no deseado.

5.2. **Hardware:** Conjunto de aparatos de una computadora.

5.3. **Mantenimiento:** Conjunto de operaciones y cuidados necesarios para que las instalaciones, edificios, industrias, etc. puedan seguir funcionando adecuadamente.

5.4. **Software:** Conjunto de programas, instrucciones y reglas informáticas para ejecutar ciertas tareas en una computadora.

6. FUNDAMENTO

El procedimiento de mantenimiento preventivo de los equipos de cómputo busca minimizar los riesgos que usualmente comprometen el normal funcionamiento de las computadoras, laptops y servidores, estableciendo para ello mecanismos de seguridad para el software.

El procedimiento de mantenimiento correctivo de los equipos de cómputo se efectúa cuando las computadoras, laptops, impresoras y servidores presentan anomalías alterando su normal funcionamiento, que impidan al usuario continuar con sus labores habituales.

 BELLAS ARTES DISEÑO & IMPRESIÓN <small>Realiza Proyectos Gráficos, Web, Video, Audio y más.</small>	POE MANTENIMIENTO EQUIPOS DE CÓMPUTO	Código:	P/EBA-011-01
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020

7. PROCEDIMIENTO

7.1. Mantenimiento preventivo

a) De acuerdo al control de mantenimiento preventivo establecido en el formato, Control de mantenimiento preventivo, se debe efectuar periódicamente el mantenimiento de todos los equipos de cómputo.

b) La ejecución del mantenimiento preventivo puede constar de:

- La actualización del software instalado y/o sistema operativo
- Ejecución del antivirus y antispyware
- Depuración de archivos

7.2. Mantenimiento correctivo

a) De producirse alguna falla en el funcionamiento de las computadoras, laptops, impresoras o servidores, el usuario debe comunicar el incidente.

b) Una vez tomado conocimiento del incidente, el personal de Sistemas debe realizar el respectivo diagnóstico del funcionamiento del equipo; una vez determinadas las causas, se deben tomar medidas correctivas.

Para finalizar el mantenimiento, el usuario debe firmar conjuntamente con el personal de Sistemas los formatos, Reporte de mantenimiento preventivo y/o Reporte de mantenimiento correctivo, en señal de conformidad, lo cual indicará que el equipo de cómputo comprometido se encuentra Operativo. El jefe de Producción junto con el diseñador gráfico debe firmar los formatos como aprobación.

	POE ATENCIÓN Y REGISTRO DE QUEJAS Y RECLAMOS	Código:	P/EBA-012-01
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020

1. OBJETIVO

Definir los pasos a seguir para la atención y registro de quejas y reclamos de clientes.

2. RESPONSABLE

Jefe de Atención al Cliente

3. ALCANCE

Desde la recepción de la queja de los clientes hasta la acción correctiva.

4. REQUISITOS DOCUMENTARIOS

- Norma ISO 9001:2015 Sistema de gestión de calidad – Requisitos
- Norma ISO 9000:2015 Sistema de gestión de calidad - Fundamentos y vocabulario
- Manual de Buenas Prácticas de Almacenamiento

5. DEFINICIONES

5.1. **Acción correctiva:** Acción para eliminar la causa de una no conformidad y evitar que vuelva a ocurrir.

5.2. **Cliente:** Persona u organización que podría recibir o que recibe un producto o un servicio destinado a esa persona u organización o requerido por ella.

5.3. **Queja:** Expresión de insatisfacción hecha a una organización relativa a su producto o servicio o al propio proceso de tratamiento de quejas, donde explícita o implícitamente se espera una respuesta o solución.

5.4. **Satisfacción del cliente:** Percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido las expectativas de los clientes.

6. FUNDAMENTO

Garantizar que las quejas y reclamos de los clientes sean atendidas mediante la toma de acciones correctivas, así como mantener la satisfacción del cliente.

 BELLAS ARTES DISEÑO & IMPRESIÓN <small>Reserva Patrocinador Mundial, C.A.B. (Bolsa de Valores) S.A. 18.02.2018</small>	POE ATENCIÓN Y REGISTRO DE QUEJAS Y RECLAMOS	Código:	P/EBA-012-01
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020

7. PROCEDIMIENTO

a) El personal calificado para recibir quejas de los clientes, debe registrarlas en el formato, Recepción de queja o reclamo, solicitando la mayor cantidad de información.

b) El jefe de Atención al Cliente debe registrar los datos contenidos en el formato Recepción de queja o reclamo al formato, Registro consolidado de quejas y reclamos, asignándole un código de reclamo, igual en ambos formatos, los mismos que deben conservarse en un archivo especial.

c) Si se trata de quejas referente a productos, el jefe de Ventas debe comunicar la queja a Aseguramiento de la Calidad, quien a su vez, la comunicará al fabricante, adjuntado un informe.

d) De ser necesario, se evaluará el retiro del producto del mercado.

e) El Gerente General evaluará el problema, en caso se requiera una acción correctiva inmediata o se realice el canje.

f) El jefe de Ventas debe analizar las quejas y reclamos en el formato, Registro consolidado de quejas y reclamos, y debe determinar si es necesario solicitar una acción correctiva, ya sea por la gravedad de lo encontrado o por la frecuencia en la que se presenta.

1. INFORMACIÓN GENERAL	
Proceso	
Alcance	
Criterios	
Tipo de Auditorías	
Responsable del proceso	
Auditor líder	
Auditor(es)	
AUTORIZACIÓN PARA COMUNICAR ESTE INFORME	
Este informe se comunicará después de la auditoría y no será divulgado a terceros sin su autorización	
2. OBJETIVOS DE LA AUDITORÍA	
3. CONCLUSIONES DEL EQUIPO AUDITOR	
3.1 Actividades desarrolladas:	
3.2 Aspectos relevantes:	
3.3 Aspectos por mejorar:	
3.4 Resultado del seguimiento de las acciones correctivas de la auditoría anterior:	
4. INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA	
5. CONCEPTO DEL EQUIPO AUDITOR	
Nombre del auditor líder: _____ Firma: _____ Fecha: _____	

A. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Fecha : _____
 Tema : _____
 Expositor : _____
 Dirigido a : _____

B. PRODUCTOS QUE BRINDA:

C. CRITERIOS A EVALUAR

TEMAS DE CALIFICACION	CRITERIOS DE EVALUACION	PUNTAJE
CALIDAD DEL PRODUCTO	Cumple las Especificaciones Técnicas	
CUMPLIMIENTO EN CANTIDADES Y PLAZOS PACTADOS	Cumple con las cantidades solicitadas y plazos acordados	
CALIDAD COMERCIAL	Nivel de competitividad de precio con respecto a los demás proveedores	
SERVICIO DE ATENCION AL CLIENTE	Prontitud en atención y resolución de un requerimiento o queja cuando se presenta	
CALIDAD DE INSTALACIONES	Organización, higiene, equipos, almacenes, control de calidad	
PUNTAJE TOTAL EVALUACIÓN		

D. TABLA DE PUNTUACIÓN POR CADA CRITERIO

DESCRIPCION	CALIFICACION
Muy Bueno : Sobrepasa los requerimientos básicos	20
Bueno : Excede en poco los requerimientos básicos	15
Normal : Cumple con los requerimientos básicos	10
Regular : No cumple los requerimientos básicos	5
Deficiente : Muy por debajo de los requerimientos básicos	0

E. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN

PUNTAJE	ACCIONES A REALIZAR
61-100	Cumple con los requerimientos. Seleccionar / mantener proveedor (Calificado)
30-60	Solicitar mejoras para futuras adquisiciones / evaluaciones (Calificado en desarrollo)
<30	Descartar para futuras selecciones salvo mejoras ofrecidas por el mismo proveedor

F. PLAN DE MEJORA DE PROVEEDORES

PROBLEMA	ACCIONES DE MEJORA



Fecha programada:

Fecha de inicio:

Nombre Técnico Responsable:

Fecha de Terminó:

Item	Áreas	Duchas	Lavaderos	Inodoros	Desague	Red agua	Válvulas	Observaciones

LEYENDA	
Buenas condiciones	B
Requiere reparación	R
No aplica	NA

PRÓXIMA REVISION

Frecuencia

Semana

Mes

El objetivo de esta encuesta es encontrar oportunidades de mejora en la calidad de los productos que brinda la Empresa “Bellas Artes” y en la satisfacción de nuestros clientes.

Se hace mención que esta encuesta es anónima. La información recogida no será analizada de forma individual sino de forma conjunta con fines estadísticos. Los resultados nos van a ayudar en la toma de decisiones y/o acciones en beneficio de nuestros clientes.

Por favor, califique su grado de satisfacción en los siguientes puntos, teniendo en cuenta los siguientes criterios:

Valore su nivel de satisfacción de acuerdo con las siguientes afirmaciones:

- 1 = muy malo
- 2 = malo
- 3 = regular
- 4 = bueno
- 5 = muy bueno

No.	ÍTEMS	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
A) DISTRIBUCIÓN. Ítem relativo a la capacidad, eficiencia y cuidados del producto que demuestra el servicio de distribución de dispositivos médicos						
1	La unidad de distribución entrega los productos de forma eficiente y completos					
2	El servicio de distribución cumple con los tiempos de entrega					
3	El servicio de distribución entrega los productos en condiciones adecuadas para su uso					
B) SOBRE EL PRODUCTO. Ítems referidos a la presentación e información técnica del producto						
4	Presentación del producto					
5	Información técnica completa y útil					
C) ATENCIÓN AL CLIENTE. Ítems concernientes a la accesibilidad, tanto en lo referido a la persona adecuada como al horario, así como información brindada del producto y tratamiento de quejas y/o reclamos						
6	El servicio de Atención al Cliente es adecuado en horarios y con personal que atiende amablemente mis consultas					
7	Se informa de una manera clara y comprensible a los usuarios todo lo relacionado al producto ofrecido (información técnica)					
8	La Empresa “Bellas Artes” recoge de forma adecuada las quejas y/o reclamos y brinda una solución acertada					
D) ASPECTOS TANGIBLES. Ítems que mencionan los recursos materiales, equipos, materiales de comunicación e instalaciones con las que cuenta la Droguería						
9	El personal cuenta con recursos materiales suficientes para llevar a cabo su trabajo					
10	El personal dispone de tecnología adecuada para realizar su trabajo					

	(equipos informáticos y de otro tipo)					
11	El personal dispone de los medios adecuados de comunicación para contactarse con sus clientes					
E) EXPECTATIVAS DEL SERVICIO. Ítems que aluden a la satisfacción de las necesidades de los usuarios, conocimiento que tienen sobre el servicio, experiencia previa acerca del mismo						
12	La Empresa “Bellas Artes” conoce mis intereses y necesidades como usuario					
13	La Empresa “Bellas Artes” da respuesta rápida a las necesidades y problemas de los usuarios					
14	La Empresa “Bellas Artes” se adapta perfectamente a mis necesidades como usuario					
15	Se han solucionado satisfactoriamente mis demandas en ocasiones pasadas					
16	Cuando acudo a la Empresa “Bellas Artes” sé que encontraré las mejores soluciones					
F) SUPERACIÓN DE EXPECTATIVAS. Ítem indicativo de la evolución hacia la mejora percibida por los usuarios						
17	He observado mejoras en el funcionamiento general de la Droguería					

ANEXO I: MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Código:	M/EBA-001-01
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020

I. GENERALIDADES

1. OBJETIVO

El objeto del presente manual es describir las funciones correspondientes a cada puesto de trabajo y su interrelación con las demás áreas de la Empresa “Bellas Artes”.

2. ALCANCE

Aplicable a todo el personal de la Empresa “Bellas Artes” dentro del marco definido por el Sistema de Gestión de Calidad (SGC).

3. MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES

1. ORGANIZACIÓN

Debido a las características de la empresa y a la reglamentación existente, la Empresa “Bellas Artes” cuenta con el siguiente organigrama:



2. FUNCIONES

2.1 Gerente General

- Establecer los objetivos estratégicos de la empresa
- Definir y aprobar las políticas de la empresa
- Aprobar cambios en la estructura organizacional de la organización

- Promover la mejora continua en todas las áreas, con prioridad a las más críticas.

 BELLAS ARTES DISEÑO & IMPRESIÓN <small>ROSALES PARRALUENTES 10000101 C.R. TEL: 506 2237 99</small>	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Código:	M/EBA-001-01
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020

- Además asume el reto de llevar a la empresa a altos niveles de crecimiento sustentado en su talento humano, en su tecnología, y en la especialización de los productos.
- Capacitar al personal al menos cuatro veces al año en temas relacionados con el desarrollo de la especialidad del talento humano y temas de desarrollo humano.
- Promover la integración social, cultural y deportiva de quienes forman parte de la empresa y en lo posible de sus familias.
- Gestionar el crecimiento de la empresa sustentado en la planificación estratégica, sus objetivos y apegados a las disposiciones legales determinadas para el sector en la constitución, las leyes y sus reglamentos.

2.2 Atención al Cliente

- Editar un catalogo de productos con especificaciones técnicas y precios de venta al público.
- Adecuar un área específica para la atención a los clientes.
- Implementación de una base de datos para registro de clientes.

2.3 Contabilidad

- Realizar campañas de promoción en instituciones públicas y privadas para incrementar clientes.
- Solicitar crédito bancario para mejorar la infraestructura física y tecnológica de la empresa.
- Reducir costos de producción a través de la mejora a los procesos de producción.

2.4 Jefe de Producción

- Renovación de maquinaria, herramientas y equipo acorde al desarrollo de la empresa.
- Actualización de los procesos de operación y mantenimientos de maquinaria, herramientas y equipos.

	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES	Código:	M/EBA-001-01
		Vigencia:	Desde: 01-01-2018 Hasta: 01-01-2020

- Asistir a ferias de tecnología a nivel nacional para conocer las nuevas tendencias y productos en el área de la publicidad y el marketing.
- Solicitar la compra de materiales para la elaboración de los productos

2.5 Confecciones

- Se encargan del trazo, corte, costura y armado del producto final

2.6 Diseño Gráfico

- Elaborar el diseño y el arte de los productos

2.7 Rotulación

- Diseño, impresión, pegado y corte de las letras para las bandas
- Aplicación de los textos en las bandas

ELABORADO POR:	REVISADO POR:	APROBADO POR:

ANEXO L: ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO

 BELLAS ARTES DISEÑO & IMPRESIÓN <small>AVANCE EN LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE DISEÑO</small>	ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO
---	--------------------------------------

NOMBRE DEL PRODUCTO			
Material necesario para producción por unidad de producto	ID del producto	Unidad de medición	Cantidad
Características funcionales del producto			
Descripción del procesos tecnológico			
Declaración del producto			
Condiciones de almacenamiento y transporte			
Requerimientos y objetivos de calidad del producto			
Criterios de aceptación del producto			

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS Y RECURSOS PARA
EL APRENDIZAJE Y LA INVESTIGACIÓN
UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS
REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 22 / 10 / 2019

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: PATRICIO INCA PAGUAY
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: INGENIERÍA COMERCIAL
Título a optar: INGENIERO COMERCIAL
f. Documentalista responsable: Lcdo. HOLGER RAMOS MSc.