

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de proyectos de investigación previo a la obtención del Título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios

TEMA: “Sistema de Gestión de Calidad para la satisfacción de los clientes de la Asociación de Productores del Jean en la ciudad de Pelileo”

AUTORA: Cristina Joselyn Andaluz Medina

TUTOR: Ing. Washington Marcelo Gallardo Medina

AMBATO - ECUADOR

Julio 2017



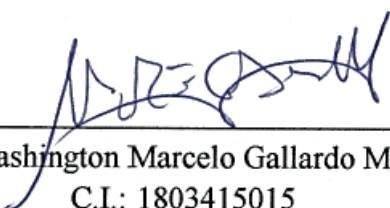
APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Washington Marcelo Gallardo Medina

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación sobre: “SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DEL JEAN EN LA CIUDAD DE PELILEO” presentado por la señorita ANDALUZ MEDINA CRISTINA JOSELYN, para optar por el título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios, CERTIFICO, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 28 de agosto del 2016



Ing. Washington Marcelo Gallardo Medina
C.I.: 1803415015

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

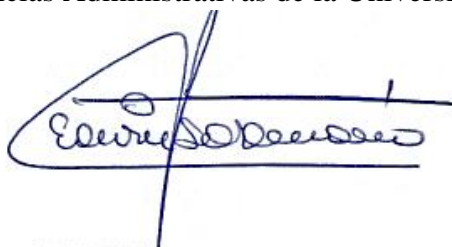
Yo, **ANDALUZ MEDINA CRISTINA JOSELYN**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto de investigación, como requerimiento previo a la obtención del Título de Ingeniera en Marketing y Gestión Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales; a excepción de las citas bibliográficas que se mencionan en el documento.



Srta. Andaluz Medina Cristina Joselyn
C.I.: 1804461109

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Ing. Edwin César Santamaría Díaz
C.I.: 1801609445




Ing. Wilson Fernando Jiménez Castro
C.I.: 1803098126

Ambato, 1 de noviembre del 2016

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, 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 proyecto, con fines de difusión pública además apruebo la reproducción de este proyecto, dentro de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



Srta. Andruz Medina Cristina Joselyn
C.I.: 1804461109

DEDICATORIA

Dedico de manera especial al ser más importante de mi vida a Dios, a Él sea la gloria, por lo que ha hecho por mí.

A mis padres y hermanos que son los pilares sin los que no podría tenerme en pie y por los que hoy estoy aquí, a mis amigos por sus constantes ánimos y consejos, a la persona especial para mí que me brinda todo su apoyo y cariño.

A las personas que confiaron en mí, con la esperanza de obtener un océano de oportunidades y que el riesgo sea visto en toda su gloria.

Cristina Andaluz M.

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios por permitirme concluir en este arduo camino, por ser mi escudo y fortaleza por cumplir el anhelo de mi corazón.

A mis padres y hermanos quienes activaron mi inspiración de tantas formas estarán cerca de mi corazón en todo lo que emprenda, a mis amigos por su interminable apoyo, tanta gente que dio forma a mi vida gracias por estar ahí.

Gracias a la universidad, la facultad y sus docentes que impartieron sus conocimientos y por hacer posible que podamos tener una educación perfecta para nuestro ámbito profesional.

Cristina Andaluz M.

ÍNDICE GENERAL

PARTE PRELIMINAR

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	I
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	II
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	III
DERECHOS DE AUTOR	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
RESUMEN EJECUTIVO	XIII
ABSTRACT.....	XIV
1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	21
2.1. OBJETIVO GENERAL	21
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	21
3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA (ESTADO DEL ARTE).....	22
3.1. Antecedentes investigativos	22
3.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	26
3.2.1. Situación Actual de la Asociación de Productores del Jean de la ciudad de Pelileo	26
3.2.2. Sistema de Gestión de Calidad	27
3.2.3. Calidad.....	28
3.2.4. Gestión de la Calidad	31
3.2.5. Principios de la Gestión de Calidad.....	33
3.2.6. Norma ISO-9001:2015	35
3.2.7. Sello de Calidad INEN	38
3.2.8. Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 1875:2012.....	39
3.2.9. Control de Calidad.....	39
3.2.10. Servicio de Calidad	40
3.2.11. Satisfacción del Cliente	42
3.2.12. Elementos de la satisfacción del cliente	43
3.2.13. Expectativas de los clientes	44
3.2.14. Como lograr la satisfacción del cliente	45
3.2.15. Percepción del Cliente.....	46
3.2.16. Beneficios de lograr la satisfacción del cliente	46
3.2.17. Seguimiento.....	47

4.	METODOLOGÍA.....	48
	Prueba estadística de la investigación.....	84
5.	RESULTADOS ESPERADOS.....	93
5.1.	Métodos científicos que posibilitan los resultados.....	93
5.2.	Fundamentación científica de los resultados.....	95
5.3.	Validación teórica o práctica de los resultados.....	97
5.4.	Valoración de los resultados.....	98
	DISEÑO DE MANUAL DE CALIDAD.....	99
	Institución o Empresa Beneficiaria:.....	100
	Misión.....	101
	Visión.....	101
	Infraestructura.....	101
	Personal.....	105
	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD.....	106
	Alcance.....	106
	Política de Calidad.....	106
	Objetivos de Calidad.....	106
	MAPA DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN.....	107
4.	CONTEXTO DE LA ASOCIACIÓN.....	109
4.1.	Comprender a la Asociación y su contexto.....	109
4.2.	Comprender las necesidades y expectativas de las partes interesadas.....	109
6.	Planificación para el sistema de gestión de la calidad.....	110
6.1.	Acciones para afrontar riesgos y oportunidades.....	110
6.1.1	Planificación del sistema de gestión de calidad.....	110
6.1.2	La Asociación debe planificar:.....	110
8.	OPERACIÓN.....	111
8.1.	Planificación y Control Operacional.....	111
8.2.	Determinación de los requisitos para los productos y servicios.....	111
8.2.1.	Comunicación con el cliente.....	111
8.2.2.	Determinación de los requisitos relacionados con el producto y servicio	112
8.2.3.	Revisión de los requisitos relacionados con el producto y servicio	112
8.3.	Diseño y desarrollo de productos y servicios.....	112
8.3.1.	Generalidades.....	112
8.3.2.	Determinación de las etapas y los controles para el diseño y desarrollo	112
8.3.3.	Elementos de entrada para el diseño y desarrollo.....	113

8.3.4.	Controles de diseño y desarrollo	113
8.3.5.	Resultados del diseño y desarrollo	113
8.3.6.	Cambios del diseño y desarrollo	114
8.4.	Controles de los productos y servicios proporcionados externamente.....	114
8.4.1.	General	114
8.4.2.	Tipo de alcance del control de los suministros externos	114
8.4.3.	Información para proveedores externos	115
8.5.	Producción y prestación del servicio	115
8.5.1.	Control de la producción y prestación de servicio	115
8.5.2.	Identificación y trazabilidad	116
8.5.3.	Los bienes pertenecientes a los clientes o proveedores externos ...	116
8.5.4.	Preservación	116
8.5.5.	Actividades de pos entrega.....	116
8.5.6.	Control de los cambios	117
8.6.	Entrega de productos y servicios.....	117
8.7.	Control de los elementos resultantes del proceso, los productos y los servicios no conformes.....	117
9.	EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO	118
9.1.	Seguimiento, medición, análisis y evaluación.....	118
9.1.1.	Generalidades	118
9.1.2.	Satisfacción al cliente	118
9.1.3.	Análisis y evaluación.....	119
9.2.	Auditoría interna.....	120
9.2.1.	Generalidades	120
9.2.2.	Programa de auditoria interna	120
9.3.	Revisión por la dirección.....	121
9.3.1.	Generalidades	121
9.3.2.	Entradas de la revisión por la dirección	122
10.	Mejora	122
10.1.	Generalidades	122
10.2.	No conformidades y acciones correctivas	122
10.2.1.	Reaccionar ante la no conformidad	122
10.2.2.	Evidencia de las acciones tomadas sobre no conformidades.	123
10.3.	Mejora continua.....	123
	ANEXO 2. CARACTERIZACIÓN INDIVIDUAL DE PROCESOS.....	136
	ANEXO 4. EJEMPLOS DE INSTRUCTIVOS.....	144
	ANEXO 5. EJEMPLOS DE REGISTROS	146

ANEXO 6. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	149
ANEXO 7. EJEMPLO DE FLUJOGRAMA DE PROCESO GENERAL DE DISTRIBUCIÓN	151
6. CONCLUSIONES	157
7. RECOMENDACIONES	159
8. BIBLIOGRAFÍA	161
ANEXOS	167

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Actividad Textil	15
Gráfico 2 Árbol de Problemas.....	18
Gráfico 3 Nueva ISO 9001:2015 - Evolución de ISO 9001:2008	36
Gráfico 4 ISO 9001:2015 - Partes Interesadas	37
Gráfico 5 Modelo del sistema de gestión de la calidad basada en procesos	38
Gráfico 6 Clientes Internos	51
Gráfico 7 Frecuencia de Visitas	54
Gráfico 8. Satisfacción	55
Gráfico 9 Garantía por los productos	56
Gráfico 10 Descuento en Compras	57
Gráfico 11 Preferencias.....	58
Gráfico 12 Servicio Oportuno	59
Gráfico 13 Gastos en Compras	60
Gráfico 14 Prendas.....	61
Gráfico 15 Jean	63
Gráfico 16 Tinturado.....	64
Gráfico 17 Vestidores	65
Gráfico 18 Recomendación.....	66
Gráfico 19 Implementación.....	68
Gráfico 20 Alternativa de Compra	69
Gráfico 21 Servicio Postventa.....	70

Gráfico 22 Normas ISO	71
Gráfico 23 Certificación de Calidad	72
Gráfico 24 Importancia	73
Gráfico 25 Desarrollo e Implementación	74
Gráfico 26 Ingresos	75
Gráfico 27 Egresos	77
Gráfico 28 Personal	78
Gráfico 29 Funcionamiento	79
Gráfico 30 Atributos	80
Gráfico 31 Satisfacción de Compra	81
Gráfico 32: S.G.C. Mejora la Satisfacción.....	82
Gráfico 33:	88
Gráfico 34:	92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Frecuencia de Visitas	54
Tabla 2. Satisfacción	55
Tabla 3 Garantía por los productos	56
Tabla 4 Descuento en Compras.....	57
Tabla 5 Preferencias	58
Tabla 6 Servicio Oportuno	59
Tabla 7 Gastos en Compras.....	60
Tabla 8 Prendas	61
Tabla 9 Jean.....	62
Tabla 10 Tinturado	64
Tabla 11 Vestidores.....	65
Tabla 12 Recomendación	66
Tabla 13 Implementación.....	67
Tabla 14 Alternativa de Compra	69

Tabla 15 Servicio Postventa.....	70
Tabla 16 Normas ISO.....	71
Tabla 17 Certificación de Calidad.....	72
Tabla 18 Importancia	73
Tabla 19 Desarrollo e Implementación	74
Tabla 20 Ingresos	75
Tabla 21 Egresos	76
Tabla 22 Personal.....	78
Tabla 23 Funcionamiento.....	79
Tabla 24 Atributos.....	80
Tabla 25 Satisfacción de Compra	81
Tabla 26. S.G.C. Mejora la Satisfacción	82
Tabla 27 Grado de Satisfacción	85
Tabla 28 Implementación.....	85
Tabla 29: Frecuencia Observada I.....	86
Tabla 30: Frecuencia Esperada I.....	86
Tabla 31: Chi Cuadrado I.....	87
Tabla 32 Importancia	89
Tabla 33. S.G.C. Mejora la Satisfacción	89
Tabla 34: Frecuencias Observadas II	89
Tabla 35: Frecuencia Esperada II.....	90
Tabla 36: Chi Cuadrado II.....	90
Tabla 37: Tabla de Chi Cuadrado	91

RESUMEN EJECUTIVO

La Asociación de Productores del Jean Pelileo está conformada por varias empresas, dedicadas a la producción y comercialización de prendas de vestir. Ofrece prendas para damas, caballeros, niños y ropa de trabajo. Son aproximadamente 40 años de la industria desde que un grupo de personas visionarias se idearon en la producción y comercialización principalmente de los pantalones jean como actividad principal.

Por tal motivo el presente proyecto de investigación se basa en realizar un amplio análisis del entorno interno y externo de la asociación, con la finalidad de que tenga una base sólida en la caracterización de procesos que posteriormente pueda implementar, que permita mejorar los mismos y lograr la satisfacción de los clientes.

Los datos obtenidos a través de la investigación de campo aplicada a los clientes de la asociación, demuestran que es importante corregir aspectos relevantes en la secuencia de procesos, determinación de actividades y selección de materiales que no permite mejorar y superar las expectativas de los clientes, como parte esencial para lograr la satisfacción del cliente y lograr su fidelización.

Con la propuesta resultante en la investigación se determina utilizar herramientas como matriz de análisis FODA, instructivos de procesos y matriz de riesgos que permitan mejorar y fortalecer procesos, el involucramiento y compromiso de las partes intervinientes en todos los procesos orientado principalmente en incrementar el nivel de satisfacción de los clientes, destacando varias estrategias fundamentales para el cambio en la presentación he imagen que trasmite cada empresa ganando así garantía y confiabilidad en los productos que ofertan como asociación, descubriendo todos los beneficios que un sistema le puede ofrecer.

PALABRAS CLAVES: SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD, SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES, MANUAL DE CALIDAD, NORMA ISO 9001:2015, ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DEL JEAN DE LA CIUDAD DE PELILEO.

ABSTRACT

The Association of Producers of the Jean Pelileo is conformed by several companies, dedicated to the production and marketing of items of dress. It offers clothing for women, men, children and work clothes. Are approximately 40 years of it industry since a group of people visionary is devised in the production and marketing mainly of those pants jean as activity main.

For this reason the present research project is based on performing a comprehensive analysis of the internal and external environment of the Association, in order that the Association has a solid foundation which can be subsequently implemented, allowing improve their processes and achieve customer satisfaction.

The data obtained through field research applied to customers of the Association, show that it is important to correct aspects that does not improve and exceed the expectations of customers, as the key to achieving customer satisfaction and ensure their loyalty.

With the proposed resulting in the research in improve and use new tools that allow improve and strengthen processes, the involvement and commitment of them parts involved in all them processes oriented mainly in increase the level of satisfaction of them customers, highlighting several strategies fundamental for the change in the presentation I image that transmits each company winning so warranty and reliability in them products that offer as Association discovered the benefits that a system can offer.

KEY WORDS: QUALITY MANAGEMENT SYSTEM, CUSTOMER SATISFACTION, QUALITY MANUAL, STANDARD ISO 9001:2015, ASSOCIATION OF PRODUCERS OF THE JEAN DE PELILEO CITY

1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.

“Las empresas dedicadas a la actividad textil en el país están ubicadas en diferentes provincias, siendo Azuay, Imbabura, Guayas, Pichincha, Tungurahua presentando las mayor producción, al igual de Chimborazo, Cotopaxi, El Oro y Manabí, con menor producción”, (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones & Dirección de Promoción de Exportaciones, 2013). Claramente se puede evidenciar la producción que desempeñan en las diferentes provincias del año 2012, datos que en la actualidad están cambiando, en algunos casos aumentando y en otros disminuyendo las producciones y fuentes de empleo.

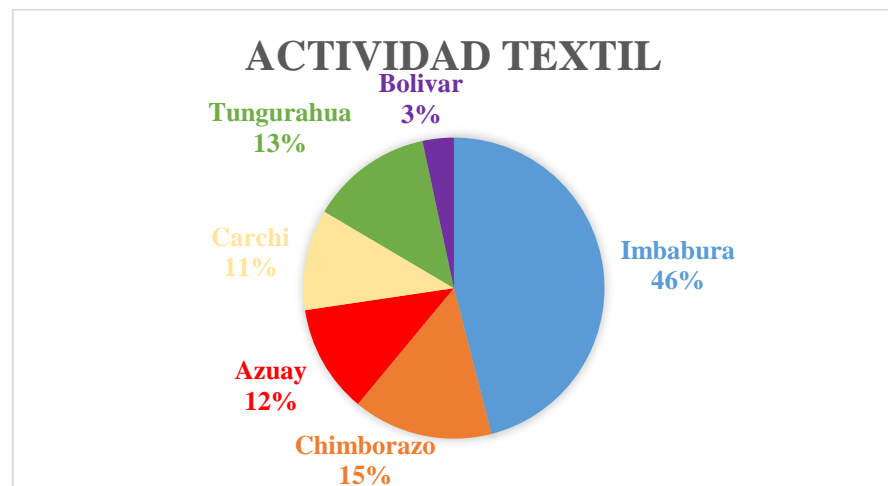


Gráfico 1: Actividad Textil
Fuente: Banco Central de Ecuador
Elaborado por: Cristina Andaluz

Según, (PRO ECUADOR, 2012). “Los países más desarrollados concentran el mayor porcentaje de consumo textil, como es el caso de Estados Unidos, Japón y la Unión Europea que abarca el 40% del consumo mundial de textiles, consumo ligado a factores como el nivel per cápita, sexo o edad”. La moda ha ido intensificando conjuntamente con el cambio de percepción de sus consumidores, presentando tendencias que cambian continuamente con colecciones ligadas a la oferta mundial.

De acuerdo a los datos del Censo Económico 2010, elaborado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en el país, existen tres grandes grupos de actividades

que componen el sector textil: Manufactura, Comercio y Servicios. Las actividades de manufactura cuentan con 11.006 establecimientos, de los cuales el 74.2% corresponde a la fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel; el 8,2% a fabricación de artículos confeccionados de materiales textiles, excepto prendas de vestir; el 8,2% a fabricación de calzado y el 9,5% restante a otras actividades de manufactura, mientras que en las actividades de servicios se registran 4.054 establecimientos, de los que el 56% se dedican a la reparación de calzado y artículos de cuero, y el 44% restante se dedica al lavado y limpieza de productos textiles y de piel (Peña & Pinta, 2012).

El sector textil del país la mayor parte de establecimientos de la ciudad de Pelileo están forjados de forma empírica y por inercia, generalmente en el sentido como el apego a las prácticas acostumbradas y se muestra con carencia estructural, desconocimiento, insuficiente planificación y en todo caso resistencia obstaculizadora capaz de retrasar o anular en las empresas los posibles esfuerzos dinamizadores o acciones útiles requeridas para examinar de raíz sus procesos, alcanzar mejoras espectaculares, brindar más valor al cliente y demostrar compromiso con la empresa, al contrario, significa que las organizaciones responden lentamente a las amenazas y a las oportunidades que ocurren en el entorno (Pérez, Guevara, & Granda , 2014).

El proponerse superar las expectativas y lograr la satisfacción de los clientes exige a todas las empresas aplicar de un Sistema de Gestión de Calidad (SGC), en correspondencia a sus procesos y productos. Para mejorar la calidad de sus productos, aumentar su eficiencia y apoyar el proceso de toma de decisiones basada en una norma que le permita a la empresa determinar requisitos a cumplir.

El querer lograr ser más competitivo día a día es uno de los propósitos de mayor influencia que se plantea la mayoría de las empresas, en especial dentro de una Asociación. En lo que corresponde a Pelileo más conocido como la ciudad azul cuando se desplazan de varios zonas ya sea dentro de la provincia o fuera de ella hacia la Amazonía, propios y extraños se detienen a mirar y comprar los productos que ofrecen en la feria de domingo a domingo los 365 días del año. Donde encuentra miles de diseños, colores, texturas de las prendas de vestir, con tendencias actuales y para todos los gustos.

En la actualidad el enfoque que tiene la Asociación sobre la cuestión del Sistema de Gestión de Calidad, es respectivamente mínimo debido a que existe un escaso interés en la aplicación del mismo, por tal motivo se le complica la captación de nuevos clientes. La deficiente estructura, responsabilidades y procesos de los productos que oferta la Asociación se convierten en un limitante para que las empresas amplíen su mercado, el lanzamiento de nuevos productos y promociones que estén adaptados a su mercado objetivo y el reconocimiento de los productos y de las empresas.

La Asociación al no disponer de un sistema de gestión de calidad, disminuye la calidad de sus procesos y productos ante sus consumidores, inutiliza el posicionamiento y competitividad en el mercado, reduciendo los índices de venta y de producción, al no lograr satisfacer los requerimientos de los clientes.

Las argumentaciones teóricas encontradas se centran en dos aspectos del análisis: en primer lugar, considerar los sistemas de calidad como plataformas propicias para el desarrollo de las innovaciones; y segundo lugar, cuando los resultados de idealización se muestran indirectamente; están o pueden ser influenciados por el sistema de calidad de la empresa (Arraut Camargo, 2012).

Los estudios que se han desarrollado para diagnosticar el impacto que ha tenido la certificación de calidad dentro de las empresas, han llegado a diferentes conclusiones, entre las cuales se destacan: con respecto a la implementación de las normas ISO 9001, la principal razón fue la mejora de la calidad, seguida por la obtención de una ventaja en el mercado y finalmente, por la satisfacción de las expectativas de los clientes (Forero Medina, 2014).

Un estudio realizado por (McAdam & McKeown, 2010) acerca de las características de un sistema de gestión calidad efectivo en las empresas de Europa Oriental, demostró que certificarse en ISO 9000 si presentaba beneficios, tales como: un mejor control del negocio, un aumento de las ventas, una reducción de los costos, una mayor productividad y un menor número de quejas por parte de los clientes. Las empresas que más ganaron en la administración de la calidad total, habían empezado a usar ISO

9000 enfocándola a factores externos como la satisfacción del cliente, así como a los factores internos, como la eficiencia.

Son numerosas las empresas que han introducido aspectos básicos de gestión de calidad tratando de cumplir sus prescripciones. Como resultado, de acuerdo con ISO, a finales de 2006 había 897.866 empresas certificadas en 170 países de todo el mundo (www.iso.org). Su ratio de crecimiento es mayor que el nivel general de crecimiento económico a modo de comparativa (Martínez Costa & Martínez Lorente, 2013).

La relación con el cliente es fundamental para el desarrollo y estabilidad de las empresas, tanto así que un alto nivel de satisfacción del cliente en una empresa puede llevarla a beneficios como una mejor posición competitiva, aumentar su cuota en el mercado o a un impacto positivo en su desempeño financiero (Galvis & Ortiz, 2012)

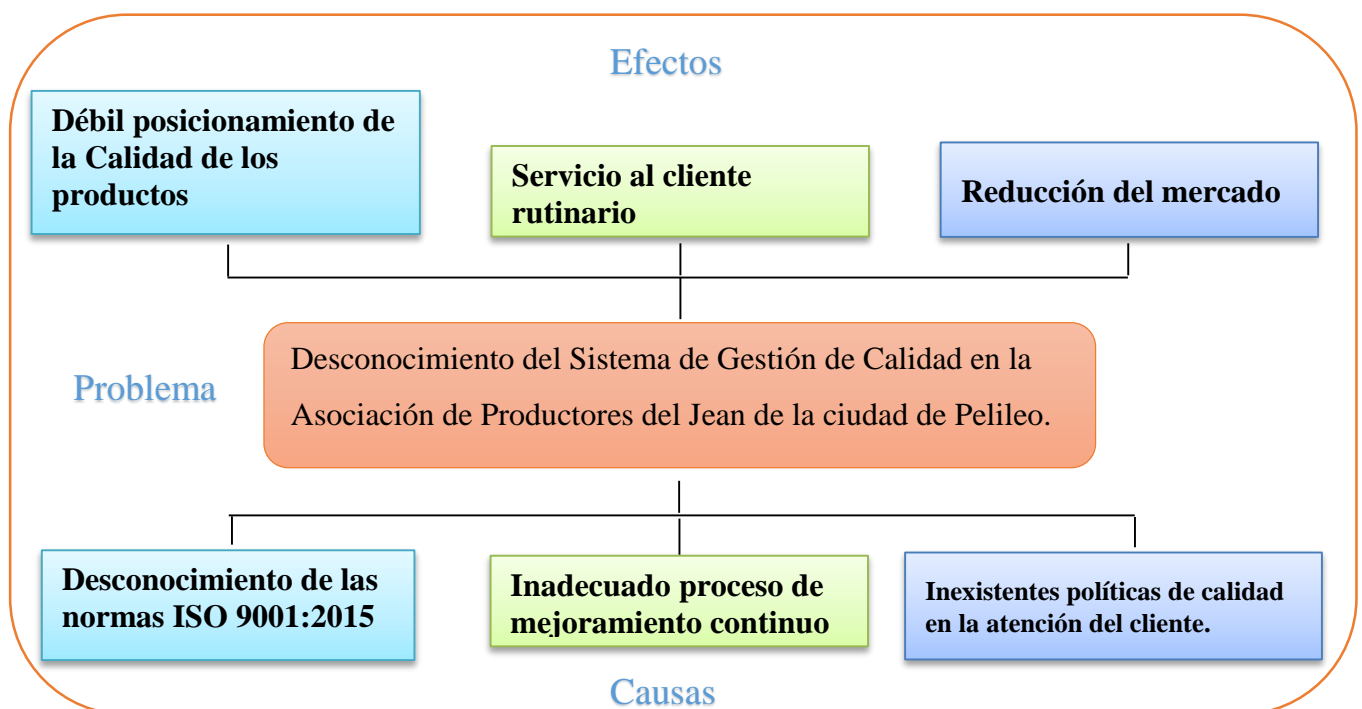


Gráfico 2 Árbol de Problemas
Elaborado por: Cristina Andaluz

Análisis del Árbol de Problemas

Debido a las exigencias que impone la norma ISO 9001, como lo explica (Prairie, 2011) las empresas miran el área administrativa según la exigencia que impone la norma ISO 9001, se enfoca más en el sistema de administración de calidad. La administración tiene la obligación de participar en el diseño de la política de calidad y de los objetivos de calidad, debe revisar los datos del sistema de gestión de calidad y tomar las medidas necesarias para asegurarse de que se cumplan los objetivos de calidad, establecer nuevas metas y lograr un progreso continuo. Una vez implementado el sistema, la organización debe centrarse en el cumplimiento de los objetivos de calidad.

El desconocimiento del Sistema de Gestión de Calidad en la Asociación de productores del Jean de la ciudad de Pelileo se debe a múltiples causas que acarrear a una serie de efectos: el desconocimiento de las normas conlleva a una administración empírica y de una mínima gestión e información referente a esta cuestión ocasiona un débil posicionamiento de la calidad de los productos y por ende de sus procesos dando por resultado así una baja garantía de los productos que se expenden en la Asociación.

(Calidad ISO 9001, 2013) “Las empresas deben buscar continuamente mejorar la eficacia de los procesos de la organización, más que esperar a que un problema le revele oportunidades para la mejora”. Las mejoras se dan indistintamente desde actividades escalonadas continuas hasta estrategias a largo plazo. La empresa debe contar con procesos para identificar y gestionar las actividades de mejora.

El mantener un inadecuado proceso de mejoramiento continuo, en ciertas ocasiones eventualmente se trabaja con el mismo mecanismo todo el tiempo sin realizar cambios que como empresa necesitan para mejorar constantemente y se ofertan productos sin control de calidad, sin tomar en cuenta las necesidades reales y expectativas de los clientes lo que acarrea una disminución del porcentaje de ventas y a no mantener una buena relación cliente – empresa al manejarse con un servicio rutinario, forjando que los clientes se decepcionen de la Asociación al no llegar a un acuerdo sobre las necesidades de los mismos concibiendo así una pequeña aceptación

del producto y el desinterés de los mismos por no buscar mecanismos de mejora y realizar correctivas necesarias en todos los procesos que incurre hasta el cierre de la venta.

Para, (Medina M. , 2012) las políticas son guías para orientar la acción; son lineamientos generales a observar en la toma de decisiones, sobre algún problema que se repite una y otra vez dentro de una organización. Es la orientación o directriz que debe ser divulgada, entendida y acatada por todos los miembros de la organización, en ella se contemplan las normas y responsabilidades de cada área de la organización. En este sentido, las políticas son criterios generales de ejecución que complementan el logro de los objetivos y facilitan la implementación de las estrategias.

Inexistentes políticas de calidad en la atención del cliente desarrolla así una producción rutinaria concibiendo como resultado un producto con limitados índices de calidad provocando inconformidad en los clientes por un producto poco atrayente perdiendo así el interés por el mismo y logrando así reducir el mercado.

De no resolverse la problemática que existe en el desconocimiento del Sistema de Gestión de Calidad en la Asociación de Productores del Jean de la ciudad de Pelileo, la Asociación tendría difíciles inconvenientes en cuanto a su desempeño y progreso ya que si no recibe el apoyo de las empresas y se comprometen con la responsabilidad de aportar a la expansión de forma general al igual de manera personalizada en las empresas involucradas, con el único fin de buscar la satisfacción del cliente.

Al no realizar capacitaciones y constantes retroalimentaciones a todos los involucrados no se lograra llevar acabo la mejora continua que se planea gestionar en la Asociación y esto empujara a la operación de empresas de forma empírica e intuitiva, existiendo así un decremento en las personal que frecuentan a la Asociación y del mismo modo se reducirán las ventas, y los productos tendrán un débil posicionamiento en la mente del consumidor y la Asociación perderá credibilidad.

2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

2.1. OBJETIVO GENERAL

Identificar la Satisfacción de los Clientes a través de un Sistema de Gestión de Calidad en la Asociación de Productores del Jean de la ciudad de Pelileo.

2.2.OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar la situación actual de la Asociación para sustentar teóricamente el diseño de la gestión por procesos.
- Proponer el diseño del manual de Calidad, bajo estándares de la Norma ISO 9001:2015, con la finalidad de incrementar el nivel de satisfacción de los clientes de la Asociación de Productores del Jean en la ciudad de Pelileo.
- Implementar encuestas de satisfacción al cliente para determinar los factores relevantes en el servicio de venta y posventa de la Asociación de Productores del Jean.

3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA (ESTADO DEL ARTE)

3.1. Antecedentes investigativos

En la presente investigación, se ha apoyado en los siguientes antecedentes investigativos:

En el trabajo de investigación realizado por (Rodríguez, 2011), en su tema “Sistemas de Gestión de Calidad y su incidencia en los niveles de satisfacción del cliente de la Empresa Textil Santa Rosa C.A.” Facultad de Ciencias Administrativas. Universidad Técnica de Ambato.

Tiene como objeto diseñar un modelo de sistema de Gestión de Calidad, analizando las necesidades de satisfacción del cliente para aplicar en la empresa Textil Santa Rosa C.A., de la ciudad de Ambato.

Llegando a la conclusión que, la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad dentro de la empresa esta direccionado a mejorar la satisfacción de los clientes potenciales, optimizar los procesos productivos y mejorar la calidad de los productos.

De la misma forma el trabajo investigativo de (Medina E. , 2011), con el tema “El Sistema de Gestión de la Calidad y su incidencia en el nivel de satisfacción de los clientes, de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Migrantes del Ecuador Ltda., de la ciudad de Ambato”. Facultad de Ciencias Administrativas. Universidad Técnica de Ambato.

Tiene como objeto proponer el diseño de un Sistema de Gestión de la Calidad, bajo estándares de la norma ISO-9001:2008, para incrementar el nivel de satisfacción de los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Migrantes del Ecuador Ltda., de la ciudad de Ambato.

Se concluye que es necesario la implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad dentro de la Cooperativa, para, mantener y corregir el servicio ofrecido, mejorando la calidad, aumentando la confiabilidad, enfocándose en la satisfacción de los clientes.

Según (Sarango, 2010), con su tema de investigación “Plan de implementación de un sistema de Gestión de la calidad, bajo Norma ISO 9001, en la Fábrica de Muebles Burgués Cia. Ltda., Universidad Politécnica Salesiana.

El objetivo de este trabajo fue dar una pauta para una futura implementación, dando conceptos generales de la calidad, elaborando el plan de implementación.

Por medio de esta investigación se concluyó que es un requisito exigido por el mercado, los clientes incluyen cada vez más dentro de sus necesidades, al Sistema de Gestión de la Calidad como garantía de la idoneidad del servicio que van a recibir, es por esto que es importante la implementación del mismo en la empresa.

Según (Forero, 2014), en su trabajo de investigación “El Sistema de Gestión Calidad como Herramienta fundamental para lograr Competitividad”. Universidad Militar Nueva Granada.

Describe que es un sistema de gestión de calidad es una técnica administrativa usada para comunicar a los empleados que es lo que se necesita producir, la calidad de esos productos y servicios y la influencia que tienen los empleados en los procedimientos que se desarrollan para cumplir con las especificaciones de calidad.

Se concluye aquellas empresas que buscan implementar un sistema de gestión calidad, apuntan a maximizar la calidad y eficiencia de sus procesos. Una vez se ha logrado la implementación de dicho sistema los empleados tendrán las bases suficientes para poder seguir los procesos establecidos y

permitir la mejora continua y la satisfacción de los clientes internos y externos de la organización.

Por otro lado el trabajo investigativo de (Borja Dousdebés & Jijón Ibán, 2014) en su proyecto de investigación “Propuesta de un modelo de Gestión en Calidad de Servicio, basado en la norma internacional ISO 9001: 2008, en empresas de comercialización de productos de consumo masivo, caso: Almacenes La Rebaja”. Universidad Internacional del Ecuador.

Indicando como uno de sus objetivos proponer un modelo que aumente el rendimiento del almacén, la fidelidad y la satisfacción de los clientes.

Por lo que concluyeron que las fortalezas de almacenes La rebaja son: venta de productos de calidad; gran variedad de productos que se pueden encontrar en los almacenes; precios convenientes a los que se expenden sus productos; y ubicaciones estratégicas de los almacenes con alta afluencia de gente.

Según (Zambrano Carrillo & Rodríguez Portés, 2013) en su trabajo de graduación “Propuesta de un Modelo de Mejora Continua en los Procesos del Laboratorio Ambiental IPSOMARY S.A. basado en un Sistema de Gestión de Calidad bajo la Norma ISO 9001:2008”. Universidad Politécnica Salesiana Sede Guayaquil.

Exponiendo como objetivo identificar los procesos claves y determinar sus indicadores para la mejora continua y las herramientas necesarias para su medición.

Llegaron a la conclusión de el beneficio de utilizar la norma ISO 9001 como referencia en nuestra investigación se debe a que en ella se encuentran más desarrolladas las directrices de servicio al cliente y mejora continua lo que facilita la evaluación en términos de satisfacción del cliente.

(Aimacaña Mullo, 2013) en su trabajo de investigación “Procesos de calidad y la Satisfacción de los Socios, de la Cooperativa de Ahorro y Crédito SUMAK KAWSAY Ltda., de la ciudad de Latacunga”. Universidad Técnica de Ambato.

Señala en uno de los objetivos analizar los instrumentos y herramientas más adecuados, a través de la investigación, para aplicar en la COAC “SUMAK KAWSAY Ltda., de la ciudad de Latacunga.

Se concluye que una parte significativa de clientes se encuentra satisfechos con los procesos de calidad realizada en la Cooperativa; sin embargo no hay que descartar que un considerable número de personas no se encuentran satisfechos, esto denota que existe algún tipo de falencia al momento de realizar todo el proceso al brindar el servicio. También se considera que no todos los clientes piensan que el servicio es ágil y oportuno en la realización de las transacciones.

Para (Maldonado & Cárdenas , 2013) en su trabajo de titulación “Propuesta de Guía Metodológica para la Implementación de un Sistema Integrado de Gestión de la Calidad, el Ambiente y la Seguridad Ocupacional para la Unidad Ejecutora de Proyectos del Ilustre Municipio de la ciudad de Cuenca”. Universidad Politécnica Salesiana Sede Guayaquil.

Mantiene como objetivos definir los procesos e identificar los aspectos ambientales y riesgos involucrados en la ejecución de las obras civiles. Además diseñar los formatos requeridos para la implementación del Sistema Integrado de Gestión.

Pudo concluir un diagnóstico inicial de la situación en la ejecución de las obras civiles en la cual se evidencio un cumplimiento del 30% de los contratistas de la Unidad Ejecutora de Proyectos en base a la aplicación de la Norma ISO 9001:2008, ISO 14001 y OHSAS 18001.

(Almeida Boada, 2015). “Evaluar el desempeño del Sistema de Gestión de la Calidad Implementado en la Empresa Casa Lista, a través del análisis del Nivel de satisfacción de sus clientes”. Pontificia Universidad Católica del Ecuador – Matriz.

Llega a la conclusión que los indicadores establecidos en el Manual de la Calidad para los procesos claves se enfocan únicamente en la característica de oportunidad, no se consideran características como la pertinencia, mensurabilidad, confiabilidad, sencillez y claridad, muy útiles para obtener información integral para la toma de decisiones.

3.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

3.2.1. Situación Actual de la Asociación de Productores del Jean de la ciudad de Pelileo

La Asociación de Productores del Jean Pelileo conformada por varias empresas, dedicadas a la producción y comercialización de prendas de vestir. Ofrece prendas para damas, caballeros, niños y ropa de trabajo. Son aproximadamente 40 años de la industria desde que un grupo de personas visionarias se idearon en la producción y comercialización de sus prendas, que proporciona trabajo a un equipo de confección sólido que alcanza producciones con estándares cada vez mejores.

En la actualidad cada una de las empresas que conforman la asociación ha crecido desde su fecha de creación operan en la ciudad de Pelileo en sus principales calles ya que se ha posicionado en un segmento amplio y expenso, la industria del jean se ha vuelto una de las principales actividades económicas dentro del cantón siendo así más reconocida como la ciudad Azul, por la gran oferta y demanda que existe en los productos de jean trabajando para mantener el prestigio y los estándares de calidad hasta el día de hoy, cuentan con varios trabajadores en las diferentes áreas como son de producción y ventas mayormente.

Los principales productos que se elaboran en las empresas son: pantalones, camisetas, camisas y chompas, cada producto es producido según la demanda y es planificado dependiendo las temporadas, sin embargo la situación actual de cada una de las empresas de la asociación registran un notable bajón, debido básicamente por la calidad de las prendas, el precio y principalmente por la situación económica que está atravesando el país.

Varios problemas operativos son los que debilitan el funcionamiento correcto de la Asociación, debido a la mala administración, a su vez esto derriba un mal desempeño de los trabajadores y una crisis por la situación general del país. Esta situación ha provocado que varias empresas cierren sus puertas a su funcionamiento ya que no ha podido resistir la notable pérdida de ventas, lo que indujo al desempleo del personal, sin embargo las empresas que permanecen indican que las ventas que registran actualmente no se iguala a las ventas que existía en los años anteriores pero existe la posibilidad de que a medida que pase el tiempo vaya mejorando y vuelvan a producir en mayores cantidades.

Planteándose como meta principal como asociación aumentar las ventas, posicionarse en el mercado y superar a la competencia. En la producción potenciar la tecnología existente y la constante capacitación al personal sobre la calidad, identificando oportunidades de nuevos segmentos de mercado incrementando canales de distribución.

3.2.2. Sistema de Gestión de Calidad

Un sistema de gestión de la calidad puede ayudar a tener un mejor control de cada uno de los procesos internos. Este control es una herramienta muy útil si se combina con la necesidad de ofrecer una respuesta predecible a los clientes (Herrera, 2012).

Sistemas de gestión de calidad (SGC) son una alternativa interesante a esta generación de ventaja porque desarrollan un patrón de mejora de la motivación de la fuerza de trabajo, el control de procesos, requisitos de identificación y las necesidades

del cliente de reuniones (Maekawa, Monteiro de Carvalho, & Otavio , 2013). Por otra parte para (Nápoles Rojas, Isaac Godínez, & Moreno Pino, 2015) mencionan que:

Los factores que conducen a su amplia implementación en el ámbito nacional e internacional, es que sus requisitos pueden aplicarse a cualquier organización independientemente de su tipo, tamaño y producto suministrado. No obstante a la flexibilidad de esta norma, se requiere de la experiencia de directivos, especialistas y consultores en determinar las particularidades de cada organización y estudiar las mejores prácticas. Esto garantiza que desde la fase de diseño del SGC se integren los rasgos diferenciadores de cada organización con los requisitos de la norma ISO 9001, lo que favorece el éxito en la implantación y sostenibilidad del sistema.

Se entiende como la articulación de los diferentes métodos, recursos, personas, insumos que como resultado de su articulación generan unos resultados asociados con el uso racional de los recursos y se tiene como propósito la consecución de la satisfacción de los clientes (Foltavo, Vergara, & Hoz, 2012).

3.2.3. Calidad

(Crosby, 2011), indica en su definición “Calidad como cumplimiento de requisitos; el sistema de calidad es prevención, el estándar de realización es cero defectos, y la medida de la calidad es el precio del incumplimiento. La calidad responde a la conformidad con los requisitos establecidos” (p. 34). Siendo sus aportes principales los 14 pasos de Crosby, los absolutos de la calidad, el método de solución de problemas de 5 pasos, la hoja de modelo de procesos y las técnicas del precio del incumplimiento.

De acuerdo con (Senge, 2012), para empezar a realizar cambios existe cuatro retos. “Un caso convincente para el cambio. Tiene que ser el momento de cambiar y ayudar durante el proceso de cambio, (...). No antes de que se considera importante o quizás incluso no reconocidos no se convierte en una barrera crítica”. Una empresa que aprende y gana conocimiento de las experiencias que ha obtenido y lo utiliza como

fuerza para ser generadores de cambio, aporta a que la empresa esté abierta al aprendizaje y este a la vez se ponga en práctica en su máximo potencial.

La calidad está encaminada a lograr la satisfacción de los clientes para diferentes fines, como lograr mayor productividad reformando sus procesos como (Feigenbaum, 2011) indica:

La calidad significa lo mejor para ciertas condiciones del cliente: uso actual y venta del producto. Control total de calidad: es un sistema efectivo para la integración de los esfuerzos de desarrollo, mantenimiento y mejoramiento que los diferentes grupos de una organización realizan para poder proporcionar un producto o servicio en los niveles más económicos para la satisfacción de las necesidades de usuario (p. 34). “Calidad es un modelo de vida corporativa, un modelo de administrar una organización” Asimismo, aporta con sus propuestas de ciclo industrial, control total de la calidad, doce acciones para la gestión de la calidad y concepto de control de calidad.

Al enfocarse en calidad deben tomar en cuenta las oportunidades de mejora, que conduce a recoger experiencias con los clientes, lo que resulta puntos positivos siempre y cuando involucremos a los colaboradores de la empresa que tienen contacto directo con los clientes de las empresas, prestando el servicio que conlleva a lograr la satisfacción del cliente. Para (Mizuno, 2011) en su “interpretación más estricta significa calidad en el producto, y en la más amplia se refiere a la calidad en el trabajo, calidad en el servicio, calidad en la información, calidad en el proceso, calidad de la dirección, calidad en toda empresa”. Del mismo modo ratifica con sus aportes sobre optimización de la producción crea el sistema Poka Yoke (a prueba de errores), propone el concepto de inspección en la fuente para detectar a tiempo los errores, maneja el concepto de los sistemas del control de calidad total a partir del involucramiento de todo el personal de la organización, en la prevención de errores a través de los círculos de calidad con la filosofía cero defectos (p. 35).

La calidad es muy importante para las empresas ya que genera un atractivo de diferenciación de la competencia y esto influye en la decisión de compra, ya que los productos similares van en aumento rápidamente, por lo que se debe buscar un nivel bastante superior, por eso (Maldonado J. , 2010) señala que:

La calidad es un factor aplicable tanto a las empresas de servicio como a los fabricantes. Es aplicable a la experiencia en general que tiene un cliente con una empresa, no sólo a la fabricación de un producto (...) la calidad es la satisfacción del cliente, es el nivel de excelencia que puede alcanzar un producto o un servicio, es lo que el cliente crea que es, es satisfacer una serie de requerimientos que el cliente tiene que, si son bien ejecutados darán como resultado un producto adecuado a la función que tiene.

Cuando se menciona el término "calidad", por lo general lo asociamos con productos o servicios excelentes pero con precios elevados, lo cual demuestra de este concepto que muchas veces su uso depende de lo que cada uno entiende por calidad. Para (Maldonado J. A., 2015) la calidad es "cuestión de supervivencia, alcanzarla se convierte en una estrategia de vitalidad a largo plazo, un modo permanente de actuación. Se trata de calidad de vida, (...). De sus objetivos, de sus procesos y en general de todos los componentes de la empresa". La calidad es rentabilidad, productividad, participación en el mercado: es una serie de elementos que se conjugan de manera coordinada y que en conjunto significan el éxito empresarial (p.13). La calidad debemos considerarlo como responsabilidad de cada uno de los procesos, pero en especial de la dirección. Para lograr realmente la calidad, es vital, escuchar al cliente, y tomar en cuenta sus quejas y reclamos, las devoluciones y sugerencias, que prevalezca al producto y a su calidad, entendida que es lo que pretende encontrar el consumidor y utilizar el producto.

La calidad se convirtió en un factor muy influyente para los consumidores al momento de decidir elegir el producto o servicio que ofrece una empresa entre la competencia. Por lo cual las empresas deberían poner el mayor énfasis en mejorar y promover la calidad de sus productos y/o servicio que las empresas deberían aprovechar como clave al éxito, crecimiento y una posición de competitividad. Como lo indica (Bento & Esteves, 2016)

La calidad puede ser más o menos definida como una "característica", "naturaleza" o "carácter esencial". Por lo tanto, es algo que distingue a un objeto, sino que puede ser variable en función de la percepción del cliente, ya

que se basa casi siempre en las expectativas individuales. A pesar de ser un concepto relativo, la calidad no se puede establecer en un vacío. Tiene que ser medible en términos de estándares e indicadores. Si no se puede medir, entonces no puede ser de calidad.

Las empresas que ofrecen productos/servicios se preocupan cada vez más porque sus clientes satisfagan o sobrepasen sus expectativas, buscando opciones que favorezcan a lograr este desafío. Con ese propósito, hay enfoques que han intentado adaptar los principios básicos del control total de la calidad a los servicios y productos (Osorio Gómez, Cruz Giraldo, & Romero Vega, 2015). Del mismo modo la primera definición se centra en el usuario, el segundo sobre el producto o servicio en sí. Calidad total requiere ambos requisitos, satisfacción del usuario y calidad de servicio (Llarena, Villodre, Pontoriero, & Cattapan, 2014).

3.2.4. Gestión de la Calidad

Por tanto, según la (Gestión de la Calidad (ISO 9001/2008), 2010) “un sistema de calidad tiene como objetivo principal que la empresa funcione en total sincronía, de forma que ésta pueda asegurar que sus productos y/o servicios están sujetos a unas especificaciones y cumple unos estándares de calidad fijados previamente” (p. 33).

Por aumento de la competencia las empresas están obligadas a mejorar su calidad y brindar un producto y/o servicio con mejores características, aquí el Sistema de Gestión de Calidad es importante ya que ahora tendría una mayor representación dentro de la empresa, lo que debería poner empeño en las exigencias de los clientes y los consumidores, en cuanto (Cuatrecasas A, 2012) manifiesta que:

La calidad significa pues, en la actualidad, entregar productos y servicios funcionalmente correctos, como ha sido siempre, pero además no puede eludir otras nuevas exigencias en áreas de la competitividad, (...). Destaca como exigencias de esta tendencia:

- Ajustarse a las necesidades y requerimientos de los consumidores. La auténtica calidad supone, hoy que más que nunca, que el producto o servicio esté totalmente concebido y desarrollado para satisfacer lo que el consumidor espera de él.
- Organización y medios de producción materiales y humanos, de manera que: toda la organización está comprometida con la calidad y la organización y sus procesos estén orientados al cliente y sus necesidades.
- Minimización competitiva de costes y tiempo de entrega del producto o servicio. La implantación de un sistema de calidad que dé lugar a una producción con el máximo nivel de calidad y eficiencia simultáneamente (p. 578-579).

La gran parte de las empresas y comerciantes actualmente están preocupados por tener un valor agregado en sus productos, motivados por atributos que les da esa diferenciación ya no solo focalizándose en las necesidades de los clientes, sino en lograr la satisfacción de los mismos. Según las normas industriales japonesas “La gestión de calidad total como un sistema de métodos de producción que económicamente genera bienestar o servicios de calidad, acordes con los requisitos de los consumidores” (CAMPOS, 2010).

Lo más importante es plantearse claramente el lograr la satisfacción de los clientes pretendiendo tener éxito en el sector que se desarrolla, por decirlo así para todo negocio el cliente lo es todo, de hecho sin ellos no existiría negocio posible. (Armendariz, 2010), indica que la:

Gestión de la calidad total, es cuando todas las personas y recursos de la organización se centran en la mejora continua de la calidad para satisfacer al cliente. Se trata de hacerlo bien a la primera. Hoy en día se apuesta por el concepto de Gestión de Calidad total, en que la calidad no solo corresponde al producto, sino también al de los equipos humanos que lo rodean.

Se debe tomar en cuenta que un cliente satisfecho volverá por los productos y por la atención, de modo que la empresa debe aumentar los beneficios para que se logre difundir de la empresa con los conocidos de un cliente satisfecho. A la vez

rechazaran a la competencia porque ya ven cubiertas sus necesidades. (Udaondo Duran), dice que la Gestión de Calidad es:

“El conjunto de caminos mediante los cuales se consigue la calidad; incorporándolo por tanto al proceso de gestión, que es como traducimos el término inglés management, que alude a dirección, gobierno y coordinación de actividades. De este modo, una posible definición de gestión de calidad sería el modo en que la dirección planifica el futuro, implanta los programas y controla los resultados de la función calidad con vistas a su mejora permanente”.

3.2.5. Principios de la Gestión de Calidad

Es de vital importancia mencionar los principios que toda empresa debería implementar basado en las normas ISO, un sistema de gestión de calidad debe ser conocido para que pueda manipular la gerencia en busca de la mejora continua. De modo que la Norma ISO 9001:2015 señala 7 principios siendo estos los siguientes:

1. Enfoque al Cliente

Se debe analizar las necesidades y expectativas de forma actualizada con visión al futuro, de modo que las empresas deben estar pendiente de sus clientes ya que la empresa depende de forma directa de ellos, al lograr satisfacer los requerimientos y cubrir las expectativas de los clientes. “Las empresas para mantener su nivel de actividad deben mejorar constantemente los productos y servicios ofrecidos. Estas mejoras planificadas deben estar en línea con los gustos y deseos de los clientes” (Gonzalez, Calidad y Gestión, 2013).

2. Liderazgo

El liderazgo consiste en forjar la unión entre cada miembro de la empresa. De forma que cada uno de los colaboradores permanezcan en un buen ambiente de trabajo interno, donde se logre el compromiso de cada uno de ellos, para alcanzar cada una de

las metas fijadas por la empresa. “Crear y mantener valores compartidos, transparencia y modelos éticos en todos los niveles de la organización, (...). Proporcionar a las personas los recursos necesarios, capacitación y libertad para actuar con responsabilidad” (Gonzalez, Calidad y Gestión, 2013).

3. Compromiso del Personal

El compromiso que el personal involucre al desempeñarse en su área de trabajo, aporta de forma importante al desarrollo de la empresa ya que es vital el despojo de todas sus destrezas para el beneficio y aporte en el avance para el logro de los objetivos de la empresa. “El personal, a todos los niveles, es la esencia de una organización y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean para el beneficio de la organización, (...). Evaluación periódica del desempeño de todo el personal según metas y objetivos” (Gonzalez, Calidad y Gestión, 2013).

4. Enfoque a Procesos

El sobrellevar la secuencia de los procesos permite la mayor efectividad para llevar a cabo las funciones que tienen la empresa, minimizando el tiempo y los costos en el uso pertinente de todos los recursos con los que cuenta la organización, distribuir actividades precisas y claras a cada personal que permita lograr circunstancias de mejora y aprovechar cada oportunidad para lograr los resultados esperados. “Definir sistemáticamente las actividades necesarias para obtener un resultado deseado, (...). Identificar los factores, tales como recursos, métodos y materiales, que mejorarán las actividades clave de la organización” (Gonzalez, Calidad y Gestión, 2013).

5. Mejora Continua

La mejora continua su función principal es analizar los factores que influyen en el progreso de cada una de las actividades, mide el trabajo de los colaboradores de modo que esto permita lograr el desempeño pleno de cada una de las áreas, que ayuden a mejorar los productos, procesos y mecanismos que busquen el logro de los objetivos. “la mejora continua del desempeño global de una organización debería ser un objetivo

permanente de ésta, (...). Alineación de las actividades mejoradas a todos los niveles de acuerdo con un propósito estratégico de la organización” (Gonzalez, Calidad y Gestión, 2013).

6. Toma de decisiones basada en la evidencia

Tomar decisiones basadas en las evidencias, permite un equilibrio a la realidad circunstancial de la empresa, el tomar de base los múltiples hechos que pueden ocurrir en las organizaciones les ayuda a tomar decisiones de forma de experiencias pasadas y los resultados obtenidos con ello, de manera que se puede utilizar nuevas estrategias o tomar mejores decisiones con la información que se posee. “Las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y la información, (...). Tomar decisiones y acciones basadas en el análisis de los hechos, equilibradas con la experiencia y la intuición” (Gonzalez, Calidad y Gestión, 2013).

7. Gestión de las Relaciones

El gestionar las relaciones implica tener una buena relación con todos y todas las organizaciones que de forma directa o indirecta mantiene con la empresa de manera de contribuir al progreso de la misma. Conformar relaciones entre los socios, proveedores y todas las partes intervinientes de manera que tal relación forje un beneficio mutuo a cada uno y lograr crear mayor valor a cada uno de los procesos. “Una organización, sus proveedores y otras partes interesadas son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor, (...). Establecer relaciones que equilibran las ganancias a corto plazo con las consideraciones a largo plazo” (Gonzalez, Calidad y Gestión, 2013).

3.2.6. Norma ISO-9001:2015

La organización Internacional de Normalización – ISO publicó la nueva Norma ISO 9001:2015, implantando la nueva evolución.



Gráfico 3 Nueva ISO 9001:2015 - Evolución de ISO 9001:2008

Fuente: Calidad y Gestión Transición a ISO 9001:2015

Un sistema conlleva un estricto cuidado en las posibles transiciones que pueden presentarse, lo que consideran (Gonzalez, Calidad y Gestión, 2016) detallando lo siguiente:

La nueva ISO 9001:2015 incorpora nuevos requisitos e introduce muchos conceptos significativos que requieren de la formación necesaria para la transición a los nuevos requisitos de ISO 9001:2015. En este sentido, es conveniente tener en cuenta que tal formación no sólo debe involucrar al responsable de SGC, la principal persona responsable de la norma ISO 9001 dentro de su organización, sino que tal formación debe incluir también a cualquier persona que esté involucrada en cualquier parte del proceso ISO 9001 dentro de una organización, ya que ésta deberá comprender los cambios más relevantes en la norma 9001:2015



Gráfico 4 ISO 9001:2015 - Partes Interesadas
 Fuente: Calidad y Gestión Transición a ISO 9001:2015

Al intentar aplicar los requisitos de las normas indica que los clientes forman una parte muy importante, en el desarrollo de cada requisito ya que se debe aplicar en cada etapa en el sistema de gestión. De mismo modo el descifrar las necesidades y expectativas de todas las partes intervinientes o interesadas, se involucran en la definición de los requisitos. Y como parte importantes realizar un seguimiento y evaluación de la satisfacción del cliente, para conocer el cumplimiento de sus requerimientos y la aplicación de los requisitos en la empresa.

The origin of the ISO 9000 series of standards can be dated back to the time of the Second World War. The army procurement standards used in that war planted the seeds of what became the ISO 9000 series of standards. These army procurement standards were adopted in 1979 as the BS 5750 standard. In 1987, the ISO 9000 series of standards were formally published by adopting the contents of the BS 5750 standard. The first revised ISO 9000 series of standards were published in 1994. These standards were made available as ISO 9001, ISO 9002, and ISO 9003, giving quality management systems (QMS) specifications for 'design and development', 'production and installation', and 'final inspection' respectively.

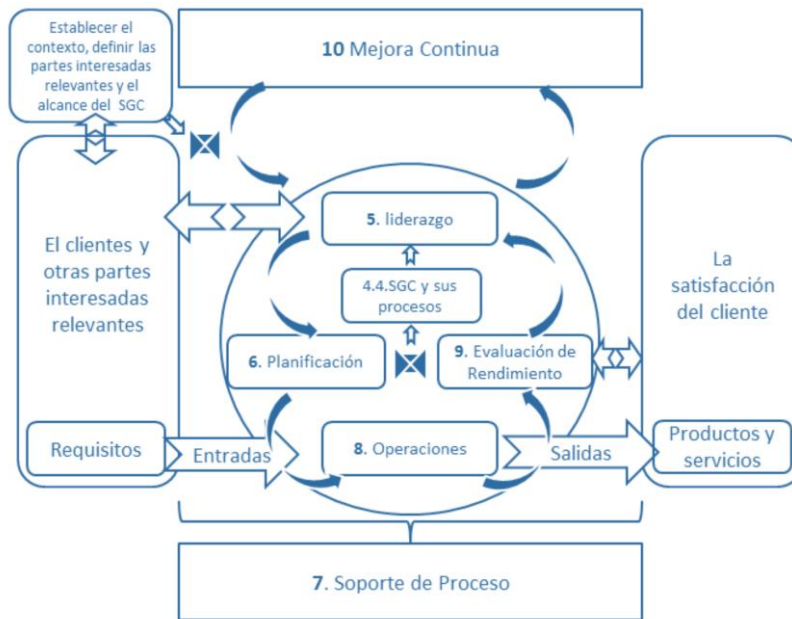


Gráfico 5 Modelo del sistema de gestión de la calidad basada en procesos
Fuente: Cláusulas de la Norma Internacional ISO 9001:2015

3.2.7. Sello de Calidad INEN

“Es el reconocimiento oficial a un producto que se fabrica bajo un sistema de calidad aprobado por la Institución y que cumple permanentemente con los requisitos establecidos en el documento normativo de referencia” (Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN), 2016), consumidores, productores y el estado en general se beneficia que las empresas busque obtener el sello de calidad para sus productos ya que de este modo tendrá mayor apreciación de calidad tanto en el mercado local, nacional e internacional.

Los beneficios de obtener Sellos de Calidad INEN son los siguientes de acuerdo a su posición según (Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN), 2016) :

Industria:

Contribuye a mantener y mejorar continuamente los procesos de fabricación de sus productos, por medio del sistema de calidad utilizado y la competencia técnica de su personal.

Facilita el ingreso de los productos a los mercados nacionales e internacionales.

Fortalece las relaciones contractuales entre el comprador y el proveedor en los diferentes sectores industriales.

Incrementa el prestigio de los productos y servicios.

Consumidor:

Orienta a la adquisición de un producto de calidad.

Ofrece una garantía de calidad continua de los productos.

Protege al consumidor al garantizar, mediante la supervisión, la adquisición de productos confiables.

Gobierno:

Garantiza que los bienes cumplan con requisitos obligatorios relacionados con la calidad.

Brinda prestigio y seguridad de los productos y servicios.

Contribuye al desarrollo industrial, mejorando la competitividad y productividad.

Fortalece las exportaciones de productos nacionales.

Funciona como una herramienta para la evaluación de proveedores en los procesos para verificar que el bien adjudicado por el estado sea entregado cumple con los requisitos establecidos.

Dicho de esta manera el Sello de Calidad INEN, garantiza al consumidor un producto confiable con altos estándares de calidad.

3.2.8. Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 1875:2012

La norma ayuda a conocer la composición y el trato que se le debe dar a la prenda, la procedencia y los datos del fabricante. Esta norma ayuda al consumidor a realizar una compra con determinados parámetros que le permita conocer un poco más la prenda (INEN, 2012). “Esta norma establece los requisitos para etiquetar prendas de vestir y ropa de hogar” (Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN), 2012).

3.2.9. Control de Calidad

Hay muchas maneras de definir la calidad según los puntos de vista de los autores que se relacionan con una o más características que pretenden que los productos o servicios de las empresas brinden, con similares definiciones que permite un mayor entendimiento y comprensión a lo que se refiere la calidad de manera precisa y útil.

Según, (Ishikawa, 2013) menciona que “el control de calidad consiste en el desarrollo, diseño, producción y comercialización de productos y servicios con una eficacia del coste y una utilidad óptima, todo ello equilibrado con una compra satisfactoria por parte de los clientes”. Experto en el control de calidad, cuyo aporte fue la implementación de sistemas de calidad adecuados al valor del proceso en la empresa, fue el creador del diagrama causa – efecto, o espina de Ishikawa, demostro la importancia de las herramientas de calidad, círculos de calidad y el enfoque del mejoramiento continuo de los procesos. Lo que se refiere que para alcanzar todos los fines que la empresa quiere, debe haber compromiso tanto de la gerencia como de todas las dependencias, tienen que trabajar con un mismo fin que faciliten la cooperación y comprometimiento en cada una de las normas establecidas internamente. (p.17)

Por otro lado según las (Normas Industriales Japonesas, 2013) el control de calidad se define como:

Un sistema de métodos para la provisión coste- eficaz de bienes o servicios cuya calidad es adecuada a los requisitos del comprador. También esta definición contempla el control de calidad como una nueva manera de pensar en la dirección y de dirigir, y considera que la puesta en práctica eficaz del control de calidad requiere la participación y la cooperación de todos los empleados de una empresa (p. 17).

3.2.10. Servicio de Calidad

Lo que las empresas buscan al medir la satisfacción de sus clientes es encontrar oportunidades para mejorar sus productos y el servicio, evaluar a sus colaboradores y motivarlos a satisfacer a sus cliente. “Un servicio es una actividad o conjunto de actividades de naturaleza casi siempre intangible que se realiza a través de la interacción entre el cliente y el empleado y/o instalaciones físicas de servicio, con el objeto de satisfacerle un deseo o necesidad”, (Maldonado J. Á., Cultura de Servicio al Cliente, s.f.). El servicio al cliente es fundamental para el buen desempeño de la

empresa al producir y mantener rentabilidad y el éxito de la empresa. El servicio infiere además lealtad y el producto garantiza la viabilidad del negocio dentro de un mercado competitivo.

Ofrecer precios atractivos y sea competitiva no garantiza que sea el líder o subsista por siempre, antes tenía gran significado el contar con grandes cantidades de activos tangibles, pero conforme los consumidores se han vuelto más sofisticados y expertos no se conforman solamente con aspectos materiales, además de esto es de vital importancia la calidad del servicio ya que radica en la orientación en busca de todos los recursos y colaboradores de una empresa para lograr la satisfacción de los clientes, ya que en todas las actividades desarrolladas por cualquier empleado de una empresa existe cierto contacto con los clientes, cada uno influye en el nivel de calidad real que perciben en las compras que realizan los clientes. Como menciona (Tschohl, 2011) que el:

Servicio implica mantener a los clientes existentes, atraer nuevos clientes y dejar en todos ellos una impresión de la empresa que les induzca a hacer de nuevo negocios con ella. Las funciones de la calidad del servicio son: retener a los clientes, desarrollar nuevas carteras de clientes. Expresado en términos de actitudes, servicio es: preocupación y consideración por los demás, cortesía, integridad, confiabilidad, disposición para ayudar, eficiencia, disponibilidad, amistad, conocimiento y profesionalismo.

Las empresas nacen con el fin de satisfacer una necesidad de los clientes que influye tanto en la calidad del producto, como la calidad en el servicio. Por tal motivo, contamos con clientes internos y clientes externos por esta razón, es el activo más importante de las empresas. “Calidad en el servicio consiste en dirigir todos los esfuerzos y recursos de la organización hacia la satisfacción de las necesidades de los clientes” (Munch, Sandoval, Torres, & Ricalde, 2012) (p. 309).

Los cambios que resaltan una alineación cada vez más predominante hacia el cliente, conducen a las empresas resaltar la importancia del servicio prestado. Y más específicamente, a considerar la Calidad de Servicio como el valor añadido que

ofrecer, a un cliente cada vez más exigente, que busca en la actividad de consumo, aquel producto o servicio que puede satisfacer de una forma más óptima sus necesidades, ofreciéndole, en definitiva, mejores resultados (Molinera Cantos, 2012).

La calidad del servicio se compone de cinco dimensiones, a saber, la tangibilidad (instalaciones físicas), fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, (...). El éxito de las empresas orientadas a los servicios depende en gran medida de la mejora de la calidad del servicio (Makanyeza & Mumiriki, 2016).

3.2.11. Satisfacción del Cliente

La satisfacción “es un estado de ánimo resultante de la comparación entre las expectativas del cliente y el servicio ofrecido por la empresa” (Gosso, 2010)(p. 77). Si el cliente solo realiza una compra y no tiene resultado positivo a esté no causa ninguna emoción en el cliente, solo se habrá conseguido una venta sin añadir nada a su desempeño.

Para (Armstrong & Kotler, 2013) la satisfacción del cliente “depende del desempeño percibido de un producto en relación a las expectativas del comprador. Si el desempeño del producto es inferior a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si el desempeño es igual a las expectativas, el cliente estará satisfecho”. Si la empresa logra superar las expectativas de los clientes demuestra que utiliza su mayor potencial en su desempeño y alcanza a cubrir indudablemente las necesidades y requerimientos del cliente este llegara a estar encantado y ganará mayor lealtad entregando más de los que prometen (p. 46).

Las empresas deben ofrecer un producto que vaya acorde la calidad con el precio, verificando sus procesos y reduciendo los recursos innecesarios aumentando sus beneficios y restableciendo fondos dirigidos para satisfacer bien y mejor a los clientes. “El nivel de satisfacción del cliente después de la compra depende de los resultados de la oferta en relación con sus expectativas previas. Es una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto con las expectativas de beneficios previas” (Philip & Lane Keller, 2011)(p. 144).

La satisfacción del cliente siempre ha tenido un alto interés para directivos e investigadores por los resultados positivos que existen entre satisfacción y retención. Por lo cual y teniendo en cuenta que la satisfacción es una pronóstico de las intenciones futuras de volver a adquirir un servicio o producto, es de vital importancia determinar cuáles son los atributos que anteceden a esta adquisición (García Fernandez, Cepeda Carrión, & Martín Ruíz, 2012).

The result of the comparison between the specifications or expectations in relation to the product or service expected by the customer, based on the perceived value at the end of the provision of the service or product delivery (Morris, Rodríguez, Vizán, Martínez, & Gil, 2013).

3.2.12. Elementos de la satisfacción del cliente

Ciertas características permiten que las empresas puedan descifrar la percepción de los clientes que tienen de los productos o de la marca, ya que muchas de las veces puede inferir las opiniones de otros clientes en su decisión, por tal motivo la empresa debe enfatizar en superar las expectativas y exigencias de los clientes, de este modo se lograra sorprender y satisfacer al cliente. Los elementos de la satisfacción están conformados por tres según (Thompson, 2010):

El Rendimiento Percibido: Se refiere al desempeño (entrega de valor) que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio.

Las Expectativas: Las expectativas son las "esperanzas" que los clientes tienen por conseguir algo.

Los Niveles de Satisfacción: Luego de realizada la compra o adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

Insatisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.

Satisfacción: Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.

Complacencia: Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

Dependiendo el nivel de satisfacción del cliente, se puede conocer el grado de lealtad hacia una marca o empresa. Por ese motivo, las empresas inteligentes buscan complacer a sus clientes mediante prometer solo lo que pueden entregar, y entregar después más de lo que prometieron.

Además para (Clava G, 2011) menciona varios elementos que comprende la satisfacción y a la vez lo que puede producir la insatisfacción al no cumplir debidamente con los siguientes aspectos:

- Tiempo
- La pertinencia
- La relevancia
- La precisión
- La recopilación
- Valoración de la satisfacción
- Uso de la información

La evaluación de la satisfacción se puede comprobar a través de la aplicación de encuestas como un mecanismo que permite valorar o medir el grado de satisfacción o insatisfacción dependiendo el caso, a la vez esto permite obtener información que permita a la empresa mejorar y poner mayor atención (p. 21).

3.2.13. Expectativas de los clientes

Después que los clientes realizan sus respectivas compras en los diferentes puntos de venta, se presenta un nivel de comparación entre estos, para (Philip & Lane Keller, 2011) mencionan que “Si la empresa incrementa demasiado las expectativas, es probable que el cliente quede insatisfecho. Sin embargo, si la empresa establece expectativas demasiado bajas, no conseguirá atraer a suficientes clientes, (...). En la actualidad incrementan las expectativas de los clientes” (p. 144).

Para cumplir con las expectativas de los clientes se debe empezar por el producto que sea exactamente lo que están buscando, de mismo modo al no lograr el desempeño satisfactorio la empresa tendrá que asumir la deslealtad de sus clientes pero no solo debe dar en el clavo, el producto debe garantizar y tener un compromiso de calidad que afiance el dinero de los clientes. Por otro lado, el trato recibido, es un factor muy importante para determinar que se habrá logrado satisfacer gratamente al cliente.

3.2.14. Como lograr la satisfacción del cliente

Un cliente completamente satisfecho, no solo se volverá comprador frecuente sino que lograra la fidelización a los productos, a la empresa o la marca. Estará pendiente de la oferta de nuevos productos y los cambios que puedan existir. El factor que influye en la decisión de compra permanente es la acumulación de varias interacciones que debe existir entre el cliente y la empresa siendo estas positivas por la satisfacción obtenida. Según (Crece Negocios, 2011) menciono como lograr la satisfacción:

Ofrecer un producto de calidad: ofrecer un producto que cuente con insumos de primera, que cuente con un diseño atractivo, que sea durable en el tiempo, que satisfaga necesidades, gustos y preferencias.

Cumplir con lo ofrecido: procurar que el producto cuente con las características mencionadas en la publicidad, hacer efectivas las promociones de ventas, respetar las condiciones pactadas, cumplir con los plazos de entrega.

Brindar un buen servicio al cliente: ofrecer una buena atención, un trato amable, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, una rápida atención.

Ofrecer una atención personalizada: ofrecer promociones exclusivas, brindar un producto que satisfaga necesidades particulares, procurar que un mismo trabajador atienda todas las consultas de un mismo cliente.

Brindar una rápida atención: brindar una rápida atención al atender un pedido, al entregar un producto, al brindar un servicio, al atender y resolver los problemas, quejas y reclamos del cliente.

Resolver problemas, quejas y reclamos: atender y resolver problemas, quejas y reclamos de manera rápida y efectiva.

Brindar servicios extras: brindar servicios adicionales tales como la entrega del producto a domicilio, la instalación gratuita del producto, servicio técnico gratuito, garantías, etc.

3.2.15. Percepción del Cliente

La percepción de los clientes son subjetivas debido a que cada persona reacciona de diferente manera a cada estímulo en función a lo que quiere percibir. De mismo modo la percepción de las personas son temporales y cambiantes a medida que aumentan sus experiencias, dependiendo a las necesidades y a lo que le motive a la compra. Nunca tendrá la misma apreciación el mismo producto por diferentes clientes, ya que las necesidades de cada uno busca soluciones distintas por ende el producto o servicio aportara de manera distinta a cada cliente. Para (Centros europeos de empresas innovadoras, 2010) considera tres niveles de satisfacción:

Si la percepción se encuentra por debajo de las expectativas, el cliente estará insatisfecho.

Si la percepción y las expectativas se igualan, el cliente considerara que la relación es justa.

Si la percepción es mayor que las expectativas que tenía el cliente, éste estará satisfecho, feliz y posiblemente sorprendido debido a la falta de costumbre (p. 11).

3.2.16. Beneficios de lograr la satisfacción del cliente

Los beneficios que todas las empresas pueden obtener por brindar satisfacción a los clientes por los productos y la atención brindada son diversas, ayudando de esta manera a la captación de nuevos clientes por la buena percepción y recomendación de los clientes frecuentes, extendiendo así su nicho de mercado e incrementando su producción. Según (Maldonado J. Á., Cultura de Servicio al Cliente, 2011) realiza un compendio de los múltiples beneficios de la importancia de la satisfacción en los clientes:

Beneficio 1: El cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad.

Beneficio 2: El cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio.

Beneficio 3: El cliente satisfecho deja de lado a la competencia. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar en el mercado.

Es decir toda empresa al satisfacer a los clientes obtendrá beneficios de la lealtad del cliente, difusión gratuita y una determinada participación en el mercado.

3.2.17. Seguimiento

Se tiene que realizar en cada empresa su respectiva evaluación y analizar cada uno de los datos que arroja luego de haber realizado el seguimiento, además con la ayuda de las normas permite a las empresas a controlar el sistema de gestión que está operando con el fin de mejorar el desempeño y la eficiencia de cada una de las actividades y decisiones tomadas. “La empresa tiene que realizar el seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en el que se cumplen todas las necesidades y las expectativas. Tiene que determinar los métodos para conseguir, realizar el seguimiento y revisar la información” (Excelencia, 2015).

Los clientes independientemente del negocio en el mundo moderno esperan que los productos y servicios logren satisfacer los más altos estándares. El rápido ritmo de la globalización ha llevado a los clientes en todo el mundo para desarrollar estas altas expectativas. Este fenómeno ha obligado a las empresas para proveer productos y servicios a un nivel de clase mundial (Sivaram, Devadasan, & Muugesh, 2013)

La satisfacción del cliente caracteriza por ser una dimensión que todas las organizaciones buscan, debido a su relación directa con la lealtad a la marca, la repetición de compras, comunicación boca a boca positiva boca, rentabilidad y cuota de mercado (Alverni Nannetti, Carvalho Mezquita , & Antunes Teixeira, 2015). En el entorno en el que se produce la satisfacción del cliente es dinámico, es imperativo, tanto gestión como en términos académicos, proporcionando una constante actualización y enriquecimiento de la teoría y la práctica.

4. METODOLOGÍA.

Para (Martínez Ruíz, 2012) metodología “es la aplicación a cualquier situación o fenómeno, de un procedimiento exacto o método con el propósito de resolver un problema, comprobar una hipótesis, explicar fenómenos o identificar nuevas relaciones entre ellos”.

La metodología según, (Ruíz, 2012) “es un procedimiento general para obtener de una manera más precisa el objetivo de la investigación, dependiendo de la problemática que se vaya a estudiar se determina el tipo de investigación”. La presente investigación se desarrollara bajo un enfoque cuantitativo y cualitativo, basados en los métodos teóricos como: análisis - síntesis, inducción - deducción e histórico – lógico, del mismo modo el método empírico para la recolección de datos, investigación de campo como es la encuesta y la aplicación de la estadística.

4.1. Método teórico

Tomando a consideración la información empírica se puede decir que para una investigación se debe tomar en cuenta varios aspectos que se debe procurar aplicarlo correctamente como indican (Ortiz, Rojas, López, Rosas, & Tamayo, 2015):

Son aquellos que admiten revelar las relaciones fundamentales del objeto de investigación, son fundamentales para la comprensión de los hechos y para la formulación de la hipótesis de investigación. Los métodos teóricos potencian la posibilidad de realización del salto cualitativo que permite ascender del acondicionamiento de información empírica a describir, explicar, determinar las causas y formular la hipótesis investigativa.

Según, (Martínez Pérez & Rodríguez Esponda, 2012) “Permite descubrir en el objeto de investigación las relaciones esenciales y las cualidades fundamentales, no detectables de manera sensorial. Por ello se apoya básicamente en los procesos de abstracción, análisis, síntesis, inducción y deducción”.

4.2. Método empírico

Según, (Guerrero Salazar, 2014) manifiesta que el método empírico “es un modelo de investigación científica, que se basa en la experimentación y la lógica empírica, que junto a la observación de fenómenos y su análisis estadístico, es el más usado en el campo de las ciencias sociales y en las ciencias naturales”.

La presente investigación se desarrollara bajo un enfoque en el método empírico, el cual de acuerdo con (Martínez López, 2012) define:

La metodología empírica como la investigación basada en la observación para descubrir algo desconocido o probar una hipótesis. La Investigación Empírica se basa en la acumulación de datos que posteriormente se analizan para determinar su significado. El diseño de una investigación incluye la totalidad de las etapas encaminadas a dar respuesta a las cuestiones principales en el marco de la investigación empírica. (p. 1).

La investigación empírica admite al investigador a realizar una serie de investigaciones tomando como referencia a su problemática, en su estudio, Ortiz, et al. (2015) entre los métodos empíricos tenemos:

Observación: Permite conocer la realidad mediante la sensopercepción directa de entes y procesos, para lo cual debe poseer algunas cualidades que le dan un carácter distintivo.

Medición: Es el método empírico que se desarrolla con el objetivo de obtener información numérica acerca de una propiedad o cualidad del objeto, proceso o fenómeno, donde se comparan magnitudes medibles conocidas. Es la asignación de valores numéricos a determinadas propiedades del objeto, así como relaciones para evaluarlas y representarlas adecuadamente. Para ello se apoya en procedimientos estadísticos.

Experimento: Es el más complejo y eficaz de los métodos empíricos, por lo que a veces se utiliza erróneamente como sinónimo de método empírico. Algunos lo consideran una rama tan elaborada que ha cobrado fuerza como otro método científico independiente con su propia lógica, denominada lógica experimental.

Existen diversas técnicas que posibilitan la recolección de información:
Encuestas, entrevistas y cuestionarios.

Se utilizara este enfoque debido a que se dedica a recoger, procesar y analizar datos de carácter cualitativo porque permitirá determinar las características y beneficios que generan el uso un sistema de gestión de calidad, por lo que es un factor importante en el desarrollo cuantitativo de los diferentes socios de la Asociación de Productores del Jean de Pelileo.

4.3. Población

Una población se define como un conjunto de variables que cumplen con una serie predeterminada de criterios, por lo que cuando se habla de población no se hace referencia de forma exclusiva a seres humanos sino al sector que se quiere estudiar (López, Fraga, Rosas, Castro, & Thompson, 2013).

Según, (Cegarra Sánchez, 2011) “Es el conjunto de individuos que tienen ciertas características o propiedades que son las que se desea estudiar. Cuando se conoce el número de individuos que la componen, se habla de población finita y cuando no se conoce su número, se habla de población infinita”. Ciertamente, para el desarrollo de cualquier proceso investigativo, el tamaño de la población involucrada es un factor de suma importancia y viene dado por el número de elementos que constituyen el universo en estudio.

Para la siguiente investigación se realiza las encuestas tanto para clientes internos como clientes externos ya que a través de las preguntas previamente diseñadas redactadas a partir del problema de investigación y fundamentación teórica, es uno de los instrumentos más usados

Población Clientes Internos

La población del presente proyecto está integrada por 108 socios considerados como clientes internos que se dedican a la actividad de producción y comercialización de prendas de vestir; y 49 socios que se dedican a otras actividades comerciales con los que cuenta la Asociación de Productores del Jean en la ciudad de Pelileo.

Locales Comerciales	
Venta de Ropa	108
Otros (Farmacias, artesanías, zapatos)	49
Total	157

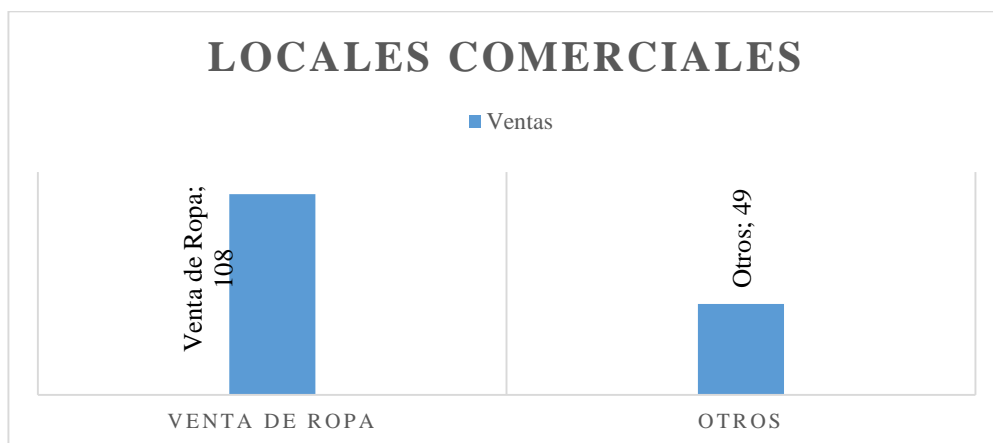


Gráfico 6 Clientes Internos

Población de Clientes Externos

Clientes externos mensualmente son variables aproximadamente se considera la visita de 5449 posibles clientes mensualmente entre comercializadores mayoristas y minoristas según los productos de los locales comerciales de la Asociación de Productores de la ciudad de Pelileo. Por tal motivo se debe proceder a calcular la muestra.

DETALLE	VISITANTES
Semanal	1362
Mensual	5449

4.4. Muestra

Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros que se verá más adelante. La muestra es una parte representativa de la población (López P. , 2012).

(Juez Martel & Diez Vegas , 2011) “Es un subconjunto de individuos pertenecientes a una población, y representativos de la misma. Existen diversas formas de obtención de la muestra en función del análisis que se pretenda efectuar”. Entre las ventajas que proporciona el muestreo el ahorro de tiempo en la realización de la investigación, la reducción de costos y la posibilidad de mayor profundidad y exactitud en los resultados.

Muestreo probabilístico

Para (Namarkforoosh, 2010), “es un muestreo en el cual todos los elementos de la población tienen posibilidad de ser seleccionados, se debe mencionar que no es necesario que la posibilidad sea igual”. Conocer la forma precisa de dicha probabilidad para cada elemento, lo que se conoce como probabilidad de inclusión.

Muestreo aleatorio simple

Para seleccionar los elementos de la muestra se utiliza la tabla de números aleatorios. En esta técnica, cada miembro de la población tiene la misma probabilidad de ser seleccionado como sujeto. Todo el proceso de toma de muestras se realiza en un paso, en donde cada sujeto es seleccionado independientemente de los otros miembros de la población (Explorable, 2012).

La muestra se calculara mediante el muestreo probabilístico de la población finita con la siguiente formula:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{z^2 * P * Q + Ne^2}$$

Donde:

n= tamaño de la muestra

Z= nivel de confianza (1.96)

p= variabilidad positiva (0.50)

q= variabilidad negativa (0.50)

N= tamaño de la población

e= precisión o margen de error

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 5449}{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 + 5449(0.05)^2}$$

$$n = \frac{5231.04}{0.96 + 13.6225}$$

$$n = \frac{5231.04}{14.58}$$

$$n = 358.78$$

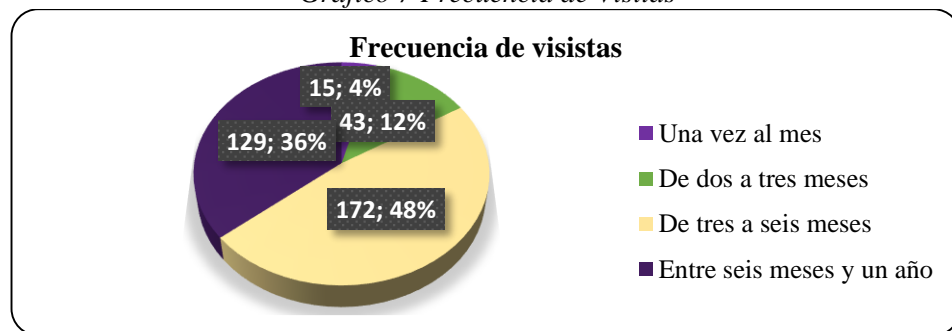
4.5. Tabulación dirigida a los Clientes externos

Pregunta 1.- ¿Con que frecuencia usted visita los locales comerciales de la Asociación de Productores del Jean en la Ciudad de Pelileo para realizar sus compras?

Tabla 1 Frecuencia de Visitas

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Una vez al mes	15	4,2	4,2	4,2
De dos a tres meses	43	12,0	12,0	16,2
De tres a seis meses	172	47,9	47,9	64,1
Entre seis meses y un año	129	35,9	35,9	100,0
Total	359	100,0	100,0	

Gráfico 7 Frecuencia de Visitas



Fuente: Encuestas Externas
Elaborado por: Cristina Andaluz

Análisis e Interpretación

De una muestra de 359 personas, el 48% que equivale a 172 personas respondieron que visitan con mayor afluencia de tres a seis meses, el 36% que corresponde a 129 personas mencionaron entre seis meses y un año, mientras que el 12% que equivale de dos a tres meses y por último el 4% que equivale a 15 personas responden que han visitado una vez al mes.

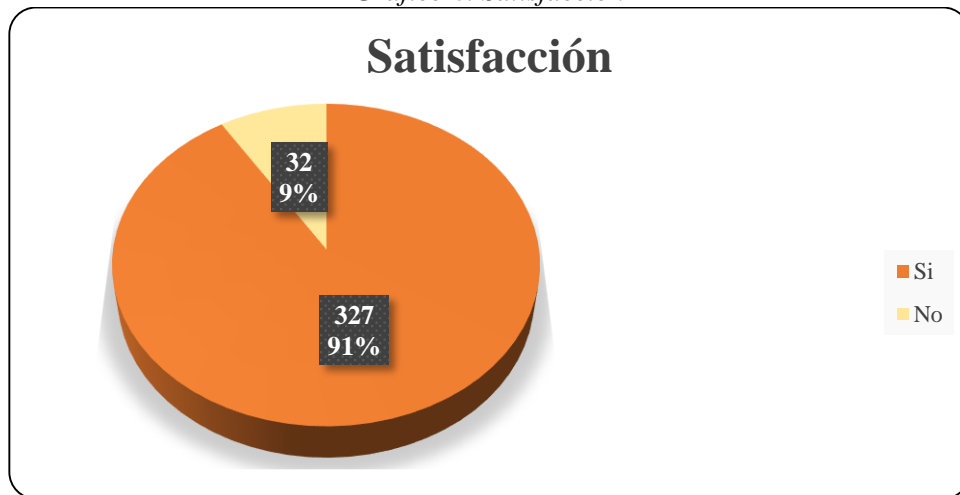
De los resultados obtenidos refleja que los clientes encuestados, el mayor porcentaje de visitas en los locales comerciales de la Asociación de Productores del Jean son de tres a seis meses, debido a que el mayor número de visitas son de clientes de otras provincias, del cual se debe crear estrategias para ganar mercado local.

Pregunta 2.- ¿De acuerdo a su criterio indique si se siente satisfecho con los productos que se comercializan en los locales comerciales de la Asociación de Productores del Jean de la Ciudad de Pelileo?

Tabla 2. Satisfacción

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	327	91,1	91,1	91,1
	No	32	8,9	8,9	100,0
	Total	359	100,0	100,0	

Gráfico 8. Satisfacción



Fuente: Encuestas Externas
Elaborado por: Cristina Andaluz

Análisis e Interpretación

De una muestra de 359 clientes externos, el 91% que representa a 327 clientes consideran que se sienten satisfechos con los productos de la Asociación, mientras que el 9% que equivale a 32 clientes se sienten insatisfechos al momento de efectuar la compra de los productos.

Por medio de la encuesta realizada se puede observar que en un porcentaje mayoritario los clientes de la Asociación se encuentran satisfechos con los productos que ofertan en los diferentes locales comerciales, lo cual demuestra que la Asociación puede conseguir mejorar sus productos y la atención al cliente que les permita lograr mayor aceptación en el mercado.

Pregunta 3.- ¿Al momento de realizar una compra en los locales comerciales le otorgaron algún tipo de garantía por el producto adquirido?

Tabla 3 Garantía por los productos

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	92	25,6	25,6	25,6
	No	267	74,4	74,4	100,0
Total		359	100,0	100,0	

Gráfico 9 Garantía por los productos



Fuente: Encuestas Externas
Elaborado por: Cristina Andaluz

Análisis e Interpretación

De un total de 359 clientes externos, el 74% que equivale a 267 clientes, respondieron que la empresa no les otorgó ningún tipo de garantía de los productos, mientras que el 26% que equivale a 92 personas respondieron que la empresa si les había brindado algún tipo de garantía por el producto adquirido en la Asociación.

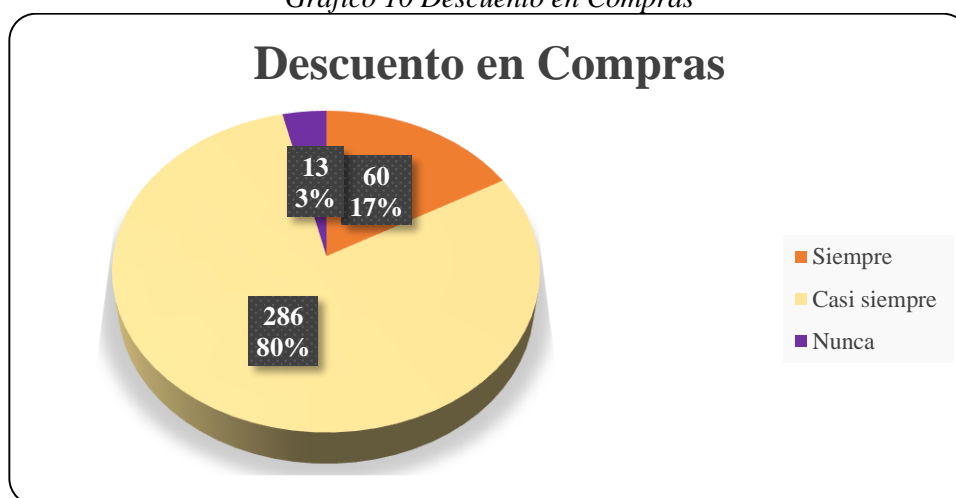
Existe un porcentaje mínimo de encuestados que indicaron que les otorgan algún tipo de garantía en los productos terminados que estos brindan, tomando en cuenta a la vez que el otro porcentaje arrojado en las encuestas deben poner énfasis en este aspecto al expender sus productos deben mencionar y otorgar la garantía para no perder credibilidad y confiabilidad en los mismos.

Pregunta 4.- ¿Los locales comerciales le han otorgado algún tipo de descuento especial a sus compras realizadas?

Tabla 4 Descuento en Compras

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	60	16,7	16,7	16,7
	Casi siempre	286	79,7	79,7	96,4
	Nunca	13	3,6	3,6	100,0
	Total	359	100,0	100,0	

Gráfico 10 Descuento en Compras



Fuente: Encuestas Externas
Elaborado por: Cristina Andaluz

Análisis e Interpretación

Del total de 359 clientes externos, el 80% que corresponde a 286 clientes indican que casi siempre han recibido un descuento en relación a sus compras, el 17% que equivale a 60 clientes manifiestan que siempre han recibido descuento especial en sus compras y el 3% que corresponde a 13 clientes dicen no haber recibido ningún tipo de descuento al respecto de sus compras en la Asociación.

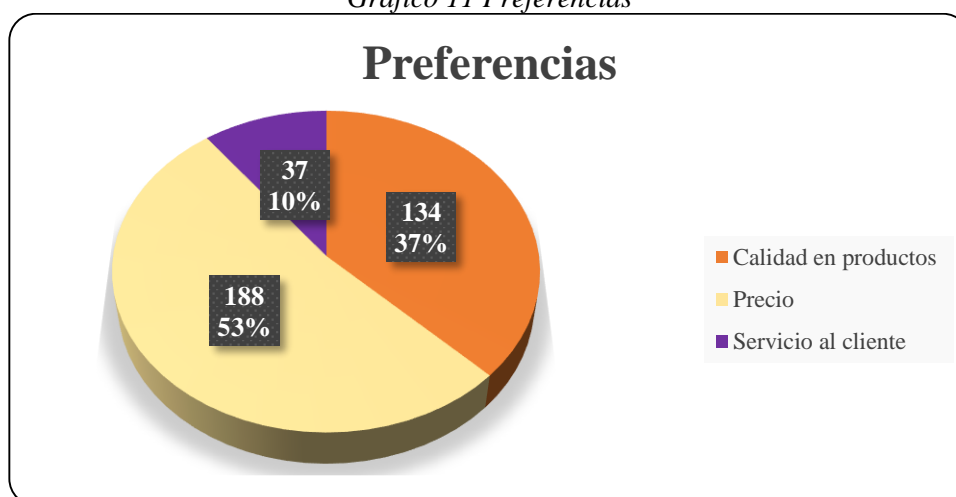
Se observa que el mayor porcentaje de los clientes menciona que casi siempre recibe algún tipo de descuento al efectuar sus compras, de igual forma se considera importante que siempre exista un porcentaje de descuento ya que esto puede motivar a los clientes a la compra y representar mayor número de ventas a los locales de la Asociación.

Pregunta 5.- ¿Al momento de realizar una compra porqué prefiere a los locales comerciales de la Asociación de Productores del Jean en la Ciudad de Pelileo?

Tabla 5 Preferencias

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Calidad de los productos	134	37,3	37,3	37,3
Precio	188	52,4	52,4	89,7
Servicio al cliente	37	10,3	10,3	100,0
Total	359	100,0	100,0	

Gráfico 11 Preferencias



Fuente: Encuestas Externas
Elaborado por: Cristina Andaluz

Análisis e Interpretación

De una muestra de 359 personas, el 53% que representa a 188 personas, contestaron que su principal motivo de compra es el precio, el 37% que representa a 134 personas consideran que su motivo de compra influye por la calidad de los productos y finalmente el 10% que representa a 37 personas toman como motivo el servicio al cliente que brinda cada uno de los locales de la Asociación.

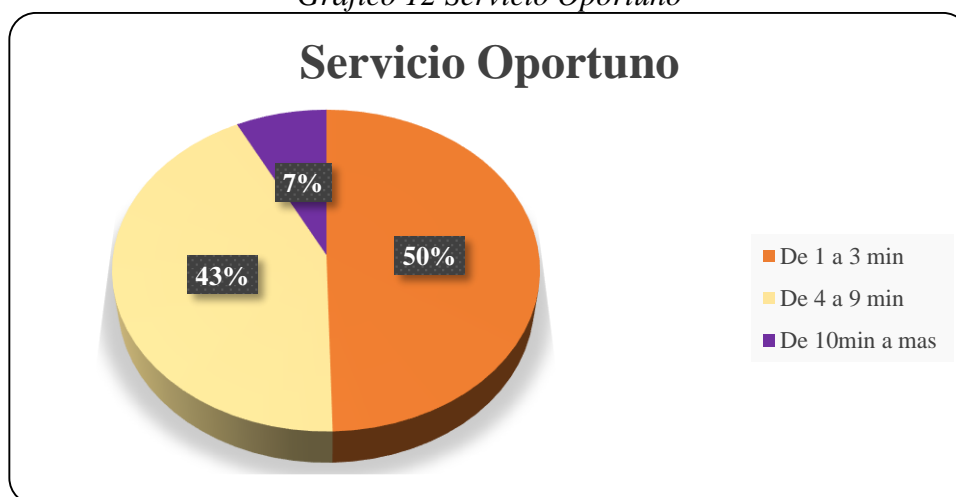
Un porcentaje considerable de encuestados manifestaron que el motivo para preferir comprar en la Asociación es por el precio, principalmente porque se trabaja con productos de buena calidad a precios accesibles, motivo por el cual se podría aportar una mejor atención al cliente que impulse a la compra.

Pregunta 6.- ¿En qué lapso de tiempo son atendidos sus requerimientos después de haber sido transmitidas al personal de ventas de los locales comerciales de la Asociación de Productores del Jean en la Ciudad de Pelileo?

Tabla 6 Servicio Oportuno

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos De 1 a 3 min	178	49,6	49,6	49,6
De 4 a 9 min	154	42,9	42,9	92,5
De 10 a más	27	7,5	7,5	100,0
Total	359	100,0	100,0	

Gráfico 12 Servicio Oportuno



Fuente: Encuestas Externas
Elaborado por: Cristina Andaluz

Análisis e Interpretación

De una muestra de 359 personas, el 50% representa a 178 personas las cuales contestaron que han obtenido el servicio a partir de que ingresan a los locales con la demora de 1 a 3 min, el 43% que equivale a 154 personas contestaron que han sido atendidos después de 4 a 9 min, mientras que el 7% que equivale a 27 personas han sido atendidos en un tiempo de 10 min o más.

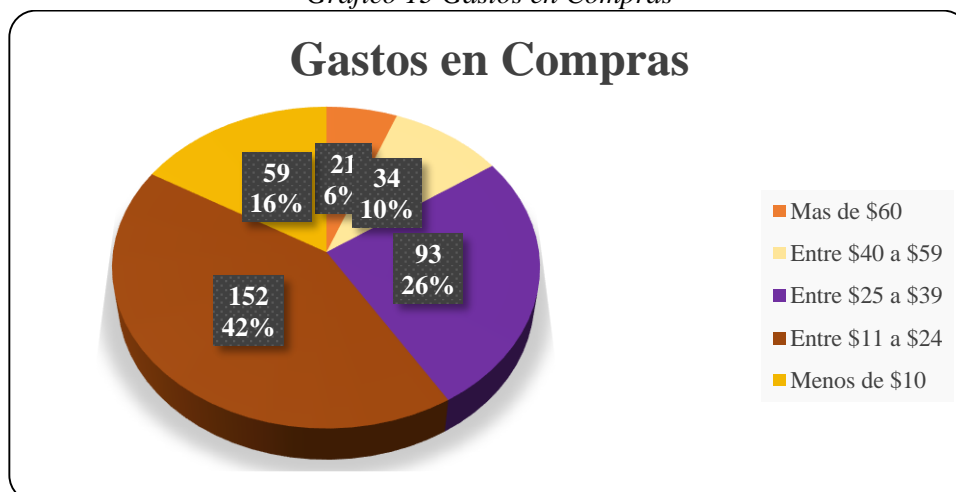
Por medio de las encuestas podemos comprender que el lapso de tiempo que se toma para el nivel de respuesta a las solicitudes de los clientes es inmediato en un tiempo comprendido entre 1 a 3 minutos, lo cual crea altos niveles de satisfacción y preferencia.

Pregunta 7.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en promedio al comprar un producto en los locales comerciales de la Asociación de Productores del Jean en la Ciudad de Pelileo?

Tabla 7 Gastos en Compras

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Más de \$60	21	5,8	5,8	5,8
	Entre \$40 a \$59	34	9,5	9,5	15,3
	Entre \$25 a \$39	93	25,9	25,9	41,2
	Entre \$11 a 24\$	152	42,3	42,3	83,6
	Menos de \$10	59	16,4	16,4	100,0
	Total	359	100,0	100,0	

Gráfico 13 Gastos en Compras



Fuente: Encuestas Externas
Elaborado por: Cristina Andaluz

Análisis e Interpretación

De una muestra de 359 clientes externos, el 42% que equivale a 152 clientes están dispuestos a gastar en promedio en sus compras entre \$11 a \$24 en una prenda de vestir, el 26% que corresponde a 93 clientes indican que están dispuestos a gastar entre \$25 a \$39 en las compras que realice, mientras que el 16% que equivale a 59 clientes mencionan que gastarían menos de \$10, del mismo modo el 10% que equivale a 34 clientes indican que están dispuestos a gastar entre \$40 a \$59 en sus compras y

por último 6% que equivales a 21 clientes manifiestan que gastarían más de \$60 realizando sus compras en los locales de la Asociación.

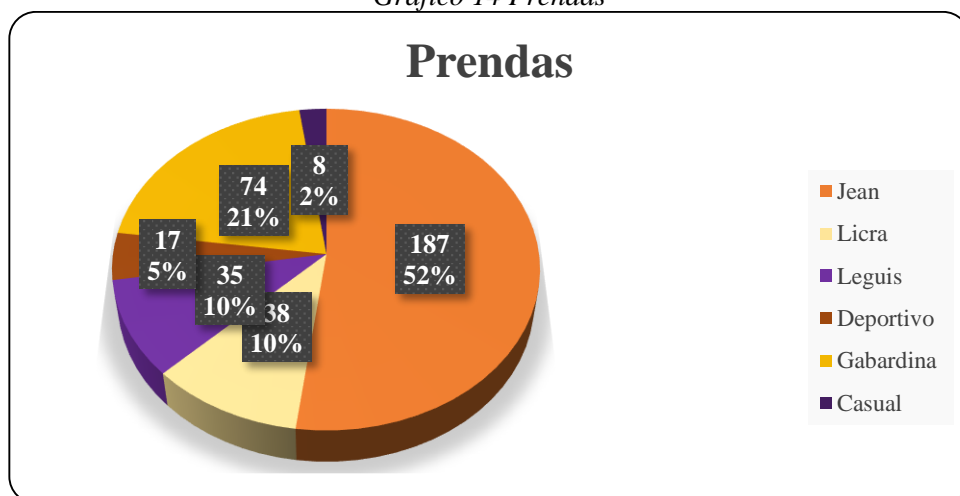
Se determina por medio de las encuestas que el mayor porcentaje obtenido indica que está dispuesto a gastar un monto considerable y que va acorde con los precios ofertados en los productos de los locales de la Asociación, por lo cual mantenerse en este rango de precios les permitirá surgir y extenderse en el mercado.

Pregunta 8.- ¿Qué tipo de prenda prefiere?

Tabla 8 Prendas

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Jean	187	52,1	52,1	52,1
	Licra	38	10,6	10,6	62,7
	Leguis	35	9,7	9,7	72,4
	Deportivo	17	4,7	4,7	77,2
	Gabardina	74	20,6	20,6	97,8
	Casual	8	2,2	2,2	100,0
	Total	359	100,0	100,0	

Gráfico 14 Prendas



Fuente: Encuestas Externas
Elaborado por: Cristina Andaluz

Análisis e Interpretación

De una muestra de 359 clientes externos, el 52% que equivale a 187 clientes indican que prefieren usar prendas jean, el 21% que corresponde a 74 clientes dicen que prefieren gabardina, mientras que el 11% que equivale a 38 clientes mencionan que prefieren licra, del mismo modo el 9% que equivale a 35 clientes indican que prefieren leguis, el 5% que corresponde a 17 clientes dicen que prefieren usar ropa deportiva y por último 2% que equivales a 8 clientes manifiesta que prefieren lo casual prendas que se comercializan en los diferentes locales de la Asociación.

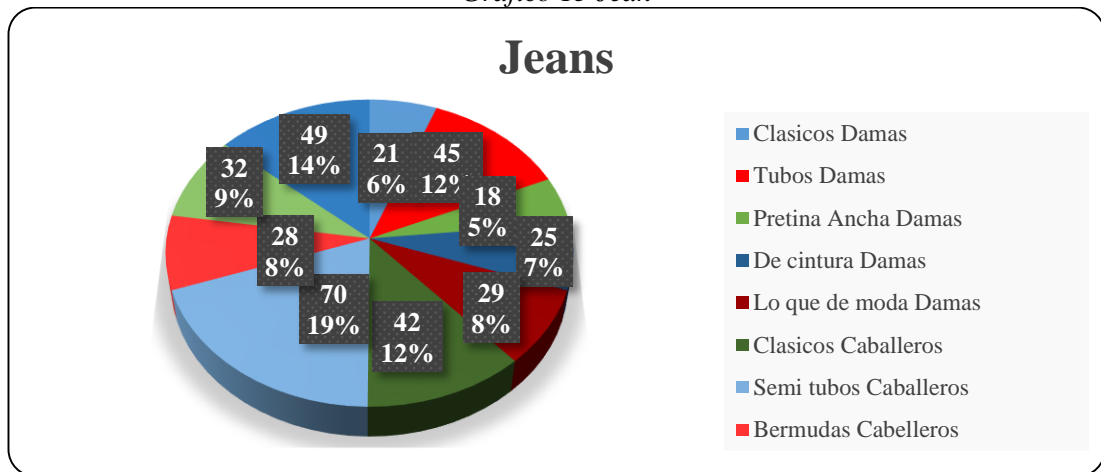
Mediante los resultados de esta pregunta indican que el mayor porcentaje prefiere la prenda jean por la comodidad y flexibilidad que este le brinda, es necesario verificar que cada producto entregado cuente con la calidad y el respaldo de la Asociación, para crear no solo mayor confiabilidad sino una mejor y mayor fidelización de los clientes.

Pregunta 9.- ¿Qué modelo de Jean prefiere?

Tabla 9 Jean

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Clásicos Damas	21	5,8	5,8	5,8
	Tubos Damas	45	12,5	12,5	18,4
	Pretina Ancha Dama	18	5,0	5,0	23,4
	De cintura Dama	25	7,0	7,0	30,4
	Lo que esté a la moda Dama	29	8,1	8,1	38,4
	Clásicos Caballeros	41	11,4	11,4	49,9
	Semi tubos Caballeros	71	19,8	19,8	69,6
	Bermudas Caballeros	27	7,5	7,5	77,2
	Anchos Caballeros	33	9,2	9,2	86,4
	Lo que esté de moda Caballeros	49	13,6	13,6	100,0
	Total	359	100,0	100,0	

Gráfico 15 Jean



Fuente: Encuestas Externas
Elaborado por: Cristina Andaluz

Análisis e Interpretación

De una muestra de 359 clientes externos entre hombres y mujeres, el 19% que equivale a 70 clientes masculinos indican que prefieren usar jean modelo semi tubo, el 14% que corresponde a 49 clientes masculinos prefieren los jean que están de moda, el 12% que equivale a 45 clientas prefieren jean tubos, el 12% que corresponde a 42 clientes prefieren jean clásicos, el 9% que corresponde a 32 clientes hombres prefieren jean anchos, mientras que el 8% que equivale a 29 damas mencionan que prefieren lo que está de moda, del mismo modo el 7% que equivale a 28 clientes indican que prefieren adquirir bermudas, el 7% que corresponde a 25 damas encuestadas prefieren jean de cintura, el 6% que equivale a 21 clientas prefieren jean clásicos y por último 5% que equivaes a 18 clientas manifiesta que prefieren los jean pretina ancha, prendas que encuentra en los diferentes locales de la Asociación.

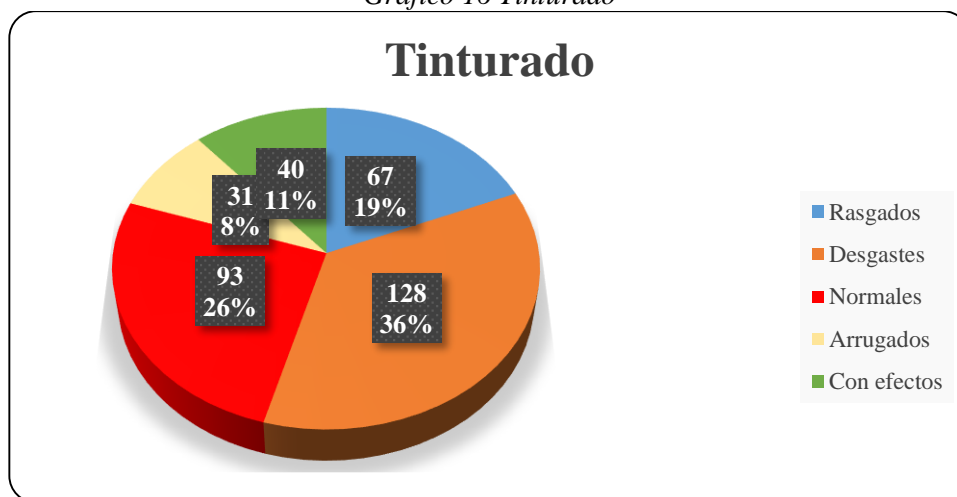
Existe un porcentaje considerable de clientes tanto de damas y caballeros que tienen distintas preferencias al momento de elegir una prenda jean donde prevalece el modelo y el gusto de cada uno de ellos, siendo el punto clave de cada local brindar variedad de productos y modelos para satisfacer las necesidades de los clientes y fortalecer varios aspectos tanto de la marca como del producto.

Pregunta 10.- ¿Qué tipo de efectos de tinturado prefiere al momento de elegir un Jean?

Tabla 10 Tinturado

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Rasgados (rotos)	67	18,7	18,7	18,7
	Desgastes (decoloración)	128	35,7	35,7	54,3
	Normales (un color)	93	25,9	25,9	80,2
	Arrugados	31	8,6	8,6	88,9
	Con efectos (bigotes)	40	11,1	11,1	100,0
	Total	359	100,0	100,0	

Gráfico 16 Tinturado



Fuente: Encuestas Externas
Elaborado por: Cristina Andaluz

Análisis e Interpretación

De una muestra de 359 clientes externos, el 36% que equivale a 128 clientes prefieren que los jeans tengan un efecto desgastado, el 26% que corresponde a 93 clientes indican que prefieren jeans de color normal o directo, mientras que el 19% que equivale a 67 clientes mencionan que prefieren los efectos rasgados en sus prendas, del mismo modo el 11% que equivale a 40 clientes indican que prefieren con efectos de bigotes, plastiflechas entre otros y por último 8% que equivale a 31 clientes manifiestan que prefieren efectos de arruga al momento de usar y elegir una prenda realizando sus compras en los locales de la Asociación.

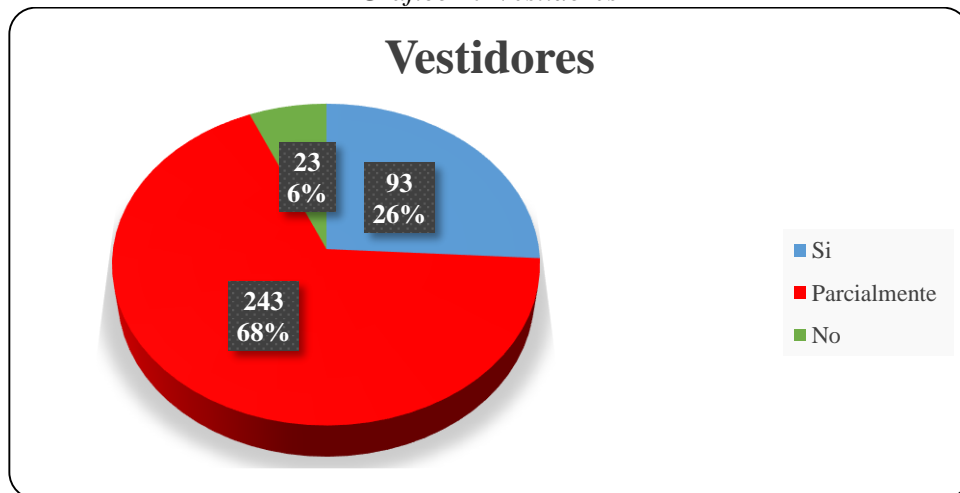
La presentación o acabados de una prenda jean son varios, el ofertar un gama de colores y efectos en cada prenda determina a un tipo de cliente que está dirigido, con el fin de llegar a los gustos y preferencias del consumidor ya sea por motivos de moda o tendencia actual siendo el punto clave lograr satisfacer a todos los clientes.

Pregunta 11.- ¿Considera usted, adecuados los vestidores de los locales comerciales de la Asociación de Productores del Jean en la Ciudad de Pelileo?

Tabla 11 Vestidores

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	93	25,9	25,9	25,9
	Parcialmente	243	67,7	67,7	93,6
	No	23	6,4	6,4	99,7
	Total	359	100,0	100,0	

Gráfico 17 Vestidores



Fuente: Encuestas Externas
Elaborado por: Cristina Andaluz

Análisis e Interpretación

Del total de 359 clientes externos, el 68% que corresponde a 243 clientes indican que los vestidores de cada uno de los locales están parcialmente correctos y adecuados para su correspondiente uso, el 26% que equivale a 93 clientes manifiestan

que si son adecuados y no existe incomodidad para su uso y el 6% que corresponde a 23 clientes dicen no se sienten cómodos al momento de su uso por lo que no se debe descuidar para su mejor aceptación de los clientes.

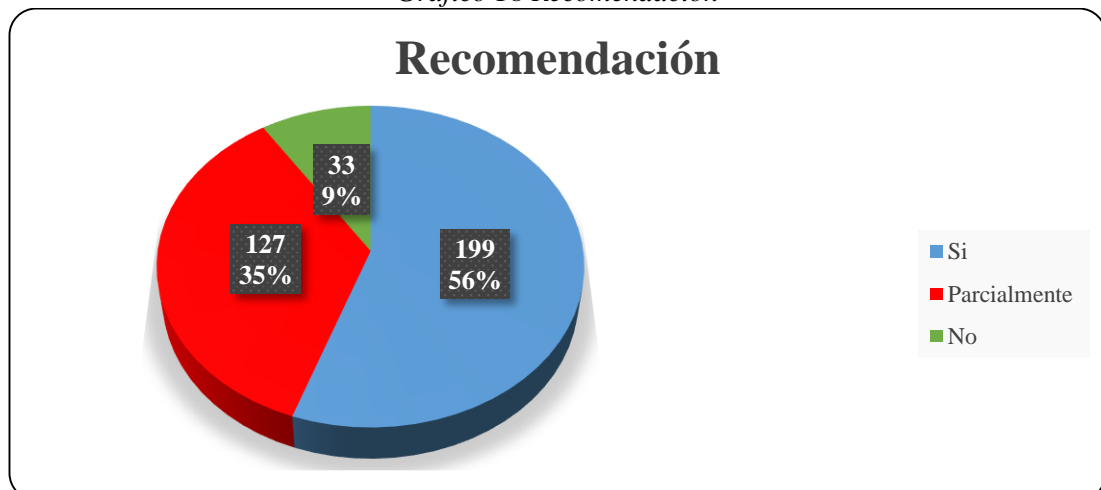
Un porcentaje elevado considera que los vestidores de los locales comerciales son adecuados parcialmente, sin embargo se debería verificar el estado y añadir más suplementos que permitan mayor comodidad para su uso.

Pregunta 12.- ¿Ha recomendado usted los productos de los locales comerciales de la Asociación de Productores del Jean en la Ciudad de Pelileo a otras personas?

Tabla 12 Recomendación

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	127	35,4	35,4	35,4
	Parcialmente	127	35,4	35,4	70,8
	No	105	29,2	29,2	100,0
Total		359	100,0	100,0	

Gráfico 18 Recomendación



Fuente: Encuestas Externas
Elaborado por: Cristina Andaluz

Análisis e Interpretación

Del total de 359 clientes externos, el 56% que corresponde a 199 clientes indican que si han recomendado los productos que presentan la Asociación del jean, el 35% que equivale a 127 clientes manifiestan que parcialmente de una u otra manera han recomendado a otras personas que visiten y compren los productos de la Asociación y el 9% que corresponde a 33 clientes dicen no haber recomendado de ningún modo los productos y la Asociación al respecto de sus compras.

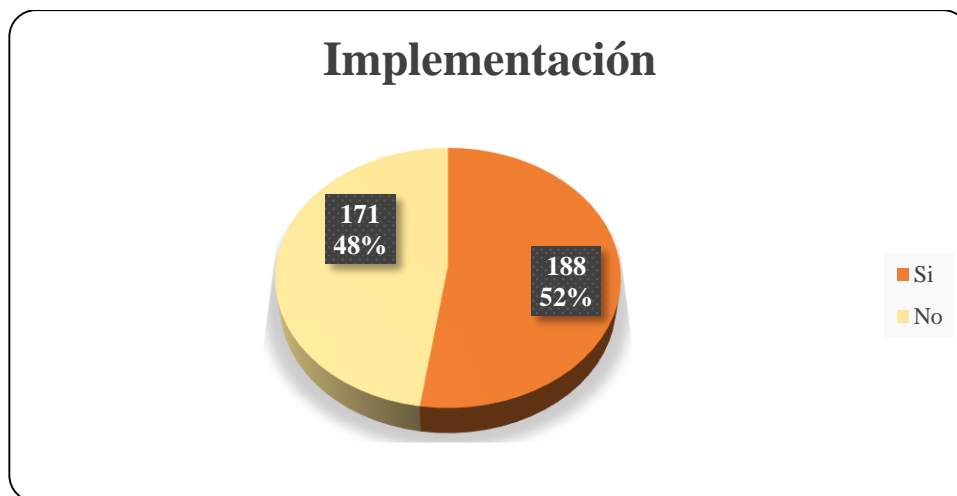
En el resultado de las encuestas existe un porcentaje aceptable que presentan publicidad boca a boca debido a las experiencias por las compras realizadas, ya que los clientes tienen buena percepción de los productos, por lo tanto se debe mantener y mejorar la imagen a la vez fortalecer aspectos como calidad y atención al cliente para satisfacer de mejor manera a los clientes.

Pregunta 13.- ¿La Asociación de Productores del Jean en la Ciudad de Pelileo debería implementar un Sistema de Gestión de Calidad basado en las Normas ISO 9001:2015?

Tabla 13 Implementación

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	188	52,4	52,4	52,4
No	171	47,6	47,6	100,0
Total	359	100,0	100,0	

Gráfico 19 Implementación



Fuente: Encuestas Externas
Elaborado por: Cristina Andaluz

Análisis e Interpretación

Del total de 359 clientes externos, el 52% que corresponde a 188 clientes indican que la Asociación debería implementar un Sistema de Gestión de Calidad, y el 48% que corresponde 171 clientes dicen que no es necesario implementar un Sistema de Gestión de Calidad en la Asociación al respecto de sus procesos.

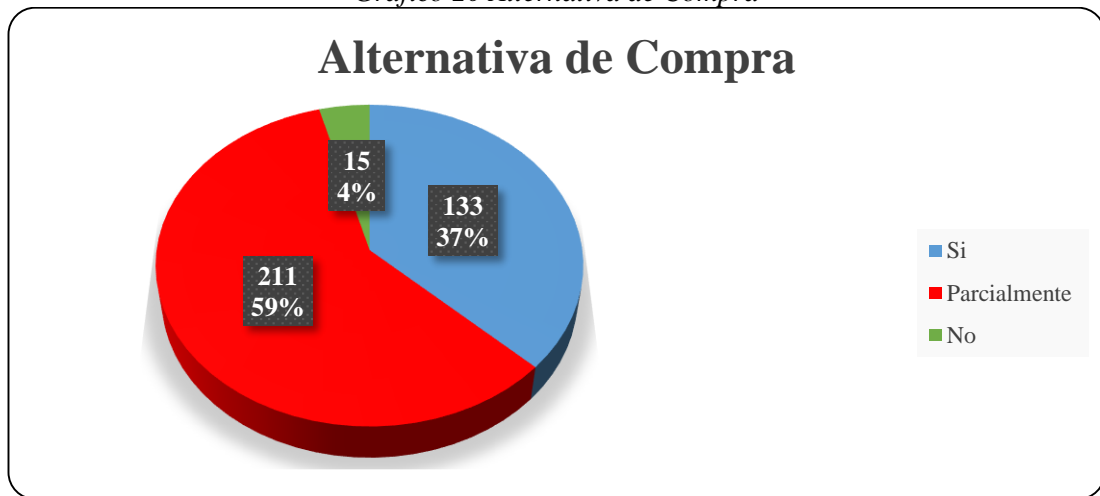
Los resultados obtenidos en esta pregunta reflejan en su mayoría la satisfacción del cliente con los productos y la atención brindada, consideran que la implementación del Sistema de Gestión de Calidad aportaría a la mejora de las empresas para que sea una buena alternativa de comprar en los locales de la Asociación de Productores del Jean, por lo cual se debería implementar el sistema para mantener y mejorar los estándares de calidad y brindar una mejor atención al cliente para la satisfacción de los clientes.

Pregunta 14.- ¿Le parece una buena alternativa para realizar compras en los almacenes de la Asociación de Productores del Jean en la Ciudad de Pelileo?

Tabla 14 Alternativa de Compra

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	133	37,0	37,0	37,0
	Parcialmente	211	58,8	58,8	95,8
	No	15	4,2	4,2	100,0
	Total	359	100,0	100,0	

Gráfico 20 Alternativa de Compra



Fuente: Encuestas Externas
Elaborado por: Cristina Andaluz

Análisis e Interpretación

Del total de 359 clientes externos, el 52% que corresponde a 188 clientes indican que la Asociación debería implementar un Sistema de Gestión de Calidad, el 46% que equivale a 166 clientes manifiestan que deben implementar de forma parcial que de una u otra forma incida al integrar un Sistema de Gestión de Calidad y el 2% que corresponde 5 clientes dicen que no es necesario implementar un Sistema de Gestión de Calidad en la Asociación al respecto de sus procesos.

Para un alto porcentaje indican que es una buena alternativa para realizar sus compras sin embargo no hay que descuidar en mejorar cada vez más a medida en que los gustos y preferencias del consumidor van cambiando. Aspectos como calidad en los productos excelente atención y una infraestructura adecuada que busquen superar

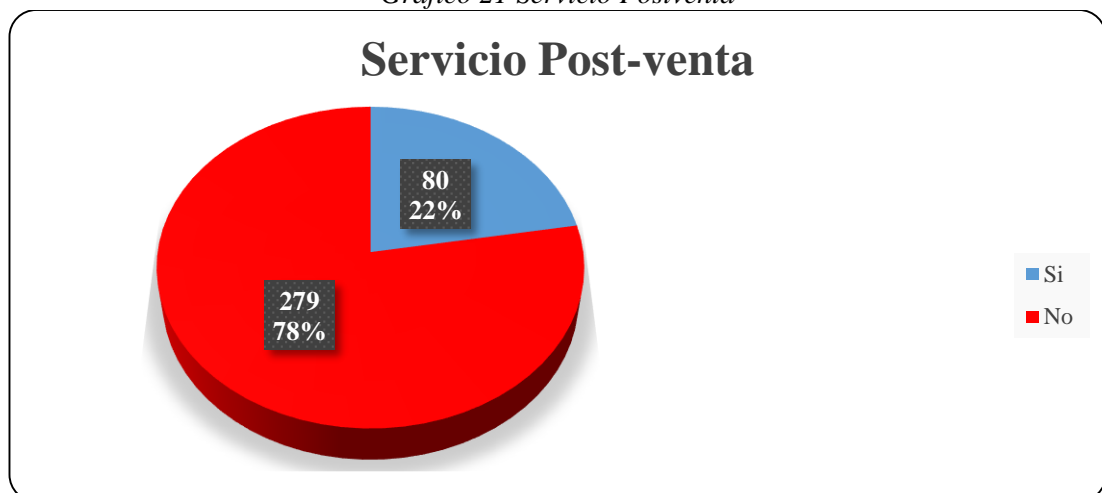
las expectativas y mejore la perspectiva de los clientes y su posicionamiento en el mercado.

Pregunta 15.- Le gustaría recibir una llamada Postventa de los locales comerciales de la Asociación de Productores del Jean en la Ciudad de Pelileo.

Tabla 15 Servicio Postventa

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	80	22,3	22,3	22,3
	No	279	77,7	77,7	100,0
	Total	359	100,0	100,0	

Gráfico 21 Servicio Postventa



Fuente: Encuestas Externas
Elaborado por: Cristina Andaluz

Análisis e Interpretación

De un total de 359 clientes externos, el 78% que equivale a 279 clientes, respondieron que no es necesario recibir una llamada ya que solo son compras ocasionales, mientras que el 22% que equivale a 80 personas respondieron que si les gustaría recibir una llamada post venta para alguna acotación o sugerencia que le permita mayor aceptación y fidelización del producto porque son clientes frecuentes y de compras al por mayor que adquieren en la Asociación.

El mayor porcentaje del número de encuestas realizadas menciona que no desea recibir una llamada Postventa debido a que no realizan compras representativas para requerir una llamada, sin embargo se debería mantener un mejor control de la base de datos de los clientes de ventas al por mayor con lo que respecta a actualizaciones, sugerencias y novedades de los productos adquiridos para promover nuevas ventas.

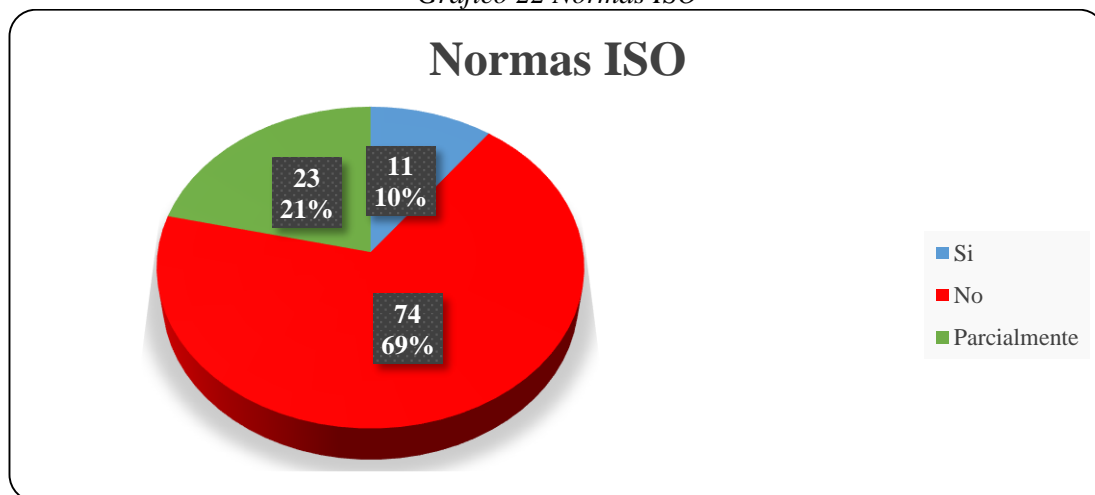
Tabulación dirigida a los clientes internos

Pregunta 1.- ¿Sabe usted, que son las NORMAS ISO 9001-2015?

Tabla 16 Normas ISO

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	11	10,2	10,2	10,2
No	74	68,5	68,5	78,7
Parcialmente	23	21,3	21,3	100,0
Total	108	100,0	100,0	

Gráfico 22 Normas ISO



Fuente: Encuestas Internas
Elaborado por: Cristina Andaluz

Análisis e Interpretación

De una población de 108 clientes internos, el 69% que corresponde a 74 clientes indican que la Asociación debería implementar un Sistema de Gestión de

Calidad, el 21% que equivale a 23 clientes manifiestan que deben implementar de forma parcial que de una u otra forma incida al integrar un Sistema de Gestión de Calidad y el 10% que corresponde 11 clientes dicen que no es necesario implementar un Sistema de Gestión de Calidad en la Asociación al respecto de sus procesos.

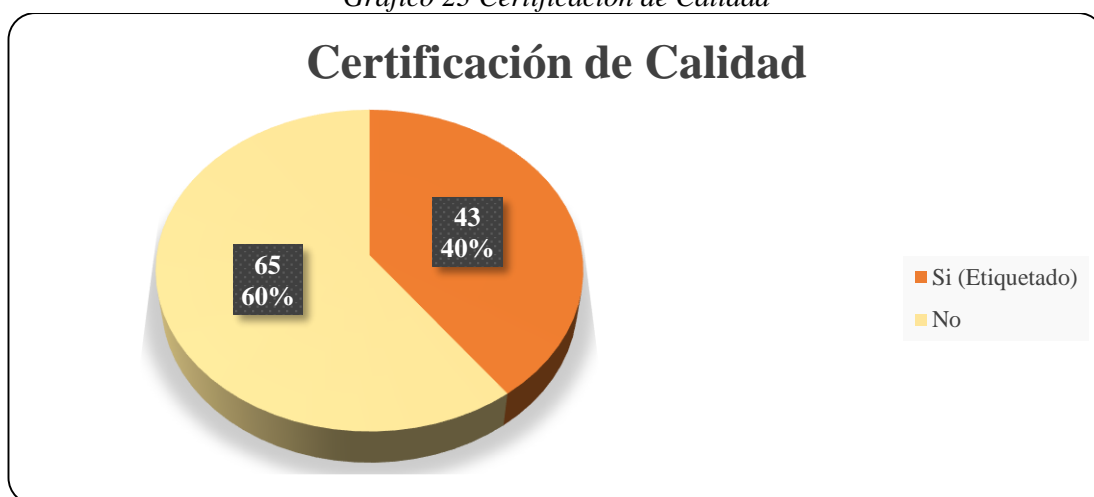
De los resultados obtenidos en las encuestas el mayor porcentaje indica que no sabe lo que son las Normas ISO, lo que es importante reforzar con un instructivo que les permita a todos los integrantes de la Asociación conocer y aplicar un Sistema de Gestión de Calidad con el único propósito de satisfacer mejor a los clientes a la vez que se involucren a profundidad en el desarrollo de la Asociación de Productores del Jean en la ciudad de Pelileo.

Pregunta 2.- ¿Los productos que usted comercializa, posee certificación de calidad?

Tabla 17 Certificación de Calidad

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si (Etiquetado)	43	39,8	39,8	39,8
	No	65	60,2	60,2	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

Gráfico 23 Certificación de Calidad



Fuente: Encuestas Internas
Elaborado por: Cristina Andaluz

Análisis e Interpretación

De una población de 108 clientes internos, el 60% que corresponde a 65 clientes indican que los productos que comercializa no posee ningún tipo de certificación de calidad, mientras que el 40% que equivale a 43 clientes dicen que si contiene el certificado de etiquetado en las prendas que poseen en sus locales en los diferentes locales de la Asociación.

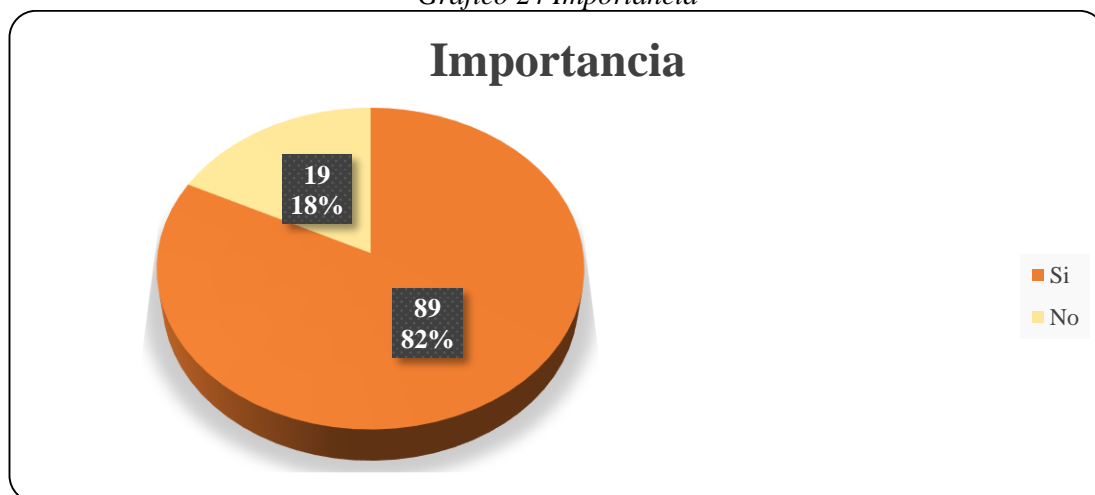
Por medio de las encuestas se puede observar que un porcentaje considerable nos indica que no posee certificación de calidad los productos que comercializan, por lo cual se debe tomar en cuenta al momento de adquirir los productos si posee algún tipo de certificación ya que esto le permite saber la procedencia, la composición y el trato que se le debe dar a la prenda garantizar más y mejor los productos.

Pregunta 3.- ¿Conoce usted cuál es la importancia de la implementación de un Sistema de Calidad?

Tabla 18 Importancia

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	99	91,7	91,7	91,7
	No	9	8,3	8,3	100,0
Total		108	100,0	100,0	

Gráfico 24 Importancia



Análisis e Interpretación

De una población de 108 clientes internos, el 82% que corresponde a 89 clientes indican que les parece muy importante la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad en la Asociación y el 18% que equivale a 19 clientes manifiestan que no les parece importante la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad en la Asociación para mejoramiento de los procesos.

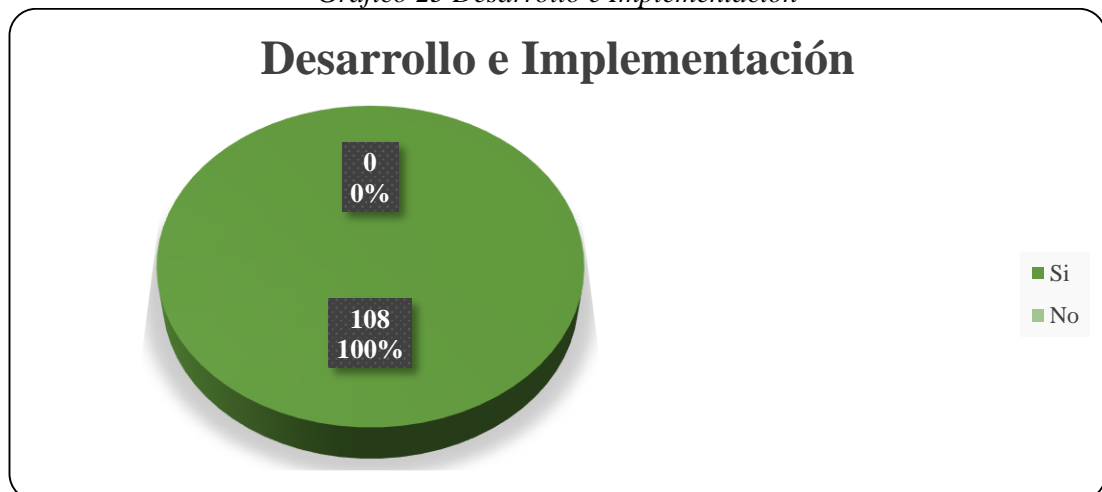
De la encuesta realizada refleja que un porcentaje aceptable indica que es muy importante conocer en que consiste y cuáles son sus requerimientos para implementar un Sistema de Gestión de Calidad con el único afán de satisfacer más y mejor al cliente.

Pregunta 4.- ¿Estaría dispuesto a desarrollar e implementar un Sistema de Calidad en su negocio?

Tabla 19 Desarrollo e Implementación

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	108	100,0	100,0	100,0

Gráfico 25 Desarrollo e Implementación



Análisis e Interpretación

De una población de 108 clientes internos, el 100% está dispuesto a desarrollar e implementar un Sistema de Gestión de Calidad de cada uno de los integrantes como empresa y como Asociación.

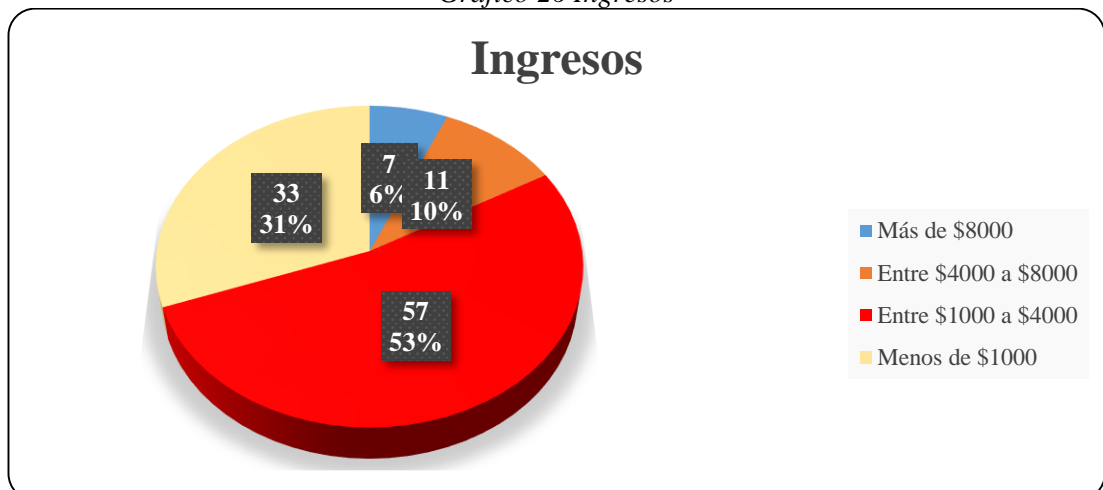
La implementación de un Sistema de Gestión de Calidad, según las encuestas refleja que el porcentaje total está dispuesto implementar un Sistema de Calidad que permita mejorar los procesos, y crear nuevas estrategias que le permitan posicionarse de forma activa en el mercado, satisfaciendo de manera óptima a los clientes.

Pregunta 5.- ¿Cuál es el promedio de ingresos de forma mensual en su negocio?

Tabla 20 Ingresos

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Más de \$8000	7	6,5	6,5	6,5
	Entre \$4000 a \$8000	11	10,2	10,2	16,7
	Entre \$1000 a \$4000	57	52,8	52,8	69,4
	Menos de \$1000	33	30,6	30,6	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

Gráfico 26 Ingresos



Fuente: Encuestas Internas
Elaborado por: Cristina Andaluz

Análisis e Interpretación

De una población de 108 clientes internos, el 53% que corresponde a 57 clientes indican que su promedio de ingresos es entre \$1.000 a \$4.000 de manera mensual, el 31% que equivale a 33 clientes manifiestan que el promedio de sus ingresos es menos de \$1.000 mensualmente, mientras que el 10% que corresponde a 11 clientes manifiesta que el promedio de sus ingresos es entre \$4.000 a \$8.000 de forma mensual y el 6% que corresponde 7 clientes dicen que el promedio de sus ingresos es más de \$8.000 mensualmente indistintamente en cada local comercial pertenecientes a la Asociación.

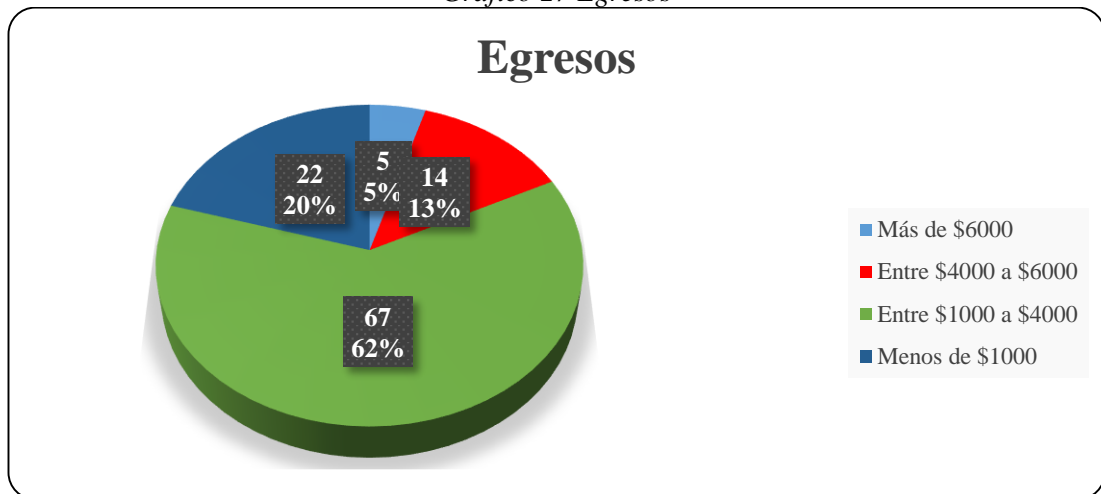
Debido a la situación actual del país el promedio de ingresos ha disminuido al respecto de años anteriores, con los resultados obtenidos reflejan que el mayor porcentaje tienen ingresos entre \$1000 a \$4000 por lo que se necesita ofertar productos de calidad y excelente atención para que les elijan entre la competencia, siendo esto beneficioso para la Asociación por su alta rotación en los inventarios.

Pregunta 6.- ¿Cuál es el promedio de egresos de forma mensual en su negocio?

Tabla 21 Egresos

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Más de \$6000	5	4,6	4,6	4,6
	Entre \$4000 a \$6000	14	13,0	13,0	17,6
	Entre \$1000 a \$4000	67	62,0	62,0	79,6
	Menos de \$1000	22	20,4	20,4	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

Gráfico 27 Egresos



Fuente: Encuestas Internas
Elaborado por: Cristina Andaluz

Análisis e Interpretación

De una población de 108 clientes internos, el 62% que corresponde a 67 clientes indican que su promedio de egresos es entre \$1.000 a \$4.000 de manera mensual en su negocio, el 20% que equivale a 22 clientes manifiestan que el promedio de sus ingresos es menos de \$1.000 mensualmente, mientras que el 13% que corresponde a 14 clientes manifiesta que el promedio de sus ingresos es entre \$4.000 a \$6.000 de forma mensual y el 5% que corresponde 5 clientes dicen que el promedio de sus ingresos es más de \$6.000 mensualmente indistintamente en cada local comercial en relación a las ventas realizadas pertenecientes a la Asociación.

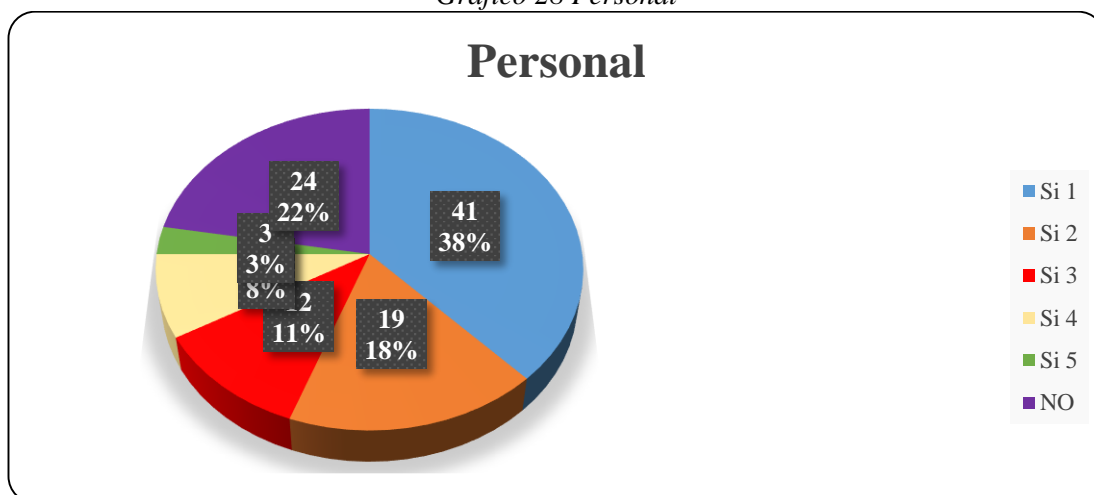
Como podemos ver existe un porcentaje alto que registra egresos entre \$1000 a \$4000, ya que depende de las ventas para la adquisición de nueva mercadería por lo tanto este rubro depende de la temporada y los requerimientos de los locales comerciales de la Asociación de Productores del Jean en la ciudad de Pelileo.

Pregunta 7.- ¿Para la atención al cliente usted cuenta con personal en su local comercial?

Tabla 22 Personal

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si (1)	41	38,0	38,0	38,0
	Si (2)	19	17,6	17,6	55,6
	Si (3)	12	11,1	11,1	66,7
	Si (4)	9	8,3	8,3	75,0
	Si (5)	3	2,8	2,8	77,8
	No	24	22,2	22,2	100,0
Total		108	100,0	100,0	

Gráfico 28 Personal



Fuente: Encuestas Internas
Elaborado por: Cristina Andaluz

Análisis e Interpretación

De una población de 108 clientes internos, el 38% que corresponde a 41 clientes indican que cuentan con 1 persona para atención al cliente en sus respectivos locales comerciales, el 22% que equivale a 24 clientes manifiestan que no requieren de personal para atención al cliente en los locales comerciales ya que son ellos mismo quienes atienden, mientras que el 18% que corresponde a 19 clientes manifiesta que cuentan con 2 personas para atención al cliente en el respectivo local, el 11% que equivale a 12 clientes que responden que cuentan con 3 personas para atención al cliente en los locales comerciales, el 8% que corresponde a 9 clientes cuentan con 4

personas para atención al cliente en sus respectivos locales comerciales y el 3% que corresponde a 3 clientes dicen que cuentan con 5 personas para atención al cliente por la extensión de los locales comerciales.

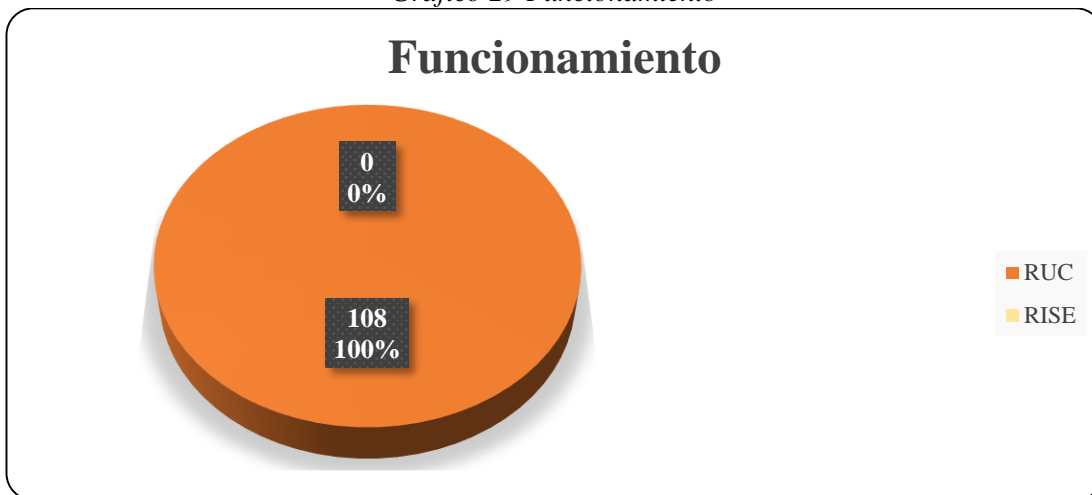
Las personas encargadas de atender a los clientes deben considerar la importancia que tienen al desempeñarse en esta posición ya que tienen un contacto directo con los clientes, y de ellos depende una posible venta el minimizar la importancia de conocer los comentarios, sugerencias y demás requerimientos de los clientes, la Asociación mantiene un nivel bajo en su cuota de mercado al no satisfacer las necesidades de los clientes.

Pregunta 8.- ¿Para el funcionamiento de su negocio usted posee?

Tabla 23 Funcionamiento

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos RUC	108	100,0	100,0	100,0

Gráfico 29 Funcionamiento



Fuente: Encuestas Internas
Elaborado por: Cristina Andaluz

Análisis e Interpretación

De una población de 108 clientes internos, el 100% respondieron que realizan su actividad económica utilizando el RUC, del mismo modo realizando sus respectivas contribuciones de impuestos.

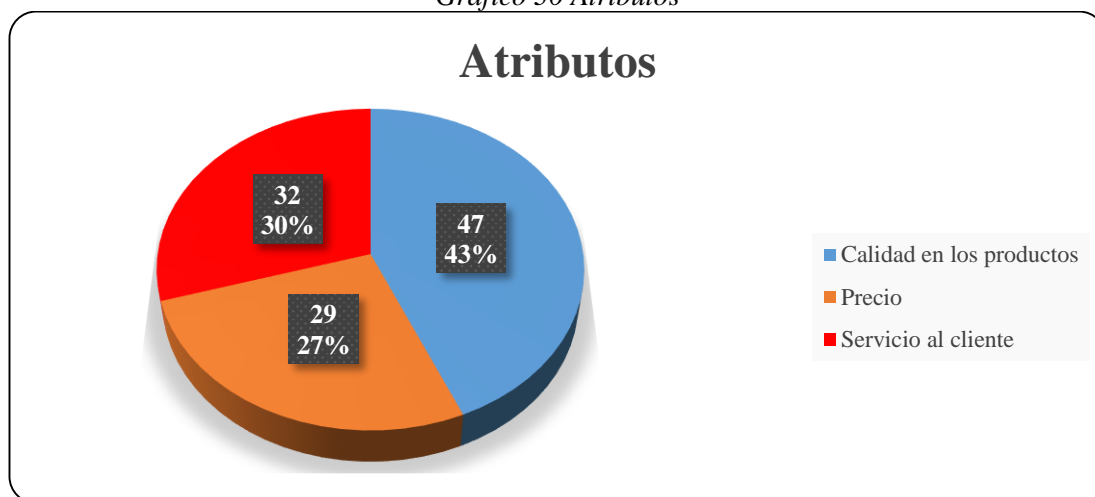
Evidentemente todos los clientes encuestados, realizan su actividad económica con RUC cumpliendo obligadamente con sus obligaciones tributarias y de esta forma aportando para el desarrollo del país.

Pregunta 9.- ¿A su criterio cuál es el atributo que los clientes valoran como más relevante al momento de la compra de un producto de su negocio?

Tabla 24 Atributos

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Calidad en los productos	47	43,5	43,5	43,5
	Precio	29	26,9	26,9	70,4
	Servicio al Cliente	32	29,6	29,6	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

Gráfico 30 Atributos



Fuente: Encuestas Internas
Elaborado por: Cristina Andaluz

Análisis e Interpretación

De una población de 108 clientes internos, el 43% que equivale a 47 personas indican que el atributo que valora de manera más relevante es la calidad en los productos, mientras que el otro 30% que equivale a 32 personas menciona que el atributo que es relevante es el servicio al cliente y el 27% que equivale a 29 personas, el atributo más relevante de compra es el precio de los productos que presentan cada local de la Asociación.

Con los resultados de la encuesta indican casi de forma similar que las opciones de compra son distintas y no se podría tomar énfasis en un solo aspecto sino a la vez fortalecer todas en una sola alternativa de producto que infiera los aspectos para satisfacer en su totalidad al cliente.

Pregunta 10.- ¿Considera usted, que los clientes de su negocio se sienten satisfechos al momento de efectuar una compra?

Tabla 25 Satisfacción de Compra

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	108	100,0	100,0	100,0

Gráfico 31 Satisfacción de Compra



Fuente: Encuestas Internas
Elaborado por: Cristina Andaluz

Análisis e Interpretación

De una población de 108 clientes internos, el 100% respondieron que aparentemente todos los clientes que visitan cada uno de los locales están satisfechos de su compra ya que por la conformidad con el producto llega al cierre de venta.

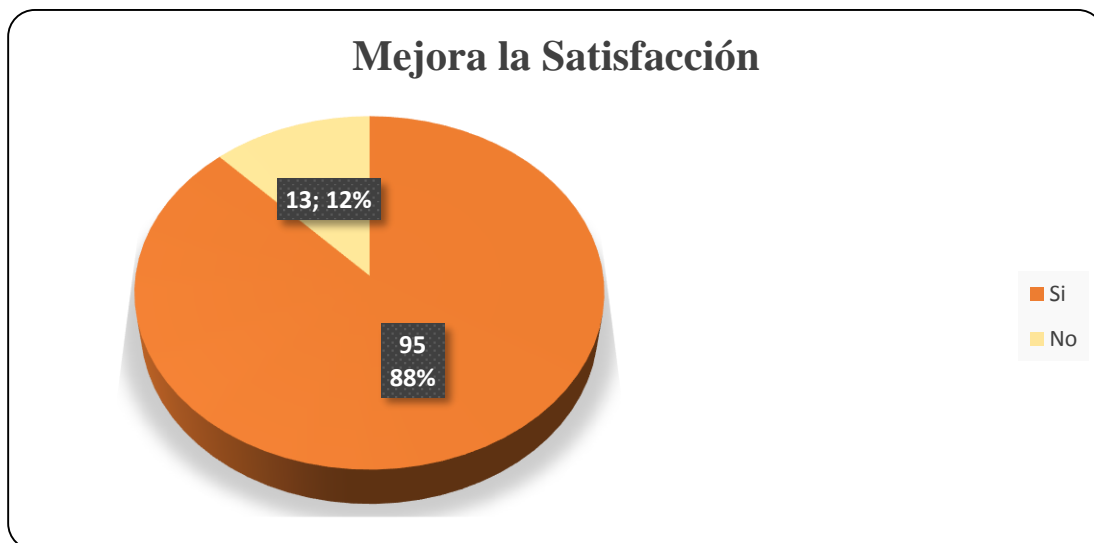
En su totalidad piensan que los clientes se sienten satisfechos al efectuar su compra, sin embargo se deberá motivar de mejor manera al personal para que la atención que brinden a los clientes sea con mayor entusiasmo y así pueda transmitir seguridad y confianza a los clientes.

Pregunta 11.- ¿Considera usted, que la implementación de los Sistemas de Gestión de Calidad mejorará la satisfacción de los clientes de las empresas pertenecientes de la Asociación de Productores del Jean de la Ciudad de Pelileo?

Tabla 26. S.G.C. Mejora la Satisfacción

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	95	88,0	88,0	88,0
Válidos No	13	12,0	12,0	100,0
Total	108	100,0	100,0	

Gráfico 32: S.G.C. Mejora la Satisfacción



Fuente: Encuestas Internas
Elaborado por: Cristina Andaluz

Análisis e Interpretación

De una población de 108 clientes internos, el 88% equivalente a 95 socios respondieron que con la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad permitirá el mejor desempeño de cada uno de los procesos y lograra satisfacer más y mejor a los clientes tanto en los productos como en la atención, mientras que el 12% correspondiente a 13 socios menciona que no es necesario implementar un sistema para mejorar la satisfacción de los clientes.

Es evidente que la mayoría de encuestas indicaron que al adoptar un Sistema de Gestión de Calidad presentara cambios de mejora tanto para los procesos como para la atención que se brinda al cliente, permitiendo a la vez superar las expectativas de los clientes con el principal objetivo de lograr satisfacer bien y mejor sus necesidades.

VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Formulación de la hipótesis

Se procede a plantear la hipótesis, hipótesis nula (H_0) y la hipótesis positiva o alterna (H_1).

Tema:

“Sistema de Gestión de Calidad para la Satisfacción de los Clientes de la Asociación de Productores del Jean en la ciudad de Pelileo”

Hipótesis Nula

(H_0) Sistema de Gestión de Calidad *no* permitirá incrementar el nivel de Satisfacción de los Clientes de la Asociación de Productores del Jean en la ciudad de Pelileo.

Hipótesis Alternativa

(H_1) Sistema de Gestión de Calidad *si* permitirá incrementar el nivel Satisfacción de los Clientes de la Asociación de Productores del Jean en la ciudad de Pelileo.

Nivel de significación

El nivel de significación escogido para la investigación es del 5% (95%).

Prueba estadística de la investigación.

De acuerdo con los datos estadísticos obtenidos para la verificación de las hipótesis se ha escogido la prueba del **Chi Cuadrado**, cuya fórmula es la siguiente:

Fórmula

$$X^2 = \frac{\sum(f_o - f_e)^2}{f_e}$$

Simbología

X^2 = Chi Cuadrado

Σ = Sumatoria

f_o = Frecuencia observada

f_e = Frecuencia esperada

Comprobación de hipótesis

Para la comprobación de la hipótesis se relacionó dos preguntas de las encuestas realizadas tanto externas como internas y se observó las siguientes frecuencias de respuesta.

Clientes externos

Pregunta 2.- ¿De acuerdo a su criterio indique si se siente satisfecho con los productos que se comercializan en los locales comerciales de la Asociación de Productores del Jean de la Ciudad de Pelileo?

Tabla 27 Grado de Satisfacción

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	327	91,1	91,1	91,1
	No	32	8,9	8,9	100,0
	Total	359	100,0	100,0	

Pregunta 13.- ¿La Asociación de Productores del Jean en la Ciudad de Pelileo debería implementar un Sistema de Gestión de Calidad basado en las Normas ISO 9001:2015?

Tabla 28 Implementación

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	188	52,4	52,4	52,4
	No	171	47,6	47,6	100,0
	Total	359	100,0	100,0	

Frecuencia Observada

Tabla 29: Frecuencia Observada I

PREG. 2 \ PREG. 13	¿La Asociación de Productores del Jean en la Ciudad de Pelileo debería implementar un Sistema de Gestión de Calidad basado en las Normas ISO 9001:2015?		Total Marginal	
	Si	No		
¿De acuerdo a su criterio indique si se siente satisfecho con los productos que se comercializan en los locales comerciales de la Asociación de Productores del Jean de la Ciudad de Pelileo?	Si	156	171	327
	No	32	0	32
Total Marginal		188	171	359

Fuente: Encuestas Externas

Elaborado por: Cristina Andaluz

Frecuencia Esperada

Tabla 30: Frecuencia Esperada I

PREG. 2 \ PREG. 13	¿La Asociación de Productores del Jean en la Ciudad de Pelileo debería implementar un Sistema de Gestión de Calidad basado en las Normas ISO 9001:2015?		Total Marginal	
	Si	No		
¿De acuerdo a su criterio indique si se siente satisfecho con los productos que se comercializan en los locales comerciales de la Asociación de Productores del Jean de la Ciudad de Pelileo?	Si	171.24	155.76	327
	No	16.76	15.24	32
Total Marginal		188	171	359

Fuente: Encuestas Externas

Elaborado por: Cristina Andaluz

χ^2

Tabla 31: Chi Cuadrado I

PREG. 2	PREG. 13	¿La Asociación de Productores del Jean en la Ciudad de Pelileo debería implementar un Sistema de Gestión de Calidad basado en las Normas ISO 9001:2015?		
		Si	No	
¿De acuerdo a su criterio indique si se siente satisfecho con los productos que se comercializan en los locales comerciales de la Asociación de Productores del Jean de la Ciudad de Pelileo?	Si	1.36	1.49	2.85
	No	13.86	15.24	29.11
			X^{2c}	31.95

Fuente: Encuestas Externas
Elaborado por: Cristina Andaluz

Grados de libertad

$$(gl) = (F - 1) (C - 1)$$

Donde:

gl: Grado de Libertad

C: Columnas de la tabla

F: Filas de la tabla

Aplicación:

$$(gl) = (F - 1) (C - 1)$$

$$(gl) = (2 - 1) (2 - 1)$$

$$(gl) = (1) (1)$$

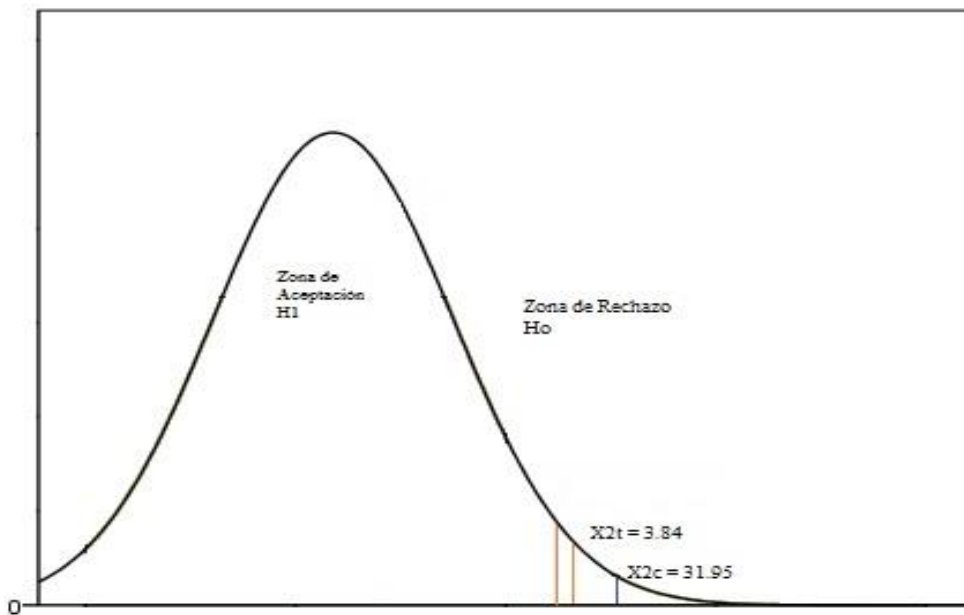
$$(gl) = 1$$

Nivel de significación = 5%

El valor de tabulación del Chi cuadrado (X^2t) con 1 grado de libertad y un nivel de significación del 5% es de 3,84

Gráfico 33:

Zona de Aceptación y Rechazo de la Hipótesis I



Decisión:

El valor de $X^2t = 3.84 < X^2c = 31.95$. Por consiguiente se acepta la hipótesis alterna (H_1), es decir que la implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad, *si* permitirá incrementar el nivel de satisfacción de los clientes de la Asociación de Productores de Jean de la ciudad de Pelileo, y se rechaza la hipótesis nula (H_0).

Clientes Internos

Pregunta 3.- ¿Conoce usted cuál es la importancia de la implementación de un Sistema de Calidad?

Tabla 32 Importancia

Alternativas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	99	91,7	91,7	91,7
	No	9	8,3	8,3	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

Pregunta 11.- ¿Considera usted, que la implementación de los Sistemas de Gestión de Calidad mejorará la satisfacción de los clientes de las empresas pertenecientes de la Asociación de Productores del Jean de la Ciudad de Pelileo?

Tabla 33. S.G.C. Mejora la Satisfacción

Alternativa		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	95	88,0	88,0	88,0
	No	13	12,0	12,0	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

Frecuencias Observadas

Tabla 34: Frecuencias Observadas II

PREG. 3	PREG. 11	¿Considera usted, que la implementación de los Sistemas de Gestión de Calidad mejorará la satisfacción de los clientes de las empresas pertenecientes de la Asociación de Productores del Jean de la Ciudad de Pelileo?		Total Marginal
		Si	No	
¿Conoce usted cuál es la importancia de la implementación de un Sistema de Calidad?	Si	95	4	99
	No	0	9	9
Total Marginal		95	13	108

Fuente: Encuestas Internas

Elaborado por: Cristina Andaluz

Frecuencias Esperadas

Tabla 35: Frecuencia Esperada II

PREG. 3 \ PREG. 11		¿Considera usted, que la implementación de los Sistemas de Gestión de Calidad mejorará la satisfacción de los clientes de las empresas pertenecientes de la Asociación de Productores del Jean de la Ciudad de Pelileo?		Total Marginal
		Si	No	
¿Conoce usted cuál es la importancia de la implementación de un Sistema de Calidad?	Si	87.08	11.92	99
	No	7.92	1.08	9
Total Marginal		95	13	108

Fuente: Encuestas Internas

Elaborado por: Cristina Andaluz

χ^2

Tabla 36: Chi Cuadrado II

PREG. 3 \ PREG. 11		¿Considera usted, que la implementación de los Sistemas de Gestión de Calidad mejorará la satisfacción de los clientes de las empresas pertenecientes de la Asociación de Productores del Jean de la Ciudad de Pelileo?		
		Si	No	
¿Conoce usted cuál es la importancia de la implementación de un Sistema de Calidad?	Si	0.72	5.26	5.98
	No	7.92	57.85	65.77
		X^{2c}		71.75

Fuente: Encuestas Internas

Elaborado por: Cristina Andaluz

Grados de libertad

$$(gl) = (F - 1) (C - 1)$$

$$(gl) = (2 - 1) (2 - 1)$$

$$(gl) = (1) (1)$$

$$(gl) = 1$$

Nivel de significación = 5%

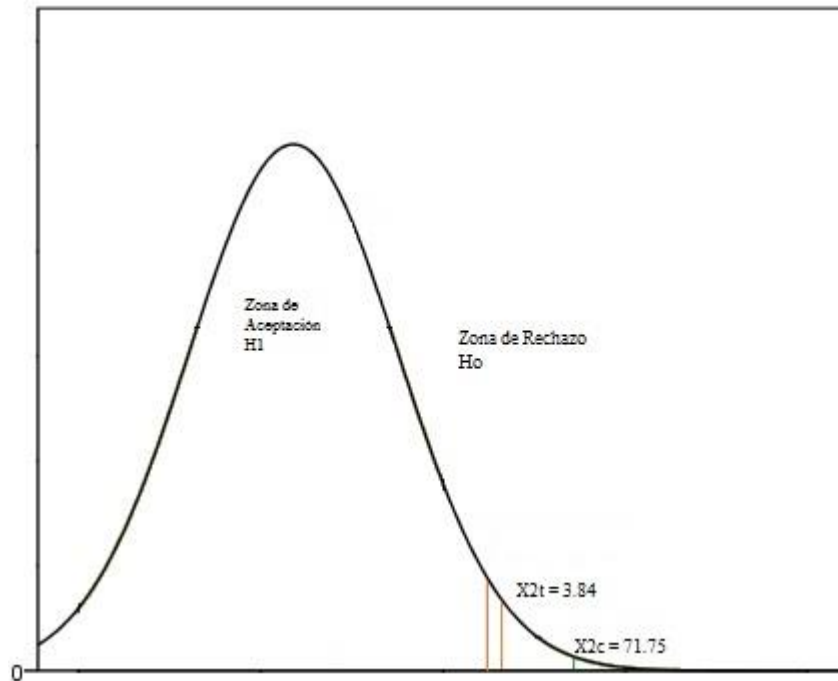
El valor de tabulación del Chi cuadrado (X^2t) con 1 grado de libertad y un nivel de significación del 5% es de 3,84

Tabla 37: Tabla de Chi Cuadrado

Grados de libertad	Probabilidad										
	0.95	0.90	0.80	0.70	0.50	0.30	0.20	0.10	0.05	0.01	0.001
1.	0.004	0.02	0.06	0.15	0.46	1.07	1.64	2.71	3.84	6.64	10.83
<u>2.</u>	0.10	0.21	0.45	0.71	1.39	2.41	3.22	4.60	<u>5.99</u>	9.21	13.82
3.	0.35	0.58	1.01	1.42	2.37	3.66	4.64	6.25	7.82	11.34	16.27
4.	0.71	1.06	1.65	2.20	3.36	4.88	5.99	7.78	9.49	13.28	18.47
5.	1.14	1.61	2.34	3.00	4.35	6.06	7.29	9.24	11.07	15.09	20.52
<u>6.</u>	1.63	2.20	3.07	3.83	5.35	7.23	8.56	10.64	<u>12.59</u>	16.81	22.46
7.	2.17	2.83	3.82	4.67	6.35	8.38	9.80	12.02	14.07	18.48	24.32
8.	2.73	3.49	4.59	5.53	7.34	9.52	11.03	13.36	15.51	20.09	26.12
9.	3.32	4.17	5.38	6.39	8.34	10.66	12.24	14.68	16.92	21.67	27.88
10.	3.94	4.86	6.18	7.27	9.34	11.78	13.44	15.99	18.31	23.21	29.59
No significativo									Significativo		

Gráfico 34:

Zona de Aceptación y Rechazo de la Hipótesis II



Decisión:

El valor de $X^2t = 3.84 < X^2c = 71.75$. Por lo tanto de conformidad a lo establecido en la regla de decisión, se acepta la hipótesis alterna (H_1), es decir que la implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad, *si* tiene relación con el nivel de satisfacción de los clientes de la Asociación de Productores de Jean de la ciudad de Pelileo, y se rechaza la hipótesis nula (H_0).

5. RESULTADOS ESPERADOS

5.1. Métodos científicos que posibilitan los resultados.

Para el desarrollo del diseño de manual es recomendable poner mayor énfasis en varias secciones de modo que como Asociación se forje mayor satisfacción de los clientes por medio de la aplicación de la Norma internacional ISO 9001:2015. Se desarrollará en base a la norma que se representa a continuación según (Norma ISO 9001:2015, 2015):

4. Contexto de la organización
 - 4.1. Comprender la organización y su contexto
 - 4.2. Comprender las necesidades y expectativas de las partes interesadas
6. Planificación para el sistema de Gestión de la Calidad
 - 6.1. Acciones para afrontar riesgos y oportunidades
 - 6.1.1. Planificación del sistema de gestión de calidad
 - 6.1.2. La Asociación debe planificar
8. Operación
 - 8.1. Planificación y Control Operacional
 - 8.2. Determinación de los requisitos para los productos y servicios
 - 8.2.1. Comunicación con el cliente
 - 8.2.2. Determinación de los requisitos relacionados con el producto y servicio
 - 8.2.3. Revisión de los requisitos relacionados con el producto y servicio
 - 8.3. Diseño y desarrollo de productos y servicios
 - 8.3.1. Generalidades
 - 8.3.2. Determinación de las etapas y los controles para el diseño y desarrollo
 - 8.3.3. Elementos de entrada para el diseño y desarrollo
 - 8.3.4. Controles de diseño y desarrollo
 - 8.3.5. Resultados del diseño y desarrollo
 - 8.3.6. Cambios del diseño y desarrollo
 - 8.4. Control de los productos y servicios proporcionados externamente
 - 8.4.1. General

- 8.4.2. Tipo de alcance del control de los suministros externos
- 8.4.3. Información para proveedores externos
- 8.5. Producción y prestación del servicio
 - 8.5.1. Control de la producción y prestación de servicio
 - 8.5.2. Identificación y trazabilidad
 - 8.5.3. Los bienes pertenecientes a los clientes o proveedores externos
 - 8.5.4. Preservación
 - 8.5.5. Actividades de pos entrega
 - 8.5.6. Control de los cambios
- 8.6. Entrega de productos y servicios
- 8.7. Control de los elementos resultantes del proceso, los productos y los servicios no conformes
- 9. Evaluación del desempeño
 - 9.1. Seguimiento, medición, análisis y evaluación
 - 9.1.1. Generalidades
 - 9.1.2. Satisfacción al cliente
 - 9.1.3. Análisis y evaluación
 - 9.2. Auditoría interna
 - 9.3. Revisión por la dirección
- 10. Mejora
 - 10.1. Generalidades
 - 10.2. No conformidad y acciones correctivas
 - 10.3. Mejora continua

5.2. Fundamentación científica de los resultados.

Para (Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001, 2015) menciona que gestionar la calidad sea cual sea el tamaño del negocio con una norma reconocida en todo el mundo y utilizada por más de un millón de organizaciones. Con la norma ISO 9001 de Gestión de Calidad puede:

- Cumplir constantemente con las expectativas de los clientes.
- Lograr diferenciación entre otras empresas y aumentar las ventas.
- Corregir el rendimiento de las empresas.

El sistema permite realizar seguimientos continuos que gestionen la calidad ya sea ejecutando una única acción local o global. Donde la norma de gestión de calidad reconocida por todo el mundo, propone formas y criterios de referencia que permita un rendimiento constante.

Existen algunos beneficios que demuestran los clientes que han adoptado el sistema de gestión de calidad obteniendo resultados en la implementación y adaptación permitiéndole:

- Convertirse en un excelente competidor en su mercado.
- Mejorar la gestión de calidad con el propósito de cumplir con las necesidades del cliente.
- Optimizar el rendimiento de operación, reduciendo errores y aumentando los beneficios.
- Incentivar y comprometer al personal con los propósitos de la empresa.
- Obtener clientes apreciables con una mejor atención.
- Extender las oportunidades para incrementar el negocio.

Cláusula 4: Contexto de la Asociación

La organización debe establecer las cuestiones tanto externas como internas que son pertinentes para su propósito y su dirección estratégica, y que pueden afectar

a su capacidad para lograr los resultados previstos de su Sistema de Gestión de la Calidad.

Cláusula 6: Planificación para el sistema de gestión de calidad

La gestión del riesgo planteada sustituye a la que se han conocido hasta ahora cómo acciones preventivas. La norma ISO 9001:2015 no establece la metodología de gestión de riesgos que se deben utilizar para identificar, analizar y evaluar todos los riesgos ligados a procesos, para reducir o eliminar todos los fallos que derivan de los riesgos y se gestionan los riesgos de una manera proactiva.

Cláusula 8: Operación

La cláusula se refiere a la ejecución de planes y procesos que ayudan a la empresa a cumplir con los requisitos y perspectivas de diseño del cliente.

Cláusula 9: Evaluación del desempeño

Abarca los requisitos sobre seguimiento, análisis, medición y evaluación, que se debe considerar controlar los métodos que se utilizan para analizar y reportar los intervalos. Las auditorías que se realicen internamente deben ser planificadas para revisiones de la dirección con el fin de revisar el sistema de gestión de la empresa asegurándose del adecuado manejo y su eficacia

Cláusula 10: Mejora

Infiere en tomar acción sobre las no conformidades y tomar acción dependiendo el caso, para corregir y restablecer la no conformidad y tomar frente a las consecuencias. De mismo modo es tomar en cuenta si no existe no conformidades similares o que vuelvan a ocurrir, este requisito de mejora abarca más tomando en cuenta la idoneidad y la adecuación del sistema de gestión de calidad.

5.3. Validación teórica o práctica de los resultados.

Una vez aplicado el sistema de gestión de calidad en la Asociación de Productores del Jean refuerza a las empresas intervinientes en el control de los procesos y del personal, lo que permitirá fortalecer las inexactitudes y puntos débiles encontrados durante el diagnóstico interno que se realice a cada empresa. El Sistema de Gestión de Calidad está enfocado principalmente a la satisfacción del cliente, gestionadas bajo la orientación de procesos, lo que asegura que son operables, medibles, controlables y mejorables.

Buscando como punto principal la calidad en las operaciones se proyecta como gestión de mejora en los procesos de operación, desempeño de los colaboradores y los productos que permitirá a las empresas intervinientes a desenvolverse en la mejora continua en todos los procesos con el propósito de conseguir la satisfacción de los clientes, demostrando la responsabilidad y el cumplimiento de los requisitos legales.

Perfeccionar la percepción de las particularidades críticas de los productos. Los clientes manipulan algunos atributos que consideran esenciales para apreciar las alternativas de compra. El aspecto principal de detectar los atributos que el cliente considera como principal es el producto final y la atención al cliente programando acciones que mejoren la percepción de los atributos críticos para lograr la satisfacción de todos los clientes.

En este entorno la empresa contemporánea no sólo busca la eficiencia de sus procesos, sino la eficacia de su gestión. Uno de los modelos de gestión ampliamente difundidos en la actualidad son los Sistemas de Gestión de la Calidad (SGC) basado en la norma ISO 9001:2015, que contienen un conjunto de requisitos aplicables a cualquier tipo de organización con un enfoque hacia la eficacia del Sistema (González González & González Rodríguez, 2012).

5.4. Valoración de los resultados

Para analizar los resultados se relacionan las preguntas más relevantes de la encuesta realizada y se observa las siguientes frecuencias de respuestas.

¿Estaría dispuesto a desarrollar e implementar un Sistema de Calidad en su negocio?

Con la afirmación del 100% de los encuestados por disponerse a implantar el sistema de gestión para mejorar sus procesos y lograr corregir sus falencias con el único fin de satisfacer más y mejor a los clientes, a través de una retroalimentación tanto del cliente como de los proveedores sobre la gestión de calidad que actualmente no posee la Asociación, determinando funciones y responsabilidades motivando al personal con varias indicaciones e incentivos. Por lo que es factible la implementación de un sistema de gestión de calidad, que permitirá incrementar el nivel de satisfacción de los clientes de la Asociación de Productores del Jean de la ciudad de Pelileo.

¿Considera usted, que los clientes de su negocio se sienten satisfechos al momento de efectuar una compra?

Suponer como empresa satisfacer las necesidades de los clientes porque se logra cerrar una venta pero no se sabe con exactitud cuál es el motivo de compra y si realmente los productos y la atención fueron los adecuados y superaron las expectativas de los clientes, o simplemente ofrecieron un producto y atención ordinaria que cubrió una necesidad, más no logro satisfacer completamente su necesidad.

De acuerdo a su criterio indique cuál es su grado de satisfacción de los productos que se comercializan en los locales comerciales de la Asociación de Productores del Jean de la Ciudad de Pelileo.

Detectar el grado de satisfacción que realmente perciben los clientes es de vital importancia para correctivas que debe tomar la Asociación, como aspectos vinculados a la calidad del producto, precio o atención del cliente. De tal modo que por medio de las encuestas el mayor porcentaje equivalente al 69% menciona que están satisfechos,


pero como Asociación quieren lograr es que los clientes que visitan a realizar sus compras estén completamente satisfechos, con el fin de ser la principal alternativa de compra. Para lo que es de suma importancia dar correctivas a las falencias que mantienen como Asociación para posicionarse notablemente y de forma que la rentabilidad y estabilidad de cada una de las empresas que conforma la Asociación comparta una ventaja competitiva y sobresalir ante las entidades de igual actividad al implementar un sistema de gestión de calidad mejorando la productividad, comercialización y distribución de los productos de forma de satisfacer completamente las expectativas y necesidades de los clientes.

La Asociación de Productores del Jean en la Ciudad de Pelileo debería implementar un Sistema de Gestión de Calidad de nuevo basado en las Normas ISO 9001:2015

Por consiguiente de conformidad a los resultados de la encuesta el 52% que corresponde al mayor número de afirmaciones que es una excelente alternativa implementar un sistema de gestión de calidad que permita incrementar el nivel de satisfacción de los clientes, para que logre tomar correctivas de mejora para mantenerse con buena alternativa de compra y sea reconocido a nivel local como nacional.

DISEÑO DE MANUAL DE CALIDAD

Diseño del manual de Calidad, bajo estándares de la Norma ISO 9001:2015, con la finalidad de incrementar el nivel de satisfacción de los clientes de la Asociación de Productores del Jean en la ciudad de Pelileo.

 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

Institución o Empresa Beneficiaria:


Sector Textil Asociación de Productores del Jean Pelileo

La ciudad de Pelileo en la Provincia de Tungurahua, es un lugar reconocido por la elaboración de jeans, excelente manufactura 500 familias productoras 800.000 prendas mensuales, cientos de diseños y colores, 157 locales comerciales abiertos los 365 días del año (Villena, 2016). En la ciudad de Pelileo hace más o menos 38 años empezó el Sr. César Paredes con esta actividad como pionero del Jean actividad que práctica hasta la fecha actual convirtiéndose en una actividad que genera muchos ingresos para los habitantes del cantón.

Empresas dedicadas a confeccionar pantalones jeans para damas, caballeros y niños, ropa de trabajo de acuerdo a las necesidades y exigencias del cliente. Las empresas están en proceso de evolución y transformación diaria, buscando la satisfacción de sus clientes (Turismo Pelileo, 2016).

Todos los días están presente los retos de la innovación, de la moda o la nueva tendencia. Siempre están buscando qué le da esa diferenciación que a las ves les da competitividad y les arroja un margen de utilidad. Todo esto con el mismo fin, pero por medios diferentes. A la misma vez buscan romper el esquema de la producción en línea que han asimilado a los demás, con sus diseños buscan la diferenciación y calidad.

La mayor parte de la población económicamente activa de Pelileo está ligada directamente a esta actividad. La industria del jean ha convertido a Pelileo en la ciudad azul, es una de las actividades productivas más destacadas del cantón. Por lo que el presente proyecto está encaminado a proponer un Sistema de Gestión de Calidad para la Satisfacción de los clientes en la Asociación de Productores del Jean mejorando sus

 <p>Asociación de Productores del Jean Pelileo Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

procesos con el fin de la incrementar el nivel de satisfacción de los clientes y la calidad de los productos y atención.

Misión

Ser especialistas en la producción y comercialización de jeans. Para lograr posicionamiento en el mercado con productos de calidad, y así satisfacer a nuestros clientes internos y externos. Comprometida permanentemente en el perfeccionamiento de nuestra organización y desempeño de los colaboradores.

Visión

Liderar en el mercado, ser un referente de compra para los clientes a nivel local y nacional. Ofrecer productos y atención de calidad que cumpla con las exigencias y necesidades orientada a la satisfacción del cliente, mediante la calidad, la innovación y el mejoramiento continuo.

Infraestructura

Uno de los mayores atractivos turísticos es la feria de Jean que se realiza en las principales calles del barrio el tambo donde se despliega los locales comerciales pertenecientes a la Asociación, donde predomina el diseño, los colores, tejidos de infinidad de prendas de vestir exhibidas en perchas y stands brindando un sitio confortable y vistoso para todos y lograr llegar a los gustos y necesidades.

Dirección:

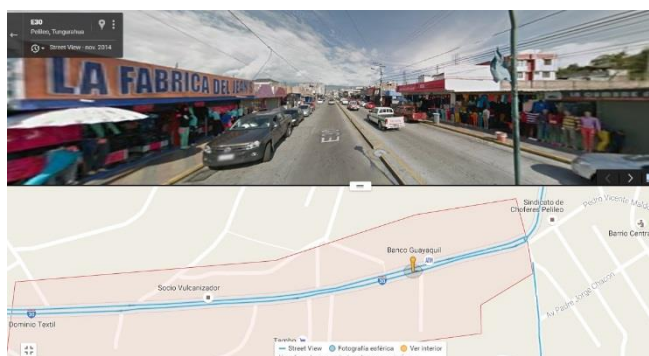
Barrio: El Tambo


Ciudad: Pelileo

Provincia: Tungurahua

Teléfono: 0986898046


(Cesar Villena Presidente)




 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pélileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

TECNOLOGÍA


MAQUINARIA	IMAGEN
Cortadora 8 pulgadas	
Cerradora	
Recta	
Doble aguja	
Overlock	

 <p>Asociación de Productores del Jean Pélileo Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
			Revisión: 0
	Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos

Empretinadora	
Recubridora	
Atracadora eléctrica	
Bordadora computarizada	
Ojaladora electrónica	
Remachadora neumática	

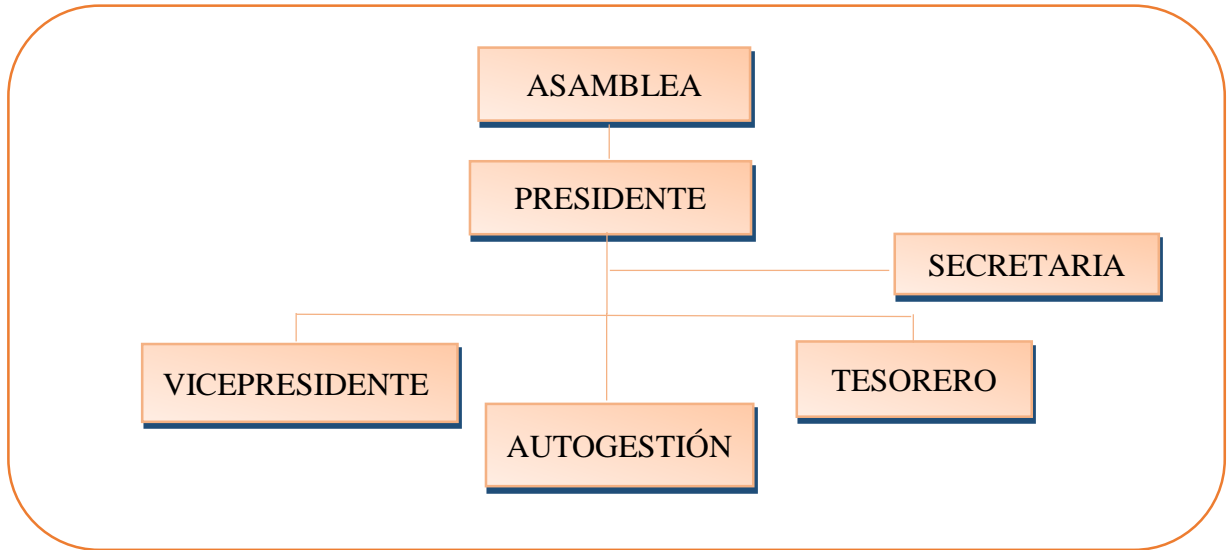
 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

<p>Compresor</p>	
<p>Caldero</p>	
<p>Plancha de vapor industrial</p>	

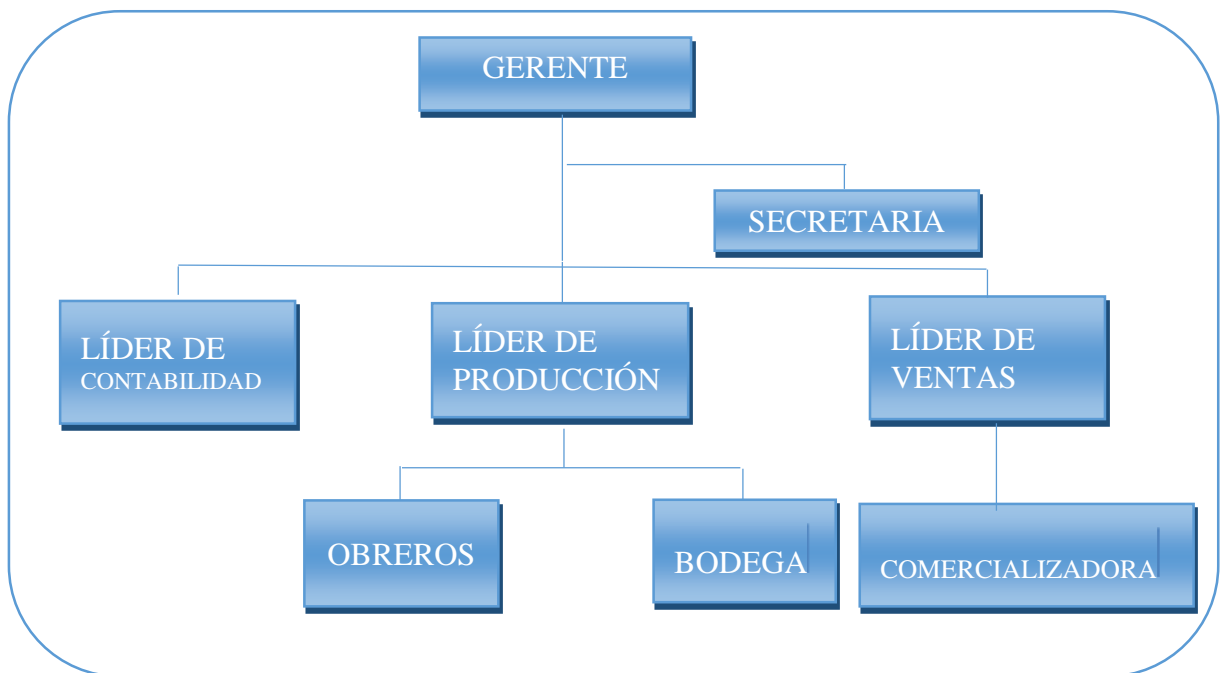
 <p>Asociación de Productores del Jean Pelileo Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
			Revisión: 0
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	


Personal

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL ASOCIACIÓN



ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL POR EMPRESA



 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pélileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

Alcance


El Sistema de Gestión de Calidad, descrito en el presente manual, aplica a todos los niveles de la asociación, la producción, venta y distribución de ropa jeans de este modo se compone un compromiso responsable para el desarrollo del Sistema de Calidad de acuerdo con las normas internacionales ISO 9001:2015.

Política de Calidad

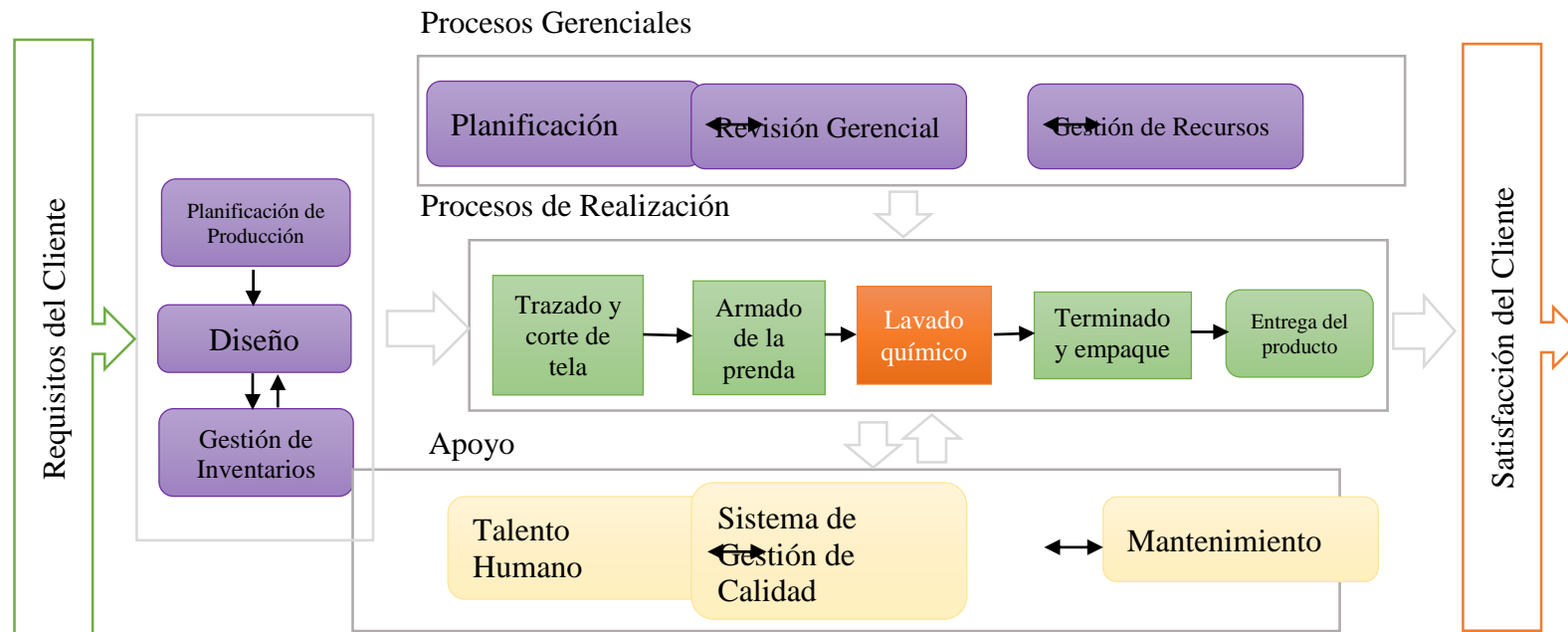
Estamos Comprometidos en la fabricación de ropa jean y algodón para damas, caballeros y niños con altos niveles de excelencia, para satisfacer a nuestros clientes mediante la participación de un equipo de trabajo capacitado, la mejora continuo en nuestros procesos y la responsabilidad social.

Objetivos de Calidad

- Fortalecer el proceso de producción y distribución de los jean, con equipos e instalaciones que garanticen la seguridad del personal.
- Desarrollar estándares internos que permitan la satisfacción del cliente.
- Identificar y eliminar fuentes de error para mantener siempre el compromiso de la mejora continua.

 <p>Asociación de Productores del Jean Pelileo Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	


MAPA DE PROCESOS DE PRODUCCIÓN

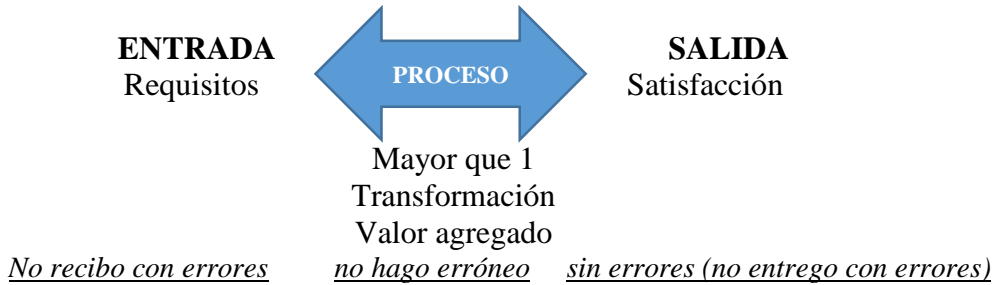


INSPECCIÓN EN LAVADO: Control de calidad; Actividad control; 8; 8.2.1.; 8.2.3.

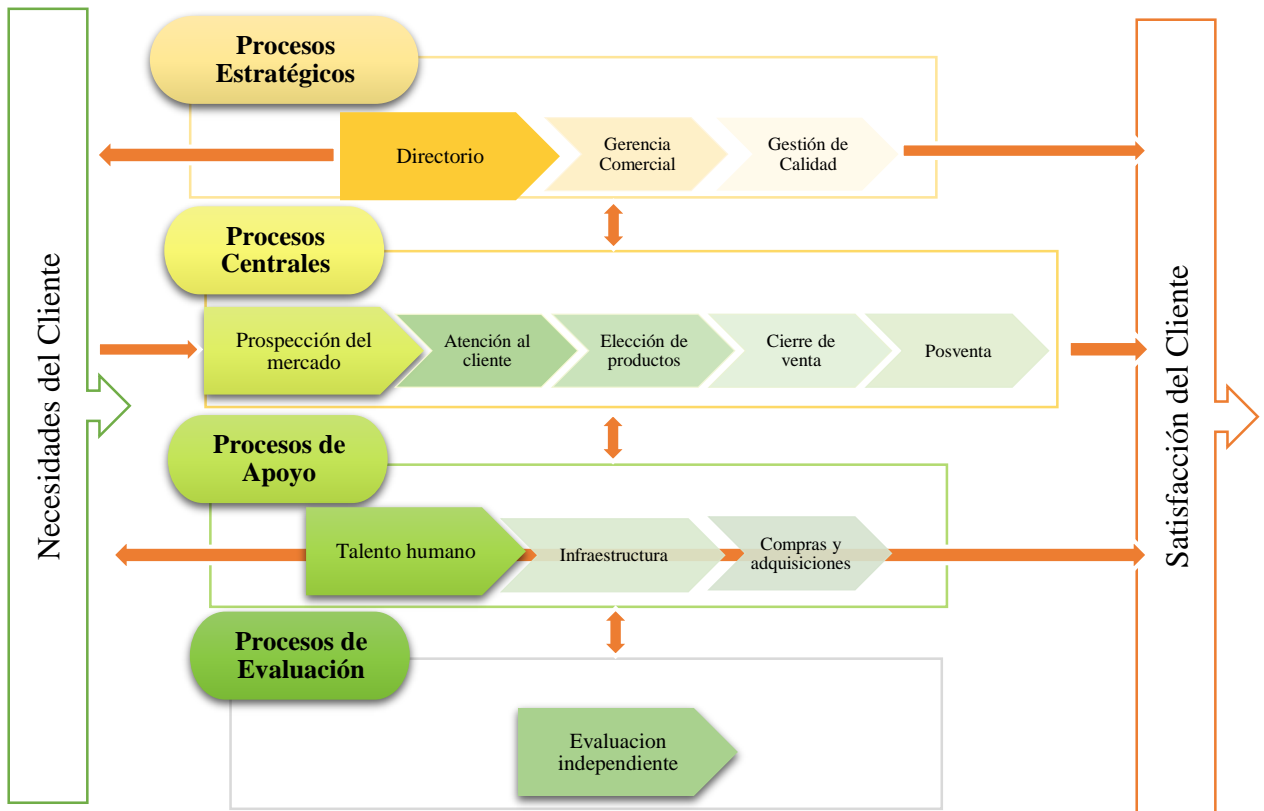
PROCESO GERENCIAL → *Indicadores de eficacia – indicadores de logro*


PROCESOS DE OPERACIÓN/ REALIZACIÓN → *Indicadores de eficiencia*

 <p>Asociación de Productores del Jean Pelileo Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
			Revisión: 0
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	



PROCESO DE ENTREGA



 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

4. CONTEXTO DE LA ASOCIACIÓN

4.1. Comprender a la Asociación y su contexto

La Asociación debe determinar los aspectos externos e internos que son relevantes para su propósito y dirección estratégica y que afectan a su capacidad para lograr el resultado deseado de su sistema de gestión de calidad.

La Asociación debe controlar y revisar la información sobre estas cuestiones externas e internas.

Nota1: Comprender el contexto externo de una Asociación puede facilitarse al considerar cuestiones derivadas de los entornos jurídico, tecnológico, competencia de mercado, culturales, sociales y económicos,


NOTA 2: Comprender el contexto interno de una Asociación puede facilitarse al considerar cuestiones relacionadas con los valores, cultura y conocimientos, y desempeño de la Asociación.

4.2. Comprender las necesidades y expectativas de las partes interesadas

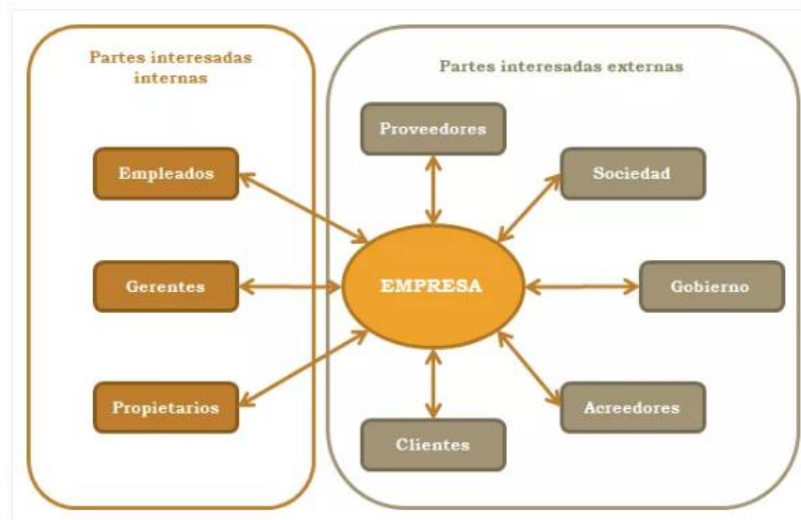
Debido al impacto o potencial impacto en la capacidad de la Asociación para suministrar de forma coherente productos y/o servicios que satisfagan al cliente y los requisitos legales y reglamentarios aplicables, la Asociación debe determinar:

- a) Las partes interesadas que son relevantes para el sistema de gestión de calidad.
- b) Los requisitos de estas partes interesadas que son relevantes para el sistema de gestión de calidad.

La Asociación debe revisar y controlar la información acerca de tales partes interesadas y sus requisitos relevantes.

 <p>Asociación de Productores del Jean Pelileo Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

Partes Intervinientes



6. Planificación para el sistema de gestión de la calidad

6.1. Acciones para afrontar riesgos y oportunidades

6.1.1 Planificación del sistema de gestión de calidad


Cuando se realiza la planificación del sistema de gestión de la calidad, la Asociación debe considerar las cuestiones mencionadas en 4.1; los requisitos mencionados en el punto 4.2; y determinar los riesgos y oportunidades que deben afrontarse, para:

- Dar garantía de que el sistema de sistema de gestión de calidad puede lograr su resultado(s) previsto(s).
- Prevenir o reducir los efectos no deseados.
- Lograr la mejora continua.

6.1.2 La Asociación debe planificar:

Medidas para hacer frente a estos riesgos y oportunidades. La forma de:

- Integrar y poner en práctica las acciones para hacer frente los riesgos en sus procesos del sistema de gestión de calidad.
- Evaluar la eficacia de estas acciones.

 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

Las acciones adoptadas para abordar los riesgos y oportunidades serán proporcionales al impacto potencial sobre la conformidad de productos y servicios.

NOTA: Abordar los riesgos y oportunidades puede incluir: evitar los riesgos, la toma de riesgos con el fin de perseguir una oportunidad, la eliminación de la fuente de riesgo, el cambio de la probabilidad o consecuencias, compartir el riesgo, o retener riesgo por decisión informada.

8. OPERACIÓN

8.1. Planificación y Control Operacional

La Asociación de Productores del Jean Pelileo, tiene que cumplir con los requisitos mediante la planificación, ejecución y control de cada uno de los procesos que permitan su implementación, para:


- Determinar los requisitos de los productos.
- Establecer criterios tanto para los procesos, como para la aceptación de los productos.
- Establecer recursos necesarios en conformidad con lo que requiere el producto.

8.2. Determinación de los requisitos para los productos y servicios

8.2.1. Comunicación con el cliente

La Asociación tiene que establecer la comunicación con los clientes a través de procesos, referentes a:

- Información sobre los productos.
- Las interrogantes, certificados o atención de pedidos, integrando los cambios.
- Aceptación de puntos de vista, percepciones y quejas de los clientes.
- Requisitos en caso de acciones de contingencia.

	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

8.2.2. Determinación de los requisitos relacionados con el producto y servicio

La Asociación tiene que establecer, mantener e implementar procesos que determinen los requisitos de los productos, asegurándose que:

- Determinen los requisitos necesarios, legales y reglamentarios del producto.

8.2.3. Revisión de los requisitos relacionados con el producto y servicio

La Asociación tiene que revisar los requisitos relacionados con el producto, según:

- Las especificaciones del cliente, donde incluya la entrega y posterior a la entrega.
- Requisitos no dictaminados por el cliente pero necesarios para el uso.
- Los requisitos del pedido o contrato.

8.3. Diseño y desarrollo de productos y servicios


8.3.1. Generalidades

En caso que la Asociación no tenga detallado los requisitos de los productos previamente, de manera que la Asociación debe establecer, mantener e implementar el proceso para el diseño y desarrollo.

8.3.2. Determinación de las etapas y los controles para el diseño y desarrollo

La Asociación debe considerar:

- La naturaleza, duración y complejidad del diseño.
- Requisitos precisos por etapas de los procesos.
- Verificación y aprobación requeridas del diseño.
- Controlar las interfaces entre las partes involucradas en el proceso.
- La información necesaria documentada que confirme el cumplimiento.

 <p>Asociación de Productores del Jean Pelileo Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

8.3.3. Elementos de entrada para el diseño y desarrollo

Debe determinar los elementos de entrada con los requisitos del producto:

- Los requisitos esenciales del producto en específico que está diseñado.
- Requisitos reglamentarios y legales.
- Las normas que establecen y se ponen en práctica.
- Los recursos necesarios para el diseño de los productos.
- Posibles alternativas de fallos debido a su naturaleza de los productos.
- Nivel de control en los procesos de diseño y desarrollo de clientes.

8.3.4. Controles de diseño y desarrollo


Los controles que sean aplicados al proceso deben asegurar que:

- Los resultados de las actividades deben estar claramente definidos.
- El proceso debe ser revisado, según lo previsto.
- Realizar la verificación de los resultados si cumplen con los requisitos de las entradas del diseño y desarrollo.

8.3.5. Resultados del diseño y desarrollo

Deben proporcionarse de manera adecuada las salidas:

- En las entradas del diseño deben ser cumplidos los requisitos.
- Deben ser adecuados para los procesos subsecuentes de los productos.
- Influye y hace referencia al seguimiento y medición, así como la aceptación.
- Aseguran que los productos son aptos para el fin previsto.

 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

8.3.6. Cambios del diseño y desarrollo

La Asociación tiene que revisar, controlar e identificar los cambios que existió en las entradas y salidas del diseño durante el proceso, con el fin de que vaya en conformidad a los requisitos.

8.4. Controles de los productos y servicios proporcionados externamente

8.4.1. General

La Asociación tiene que asegurar los procesos, productos obtenidos externamente según los requisitos obtenidos cuando:

- Los productos proporcionados por proveedores externos.
- Los productos son proporcionados directamente al cliente, por proveedores externos.
- Uno o parte d un proceso es proporcionado por proveedores externos.


La asociación tiene que establecer y aplicar criterios de evaluación, selección, seguimiento del desempeño y re-valoración.

8.4.2. Tipo de alcance del control de los suministros externos

Determinar el tipo y la extensión de controles a aplicar la obtención externa de procesos y productos, la Asociación debe saber:

- La capacidad de la Asociación para cumplir los requisitos, según el impacto potencial de los procesos y productos obtenidos.
- Eficacia en los controles aplicados.

La Asociación tiene que establecer e implementar la verificación necesaria de asegurar los procesos y productos no afecten negativamente a la capacidad de la Asociación.

 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

8.4.3. Información para proveedores externos

La Asociación debe comunicar los requisitos a los proveedores externos:


- Los productos o procesos a ser obtenidos llevan a cabo el nombre de la Asociación.
- Aprobación o liberación de productos, procesos o equipos.
- Competencia del personal.
- Las interacciones del sistema de gestión de calidad
- Control y seguimiento del desempeño de los proveedores.
- Actividades de verificación que realiza la Asociación o el cliente.

8.5. Producción y prestación del servicio

8.5.1. Control de la producción y prestación de servicio

La Asociación tiene que implementar controles para la producción, tanto de las actividades de entrega y posteriores a la entrega, según corresponda:

- Disponibilidad de información de las características del producto.
- Disponibilidad de información donde define las actividades.
- Actividades de seguimiento y medición de verificación de resultados, procesos y criterios.
- Uso y control de la infraestructura y ambiente adecuado.
- La validación y re-validación periódica, para los resultados planificados de alguno de los procesos de producción, cuando el producto no pueda ser verificable por medio del seguimiento y medición.
- Las actividades de liberación, entrega y posteriores.

 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

8.5.2. Identificación y trazabilidad

La Asociación ocasiones necesarias tienen que garantizar los productos, identificado las salidas del proceso con respecto a los requisitos de seguimiento y medición a lo largo de la producción. Y siendo una trazabilidad sea un requisito tiene que verificar y retener la información.

8.5.3. Los bienes pertenecientes a los clientes o proveedores externos

La Asociación tiene cuidar los bienes y propiedades tanto del cliente como del proveedor externo siempre y cuando este en control de la Asociación. La Asociación tiene que verificar, proteger y salvaguardar las propiedades de los clientes y proveedores externos.


8.5.4. Preservación

La Asociación tiene que asegurarse de la preservación de las salidas del proceso de la producción, en conformidad de los requisitos. Puede incluir la identificación, manipulación, embalaje, almacenamiento, transporte y protección.

8.5.5. Actividades de pos entrega

La Asociación tiene que cumplir los requisitos para las actividades posteriores a la entrega de los productos, determinando el alcance de las actividades considerando:

- Riesgos asociados a los productos.
- La naturaleza, uso y la vida útil de productos.
- La retroalimentación por el cliente.

 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

8.5.6. Control de los cambios

La Asociación tiene que revisar y controlar cambios no planificados pero referentes en la producción, asegurando la continuidad con los requisitos, reteniendo la información de los resultados de la revisión.


8.6. Entrega de productos y servicios

La Asociación tiene que aplicar la planificación en las etapas respectivas, que se verifique el cumplimiento de los requisitos del producto, antes de la entrega manteniendo la conformidad de los criterios. La entrega de los productos no debe proceder hasta lo planificado para su verificación. Con información que proporcione trazabilidad direccionado a la persona que autorice la liberación del producto.

8.7. Control de los elementos resultantes del proceso, los productos y los servicios no conformes

La Asociación tiene que asegurarse de las salidas del proceso y productos que no se ajusten a los requisitos, se los identifique y evitar su entrega. La Asociación tiene que tomar acciones correctivas apropiadas según la naturaleza de no conformidad y el impacto de la conformidad en los productos, se debe tratar las salidas no conformes de la siguiente manera:

- Corrección.
- La separación, contención, devolución o suspensión de los suministros de los productos.
- Informar al cliente.
- Autorización para: Utilizar, Liberar, continuar y aceptar bajo concesión.

 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

9. EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

9.1. Seguimiento, medición, análisis y evaluación

9.1.1. Generalidades

La Asociación determina:

- Elementos qué necesita seguimiento y medición.
- Métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación, resultado valido.
- Cuando debe ser ejecutado el seguimiento y la medición.
- Cuando debe ser analizado y evaluado los resultado del seguimiento.

La Asociación tiene que asegurar la implementación de las actividades.


9.1.2. Satisfacción al cliente

La Asociación tiene que hacer el seguimiento de la percepción de los clientes según el grado que se cumple los requisitos. La Asociación requiere de la información relacionada con el punto de vista de los clientes y las opiniones sobre la Asociación y los productos.

Para poder analizar a más profundidad el grado de satisfacción del cliente se debe analizar los siguientes parámetros:

- Índice de satisfacción al cliente por encuestas.
 - Indica la regularidad en que se realiza las encuestas.
 - Se debe enviar al total de los clientes activos.
 - Identificar el formato de la encuesta de satisfacción al cliente.
 - Una posible codificación de la información documentada.

Se enviará: por e-mail, fax, redes sociales o conjuntamente con la factura.

 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

Análisis de las encuestas: analizar los datos, el porcentaje de participación que tiene y si es significativo o no. Estableciendo acciones de mejora sobre los resultados de las encuestas.

- Índice de reclamos de los clientes.
Comparación entre el número de reclamaciones con las facturas. Lo recomendable es realizarlo mensualmente y posteriormente anualmente, factor que permite medir el grado de satisfacción al cliente y muy buen indicador.
- Índice de fidelización de los clientes.
Se analiza una vez al año, obteniendo dos tipos de análisis bastante útiles para el directorio de la Asociación.


La Asociación tiene que analizar y evaluar los datos y la información obtenidos del seguimiento y la medición, utilizados para:

- Demostrar la conformidad de los productos con sus requisitos.
- Evaluar y mejorar la satisfacción del cliente.
- Garantizar la conformidad y la eficacia del sistema de gestión de calidad.
- Planificación implantada con éxito.
- Evaluar el desempeño de cada uno de los procesos.
- Determinar la necesidad u oportunidades de mejora en el S.G.C.

9.1.3. Análisis y evaluación

La Asociación tiene que analizar y evaluar los datos y la información obtenidos del seguimiento y la medición, utilizados para:

- Demostrar la conformidad de los productos con sus requisitos.
- Evaluar y mejorar la satisfacción del cliente.
- Garantizar la conformidad y la eficacia del sistema de gestión de calidad.
- Planificación implantada con éxito.
- Evaluar el desempeño de cada uno de los procesos.
- Determinar la necesidad u oportunidades de mejora en el S.G.C.

 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

- La Asociación debe controlar datos referentes de las percepciones del cliente sobre el nivel en que los requisitos se han cumplido. La Asociación debe obtener datos correspondientes a: Retroalimentación del cliente, puntos de vista del cliente y las percepciones de la Asociación, los procesos y los productos.

La Asociación está comprometida a:

Las actividades que se realizan encaminadas a identificar y satisfacer de forma más profesional las necesidades de los clientes con independencia, desde el primer acercamiento con el cliente, brindando ventaja competitiva, confiabilidad y total transparencia para obtener la plena confianza de los clientes.

Ligereza en la solución de los problemas para una adecuada y ágil relación con los clientes, cada uno del personal cumpliendo sus funciones dentro de su ámbito debe tratar: Agilizar consultas, atención a pedidos y quejas.


9.2. Auditoría interna

9.2.1. Generalidades

La Asociación tiene que realizar auditorías internas en intervalos planificados que proporcionen información.

- Conforme con: requisitos de la Asociación en el S.G.C., requisitos de la norma internacional ISO 9001:2015
- Implementación y permanencia de manera eficaz.

9.2.2. Programa de auditoria interna

 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

La Asociación debe:


- Planificar, establecer, implementar y mantener un programa de auditoria, donde incluya métodos, responsabilidades, requisitos y presentación de informes, teniendo en cuenta los objetivos de calidad, la importancia, comentarios, cambios y resultados de la auditoria.
- Determinar criterios y alcance de la auditoria.
- Seleccionar auditores, la objetividad e imparcialidad del proceso.
- Garantizar los resultados de las auditorías.
- Proporcionar correcciones necesarias y acciones correctivas.
- Conservar información evidente de la ejecución del programa de auditoria y los resultados.

9.3. Revisión por la dirección

9.3.1. Generalidades

El directorio tiene que revisar el sistema de gestión de calidad de la Asociación, en intervalos planificados, para asegurar su continua conveniencia, adecuación y eficacia. Teniendo en cuenta:

- Estado de acciones de las revisiones por la dirección.
- Los cambios en situaciones externas e internas que sean relevantes.
- Información sobre el funcionamiento de calidad, incluyendo:
 - No conformidades y acciones correctivas.
 - Resultados de seguimiento y medición.
 - Resultados de la auditoria.
 - Satisfacción del cliente
 - Cuestiones relativas a los proveedores externos e interesados.
 - Recursos necesarios que se debe mantener un eficaz S.G.C.
 - Desempeño en los procesos y la conformidad.

 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

- Eficacia de medidas adoptadas por riesgos y oportunidades.

9.3.2. Entradas de la revisión por la dirección

Los resultados de la revisión deben incluir las decisiones y acciones por el directorio:

- Oportunidades para la mejora continua.
- Cualquier necesidad de cambio en el Sistema de Gestión de Calidad

La Asociación tiene que retener como evidencia de los resultados.

10. Mejora

10.1. Generalidades

La Asociación tiene que determinar y seleccionar oportunidades de mejora e implementar acciones necesarias para el cumplimiento de los requisitos que mejore la satisfacción del cliente.

- Mejora de los procesos para evitar no conformidades.
- Mejora de productos para satisfacer los requisitos actuales y posteriores.
- Mejora de resultados del sistema de gestión de calidad.


La mejora se puede efectuar de manera reactiva, incremental o por la re-organización.

10.2. No conformidades y acciones correctivas

10.2.1. Reaccionar ante la no conformidad

En caso que se produzca una no conformidad, incluyendo aquellas quejas del cliente, la Asociación debe:

- Reaccionar a la no conformidad según el caso.
 - Medidas de control y corrección.
 - Enfrentar a las consecuencias.

 <p>Asociación de Productores del Jean Pelileo Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

- Evaluar la necesidad para adoptar medidas donde eliminar la causa d las no conformidades, con el fin de que no vuelva a ocurrir, por medio de:
 - Revisar la no conformidad.
 - Conocer la causa de la no conformidad.
 - Existe no conformidades similares que puedan producirse.
 - Implementar acciones necesarias.


10.2.2. Evidencia de las acciones tomadas sobre no conformidades.

La Asociación debe conservar información de:

- Naturaleza de las no conformidades y cualquier acción.
- Resultados de cualquier acción correctiva


10.3. Mejora continua

La asociación tiene que mejorar la conveniencia, eficacia y adecuación del sistema de gestión de calidad de la misma forma debe contar con los resultados de análisis y evaluación, como los resultados para confirmar bajo rendimiento u oportunidades para la mejora continua.


 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

MATRIZ DE ANÁLISIS FODA


RECURSOS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
HUMANO	<ul style="list-style-type: none"> • Con un buen personal calificado los productos que se realiza serán aceptados por nuestros clientes. • El personal calificado debe saber aprovechar la tecnología con la que cuenta para su mejor desempeño laboral. • El personal calificado hace posible que los acuerdos comerciales se den gracias a su desempeño, en los productos que los fabrican. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener al personal calificado para realizar las ventas y atraer a los clientes de esta manera tenemos una ventaja contra los competidores. • Capacitar al personal para los cambios en los precios de la competencia y que sepan manejar a los clientes contra los precios bajos de la misma. • el personal de atención al cliente deberá saber informar sobre los beneficios del producto para que los clientes no opten por comprar productos sustitutos.
TECNOLÓGICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar adecuadamente la tecnología para poder tener una excelente imagen corporativa dentro de la organización. • Al momento de realizar una promoción se debe utilizar la tecnología para dar a conocer de lo que se está ofreciendo. • Para obtener una satisfacción de los clientes se debe contar con una buena tecnología para obtener un producto de calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Proporcionar publicidad por varios medios de comunicación para dar a conocer la imagen corporativa de la organización y poder atravesar a los mercados internacionales para establecerse en la mente de los consumidores. • Utilizar instrumentos de promoción (Rebajas, paquetes especiales, extras). • Aprovechar las tecnologías alternas para ofrecer un producto con bajo costo en el mercado.

	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	


	<ul style="list-style-type: none"> • Software actualizado para el manejo de mercadería y personal 	
FINANCIEROS	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar una buena promoción para poder aumentar la cartera de clientes, y de esta manera difundir de una mejor manera cada uno de los productos. • Invertir y asistir a ferias, eventos que tengan que ver con nuestra industria para mostrar un producto de calidad y de esta manera entablar un acuerdo comercial. • Inversión en publicidad e imagen de la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> • Procurar que cada unidad producida consuma los recursos y materiales estrictamente necesarios y así obtener a menor costo, que represente competitividad y rentabilidad. • Utilizar proveedores que proporcionen productos al precio más conveniente manteniendo siempre la calidad de los estándares de la empresa, para que el cliente reciba producto eficiente y que este a su alcance. • Determinar las inversiones económicas financieras de la empresa y su rentabilidad y ofrecer a los clientes precios accesibles.
MATERIALES	<ul style="list-style-type: none"> • Con materia prima de calidad que nos proporcionen los proveedores tendremos un producto de calidad y por seguro la satisfacción de los clientes. • Conseguir que las promociones de nuestros proveedores sean de gran beneficio para nuestra empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer productos de excelente calidad mostrando así la eficacia y el compromiso de la empresa con los clientes para que no se vayan con los productos de la competencia. • Demostrar que nuestros productos están hechos de buena calidad para que los consumidores asocien eso

 <p>Asociación de Productores del Jean Pelileo Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	


	<ul style="list-style-type: none"> • Adquirir insumos exclusivos, personalizados de excelente calidad. 	<p>con el precio y no se vayan con los productos de bajo costo de la competencia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar los productos de la mejor calidad posible para que puedan competir con productos importados.
INFRAESTRUCTURA	<ul style="list-style-type: none"> • Con una buena imagen corporativa, a los proveedores se les hará mucho más fácil reconocernos dentro del medio empresarial. • Proporcionar una imagen corporativa sencilla juvenil la cual llame la atención y se identifique con los clientes donde se refleje que brindamos lo que ellos necesitan. • Tener una buena imagen corporativa ayuda a que nuestra empresa sea conocida y por ende se tendrá una buena comunicación con los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Brindar una imagen corporativa que llame la atención de los clientes para opacar a los competidores. • Al poseer una imagen corporativa que demuestra la realidad de los productos tenemos una ventaja sobre los productos sustitutos. • Aprovechar todos los espacios de la empresa para un mejor desenvolvimiento de cada uno de los procesos.
RECURSOS	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA

 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	


POLÍTICO	<ul style="list-style-type: none"> Intervención del ministerio de industrias y productividad. permitió a la industria nacional nutrirse de las experiencias de países vecinos, que lograron desarrollar normativas institucionales para constituir estructuras de mercado, facilitando el impacto en diferentes tipos de consumidores, comerciantes y productores. El apoyo del Ministerio es importante porque les permite mejorar sus procesos de producción y competitividad. “La capacitación sirve para evaluar la oferta en el mercado local y generar nuevos productos acordes a la moda”. 	<ul style="list-style-type: none"> GAD de Pelileo analiza la construcción de un parque industrial donde se puedan manejar de manera técnica, los desechos que producen las casi 44 lavanderías de jeans. Cursos en tecnologías de confección industrial por CAPEIPI TEXTIL, para potenciar las empresas con conocimientos, herramientas y estándares internacionales.
ECONÓMICO	<ul style="list-style-type: none"> Accesibilidad a préstamos de capital para materia prima y maquinaria. La conformación de esta empresa genera un crecimiento económico y fuentes de empleo. Lograr la expansión a nivel local, aporta de alguna manera el crecimiento del PIB regional. 	<ul style="list-style-type: none"> Minimizar los riesgos de actuación baja la incertidumbre al planear y ejecutar. Generar crecimiento y supervivencia de la organización a largo plazo. Conservar buena relación con los proveedores para evitar la inestabilidad continua de los precios de la materia prima para la fabricación.

 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

	<ul style="list-style-type: none"> • Incursionar en el mercado con prendas de marca propia obedecerá la necesidad de generar valor agregado al producto. 	
SOCIAL - CULTURAL	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechamiento de prendas de vestir de uso masivo. • Producto preferido y primordial de un guarda ropas. • Mientras mayor comunicación como empresa se obtendrán más acuerdos comerciales, dando como resultado más lugares de distribución de nuestros productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lograr una prenda preferencial y competitiva a lado de prendas de marcas extranjeras, por similar calidad y acabados. • Generar una ventaja competitiva. • Mantener una competencia sana y flexible, que no dañe el mercado y perjudique al normal funcionamiento y rentabilidad de la empresa.

 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	


TECNOLÓGICO	<ul style="list-style-type: none"> • Evolución constante de la tecnología (maquinaria y software). • Con la facilidad tecnológica para la fabricación de los productos permitirá tener promociones más frecuentes. • Aprovechar la existencia de empresas que importan maquinaria para la fabricación de prendas jean. 	<ul style="list-style-type: none"> • Adquirir nuevas tecnologías primordiales para la fabricación (maquinaria de producción). • Evitar el mal uso y realizar un continuo mantenimiento de maquinaria y equipo, para prescindir elevados costos de repuestos. • Supervisar, vigilar, regular y controlar en forma preventiva y oportuna las áreas de mayor riesgo.
ECOLÓGICO	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechamiento de residuos de materia prima, genera empleo a terceras personas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Contaminación del medio ambiente al momento del lavado químico

 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
			Revisión: 0
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	


ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DEL JEAN DE LA CIUDAD DE PELILEO

MATRIZ DE RIESGOS


Indicador	Proceso	Actividades	Tareas	Evento de Riesgo		Efectos Posibles	Evaluación del riesgo							Valoración de riesgo	Criterios para establecer controles			Acción Recomendada	
				Descripción			Nivel de	Nivel de	Nivel de Probabilidad (ND x NE)	Interpretación del Nivel de Probabilidad	Nivel de Consecuencias	Nivel de Riesgo (NR) e Intervención	Aceptabilidad de riesgo		Peor Consecuencias	Existencia Requisito	Eliminación	Sustitución	Control Administrativo
Rotación de materiales	Gestión de inventarios	Revisión de orden de pedido; Control de existencias; Solicitud de materia prima; Recepción; Descargar en el sistema producto de entrega.	Revisar la materia prima; y el producto terminado	No hay disponibilidad de materia prima del proveedor	Disminución del pedido	3	5	15	Muy Baja	7	8	Si	Alteración de datos	Si		Cambio de proveedor			

 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD			CÓDIGO MC –MN-001
				Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0			
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos		


Cumplimiento de objetivos	Planificación de producción	Recuento de pedidos; Análisis de provisión de recursos; Control de existencias; Realización y control del presupuesto y Requisitos específicos	Solventar insumos	No realizan el despacho de la materia prima solicitante	Discontinuidad de tiempo planificado	8	9	81	Alta	7	6	Si		Si		Generar una base y control de datos
Cumplimiento de lo planificado	Diseño	Revisar de orden de pedido; Requerimiento de diseño; Solicitud de materia prima; Recepción	Seleccionar el modelo	Confusión de moldería	Moldería no conforme daño de producción	9	10	63	Moderada	8	7	No		Si		Control de moldería y armar el modelo
Rotación de materiales	Trazado y corte de tela	Revisión de orden de pedido; Control de existencias; Requerimiento de materia prima; Trazado de molde; Dobleces de tela según pedido; Corte de tela y Embalaje de piezas	Trazo de la moldería y corte de tela	Falta de piezas de la prenda	Paralización de producción, hasta provisión de las piezas faltantes	5	7	35	Baja	4	5	No		No		Revisión de trazo completo

 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD			CÓDIGO MC –MN-001			
				Fecha: 04/07/2016			
	Revisión: 0			Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

Cumplimiento de lo planificado	Armado de prenda	Revisión de orden de producción; Requerimiento de materia prima en piezas y paquetes; Unión de piezas principales y complementarias de las prendas; Revisar el corte y el modelo	Cocer las piezas	Cuadrar las piezas de forma equivocada	Cambio de modelo	8	6	42	Baja	8	7	No		No		Proveer muestra
Cumplimiento de lo establecido	Lavado químico	Recepción; Control de existencias; solicitud de lavado y Teñido de prendas	Tinturado y manualidad de prendas	No coincide el proceso de lavado con el requerido y fuera de tiempo	Inconformidad del pedido y tiempo	8	9	72	Alta	4	5	Si		Si	Cambio de proveedor	Rigurosidad de solicitud
Cumplimiento de lo planificado	Terminado y empaque	Revisión de orden de despacho; Control de cantidad y calidad del lavado; Corte de hilos y deshilache; Pegado de botones y remaches ; Planchado; Clasificado por tallas; Tallado y etiquetado	Colocar botón, remaches, cortar hilos y planchado	Insumos defectuosos	Desperdicio de recursos y tiempo	8	7	56	Moderada	4	5	Si		Si	Nuevos insumos	Controlar las especificaciones y calidad

 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD			CÓDIGO MC –MN-001
				Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0			
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos		


Rotación de mercadería	Entrega del producto	Revisión de orden de despacho; Controlar mercadería; Almacenar y Exhibir.	Presentación y oferta del producto	Productos inconformes o de falla	No cumplimiento del pedido	6	6	36	Baja	3	4	No		Si	Maquiladores	Control de producción
Cumplimiento de lo planificado	Sistema de Gestión de Calidad	Información documentada; Control de producto no conforme; Acciones correctivas y preventivos; auditoría interna; Acciones para afrontar riesgos y oportunidades	Resolver posibles riesgos	Malas decisiones correctivas	Procesos inconclusos	7	5	35	Baja	2	1	SI		No		Análisis de problemática a profundidad

 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
			Revisión: 0
	Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos

Probabilidad de que un modo o evento de riesgo ocurra


Es una estimativa de probabilidad de la ocurrencia de un modo o evento de riesgo potencial en escala de 1 a 10.

ÍNDICE	OCURRENCIA	PROBABILIDAD DEL MODO O EVENTO DE RIESGO	
10	Muy Alta	Imposible	Sucederá
9		1 en 90	
8	Alta	1 en 80	Probablemente Sucederá
7		1 en 70	
6	Moderada	1 en 60	Puede Ocurrir o No
5		1 en 50	
4	Baja	1 en 40	Probablemente No Sucederá
3		1 en 30	
2	Muy Baja	1 en 20	No Sucederá
1		1 en 10	

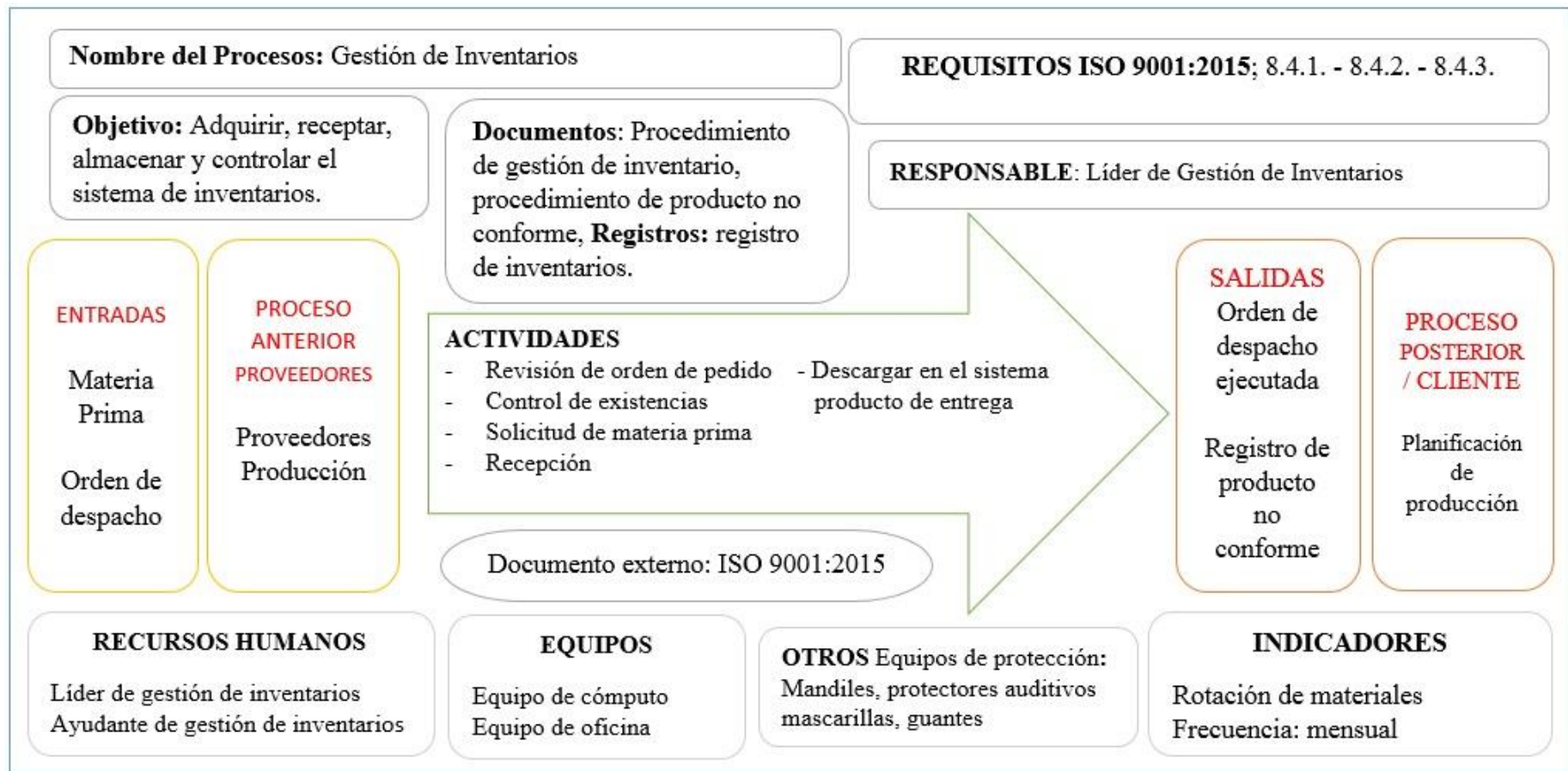
 <p>Asociación de Productores del Jean Pelileo Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	


Valor asociado al efecto más serio atribuido a un modo y evento de riesgo potencial con relación al cliente.

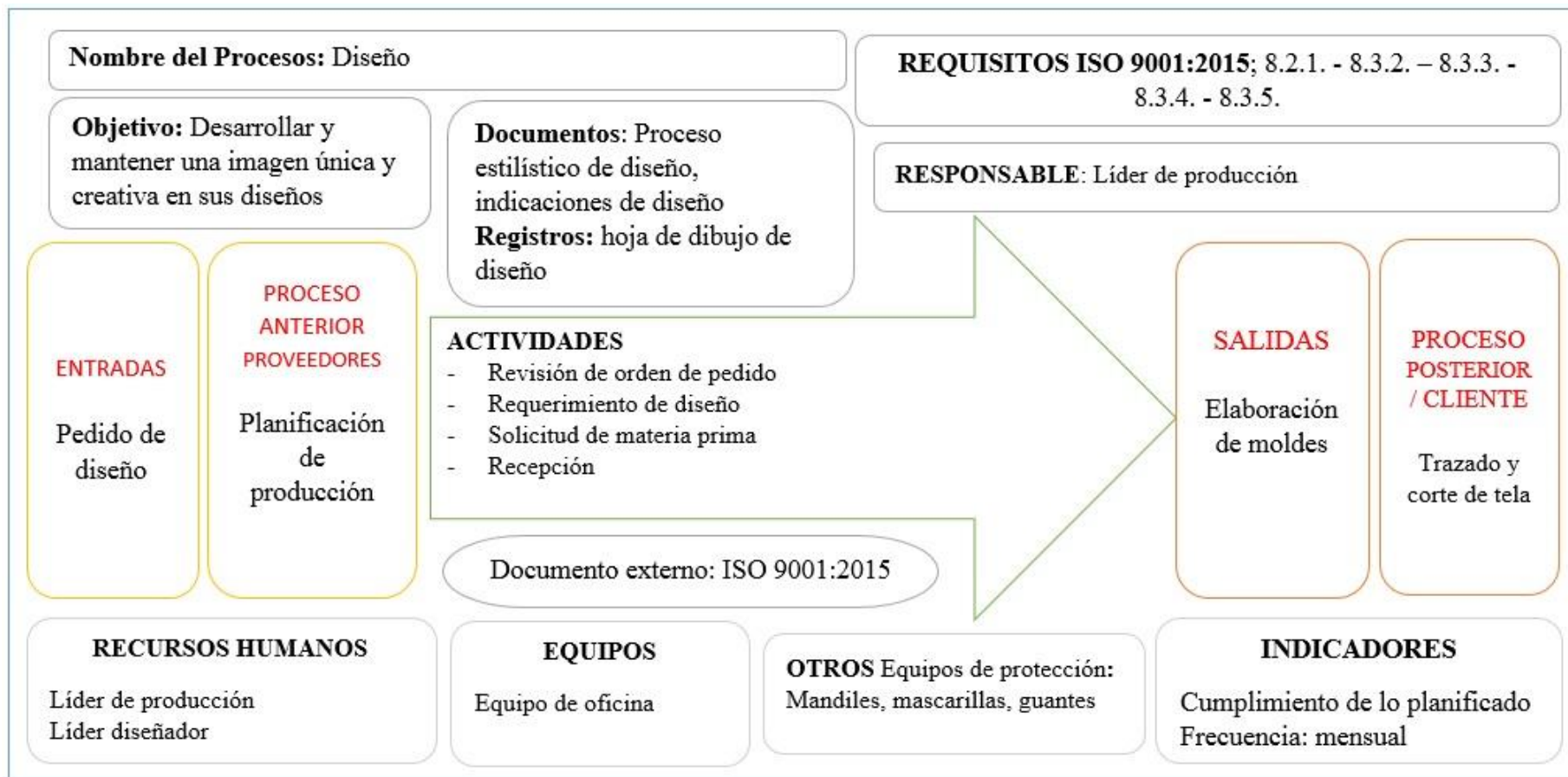
ÍNDICE	EFECTO	SEVERIDAD DEL EFECTO EN EL PROCESO
10	Afecta seguridad y legislación	Riesgo de la sobrevivencia de la vida humana, comunidad y medio ambiente.
9		Desempeño comprometido encima del 75% y sin recuperación posible; riesgo de la sobrevivencia del negocio y partes interesadas; Daño de cualquier tipo y nivel a las personas.
8	Crítico	Desempeño comprometido hasta el 75 %, difícil recuperación en el periodo. Pide acciones directas de la Dirección; Plena insatisfacción del cliente, devolución/rechazo del producto; Impacto grave en la operación, entregas o expedición.
7	Importante	Desempeño impactado hasta el 50%, esfuerzo importante para la recuperación y el periodo. Pide acciones lideradas por la Dirección. Insatisfacción formal del cliente, en la adquisición del producto; Impacto en la operación, entregas o expedición.
6	Significado	Desempeño impactante hasta el 25%, esfuerzo importante para la recuperación en el periodo. Pide acciones lideradas por la Gerencia. Insatisfacción del cliente, reclamación por canales regulares; Impacto leve en la operación, entregas o expedición.
5		Desempeño impactado hasta el 25%, pide plano de acciones inmediatas; No hay declaración de Insatisfacción o reclamación por el Cliente; Impacto leve en la operación, entregas o expedición.
4	Moderado	Desempeño impactado hasta el 10%, considerar la viabilidad de acciones; Cliente y partes interesadas reclaman, si son cuestionadas; Impacto leve en la operación, entregas o expedición.
3	Menor	Desempeño impactado hasta el 10%, considerar la viabilidad de acciones; Cliente y partes interesadas no reclaman, si son cuestionadas; Impacto cero en la operación, entregas o expedición.
2	Mínimo	Leve inconveniente para el proceso; Sin impacto en el desempeño del indicador.
1	Ninguno	Sin efecto perceptivo en el desempeño del proceso o por las partes interesadas.


 <p>Asociación de Productores del Jean Pelileo Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

ANEXO 2. CARACTERIZACIÓN INDIVIDUAL DE PROCESOS

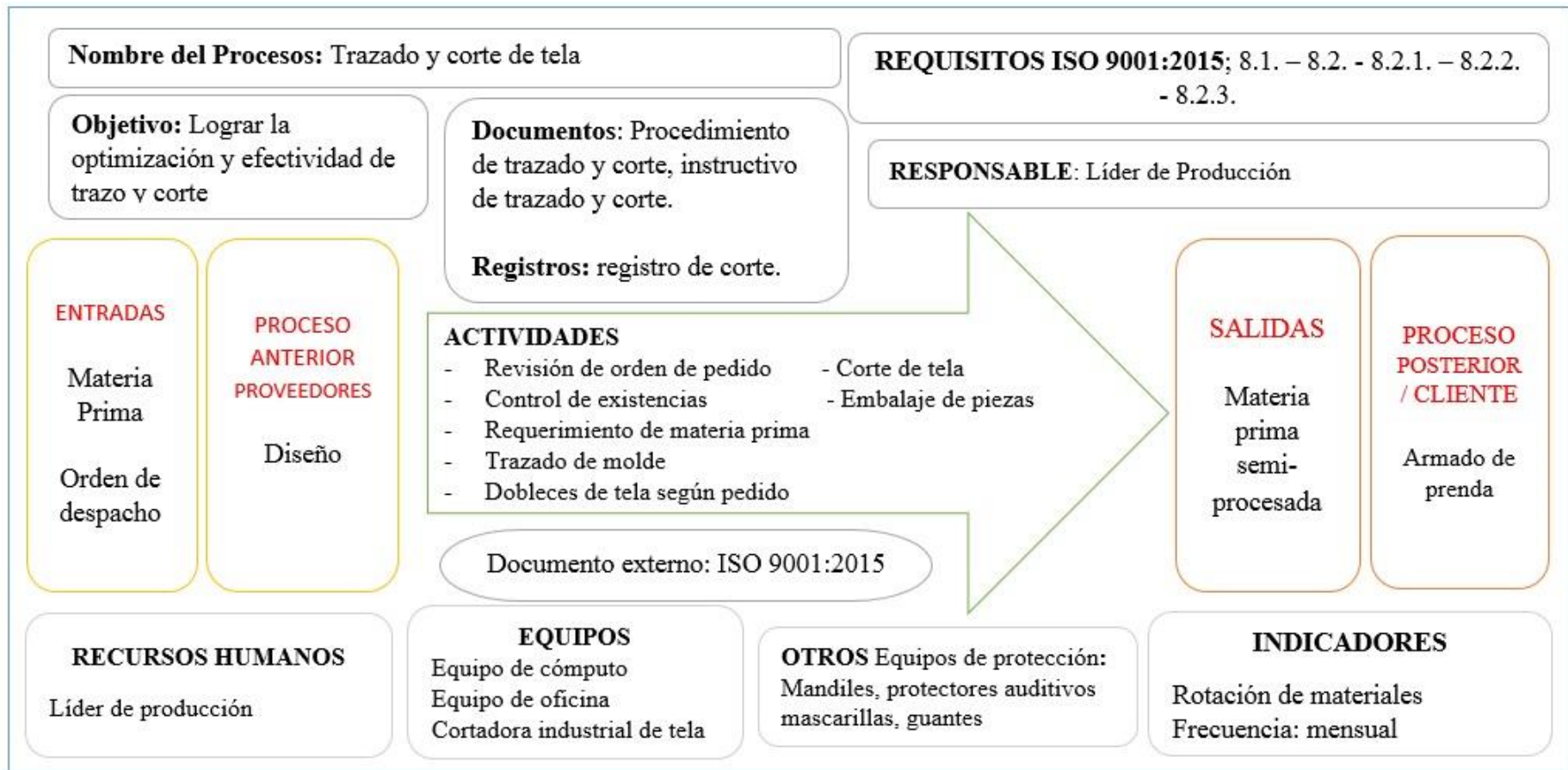



 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

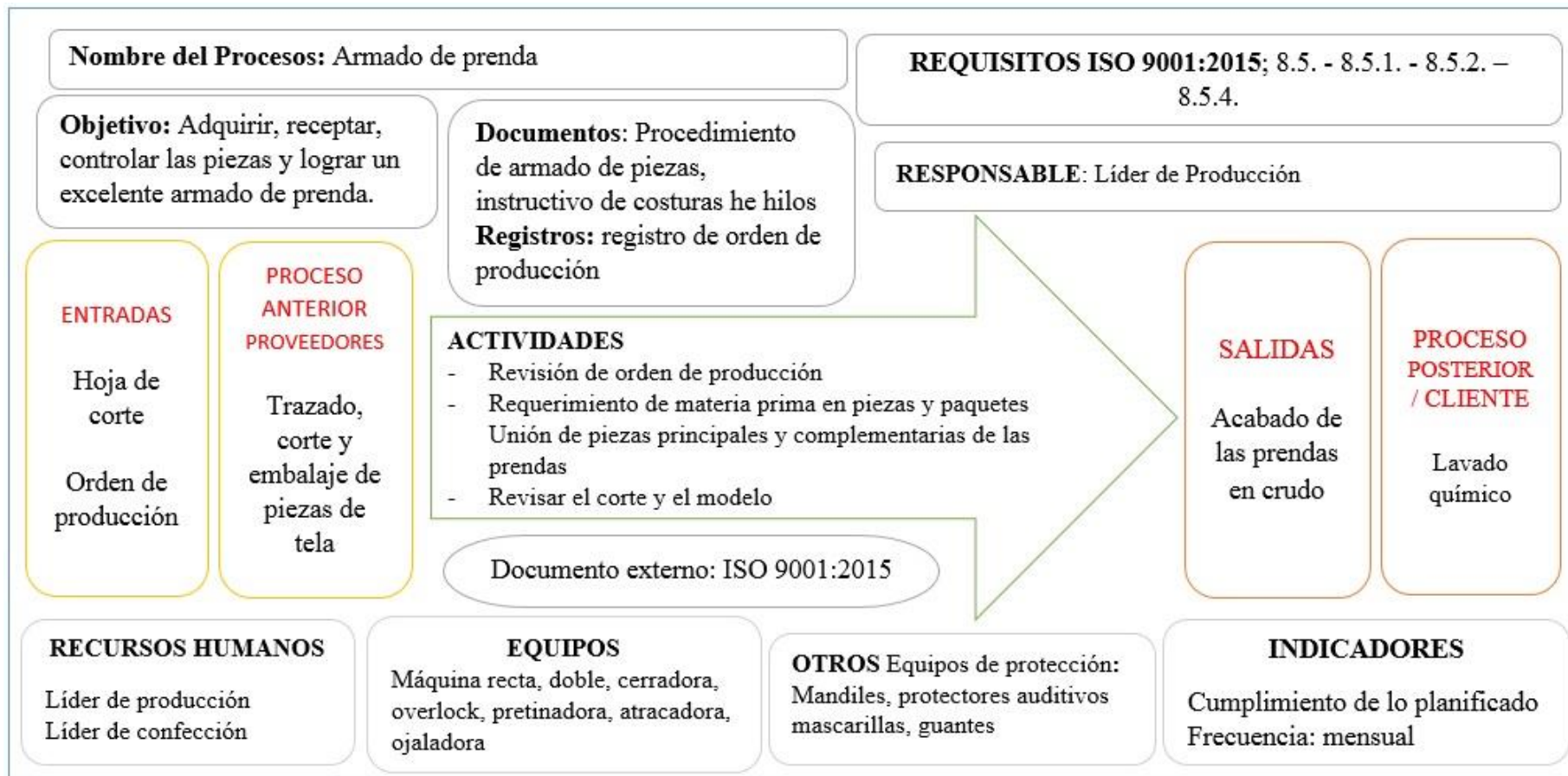



 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

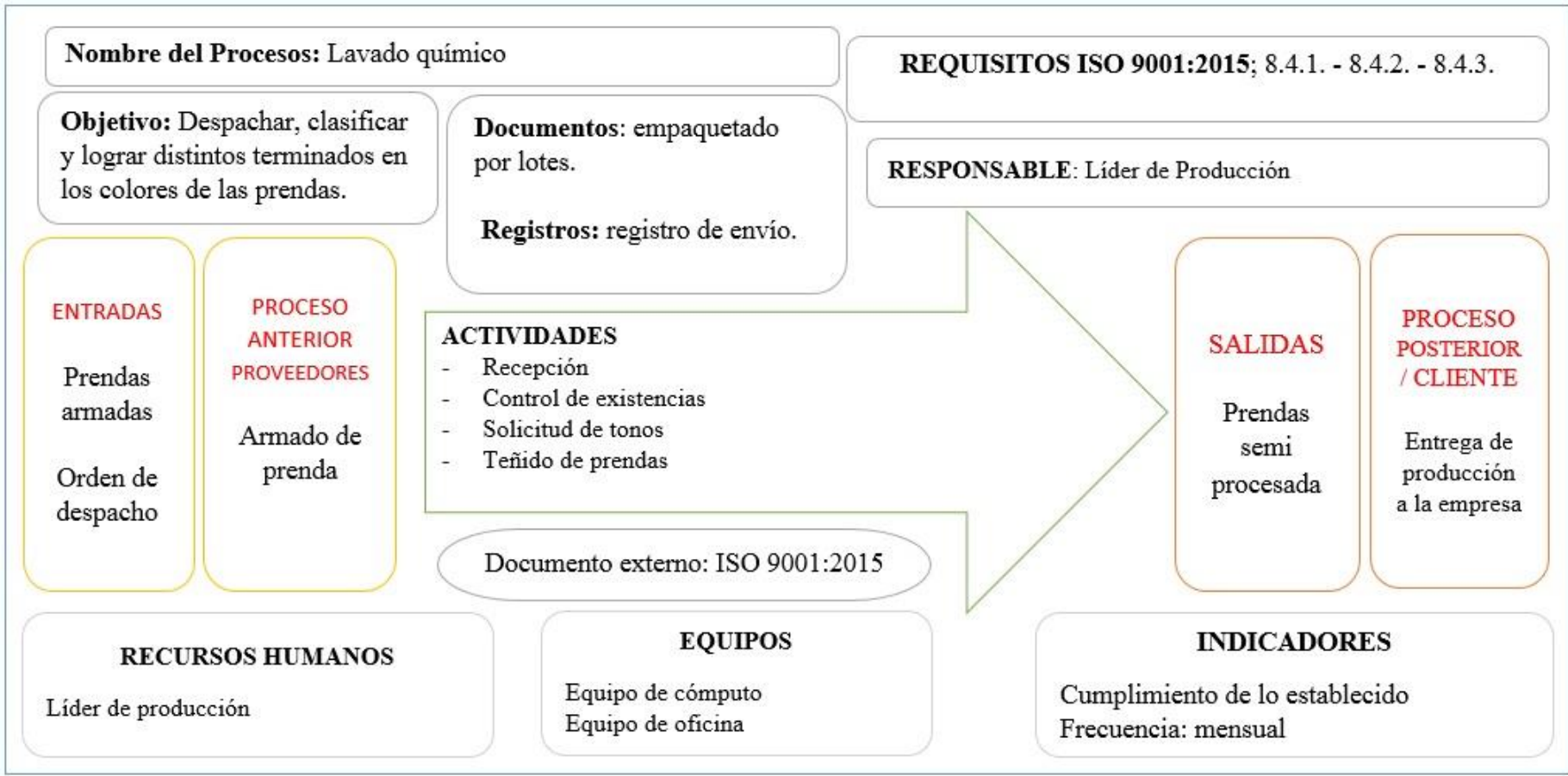
Proceso de Operación




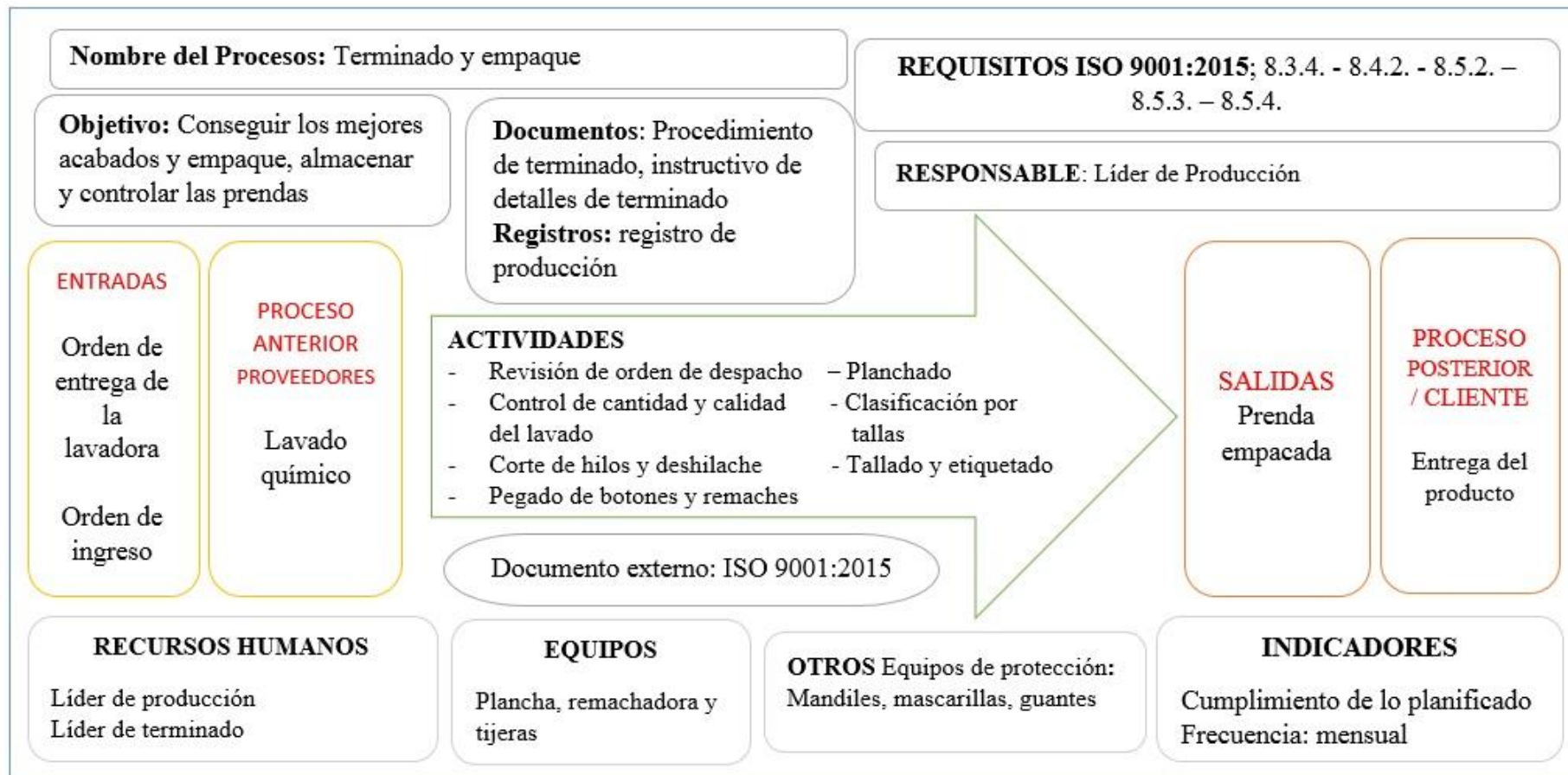
 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	




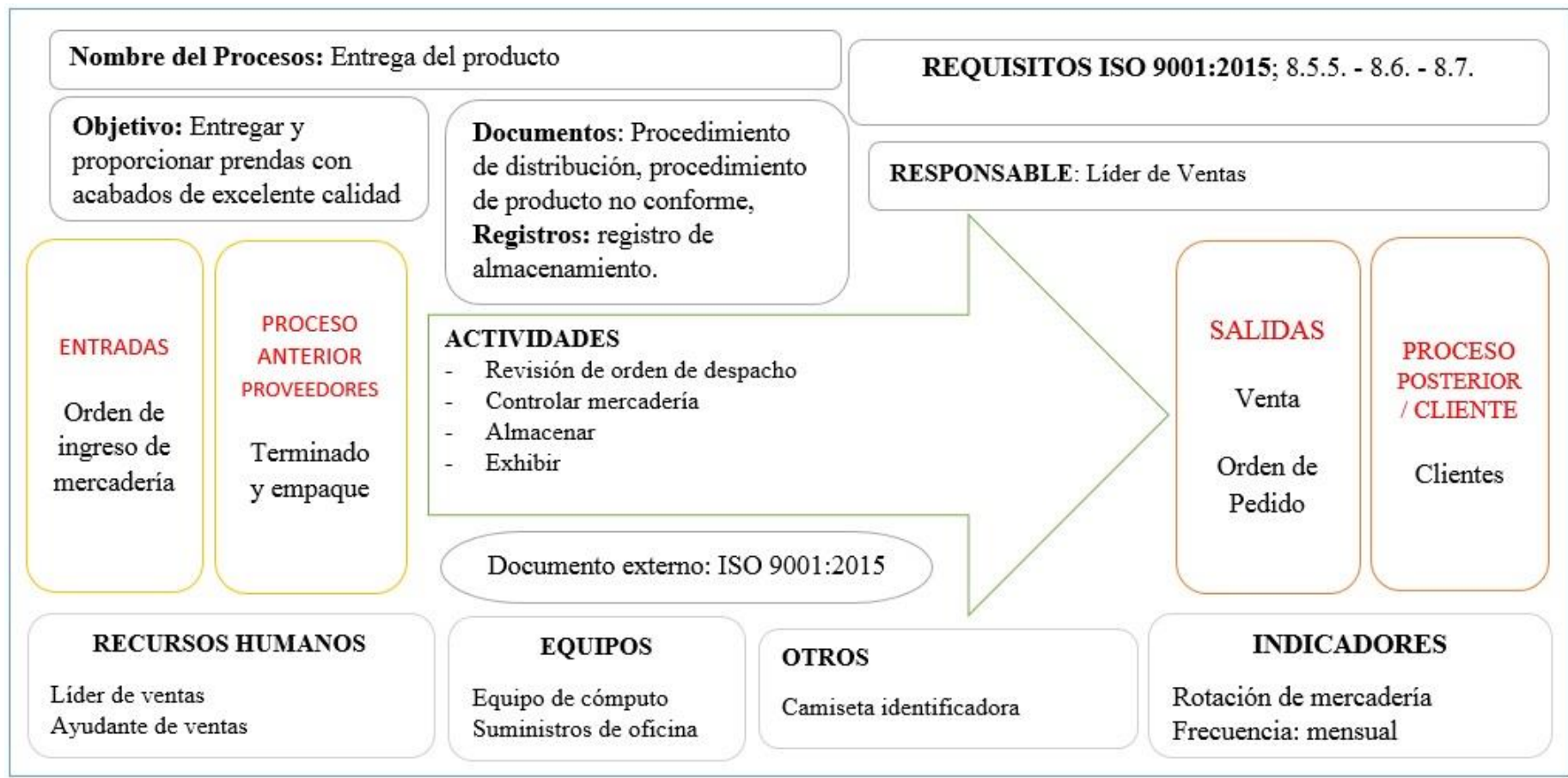
 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	




 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

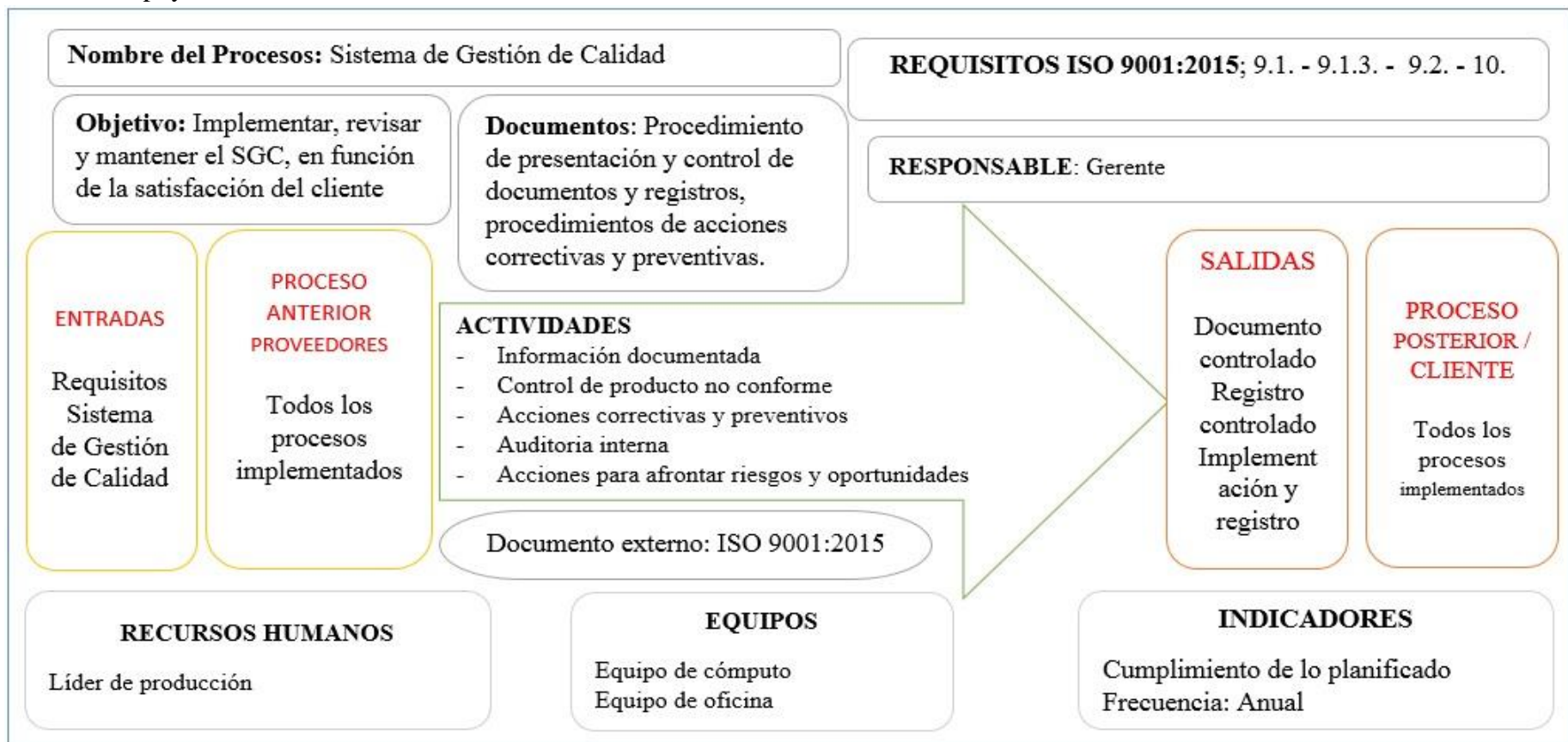



 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	



 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

Proceso de apoyo



 <p>Asociación de Productores del Jean Pélileo Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

ANEXO 4. EJEMPLOS DE INSTRUCTIVOS

OBJETIVO: Indicar el proceso y descripción de cada proceso de producción

ALCANCE: Aplica para todo el proceso de SGC

RESPONSABLE: Líder de producción

DEFINICIONES

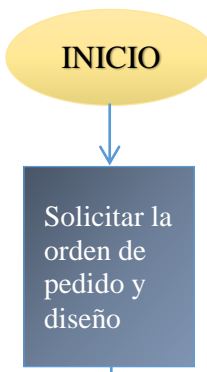
Diseño: De prendas o ropa de vestir.


Modelo: Representación que se sigue como pauta en la realización de algo.

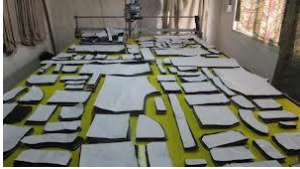
Moldes: Patrones de la prenda a fabricar.


Patrón: es una plantilla que se efectúa en papel o cartón, para que luego sea copiada en la tela y fabricar una prenda

Piezas: Una vez realizado el corte se retira las piezas de la prenda para su posterior armado.

DIAGRAMA DE FLUJO	RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN/ FOTOS	DOCUMENTOS/ REGISTROS
	Líder de Producción	Solicita verbalmente la orden de pedido y diseño al representante de la dirección.		
	Líder de Producción	Solicita la entrega de la tela dependiendo los metros que se requiera para el pedido.		

 <p>Asociación de Productores del Jean Pelileo Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
			Revisión: 0
	Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos


	Líder de Producción	Solicita los moldes según el diseño del pantalón para sus respectivos cambios y adecuaciones al modelo.	
	Líder de Producción	Juntamente con el líder de corte se tiende un dobles de tela que pasa hacer el patrón para la colocación correcta de los moldes	
	Líder de Producción	Se coloca los moldes de forma en que se aproveche cada espacio y logre la colocación correcta de todas las piezas. En caso de no coincidir los moldes se procede a escoger nuevamente los moldes.	
	Líder de Producción	Listo el trazo se procede a doblar la tela dependiendo el pedido requerido de acuerdo al patrón de trazo.	
	Líder de corte	Se coloca el trazo en la parte superior de los dobleces determinados y se procede a cortar por piezas.	
	Líder de corte	Luego de haber terminado el corte de piezas se inicia a empaquetar por piezas para su distribución al armado de prenda	
			

 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

ANEXO 5. EJEMPLOS DE REGISTROS

Registro de Acciones Correctivas, Preventivas y de Mejora

N:	Proceso:	Fecha elaboración de la acción:		
<input type="checkbox"/> ACCIÓN CORRECTIVA		<input type="checkbox"/> ACCIÓN PREVENTIVA		<input type="checkbox"/> ACCIÓN DE MEJORA
RESPONSABLES(DUEÑO PROCESO Y/O PARTICIPANTES):			FIRMAS:	
1.			1.	
2.			2.	
Detectado por:				
Servicio no conforme: <input type="checkbox"/> Auditorías SGC <input type="checkbox"/> Medición desempeño procesos/clientes <input type="checkbox"/>				
PROBLEMA POTENCIAL/ SITUACIÓN ACTUAL:				
CAUSA:				
ACCIÓN A TOMAR:				
Cambios a efectuar en documentación (si procede):				
ACCIÓN	RESPONSABILIDAD		PLAZO	
EJECUCIÓN DE LA ACCIÓN A TOMAR:				
VERIFICACIÓN:				
EFICACIA Y CIERRE:				
Controles de seguimiento (verificación de la acción):			Responsable de Verificación (Coord. de Calidad) Nombre: Firma: Fecha de verificación:	
Se han realizado los cambios en doc.?	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO		
Observaciones:			Responsable de Cierre de Acción (Coord. de Calidad) Fecha:	
Resultado de la verificación:				
<input type="checkbox"/> ACCIÓN EFICAZ			<input type="checkbox"/> SI	
<input type="checkbox"/> ACCIÓN NO EFICAZ			<input type="checkbox"/> NO	

 <p>Asociación de Productores del Jean Pelileo Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

OBJETIVO: Registrar los productos no conformes

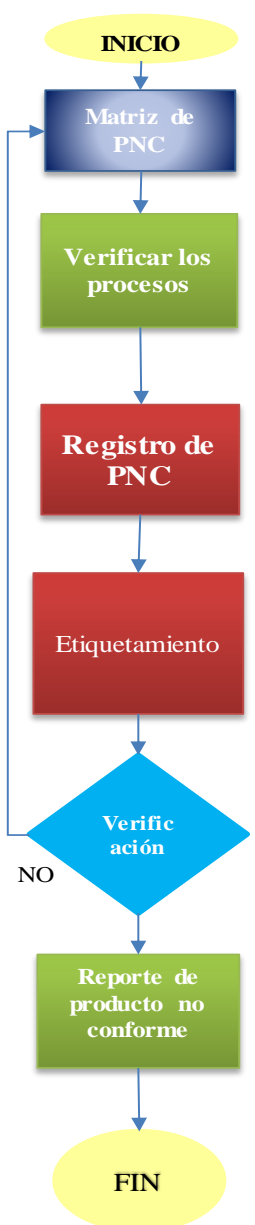
ALCANCE: Aplica para todo el SGC


RESPONSABLE: Líder del SGC.

DEFINICIONES

ACPMS: Acciones Correctivas, preventivas y de mejoras

PNC: Productos no conformes

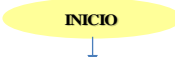





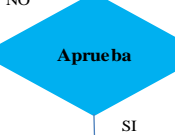
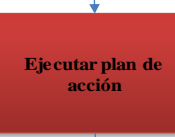


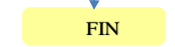
DIAGRAMA DE FLUJO	RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN	DOCUMENTOS REGISTROS
	Líder del SGC y Líderes de todos los procesos	Identificar el estado de los productos	
	Líder del SGC y Líderes de todos los procesos	Verificación con la matriz, Levantar un producto no conforme con un ACPMS	RG-SGC-003
	Líder del SGC y Líderes de todos los procesos	AGREGAR: Registro de producto no conforme	
	Líder del SGC y Líderes de todos los procesos	OK: Etiqueta verde. REPROCESAR: Etiqueta Naranja. MAL: Etiqueta roja	
	Líder del SGC y Líderes de todos los procesos	Si el producto esta OK, procede a la liberación; caso contrario va a remate	
	Líder de proceso	Reporte de productos no conformes y elaboración de indicadores mensuales	


 <p>Asociación de Productores del Jean Pelileo Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
			Revisión: 0
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

OBJETIVO: Acciones correctivas de productos no conformes
ALCANCE: Aplica para todo el SGC
RESPONSABLE: Líder del SGC.

DEFINICIONES

ACPMs: Acciones Correctivas, preventivas y de mejoras
PNC: Productos no conformes

DIAGRAMA DE FLUJO	RESPONSABLE	DESCRIPCIÓN	DOCUMENTOS REGISTROS
			
	Líderes o Líderes de todos los procesos	Solicitar por escrito la representante de la dirección la apertura de la ACPMs	
	Representante de la dirección	El representante de la dirección si esta de acuerdo aprueba, si no da por terminada la acción, Identificar el proceso de la acción y que tipo de acción se va a tomar (Corrección, Prevención, Mejora)	
	Responsable del proceso de ACPMs	Identificar procesos, acciones correctivas, y de mejora	
	Responsable del Proceso ACPMs	Tomar en cuenta tiempo y recursos	
			
	Representante de la dirección y el responsable de la apertura de la ACPMs	Una vez identificadas las soluciones el representante de la dirección si esta de acuerdo; aprueba y si no esta de acuerdo, regresa el plan al responsable del proceso	
	Representante de la dirección y el responsable de la apertura de la ACPMs	Una vez aprobado el plan de acción ejecutar el mismo tomando en cuenta la implementación del plan tomando en cuenta el tiempo y recursos.	
	Representante de la dirección y el responsable de la apertura de la ACPMs	Una vez ejecutada el plan de acción, se verifica si esta bien, si no esta bien el responsable de la apertura de la CPMs regresa a analizar causas	
	Representante de la dirección y responsable de la ACPMs	Una vez terminada la verificación de la ACPMs, el responsable de la ACPMs, realizara el cierre satisfactorio del proceso y le dará fin	
			

 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

ANEXO 6. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE


Asociación de Productores del Jean de la ciudad de Pelileo

Gracias por elegirnos, los datos que nos proporcionen se tratarán de forma anónima.

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

- 1= Malo
- 2= Regular
- 3= Bueno
- 4= Excelente

Preguntas	1	2	3	4
1. Infraestructura				
2. Atención al cliente				
3. Calidad de los Productos				
4. Rapidez de la atención				
5. El trato del personal es considerado y amable				
6. Precio				
7. Servicio Postventa				
8. Los productos se adapta perfectamente a sus necesidades				
9. Garantía de los productos				
10. ¿En general, cómo ha sido su experiencia usando los productos?				

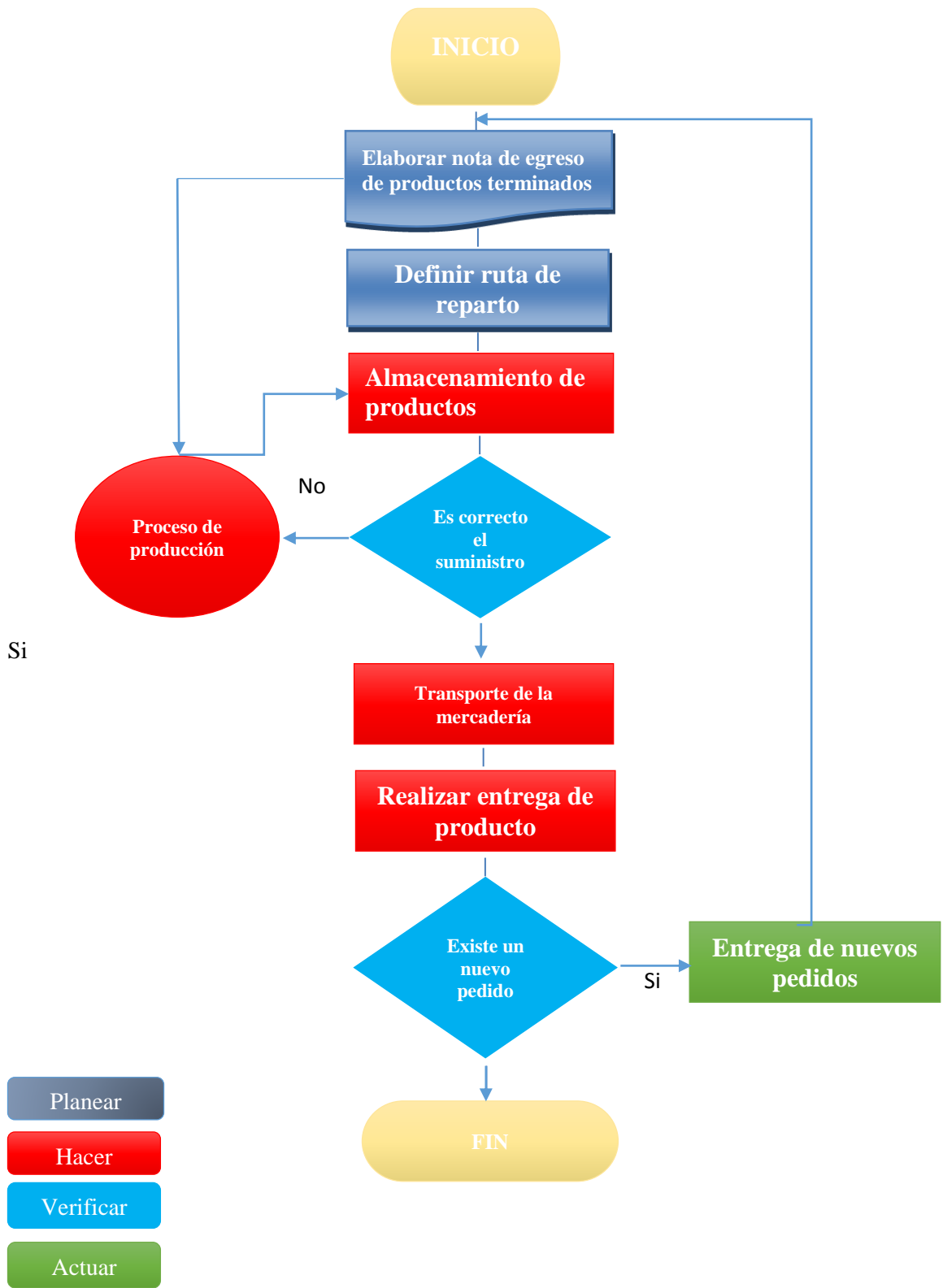
 <p><i>Asociación de Productores del Jean Pelileo</i> Actitud con un toque de glamour</p>	MANUAL DE CALIDAD		CÓDIGO MC –MN-001
			Fecha: 04/07/2016
	Revisión: 0		
Elaborado por: Líder de S.G.C.	Revisado por: Representante del Directorio	Aprobado por: Directivos	

ANÁLISIS DE LA ENCUESTA DE SATISFACCIÓN AL CLIENTE

Realizado las encuestas determina el grado de satisfacción de los clientes encuestados. En el cual permite saber la opinión, las necesidades y la apreciación de los clientes sobre la Asociación y las empresas que lo conforman, tomando de referencia las encuestas, se puede tomar decisiones de mejora concretas. Percibir factores que fortalecen la relación que existe entre la Asociación con los clientes, comprender las expectativas y que se debe mejorar para superar las mismas.

Las encuestas reflejan en lo que se refiere a la atención al cliente que el mayor porcentaje menciona que es bueno, lo que se pretende es brindar una excelente atención que el cliente se sienta a gusto y este vuelva para lo que se requiere mayor comprometimiento de parte del personal. Por otro lado demuestra que los clientes consideran que los productos son de buena calidad, por lo tanto se debe mantener así con un paso al cambio de mejorar ofertando productos de excelente calidad, escogiendo cuidadosamente la materia prima y los insumos a utilizar, dándole un acabado de primera que sea de preferencia para los clientes. De mismo modo el mayor porcentaje de encuestados considera que la rapidez de la atención es bueno, sin dejar pasar por alto que es un factor que influye para la ejecución de la compra. En cuanto al precio de los productos las encuestas reflejan que el porcentaje mayor es bueno que están dispuestos a pagar el precio establecido en los productos. En lo que respecta al servicio postventa el mayor número de encuestados dice que es malo porque no reciben ningún tipo de comunicación luego de a ver efectuado la compra, tal vez porque no es una compra representativa o no es cliente frecuente. Es de vital importancia que los productos se adapten perfectamente a las necesidades, por medio de las encuestas nos indica que el mayor número de encuesta mencionan que son buenos, pero la verdadera intención de la Asociación debe ser excelente. La garantía de los productos para la mayoría de los clientes es bueno pero se debe tomar atención en este aspecto para que prioricen los productos.

ANEXO 7. EJEMPLO DE FLUJOGRAMA DE PROCESO GENERAL DE DISTRIBUCIÓN









CUADRO ESTRATÉGICO

Un mapa estratégico es una herramienta para realizar un Balanced Scorecard o cuadro de mando integral, el cuál debe servir como una guía en momentos críticos en la empresa. Dicho mapa servirá para observar las acciones que la organización tomará y lo que ésta piensa en ese momento con respecto a su futuro. Siendo ésta una representación gráfica que permite aprender sobre los cambios que se van generando a medida que éstos se van creando en situaciones donde no existe la certeza de lo que ocurrirá.




ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DEL JEAN CUADRO ESTRATÉGICO

ESTRATEGIAS	OBJETIVO	RESPONSABLE	FOTOS
<ul style="list-style-type: none"> · Ofrecer productos exclusivos que superen las expectativas y necesidades de los clientes. 	<p>Comprometidos con la calidad y las necesidades de los clientes, a la vanguardia lo último de la moda.</p>	<p>Líder de ventas Líder de producción</p>	
<ul style="list-style-type: none"> · Fijar un sistema para establecer precios adecuados al mercado. 	<p>Realizar un análisis comparativo con la competencia para así establecer un precio adecuado.</p>	<p>Líder de ventas Líder de producción</p>	

<ul style="list-style-type: none"> · Brindar una excelente atención con el personal adecuado que logre persuadir al cliente sobre el producto. 	<p>La empresa debe aprovechar todos los conocimientos de los empleados incentivando a nuevos cambios.</p>	<p>Líder de ventas Personal de ventas</p>	
<ul style="list-style-type: none"> · Fijar metas de ventas de forma semanal y mensual. 	<p>Establecer entre los vendedores un rango considerable, que obligue al vendedor el compromiso con la empresa.</p>	<p>Líder de ventas</p>	
<ul style="list-style-type: none"> · Elaborar una base de datos sobre los clientes habituales. 	<p>Adquirir un programa que le permita mantener una base de datos actualizados, para realizar un seguimiento de los clientes.</p>	<p>Líder de ventas</p>	

<ul style="list-style-type: none"> · Cambios significativos en la exposición, decoración y la organización en los locales, que sea más atractivo a la vista del cliente. 	<p>Diseñar un sistema de control constante de los nuevos diseños, permitiendo el desenvolvimiento o eficaz de los empleados.</p>	<p>Líder de ventas Personal de ventas</p>	
<ul style="list-style-type: none"> · Ofrecer productos de calidad. 	<p>La empresa debe preparar estrategias de producción para que los productos sean de calidad.</p>	<p>Líder de ventas Líder de producción</p>	
<ul style="list-style-type: none"> · Utilizar combinaciones propicias de colores y prendas al exhibir los productos, que influyan en la decisión de compra. 	<p>Obtener una infraestructura adecuada, una exhibición vistosa estratégicamente para ser la primera opción de los consumidores.</p>	<p>Líder de ventas Personal de ventas</p>	

<ul style="list-style-type: none"> · Ofrecer experiencias objetivas en la compra y uso de los productos. 	<p>La empresa debe ofrecer diversidad en promociones del producto y garantizando los productos para que sea atractiva nuestra organización.</p>	<p>Líder de ventas</p>	
<ul style="list-style-type: none"> · Capacitar a los vendedores en atención y técnicas de ventas. 	<p>Realizar capacitaciones de manera semestral con nuevas conocimientos de atención al cliente y técnicas de ventas.</p>	<p>Gerente Líder de ventas</p>	
<ul style="list-style-type: none"> · Motivar una cultura de competencia sana entre empresas. 	<p>Realizar una socialización entre los miembros de la Asociación para establecer precios similares.</p>	<p>Gerente Líder de ventas</p>	

<ul style="list-style-type: none"> Plantear y exhibir una política de calidad que trasmite confianza a los clientes potenciales. 	<p>Demostrar a los clientes el compromiso de la empresa con los clientes.</p>	<p>Gerente Líder de ventas</p>	 <p><i>Asociación de Productores del Jeán PELILEO</i></p> <p>POLÍTICA DE CALIDAD</p> <p><i>Estamos Comprometidos en la fabricación de ropa jean y algodón para damas, caballeros y niños con altos niveles de excelencia, para satisfacer a nuestros clientes mediante la participación de un equipo de trabajo capacitado, la mejora continuo en nuestros procesos y la responsabilidad social.</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> Incorporar servicio post venta a los clientes destacados. 	<p>Establecer relaciones más estrechas con los clientes y crear la fidelización del mismo.</p>	<p>Gerente Líder de ventas</p>	
<ul style="list-style-type: none"> Innovar constantemente los productos y su exposición. 	<p>Ofrecer variedad de productos y la personalización de exhibición de las prendas a los clientes constantemente.</p>	<p>Líder de ventas Personal de ventas</p>	

6. CONCLUSIONES

Realizado el proyecto de investigación se puede determinar las siguientes conclusiones:

- En la aplicación del Sistema de Gestión de Calidad en la Asociación demuestra ser un medio esencial principalmente direccionado a mejorar la satisfacción de los clientes potenciales, reformar los procesos productivos y mejorar la calidad de los productos.
- Por medio del diagnóstico situacional se pudo determinar que la Asociación de Productores de Jean de la ciudad de Pelileo, en la mayor parte de los integrantes de la Asociación no poseen la categorización e instructivo de los procesos para la verificación del cumplimiento de responsabilidades, base primordial para la correcta aplicación del Sistema de Gestión de Calidad.
- Se comprueba que la mayoría de clientes de la Asociación que consumen los productos se sienten satisfechos con sus compras ya sea por el producto, precio o atención al cliente, sin descartar que existe un considerable número de clientes que no están satisfechos, lo que revela que existe algún tipo de error en el proceso de la venta o inconformidad con los productos, por lo que es necesario la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad.
- El diseño del manual del Sistema de Gestión de Calidad cerciorará que, los procesos que se desarrollan internamente es de forma secuencial y coordinada. Por lo que se establece ciertos puntos que se adaptan a los requerimientos de la Asociación.

- El compromiso del directorio de la Asociación dependerá el buen desempeño de este sistema, así como el compromiso de las empresas intervinientes en cada una de las áreas en tomar acción, lo que permitirá una mejora continua, reduciendo costos, tiempos de producción y brindando el servicio postventa.
- Al implementar el Sistema de Gestión de Calidad basado en la Norma ISO 9001:2015, la Asociación debe determinar y controlar cada proceso y persona interviniente de modo que pueda tener productos de excelente calidad, además con la implementación podrá integrarse de manera más competitiva en el sector textil para afrontar el mercado cambiante, requiriendo productos de mayor valor agregado.
- Con la aplicación de las encuestas, se detectó como debilidad significativa el desconocimiento sobre las Normas ISO y la no utilización de un Sistema de Gestión de Calidad por parte de los socios y del personal, motivo suficiente por el cual no permite desempeñar y verificar la realización efectiva de los procesos y logre la completa satisfacción de los clientes.
- Las encuestas también establece que la atención que brindan a los clientes de forma ágil y oportuna, indica que el personal sabe realizar su trabajo de manera responsable, confiable y cordial, siendo un factor importante al tratarse de este círculo de negocio.
- La orientación de la Asociación es lograr incrementar la satisfacción de los clientes con un enfoque claro hacia la calidad de todos sus productos y procesos.

7. RECOMENDACIONES

La investigación realizada ha permitido establecer las siguientes recomendaciones:

- Diseñar e implementar un Sistema de Gestión de Calidad para garantizar los procesos de producción e incentivar a los clientes que compren los productos, manteniendo como atributo de reconocimiento la calidad y el precio posicionándose cada vez en el mercado.
- Consolidar a la Asociación como un buen destino de compra en el sector textil a través del Sistema de Gestión de Calidad, con el fin de conservar y conseguir excelentes relaciones tanto internas como externas que se involucran con la Asociación directa e indirectamente.
- Encaminar por medio de las encuestas a los clientes que sean la base central de la Asociación, una vez descifrado las necesidades y requerimientos, mejorando la atención del mismo, y por ende lograr la fidelización definitiva del mercado.
- Retroalimentar permanentemente al personal de la Asociación para evitar inconvenientes en un futuro.
- No descuidar el segmento de mercado al que se dirigen como Asociación, manteniendo las políticas, con los clientes y proveedores intervinientes reforzando la relación entre sí.
- Fortaleciendo las perspectivas que indique el elemento importante que es el recurso humano durante todo el proceso de producción, de comercialización y distribución se incentive progresivamente para conseguir eficiencia del personal.

- Conseguir cambios de mejora para captar posibles clientes potenciales, brindándoles productos de calidad con excelentes precios y múltiples beneficios con el fin de llamar la atención y captar clientes activos.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Aimacaña Mullo, I. (2013). *"Procesos de Calidad y la Satisfacción de los Socios, de la Cooperativa de Ahorro y Crédito SUMAK KAWSAY Ltda., de la ciudad de Latacunga"*. Ambato.
- Almeida Boada, E. (2015). *Evaluar el Desempeño del Sistema de Gestión de la Calidad Implementado en la Empresa Casa Lista, a través del análisis del Nivel de Satisfacción de sus Clientes*. Quito.
- Alverni Nannetti, M., Carvalho Mezquita, J. M., & Antunes Teixeira, L. A. (2015). La relación entre la satisfacción de los empleados y la satisfacción del cliente: un estudio de las empresas de software en la ciudad de Belo Horizonte. *Scielo*.
- Alverni, M., Carvalho, J., & Antunes, L. (2015). La relación entre la satisfacción de los empleados y la satisfacción del cliente: un estudio de las empresas de software en la ciudad de Belo Horizonte. *Revista de Administración - Scielo*.
- Armendariz, J. (2010). *Calidad*. España: PARANINFO SA.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de Marketing* (Decimoprimer ed.). (A. Mues, Trad.) México: Pearson Educación.
- Arraut Camargo, L. C. (2012). La gestión de calidad como innovación organizacional para la productividad en la empresa. *Scielo*.
- Bento, F. C., & Esteves, S. C. (2016). El establecimiento de un sistema de gestión de calidad en un centro de fertilidad: la experiencia con la norma ISO 9001. *Scielo*.
- Borja Dousdebés, S., & Jijón Ibán, J. (2014). *Propuesta de un modelo de Gestión en Calidad de Servicio, basado en la norma internacional ISO 9001:2008, en empresas de comercialización de productos de consumo masivo, caso: Almacenes la Rebaja*. Universidad Internacional del Ecuador, Quito.
- Calidad ISO 9001. (2013).
- CAMPOS, G. &. (2010). *GESTIÓN DE CALIDAD*. BARCELONA: UNIV. POLITEC. DE CATALUNYA.
- Cegarra Sánchez, J. (2011). *Metodología de la Investigación Científica y Tecnológica*. Madrid: Díaz de Santos.

- Centros europeos de empresas innovadoras. (2010). *Análisis de Satisfacción del Cliente*. Europa .
- Clava G, J. J. (2011). *Satisfacción de Usuarios: La investigación sobre necesidades de información*. México.
- Crece Negocios*. (24 de Mayo de 2011).
- Crosby, P. (2011). Antecedentes históricos de la Calidad. En L. A. Aldana de Vega, M. P. Álvarez Builes, C. A. Bernal Torres, M. I. Díaz Becerra, C. E. Gonzáles Soler, Ó. Galindo Uribe, & A. Villegas Cortés, *Administración por calidad* (Primera ed., pág. 34). Bogotá, Colombia.
- Cuatrecasas A, L. (2012). *Gestión de la Calidad Total*. Madrid: Díaz de Santos.
- Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones & Dirección de Promoción de Exportaciones. (2013). *Análisis Sectorial de Textiles y Confecciones*. Ecuador: Pro Ecuador.
- Equipo Vértice. (2010). *Gestión de la Calidad (ISO9001/2008)*. España: Vértice. Recuperado el 12 de 2015
- Escuela Europea de Excelencia. (Septiembre de 2015). *ISO 9001:2015*.
- Excelencia, E. E. (2015). *Isso 9001:2015*.
Explorable. (2012).
- Feigenbaum, A. (2011). Antecedentes históricos de la Calidad. En L. A. Aldana de Vega, M. P. Álvarez Builes, C. A. Bernal Torres, M. I. Díaz Becerra, C. E. Gonzáles Soler, Ó. Galindo Uribe, & A. Villegas Cortés, *Administración de la Calidad* (Primera ed., pág. 34). Bogotá, Colombia.
- Foltavo, T., Vergara, J., & Hoz, E. (2012). Evaluación del impacto de los sistemas de gestión de la calidad en la liquidez y rentabilidad de las empresas de la Zona Industrial . *Revista Pensamiento y Gestión - Scielo*.
- Forero Medina, C. A. (2014). Competitividad y Calidad. En Gupta, Pongetti, & Skrabec, *EL SISTEMA DE GESTIÓN CALIDAD COMO HERRAMIENTA FUNDAMENTAL PARA LOGRAR COMPETITIVIDAD*. Bogotá.
- Forero, C. (2014). *El Sistema de Gestión Calidad como Herramienta Fundamental para lograr Competitividad*. Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá.
- Galvis, E., & Ortiz, N. (2012). Medición de la satisfacción de clientes. *Redalyc.org*.
- García Fernandez, J., Cepeda Carrión, G., & Martín Ruíz, D. (2012). La Satisfacción del cliente y su relación con la percepción de calidad. *Redalyc.org*.

- (2010). *Gestión de la Calidad (ISO 9001/2008)*. España: Vertice.
- González González, A., & González Roduíguez, R. (2012). Diseño de un Sistema de Gestión de la Calidad con un enfoque de Ingeniería de la calidad. *Redalyc.org*.
- Gonzalez, H. (9 de Diciembre de 2013). *Calidad y Gestión*.
- Gonzalez, H. (1 de Marzo de 2016). *Calidad y Gestión*.
- Gosso, F. (2010). *Hiper Satisfacción del Cliente*. México: Panorama Editorial, S.A. de C.V.
- Guerrero Salazar, C. V. (2014). *Metodología de la Investigación*.
- Herrera, M. (2012). Implementación de un sistema de gestión de la calidad para mejoras en la empresa. *Revista Ingeniería Industrial - Redalyc.org*.
- INEN. (2012). *Servicio Ecuatoriano de Normalización*.
- Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN). (30 de Noviembre de 2012).
- Ishikawa, K. (2013). Definiciones de Control de Calidad. En P. Valderrey S, *Herramientas para la Calidad Total* (pág. 17). Bototá: Ediciones de la U.
- Juez Martel, P., & Diez Vegas, J. (2011). *Probabilidad y estadística*. Madrid: Diaz de Santos.
- Lara, E. (2011). *Fundamentos de Investigación*. México: Alfaomega.
- Llarena, M., Villodre, S., Pontoriero, F., & Cattapan, A. (2014). Modelo de sistema de gestión de calidad para la puesta en marcha de cursos no presenciales: instrumentos de seguimiento y evaluación. *Revista Formación Universitaria - Scielo*.
- Lluis, C. (2012). *Gestión de la calidad total: Organización de la producción y dirección de operaciones*. Edicionces Días de Santos.
- López Rey, S. (2010). *Implementación de un Sistema de Calidad* (Segunda ed.). España: Ideas Propias.
- López, D., Fraga, V., Rosas, M., Castro, G., & Thompson, M. (2013). Cómo Redactar Proyectos de Investigación. *Revista de especialidades Médico-Quirúrgicas*.
- López, P. (2012). Población, muestra y muestreo. *Revista Punto Cero - Scielo*.
- Maekawa, R., Monteiro de Carvalho, M., & Otavio, J. (2013). Un estudio sobre la certificación ISO 9001 en Brasil: la cartografía de la motivaciones, los beneficios y las dificultades. *Scielo*.

- Makanyeza, C., & Mumiriki, D. (2016). Son todos los clientes realmente lo mismo? La comparación de la calidad del servicio y la satisfacción entre los clientes residenciales y de negocios de telecomunicaciones. *Scielo*.
- Maldonado, J. (2010). *Issu*.
- Maldonado, J. Á. (2011). *Cultura de Servicio al Cliente*.
- Maldonado, J. A. (2015). Fundamentos de Calidad Total.
- Maldonado, J. Á. (s.f.). *Cultura de Servicio al Cliente*.
- Maldonado, P., & Cárdenas, M. (2013). "*Propuesta de Guía Metodológica para la Implementación de un Sistema Integrado de Gestión de la Calidad, el Ambiente y la Seguridad Ocupacional para la Unidad Ejecutora de Proyectos del Ilustre Municipio de la ciudad de Cuenca*". Guayaquil.
- Martínez Costa, M., & Martínez Lorente, Á. (2013). Sistemas de gestión de calidad y resultados empresariales. *Redalyc.org*.
- Martínez López, E. J. (2012). *Fundamentos básicos en el diseño de la investigación empírica*. (U. d. Jaén, Ed.)
- Martínez Pérez, R., & Rodríguez Esponda, E. (2012). *Manual de Metodología de la Investigación Científica*.
- Martínez Ruíz, H. (2012). *Metodología de la investigación*. México: Cengage Learning.
- McAdam, & McKeown. (2010). Competitividad y Calidad, las claves de una estrategia empresarial.
- Medina, E. (2011). *El Sistema de Gestión de la Calidad y su incidencia en el nivel de satisfacción de los clientes, de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Migrantes del Ecuador Ltda., de la ciudad de Ambato*. Proyecto de investigación, Universidad Técnica de Ambato, Ambato.
- Medina, M. (2012). *Política Organizacional*. Gestipolis.
- Mizuno, S. (2011). Antecedentes históricos de la Calidad. En L. A. Aldana de Vega, M. P. Álvarez Builes, C. A. Bernal Torres, M. I. Díaz Becerra, C. E. Gonzáles Soler, Ó. Galindo Uribe, & A. Villegas Cortés, *Administración de la Calidad* (Primera ed., pág. 35). Bogotá, Colombia: Editorial de la U.
- Molinera Cantos, C. (2012). Calidad de servicio y satisfacción del cliente. *Redalyc.org*.

- Morris, A., Rodríguez, C., Vizán, A., Martínez, M., & Gil, M. (2013). Sistema de gestión de la calidad y desempeño organizacional. *Revista Interciencia - Redalyc*.
- Munch, L., Sandoval, P., Torres, G., & Ricalde, E. (2012). *Nuevos fundamentos de Mercadotecnia*. México: Trillas, S. A. de C. V.
- Namarkforoosh, M. N. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Limusa S.A.
- Nápoles Rojas, L. F., Isaac Godínez, C. L., & Moreno Pino, M. R. (2015). La implantación de ISO 9001 en una Dirección Integrada de Proyectos. *Scielo*.
- Norma ISO 9001:2015, I. (2015). *Interpretacion libre de ISO/DIS 9001:2015*.
- Normas Industriales Japonesas. (2013). Definición de Control de Calidad. En P. Valderrey S, *Herramientas para la Calidad Total* (pág. 17). Bogotá: Ediciones U.
- Ortiz, Rojas, López, Rosas, & Tamayo, B. y. (2015). *EcuRed*.
- Osorio Gómez, J., Cruz Giraldo, E., & Romero Vega, M. C. (2015). Impacto de la certificación ISO 9001 en clínicas de Cali. *Scielo.org*.
- Peña, A., & Pinta, F. (2012). *INFOECONOMÍA*. Quito: INEC.
- Pérez, M., Guevara, P., & Granda, M. E. (2014). *Entre la inercia y el dinamismo empresarial; el entorno de negocios*. Quito: UDLA.
- Philip, K., & Lane Keller, K. (2011). *Dirección de Marketing* (Duodécima ed.). México: Pearson Prentice Hall.
- Prairie, E. (2011). *Beneficios de la norma ISO 9001*.
- PRO ECUADOR. (2012). *Comportamiento y Tendencias*. Quito.
- Rodríguez, F. (2011). *Sistemas de Gestión de Calidad y su incidencia en los niveles de satisfacción del cliente de la empresa Textil Santa Rosa C.A.* Proyecto de Investigación, Universidad Técnica de Ambato, Ambato.
- Ruíz, R. (2012). *El método científico y sus etapas*. México.
- Sarango, T. (2010). *Plan de implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad, bajo Norma ISO 9001, en la fábrica de muebles Burgues Cía Ltda.* Proyecto de Investigación, Universidad Politécnica Salesiana, Unidad de Posgrados, Cuenca.
- Senge, P. M. (23 de Septiembre de 2012). *Blogger*. (K. Orellana, Ed.)
- Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN). (11 de Mayo de 2016). *Servicio Ecuatoriano*.

- Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001. (2015). *El nuevo estándar internacional para los sistema de gestión de la calidad*. bsi.
- Sivaram, N., Devadasan, S., & Muruges, R. (2013). Conceptualisation for implementing total productive maintenance through the ISO 9001. *Scielo*.
- Sivaram, N., Devadasan, S., & Muuges, R. (2013). Conceptualización de la aplicación de mantenimiento productivo total a través de la norma ISO 9001: Sistema de gestión de la calidad basado en la norma 2008. *Scielo*.
- Sivaram, N., Devadasan, S., & Muuges, R. (2013). Conceptualización de la aplicación de mantenimiento productivo total a través de la norma ISO 9001: Sistema de gestión de la calidad basado en la norma 2008. *Revista South African Journal of Industrial Engineering - Scielo*.
- Thompson, I. (Julio de 2010). *Promonegocios.net*.
- Tschohl, J. (2011). *El Arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia Servicio al Cliente*. Estados Unidos de América.
- Turismo Pelileo*. (2016). (A. Altavoz, Productor)
- Turnero Astros, I. J. (2014). *Implementación Sistema de Gestión Calidad, URDD, UNEXPO*.
- Udaondo Duran, M. (s.f.). *Gestión de Calidad*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- .
- Villena, C. (Enero de 2016). (C. Andaluz, Entrevistador)
- WOW. (23 de Abril de 2016).
- Zambrano Carrillo, C., & Rodríguez Portés, S. (2013). *Propuesta de un Modelo de Mejora Continua en los Procesos del Laboratorio Ambiental IPSOMARY S.A. basado en un Sistema de Gestión de Calidad bajo la Norma ISO 9001:2008*. Proyecto de investigación, Universidad Politécnica Salesiana Sede Guayaquil, Guayaquil.

ANEXOS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO - FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS - CARRERA DE MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS

Estimados socios el motivo de la siguiente encuesta es para conocer y mejorar los Sistemas de Gestión de Calidad, de modo que requerimos que sus respuestas se apeguen a su realidad, la información será tratada de forma confidencial y será utilizada únicamente para mejorar la satisfacción de los clientes de la Asociación. **Instrucciones:** Lea detenidamente cada una de las preguntas antes de responder. Marque con una “x” la respuesta que considere correcta

Cuestionario:

1. ¿Sabe usted, que son las NORMAS ISO 9001-2015?

- a) Si
- b) No
- c) Parcialmente

2. ¿Los productos que usted comercializa, posee certificación de calidad?

- a) Si
- b) No

Especifique _____

3. ¿Conoce usted cuál es la importancia de la implementación de un Sistema de Calidad?

- a) Muy Importante
- b) Importante
- c) Poco importante

4. ¿Estaría dispuesto a desarrollar e implementar un Sistema de Calidad en su negocio?

- a) Si
- b) No

5. ¿Cuál es el promedio de ingresos de forma mensual en su negocio?

- a) Más de \$8000
- b) Entre \$4000 a \$8000
- c) Entre \$1000 a \$4000
- d) Menos de \$1000

6. ¿Cuál es el promedio de egresos de forma mensual en su negocio?

- a) Más de \$6000
- b) Entre \$4000 a \$6000
- c) Entre \$1000 a \$4000
- d) Menos de \$1000

7. ¿Para la atención al cliente usted cuenta con personal en su local comercial?

- a) Si
- b) No

Cuantos _____

8. ¿Para el funcionamiento de su negocio usted posee?

- a) RUC
- b) Rise

9. ¿A su criterio cual es el atributo que los clientes valoran como más relevante al momento de la compra de un producto de su negocio?

- a) Calidad en los productos
- b) Precio
- c) Servicio al cliente

10. ¿Considera usted, que los clientes de su negocio se sienten satisfechos al momento de efectuar una compra?

- a) Si
- b) No

11. ¿Considera usted, que la implementación de los Sistemas de Gestión de Calidad mejorará la satisfacción de los clientes de las empresas asociadas en la Asociación de Productores del Jean de la Ciudad de Pelileo?

- a) Si
- b) No

Cuestionario:

1. ¿Con que frecuencia usted visita los locales comerciales de la Asociación de Productores del Jean en la Ciudad de Pelileo para realizar sus compras?

- a) Una vez al mes
- b) De dos a tres meses
- c) De tres a seis meses
- d) Entre seis meses y un año
- e) Un año o más

2. ¿De acuerdo a su criterio indique si se siente satisfecho con los productos que se comercializan en los locales comerciales de la Asociación de Productores del Jean de la Ciudad de Pelileo?

- a) Si
- b) No

3. ¿Al momento de realizar una compra en los locales comerciales le otorgaron algún tipo de garantía por el producto adquirido?

- a) Si
- b) No

4. ¿Los locales comerciales le han otorgado algún tipo de descuento especial o valor agregado a sus compras realizadas?

- a) Siempre
- b) Casi siempre
- c) Nunca

5. ¿Al momento de realizar una compra porque prefiere a los locales comerciales de la Asociación de Productores del Jean en la Ciudad de Pelileo?

- a) Calidad en los productos
- b) Precio
- c) Servicio al Cliente

6. ¿En qué lapso de tiempo son atendidos sus requerimientos después de haber sido transmitidas al personal de ventas de los locales comerciales de la Asociación de Productores del Jean en la Ciudad de Pelileo?

- a) De 1 a 3min
- b) De 4 a 9min
- c) De 10min a más

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en promedio al comprar un producto en los locales comerciales de la Asociación de Productores del Jean en la Ciudad de Pelileo?

- a) Más de \$60
- b) Entre \$40 a \$59
- c) Entre \$25 a \$39
- d) Entre \$11 a \$24
- e) Menos de \$10

8. ¿Qué tipo de prenda prefiere?

- a) Jean
- b) Licra
- c) Leguis
- d) Deportivo
- e) Gabardina
- f) Casual

9. ¿Qué modelo de Jean prefiere?

Damas:

- a) Clásicos
- b) Tubos
- c) Pretina ancha
- d) De cintura
- e) Lo que esté de moda

Estimados clientes el motivo de la siguiente encuesta es para conocer y mejorar el servicio y sus productos, de modo que requerimos que sus respuestas se apeguen a su realidad, la información será tratada de forma confidencial y será utilizada únicamente para mejorar la satisfacción de los clientes de la Asociación. **Instrucciones:** Lea detenidamente cada una de las preguntas antes de responder. Marque con una “x” la respuesta que considere correcta

Caballeros

- a) Clásicos
- b) Semi Tubos
- c) Bermudas
- d) Anchos
- e) Lo que esté de moda

10. ¿Qué tipo de efectos de tinturado prefiere al momento de elegir un Jean?

- a) Rasgados (rotos)
- b) Desgastes (decoloración)
- c) Normales (un color)
- d) Arrugados
- e) Con efectos (bigotes)

11. ¿Considera usted, adecuados los vestidores de los locales comerciales de la Asociación de

Productores del Jean en la Ciudad de Pelileo?

- a) Si
- b) Parcialmente
- c) No

12. ¿Ha recomendado usted los productos de los locales comerciales de la Asociación de Productores del Jean en la Ciudad de Pelileo a otras personas?

- a) Si
- b) Parcialmente
- c) No

13. ¿La Asociación de Productores del Jean en la Ciudad de Pelileo debería implementar un Sistema de Gestión de Calidad basado en las Normas ISO 9001:2015?

- a) Si
- b) Probablemente
- c) No

14. ¿Le parece una buena alternativa para realizar compras en los almacenes de la Asociación de Productores del Jean en la Ciudad de Pelileo?

- a) Si
- b) Parcialmente
- c) No

15. Le gustaría recibir una llamada Postventa de los locales comerciales de la Asociación de Productores del Jean en la Ciudad de Pelileo.

- a) Si
- b) No