



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

Trabajo de Investigación previo a la obtención del Título  
de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios

**TEMA:** “La materia prima y su incidencia en el precio de venta  
en la Empresa REXELL de la ciudad de Ambato”

**AUTOR:** Roberto David Guerrero Benítez

**TUTORA:** Ing. Pamela Armas

AMBATO – ECUADOR

JUNIO - 2012

**Ing. Pamela Armas**

**CERTIFICA:**

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

Ambato, Abril del 2012

---

**Ing. Pamela Armas**

**TUTORA**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, Roberto David Guerrero Benítez, manifiesto que los resultados obtenidos en la presente investigación, previo la obtención del título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios son absolutamente originales, auténticos y personales; a excepción de las citas.

---

Sr. Roberto David Guerrero Benítez

C.I. 180394991-4

**AUTOR**

### **APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO**

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

f).....

f).....

Ambato, Mayo del 2012

## **DERECHOS DE AUTOR**

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

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

---

Roberto David Guerrero Benítez

C.I. 180394991-4

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo a mis padres y hermana quienes con amor y sacrificio me brindaron su apoyo anímico, moral y económico para lograr mi más grande anhelo.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, a mis padres, a la Universidad Técnica de Ambato, a la empresa Rexell y su representante quien me facilitó toda la información necesaria, a mi tutora Ing. Pamela Armas por guiarme a concluir la presente investigación y a todos quienes de una u otra manera colaboraron en el desarrollo y culminación del mismo.

## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

CERTIFICA:.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO .....	iv
DERECHOS DE AUTOR .....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS, CUADROS Y GRÁFICOS .....	xi
RESUMEN EJECUTIVO .....	xiii
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPITULO I.....	2
1. EL PROBLEMA .....	2
1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	2
1.2.1 Contextualización.....	2
1.2.2 Análisis Crítico.....	4
1.2.3 Prognosis .....	5
1.2.4 Formulación del problema .....	5
1.2.5 Interrogantes.....	5
1.2.6 Delimitación del objeto de investigación.....	6
1.3 JUSTIFICACIÓN .....	6
1.4 OBJETIVOS .....	7
1.4.1 Objetivo General .....	7
1.4.2 Objetivos Específicos.....	8



CAPITULO II .....	9
2. MARCO TEÓRICO.....	9
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....	9
2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	10
2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	12
2.4 CATEGORIAS FUNDAMENTALES .....	12
2.5 HIPÓTESIS.....	35
2.6 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES.....	35
CAPITULO III .....	36
3. MARCO METODOLÓGICO .....	36
3.1 MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	36
3.2 NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	37
3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	38
3.4 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	39
3.5 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN .....	41
3.6 PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	43
CAPITULO IV.....	44
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....	44
4.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	44
4.2 INTERPRETACIÓN DE DATOS.....	45
4.3 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS .....	62
CAPITULO V .....	67
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	67

5.1 CONCLUSIONES .....	67
5.2 RECOMENDACIONES .....	68
CAPITULO VI.....	70
6. PROPUESTA.....	70
6.1 TEMA .....	70
6.1.1 DATOS INFORMATIVOS .....	70
6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA .....	71
6.3 JUSTIFICACIÓN .....	71
6.4 OBJETIVOS .....	72
6.4.1 OBJETIVO GENERAL.....	72
6.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	72
6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD .....	73
6.6 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA .....	74
6.7 METODOLOGÍA. MODELO OPERATIVO .....	87
6.7.1 ANALÍTICA – ANÁLISIS MICRO AMBIENTE.....	87
6.8 ADMINISTRACIÓN.....	131
6.9 PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN .....	131
BIBLIOGRAFÍA .....	135
ANEXOS .....	137

## ÍNDICE DE TABLAS, CUADROS Y GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Variable independiente: Materia prima .....	13
Gráfico N° 2 Variable dependiente: Precio de venta.....	14
Gráfico N° 3 Necesidad de usar prendas jean .....	46
Gráfico N° 4 Adquisición de prendas jean .....	47
Gráfico N° 5 Entrega de pedidos en el tiempo establecido .....	48
Gráfico N° 6 Conformidad con las prendas de la empresa .....	49
Gráfico N° 7 Calidad del producto .....	50
Gráfico N° 8 Mano de obra de la empresa .....	51
Gráfico N° 9 Satisfacción de la prenda adquirida .....	52
Gráfico N° 10 Precios competitivos .....	53
Gráfico N° 11 Calidad de tela utilizada.....	54
Gráfico N° 12 Materiales utilizados en la confección.....	55
Gráfico N° 13 Controles de producción .....	56
Gráfico N° 14 Controles de tiempo de producción .....	57
Gráfico N° 15 Maquinaria con la que cuenta la empresa.....	58
Gráfico N° 16 Mano de obra interna .....	59
Gráfico N° 17 Capacitación al personal .....	60
Gráfico N° 18 Tiempos de producción establecidos .....	61
Gráfico N° 19 Representación gráfica del chi-cuadrado.....	66
Gráfico N° 20 Las cinco fuerzas de Porter .....	88
Gráfico N° 21 Organigrama estructural de la empresa Rexell.....	131
Cuadro N° 1 Matriz de Operacionalización de Variable Independiente .....	39
Cuadro N° 2 Matriz de Operacionalización de Variable Dependiente.....	40

Cuadro N° 3 Recolección de la información.....	42
Cuadro N° 4 Necesidad de usar prendas jean.....	46
Cuadro N° 5 Adquisición de prendas jean .....	47
Cuadro N° 6 Entrega de pedidos en el tiempo establecido .....	48
Cuadro N° 7 Conformidad con las prendas de la empresa.....	49
Cuadro N° 8 Calidad del producto .....	50
Cuadro N° 9 Mano de obra de la empresa.....	51
Cuadro N° 10 Satisfacción de la prenda adquirida.....	52
Cuadro N° 11 Precios competitivos .....	53
Cuadro N° 12 Calidad de tela utilizada .....	54
Cuadro N° 13 Materiales utilizados en la confección .....	55
Cuadro N° 14 Controles de producción .....	56
Cuadro N° 15 Controles de tiempo de producción.....	57
Cuadro N° 16 Maquinaria con la que cuenta la empresa .....	58
Cuadro N° 17 Mano de obra interna .....	59
Cuadro N° 18 Capacitación al personal .....	60
Cuadro N° 19 Tiempos de producción establecidos .....	61
Cuadro N° 20 Calidad .....	85
Cuadro N° 21 Matriz FODA .....	95
Tabla N° 1 Frecuencia observada.....	64
Tabla N° 2 Frecuencia esperada.....	64
Tabla N° 3 Cálculo del chi-cuadrado .....	65

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La empresa REXELL de la ciudad de Ambato se ha caracterizado por la producción y comercialización de prendas de vestir en tela jean para damas y caballeros tales como pantalones, bermudas y chaquetas y que se ha mantenido en el mercado por aproximadamente trece años, tiempo en el cual ha logrado que sus prendas sean comercializadas a nivel nacional en base a una buena calidad y excelente atención al cliente.

Por tal motivo, la presente investigación se ha enfocado en el análisis del entorno interno de la empresa, exclusivamente en el área de producción, con la finalidad de detectar inconvenientes en los procesos de producción que están afectando de manera directa al precio de venta final de las prendas.

Los datos arrojados por la investigación de campo aplicada a los clientes internos y externos, revelan que es importante imponer mayores y mejores controles en los procesos productivos donde se presentan los problemas que ocasionan que la empresa no optimice sus recursos, no sea competitiva en relación a sus similares y no alcance sus metas propuestas.

En consecuencia, la propuesta resultante surgió de la necesidad de identificar y solucionar estas dificultades, para lo cual se elabora un Manual de Procedimientos Administrativos de Producción en el que se detalla todas las políticas y actividades que se implementará en la empresa, con el objeto de optimizar los procesos de producción de las prendas, los que a su vez moderará el precio de venta final de las mismas.

## **INTRODUCCIÓN**

Es conocido que el nacimiento de la industria textil en el Ecuador estuvo basado en la imitación de modelos y marcas extranjeras conocidas internacionalmente, debido a la necesidad de los talleres de subsistir financieramente y mantener ventas constantes para que sustenten la capacidad productiva. Sin embargo, actualmente las empresas ya realizan sus propios diseños utilizando materia prima de calidad, tecnología de punta, reestructuración productiva, mano de obra calificada y precios competitivos.

Por otro lado, el sector textil – confecciones, viene mostrando un gran potencial para el desarrollo nacional, traducido en términos de producción, ya que cuenta no solo con las ventajas relacionadas a la calidad de la materia prima, sino también el desarrollo de una importante experiencia empresarial y laboral.

Consecuentemente, la empresa REXELL se ha visto obligada a desarrollar mejoras continuas en los procesos de producción, lo que implica además la optimización de recursos materiales y humanos con la finalidad de llegar a ser una empresa competitiva y posicionarse de mejor manera en el mercado en el que participa.

## **CAPITULO I**

### **1. EL PROBLEMA**

#### **1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN**

La materia prima y su incidencia en el precio de venta en la Empresa REXELL de la ciudad de Ambato.

#### **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

##### **1.2.1 Contextualización**

En el Ecuador, el sector textil y de confecciones tiene un gran potencial de desarrollo debido a su interacción con los demás sectores económicos. Según datos estadísticos de la INEC, la estructura de producción a nivel nacional es de 35% de hilatura, 27% fabricación de prendas de vestir, 15% fabricación de calzado, 10% otros productos textiles, 9% fabricación de tejidos y artículos de punto y la participación restante está entre cueros y pieles.

Se puede decir que la producción textil del Ecuador se halla concentrada en la fabricación de productos textiles, sin embargo históricamente la elaboración de este tipo de productos ha disminuido, pasando de 71.1% (año 2000) a 57.0% (año 2007) debido a la masiva importación de productos de uso sintético.

No obstante, la producción de prendas de vestir se ha desarrollado notablemente pues llegó a ocupar en 2007 el 25.0% de la producción total textil mientras que en el año 2000 alcanzó el 12.0% y se mantiene hasta la actualidad con el 27.0%; el desarrollo de esta subactividad se debe al incremento de empresas de confección concentrados principalmente en las provincias de Pichincha con una participación del 52.2% y Guayas con el 30.6%.

Las provincias restantes representan participaciones menores a las que presentan las dos provincias líderes, así: Azuay con un 8.1%, Tungurahua con el 4.0%, Imbabura con el 3.3%, Cotopaxi con el 0.6%, Chimborazo con el 0.4%, El Oro con un 0.4% y Manabí con el 0.4%, debido a que las actividades productivas la desarrollan fundamentalmente pequeñas y medianas empresas que se caracterizan por tener una estructura cerrada o de carácter familiar.

De ahí que los principales problemas que enfrentan las empresas manufactureras tienen relación con el área administrativa, financiera y primordialmente en el área de producción, por lo que exige un esfuerzo constante en la mejora de sus procesos operativos. Para llevar a cabo la misma, muchas compañías, están implantando programas de mejora de procesos en sus instalaciones.

La provincia de Tungurahua, debido a su situación geográfica se ha convertido en un polo de desarrollo socio económico en el centro del país lo que ha provocado un desarrollo en la producción y en la comercialización lo que ayuda a empresas comercializadoras, por lo tanto, es necesario que se establezcan patrones de estudio para lograr el objetivo de producir con la máxima eficacia económica posible y lograr el nivel de producción requerido con el margen máximo de ganancia.



La empresa REXELL de la ciudad de Ambato se ha caracterizado por la producción y comercialización de prendas de vestir en tela jean para damas y caballeros tales como pantalones, bermudas y chaquetas y que se ha mantenido en el mercado por aproximadamente trece años en base a una buena atención al cliente; pero en la actualidad debido a la globalización de los mercados y a la apertura de fronteras es necesario que se establezcan procesos de control en el uso de la materia prima permitiendo mejorar la cadena de valor para el consumidor, optimizar las operaciones y procesos de la empresa y de esta forma satisfacer las necesidades crecientes y siempre cambiantes de nuestros clientes.

### **1.2.2 Análisis Crítico**

La modificación del mercado debido a la globalización, determina que el incremento en el precio de venta de prendas de vestir de la fábrica REXELL, se da porque existe una inadecuada utilización de recursos económicos, materiales y principalmente el recurso humano de la organización, ya que es una base fundamental en la producción y por ende estamos hablando del desarrollo de la empresa.

Realizando el análisis del problema que enfrenta la empresa como es el inadecuado uso de materia prima incide en el precio de venta de prendas de vestir de la empresa REXELL, podemos advertir las causas por las que el problema se genera, como son:

- Privación de mano de obra calificada.
- Procesos de producción inadecuados.
- Ineficientes controles de producción.
- Demoras en entregas de materia prima por parte de los proveedores.
- Carencia de control en bodega.
- Deficiente mantenimiento de maquinaria.
- Ausencia de organización en cada cargo o puesto de trabajo.

Al verse en esta situación cualquier industria toma la equivocada decisión de darse en quiebra cuando lo ideal y lo más lógico consiste en optimizar el uso de la materia prima en la elaboración de prendas, controlar los procesos de trabajo, lo que aumentará la capacidad de la organización y sus rendimientos, calificar de mejor manera la selección de mano de obra directa e indirecta y una mejora continua en la eficiencia y eficacia de la organización. Una vez logrado esto, se debe analizar qué tipo de materia prima obtenemos y a que costos, con que maquinaria contamos, cuales son los rubros que ocasionan mayores costos y gastos para poder enrumbar a la empresa a un mejor desarrollo y cumplir con las metas y objetivos propuestos.

### **1.2.3 Prognosis**

Si la empresa REXELL no se ajusta a los cambios organizacionales que necesita para desempeñarse de mejor manera en el mercado en el que participa, entrará en una fase crítica, debido a la amenaza de nuevos competidores, creación de productos similares o sustitutivos y pérdida de clientes actuales y potenciales que están llegando a afectar de manera directa a la empresa. Esto se debe a un mal manejo del producto, maquinaria defectuosa y contratación de personal no calificado, lo que culminará con un cese total de actividades en la empresa.

### **1.2.4 Formulación del problema**

¿De qué manera incide el inadecuado uso de materia prima en el precio de venta de prendas de vestir de la empresa REXELL?

### **1.2.5 Interrogantes**

¿Cuáles son las causas para un mal uso de la materia prima?

¿Cómo se efectúan el control de uso de materia prima?

¿Qué tipos de control de uso de materia prima serán los adecuados para moderar el precio de venta?

### **1.2.6 Delimitación del objeto de investigación**

#### **Límite de Contenido**

**Campo:** Administración

**Área:** Producción

**Aspecto:** Materia Prima

#### **Límite Espacial**

**Razón Social:** Empresa “REXELL”

**Límite Temporal:** Octubre 2011 – Marzo 2012

## **1.3 JUSTIFICACIÓN**

La presente justificación hace referencia a lo siguiente:

He seleccionado este tema porque puedo aplicar los conocimientos adquiridos en cada una de las etapas de mi vida estudiantil, además este trabajo es de vital importancia tanto para la empresa como para el investigador.

Con la presente investigación se pretende proponer una o varias soluciones al problema planteado, para moderar el precio de venta de prendas de vestir en la empresa REXELL.

Actualmente la competitividad del mercado generado por la empresa económicamente activa exige a éstas ajustar sus estructuras de organización emprendiendo acciones en el sentido de modernizar los esquemas gerenciales y adaptar una mejor tecnología en los procesos de producción y comercialización. Para mantener al cliente emocionado, la empresa debe definir los conceptos de servicio, precio y calidad. El desconocimiento de aplicar modernas herramientas relacionadas con la entrega del producto con calidad, cantidad, precio y oportunidad, disminuyen la capacidad de competencia de las empresas, pérdida de liderazgo, disminución de su participación en el mercado, reducción de su rentabilidad y finalmente su desaparición.

Un proceso de control de uso de materia prima ayudará a tomar la delantera ante los competidores, necesaria a la hora de mejorar la comercialización, para ello es importante conocer la descripción del producto, el estudio del mercado, la descripción de la competencia, el personal de la empresa y la operación del negocio.

El país tiene recurso humano muy eficiente que desde la empresa aportará energía para crear capital, valor y empleo; por eso, es necesario que los empresarios aprovechen de este recurso y lo estimulen. Este trabajo pretende aportar ideas en esa alineación por ser factible de estudio.

## **1.4 OBJETIVOS**

### **1.4.1 Objetivo General**

Determinar si el uso inadecuado de materias primas incide en el precio de venta de prendas de vestir en la empresa REXELL.

### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- Identificar las causas por las que se ha generado un ineficiente uso de materia prima en la empresa REXELL.
- Analizar las alternativas adecuadas para optimizar los recursos materiales dentro de los procesos.
- Proponer procesos de control de uso de materia prima adecuados para moderar el precio de venta en la empresa REXELL.

## **CAPITULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

**ANDRADE, M. (2006).** DISEÑO DE HERRAMIENTAS DE CONTROL PARA REDUCIR PÉRDIDAS DE MATERIA PRIMA EN EL PROCESO PRODUCCIÓN APLICADO AL SERVICIO DE COMIDAS RÁPIDAS. Facultad de Ciencias De La Producción de la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

En conclusión este proyecto identifica los problemas potenciales que generan altos desperdicios de materia prima, utilizando herramientas de calidad para controlar y minimizar las pérdidas. Además, se establecen mecanismos de mejora y control para los procesos críticos de la producción con el fin de aumentar el nivel de productividad, en cada una de sus operaciones, mediante la asignación de responsabilidades para el correcto manejo, control y registro de inventarios, cumpliendo con la estandarización de cada recurso, de acuerdo con los parámetros establecidos por la administración, y un sistema que permite planificar las compras de los inventarios mediante un modelo de pronósticos.

**ARCINIEGAS, A. (2011).** SISTEMA DE CONTROL EN EL PROCESAMIENTO DE MATERIA PRIMA COMO SOPORTE A LA TOMA DE DECISIONES EN LA GESTIÓN DE COMPRA BASADO EN WEB SERVICE. Facultad de Auditoría Financiera de la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

Los resultados de esta investigación ponen en manifiesto que un sistema web de control en el procesamiento de la materia prima, permitirá minimizar significativamente la pérdida en la calificación del producto ya que se podrá medir con mayor exactitud los porcentajes de merma en cada uno de los procesos, mediante reportes de actividades durante cada etapa del proceso y categorizar a los proveedores en base a los resultados obtenidos en la calificación del producto.

**REINOSO, I. (2006).** ESTUDIO DE DESPERDICIO DE MATERIA PRIMA EN EL PROCESO DE REVESTIDO DE CONDUCTORES ELÉCTRICOS DE COBRE. Facultad de Ciencias De La Producción de la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

A través del análisis de la información existente se determinó que el nivel de rechazo de materia prima que se producía estaba por encima del promedio de la competencia local, observándose que el nivel de desperdicio era de 3,55% promedio, mientras que la competencia tiene un promedio de rechazo de 1%. Por tanto se ejecuta un estudio de desperdicios en el proceso de producción para determinar los problemas más incidentes que generan defectos, y diseñar un sistema de costos de calidad utilizando el método de costos por secciones, identificando las operaciones que generan mayores costos para asegurar la mejora continua del proceso.

## **2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA**

Para la ejecución de la presente investigación utilizaremos el siguiente paradigma crítico – propositivo porque se considera que el problema y objeto de estudio se encuentra en constante evolución, además porque la investigación realizada será cualitativa con la participación de todos los involucrados que surge como una

característica de alternativa de superación a la visión tradicionalista, facilitando de esta manera la cualificación de las causas y efectos que rodean al problema.

La empresa REXELL, es una organización que se dedica a la producción y comercialización de prendas de vestir en tela jean en la ciudad de Ambato; es por esta razón que la presente investigación busca establecer un proceso de control para el eficiente uso de materia prima para su crecimiento y bienestar a largo plazo; ya que es de vital importancia para su desarrollo comercial acorde a las exigencias que demanda el mercado.

Se aplicará una relación mutua con todos los involucrados inmersos en la organización, por lo tanto la investigación será satisfactoria debido a las varias reuniones y entrevistas a los directivos y operativos de la empresa, conversando con expertos en la materia, revisando bibliografía y la experiencia propia por ser parte de la empresa objeto de estudio. El investigador ha llegado a establecer que uno de los principales problemas que tiene la empresa es la carencia de procesos de control de uso de materia prima, afectando en la consecución de los resultados esperados.

Esta investigación se sustentará en los siguientes valores que maneja la empresa, como son la honradez, la responsabilidad y la puntualidad. A más de ello, el investigador aportará sus valores personales para el buen desempeño del presente trabajo como la seriedad y el trabajo arduo.

Se trabajará planteando teóricamente las variables tanto dependiente como independiente a través de la aplicación de las teorías seleccionadas por el investigador, como lectura bibliográfica, estudio de campo e investigación que ayudará a dar soluciones verdaderas que se acerquen cada vez más a la realidad del problema.



## **2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

La presente investigación se justifica ante la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, publicado en el registro oficial N° 116, del 10 de Julio del 2000, Art 4 que dice:

Art. 4.- Derechos del consumidor.

Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbres mercantiles, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y acceso a los servicios básicos;
2. Derecho a que los proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad,
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar.

## **2.4 CATEGORIAS FUNDAMENTALES**

### **Formulación del problema**

¿De qué manera incide el inadecuado uso de materia prima en el precio de venta de prendas de vestir de la empresa REXELL?

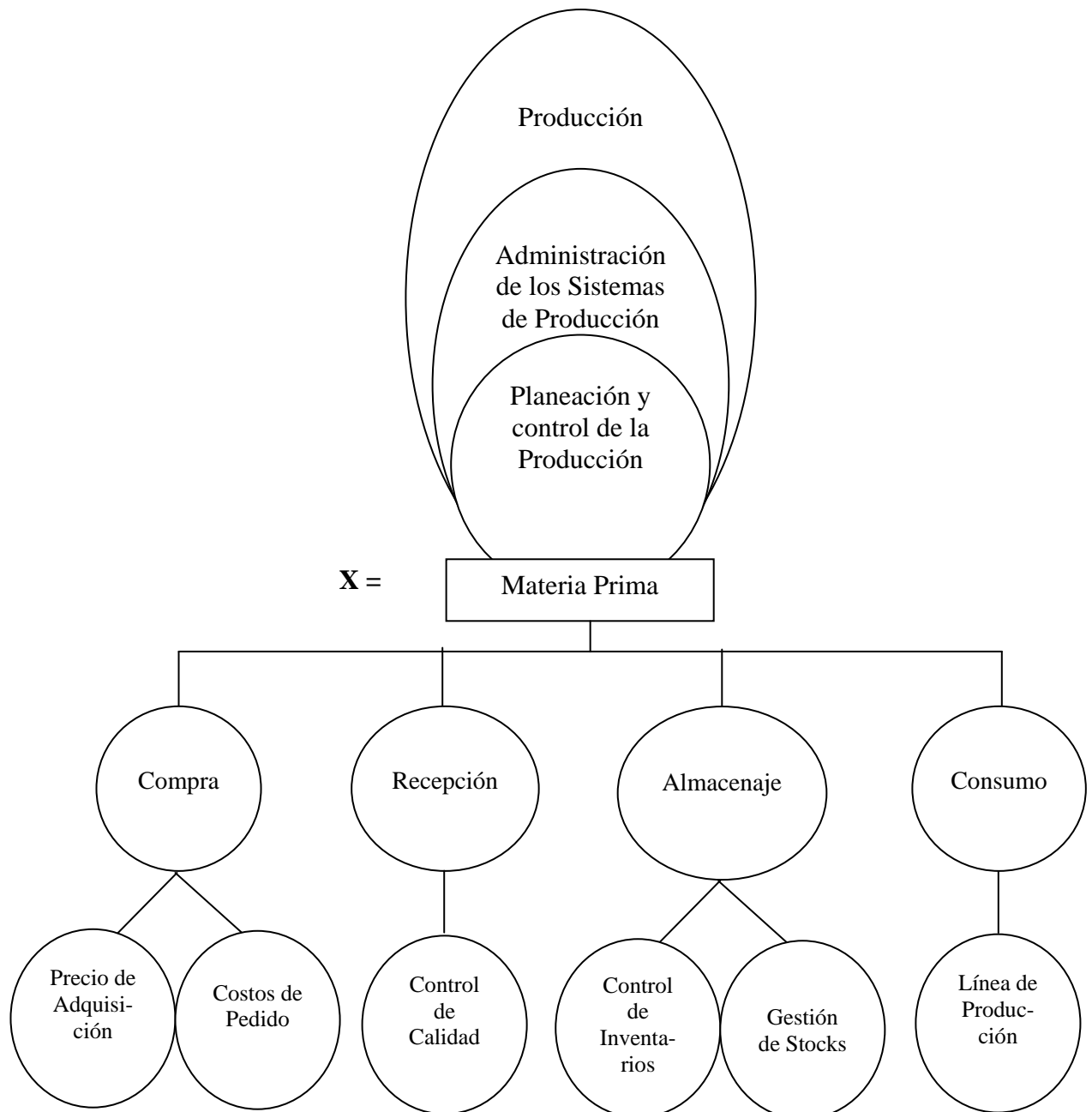
**X** = Materia prima

**Y** = Precio de venta

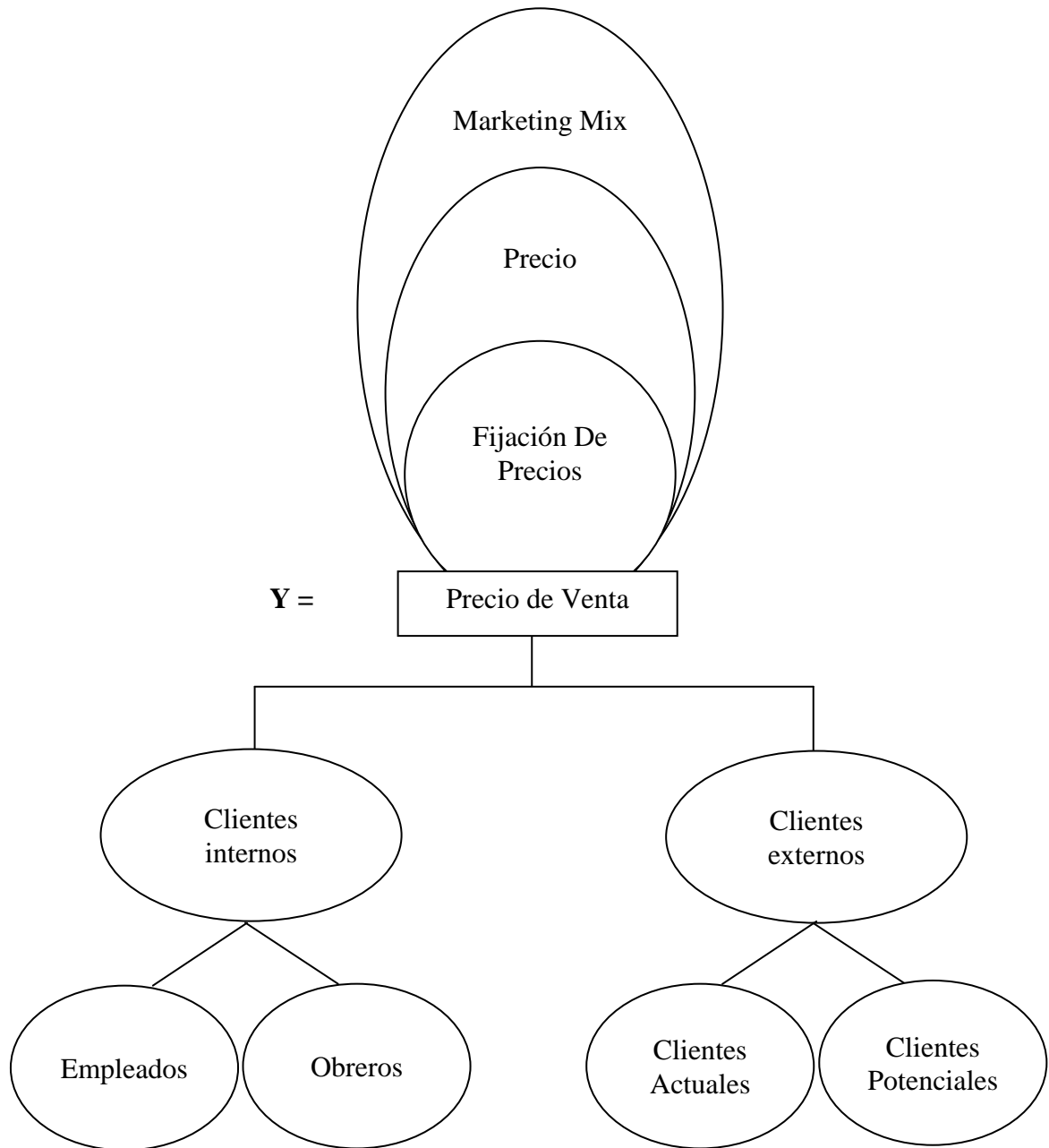
## Categorización

### Gráfico N° 1

#### Variable Independiente



**Gráfico N° 2**  
**Variable Dependiente**



## **Definición de Categorías**

### **Producción**

Se entiende por producción el proceso mediante el cual determinados elementos materiales, trabajo de maquinaria, trabajo de personas o conocimientos se transforman en productos de consumo, bienes de equipo, servicios, transporte y hostelería. (Pinilla 2008).

La producción es el estudio de las técnicas de gestión empleadas para conseguir la mayor diferencia entre el valor agregado y el costo incorporado consecuencia de la transformación de recursos en productos finales. (López 2011).

La producción es la creación y el procesamiento de bienes y mercancías. El proceso abarca la concepción, el procesamiento y la financiación, entre otras etapas. La producción es uno de los principales procesos económicos y el medio a través del cual el trabajo humano genera riqueza. (Torres 2007)

Si bien es cierto que la producción tiene como finalidad transformar las materias primas en productos elaborados, existen diferentes tipos de producción con industrias destinadas para el efecto, las mismas que para su desarrollo necesitan de materias primas y maquinarias y equipos para transformarlos al igual que capital humano como principal recurso con un fin en común que es el beneficio de la sociedad generando riqueza.

### **Administración de los Sistemas de Producción**

Los sistemas de producción son los responsables de la producción de bienes y servicios de las organizaciones. Los administradores de operaciones toman decisiones que se relacionan con la función de operaciones y los sistemas de transformación que utilizan. (Joseph 2005)

Los sistemas de producción tienen la capacidad de involucrar las actividades diarias de adquisición y consumo de recursos. Estos son sistemas que manejan los gerentes de primera línea dada la importancia que tienen como factor de decisión empresarial. El análisis de este sistema permite conocer de una forma más efectiva las condiciones en que se encuentra la empresa con referencia en el sistema productivo. (Velázquez 2004).

La administración de la producción trata con los recursos directos de producción de la empresa, las cuales pueden considerarse como las cinco P de la Dirección de Operaciones: Personas, Plantas, Procesos y Sistema de Planificación y Control. (Cooper 1997).

En definitiva, la producción no se la puede ejecutar de forma empírica. La elaboración de un producto necesita de un procedimiento específico, el cual debe ser lo más económico posible, teniendo en cuenta la capacidad del sistema de producción. Dicha capacidad dependerá de factores tales como los recursos materiales, humanos y financieros de la empresa. Esta capacidad de producción debe permitir el logro del objetivo a un plazo más o menos largo, el cual se fija al inicio de la operación.

### **Planeación y Control de la Producción**

Es la función de la dirección de la empresa que sistematiza por anticipado los factores de mano de obra, materias primas, maquinaria y equipo, para realizar la fabricación que esté determinada. (Crespo 2003)

Se refiere esencialmente a la cantidad de fabricación de artículos y vigilar que se haga como se planeó, es decir, el control se refiere a la verificación para que se cumpla con lo planeado, reduciendo a un mínimo las diferencias del plan original, por los resultados y práctica obtenidos. (Del Toro 2005)

Actividad que consiste en la fijación de planes y horarios de la producción, de acuerdo a la prioridad de la operación por realizar, determinado así su inicio y fin, para lograr el nivel más eficiente. (Marchal 2003)

La planeación y control de la producción dentro de las empresas es de gran importancia ya que determina lo que ha de producirse para atender las necesidades del mercado, establece un plan indicando los recursos requeridos para llevarlo a cabo y en última instancia indica la viabilidad del plan.

El proceso de planeación, programación y control de la producción puede dividirse en tres etapas. La primera comprende la creación de un plan general de producción, teniendo en cuenta la información del mercado para determinar que artículos se deben fabricar en un lapso de tiempo.

La segunda etapa consiste en planificar los requerimientos de materiales y capacidad de producción para llevar a cabo el plan general. Finalmente, la tercera etapa ejecuta el plan previamente evaluado.

Cualquier empresa manufacturera puede llevar a cabo las fases anteriormente mencionadas, independiente de su tamaño y actividad. Solo deben adaptarse a las condiciones y características propias de su sistema productivo.

### **Materia Prima**

Se define como materia prima todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto. La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final. Un producto terminado tiene incluido una serie de elementos y subproductos, que mediante un proceso de transformación permitieron la confección del producto final. ( Diaz 2006)

Son todos los recursos a partir de los cuales se obtienen productos elaborados o semielaborados. (Bradley 2002)

La materia prima significa cada uno de los materiales que empleará la industria para la conversión de productos elaborados. Generalmente, las materias primas son extraídas de la mismísima naturaleza, sometiéndolas luego a un proceso de transformación que desembocará en la elaboración de productos de consumo. (Crozon 1988)

De acuerdo a las definiciones de estos autores, La materia prima es todo aquel elemento o material que se transforma en un producto final. Sin embargo cabe destacar que existen 2 tipos de materia prima.

- Materia prima directa: Son todos los materiales sujetos a transformación, que se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados.
- Materia prima indirecta: Son todos los materiales sujetos a transformación, que no se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados.

## **Compra**

Podría decirse que la compra es un trueque en el cual el dinero es el medio de intercambio. El vendedor “cambia” sus productos al comprador por dinero. (Sipper 1998)

Sirve de apoyo a la alta gerencia para el control y seguimiento de los distintos procesos de compras dentro de la empresa, como son: las solicitudes internas o requisiciones de compras, las cotizaciones a proveedores, el registro de proveedores, la generación de órdenes de compra local, la definición de los diferentes despachos de una orden y la recepción de la mercancía en las distintas bodegas. (Echaide 2005)

Documento que un comprador entrega a un vendedor para solicitar ciertas mercaderías. En él se detalla la cantidad a comprar, el tipo de producto, el precio, las condiciones de pago y otros datos importantes para la operación comercial. (Chapman 2006)

Cabe resaltar que el proceso de compras no sólo implica el adquirir y obtener los productos que se requieran en una empresa si no que también incluye el negociar los precios y la calidad de los productos a comprar con la finalidad de traer beneficios a la empresa sobre todo en términos monetarios.

### **Recepción**

La recepción de pedido es uno de los procesos de un almacén logístico. Corresponde al punto de transferencia de propiedad entre un proveedor y un cliente. (Nahmias 2007)

Tiene dos formas de interpretarse:

- El documento que registra la mercadería recibida por la empresa.
- El documento que registra la mercadería recibida el cliente por parte nuestra.

En ambos documentos debe venir un detalle de cantidad, detalle del producto, precio unitario, monto total. (Vollmann 2005)

La recepción de mercancías permite establecer controles sobre los pedidos a proveedores tales como fechas de caducidad, lotes, formatos, códigos EAN entre otros. (Bertrand 1989)

Como sabemos, recepción es el punto de transferencia de propiedad entre un proveedor y un cliente.

Las principales etapas del proceso de recepción son:

- Control documental
- Descarga de la mercancía



- Control cuantitativo y cualitativo
- Integración de la mercancía recibida en el stock de la empresa

## **Almacenaje**

Se refiere a la cantidad almacenada que permite abastecer los pedidos realizados durante un período de tiempo. (Barambones 2004)

Son aquellos lugares donde se guardan los diferentes tipos de mercancía. Esta función controla físicamente y mantiene todos los artículos inventariados, se deben establecer resguardo físicos adecuados para proteger los artículos de algún daño de uso innecesario debido a procedimientos de rotación de inventarios defectuosos de rotación de inventarios defectuosos y a robos. Los registros de deben mantener, lo cual facilitan la localización inmediata de los artículos. (Gaither 2003)

Lugar donde se depositan las materias primas, el producto semiterminado o el producto terminado a la espera de ser transferido al siguiente eslabón de la cadena de suministro. (Grantham 1998)

Además de saber que significa el término almacenaje, es necesario señalar:

### Funciones de los almacenes

- Coordinación de los desequilibrios entre la oferta y la demanda.
- Reducción de costes de compra y/o de transporte.
- Complemento a proceso productivo

### Clases de almacenes

- Según naturaleza de artículos almacenados
  - Materias primas

- Semielaborados
  - Productos terminados
- Según su función en la logística de distribución
  - Planta
  - Campo
  - Tránsito o plataforma
  - Temporales o depósitos
- Según su régimen jurídico
  - Propio
  - Alquiler
  - Leasing (Inicialmente alquiler, para terminar comprando)
- Según las técnicas de manipulación
  - En bloque (Apilar bultos unos encima de otros de forma regular)
  - Convencionales (Todas las ubicaciones son accesibles)
  - Compactos (Bloques de almacenaje para productos no aplicables)
  - Dinámicos (Carga por un lado y descarga por otro)
  - Móviles (Las estanterías se desplazan con la mercancía a cuestras)

## **Consumo**

Es la utilización individual de los bienes producidos o servicios adquiridos. (Nego 2004)

Son aquellos materiales cuya utilidad consiste en producir otros bienes. (Valera 2002)

Conjunto de movimientos mediante los cuales se transportan las mercancías de los centros de almacenaje a los de producción. (Garrido 2003)

Es la utilización de la materia prima para el proceso de producción que culminará con el producto final terminado.

Es aquí donde los procesos productivos deben ser eficaces para evitar inconvenientes y pérdidas significativas a la rentabilidad de la empresa.

### **Precio de Adquisición de Materia Prima**

El término compras se refiere a la acción de: "OBTENER EL (LOS) PRODUCTO(S) O SERVICIO(S) DE LA CALIDAD ADECUADA, CON EL PRECIO JUSTO, EN EL TIEMPO INDICADO Y EN EL LUGAR PRECISO". Muchas empresas manejan este concepto cómo la acción de "adquirir provisiones o materiales" para la empresa (materias primas, componentes o artículos terminados).

Por lo tanto, el proceso de compras no sólo implica el adquirir y obtener los productos que se requieran en una empresa si no que también incluye el **negociar los precios** y la **calidad de los productos** a comprar con la finalidad de traer beneficios a la empresa sobre todo en términos monetarios.

<http://www.tumercadeo.com/2008/12/concepto-de-compras.html>

*(Internet: 2012-05-15)*

### **Costos de Pedido**

La cantidad económica de pedido busca encontrar el monto de pedido que reduzca al mínimo el costo total del inventario de la empresa.

Una de las herramientas que se utilizan para determinar el monto óptimo de pedido para un artículo de inventario es el modelo de la cantidad económica de pedido (CEP). Tiene en cuenta los diferentes costos financieros y de operación y determina el monto de pedido que minimice los costos de inventario de la empresa.

El modelo de la cantidad económica de pedido se basa en tres supuestos fundamentales, el primero es que la empresa conoce cuál es la utilización anual de los artículos que se encuentran en el inventario, segundo que la frecuencia con la cual la empresa utiliza el inventario no varía con el tiempo y por último que los pedidos que se colocan para reemplazar las existencias de inventario se reciben en el momento exacto en que los inventarios se agotan.

<http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/21/eqq.htm>

*(Internet: 2012-05-15)*

### **Control de Calidad**

El control de calidad en la recepción de productos supone la verificación de productos recibidos de compras.

Cuando existe un compromiso entre el proveedor y la empresa de cumplir unos estándares de calidad de producto pactados, se habla de productos con calidad concertada. El proveedor en este caso adjuntará en cada envío los certificados de calidad correspondientes y estos productos ya no necesitarán muestreo en la recepción.

Para los productos que no tengan calidad concertada en su ficha, se determina una plantilla de control de calidad de tipo recepción. Al recibir la compra de estos productos automáticamente se crea un documento de muestreo.

<http://www.olivia-sistemas.com/web/manesp/Hoja%20de%20producto%20Calidad.pdf>

*(Internet: 2012-05-15)*

### **Control de Inventarios**

El control de inventarios es la “técnica que permite mantener la existencia de los productos a los niveles deseado”.

Las existencias en inventario en la fabricación de bienes se usan para satisfacer las siguientes 5 necesidades:

- **Mantenimiento de independencia de las operaciones:** Si un centro de trabajo cuenta con un suministro de materiales, esto le permite algún grado de flexibilidad para operar: Situación similar ocurre con una línea de montaje, donde la alimentación de materias primas y productos para el trabajo se efectúa a la velocidad de la línea; sin embargo, en esta situación la independencia entre las líneas es bastante inferior, pues la unidad terminada en una estación de trabajo pasa a la siguiente.
- **Satisfacer las variaciones en la demanda de productos:** Si se conoce con exactitud la demanda del producto, se puede fabricar el producto para satisfacer sólo la demanda. Sin embargo, normalmente no se conoce con exactitud la demanda, en consecuencia, hay que mantener existencias de seguridad para hacer frente a esa eventual variación en la demanda.
- **Flexibilizar los programas de producción:** El hecho de mantener existencias en inventario disminuye la presión que tiene el sistema de producción para generar los productos. Esto determina que producción disponga de un mayor plazo de entrega, que le permite, eventualmente, planificar la producción para obtener flujos más regulares, con un menor costo operativo, al producir lotes más grandes.
- **Dar un margen de seguridad para variaciones en la entrega de materias primas:** Un proveedor puede tener demoras en la entrega de materias primas, originadas por varias razones: por variaciones normales en los tiempos de envío escasez de materiales en la planta o centros de distribución del proveedor, pedidos extraviados, envío de materiales defectuosos o incorrectos.
- **Aprovechar el tamaño económico de pedido:** La elaboración de un pedido tiene su costo: Fuerza de trabajo, digitación llamadas telefónicas, envíos postales, etc., en consecuencia, si se aumenta el tamaño del pedido, será menor el número de pedidos

que hay que elaborar. Por lo tanto, los costos de envío no presentan un comportamiento lineal, sino, que escalonado, en consecuencia, a medida que aumenta el tamaño del envío, menor es el costo por unidad.

<http://es.scribd.com/doc/2298564/Concepto-de-inventario>

*(Internet: 2012-05-16)*

## **Gestión de Stocks**

La gestión de stocks es la actividad y el empleo de capital y recursos para planificar, organizar, dirigir y controlar los productos y materiales almacenados con el fin de ofrecer un servicio constante a la demanda existente con la máxima fiabilidad, rapidez, versatilidad y calidad al menor coste posible.

Si hubiera que definir las funciones básicas que cumplen los stocks en el entramado empresarial, tendríamos que señalar como fundamentales las siguientes:

- **Asegurar el abastecimiento constante de materias primas para la fabricación de productos.** La gestión de stocks debe permitir que la cadena de suministro siempre proporcione materia prima en el momento en que sea requerida. Lo ideal es que siempre de la cantidad justa y necesaria, pero la variación de la demanda y la velocidad y organización de los procesos provoca que a menudo se acumule más stock del necesario para permitir dar un servicio a tiempo.
- **Permitir el servicio continuado de productos a la demanda existente.** La tenencia de inventario y stock permite atender al consumidor cuando demande el producto, ya que disponemos del mismo en el almacén. Aquí, como en la anterior función, la tendencia durante mucho tiempo ha sido a acumular productos en almacén para evitar problemas de desabastecimiento, con el consecuente aumento de los costes.

- **Por último, y aunque no es su finalidad, los stocks son empleados muchas veces como elementos de especulación para ganar dinero.** En efecto, algunas empresas con costes de almacenamiento ajustados, acumulan materias primas ante la previsión de que suban de precio, y luego las comercializan ya transformadas cuando se produce esa subida, permitiendo de una parte abaratar el coste de compra de materias primas, y por otra vender a un precio más elevado sus productos, en consonancia con la subida de las materias primas que lo componen.

Por tanto, el objetivo de una correcta gestión de stocks debe ser el conseguir abastecer a la cadena de fabricación y a la demanda en su justa medida, con la mayor calidad y al menor coste posible.

<http://fbusiness.wordpress.com/2008/06/15/gestion-de-stocks-fundamentos-y-estrategia/>  
(Internet: 2012-05-16)

### **Línea de Producción**

Es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como factores) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor.

Las acciones productivas son las actividades que se desarrollan en el marco del proceso. Pueden ser acciones inmediatas (que generan servicios que son consumidos por el producto final, cualquiera sea su estado de transformación) o acciones mediatas (que generan servicios que son consumidos por otras acciones o actividades del proceso).

Por otra parte, aunque existen una gran cantidad de tipologías de productos, podemos mencionar las principales: los productos finales, que se ofertan en los mercados donde la organización interactúa, y los productos intermedios, utilizables como factores en otra u otras acciones que componen el mismo proceso de producción.

<http://definicion.de/proceso-de-produccion/>

*(Internet: 2012-05-16)*

## **Marketing Mix**

Muchas actividades que podrían parecer al margen del marketing mix de las cuatro P están incluidas bajo una de las cuatro. Sin embargo, se sugiere añadir las otras dos P que están llegando a ser más importantes, especialmente en el comercio global. Estas son: la Política y el Público. (Kotler 1986)

El marketing mix es un concepto que se utiliza para nombrar al conjunto de herramientas y variables que tiene el responsable de marketing de una organización para cumplir con los objetivos de la entidad. Esto quiere decir que el marketing mix está compuesto por la totalidad de las estrategias de marketing que apuntan a trabajar con los cuatro elementos conocidos como las Cuatro P: Producto, Precio, Plaza y Promoción; este último conocido también como Publicidad. El marketing mix apela a diversos principios, técnicas y metodologías para incrementar la satisfacción del cliente a partir de la gestión de las Cuatro P. Para que tenga éxito, el marketing mix debe mantener la coherencia entre sus elementos. (Peters, 2002)

Los especialistas en marketing utilizamos una serie de herramientas para alcanzar las metas que nos hayamos fijado a través de su combinación o mezcla. Por ello, podemos definirlo como el uso selectivo de las diferentes variables de marketing para alcanzar los objetivos empresariales. (Muñiz 2010)

El marketing mix apela a diversos principios, técnicas y metodologías para incrementar la satisfacción del cliente a partir de la gestión de las Cuatro P. Para que tenga éxito, el marketing mix debe mantener la coherencia entre sus elementos (no tiene sentido posicionar un producto en el sector de lujo y luego tratar de competir con un precio bajo).



A la hora de trabajar con el marketing mix, los expertos deben tener en cuenta si los objetivos que se plantea son a corto o largo plazo, ya que ciertas variables son difíciles de modificar en el tiempo cercano.

## **Precio**

Es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio (Kotler 2003).

El precio es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado por lo general en términos monetarios, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio. (Thompson 2006)

El precio de un producto es el importe que el consumidor debe pagar al vendedor para poder poseer dicho producto. (Rodríguez, 2009)

Aunque existen múltiples formas de expresar el concepto de precio, debemos tener en cuenta que existen otros factores, como pueden ser las condiciones de pago o cobro; los términos en que se produce el intercambio, los plazos de pago, de entrega, el servicio posventa. Todos estos factores constituyen un esfuerzo adicional a realizar por el consumidor a la hora de utilizar un producto, y por lo tanto, deben ser tenidos en cuenta en el cálculo del precio para la estimación del valor de un producto o servicio.

El precio es el único elemento de la mezcla de mercadotecnia que produce ingresos; todos los otros elementos representan costos, por tanto, es imprescindible mantener un sano equilibrio que permita conseguir por una parte, la aceptación del mercado y por otra, una determinada utilidad o beneficio para la empresa.

## **Fijación de Precios**

La fijación de precios hace referencia al precio que un vendedor pone a un producto que ofrece en el mercado. El juego de la oferta y la demanda es el mecanismo que regula los precios (Nagle 2002)

La fijación de precios también puede estar vinculada a una decisión unilateral del Estado o de un monopolio en los casos en que no existe la competencia. Por ejemplo: en una ciudad donde sólo una compañía brinda el servicio de telefonía, esta empresa estará en condiciones de fijar el precio que quiera, ya que los consumidores no tendrán ninguna posibilidad de elegir otro prestador. (De Castro 2008)

Es una de las actividades más pretendidas por empresas, organizaciones o personas que ofrecen productos, servicios u otros en su mercado meta, debido a que su éxito depende directamente de la cantidad de veces que realicen ésta actividad, de lo bien que lo hagan y de cuán rentable les resulte hacerlo. (De Jaime 2010)

Para la fijación del precio de un producto, lo primero que hace la empresa es decidir dónde quiere posicionar su oferta de mercado. Cuánto más claros sean los objetivos de la empresa, más fácil será fijar el precio.

Elementos para la fijación de precios:

- Supervivencia
- Utilidades actuales máximas
- Participación máxima de mercado
- Captura máxima del segmento superior del mercado

- Liderazgo en calidad de productos

También existen algunas condiciones que favorecen la fijación de bajos:

- El mercado es muy sensible al precio y un precio bajo estimula su crecimiento.
- Los costos de producción y distribución bajan al irse acumulando experiencia en la producción.
- El precio bajo desalienta la competencia real y potencial.

### **Precio de Venta**

Es el dinero que debe abonar el consumidor para comprar un producto. En un mercado libre, el precio de venta se establece a través de la ley de la oferta y la demanda: si aumenta la oferta, el precio cae; en cambio, si la oferta disminuye, el precio aumenta. (Fisher, Espejo 1999)

El precio puede ser definido como la cantidad de dinero que hay que intercambiar para conseguir una determinada cantidad de bienes o servicios para satisfacer una necesidad. (Moreno 2008)

Es la cantidad total expresada en una moneda que su comprador debe satisfacer al vendedor, ya incluido los impuestos que graven el producto. (De Jaime 2010)

Es el valor final ofertado en términos monetarios hacia el cliente o consumidor final por la compra de un producto.

Es un instrumento valioso instrumento para identificar la aceptación o rechazo del mercado hacia el precio fijado de un producto o servicio. De esa manera, se podrá tomar las decisiones más acertadas, por ejemplo, mantener el precio cuando es aceptado por el mercado, o cambiarlo cuando existe un rechazo.

## **Clientes internos**

Son aquellos que se encuentran en estrecha relación con la empresa tales como los empleados y proveedores los que a su vez son consumidores también de nuestros productos y servicios y se les debe tomar en cuenta en la toma de decisiones. (Vilar 2005)

La expresión cliente interno no hace sino mostrar una nueva forma de entender el proceso de producción, principalmente en empresas de servicios, y las relaciones que se generan dentro de la propia organización. El cliente interno implica reconocer al trabajador como el principal activo de la empresa, no como un coste. (Cervera 2008)

Es quien se encuentra dentro de la empresa por su ubicación en el proceso de trabajo. Sea fabril o de oficina, recibe de otros u otros algún producto o documento, con el cual debe seguir procesando o utilizando para alguna de sus tareas. (Ortega 2006)

Se debe considerar a los departamentos como clientes internos siempre, cumplir con sus requerimientos y especificaciones para disminuir los problemas, quejas y devoluciones de los clientes externos.

Es importante considerar que nuestros consumidores son los clientes externos pero también tenemos personas al interior de la empresa que requieren ser atendidos y satisfacer sus necesidades. Si un departamento de la empresa no cumple con enviar la información o el material necesario para que otro departamento continúe un proceso, entonces estamos dejando de atender a nuestros clientes internos, lo que provocará diversos problemas que pueden llegar a afectar a los clientes externos.

## **Clientes externos**

Los clientes externos abarcan a la sociedad en general, cada individuo y grupo que se encuentra o no en situación de ser consumidor. No olvidemos que los niños y adolescentes generan consumo aunque no cuenten con ingresos aún. (Jiménez 2001)

Es el cliente final de la empresa. El que está afuera de ella y que compra el producto o servicio que la empresa genera. (Vilar 2005)

Son aquellos que no pertenecen a la Empresa u Organización y solicita un servicio o compran un producto. (Ortega 2006)

Desde el punto de vista de las relaciones públicas, un cliente externo no es sólo aquel que utiliza o disfruta de nuestros servicios, sino también son todos aquellos clientes con los cuales las empresas en el desarrollo de su gestión empresarial tienen oportunidad de tratar o contactar o establecer negocios. Dentro de estos clientes externos se encuentra la comunidad en general, por el impacto que crea nuestro establecimiento en la misma; los medios de comunicación, utilizados como instrumentos para mercadear nuestros productos, los inversionistas o propietarios del establecimiento que propenden porque el mismo cumpla con los objetivos que se ha trazado y también con las instituciones gubernamentales que buscan solo el cumplimiento de nuestras obligaciones como propietarios tales como el pago de impuestos. Finalmente, las entidades financieras que se constituyen en un gran soporte para la gestión que adelanta el establecimiento. De una u otra manera todas estas personas y organizaciones intervienen para que el establecimiento pueda cumplir con su objeto social.

Es muy importante para el desarrollo del mismo contar con clientes que regresen, que hablen bien del negocio y recomienden a otros que visiten el establecimiento. Es claro que si un cliente regresa, es indicio de que estuvo satisfecho con el producto o servicio, inclusive hasta con el precio, pero no siempre se trata de esto. Hoy en día el cliente es

muy exigente, e interviene en su fidelización la innovación, los pequeños detalles y hasta el trato recibido.

## **Empleados**

Persona que desempeña un cargo y que a cambio de ello recibe un sueldo.

Se denomina empleado cuando realiza tareas predominantemente desarrolladas en una oficina con prestaciones esencialmente intelectuales.

[http://apuntesingenierialelegal.blogspot.com/2008/08/concepto-de-trabajador-empleado-y-de\\_14.html](http://apuntesingenierialelegal.blogspot.com/2008/08/concepto-de-trabajador-empleado-y-de_14.html)

*(Internet: 2012-05-18)*

## **Obreros**

El término obrero se emplea para referirse a las siguientes cuestiones: a aquel que trabaja, a los trabajadores y a todo aquello relativo a los mismos.

De todas maneras el uso más difundido es para referirse al trabajador manual asalariado, conocido también como operario.

Se denomina obrero cuando la actividad consiste en la prestación de una tarea fundamentalmente física sin gran desarrollo intelectual.

<http://www.definicionabc.com/social/obrero.php>

[http://apuntesingenierialelegal.blogspot.com/2008/08/concepto-de-trabajador-empleado-y-de\\_14.html](http://apuntesingenierialelegal.blogspot.com/2008/08/concepto-de-trabajador-empleado-y-de_14.html)

*(Internet: 2012-05-18)*

## **Clientes Actuales**

Son aquellas personas, empresas u organizaciones que le hacen compras a la empresa de forma periódica o que lo hicieron en una fecha reciente. Este tipo de clientes es el que genera el volumen de ventas actual, por tanto, es la fuente de los ingresos que percibe la empresa en la actualidad y es la que le permite tener una determinada participación en el mercado.

<http://www.promonegocios.net/clientes/tipos-clientes.html>

*(Internet: 2012-05-18)*

## **Clientes Potenciales**

Son aquellos (personas, empresas u organizaciones) que no le realizan compras a la empresa en la actualidad pero que son visualizados como posibles clientes en el futuro porque tienen la disposición necesaria, el poder de compra y la autoridad para comprar. Este tipo de clientes es el que podría dar lugar a un determinado volumen de ventas en el futuro (a corto, mediano o largo plazo) y por tanto, se los puede considerar como la fuente de ingresos futuros.

<http://www.promonegocios.net/clientes/tipos-clientes.html>

*(Internet: 2012-05-18)*

En definitiva se trata de todos los clientes que pueden llegar a comprar nuestros productos en un futuro cercano. Es importante recalcar que una organización no debe fijarse si estos potenciales clientes realizarán compras abrumadoras o no en el futuro, al fin y al cabo se transformarán en clientes siempre que estén satisfechos con nuestros productos o servicios.

## **2.5 HIPÓTESIS**

### **Formulación del Problema**

¿De qué manera incide el inadecuado uso de materia prima en el precio de venta de prendas de vestir de la empresa REXELL?

### **Hipótesis**

La aplicación de un control de uso de materia prima moderará el precio de venta en la empresa REXELL.

## **2.6 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES**

**X** = Materia prima - cualitativa.

**Y** = Precio de venta - cuantitativa



## **CAPITULO III**

### **3. MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1 MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN**

La presente investigación estará basada en las siguientes modalidades para su estudio:

##### **Investigación Bibliográfica – Documental**

Se hará un riguroso análisis a la información necesaria sobre el problema de estudio, mediante la utilización de la lectura científica y la realización de resúmenes de diferentes documentos como libros, revistas, tesis de grado e internet, que servirán esencialmente para relacionar el pasado y el estado actual del mismo, y que además contribuirá científicamente a su desarrollo.

##### **Investigación de Campo**

La información que arroja la investigación de campo es primaria, por lo tanto, al utilizar esta modalidad se obtendrá más conocimiento sobre el problema, porque permite el

contacto directo del investigador con la realidad, para lo cual, el sujeto cognoscente se involucrará en la institución para recolectar información verídica por medio de datos con la aplicación de técnicas como la observación directa y la encuesta a través de un desarrollo de menor complejidad y además los resultados serán de fácil interpretación.

### **3.2 NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Para la ejecución de la siguiente investigación se aplicará los siguientes tipos de investigación:

#### **Investigación Exploratoria**

El propósito por el cual se realizará este tipo de investigación es porque se indagará sobre todo lo relacionado con el problema objeto de estudio, donde el investigador se pondrá en contacto con la realidad identificando el problema a estudiarse.

#### **Investigación Descriptiva**

Con esta investigación permitirá determinar las características fundamentales del problema en estudio, es decir, detallar como es y como se está presentando en la empresa.

#### **Investigación Correlacional**

La investigación que se realizará es la correlacional, ya que tiene como propósito, medir la incidencia entre la variable independiente (Control de uso de materia prima) y la variable dependiente (Precio de Venta), permitiendo evaluar el grado de relación e influencia que tienen entre sí; para lo cual, se utilizará el método chi-cuadrado y será necesario diseñar técnicas de investigación como la encuesta, entrevista y observación.

### **3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA**

La población sometida a investigación se subdivide en clientes internos y externos. Los clientes internos constituyen una población finita, ya que son 12 operativos sujetos a ser encuestados.

En el caso de los clientes externos, serán encuestados los más frecuentes en la compra, por lo que se verificará las características de cada cliente en cuanto a cumplimiento, fidelidad y honestidad. Por lo tanto se escogerá un número de clientes externos de 76, a nivel nacional, y que serán encuestados según la estructura de preguntas pertinentes en alusión al tema.

### 3.4 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

#### MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

**Hipótesis:** La aplicación de un control de uso de materia prima moderará el precio de venta en la empresa REXELL.

**Variable Independiente:** Materia Prima

**Cuadro N° 1 Matriz de Operacionalización de Variable Independiente**

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p><b>Materia Prima</b></p> <p>Se refiere a cada uno de los materiales y elementos que empleará la industria para la conversión de productos elaborados.</p>	<p>Materiales</p> <p>Industria</p> <p>Conversión</p> <p>Productos elaborados</p>	<p>Naturales</p> <p>Sustitutivos</p> <p>Maquinaria</p> <p>Mano de Obra</p> <p>Insumos</p> <p>Línea de producción</p> <p>Pantalones</p> <p>Chaquetas</p> <p>Bermudas</p>	<p>¿Qué tipo de calidad de tela se utiliza para la confección de las prendas?</p> <p>¿Qué tipos de materiales o insumos utiliza usted en la fabricación de prendas?</p> <p>¿La maquinaria con la que cuenta la empresa Rexell es?</p> <p>¿La mano de obra con la que cuenta la empresa es?</p> <p>¿Las capacitaciones que recibe el personal operativo de la empresa se las realiza?</p> <p>¿Con que frecuencia se realizan controles de producción en la empresa?</p> <p>¿Con que frecuencia se realizan controles de tiempo de producción de cada prenda?</p> <p>¿Está Ud. de acuerdo con los tiempos de producción establecidos para cada prenda?</p>	<p>Entrevista a clientes internos a través de un cuestionario.</p>

## MATRIZ DE OPERALIZACIÓN DE VARIABLES

**Variable Dependiente:** Precio de Venta

**Cuadro N° 2 Matriz de Operacionalización de Variable Dependiente**

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMES	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p><b>Precio de Venta</b></p> <p>Es la cantidad de dinero que hay que intercambiar entre comprador y vendedor para conseguir una determinada cantidad de bienes o servicios para satisfacer una necesidad.</p>	<p>Intercambio</p> <p>Comprador</p> <p>Vendedor</p> <p>Bienes</p> <p>Satisfacción de necesidades</p>	<p>Ocasional</p> <p>Frecuente</p> <p>Cientes actuales</p> <p>Cientes potenciales</p> <p>Pedidos</p> <p>Entregas</p> <p>Calidad</p> <p>Precio</p> <p>Primarias</p> <p>Secundarias</p>	<p>¿Con que frecuencia adquiere usted prendas de vestir jean?</p> <p>¿Cómo calificaría usted la mano de obra de la empresa Rexell?</p> <p>¿Se siente conforme con las prendas de vestir jean que oferta la empresa Rexell?</p> <p>¿Los pedidos realizados son entregados oportunamente?</p> <p>¿Cómo calificaría usted la calidad del producto que ofrece la empresa Rexell?</p> <p>¿Cree usted que los precios de las prendas de vestir jean de la empresa Rexell son competitivos?</p> <p>¿Qué tipo de necesidad piensa usted que es una prenda de vestir jean?</p> <p>¿Determine el grado de satisfacción de la prenda que adquiere?</p>	<p>Entrevista a clientes externos de la empresa a través de un cuestionario.</p>

### **3.5 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

En todo proceso de investigación se torna necesario desarrollar un intenso trabajo de recolección de información tanto primaria como secundaria.

En este caso, demanda de información secundaria, que representa libros, tesis de grado, revistas especializadas etc. Toda esta información se la denomina de carácter bibliográfico, ya que permite investigar, interpretar, comprender y explicar de mejor manera el problema.

Sin embargo es imprescindible obtener información primaria, para eso se recolecta información a través del contacto directo con el objeto de estudio, es decir, con las personas involucradas, utilizando las Técnicas de Entrevista y Encuesta, fundamentada en el cuestionario previo.

**CUADRO N° 3**  
**RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

<b>PREGUNTAS</b>	<b>EXPLICACIÓN</b>
<b>¿Para qué?</b>	Para alcanzar los objetivos propuestos en la investigación.
<b>¿A qué personas o sujetos?</b>	Clientes de Empresa Rexell
<b>¿Sobre qué aspectos?</b>	Control de desperdicios de materia prima para optimizar el precio de venta de las prendas y mejorar la competitividad de la empresa.
<b>¿Quién?</b>	Investigador David Guerrero
<b>¿Cuándo?</b>	Durante el tiempo de recolección de información, octubre a marzo del 2012
<b>¿Lugar de recolección de la información?</b>	Ciudad de Ambato, Provincia de Tungurahua
<b>¿Cuántas veces?</b>	76 encuestados
<b>¿Qué técnica de recolección?</b>	Encuestas
<b>¿Con qué?</b>	Cuestionario
<b>¿En qué situación?</b>	Favorable, ya que existe la apertura y colaboración de los clientes de la empresa Rexell.

### **3.6 PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN**

Luego de haber obtenido la información a través del cuestionario, como primer paso se procederá a revisar las encuestas realizadas, con todas y cada una de las preguntas resueltas; esto nos permitirá organizar la información y servirá para redactar el análisis correspondiente el mismo que ayudará a formular las conclusiones y recomendaciones.

Como segundo paso, la categorización se realizará separando las preguntas con sus posibles alternativas que han sido escogidas por el encuestado, para poderlas marcar con el método de tabulación computarizada, creando un pequeño programa detallado en Microsoft Excel.

Para el procesamiento y análisis de la información se seguirá los siguientes pasos:

- Tabulación de la encuesta.
- Representación gráfica de la encuesta.
- Representación numérica y estadística de los datos recolectados y su respectiva interpretación.
- Presentación de conclusiones de la investigación, conjuntamente con presentación de recomendaciones que permitan dar solución al problema.
- Proponer soluciones técnicas y profesionales.



## **CAPITULO IV**

### **4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

#### **4.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

Para el presente capítulo se ha tomado en cuenta dos tipos de encuestas:

1. Encuesta dirigida a 76 clientes externos de la empresa; y
2. Encuesta dirigida a 12 personas que representan el 100% del personal de la empresa Rexell.

Para proceder a encuestar, se elaboró dos cuestionarios con diferentes contenidos, los mismos que constan de ocho preguntas cada uno, con fotocopias suficientes para entregar a los entrevistados.

El resultado general es aceptable, ya que se utilizó un léxico sencillo, fácil de entender para los encuestados, de tal manera que se encuentre la orientación que la empresa debe seguir, según las necesidades de los clientes.

El chi-cuadrado será la herramienta de recolección utilizada, ya que facilita recopilar datos necesarios para el análisis de la situación actual de la empresa.

#### **4.2 INTERPRETACIÓN DE DATOS**

Las encuestas realizadas tanto a clientes externos como internos, permitirá hacer un diagnóstico principalmente en la planta de producción de la empresa Rexell.

Esta información sirvió para determinar el desenvolvimiento laboral y conocer a fondo cuáles son los problemas en el área de producción como, para a su vez mejorar estos procesos de producción, los cuales nos ayudarán a moderar el precio de venta de prendas de vestir jean de la empresa.

Para conocer de manera objetiva los resultados obtenidos de la encuesta realizada, a continuación se presenta el desarrollo de la misma.

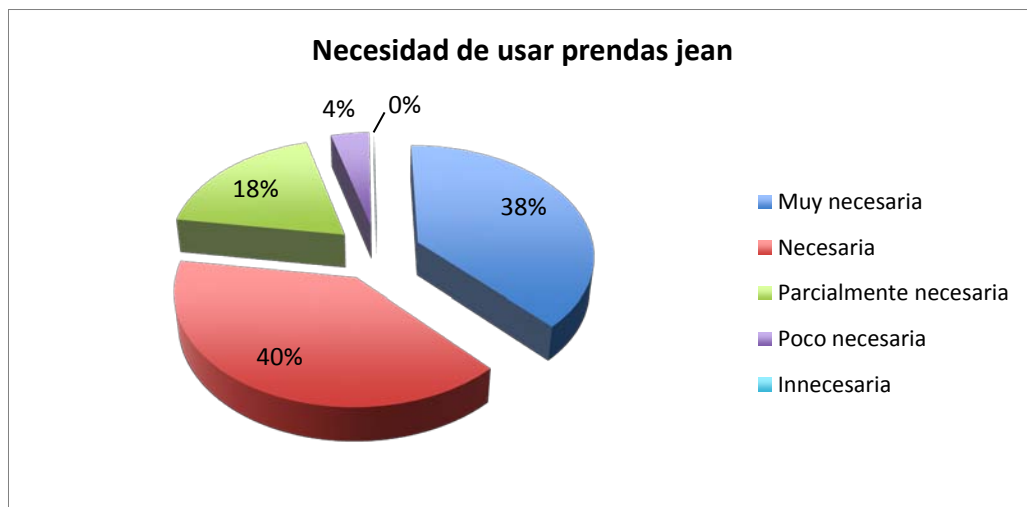
**ENCUESTA DIRIGIDA A 76 CLIENTES EXTERNOS DE LA  
EMPRESA REXELL**

Pregunta N° 1: Necesidad de usar prendas jean

Cuadro N° 4

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Muy necesaria	29	38,2	38,2	38,2
Necesaria	30	39,5	39,5	77,6
Parcialmente necesaria	14	18,4	18,4	96,1
Poco necesaria	3	3,9	3,9	100,0
Innecesaria	0	0,0	0,0	100,0
Total	76	100,0	100,0	

Gráfico N° 3



Del total de los encuestados, un 78% manifiesta que usar prendas de vestir jean es una necesidad, mientras que un 32% argumenta que una prenda jean no es necesaria.

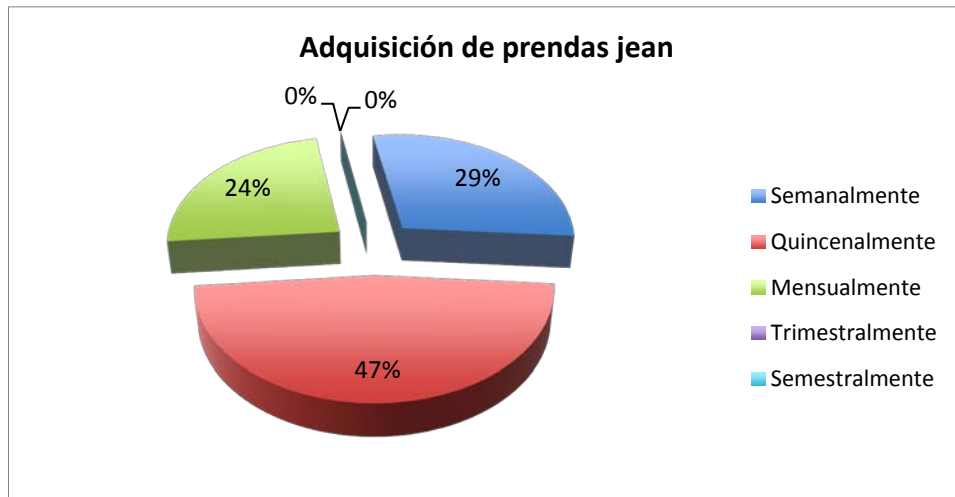
Con los datos obtenidos se determina que la mayor parte de personas llevan su forma de vestir con prendas jean lo que los hace adquirir este tipo de prendas independientemente de la marca o diseño, sin embargo otras personas prefieren prendas de distinto material al que ofrece la empresa.

Pregunta N° 2: Adquisición de prendas jean

Cuadro N° 5

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Semanalmente	22	28,9	28,9	28,9
	Quincenalmente	36	47,4	47,4	76,3
	Mensualmente	18	23,7	23,7	100,0
	Trimestralmente	0	0,0	0,0	100,0
	Semestralmente	0	0,0	0,0	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

Gráfico N° 4



Los datos recolectados nos indican que el 29% de los encuestados adquieren las prendas jean de manera usual para venderlas, mientras que el 71% las consiguen con menor asiduidad.

Se evidencia entonces que nuestros clientes adquieren las prendas de manera frecuente, lo que desemboca entonces en mayor volumen de ventas, los mismos que suministrarán a la empresa de mejores ingresos y ganancias, siempre y cuando la calidad de las prendas y los precios competitivos no varíen a comparación de productos similares en el nicho de mercado en el que participan.

Pregunta N° 3: Entrega de pedidos en el tiempo establecido

Cuadro N° 6

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	9	11,8	11,8	11,8
	Casi siempre	24	31,6	31,6	43,4
	Rara vez	27	35,5	35,5	78,9
	Alguna vez	14	18,4	18,4	97,4
	Nunca	2	2,6	2,6	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

Gráfico N° 5



Del total de los encuestados, el 44% argumenta que los pedidos se entregan en el tiempo establecido, pero un alarmante 56% expone que la mercadería no es adjudicada oportunamente.

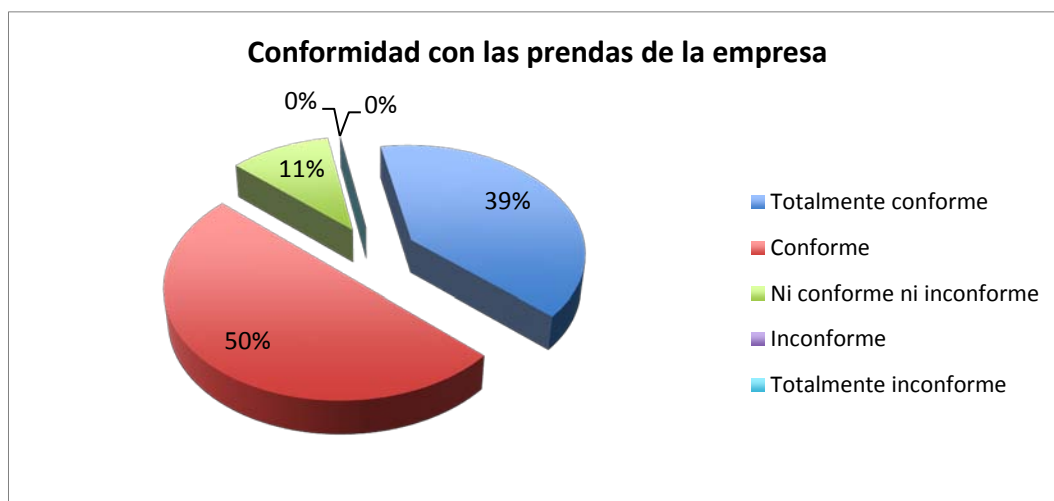
Es notorio que la distribución de los productos no se las hace de manera oportuna, lo que significa que existen problemas en el proceso de producción o en la distribución en sí, que hace que las prendas no lleguen a su destino en el tiempo establecido. Por tal motivo se hace necesario verificar y solucionar estas molestias que sienten nuestros clientes al momento de adquirir la mercadería y de esta manera fidelizar a nuestros compradores actuales y potenciales.

Pregunta N° 4: Conformidad con las prendas de la empresa

Cuadro N° 7

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Totalmente conforme	30	39,5	39,5	39,5
	Conforme	38	50,0	50,0	89,5
	Ni conforme ni inconforme	8	10,5	10,5	100,0
	Inconforme	0	0,0	0,0	100,0
	Totalmente inconforme	0	0,0	0,0	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

Gráfico N° 6



El 89% de los encuestados ostenta que se siente conforme con las prendas recibidas, y apenas un 11% manifiesta apatía.

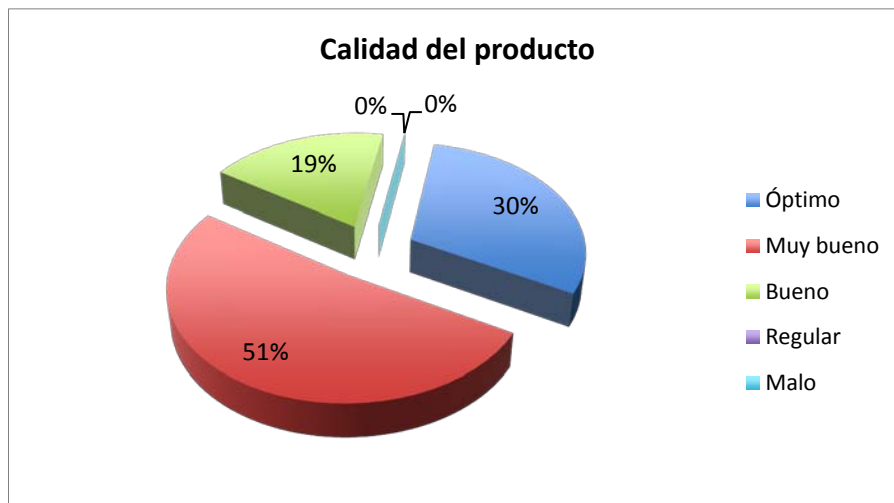
Un excelente porcentaje mencionan sentirse satisfecho con las prendas que obtienen, lo que representa que la empresa confecciona productos de calidad, y esto se debe a que la empresa utiliza mano de obra, materia prima y tecnología apropiada en la elaboración de prendas jean de la empresa Rexell.

Pregunta N° 5: Calidad del producto

Cuadro N° 8

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válidos	Óptimo	23	30,3	30,3	30,3
	Muy bueno	39	51,3	51,3	81,6
	Bueno	14	18,4	18,4	100,0
	Regular	0	0,0	0,0	100,0
	Malo	0	0,0	0,0	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

Gráfico N° 7



Para el 81% de los clientes, las prendas obtenidas las consideran de óptima calidad, y para el 19% solo les parece tan solo buenas.

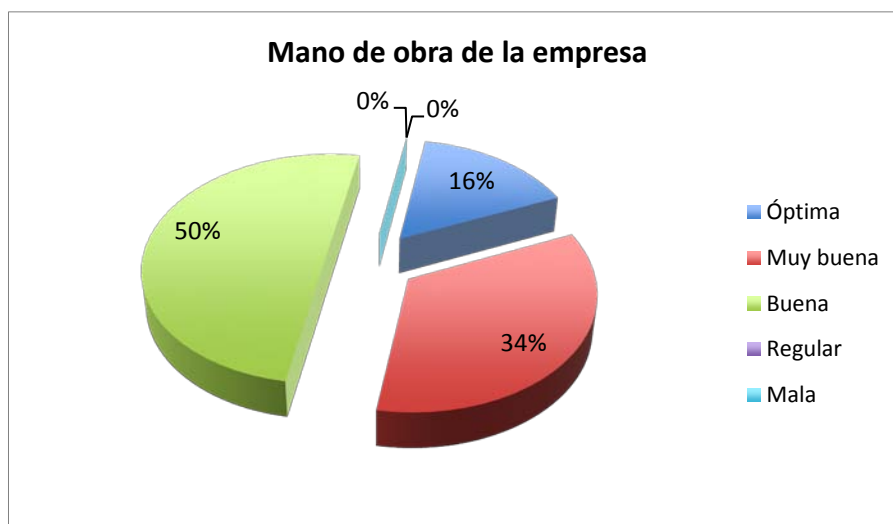
Claramente se evidencia que la calidad del producto es muy buena, ya que la empresa cuenta con todo lo necesario para lograrlo. Sin embargo, esto no quiere decir que se debe seguir con los mismos procedimientos de siempre, ya que debido a la globalización y productos similares de la competencia, hace que la gestión logística deban innovarse y actualizarse constantemente dentro de la empresa.

Pregunta N° 6: Mano de obra de la empresa

Cuadro N° 9

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válidos	Óptima	12	15,8	15,8	15,8
	Muy buena	26	34,2	34,2	50,0
	Buena	38	50,0	50,0	100,0
	Regular	0	0,0	0,0	100,0
	Mala	0	0,0	0,0	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

Gráfico N° 8



De los datos recolectados en las encuestas, un 100% se siente satisfecho con la mano de obra reflejada en la confección de las prendas de vestir jean.

Se concluye que los compradores muestran gran agrado hacia la forma de elaboración de las prendas y opinan que los trabajadores de la empresa son los adecuados para la fabricación de las mismas.



Pregunta N° 7: Satisfacción de la prenda adquirida

Cuadro N° 10

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy satisfactorio	25	32,9	32,9	32,9
	Satisfactorio	47	61,8	61,8	94,7
	Ni satisfactorio ni insatisfactorio	4	5,3	5,3	100,0
	Poco satisfactorio	0	0,0	0,0	100,0
	Insatisfactorio	0	0,0	0,0	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

Gráfico N° 9



Un 95% de los encuestados, se sienten satisfechos con las prendas que adquieren, mientras que apenas un 5% se siente indiferente.

Se determina que una gran mayoría de los clientes compran las prendas porque se sienten complacidos con las mismas, debido a varios factores como la calidad de materia prima, diseño calidad y confección de éstas, lo que demuestra la aceptación del producto por parte de los clientes en lo referente a los factores antes mencionados.

Pregunta N° 8: Precios competitivos

Cuadro N° 11

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	2	2,6	2,6	2,6
	Casi siempre	15	19,7	19,7	22,4
	Rara vez	48	63,2	63,2	85,5
	Alguna vez	11	14,5	14,5	100,0
	Nunca	0	0,0	0,0	100,0
	Total	76	100,0	100,0	

Gráfico N° 10



Del total de los encuestados, el 23% argumenta que los precios de las prendas son competitivos, pero un alarmante 77% señala que los precios son superiores a los de la competencia.

Claramente se muestra que los precios de las prendas no están a la par con los de la competencia, y que rara vez alcanzan una igualdad con los mismos. En parte se debe a la calidad y tecnología con la que producen las prendas, sin embargo el problema principal reside en un mal manejo de los procesos de producción, específicamente en el desperdicio de materia prima y los costos que esto significa, ya que se encuentra incluido en el precio final de venta.

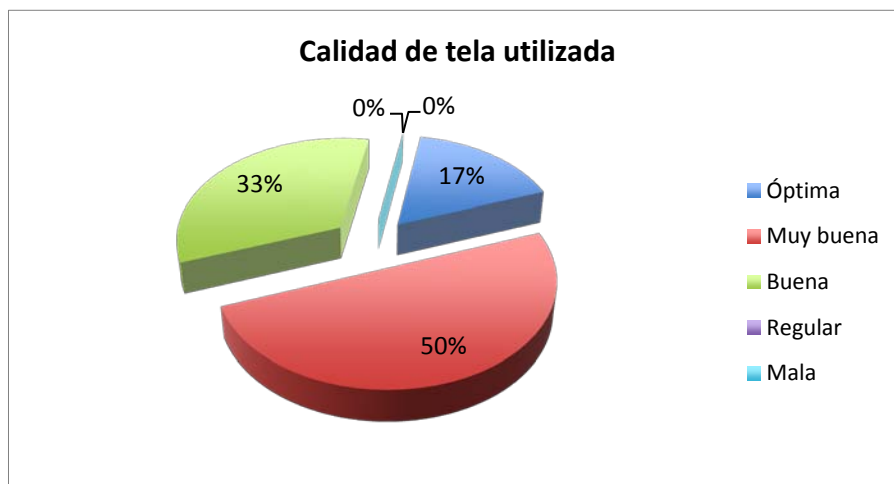
**ENCUESTA DIRIGIDA A 12 CLIENTES INTERNOS DE LA  
EMPRESA REXELL**

Pregunta N° 1: Calidad de tela utilizada

Cuadro N° 12

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Óptima	2	16,7	16,7	16,7
	Muy buena	6	50,0	50,0	66,7
	Buena	4	33,3	33,3	100,0
	Regular	0	0,0	0,0	100,0
	Mala	0	0,0	0,0	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Gráfico N° 11



El 67% de empleados de la empresa opinan que las telas son de muy buena calidad, pero existe un 33% que manifiesta que en ocasiones las telas para la confección son de una menor calidad.

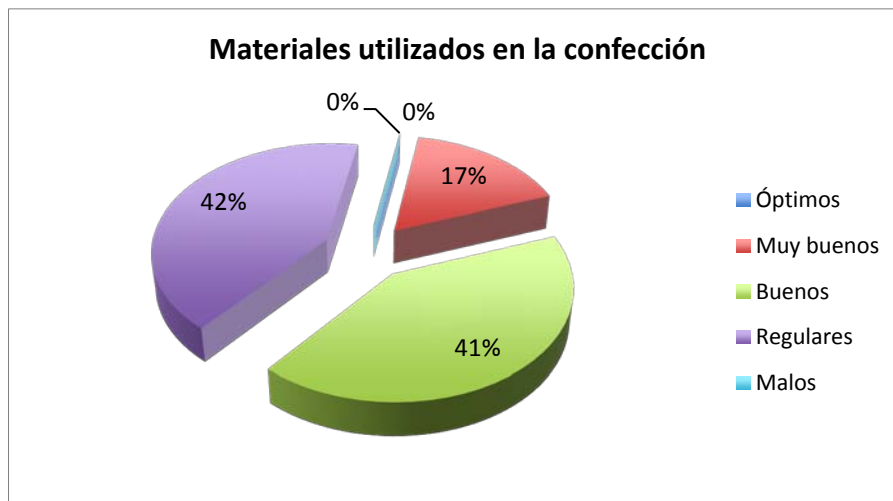
La empresa Rexell, comúnmente trabaja con telas de calidad óptima, sin embargo existen ocasiones en que adquieren telas de menor calidad debido a los costos de producción. Esto podría provocar insatisfacción en los compradores, lo que provocaría pérdidas tanto de clientes como de ganancias.

Pregunta N° 2: Materiales utilizados en la confección

Cuadro N° 13

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Óptimos	0	0,0	0,0	0,0
	Muy buenos	2	16,7	16,7	16,7
	Buenos	5	41,7	41,7	58,3
	Regulares	5	41,7	41,7	100,0
	Malos	0	0,0	0,0	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Gráfico N° 12



Los datos recolectados en las encuestas revelan que el 58% de los encuestados aluden que los materiales utilizados son muy buenos, pero el 42% expresan que algunas veces utilizan materiales de menos calidad.

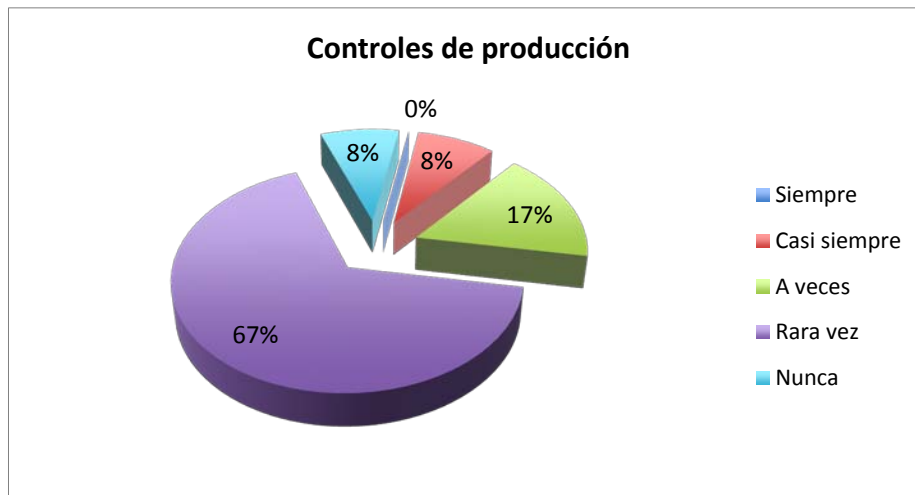
Las políticas de la empresa manifiestan que tanto las telas como los materiales utilizados para la confección de las telas deben ser de muy buena calidad, pero por razones de competitividad en el mercado con productos similares, en ocasiones obligan a los administrativos a considerar la opción de adquirir insumos de menor calidad a más bajo costo. No obstante se debe tener cuidado, ya que el cliente está acostumbrado a la calidad y prestigio que la empresa y la marca se ha ganado.

Pregunta N° 3: Controles de producción

Cuadro N° 14

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	0	0,0	0,0	0,0
	Casi siempre	1	8,3	8,3	8,3
	A veces	2	16,7	16,7	25,0
	Rara vez	8	66,7	66,7	91,7
	Nunca	1	8,3	8,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Gráfico N° 13



Se puede observar que el 25% indica que los controles de producción se los realiza regularmente, mientras que un 75% refuta que estos controles son menos frecuentes.

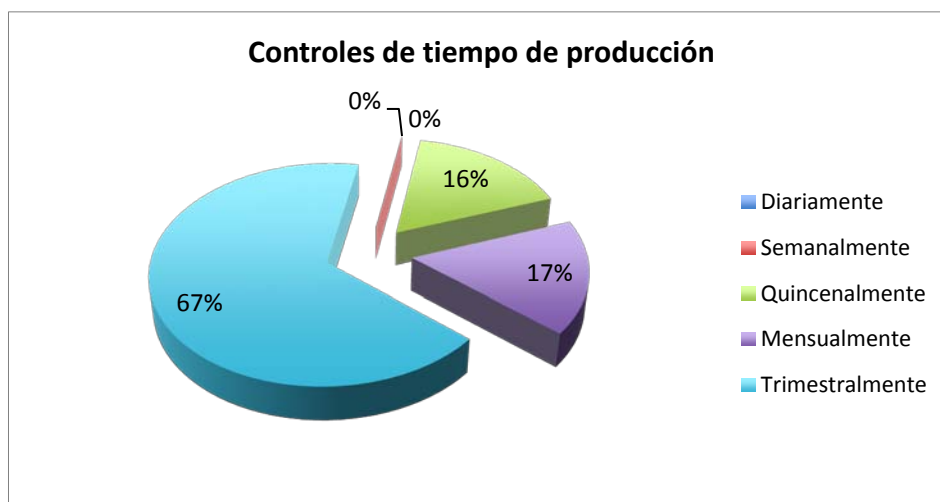
Es notable que los controles de producción son escasos dentro de la empresa, y esto desencadena un mal desempeño por parte de los empleados al confeccionar las prendas, desperdicios y retrasos en los tiempos de confección establecidos para cada prenda, lo que afecta en los costos de producción y por ende un incremento en los precios de las prendas al venderlas.

Pregunta N° 4: Controles de tiempo de producción

Cuadro N° 15

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válidos	Diariamente	0	0,0	0,0	0,0
	Semanalmente	0	0,0	0,0	0,0
	Quincenalmente	2	16,7	16,7	16,7
	Mensualmente	2	16,7	16,7	33,3
	Trimestralmente	8	66,7	66,7	100,0
	Total		12	100,0	100,0

Gráfico N° 14



El 16% de los trabajadores de la empresa afirman que los controles de tiempo de producción se los realiza quincenalmente, y un 84% alega que este tipo de control son menos continuos.

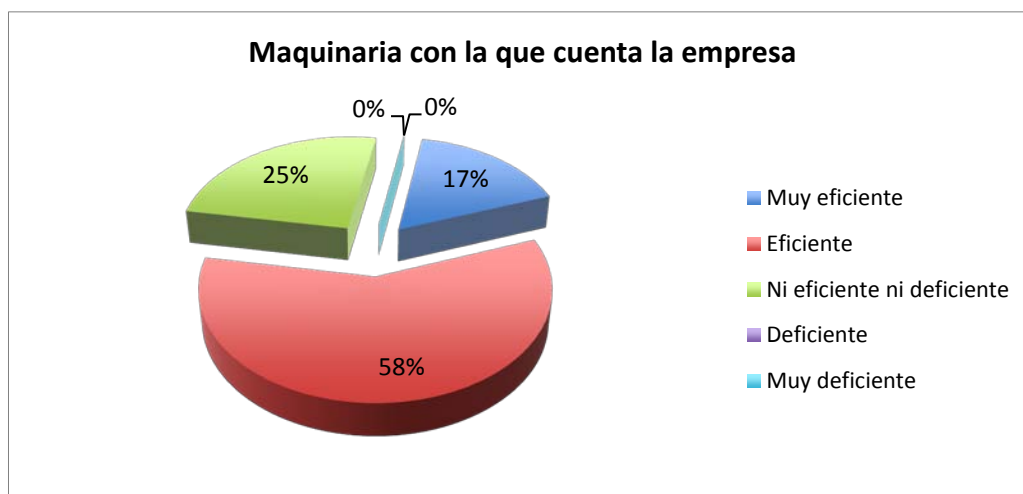
Los controles de tiempos para cada prenda son inevitables, ya que de eso depende que las entregas se realicen en el tiempo establecido entre el cliente y la empresa. Pese a esto, los resultados son notables, y la empresa no realiza controles de tiempos de producción de forma continua, lo que aplaza el tiempo de traspaso de la mercadería hacia el cliente.

Pregunta N° 5: Maquinaria con la que cuenta la empresa (tecnología)

Cuadro N° 16

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Muy eficiente	2	16,7	16,7	16,7
Eficiente	7	58,3	58,3	75,0
Ni eficiente ni deficiente	3	25,0	25,0	100,0
Deficiente	0	0,0	0,0	100,0
Muy deficiente	0	0,0	0,0	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Gráfico N° 15



Del total de los encuestados, el 75% revela que las máquinas con la que confeccionan las prendas son eficientes, mientras que el 25% declara que existe maquinaria que necesita mantenimiento.

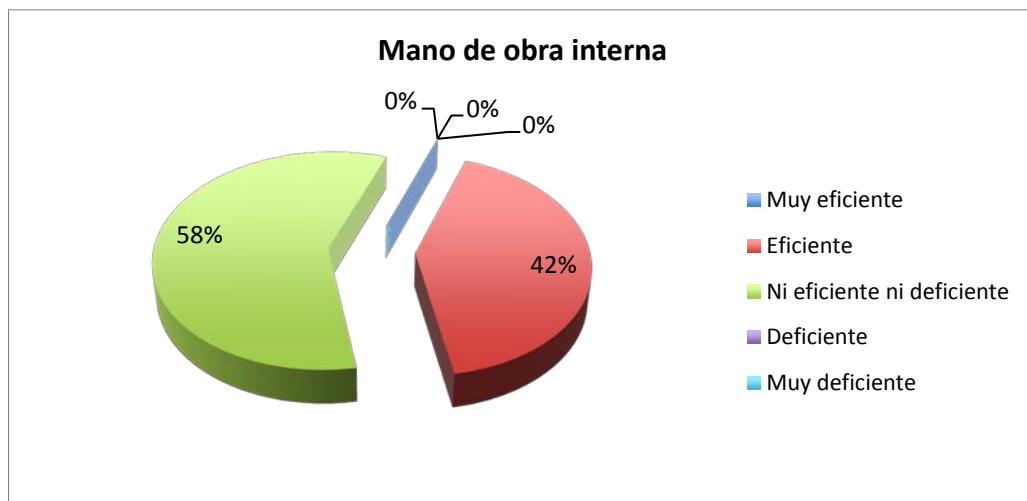
Un factor importante es la tecnología con la que cuente la empresa, la misma que se ve reflejada en las encuestas al afirmarse que la empresa si cuenta con maquinaria eficiente y apta para la confección de las prendas jean. Sin embargo, toda esa maquinaria necesita de constante mantenimiento para que la producción no se detenga debido a un mal funcionamiento de las mismas.

Pregunta N° 6: Mano de obra interna

Cuadro N° 17

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Muy eficiente	0	0,0	0,0	0,0
Eficiente	5	41,7	41,7	41,7
Ni eficiente ni deficiente	7	58,3	58,3	100,0
Deficiente	0	0,0	0,0	100,0
Muy deficiente	0	0,0	0,0	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Gráfico N° 16



El 42% de los encuestados, ostentan que la mano de obra con la que cuenta la empresa es eficiente, y el 58% restante necesita capacitación.

Los datos obtenidos, por una parte califican a la mano de obra como eficiente, no obstante existen empleados nuevos que se están acoplando al sistema de trabajo de la empresa, por lo que se convierte en parte imprescindible adaptarlos y capacitarlos de manera adecuada para aprovechar al máximo sus capacidades, lo que dará como resultado mas producción en menor tiempo.

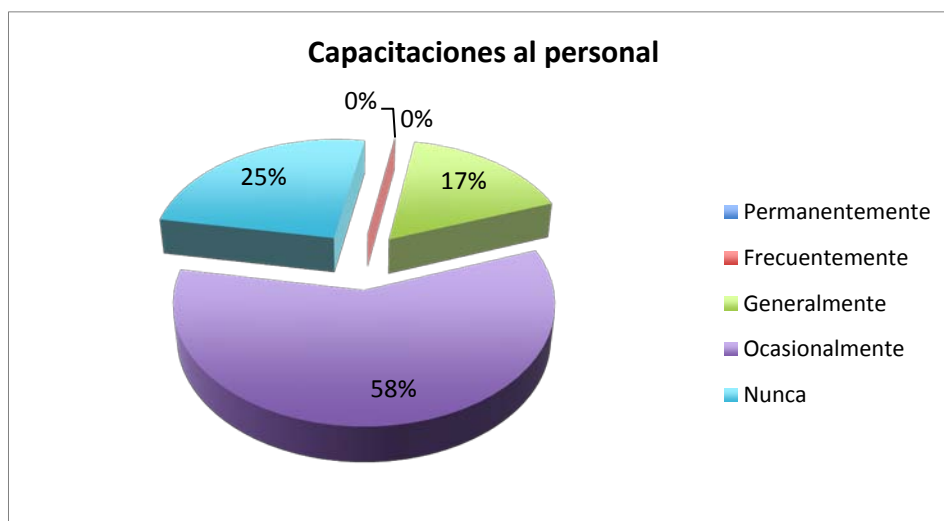


Pregunta N° 7: Capacitaciones al personal

Cuadro N° 18

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Permanentemente	0	0,0	0,0	0,0
	Frecuentemente	0	0,0	0,0	0,0
	Generalmente	2	16,7	16,7	16,7
	Ocasionalmente	7	58,3	58,3	75,0
	Nunca	3	25,0	25,0	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Gráfico N° 17



Los datos recolectados en las encuestas revelan que tan solo un 17% de los obreros de la empresa afirman que reciben capacitaciones cada cierto tiempo, pero un 83% expresa que las mismas se las realizan ocasionalmente o nunca.

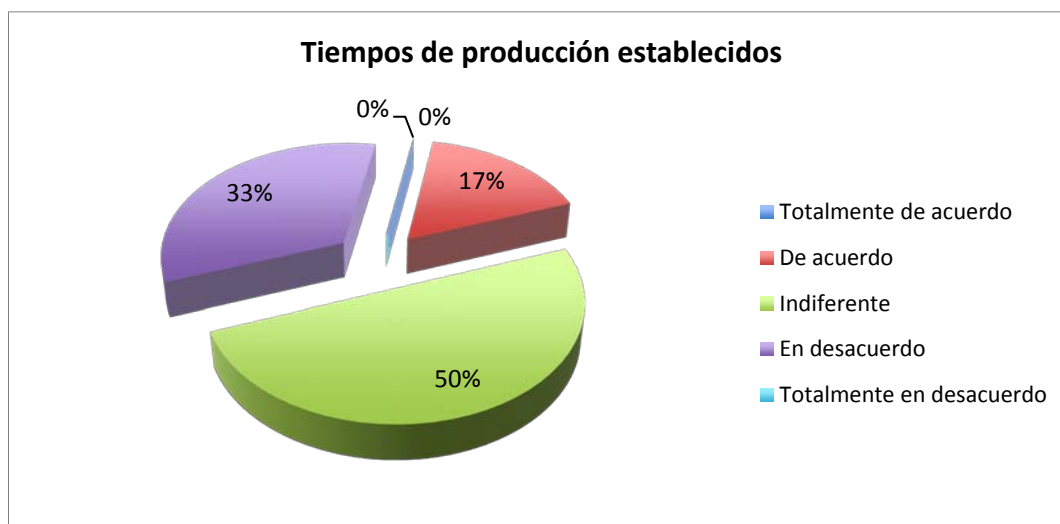
Se concluye que las capacitaciones son de vital importancia para el desarrollo del personal y de la empresa. Sin embargo, la empresa hace caso omiso a esta aseveración y las capacitaciones se las realiza de manera ocasional o totalmente nula, sin tomar en cuenta que sin esto la empresa pierde cada vez más al no actualizar e instruir a su capital humano que es el elemento más importante dentro de la misma.

Pregunta N° 8: Tiempos de producción establecidos

Cuadro N° 19

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Totalmente de acuerdo	0	0,0	0,0	0,0
De acuerdo	2	16,7	16,7	16,7
Indiferente	6	50,0	50,0	66,7
En desacuerdo	4	33,3	33,3	100,0
Totalmente en desacuerdo	0	0,0	0,0	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Gráfico N° 18



Los datos recolectados revelan que un 17% de los obreros están de acuerdo con los tiempos de producción establecidos, pero un 83% se muestran indiferentes o en desacuerdo con los mismos.

Es notorio que el personal se siente indiferente o en desacuerdo hacia los tiempos de producción establecidos, debido a que estos tiempos son muy rígidos o no cumplen con los tiempos que las prendas necesitan en realidad para su confección. Pese a esto, los obreros deben tratar de cumplir con estos tiempos, causando errores y desperdicios de materiales al tratar de confeccionar las prendas de acuerdo al tiempo determinado.

### **4.3 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS**

Para muestras pequeñas la utilización del Chi-cuadrado, se maneja como un estadígrafo de distribución libre que permite establecer la correspondencia de valores observados y esperados, permitiendo la comparación global del grupo de frecuencias a partir de la hipótesis que se quiere verificar.

#### **Formulación de la hipótesis**

$H_0$  = Hipótesis nula

$H_1$  = Hipótesis alterna

$H_0$  = La aplicación de un control de uso de materia prima no moderará el precio de venta en la empresa REXELL.

$H_1$  = La aplicación de un control de uso de materia prima si moderará el precio de venta en la empresa REXELL.

#### **Definición del nivel de significación**

El nivel de significación escogido para la investigación es del 5%

#### **Elección de la prueba estadística**

Para la verificación de la hipótesis se escogió la prueba chi-cuadrada, cuya fórmula es la siguiente:

$$X^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Simbología:

**O** = Frecuencias observadas

**E** = Frecuencias esperadas

Para realizar la matriz de tabulación cruzada se toma en cuenta 2 preguntas del cuestionario, como se muestra a continuación:

**Pregunta 3**

¿Los pedidos realizados son entregados oportunamente?

3.1 Siempre

3.2 Casi siempre

3.3 Rara vez

3.4 Alguna vez

3.5 Nunca

**Pregunta 8**

¿Cree usted que los precios de las prendas de vestir jean de la empresa Rexell son competitivos?

8.1 Siempre

8.2 Casi siempre

8.3 Rara vez

8.4 Alguna vez

8.5 Nunca

**TABLA N° 1**  
**FRECUENCIA OBSERVADA**

ALTERNATIVAS	ALTERNATIVAS					TOTAL
	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	RARA VEZ	ALGUNA VEZ	NUNCA	
ENTREGAS OPORTUNAS	9	24	27	14	2	<b>76</b>
PRECIOS COMPETITIVOS	2	15	48	11	0	<b>76</b>
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>39</b>	<b>75</b>	<b>25</b>	<b>2</b>	<b>152</b>

$$f_e = \frac{(\text{Total o marginal de renglon})(\text{total o marginal de columna})}{N}$$

**TABLA N° 2**  
**FRECUENCIA ESPERADA**

ALTERNATIVAS	ALTERNATIVAS					TOTAL
	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	RARA VEZ	ALGUNA VEZ	NUNCA	
ENTREGAS OPORTUNAS	5,5	19,5	37,5	12,5	1,0	76,0
PRECIOS COMPETITIVOS	5,5	19,5	37,5	12,5	1,0	76,0
						152,0

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

**TABLA N° 3**  
**CÁLCULO DEL CHI-CUADRADO**

$$X^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

	O	E	O - E	(O - E) <sup>2</sup>	$\frac{(O - E)^2}{E}$
ENTREGAS OPORTUNAS / SIEMPRE	9	5,5	3,50	12,25	2,23
ENTREGAS OPORTUNAS / CASI SIEMPRE	24	19,5	4,50	20,25	1,04
ENTREGAS OPORTUNAS / RARA VEZ	27	37,5	-10,50	110,25	2,94
ENTREGAS OPORTUNAS / ALGUNA VEZ	14	12,5	1,50	2,25	0,18
ENTREGAS OPORTUNAS / NUNCA	2	1,0	1,00	1,00	1,00
PRECIOS COMPETITIVOS / SIEMPRE	2	5,5	-3,50	12,25	2,23
PRECIOS COMPETITIVOS / CASI SIEMPRE	15	19,5	-4,50	20,25	1,04
PRECIOS COMPETITIVOS / RARA VEZ	48	37,5	10,50	110,25	2,94
PRECIOS COMPETITIVOS / ALGUNA VEZ	11	12,5	-1,50	2,25	0,18
PRECIOS COMPETITIVOS / NUNCA	0	1,0	-1,00	1,00	1,00
	<b>152</b>	<b>152,0</b>		<b>x<sup>2</sup> =</b>	<b>14,78</b>

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

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

$$Gl = (5-1)(2-1)$$

$$Gl = (4)(1)$$

$$Gl = 4$$

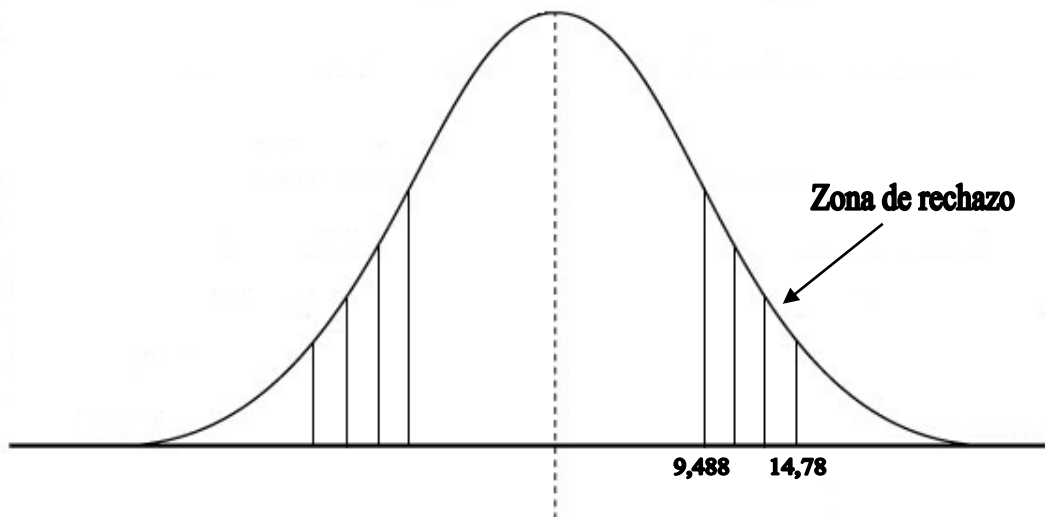
El valor tabulado de  $X^2$  con 4 grados de libertad y un nivel de significación de 0,05 es de 9,488.

## REGLA DE DECISIÓN

El valor de  $X^2_t = 9,488 < X^2_c = 14,78$

Por consiguiente se acepta la hipótesis alterna, es decir que la aplicación de un control de uso de materia prima si moderará el precio de venta en la empresa REXELL y se rechaza la hipótesis nula.

**GRÁFICO N° 19**  
**REPRESENTACIÓN GRÁFICA DEL CHI-CUADRADO**



## **CAPITULO V**

### **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1 CONCLUSIONES**

De acuerdo al estudio que se realizó en la empresa Rexell, y una vez procesada la información obtenida a través de la encuesta, la presente investigación permite extraer las siguientes conclusiones:

- ✓ Los clientes actuales de la empresa, adquieren las prendas debido a la calidad de las mismas, afirmando de esta manera que la materia prima y demás materiales que se adquieren de los proveedores son de muy buena calidad que se ve reflejada en el producto final y en la satisfacción de los compradores.
  
- ✓ La mano de obra con la que cuenta la empresa es aceptable en términos de producción de las prendas, debido a que, en parte existe personal calificado, pero por otro lado también labora personal de menor conocimiento en la confección de las mismas.



- ✓ La tecnología y maquinaria presente en la empresa, tiene un nivel eficiente para el trabajo que desempeña debido a que la empresa cuenta con máquinas de marcas reconocidas a nivel mundial y con tecnología acorde a los requerimientos de la producción.
- ✓ Las capacitaciones hacia el personal que labora en la empresa no se los ejecuta de manera permanente, por ende, el rendimiento de los mismos se ve afectado al no actualizarse sus conocimientos y mejorar sus habilidades en el área en que se desempeñan; asimismo los empleados de nuevo ingreso, no se ajustan a las normas y reglas de trabajo de forma rápida y oportuna.
- ✓ Los controles de producción efectuados, en términos de tiempo y eficiencia en la confección son erróneos y ocasionales, debilitando la cadena de valor y afectando directamente y al costo y tiempos establecidos para la producción y su posterior entrega hacia los clientes.
- ✓ De manera frecuente, la empresa no cumple con las entregas de pedidos en el tiempo acordado entre el cliente y el vendedor debido a la deficiente interacción entre la línea de producción y su respectivo control.
- ✓ Los clientes consideran que los precios de las prendas rara vez son competitivos con los referentes a otros ejemplares del mismo tipo alterando el volumen de ventas y, por consecuencia, la rentabilidad y estabilidad de la empresa en su nicho de mercado.

## **5.2 RECOMENDACIONES**

- ✓ Se sugiere que la empresa continúe adquiriendo materia prima de calidad para la confección, con el fin de fidelizar clientes actuales y alcanzar clientes potenciales para que la empresa logre mantenerse en el mercado en el que participa.

- ✓ Se recomienda contratar personal calificado para la elaboración de este tipo de prendas, o a su vez instruir de mejor manera al recurso humano para lograr que se adapte a los requerimientos que exige la empresa respecto a la eficacia en la producción de prendas.
- ✓ Se plantea que la empresa siga manteniendo el nivel eficiente y tecnológico relacionado a la maquinaria con la que cuenta la empresa para la confección de prendas jean. Sin embargo se recomienda, que se realice un mantenimiento frecuente de las mismas para evitar aprietos y problemas posteriores que afecten la continuidad y calidad en la producción.
- ✓ Es recomendable una capacitación actualizada, acertada y continua hacia todo el personal, sobre todo cuando son nuevos y necesitan adaptarse al modo de trabajo requerido, justamente para evitar conflictos en relación a despidos y contratación de personal nuevo constantemente.
- ✓ Se propone que la empresa ejecute controles de producción frecuentes, de manera ordenada y eficaz, con el fin de identificar errores y corregirlos prematuramente; además, el control en los tiempos de producción de cada prenda se torna sumamente necesario a la hora de elaborarlas para posteriormente entregar los pedidos a tiempo.
- ✓ Si la producción de los pedidos establecidos, no concluye en el plazo acordado, es imposible entregar los mismos en el tiempo convenido entre las partes, por lo que es de vital importancia realizar controles de procesos y tiempos de producción para que ésta se termine a tiempo y se logre la entrega oportuna a los compradores.
- ✓ Se propone instaurar controles de producción en el desperdicio de materia prima ya que está afectando de manera directa al valor del precio final hacia el cliente; además se recomienda fijar una política de precios considerando los factores internos y externos, para moderar el precio de venta hacia los compradores.

## **CAPITULO VI**

### **6. PROPUESTA**

#### **6.1 TEMA**

Diseñar un manual de procedimientos administrativos de producción para moderar el precio de venta de la empresa Rexell de la ciudad de Ambato.

##### **6.1.1 DATOS INFORMATIVOS**

**Institución ejecutora:** Empresa Rexell

**Beneficiarios:** Empresa, clientes internos y externos de Empresa Rexell.

**Teléfono:** 2826959 - 2425963

**Ubicación:** Calle Las Moras y Los Higos – Sector Ficoa

**Responsable:** Gerente – Propietario

**Equipo técnico responsable:** Gerente

**Financiamiento:** Aporte de la Empresa.

**Tiempo Estimado:** 6 meses

## **6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA**

El presente estudio se lo ha realizado debido al conocimiento obtenido de la organización con base al problema de estudio que viene enfrentando la empresa Rexell respecto a no contar con un adecuado control del recurso humano y del desperdicio de materia prima que esto genera, tomando en cuenta que en varias ocasiones no se cumple con la entrega oportuna de los pedidos de los clientes.

El tema propuesto contempla la implementación de un manual de procedimientos administrativos de producción que se constituya en elemento motriz, el mismo que guíe, direcciona, ejecute y controle las políticas de trabajo a través de la racionalización y simplificación de procesos y procedimientos técnicamente estructurados dentro de la empresa.

Por ende, este estudio trata de proponer con base en el conocimiento científico y técnico, un manual de procedimientos administrativos de producción que formule nuevas técnicas y tendencias de trabajo, que involucre el cumplimiento de funciones tanto al propietario como a los trabajadores para que cumplan con eficacia, eficiencia, orden y oportunidad los diversos procesos que se aplican en la empresa Rexell.

## **6.3 JUSTIFICACIÓN**

En este mundo globalizado y competitivo, las empresas manufactureras de prendas de vestir jean se ven obligadas a implantar un continuo mejoramiento de los procesos de producción, para lograr mantenerse en el nicho de mercado en el que participan.

En nuestro país son pocas las empresas que operan con un manual de procedimientos, el mismo que tiene un nivel de vital importancia para ejercer control en el área de producción, satisfacer las necesidades y fidelizar a los clientes.

La empresa Rexell tiene como finalidad, confeccionar prendas de vestir en material jean, de óptima calidad que satisfaga las necesidades de los compradores y genere

ingresos que contribuya al crecimiento de la misma. Por tal razón, la empresa se ha visto en la necesidad de realizar el presente estudio que contribuya al desarrollo empresarial del país.

El manual de procedimientos administrativos de producción, es la etapa de diagnóstico de la empresa, en la que se encontró diversas falencias, entre ellas:

- El ineficiente control del recurso humano, en el área de producción, lo que genera desperdicios de materia prima y otros materiales necesarios para la confección lo que genera incrementos en el precio de venta de las prendas.
- Aplazamientos en la entrega de pedidos a los clientes debido a retrasos en el área productiva causando malestar en los compradores a la hora de recibir la mercadería.

Por todo esto, se ha propuesto implementar un manual de procedimientos administrativos de producción, como un aporte a la empresa Rexell, lo que permitirá mejorar el ambiente de trabajo del recurso humano, optimizar recursos, moderar el precio de venta, entregar los pedidos de manera oportuna y satisfacer de mejor manera a los clientes.

## **6.4 OBJETIVOS**

### **6.4.1 OBJETIVO GENERAL**

Diseñar un manual de procedimientos administrativos de producción, para moderar el precio de venta de la empresa Rexell de la ciudad de Ambato.

### **6.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Elaborar un análisis FODA que permita identificar los factores internos y externos que inciden en el incremento del precio de venta de la empresa Rexell.

Controlar los procesos de producción actualizados mediante políticas y procedimientos innovadores, que permitan el desarrollo de la empresa.

Identificar el nivel de aplicación del manual de procedimientos de producción propuesto, para la confección de prendas, desde el ingreso de la materia prima hasta que el producto llegue al comprador.

## **6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD**

### **Política**

La presente propuesta es viable debido a que en el actual gobierno se apoya a la producción nacional, evita el exceso de mercadería extranjera y promueve la compra de nuestro producto en todo el país.

### **Socio - Cultural**

En nuestro país, han evolucionado las costumbres de compra de los consumidores, desde la pretensión de adquirir productos a precios cómodos, hasta exigir calidad y precio que actualmente son las variables más solicitadas y demandadas en el mercado.

### **Tecnología**

La maquinaria con la que cuenta la empresa para la fabricación de las distintas prendas es eficiente, por tal motivo, las prendas que se confeccionan son de calidad.

### **Organización**

La empresa Rexell a través de sus miembros están consientes y dispuestos a esforzarse para efectuar cualquier cambio que signifique un mejor desempeño en el mercado.

### **Económico**

En la actualidad nos encontramos en un mercado competitivo, debido a que en el país cada vez más se está impulsando adquirir productos nacionales. Por tal razón la presente

propuesta es viable de aplicarla, ya que para importar productos de este tipo se requiere de mayor inversión.

### **Financiero**

Hoy por hoy, la empresa Rexell se encuentra en capacidad de solventar las acciones que están encaminadas a posicionar a la empresa en el mercado de mejor manera y que permitirá optimizar su situación financiera en el futuro.

### **Legal**

Se considera factible, porque las leyes que amparan la producción nacional, han promovido favorablemente el crecimiento de la industria, por ende, la empresa ejecuta sus actividades cumpliendo las disposiciones que tiene que ver con la pequeña empresa.

## **6.6 FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA**

### **MANUALES ADMINISTRATIVOS**

Son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación que permiten registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática tanto de la información de una organización, como las instrucciones y lineamientos necesarios para que desempeñe mejor sus tareas.

#### **Objetivos de los manuales administrativos:**

- Instruir al personal, acerca de aspectos tales como: objetivos, funciones, relaciones, políticas, procedimientos, normas, etc.
- Precisar las funciones y relaciones de cada unidad administrativa para deslindar responsabilidades, evitar duplicidad y detectar omisiones.
- Contribuir a la ejecución correcta de las labores asignadas al personal, y propiciar la uniformidad en el trabajo.
- Servir como medio de integración y orientación al personal de nuevo ingreso, facilitando su incorporación a las distintas funciones operacionales.

- Permite conocer el funcionamiento interno por lo que respecta a descripción de tareas, ubicación, requerimientos y a los puestos responsables de su ejecución.
- Determina en forma más sencilla las responsabilidades por fallas o errores.
- Aumenta la eficiencia de los empleados, indicándoles lo que deben hacer y cómo deben hacerlo.
- Construye una base para el análisis posterior del trabajo y el mejoramiento de los sistemas, procedimientos y métodos.

### **Ventajas:**

- Logra y mantiene un sólido plan de organización.
- Asegura que todos los interesados tengan una adecuada comprensión del plan general y de sus propias obligaciones y relaciones pertinentes.
- Facilita el estudio de los problemas de organización.
- Sistematiza la iniciación, aprobación, y publicación de las modificaciones necesarias en la organización.
- Sirve como guía eficaz para la preparación, clasificación y compensación del personal.
- Determina la responsabilidad de cada puesto y su relación con los demás miembros de la organización
- Evita conflictos jurisdiccionales y la yuxtaposición de funciones.
- Pone en claro las fuentes de aprobación y el grado de autoridad de los diversos niveles.
- La información sobre funciones y cargos suele servir como base para la evaluación de puestos y como medio de comprobación del progreso de cada uno.
- Conserva un rico fondo de experiencia administrativa de los funcionarios más antiguos.
- Sirve como una guía en el adiestramiento de novatos.
- Es una fuente permanente de información sobre la labor a ejecutar.
- Ayudan a institucionalizar y hacer efectivo los objetivos, las políticas, los procedimientos, las funciones, las normas, etc.



- Evitan discusiones y mal entendidos acerca de las operaciones.
- Aseguran continuidad y coherencia en los procedimientos y normas a través del tiempo.
- Son instrumentos útiles en la capacitación del personal.
- Incrementan la coordinación en la realización del trabajo.

#### **Desventajas:**

- Muchas compañías consideran que son demasiadas pequeñas para necesitar un manual que describa asuntos que son conocidos por todos sus integrantes.
- Otras empresas consideran que es demasiado costoso, limitativo y laborioso elaborar un manual y de mantenerlo actualizado.
- Existe el temor de que pueda conducir a una estricta reglamentación y rigidez.
- Su deficiente elaboración provoca serios inconvenientes en el desarrollo de las operaciones.
- El costo de elaboración y actualización puede ser demasiado altos.
- Si no se actualiza periódicamente, pierde efectividad.
- Incluye sólo aspectos formales de la organización, dejando de lado los informales, cuya vigencia e importancia es notorio para la misma.
- Si es muy sintetizada, carece de utilidad; si es muy detallada los convierte en complicados.

#### **Clasificación básica de los manuales administrativos:**

- Por su naturaleza o área de aplicación
  - Microadministrativos
  - Macroadministrativos
  - Mesoadministrativos
- Por su contenido
  - De organización
  - De procedimientos

- De gestión de la calidad
  - De historia de la organización
  - De políticas
  - De contenido múltiple
  - De puestos
  - De técnicas
  - De ventas
  - De producción
  - De finanzas
  - De personal
  - De operación
  - De sistemas
- Por su ámbito
    - Generales
    - Específicos

## **MANUAL DE PROCEDIMIENTOS**

Constituye un documento técnico que incluye información sobre la sucesión cronológica y secuencial de operaciones concatenadas entre sí, que se constituyen en una unidad para la realización de una función, actividad o tarea específicas en una organización.

Todo procedimiento incluye la determinación de tiempos de ejecución, el uso de recursos materiales y tecnológicos, así como la aplicación de métodos de trabajo y control para desarrollar las operaciones de modo oportuno y eficiente.

La descripción de los procedimientos permite comprender mejor el desarrollo de las actividades de rutina en todos los niveles jerárquicos, lo que propicia la disminución de fallas u omisiones y el incremento de la productividad.

Es la expresión analítica de los procedimientos administrativos a través de los cuales se canaliza la actividad operativa del organismo. Este manual es una guía de trabajo para el personal y es muy valiosa para orientar al personal de nuevo ingreso.

La implementación de este manual sirve para aumentar la certeza de que el personal utiliza los sistemas y procedimientos administrativos prescritos al realizar su trabajo.

## **MANUAL DE PRODUCCION**

Elemento de soporte que dirige y coordina procesos de producción en todas sus fases. Constituye un auxiliar muy valioso para unificar criterios y sistematizar líneas de trabajo en áreas de fabricación.

## **MATERIALES Y MATERIA PRIMA**

Se refiere a los recursos utilizados en la alimentación de un proceso productivo.

Constituyen los insumos para se necesitan para producir y son transformados durante los procesos.

Es el elemento físico que se incorpora a un proceso para su transformación en un producto.

**Materia Prima Directa:** Son aquellos elementos principales que conforman el producto. Estas materia primas se pueden medir, contar o pesar, en forma unitaria de producción, así: podemos medir la cantidad de materiales utilizados en la fabricación de artículos.

**Materia Prima Indirecta:** Son aquellos elementos que se agregan, como elementos secundarios pero importantes, con la materia prima directa para formar el nuevo producto elaborado, estos elementos no se pueden medir ni contar en forma unitaria, pero si se puede establecer la cantidad utilizada en toda la producción.

### **Control de Materiales:**

- Las compras no deben comprometer los fondos de la empresa.

- No deben aceptarse materiales que no han sido pedidos o que no están de acuerdo con las especificaciones.
- Los materiales no deben aceptarse a menos que se haya llegado con el vendedor, en el caso de materiales dañados o en cantidades distintas a las solicitadas.
- Debe haber un control físico adecuado sobre el almacenamiento de las existencias.
- Debe haber un equilibrio adecuado entre la inversión en inventarios y los costos incurridos en la adquisición, almacenamiento y utilización de materiales.

Debido a las diferencias en las estructuras de organización, las responsabilidades por el control de materiales varían de una empresa a otra. En muchas, la responsabilidad por las diferentes fases de control de materiales se asigna a las siguientes funciones:

- Compras
- Recibo e inspección
- Almacenes
- Departamento de producción de la fábrica
- Planeación de materiales
- Clasificación

#### **Riesgos de un manejo ineficiente de materiales:**

- Sobrestadía: La sobrestadía es una cantidad de pago exigido por una demora, esta sobrestadía es aplicada a las compañías si no cargan o descargan sus productos dentro de un periodo de tiempo determinado.
- Desperdicio de tiempo de máquina: Una máquina gana dinero cuando está produciendo, no cuando está ociosa, si una maquina se mantiene ociosa debido a la falta de productos y suministros, habrá ineficiencia, es decir no se cumple el objetivo en un tiempo predeterminado.
- Lento movimiento de los materiales por la planta: Si los materiales que se encuentran en la empresa se mueven con lentitud, o si se encuentran provisionalmente almacenados durante mucho tiempo, pueden acumularse

inventarios excesivos y esto nos lleva a un lento movimiento de materiales por la planta.

- Un mal manejo de materiales puede dislocar seriamente los programas de producción: En los sistemas de producción en masa, si en una parte de la línea de montaje le faltaran materiales, se detiene toda la línea de producción.

**Reposición:** La detecta el departamento de almacén de materiales, cuando constata en la ficha de inventario permanente que sus niveles de existencia se aproximan al punto de pedido. Este nivel se calcula tomando en cuenta el consumo diario, multiplicado por los días que normalmente demora el proveedor para el abastecimiento.

Consumo diario x período de abastecimiento + stock de seguridad

Los stocks de seguridad y otros que también son existencias, se prevén para salvar eventuales demoras en el aprovisionamiento, a fin de evitar que la falta de algún material paralice la producción, que es el peor de los costos en que puede incurrir una empresa y que se denomina costo de ruptura.

**Nuevo material:** Si es un material que se va a utilizar por primera vez, el departamento de planeamiento y control de la producción es quien debe pedir su compra porque, precisamente, su función es programar la producción.

Para efectuar una adquisición, este departamento emite una solicitud dirigida al departamento de compras, quien suscribe la orden de compra dirigida al proveedor.

El departamento de compras es responsable de la adquisición de materiales al precio más bajo y según las especificaciones estipuladas por el departamento de pedidos. También es responsable por la planeación de la entrega de materiales para que no se produzcan interrupciones en el programa de producción.

La orden de compra que se prepara en el departamento de compras y se envía al vendedor, es una autorización por escrito para que el proveedor entregue la cantidad de

cada tipo de material especificado de acuerdo con los términos estipulados y en la fecha y lugar convenidos.

## **TECNOLOGÍA**

Es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de las personas.

Es un concepto amplio que abarca un conjunto de técnicas, conocimientos y procesos, que sirven para el diseño y construcción de objetos para satisfacer necesidades humanas.

## **RECURSO HUMANO**

Se denomina recursos humanos (RRHH) al trabajo que aporta el conjunto de los empleados o colaboradores de esa organización. Pero lo más frecuente es llamar así a la función o gestión que se ocupa de seleccionar, contratar, formar, emplear y retener a los colaboradores de la organización. Estas tareas las puede desempeñar una persona o departamento en concreto (los profesionales en Recursos Humanos) junto a los directivos de la organización.

El objetivo básico que persigue la función de Recursos Humanos con estas tareas es alinear las políticas de RRHH con la estrategia de la organización, lo que permitirá implantar la estrategia a través de las personas, quienes son consideradas como los únicos recursos vivos e inteligentes capaces de llevar al éxito organizacional y enfrentar los desafíos que hoy en día se percibe en la fuerte competencia mundial. Es imprescindible resaltar que no se administran personas ni recursos humanos, sino que se administra con las personas viéndolas como agentes activos y proactivos dotados de inteligencia, creatividad y habilidades intelectuales.

Generalmente la función de Recursos Humanos está compuesta por áreas tales como reclutamiento y selección, contratación, capacitación, inducción de personal y su permanencia en la empresa. Dependiendo de la empresa o institución donde la función de Recursos Humanos opere, pueden existir otros grupos que desempeñen distintas responsabilidades que pueden tener que ver con aspectos tales como la administración de la nómina de los empleados o el manejo de las relaciones con sindicatos, entre otros. Para poder ejecutar la estrategia de la organización es fundamental la administración de los Recursos humanos, para lo cual se deben considerar conceptos tales como la comunicación organizacional, el liderazgo, el trabajo en equipo, la negociación y la cultura organizacional.

## **PRODUCTIVIDAD**

Puede definirse como la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados.

En la fabricación, la productividad sirve para evaluar el rendimiento de los talleres, las máquinas, los equipos de trabajo y los empleados.

La productividad evalúa la capacidad de un sistema para elaborar los productos que son requeridos y a la vez el grado en que aprovechan los recursos utilizados, es decir, el valor agregado. Una mayor productividad utilizando los mismos recursos o produciendo los mismos bienes o servicios resulta en una mayor rentabilidad para la empresa. Por ello, el Sistema de gestión de la calidad de la empresa trata de aumentar la productividad. La productividad tiene una relación directa con la mejora continua del sistema de gestión de la calidad y gracias a este sistema de calidad se puede prevenir los defectos de calidad del producto y así mejorar los estándares de calidad de la empresa sin que lleguen al usuario final. La productividad va en relación con los estándares de producción. Si se mejoran estos estándares, entonces hay un ahorro de recursos que se reflejan en el aumento de la utilidad.

## **DISTRIBUCIÓN**

El canal de distribución lo constituye un grupo de intermediarios relacionados entre sí que hacen llegar los productos y servicios de los fabricantes a los consumidores y usuarios finales.

### **Canales de Distribución para Productos de Consumo Masivo.**

Estos a su vez se dividen en cinco tipos que se consideran los más usuales:

- **Productores - Consumidores:** Es la vía más corta y rápida. La forma que más se utiliza es la venta de puerta en puerta, la venta por correo, el telemarketing y la venta por teléfono. Los intermediarios quedan fuera de este sistema.
- **Productores – minoristas – consumidores:** Es el canal más visible para el consumidor final. Gran número de las compras que efectúa el público en general se realiza a través de este sistema.
- **Productores – mayoristas – minoristas o detallistas:** Se usa con productos de gran demanda ya que los fabricantes no tienen la capacidad de hacer llegar sus productos a todo el mercado consumidor.
- **Productores – intermediarios – mayoristas – consumidores:** Es el canal más largo, se utiliza para distribuir los productos y proporciona una amplia red de contactos; por esa razón, los fabricantes utilizan a los intermediarios o agentes.

## **CALIDAD**

Calidad es el conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren capacidad de satisfacer necesidades, gustos y preferencias, y de cumplir con expectativas en el consumidor. Tales propiedades o características podrían estar



referidas a los insumos utilizados, el diseño, la presentación, la estética, la conservación, la durabilidad, el servicio al cliente, el servicio de postventa, etc.

### **Calidad total**

La calidad total, también conocida como gestión de la calidad total, es una filosofía, cultura o estilo de gerencia que involucra a todos los miembros de una organización, los cuales buscan mejorar continuamente la calidad no sólo en los productos, sino también en todos los aspectos de la empresa como, por ejemplo, en los trabajadores (al estar bien calificados), en los insumos (al ser de primera), en los procesos (al evitar desperdicios), en la atención al cliente (al brindar una rápida atención).

#### Filosofía de la calidad total

La filosofía de calidad total, también conocida como filosofía de mejora continua, es una filosofía que señala que la calidad se debe “respirar”, y que se debe buscar siempre su mejora de manera continua y gradual por parte de todos los miembros de la organización.

#### Gestión de Calidad

Conjunto de actividades de carácter gerencial relacionadas con la calidad, tales como la planificación de la calidad, la definición de políticas de calidad, el establecimiento de normas o estándares de calidad, la elección de responsables del aseguramiento o control de la calidad, la implementación de sistemas de calidad, el establecimiento de medidas de control de calidad, entre otras.

**CUADRO N° 20**  
**CALIDAD**

<b>Etapa</b>	<b>Concepto</b>	<b>Finalidad</b>
Artesanal	Hacer las cosas bien independientemente del coste o esfuerzo necesario para ello.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfacer al cliente.</li> <li>• Satisfacer al artesano, por el trabajo bien hecho</li> <li>• Crear un producto único.</li> </ul>
Revolución industrial	Hacer muchas cosas no importando que sean de calidad (Se identifica Producción con Calidad).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfacer una gran demanda de bienes.</li> <li>• Obtener beneficios.</li> </ul>
Segunda guerra mundial	Asegurar la eficacia del armamento sin importar el costo, con la mayor y más rápida producción (Eficacia + Plazo = Calidad)	Garantizar la disponibilidad de un armamento eficaz en la cantidad y el momento preciso.
Posguerra (Japón)	Hacer las cosas bien a la primera	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minimizar costes mediante la Calidad</li> <li>• Satisfacer al cliente</li> <li>• Ser competitivo</li> </ul>
Posguerra (resto del mundo)	Producir, cuanto más mejor	Satisfacer la gran demanda de bienes causada por la guerra
Control de calidad	Técnicas de inspección en Producción para evitar la salida de bienes defectuosos.	Satisfacer las necesidades técnicas del producto.
Aseguramiento de la calidad	Sistemas y Procedimientos de la organización para evitar que se produzcan bienes defectuosos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfacer al cliente.</li> <li>• Prevenir errores.</li> <li>• Reducir costes.</li> <li>• Ser competitivo.</li> </ul>
Calidad Total	Teoría de la administración empresarial centrada en la permanente satisfacción de las expectativas del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfacer tanto al cliente externo como interno.</li> <li>• Ser altamente competitivo.</li> <li>• Mejora Continua.</li> </ul>

## **MISIÓN**

Representa la razón de ser de la empresa; orienta toda la planificación y todo el funcionamiento de la misma; y se redacta estableciendo: La actividad empresarial fundamental; El concepto de producto genérico que ofrece; El concepto de tipos de cliente a los que pretende atender.

## **VISIÓN**

Recoge las metas y logros planteados por las organizaciones. Una declaración de visión es una breve representación filosófica de cómo quiere ser la empresa y cómo desea ser percibida en un futuro por sus clientes, empleados, propietarios y otras personas importantes.

## **ANÁLISIS FODA**

Es una herramienta que sirve para analizar la situación competitiva de una organización. Su principal función es detectar las relaciones entre las variables más importantes para así diseñar estrategias adecuadas, sobre la base del análisis del ambiente interno y externo que es inherente a cada organización.

### **Análisis Externo**

- Oportunidades.- Son aquellos factores, positivos, que se generan en el entorno y que, una vez identificados, pueden ser aprovechados.
- Amenazas.- Son situaciones negativas, externas al programa o proyecto, que pueden atentar contra éste, por lo que llegado al caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearlas.

## **Análisis Interno**

- Fortalezas.- Son todos aquellos elementos internos y positivos que diferencian al programa o proyecto de otros de igual clase. Así como los peligros que estas traen.
- Debilidades.- Se refieren a todos aquellos elementos, recursos, habilidades y actitudes que la empresa ya tiene y que constituyen barreras para lograr la buena marcha de la organización. Las Debilidades son problemas internos, que, una vez identificados y desarrollando una adecuada estrategia, pueden y deben eliminarse.

En síntesis:

Las fortalezas deben utilizarse

Las oportunidades deben aprovecharse

Las debilidades deben eliminarse

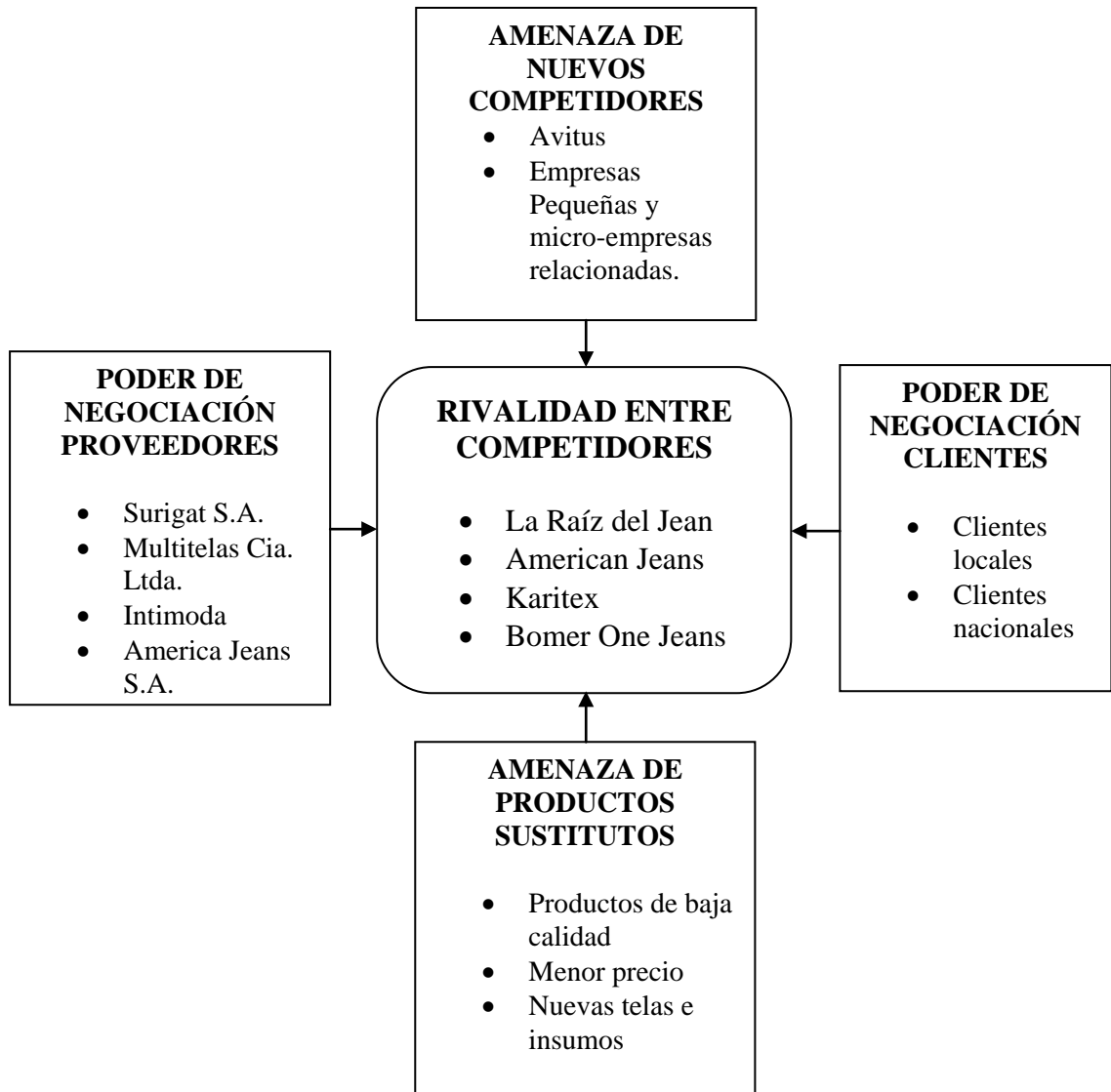
Las amenazas deben sortearse

## **6.7 METODOLOGÍA. MODELO OPERATIVO**

### **6.7.1 ANALÍTICA – ANÁLISIS MICRO AMBIENTE**

#### **LAS CINCO FUERZAS DE PORTER**

**GRAFICO N° 20**



## **1. Poder de negociación de los compradores o clientes.**

La fidelización de los clientes actuales y potenciales de la empresa ya sea a nivel local o nacional, se basa en ofrecer prendas de calidad, ya que por encontrarse varios años en el mercado la marca es reconocida a nivel nacional debido a que sus compradores están distribuidos en varias provincias del Ecuador.

Entre los clientes más activos y de mayor compra se encuentran:

<b>NOMBRE</b>	<b>CIUDAD</b>
Ávila Dionicio	Milagro
Castillo Orlando	Santo Domingo
Campoverde Narciza	Milagro
Guevara Leonardo	Milagro
González Patricio	Azogues
Hidalgo Rafael	Loja
Narváez Luis	Babahoyo
Pérez Eliza	Quevedo
San Martín José	Loja
Tejedor Jorge	Cuenca
Torres Jhon	Loja
Varsallo Juan Carlos	Milagro

## **2. Poder de negociación de los proveedores.**

La empresa Rexell adquiere la materia prima y los insumos necesarios de los siguientes proveedores que a continuación se detallan:

### PROVEEDORES DE TELA

EMPRESA	CIUDAD	DIRECCION	TELEFONO
SURIGAT S.A.	GUAYAQUIL	Boyacá 1417 y Luque	(04) 2 328354
MULTITELAS CIA. LTDA.	QUITO	Panamericana Norte km 6 <sup>1/2</sup> - Calderón	(02) 2 483139
INTIMODA (BROLING S.A.)	GUAYAQUIL	Boyacá 1407 y Luque	(04) 2 328354
AMERICA JEAN S.A.	GUAYAQUIL	Chile 333 y Aguirre	(04) 2 517769
TEXFASHION S.A.	GUAYAQUIL	Luque 521 y Boyacá	(04) 2328354

### PROVEEDORES DE INSUMOS

EMPRESA	CIUDAD	DIRECCION	TELEFONO
SEINCO	AMBATO	Calle Cuenca 0902 y Altamirano	(03) 2 424795
HILOS CADENA ECUADOR S.A.	QUITO	Vicente Cárdenas y Av. Amazonas	(02) 2 454679
PASAMANERIA S.A.	CUENCA	Av. Huyna Capac 197	(07) 2 832388
MARCAS	QUITO	De las Hidras 47-111 y Lizarzaburo	(02) 2 410567 (02) 2 813152

### 3. Amenazas de nuevos entrantes

Actualmente, la posibilidad de montar pequeñas empresas de confección de prendas jean es factible, debido a que el gobierno incentiva la producción nacional por medio de la frase “es mejor si está hecho en Ecuador” y mediante el apoyo a pequeñas y medianas empresas por medio de créditos otorgados por el Banco Nacional de Fomento (BNF).

En consecuencia, la mayor parte de talleres de confección son creados por empleados que poseen conocimientos de manufactura de jeans, los mismos que los adquirieron

durante la etapa en la que prestaron sus servicios en empresas de confección de este tipo de prendas.

Actualmente una de las mayores amenazas para la empresa Rexell es:

<b>EMPRESA</b>	<b>CIUDAD</b>	<b>DIRECCION</b>	<b>TELEFONO</b>
AVITUS	PELILEO	Av. Antonio Clavijo y 22 de Julio	(03) 2 871342

Esta empresa se dedica a la misma actividad que Rexell, es decir, producción y comercialización de prendas de vestir en tela jean para damas y caballeros, lo que conlleva a una competencia entre las dos empresas por introducirse en el mercado actual y ganar posición en el mercado meta, por lo tanto, exige a la empresa Rexell a optimizar sus procesos administrativos, financieros y operativos para lograr sus objetivos y ganar posición en el mercado en el que participa.

#### **4. Amenaza de productos sustitutos**

Debido a la gran capacidad tecnológica con que cuentan otras empresas de este tipo, se torna intimidante competir con éstas debido a que las prendas las fabrican de mejor calidad y en menor tiempo, optimizando recursos y reduciendo costos.

Otro parámetro amenazante, son las necesidades y gustos cambiantes de los usuarios, ya que existen personas que prefieren prendas importadas a pesar de los costos de importación, lo que significa pérdidas de clientes potenciales para la empresa.

En esto se incluye también, las nuevas tendencias de moda en diseños y calidad por lo que se torna primordial estar actualizado en estos aspectos.

A continuación se nombra tipos de telas actuales con las que se produce las prendas regularmente:



<b>TIPO DE TELA</b>	<b>GENERO</b>
Indigo CM	Caballero
Indigo CMJ	Caballero
Indigo ACG	Caballero
Indigo TA	Caballero
Denim	Caballero
Indira	Caballero
Morgana	Caballero
Natural Strech	Dama
Elisa	Dama
Betina	Dama
Paraná	Dama
Palermo	Dama

## **5. Rivalidad entre los competidores**

La presencia progresiva y creciente de empresas manufactureras ha hecho que la competencia entre las mismas sea ardua, haciendo que sus propietarios disminuyan su margen de rentabilidad y oferten mayores plazos de crédito para tener la aceptación deseada en el mercado en el que participan.

Las empresas con las que compite Rexell son las siguientes:

<b>EMPRESA</b>	<b>Ciudad</b>	<b>DIRECCION</b>	<b>TELEFONO</b>
La Raíz del Jean	Pelileo	Barrio La Libertad	(03) 2 871720
Americian Jeans	Ambato	Batalla de Tarqui y Morales	(03) 2 845582
Karitex	Pelileo	José Mejía y Antonio Clavijo	-
Bomer One Jeans	Pelileo	Tambo – El progreso	-

Pese a esto, la empresa debe continuar adquiriendo materia prima e insumos de calidad, no limitarse a repetir modelos y principalmente invertir en tecnología y capital humano, ya que esto le permitirá a la empresa mejorar sus niveles de producción y competitividad, para lograr un crecimiento sustentable.

## **FODA**

### **FORTALEZAS**

- Estabilidad laboral
- Maquinaria moderna
- Experiencia laboral
- Pagos oportunos al personal
- Materia prima e insumos de calidad
- Producto de calidad
- Conocimiento del mercado

### **OPORTUNIDADES**

- Apertura de nuevos mercados
- Desarrollo tecnológico e innovación de productos
- Incentivar la producción y el consumo nacional
- Créditos bancarios
- Apoyo del gobierno a la producción nacional

### **DEBILIDADES**

- Controles deficientes de producción
- Falta de estrategias para posicionarse en el mercado
- Carencia de mano de obra calificada
- Capacitaciones de manera ocasional
- Dificultad de recuperación de cartera.

## **AMENAZAS**

- Imitación entre competidores
- Incremento del precio de la materia prima
- Incremento de las importaciones
- Inestabilidad política
- Crisis económica

**CUADRO N° 21**  
**MATRIZ FODA**

<b>FACTORES EXTERNOS</b>  <b>FACTORES INTERNOS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apertura de nuevos mercados</li> <li>• Desarrollo tecnológico e innovación de productos</li> <li>• Incentivar la producción y el consumo nacional</li> <li>• Créditos bancarios</li> <li>• Apoyo del gobierno a la producción nacional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Imitación entre competidores</li> <li>• Incremento del precio de la materia prima</li> <li>• Incremento de las importaciones</li> <li>• Inestabilidad política</li> <li>• Crisis económica</li> </ul>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>ESTRATEGIA (FO)</b>	<b>ESTRATEGIA (FA)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estabilidad laboral</li> <li>• Maquinaria moderna</li> <li>• Experiencia laboral</li> <li>• Pagos oportunos al personal</li> <li>• Materia prima e insumos de calidad</li> <li>• Producto de calidad</li> <li>• Conocimiento del mercado</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Alcanzar nuevos mercados aprovechando la experiencia laboral que posee el personal de la empresa <b>(F3, O1)</b></li> <li>2. Mantener maquinaria moderna y estar a la vanguardia en las nuevas tendencias de moda <b>(F2, O2)</b></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fidelizar clientes actuales y potenciales destacando la calidad de las prendas producidas. <b>(F6, A3)</b></li> <li>2. Desarrollar nuevos y mejores productos aprovechando los conocimientos y experiencia del recurso humano. <b>(F3, A1)</b></li> <li>3. Buscar proveedores que oferten materia prima de calidad a menor costo. <b>(F5, A2)</b></li> </ol>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>ESTRATEGIA (DO)</b>	<b>ESTRATEGIA (DA)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Controles deficientes de producción</li> <li>• Falta de estrategias para posicionarse en el mercado</li> <li>• Carencia de mano de obra calificada</li> <li>• Capacitaciones de manera ocasional</li> <li>• Dificultad de recuperación de cartera.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ampliar la productividad y comercialización mediante la contratación e integración de personal calificado <b>(D3, O1)</b></li> <li>2. Incentivar al cliente al consumo nacional, brindando productos de calidad. <b>(D1, O3)</b></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Capacitar al personal frecuentemente para que alcancen nuevos conocimientos y desarrollen destrezas superiores <b>(D4, A1)</b></li> <li>2. Mejorar los procesos y controles de producción para llegar a ser más competitivos y ganar espacio en el mercado <b>(D1, A3)</b></li> </ol>

# **EMPRESA REXELL**



## **MANUAL DE PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS DE PRODUCCIÓN**

AMBATO - ECUADOR

2012

	<p align="center"><b>EMPRESA REXELL</b>  <b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b>  <b>ADMINISTRATIVOS DE PRODUCCION</b></p>	<p align="right"><b>ERX-DR-MPAP-001</b>  <b>Fecha: 30-03-2012</b>  <b>Página: 1 De: 34</b></p>
---	--	--

<b>ÍNDICE</b>	<b>PÁGINA</b>
A. INTRODUCCIÓN	2
B. OBJETIVOS	3
C. ALCANCE	4
D. RESPONSABLES	5
E. NORMAS GENERALES	6
F. DESCRIPCION DE PUESTOS	9
G. PROCEDIMIENTOS	16
H. GLOSARIO DE TERMINOS	34

Elaboró SR. DAVID GUERRERO	Revisó ING. PAMELA ARMAS	Autorizó SR. DANILO CHICAIZA
-------------------------------	-----------------------------	---------------------------------

	<p align="center"><b>EMPRESA REXELL</b>  <b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b>  <b>ADMINISTRATIVOS DE PRODUCCION</b></p>	<p align="right"><b>ERX-DR-MPAP-001</b>  <b>Fecha: 30-03-2012</b>  <b>Página: 2 De: 34</b></p>
---	--	--

## **A. INTRODUCCIÓN**

Son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación que permiten registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática tanto de la información de una organización, como las instrucciones y lineamientos necesarios para que desempeñe mejor sus tareas, y a su vez constituye un documento técnico que incluye información sobre la sucesión cronológica y secuencial de operaciones concatenadas entre sí, que se constituyen en una unidad para la realización de una función, actividad o tarea específicas en una organización.

Todo procedimiento incluye la determinación de tiempos de ejecución, el uso de recursos materiales y tecnológicos, así como la aplicación de métodos de trabajo y control para desarrollar las operaciones de modo oportuno y eficiente.

La descripción de los procedimientos permite comprender mejor el desarrollo de las actividades de rutina en todos los niveles jerárquicos, lo que propicia la disminución de fallas u omisiones y el incremento de la productividad.

Un manual de procedimientos administrativos de producción es un elemento de soporte que dirige y coordina procesos de producción en todas sus fases. Constituye un auxiliar muy valioso para unificar criterios y sistematizar líneas de trabajo en áreas de fabricación.

<p align="center">Elaboró SR. DAVID GUERRERO</p>	<p align="center">Revisó ING. PAMELA ARMAS</p>	<p align="center">Autorizó SR. DANILO CHICAIZA</p>
--	--	--

	<p align="center"><b>EMPRESA REXELL</b>  <b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b>  <b>ADMINISTRATIVOS DE PRODUCCION</b></p>	<p align="right"><b>ERX-DR-MPAP-001</b>  <b>Fecha: 30-03-2012</b>  <b>Página: 3 De: 34</b></p>
---	--	--

## **B. OBJETIVOS**

- Establecer políticas en la empresa, con el objeto de optimizar el ambiente de trabajo.
- Cumplir con el tiempo establecido en la entrega de pedidos de los productos, para mejorar las ventas.
- Establecer control en el área de producción, para mejorar la productividad de la empresa y moderar el precio de venta de las prendas.

<p align="center">Elaboró SR. DAVID GUERRERO</p>	<p align="center">Revisó ING. PAMELA ARMAS</p>	<p align="center">Autorizó SR. DANILO CHICAIZA</p>
--	--	--



	<p align="center"><b>EMPRESA REXELL</b>  <b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b>  <b>ADMINISTRATIVOS DE PRODUCCION</b></p>	<p align="right"><b>ERX-DR-MPAP-001</b>  <b>Fecha: 30-03-2012</b>  <b>Página: 4 De: 34</b></p>
---	--	--

**C. ALCANCE**

- Permite conocer el funcionamiento interno en el área de producción en lo que respecta a la descripción, ubicación, requerimientos a los responsables de la ejecución de cada proceso de producción.
- Detallan las actividades de cada puesto de trabajo e inducen a la capacitación del personal del área de producción.
- Intervienen en la consulta de todo el personal que desea emprender en tareas de simplificación de trabajos como análisis de tiempo, delegación de autoridad, para establecer cuáles son las causas que generan retrasos en la entrega de pedidos, y poder mejorar los procesos de producción.
- Determina, de una forma más sencilla, las responsabilidades de cada área por fallas o errores, facilita las labores de control interno e incrementa la eficiencia del recurso humano demostrándoles lo que deben hacer y cómo deben hacerlo.
- Apoya a la coordinación de actividades con el objetivo de evitar fallas o errores en cada uno de los procesos.

<p align="center">Elaboró SR. DAVID GUERRERO</p>	<p align="center">Revisó ING. PAMELA ARMAS</p>	<p align="center">Autorizó SR. DANILO CHICAIZA</p>
--	--	--

	<p align="center"><b>EMPRESA REXELL</b>  <b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b>  <b>ADMINISTRATIVOS DE PRODUCCION</b></p>	<p align="right"><b>ERX-DR-MPAP-001</b>  <b>Fecha: 30-03-2012</b>  <b>Página: 5 De: 34</b></p>
---	--	--

**D. RESPONSABLES**

- Gerente – propietario
  
- Personal administrativo
  
- Jefe de producción

<p align="center">Elaboró  SR. DAVID GUERRERO</p>	<p align="center">Revisó  ING. PAMELA ARMAS</p>	<p align="center">Autorizó  SR. DANILO CHICAIZA</p>
---	---	---

	<p align="center"><b>EMPRESA REXELL</b>  <b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b>  <b>ADMINISTRATIVOS DE PRODUCCION</b></p>	<p align="right"><b>ERX-DR-MPAP-001</b>  <b>Fecha: 30-03-2012</b>  <b>Página: 6 De: 34</b></p>
---	--	--

## **E. NORMAS GENERALES**

### **MISIÓN**

Somos una empresa dedicada a la producción y comercialización de prendas de vestir jean para damas y caballeros desde los 18 a 50 años de edad, con una distribución en la región Sierra y Costa del país que cubre el 30% del mercado de la misma, ya que contamos con personal capacitado y especializado en el área, además de la tecnología necesaria basándonos en valores éticos como la puntualidad, honestidad, competitividad y ética profesional para satisfacer las necesidades de los clientes.

### **VISIÓN**

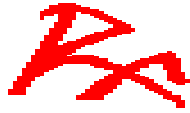
Incrementar la producción de prendas jean para damas, caballeros y niños desde los 10 a 50 años de edad, mediante un servicio de entrega rápido y oportuno y así expandirnos a nivel nacional, cubriendo el 50% del mercado meta, con tecnología de punta y acorde a las necesidades de la empresa, innovándonos mediante cursos de capacitación y una excelente verificación en los procesos que tiene la organización por parte del personal administrativo, y grabar el nombre de la empresa en la mente del consumidor.

### **MOTIVACIÓN**

La empresa es una entidad que se la debe motivar para que progrese de manera sólida y confiable. Por esta razón, la delegación y la motivación son indispensables.

La empresa Rexell debe cumplir con estrategias atractivas de motivación e incentivos que se detallan a continuación:

<p align="center">Elaboró SR. DAVID GUERRERO</p>	<p align="center">Revisó ING. PAMELA ARMAS</p>	<p align="center">Autorizó SR. DANILO CHICAIZA</p>
--	--	--



- Salarios competitivos
- Cultura de trabajo en equipo
- Promociones
- Vacaciones
- Capacitaciones
- Regalías, bonos y premiaciones
- Entorno laboral agradable

### **VALORES EMPRESARIALES QUE LA ORGANIZACIÓN DEBE PRACTICAR**

- Respeto
- Honestidad
- Compañerismo
- Puntualidad
- Responsabilidad
- Productividad
- Competitividad
- Fidelidad

### **POLITICAS GENERALES QUE LA EMPRESA DEBE IMLEMENTAR**

- Estabilidad laboral y ahorro del tiempo productivo
- Mantener la satisfacción de obreros y clientes
- Pago puntual al recurso humano de la empresa
- Control de entrada y salida del personal
- Entregar uniformes (si lo requiere) a los obreros

Elaboró SR. DAVID GUERRERO	Revisó ING. PAMELA ARMAS	Autorizó SR. DANILO CHICAIZA
-------------------------------	-----------------------------	---------------------------------

	<p align="center"><b>EMPRESA REXELL</b>  <b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b>  <b>ADMINISTRATIVOS DE PRODUCCION</b></p>	<p align="right"><b>ERX-DR-MPAP-001</b>  <b>Fecha: 30-03-2012</b>  <b>Página: 8 De: 34</b></p>
---	--	--

- Mejorar y actualizar los diseños de las prendas según las tendencias de moda
- Controlar el estado de la materia prima e insumos previo al ingreso a bodega
- Mantener proveedores que oferten materiales de calidad
- Entregar los pedidos solicitados en el tiempo establecido
- Ingreso a instalaciones de la empresa sólo por personal autorizado
- Ejecutar el manejo de maquinaria del área de producción, estrictamente por personal autorizado
- Minimización de desperdicios
- Mantener precios competitivos

<p align="center">Elaboró SR. DAVID GUERRERO</p>	<p align="center">Revisó ING. PAMELA ARMAS</p>	<p align="center">Autorizó SR. DANILO CHICAIZA</p>
--	--	--

	<b>EMPRESA REXELL</b> <b>DESCRIPCION DE PUESTOS</b>	<b>ERX-DR-DP-001</b> <b>Fecha: 30-03-2012</b> <b>Página: 9 De: 34</b>
---	--	---

## F. DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Tiene como finalidad mostrar cuáles son las funciones que realizan cada uno de los miembros que integran la empresa.

- **ÁREA ADMINISTRATIVA**

### **GERENTE**

Supervisar el cumplimiento de las políticas de la empresa y su óptimo funcionamiento para brindar al cliente un producto de la más alta calidad. Como en toda gran empresa, la gerencia tiene la responsabilidad de determinar el rumbo que la organización tomará; por lo que a su cargo está la toma de decisiones estratégicas que influyen decisivamente en todas las áreas de la empresa, así como también llevar un control interno con el fin de detectar posibles fallas dentro de la misma.

### **Actividades**

- Supervisar y delegar funciones de cada puesto.
- Realizar el control absoluto de los lineamientos establecidos en la empresa.
- Coordinar adecuadamente las secciones que conforman la organización, así como desarrollar planes y estrategias que llevarán a la empresa a colocarse como líder en el mercado en el que participa.
- Facultar los pedidos de materiales y materia prima.
- Autorizar nuevos estilos y diseños de prendas

Elaboró <b>SR. DAVID GUERRERO</b>	Revisó <b>ING. PAMELA ARMAS</b>	Autorizó <b>SR. DANILO CHICAIZA</b>
--------------------------------------	------------------------------------	--

	<p align="center"><b>EMPRESA REXELL</b> <b>DESCRIPCION DE PUESTOS</b></p>	<p align="right"><b>ERX-DR-DP-001</b> Fecha: 30-03-2012 Página: 10 De: 34</p>
---	---	---

## **SECRETARIA**

Vigilar que la empresa cumpla con la misión y que llegue a efectuarse la visión. El responsable de esta área deberá conservar un grupo de trabajo cuyas características vayan de acuerdo con los objetivos de la empresa.

### **Actividades**

- Pago de nómina o rol de pagos
- Contratación de personal
- Llevar a cabo contratos de trabajo
- Realizar pago de impuestos de la empresa
- Control de entrada y salida del personal
- Pago a proveedores

<p align="center">Elaboró SR. DAVID GUERRERO</p>	<p align="center">Revisó ING. PAMELA ARMAS</p>	<p align="center">Autorizó SR. DANILO CHICAIZA</p>
--	--	--

	<b>EMPRESA REXELL</b> <b>DESCRIPCION DE PUESTOS</b>	<b>ERX-DR-DP-001</b> <b>Fecha: 30-03-2012</b> <b>Página: 11 De: 34</b>
---	--	--

## **DISEÑO**

La persona encargada de esta área, es la que bosqueja nuevos modelos y diseños de prendas jean acordes a la tendencias actuales de moda.

### **Actividades**

- Realizar nuevos diseños de prendas jean y trazarlos en hojas para su aprobación.
- Elaborar moldes de los nuevos diseños previo consentimiento de los mismos, y posteriormente entregarlos a producción, específicamente en el área de corte.

Elaboró <b>SR. DAVID GUERRERO</b>	Revisó <b>ING. PAMELA ARMAS</b>	Autorizó <b>SR. DANILO CHICAIZA</b>
--------------------------------------	------------------------------------	--



	<p align="center"><b>EMPRESA REXELL</b> <b>DESCRIPCION DE PUESTOS</b></p>	<p align="right"><b>ERX-DR-DP-001</b> Fecha: 30-03-2012 Página: 12 De: 34</p>
---	---	---

- **ÁREA DE PRODUCCIÓN**

**PRODUCCIÓN**

Supervisar que el proceso productivo se lleve a cabo de forma adecuada, con la finalidad de garantizar la calidad de las prendas y entregarlos en la fecha acordada.

**Actividades**

- Cumplir en cantidad y calidad con el programa de producción, a través de un eficaz uso de los recursos materiales a su disposición.
- Controlar que se cumplan todos los procesos de producción.
- Realizar su trabajo con responsabilidad.
- Informar sobre desperfectos en la maquinaria para que la producción siempre sea continua y sin interrupciones.

<p align="center">Elaboró SR. DAVID GUERRERO</p>	<p align="center">Revisó ING. PAMELA ARMAS</p>	<p align="center">Autorizó SR. DANILO CHICAIZA</p>
--	--	--

	<b>EMPRESA REXELL</b> <b>DESCRIPCION DE PUESTOS</b>	<b>ERX-DR-DP-001</b> Fecha: 30-03-2012 Página: 13 De: 34
---	--	--

## **BODEGA**

Responsabilidades del personal encargado de compras:

- Conseguir cotizaciones de precios
- Elegir entre los posibles proveedores
- Realizar el envío de la orden a la persona encargada de autorizar la compra

### **Actividades:**

- Recibir e inspeccionar los artículos y verificar las cantidades con la orden de compra.
- Preparar informes cuando exista escasez de material y devoluciones a los agentes de venta.
- Llevar un control de los materiales existentes en bodega, para realizar a tiempo los pedidos, y evitar que la inexistencia de materia prima sea la causa para el retraso en la producción.

La guía de recepción es un documento básico para el control interno de materiales de la empresa. Se debe enviar una copia a secretaría para llevar un control de facturas, con el objeto de comparar las cantidades reales recibidas y las facturadas por el proveedor, cuando éste envía la mercadería.

	<p align="center"><b>EMPRESA REXELL</b> <b>DESCRIPCION DE PUESTOS</b></p>	<p align="right"><b>ERX-DR-DP-001</b> <b>Fecha: 30-03-2012</b> <b>Página: 14 De: 34</b></p>
---	---	---

## **LAVANDERÍA**

Inspeccionar que los lavados de las prendas sean óptimos con el fin de que la prenda final este acorde a las especificaciones en colores y diseño que el cliente planteó en el pedido.

### **Actividades**

- Realizar lavados que garanticen la calidad y diseño de las prendas.
- Efectuar y hacer realidad los colores y bosquejos que el diseñador y cliente solicitaron.
- Controlar los procesos de lavado para evitar errores relacionados a un mal manejo de maquinaria lo que dará como resultado prendas arruinadas y desperdicios innecesarios.

<p align="center">Elaboró SR. DAVID GUERRERO</p>	<p align="center">Revisó ING. PAMELA ARMAS</p>	<p align="center">Autorizó SR. DANILO CHICAIZA</p>
--	--	--

	<p align="center"><b>EMPRESA REXELL</b> <b>DESCRIPCION DE PUESTOS</b></p>	<p align="right"><b>ERX-DR-DP-001</b> <b>Fecha: 30-03-2012</b> <b>Página: 15 De: 34</b></p>
---	---	---

- **ÁREA DE VENTAS**

**DISTRIBUCIÓN**

Es el área encargada de venta de las prendas a cargo de los agentes vendedores.

Es en donde se debe desarrollar toda la inteligencia que exige el mercado, la cual implica marca, imagen, campaña de lanzamiento, preferencias y condiciones de lealtad con el producto sin olvidar como la competencia está actuando.

**Actividades**

- Ofrecer el producto a clientes actuales y atraer clientes potenciales.
- Realizar contratos de adquisición de prendas con los compradores.
- El vendedor debe personalizar la relación con el cliente, siendo una persona que describa las cualidades y características del producto y hacerlo atractivo para que adquieran las prendas.

<p align="center">Elaboró SR. DAVID GUERRERO</p>	<p align="center">Revisó ING. PAMELA ARMAS</p>	<p align="center">Autorizó SR. DANILO CHICAIZA</p>
--	--	--

	<b>EMPRESA REXELL</b>	<b>ERX-MP-PPA-001</b> <b>Fecha: 30-03-2012</b> <b>Página: 16 De: 34</b>
	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b> <b>PRODUCCIÓN DE PANTALONES</b>	

## G. PROCEDIMIENTOS

### PROPÓSITO

Planificar, organizar, controlar y ejecutar los procesos para la confección de pantalones con el fin de asegurar el cumplimiento de los estándares de productividad y calidad requeridos, y consecuentemente su despacho hacia los clientes en el tiempo acordado.

### ALCANCE

Desde el diseño de cada lote de pantalones hasta el empaclado de los mismos.

### GLOSARIO DE TERMINOS

**Molde:** pieza, o un conjunto de piezas con los detalles exactos requeridos para su posterior réplica en la tela elegida.

**Posteriores:** Segmento de tela medida desde la mitad del pantalón hacia atrás.

**Delanteros:** Segmento de tela medida desde la mitad del pantalón hacia adelante.

**Cotillas:** Pedazo de tela ubicada sobre los bolsillos posteriores.

**Aletilla:** Pieza interior de tela que sujeta al cierre (lado derecho).

**Aletillón:** Pieza interior de tela que sujeta al cierre (lado izquierdo).

Elaboró SR. DAVID GUERRERO	Revisó ING. PAMELA ARMAS	Autorizó SR. DANILO CHICAIZA
-------------------------------	-----------------------------	---------------------------------

	<b>EMPRESA REXELL</b>	<b>ERX-MP-PPA-001</b>
	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PRODUCCIÓN DE PANTALONES</b>	<b>Fecha: 30-03-2012 Página: 17 De: 34</b>

**Vistas:** Porción de tela cortada en ángulo recto en un extremo y una media circunferencia en el otro.

**Bocas:** Término utilizado para nombrar unas semicircunferencia ubicadas en cada lado del pantalón frontal (bolsillos).

**Relojero:** Bolsillo pequeño del pantalón.

**Pasadores:** Tiras de tela cosidas al pantalón.

## **RESPONSABILIDADES**

El control de los diferentes procesos y actividades para la confección de cada lote de pantalones es exclusiva responsabilidad del Jefe de Producción.

Elaboró SR. DAVID GUERRERO	Revisó ING. PAMELA ARMAS	Autorizó SR. DANILO CHICAIZA
-------------------------------	-----------------------------	---------------------------------

	<b>EMPRESA REXELL</b>	<b>ERX-MP-PPA-001</b> <b>Fecha: 30-03-2012</b> <b>Página: 18 De: 34</b>
	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b> <b>PRODUCCIÓN DE PANTALONES</b>	

<b>Descripción de los procesos para la confección de pantalones.</b>		
<b>Nº</b>	<b>Actividad</b>	<b>Responsables</b>
<b>1</b>	<b>Bosquejo del diseño:</b> El diseñador es el encargado de realizar diseños en hojas creadas para el efecto, de acuerdo a sus conocimientos, actuales tendencias de moda y pedidos del cliente.	Diseñador
<b>2</b>	<b>Aprobación del diseño:</b> El gerente aprueba el diseño según las especificaciones que la prenda requiera.	Gerente
<b>3</b>	<b>Moldería:</b> El diseñador se encarga de crear y formar moldes a escala real según las tallas que se producirán, los mismos que se realizan en hojas de moldería.	Diseñador
<b>4</b>	<b>Seleccionar y cortar el material:</b> El encargado del trazado y corte de la tela, seleccionará y realizará los cortes según los moldes enviados desde diseño, previendo que los mismos ocupen el espacio mínimo para evitar desperdicios.	Cortador
<b>5</b>	<b>Armado de posteriores:</b> Se procede a unir y coser la parte posterior del pantalón con piezas denominadas cotillas las mismas que serán confeccionadas en una cerradora; de igual manera, luego se unen las dos piezas y tenemos formada la parte posterior.	Operario de máquina cerradora
<b>6</b>	<b>Armado de bolsillos posteriores:</b> Según el modelo y diseño que se vaya a confeccionar, se arman los bolsillos, se plancha y se procede a coserla al pantalón.	Operario de máquina recta o doble aguja (según el modelo)
<b>7</b>	<b>Armado de delanteros:</b> Se refiere a la unión de la aletilla con el cierre.	Operario de máquina doble aguja y recta
<b>8</b>	<b>Armado de relojeros:</b> Se denomina relojero al pequeño bolsillo ubicado en la parte frontal del pantalón, y para ello se cose una pieza de tela a otra llamada vista.	Operario de máquina recta
<b>9</b>	<b>Armado de bolsillos frontales:</b> Se cose en máquina recta dos piezas de tela de forro, la misma que se unirá al relojero, posteriormente se procede al armado de bocas como último paso para terminar con los bolsillos.	Operarios de máquina recubridora, overlok, recta.

Elaboró SR. DAVID GUERRERO	Revisó ING. PAMELA ARMAS	Autorizó SR. DANILO CHICAIZA
-------------------------------	-----------------------------	---------------------------------

	<b>EMPRESA REXELL</b>	<b>ERX-MP-PPA-001</b> <b>Fecha: 30-03-2012</b> <b>Página: 19 De: 34</b>
	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b> <b>PRODUCCIÓN DE PANTALONES</b>	

Nº	Actividad	Responsables
10	<b>Unir delanteros:</b> Coser y unir la parte frontal utilizado una pieza denominada aletillón mediante su confección en máquina de doble aguja.	Operario de máquina doble aguja
11	<b>Armado del pantalón:</b> En máquina cerradora se une la entrepierna de la parte frontal y posterior del pantalón, luego se une los costados en máquina overlok y se realiza una costura denominada laterales.	Operarios de máquina cerradora, overlok, recta
12	<b>Pasadores:</b> Se denomina pasadores a las piezas que van en la pretina, donde el usuario final usa su cinturón. Para confeccionar esta pieza, basta con doblar una tira de tela continua, coserla en recubridora y cortarlas según la medida del diseño (comúnmente es de 11cm).	Operario de máquina recubridora
13	<b>Pretinar:</b> Consiste en fijar el contorno de la cintura del pantalón a una tira de tela por medio de la máquina denominada pretinadora. A continuación, se corta cada pantalón individualmente, lo que permitirá abrir, doblar y coser puntas donde posteriormente se colocará el botón y ojal.	Operario de máquina pretinadora
14	<b>Bastas:</b> Es un simple proceso que consiste en realizar un doblez en cada basta del pantalón y coserla en maquina recta. (generalmente es de 1,5 cm)	Operario de máquina recta
15	<b>Atracado:</b> Es el proceso mediante el cual se realizan pequeñas suturas a la prenda en lugares diseñados para el efecto según el diseño.	Operario de máquina atracadora
16	<b>Ojales:</b> Es una incisión confeccionada en la pretina por medio de la maquina ojaladora, donde posteriormente se ajustará el botón.	Operario de máquina ojaladora
17	<b>Pulido:</b> Proceso mediante el cual se corta los hilos sobrantes de toda la prenda.	Terminadores
18	<b>Lavandería:</b> Proceso por el cual se da efectos de color, textura y diseño a la prenda según el bosquejo desarrollado desde el principio.	Jefe y operarios de Lavandería

Elaboró SR. DAVID GUERRERO	Revisó ING. PAMELA ARMAS	Autorizó SR. DANILO CHICAIZA
-------------------------------	-----------------------------	---------------------------------



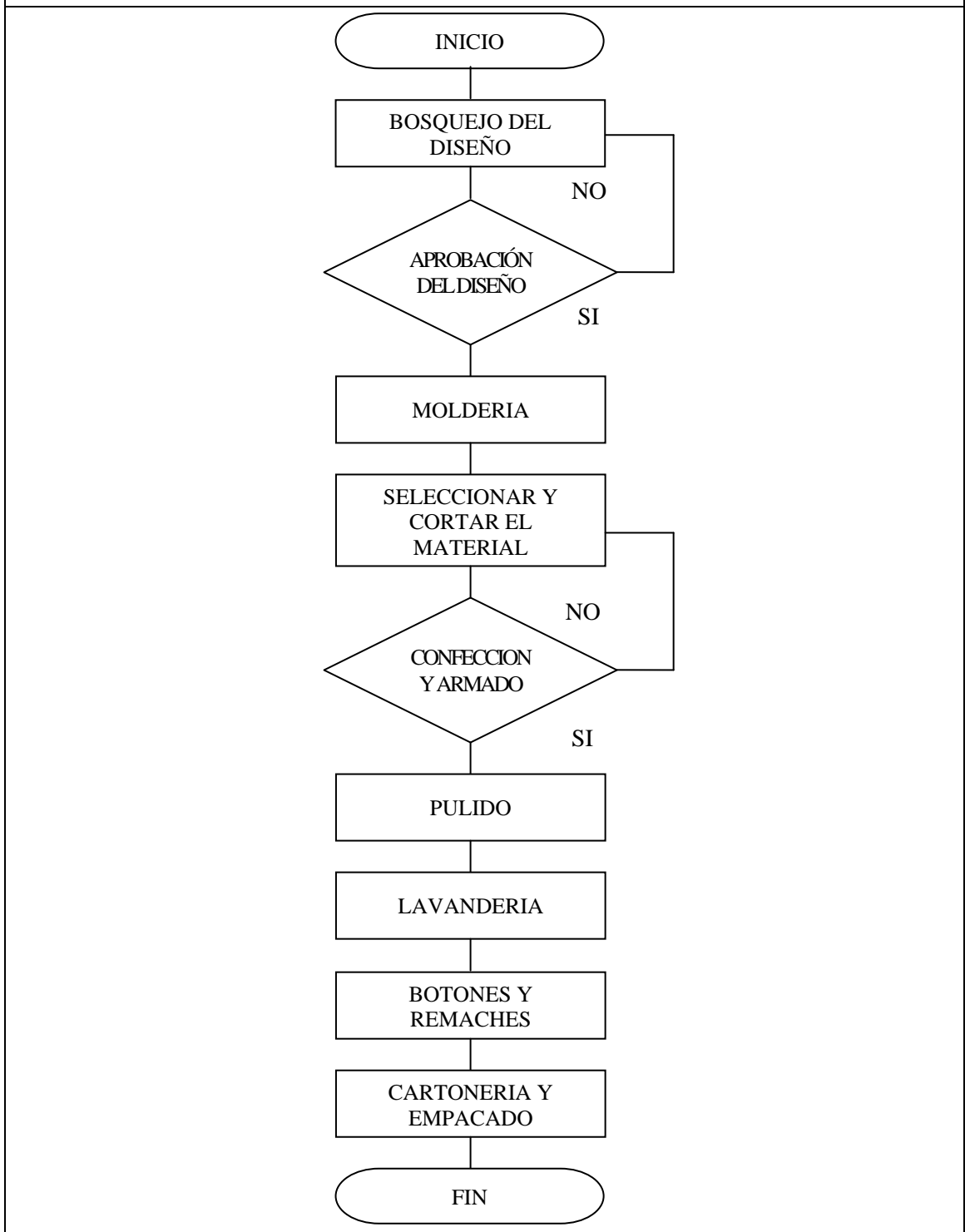
	<b>EMPRESA REXELL</b>	<b>ERX-MP-PPA-001</b> <b>Fecha: 30-03-2012</b> <b>Página: 20 De: 34</b>
	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b> <b>PRODUCCIÓN DE PANTALONES</b>	

Nº	Actividad	Responsables
19	<b>Botones y remaches:</b> Se refiere a la colocación del botón y demás insumos (según el diseño) en diferentes segmentos de la prenda a través de la remachadora, la misma que funciona con aire comprimido.	Operario de máquina remachadora
20	<b>Cartonería y empaçado:</b> Proceso en el que se incorpora a la prenda, todo lo relacionado a etiquetas con la marca, además de adhesivos con las respectivas tallas en cada una de las prendas; y por último se empaican las mismas para su transporte y entrega al cliente.	Terminadores

Elaboró SR. DAVID GUERRERO	Revisó ING. PAMELA ARMAS	Autorizó SR. DANILO CHICAIZA
-------------------------------	-----------------------------	---------------------------------



**FLUJOGRAMA DE PROCESOS**



Elaboró  
SR. DAVID GUERRERO

Revisó  
ING. PAMELA ARMAS

Autorizó  
SR. DANILO CHICAIZA

	<b>EMPRESA REXELL</b>	<b>ERX-MP-PBE-001</b> <b>Fecha: 30-03-2012</b> <b>Página: 22 De: 34</b>
	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b> <b>PRODUCCIÓN DE BERMUDAS</b>	

## PROCEDIMIENTOS

### PROPÓSITO

Planificar, organizar, controlar y ejecutar los procesos para la confección de bermudas con el fin de asegurar el cumplimiento de los estándares de productividad y calidad requeridos, y consecuentemente su despacho hacia los clientes en el tiempo acordado.

### ALCANCE

Desde el diseño de cada lote de bermudas hasta el empaclado de las mismas.

### GLOSARIO DE TERMINOS

**Molde:** pieza, o un conjunto de piezas con los detalles exactos requeridos para su posterior réplica en la tela elegida.

**Posteriores:** Segmento de tela medida desde la mitad de la bermuda hacia atrás.

**Delanteros:** Segmento de tela medida desde la mitad de la bermuda hacia adelante.

**Cotillas:** Pedazo de tela ubicada sobre los bolsillos posteriores.

**Aletilla:** Pieza interior de tela que sujeta al cierre (lado derecho).

**Aletillón:** Pieza interior de tela que sujeta al cierre (lado izquierdo).

Elaboró SR. DAVID GUERRERO	Revisó ING. PAMELA ARMAS	Autorizó SR. DANILO CHICAIZA
-------------------------------	-----------------------------	---------------------------------

	<b>EMPRESA REXELL</b>	<b>ERX-MP-PBE-001</b> <b>Fecha: 30-03-2012</b> <b>Página: 23 De: 34</b>
	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b> <b>PRODUCCIÓN DE BERMUDAS</b>	

**Vistas:** Porción de tela cortada en ángulo recto en un extremo y una media circunferencia en el otro.

**Bocas:** Término utilizado para nombrar unas semicircunferencias ubicadas en cada lado de la bermuda parte frontal (bolsillos).

**Relojero:** Bolsillo pequeño de la bermuda.

**Pasadores:** Tiras de tela cosidas a la prenda.

## **RESPONSABILIDADES**

El control de los diferentes procesos y actividades para la confección de cada lote de bermudas es exclusiva responsabilidad del Jefe de Producción.

Elaboró SR. DAVID GUERRERO	Revisó ING. PAMELA ARMAS	Autorizó SR. DANILO CHICAIZA
-------------------------------	-----------------------------	---------------------------------

	<b>EMPRESA REXELL</b>	<b>ERX-MP-PBE-001</b> <b>Fecha: 30-03-2012</b> <b>Página: 24 De: 34</b>
	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b> <b>PRODUCCIÓN DE BERMUDAS</b>	

**Descripción de los procesos para la confección de bermudas.**

<b>Nº</b>	<b>Actividad</b>	<b>Responsables</b>
<b>1</b>	<b>Bosquejo del diseño:</b> El diseñador es el encargado de realizar diseños en hojas creadas para el efecto, de acuerdo a sus conocimientos, actuales tendencias de moda y pedidos del cliente.	Diseñador
<b>2</b>	<b>Aprobación del diseño:</b> El gerente aprueba el diseño según las especificaciones que la prenda requiera.	Gerente
<b>3</b>	<b>Moldería:</b> El diseñador se encarga de crear y formar moldes a escala real según las tallas que se producirán, los mismos que se realizan en hojas de moldería.	Diseñador
<b>4</b>	<b>Seleccionar y cortar el material:</b> El encargado del trazado y corte de la tela, seleccionará y realizará los cortes según los moldes enviados desde diseño, previendo que los mismos ocupen el espacio mínimo para evitar desperdicios.	Cortador
<b>5</b>	<b>Armado de posteriores:</b> Se procede a unir y coser la parte posterior de la prenda con piezas denominadas cotillas las mismas que serán confeccionadas en una cerradora; de igual manera, luego se unen las dos piezas y tenemos formada la parte posterior.	Operario de máquina cerradora
<b>6</b>	<b>Armado de bolsillos posteriores:</b> Según el modelo y diseño que se vaya a confeccionar, se arman los bolsillos, se plancha y se procede a coserla a la bermuda.	Operario de máquina recta o doble aguja (según el modelo)
<b>7</b>	<b>Armado de delanteros:</b> Se refiere a la unión de la aletilla con el cierre.	Operario de máquina doble aguja y recta
<b>8</b>	<b>Armado de relojeros (opcional):</b> Se denomina relojero al pequeño bolsillo ubicado en la parte frontal de la bermuda, y para ello se cose una pieza de tela a otra llamada vista.	Operario de máquina recta
<b>9</b>	<b>Armado de bolsillos frontales:</b> Se cose en máquina recta dos piezas de tela de forro, la misma que se unirá a las vistas, posteriormente se procede al armado de bocas como último paso para terminar con los bolsillos.	Operarios de máquina recubridora, overlok, recta.

Elaboró SR. DAVID GUERRERO	Revisó ING. PAMELA ARMAS	Autorizó SR. DANILO CHICAIZA
-------------------------------	-----------------------------	---------------------------------

	<b>EMPRESA REXELL</b>	<b>ERX-MP-PBE-001</b> <b>Fecha: 30-03-2012</b> <b>Página: 25 De: 34</b>
	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b> <b>PRODUCCIÓN DE BERMUDAS</b>	

Nº	Actividad	Responsables
10	<b>Unir delanteros:</b> Coser y unir la parte frontal utilizando una pieza denominada aletillón mediante su confección en máquina de doble aguja.	Operario de máquina doble aguja
11	<b>Armado de la bermuda:</b> En máquina cerradora se une la entrepierna de la parte frontal y posterior de la prenda, luego se une los costados en máquina overlok y se realiza una costura denominada laterales.	Operarios de máquina cerradora, overlok, recta
12	<b>Pasadores:</b> Se denomina pasadores a las piezas que van en la pretina, donde el usuario final usa su cinturón. Para confeccionar esta pieza, basta con doblar una tira de tela continua, coserla en recubridora y cortarlas según la medida del diseño (comúnmente es de 11cm).	Operario de máquina recubridora
13	<b>Pretinar:</b> Consiste en fijar el contorno de la cintura de la bermuda a una tira de tela por medio de la máquina denominada pretinadora. A continuación, se corta cada prenda individualmente, lo que permitirá abrir, doblar y coser puntas donde posteriormente se colocará el botón y ojal.	Operario de máquina pretinadora
14	<b>Bastas:</b> Es un simple proceso que consiste en realizar un doblado en cada basta de la bermuda y coserla en máquina recta la misma que generalmente es de 2,5 cm (hasta 3cm según sea el diseño)	Operario de máquina recta
15	<b>Atracado:</b> Es el proceso mediante el cual se realizan pequeñas suturas a la prenda en lugares diseñados para el efecto según el diseño.	Operario de máquina atracadora
16	<b>Ojales:</b> Es una incisión confeccionada en la pretina por medio de la máquina ojaladora, donde posteriormente se ajustará el botón.	Operario de máquina ojaladora
17	<b>Pulido:</b> Proceso mediante el cual se corta los hilos sobrantes de toda la prenda.	Terminadores
18	<b>Lavandería:</b> Proceso por el cual se da efectos de color, textura y diseño a la prenda según el bosquejo desarrollado en el diseño.	Jefe y operarios de Lavandería

Elaboró SR. DAVID GUERRERO	Revisó ING. PAMELA ARMAS	Autorizó SR. DANILO CHICAIZA
-------------------------------	-----------------------------	---------------------------------

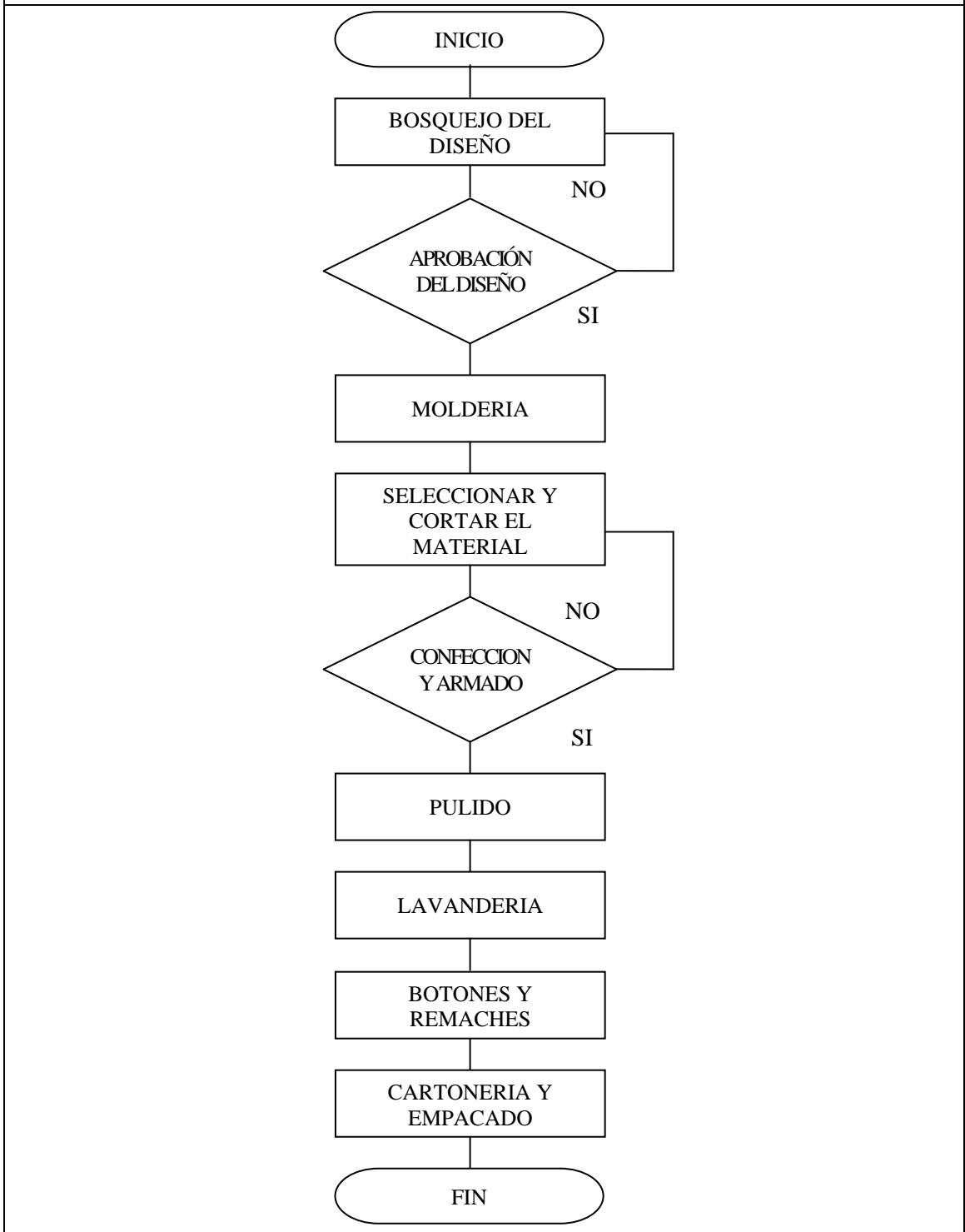
	<b>EMPRESA REXELL</b>	<b>ERX-MP-PBE-001</b> <b>Fecha: 30-03-2012</b> <b>Página: 26 De: 34</b>
	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b> <b>PRODUCCIÓN DE BERMUDAS</b>	

N°	Actividad	Responsables
19	<b>Botones y remaches:</b> Se refiere a la colocación del botón y demás insumos (según el diseño) en diferentes segmentos de la prenda a través de la remachadora, la misma que funciona con aire comprimido.	Operario de máquina remachadora
20	<b>Cartonería y empaçado:</b> Proceso en el que se incorpora a la prenda, todo lo relacionado a etiquetas con la marca, además de adhesivos con las respectivas tallas en cada una de las prendas; y por último se empaacan las mismas para su transporte y entrega al cliente.	Terminadores

Elaboró SR. DAVID GUERRERO	Revisó ING. PAMELA ARMAS	Autorizó SR. DANILO CHICAIZA
-------------------------------	-----------------------------	---------------------------------



**FLUJOGRAMA DE PROCESOS**



Elaboró  
SR. DAVID GUERRERO

Revisó  
ING. PAMELA ARMAS

Autorizó  
SR. DANILO CHICAIZA



	<b>EMPRESA REXELL</b>	<b>ERX-MP-PCH-001</b> <b>Fecha: 30-03-2012</b> <b>Página: 28 De: 34</b>
	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b> <b>PRODUCCIÓN DE CHAQUETAS</b>	

## PROCEDIMIENTOS

### PROPÓSITO

Planificar, organizar, controlar y ejecutar los procesos para la confección de chaquetas con el fin de asegurar el cumplimiento de los estándares de productividad y calidad requeridos, y consecuentemente su despacho hacia los clientes en el tiempo acordado.

### ALCANCE

Desde el diseño de cada lote de chaquetas hasta el empaclado de las mismas.

### GLOSARIO DE TERMINOS

**Molde:** pieza, o un conjunto de piezas con los detalles exactos requeridos para su posterior réplica en la tela elegida.

**Posteriores:** Segmento de tela medida desde la mitad de la chaqueta hacia atrás.

**Delanteros:** Segmento de tela medida desde la mitad de la chaqueta hacia adelante.

**Hombreira:** Pedazo de tela ubicada en la parte superior de la chaqueta y que une posteriores y delanteros.

**Encandilado:** Consiste en coser los bordes de las diferentes piezas de tela en máquina overlok para evitar deshilados y desprendimientos en el proceso de lavado.

Elaboró SR. DAVID GUERRERO	Revisó ING. PAMELA ARMAS	Autorizó SR. DANILO CHICAIZA
-------------------------------	-----------------------------	---------------------------------

	<b>EMPRESA REXELL</b>	<b>ERX-MP-PCH-001</b> <b>Fecha: 30-03-2012</b> <b>Página: 29 De: 34</b>
	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b> <b>PRODUCCIÓN DE CHAQUETAS</b>	

**Falsos:** Pedazos de tela que darán forma a los bolsillos de la prenda.

**Blandís:** Pieza interna de 8cm de ancho que va desde la base de la prenda (cintura) y llega hasta el cuello, donde posteriormente se colocarán los ojales y botones.

**Pespunte:** costura formada a una distancia de 0,5 cm medido desde el filo de la pieza de tela (la medida depende del lugar donde se realizará la costura – puede llegar hasta los 4cm)

### **RESPONSABILIDADES**

El control de los diferentes procesos y actividades para la confección de cada lote de chaquetas es exclusiva responsabilidad del Jefe de Producción.

Elaboró SR. DAVID GUERRERO	Revisó ING. PAMELA ARMAS	Autorizó SR. DANILO CHICAIZA
-------------------------------	-----------------------------	---------------------------------

<b>Descripción de los procesos para la confección de chaquetas.</b>		
<b>Nº</b>	<b>Actividad</b>	<b>Responsables</b>
<b>1</b>	<b>Bosquejo del diseño:</b> El diseñador es el encargado de realizar diseños en hojas creadas para el efecto, de acuerdo a sus conocimientos, actuales tendencias de moda y pedidos del cliente.	Diseñador
<b>2</b>	<b>Aprobación del diseño:</b> El gerente aprueba el diseño según las especificaciones que la prenda requiera.	Gerente
<b>3</b>	<b>Moldería:</b> El diseñador se encarga de crear y formar moldes a escala real según las tallas que se producirán, los mismos que se realizan en hojas de moldería.	Diseñador
<b>4</b>	<b>Seleccionar y cortar el material:</b> El encargado del trazado y corte de la tela, seleccionará y realizará los cortes según los moldes enviados desde diseño, previendo que los mismos ocupen el espacio mínimo para evitar desperdicios.	Cortador
<b>5</b>	<b>Armado de posteriores (espalda):</b> Consiste en unir y coser mediante una máquina cerradora 2 piezas de tela formando una sola, la misma que luego se unirá con otra denominada hombrera.	Operario de máquina cerradora
<b>6</b>	<b>Armado de delanteros:</b> Se une la parte delantera con las hombreras en máquina cerradora.	Operario de máquina cerradora y recta
<b>7</b>	<b>Armado de bolsillo superior externo:</b> Se refiere a la unión de los bolsillos a los delanteros de la chaqueta y se procede de la siguiente manera: encandilar el filo de la pieza de tela, se lo dobla 2cm hacia adentro y se lo cose, luego se plancha con un molde que le dará su respectiva forma y se lo une a los delanteros a una distancia de 2 cm medidos desde las hombreras.	Operario de máquina recta

Elaboró SR. DAVID GUERRERO	Revisó ING. PAMELA ARMAS	Autorizó SR. DANILO CHICAIZA
-------------------------------	-----------------------------	---------------------------------

	<b>EMPRESA REXELL</b>	<b>ERX-MP-PCH-001</b> <b>Fecha: 30-03-2012</b> <b>Página: 31 De: 34</b>
	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b> <b>PRODUCCIÓN DE CHAQUETAS</b>	

Nº	Actividad	Responsables
8	<b>Armado de bolsillo inferior interno:</b> Se cose 2 piezas de tela de forro a otras llamadas falsos. Luego, mediante un molde establecido, se procede a igualar el molde con una mitad del delantero y se realiza una marca del contorno de lo que será el bolsillo. Se retira el molde y se ubican los falsos juntos encima de la marca formada y se los cose. Luego se abre una abertura de 14cm en el delantero y se introducen los falsos, se realiza una costura alrededor del mismo para finalmente formar el bolsillo uniendo y cosiendo las 2 piezas de tela de forro internas.	Operario de máquina recta
9	<b>Armado del blandís:</b> Se procede a unir en máquina recta el delantero con una pieza denominada blandís, la misma que brindará más resistencia al momento de insertar los botones y que posteriormente nos permitirá unir el cuello a la chaqueta.	Operarios de máquina recta
10	<b>Armado de hombros y mangas:</b> Proceso que consiste en coser y unir en máquina recta los posteriores con delanteros y obtener el armazón o esqueleto de la chaqueta lo que nos permitirá lograr la unión de la manga al contorno de manga de la prenda para posteriormente realizar una costura en máquina overlok que inicia desde la base de la prenda hasta el contorno del puño.	Operario de máquina recta y overlok
11	<b>Puños:</b> Consiste en unir entre sí dos pedazos de tela rectangulares de 10cmx32cm, mismas que posteriormente se coserán al contorno del puño. (Las medidas varían según las tallas)	Operario de máquina recta
12	<b>Armado de cuellos:</b> Procedimiento similar a los puños en el que se unen dos pedazos de tela entre sí y que luego son colocados y cosidos en máquina recta en la parte superior de la chaqueta al que posteriormente se realiza una costura a 0,5cm medidos desde el borde y por todo su contorno (pespunte).	Operario de máquina recta

Elaboró SR. DAVID GUERRERO	Revisó ING. PAMELA ARMAS	Autorizó SR. DANILO CHICAIZA
-------------------------------	-----------------------------	---------------------------------

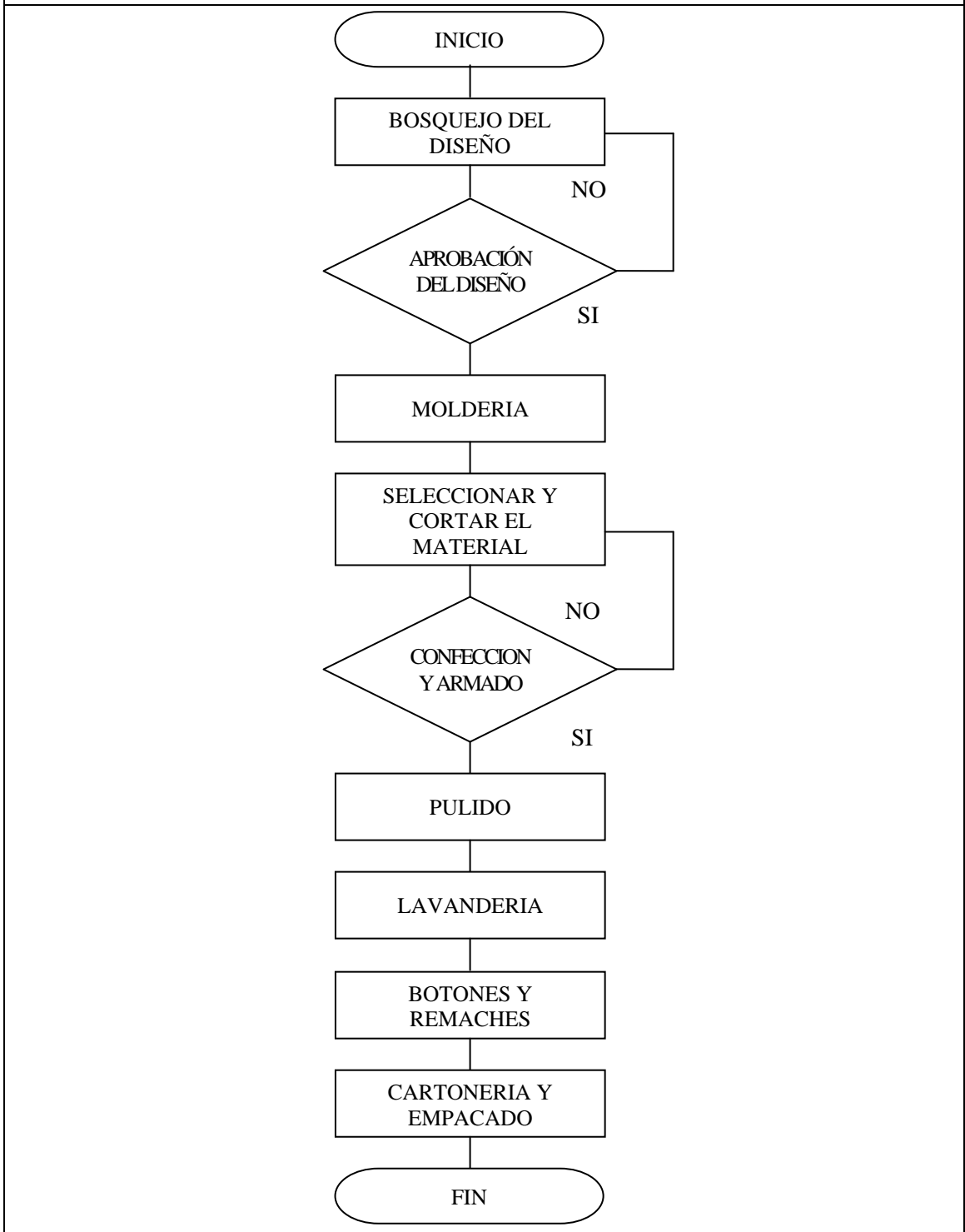
	<b>EMPRESA REXELL</b>	<b>ERX-MP-PCH-001</b> <b>Fecha: 30-03-2012</b> <b>Página: 32 De: 34</b>
	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b> <b>PRODUCCIÓN DE CHAQUETAS</b>	

Nº	Actividad	Responsables
13	<b>Faja de la cintura o pretina:</b> Consiste en fijar el contorno de la base de la chaqueta (cintura) a una tira de tela por medio de la máquina denominada pretinadora. A continuación, se corta cada prenda individualmente, lo que permitirá abrir, doblar y coser puntas donde posteriormente se colocará un botón y ojal.	Operario de máquina pretinadora (recta)
14	<b>Ojales:</b> Es una incisión confeccionada desde la base de la chaqueta (pretina) seguida por el blandís hasta la base del cuello por medio de la maquina ojaladora, donde posteriormente se ajustarán los botones. La distancia entre cada ojal al igual que los botones generalmente es de 12cm uno de otro.	Operarios de máquina ojaladora
15	<b>Pulido:</b> Proceso mediante el cual se corta los hilos sobrantes de toda la prenda.	Terminadores
16	<b>Lavandería:</b> Proceso por el cual se da efectos de color, textura y diseño a la prenda según el bosquejo desarrollado en el diseño.	Operario de máquina pretinadora
17	<b>Botones y remaches:</b> Se refiere a la colocación de botones y demás insumos (según el diseño) en diferentes segmentos de la prenda a través de la remachadora, la misma que funciona con aire comprimido.	Operario de máquina remachadora
18	<b>Cartonería y empackado:</b> Proceso en el que se incorpora a la prenda, todo lo relacionado a etiquetas con la marca, además de adhesivos con las respectivas tallas en cada una de las prendas; y por último se empackan las mismas para su transporte y entrega al cliente.	Terminadores

Elaboró SR. DAVID GUERRERO	Revisó ING. PAMELA ARMAS	Autorizó SR. DANILO CHICAIZA
-------------------------------	-----------------------------	---------------------------------



**FLUJOGRAMA DE PROCESOS**



Elaboró  
SR. DAVID GUERRERO

Revisó  
ING. PAMELA ARMAS

Autorizó  
SR. DANILO CHICAIZA

	<p align="center"><b>EMPRESA REXELL</b>  <b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b>  <b>ADMINISTRATIVOS DE PRODUCCION</b></p>	<p align="right"><b>ERX-DR-MPAP-002</b>  <b>Fecha: 30-03-2012</b>  <b>Página: 34 De: 34</b></p>
---	--	---

## H. GLOSARIO DE TÉRMINOS

**PRODUCCIÓN:** Está definida como la creación y el procesamiento de bienes y mercancías. El proceso abarca la concepción, el procesamiento y la financiación, entre otras etapas. La producción constituye uno de los procesos económicos más importantes y es el medio a través del cual el trabajo humano genera riqueza.

**PRODUCTIVIDAD:** Puede definirse como la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados.

En la fabricación la productividad sirve para evaluar el rendimiento de los talleres, las máquinas, los equipos de trabajo y los empleados.

Productividad en términos de empleados es sinónimo de rendimiento. En un enfoque sistemático decimos que algo o alguien es productivo con una cantidad de recursos (insumos) en un periodo de tiempo dado se obtiene el máximo de productos.

**PROCESOS:** el **proceso productivo** supone la transformación de entradas (insumos) en salidas (bienes y servicios), por medio del uso de recursos físicos, tecnológicos, humanos y otros. Para la industria, un proceso de fabricación o industrial es el conjunto de operaciones necesarias para modificar las características de las materias primas. Por lo general, para la obtención de un cierto producto, se necesitan múltiples operaciones individuales.

**PRODUCTO:** Un producto es cualquier ofrecimiento que tiene la capacidad de satisfacer una necesidad o un deseo.

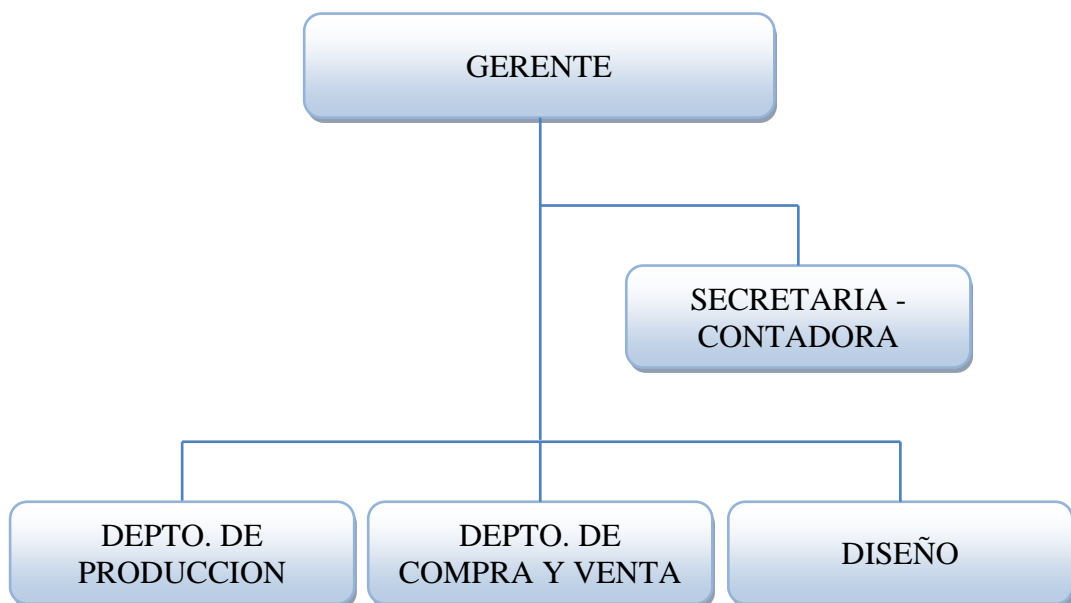
<p align="center">Elaboró SR. DAVID GUERRERO</p>	<p align="center">Revisó ING. PAMELA ARMAS</p>	<p align="center">Autorizó SR. DANILO CHICAIZA</p>
--	--	--

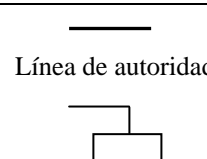

## 6.8 ADMINISTRACIÓN

Para establecer el cumplimiento del presente manual de procedimientos administrativos de producción, la empresa contará con la supervisión y control del mismo por medio del gerente – propietario, el cual debe cumplir y hacer cumplir con cada una de las actividades y políticas propuestas que se implementarán para mejorar la productividad dentro de la empresa.

**GRÁFICO N° 21**

### **ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA REXELL**



REFERENCIA	ELABORADO POR:	APROBADO POR:	FECHA DE ELABORACIÓN:
 Línea de autoridad   Nivel operativo	David Guerrero	Sr. Danilo Chicaiza Gerente - Propietario	02-04-2012



## **6.9 PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN**

Con el objetivo de garantizar y asegurar la ejecución de la propuesta planteada con lo programado para el cumplimiento de los objetivos establecidos, se deberá realizar un seguimiento y monitoreo permanente, que permita anticipar y evitar circunstancias negativas que se presenten en su transcurso, a fin de instaurar correctivos a través de acciones que aseguren el cumplimiento de las metas.

Las siguientes incógnitas, colaborarán a cumplir con esta tarea:

### **¿Quiénes solicitan evaluar?**

Los interesados en la evaluación de las actividades del plan de acción son principalmente el gerente – propietario y por otro lado también el departamento de producción con la finalidad de mejorar los procesos de producción y por ende la productividad de la empresa.

### **¿Por qué evaluar?**

La presente propuesta debe ser evaluada para verificar y constatar que las actividades se desarrollen de manera óptima con los recursos asignados por parte de la dirección, de modo que se pueda comprobar la utilidad de la propuesta y asegurar el éxito y progreso de la empresa.

### **¿Para qué evaluar?**

El manual debe ser evaluado, para confirmar el cumplimiento de los objetivos según lo planificado, con el fin de efectuar correcciones en el progreso del mismo, para que se lo pueda desarrollar de la mejor manera posible.

### ¿Qué evaluar?

Es necesario evaluar todas las actividades que se va a implementar en el desarrollo del manual de procedimientos administrativos de producción, ya que permitirá mejorar los procesos productivos de la empresa, lo que culminará moderando el precio de venta final de la prenda hacia los clientes.

### ¿Quién evalúa?

El responsable de evaluar las actividades del manual de procedimientos administrativos de producción estará a cargo de David Guerrero, autor de la propuesta, debido a que pronto será un profesional en el campo de Marketing y Gestión de Negocios.

### ¿Cuándo evaluar?

La evaluación del manual de procedimientos administrativos de producción se realizará durante y después del periodo de implantación de las actividades encaminadas a moderar el precio de venta de las prendas.

## CRONOGRAMA DE EVALUACIÓN DEL MANUAL EN EL AÑO 2012

ACTIVIDADES	TRIMESTRES	
	3° Trimestre	4° Trimestre
Implementación de normas y políticas en la empresa	—	
Cumplimiento con los procesos de producción	—	—
Cumplimiento en productos terminados	—	—
Control de personal	—	
Comparativo de precios de venta	—	—

### **¿Cómo evaluar?**

El proceso metodológico para la evaluación de la propuesta, será cumplir el cronograma planteado y comparar el cumplimiento de los objetivos planificados en la organización.

### **¿Con qué evaluar?**

Se evaluará a través de instrumentos de medición tales como cuestionarios y observaciones directas según lo amerite el caso.

## **BIBLIOGRAFÍA**

### **LIBROS**

COOPER, L. (1997). *Los nuevos conceptos del control interno*. 2ª Edición. 215 p. Ediciones Díaz de Santos, Madrid.

CRESPO, T. y otros. (2003). *Producción: planificación, programación y control*. Editorial Universidad de Vigo. Vigo.

CROZON, M. (1998). *La materia prima*. Editorial Gedisa. Barcelona.

DE JAIME, J. (2010). *Pricing: nuevas estrategias de precios*. 2ª Edición. Editorial Esic. Madrid.

FRANKLIN, B. (1998). *Organización de empresas: análisis, diseño y estructura*. 341 p. Editorial McGraw-Hill. España.

TORRES, L. y otros (2007). *Fundamentos teóricos sobre gestión de producción*. Editorial Félix Varela, La Habana, 2007

VELAZQUEZ, G. (2004). *Administración de los sistemas de producción*. Editorial Limusa. México. Tomo 2 y 3. Editorial Cultural S.A. Madrid – España.

### **DIRECCIONES ELECTRÓNICAS**

[http://www.mcpec.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1192:textiles-confecciones-y-calzado-un-sector-con-historia&catid=9:mcpec&Itemid=57](http://www.mcpec.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=1192:textiles-confecciones-y-calzado-un-sector-con-historia&catid=9:mcpec&Itemid=57)

<http://www.gerencie.com/materia-prima.html>

<http://www.monografias.com/trabajos16/estrategia-produccion/estrategia-produccion.shtml>

<http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/control-proceso-productivo-empresa-inpud-cuba.htm>

<http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/no%2011/pnbasica.htm>

<http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/control-proceso-productivo-empresa-inpud-cuba.htm>

[http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Modelo\\_Porter.svg](http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Modelo_Porter.svg)

[http://www.elprisma.com/apuntes/administracion\\_de\\_empresas/manualesadministrativos/](http://www.elprisma.com/apuntes/administracion_de_empresas/manualesadministrativos/)

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Tema-Investigacion-De-La-Materia-Prima/593098.html>

<http://www.alegsa.com.ar/Dic/tecnologia.php>

[http://es.wikipedia.org/wiki/Recursos\\_humanos](http://es.wikipedia.org/wiki/Recursos_humanos)

<http://www.crecenegocios.com/concepto-de-calidad/>

[http://es.wikipedia.org/wiki/Misi%C3%B3n\\_empresarial](http://es.wikipedia.org/wiki/Misi%C3%B3n_empresarial)

<http://es.wikipedia.org/wiki/Productividad>

<http://www.rrppnet.com.ar/foda.htm>

# **ANEXOS**

## **ANEXO 1**

### **ENCUESTAS**

#### **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE CIENCIA ADMINISTRATIVAS**

**ENCUESTA QUE SE REALIZARÁ A LOS CLIENTES EXTERNOS PARA DETERMINAR EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR FINAL ANTE EL INCREMENTO EN EL PRECIO DE VENTA DE PRENDAS JEAN DE LA EMPRESA “REXELL”.**

#### **OBJETIVO**

Determinar si el inadecuado uso de materia prima incrementa el precio de venta de las prendas en la empresa REXELL.

#### **INSTRUCCIÓN:**

##### **Clientes de la Empresa:**

La empresa REXELL, ha iniciado un seguimiento, con el propósito de identificar el comportamiento del consumidor final ante el incremento en el precio de venta de prendas jean.

Sus respuestas son muy importantes para alcanzar el objetivo propuesto.

Gracias por su colaboración

**PREGUNTAS:**

**1. ¿Qué tipo de necesidad piensa usted que es una prenda de vestir jean?**

- 1.1 Muy necesaria
- 1.2 Necesaria
- 1.3 Parcialmente necesaria
- 1.4 Poco necesaria
- 1.5 Innecesaria

**2. ¿Con que frecuencia adquiere usted prendas de vestir jean?**

- 2.1 Semanalmente
- 2.2 Quincenalmente
- 2.3 Mensualmente
- 2.4 Trimestralmente
- 2.5 Semestralmente

**3. ¿Los pedidos realizados son entregados oportunamente?**

- 3.1 Siempre
- 3.2 Casi siempre
- 3.3 Rara vez
- 3.4 Alguna vez
- 3.5 Nunca



**4. ¿Se siente conforme con las prendas de vestir jean que oferta la empresa Rexell?**

- 4.1 Totalmente conforme
- 4.2 Conforme
- 4.3 Ni conforme ni inconforme
- 4.4 Inconforme
- 4.5 Totalmente inconforme

**5. ¿Cómo calificaría usted la calidad del producto que ofrece la empresa Rexell?**

- 5.1 Optima
- 5.2 Muy buena
- 5.3 Buena
- 5.4 Regular
- 5.5 Mala

**6. ¿Cómo calificaría usted la mano de obra de la empresa Rexell?**

- 6.1 Óptima
- 6.2 Muy buena
- 6.3 Buena
- 6.4 Regular
- 6.5 Mala

**7. ¿Determine el grado de satisfacción de la prenda que adquiere?**

7.1 Muy Satisfactorio

7.2 Satisfactorio

7.3 Ni satisfactorio ni insatisfactorio

7.4 Poco satisfactorio

7.5 Insatisfactorio

**8. ¿Cree usted que los precios de las prendas de vestir jean de la empresa Rexell son competitivos?**

8.1 Siempre

8.2 Casi siempre

8.3 Rara vez

8.4 Alguna vez

8.5 Nunca

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**ENCUESTA QUE SE REALIZARÁ A LOS CLIENTES INTERNOS PARA DETERMINAR EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR FINAL ANTE EL INCREMENTO EN EL PRECIO DE VENTA DE PRENDAS JEAN DE LA EMPRESA “REXELL”.**

**OBJETIVO**

Determinar si el inadecuado uso de materia prima incrementa el precio de venta de las prendas en la empresa REXELL.

**INSTRUCCIÓN:**

**Entrevista a los clientes internos de la Empresa:**

La empresa REXELL, ha iniciado un seguimiento, con el propósito de identificar el comportamiento del consumidor final ante el incremento en el precio de venta de prendas jean.

Sus respuestas son muy importantes para alcanzar el objetivo propuesto.

Gracias por su colaboración

## **PREGUNTAS**

### **1. ¿Qué tipo de calidad de tela se utiliza para la confección de las prendas?**

- 1.1 Óptima
- 1.2 Muy Buena
- 1.3 Buena
- 1.4 Regular
- 1.5 Mala

### **2. ¿Qué tipos de materiales o insumos utiliza usted en la fabricación de prendas?**

- 2.1 Óptimos
- 2.2 Muy Buenos
- 2.3 Buenos
- 2.4 Regulares
- 2.5 Malos

### **3. ¿Con que frecuencia se realizan controles de producción en la empresa?**

- 3.1 Siempre
- 3.2 Casi siempre
- 3.3 A veces
- 3.4 Rara vez
- 3.5 Nunca

**4. ¿Con que frecuencia se realizan controles de tiempo de producción de cada prenda?**

- 4.1 Diariamente
- 4.2 Semanalmente
- 4.3 Quincenalmente
- 4.4 Mensualmente
- 4.5 Trimestralmente

**5. ¿La maquinaria con la que cuenta la empresa Rexell es?**

- 5.1 Muy eficiente
- 5.2 Eficiente
- 5.3 Ni eficiente ni deficiente
- 5.4 Deficiente
- 5.5 Muy deficiente

**6. ¿La mano de obra con la que cuenta la empresa es?**

- 6.1 Muy eficiente
- 6.2 Eficiente
- 6.3 Ni eficiente ni deficiente
- 6.4 Deficiente
- 6.5 Muy deficiente

**7. ¿Las capacitaciones que recibe el personal operativo de la empresa se las realiza?**

- |                     |                          |
|---------------------|--------------------------|
| 7.1 Permanentemente | <input type="checkbox"/> |
| 7.2 Frecuentemente  | <input type="checkbox"/> |
| 7.3 Generalmente    | <input type="checkbox"/> |
| 7.4 Ocasionalmente  | <input type="checkbox"/> |
| 7.5 Nunca           | <input type="checkbox"/> |

**8. ¿Está Ud. de acuerdo con los tiempos de producción establecidas para cada prenda?**

- |                              |                          |
|------------------------------|--------------------------|
| 8.1 Totalmente de acuerdo    | <input type="checkbox"/> |
| 8.2 De acuerdo               | <input type="checkbox"/> |
| 8.3 Indiferente              | <input type="checkbox"/> |
| 8.4 En desacuerdo            | <input type="checkbox"/> |
| 8.5 Totalmente en desacuerdo | <input type="checkbox"/> |

**ANEXO 2**

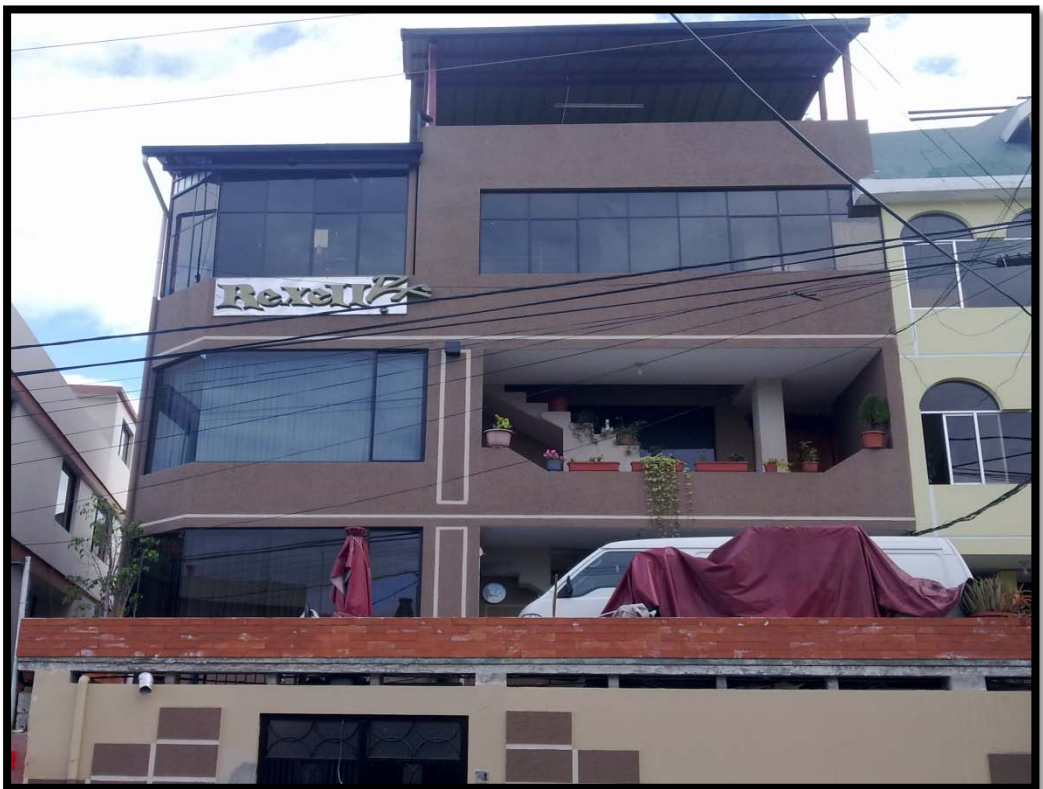
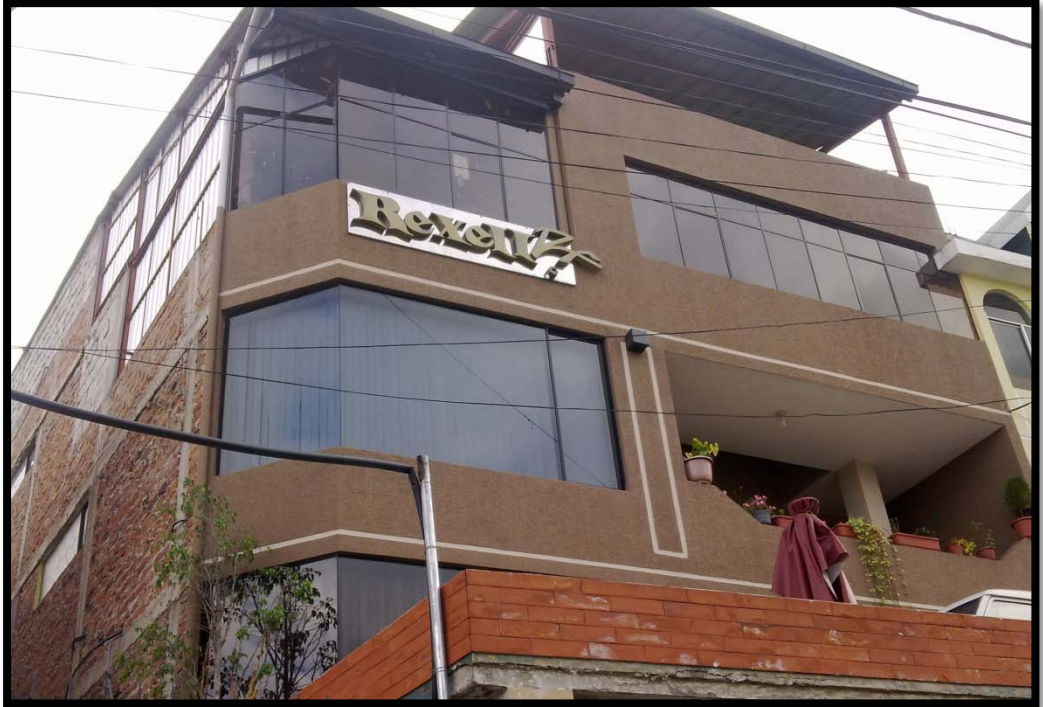
**UBICACIÓN DE LA EMPRESA**

**CIUDAD DE AMBATO**

**BARRIO FICOA**



**FOTOGRAFÍAS DE LA EMPRESA REXELL**





## MAQUINARIA CON LAS QUE CUENTA LA EMPRESA REXELL

### CORTADORA



## CERRADORA



## DOBLE AGUJA



## RECTA



## OVERLOK



## RECUBRIDORA



## PRETINADORA



## ATRACADORA





## OJALADORA



## REMACHADORA

Botones

Remaches



**ROLLOS DE TELA (MATERIA PRIMA)**

