



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**TRABAJO PRÁCTICO DE EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE
CARRERA DE CARÁCTER COMPLEXIVO**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA - CPA**

TÍTULO

**MANUAL DE GESTIÓN DE CALIDAD DEL COMERCIAL
“THAJEANG”**

Autora: Hurtado Martínez María Belén

Tutor: Mgs. Guerrero Rivera Absalón Wilberto.

MILAGRO, DICIEMBRE 2016

ECUADOR

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que me comprometo asesorar durante la etapa del desarrollo hasta su presentación, evaluación y sustentación del trabajo de titulación, cuyo tema es Manual de Gestión de Calidad del Comercial "THAJEANG" presentado por la estudiante Hurtado Martínez María Belén, para optar al título de Ingeniera en Contaduría Pública y Auditoría.

Milagro, diciembre del 2016.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'WILBERTO GUERRERO RIVERA', written over a horizontal line.

Tutor: Mgs. Guerrero Rivera Absalón Wilberto.

C.I: 060327499-4

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, diciembre de 2016.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'MBL', is written above a horizontal line.

Firma del estudiante

Hurtado Martínez María Belén

CI: 094212767-1

DEDICATORIA

Dedico este trabajo fruto de mi esfuerzo a Dios por haberme dado vida y sabiduría para luchar día a día por el cumplimiento de mis metas tanto personales como profesionales.

Dedico también este proyecto a mis padres Vicente Hurtado, Saraí Martínez y mi hermana Diana Hurtado, quienes han sido pilar fundamental en mi vida; por su paciencia, comprensión y apoyo en cada momento convirtiéndose en una fuente de energía durante todo mi proceso de preparación, a Carlos Berrezueta mi enamorado por estar ahí junto a mí apoyándome en el cumplimiento de una de mis metas tan importante en mi vida.

A mis docentes de esta prestigiosa Universidad, quienes me han tenido paciencia al momento de impartirme sus conocimientos y por haberme brindado su amistad y confianza.

Y a toda mi familia, a las personas y amistades que siempre se han preocupado por mi bienestar integral.

AGRADECIMIENTO

De manera especial mi eterno agradecimiento a Dios, ya que gracias a el tengo vida y salud para poder realizar mis metas, sin su ayuda no hubiera sido posible la culminación de esta meta que me propuse.

A mis familiares que siempre me apoyaron y me alentaron moral y espiritualmente, gracias por su paciencia y comprensión.

A mi tutor Mgs, Absalón Guerrero por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito

También me gustaría agradecer a mis docentes durante toda mi carrera profesional porque todos han aportado con un granito de arena a mi formación, y en especial a Ing. Fabiola Peralta, Econ. Rosa Espinoza, Ing. Xavier Ortega, Ing. Carlos Vásquez, Econ. Carlos Ochoa por sus consejos, su enseñanza y más que todo por su amistad.

A la Universidad Estatal de Milagro por abrirme sus puertas y darme la oportunidad de realizarme profesionalmente, a sus directivos y al personal docente por toda la paciencia, cariño y entrega de sus conocimientos a lo largo del periodo de preparación profesional.

Al Sr. Calixto Guamán por facilitarme la ejecución de mi trabajo en su negocio.

A mis amigos y en especial a Joselyn Armijos, Joselyn Calle y Marcos Villagómez, que siempre estuvieron ahí prestos para ayudarme.

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabrizio Guevara Viejó, MAE.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo hacer entrega de la Cesión de Derecho de Autor del Trabajo Práctico de Examen de Grado o de Fin de Carrera de Carácter Complexivo, realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue “Manual de Gestión de Calidad del Comercial THAJEANG” y que corresponde a la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, diciembre del 2016



Firma de la Estudiante

Hurtado Martínez María Belén

CI: 094212767-1

ABREVIATURAS

PYMES: conjunto de pequeñas y medianas empresas.

ISO: International Organization for Standardization.

SGC: Sistema de Gestión de Calidad.

NPS: Net Promoter Score.

CRR: Customer Retention Rate.

Contenido

CARATULA	i
ACEPTACIÓN DEL TUTOR	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	vi
ABREVIATURAS	vii
ESTRUCTURA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN ESPECIAL	xii
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I.....	2
EL PROBLEMA.....	2
1.1 Planteamiento del Problema	2
1.1.1 Delimitación	3
1.2 Objetivos.....	3
1.2.1 Objetivo General.....	3
1.2.2 Objetivos Específicos	3
CAPITULO II.....	4
MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO.....	4
2.1. Marco Teórico y Referencial.....	4
2.1.2. Marco referenciales.....	10
2.2. Marco Metodológico	11
2.3. Población y Muestra	11
2.4. Métodos y Técnicas.....	12
2.5. Resultados	13
CAPITULO III.....	13
PROPUESTA.....	14
3.1. Descripción de la Propuesta	14
3.1.1. DESARROLLO DE LA PROPUESTA	14
3.2. Conclusiones.....	15
3.3. Recomendaciones.....	16
Bibliografía	17
APÉNDICE.....	20
Apéndice 1: Análisis de Plagio	21

Apéndice 2: Carta de autorización del ente donde se presente el problema: ..	22
Apéndice 3: Encuesta realiza a los clientes.....	23
Apéndice 4: Encuesta realiza a los empleados.....	24
Apéndice 5: Entrevista	25
Apéndice 6: Resultados de las encuestas.....	26

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 ORGANIGRAMA	9
FIGURA 2 NPS (NET PROMOTER SCORE)	12
FIGURA 3 ESCALA VALORATIVA.....	12
FIGURA 4 CRR (CUSTOMER RETENTION RATE).....	13
FIGURA 5 RECLUTACIÓN DE PERSONAL	25
FIGURA 6 PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN	23
FIGURA 7 PAGO DE NOMINA.....	29
FIGURA 8 PROCESO DE COMPRA.....	31
FIGURA 9 PROCESO DE VENTA	33
FIGURA 10 PROCESO DE BODEGA	35

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 SERVICIO QUE OFRECE EL COMERCIAL	26
GRÁFICO 2 IMAGEN QUE PROYECTA EL COMERCIAL	26
GRÁFICO 3 NIVEL DE COMUNICACIÓN.....	27
GRÁFICO 4 COMPRAS EN EL COMERCIAL	27
GRÁFICO 5 PUBLICIDAD REALIZADA	28
GRÁFICO 6 RECOMENDACIÓN DEL COMERCIAL	28
GRÁFICO 7 VOLVERIAS A COMPRAR EN EL COMERCIAL	29
GRÁFICO 8 GRADO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	29
GRÁFICO 9 TAREAS DEFINIDAS	30
GRÁFICO 10 DOCUMENTOS POR ESCRITOS	30
GRÁFICO 11 ADMINISTRACIÓN DE LA EMPRESA.....	31
GRÁFICO 12 CAPACITACIONES	31
GRÁFICO 13 IMPORTANCIA DEL CLIENTE.....	32
GRÁFICO 14 ACTIVIDADES EN EL COMERCIAL	32
GRÁFICO 15 DOCUMENTOS DE CONTROL	33
GRÁFICO 16 IMPLEMENTAR UN MANUAL	33

ESTRUCTURA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN ESPECIAL

Título:

Manual de Gestión de Calidad del Comercial “THAJEANG”.

Resumen:

Las PYMES son de gran importancia dentro de una economía, este segmento es trascendental promueve creación de empleos, producción en desarrollo, y tener una economía sostenible de un país. El entorno del Cantón Naranjito uno de los problemas es la gestión de la calidad; esto se origina por la falta de un manual de gestión de calidad, caso que no es ajena al Comercial THAJEANG, la ausencia de un manual de gestión de calidad ha provocado que las actividades no se las realice de manera planificada, se observa duplicidad e incompatibilidad de funciones, incrementando el riesgo de operación, financiero y no logrando la satisfacción del cliente.

De tal forma es importante diseñar un manual de gestión de calidad cuyo objetivo fundamental es otorgar a la microempresa las diferentes políticas, funciones y procedimientos generando aquella interacción el cumplimiento de la satisfacción del cliente y el desarrollo empresarial.

Se aplicó la investigación de campo el cual nos permitió conocer de forma real los problemas que existen en la empresa, investigación analítica-sintética permito la descomposición de un todo y su agrupación a través de un análisis minucioso. Se efectuó el enfoque cualitativo mediante la entrevista para conocer ciertos aspectos porque el comercial no cuenta con un manual, un enfoque cuantitativo a través de las encuestas permitió conocer la percepción de los clientes hacia la empresa. Mediante los resultados que se obtuvieron, muestran la necesidad de la empresa que debe contar con un manual de gestión de calidad.

Palabras clave: Manual, Gestión, Calidad.

ABSTRACT

The PYMES are of great importance in an economy, this section is important promotes job creation, production in development, and have a sustainable economy of a country. The environment of the Canton Naranjito one of the problems is the management of the quality; This is due to the lack of a quality management manual, which is not unrelated to the Commercial THAJEANG, the absence of a quality management manual has caused that the activities are not carried out in a planned way, there is duplication and incompatibility Of functions, increasing the risk of operation, financial and not achieving customer satisfaction.

Thus, it is important to design a quality management manual whose fundamental objective is to provide the microenterprise with the different policies, functions and procedures generating that interaction, the fulfillment of customer satisfaction and business development.

Field research was applied which allowed us to know in a real way the problems that exist in the company, analytical-synthetic research I allow the decomposition of a whole and its grouping through a detailed analysis. The qualitative approach was made through the interview to know certain aspects because the commercial does not have a manual, a quantitative approach through the surveys allowed to know the perception of the clients towards the company. Through the results obtained, they show the need of the company that must have a manual of quality management.

Keywords: Manual, Management, Quality.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad las pymes, son tan importantes dentro de la parte económica de un país, representan al conjunto de pequeñas y medianas empresas cuya presencia en el medio radica porque promueve el desarrollo de la producción da lugar a la creación de fuente de empleos. En nuestro país, este sector tuvo su parte de desarrollo con el fin de poder hacer frente a la crisis económica, dando lugar a que las personas emprendan para así poder encontrar una fuente de ingreso y trabajo.

Se puede evidenciar los problemas que reflejan hoy en día a las PYMES del Cantón Naranjito es la falta en la gestión de la calidad para obtener un nivel de competitividad referente al entorno y ambiente organizacional, caso que no es indiferente del Comercial "THAJEANG" el cual no cuenta con un manual de gestión de calidad , resultado de esto es la falta de gestión en la planificación de sus actividades, existe la duplicidad de funciones, lo cual son puntos clave que no promueven a que se consiga la satisfacción de sus clientes ya que es la principal parte del desarrollo comercial del mismo, por tal motivo es necesario la implementación de un manual de gestión de calidad que le permite mejorar su actividad comercial a través de la correcta gestión de sus actividades.

Se aplicó la investigación de campo el cual nos permitió conocer de forma real los problemas que existen en la empresa, investigación analítica-sintética permito la descomposición de un todo y su agrupación a través de un análisis minucioso. Se efectuó el enfoque cualitativo mediante la entrevista para conocer ciertos aspectos porque el comercial no cuenta con un manual, un enfoque cuantitativo a través de las encuestas permitió conocer la percepción de los clientes hacia la empresa.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema

Las PYMES, a nivel mundial, representan en promedio el 80% de los negocios de una economía; en este sentido, la importancia de este sector es trascendental para la generación de empleos, desarrollo de la producción, y el manejo sostenible de la economía. (Enroke, 2016)

Se define a las Pymes como a la unidad económica sea esta de producción y toma de decisión , donde la organización es llevada por medio de la coordinación de factores como son capital y trabajo, buscando alcanzar beneficios , produciendo y comercializando sean estos productos u otorgando servicios en el medio (Andersen, 1999). El principal problema que reflejan las PYMES del Cantón Naranjito es la falta de gestión de la calidad referente al entorno y ambiente organizacional porque no cuentan con manual de gestión de calidad

La ausencia de un manual de gestión de calidad ha provocado en Comercial “THAJEANG” que las actividades no se las realice de manera planificada, adicionalmente se observa duplicidad e incompatibilidad de funciones, incrementando el riesgo de operación y financiero de la misma.

Para solucionar el problema es necesario diseñar un manual de gestión de calidad del Comercial “THAJEANG”, el cual le proveerá diagramas de procesos y procedimientos permitiendo la mejora continua de la empresa, logrando cumplir su razón de ser y posicionamiento adecuado en el mercado.

1.1.1 Delimitación

País: Ecuador

Región: Cinco

Provincia: Guayas

Cantón: Naranjito

Sector: Urbano

Pymes: Comercial "THAJEANG"

Área: Gestión de la calidad

1.2Objetivos

1.2.1 Objetivo General

- Diseñar un manual de gestión de calidad del Comercial "THAJEANG".

1.2.2 Objetivos Específicos

- Definir los procesos y procedimientos de las diferentes áreas que existen en el comercial.
- Establecer los controles en los procedimientos de cada área.
- Determinar indicadores para conocer la satisfacción del cliente.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO

2.1. Marco Teórico y Referencial

Antecedentes históricos:

El Comercial THAJEANG, se encuentra ubicado en el Cantón Naranjito perteneciente a la provincia del Guayas, dedicada a la comercialización de productos de primera mano.

EL Sr. Calixto Guamán Guaran es el propietario del comercial, que desde temprana edad se vio con la necesidad de buscar trabajo, tomo la decisión de abandonar a sus padres. Como dice un dicho nadie es rey en su propia tierra. El proveniente de la provincia de Chimborazo (Cajabamba) llega a Naranjito, donde empezó a trabajar con su tío el Sr. Pedro Gualán quien tiene un comercial mayorista

Al tener a su tío como un ejemplo a seguir, nace en él, el espíritu emprendedor. Con el paso de los años, él fue aprendiendo como se trabajaba en aquel ámbito, al tener como maestro a su tío. Al haber adquirido conocimiento de cómo se realiza actividades comerciales decide apartarse de su ejemplo, con el fin de crearse su propio negocio.

El Sr. Calixto empieza arrendando un local donde da inicio a su negocio que poco a poco fue prosperando, llegando a un punto en el que decide comprar un terreno que en sus inicios tuvo como denominación Multicomercio, poco a poco ha ido posesionándose en el mercado a pesar de sus competidores.

Luego de siete años le cambia el nombre a su local llamándolo THAJEANG, cuyo nombre tiene su origen en las iniciales de los nombres de sus tres hijas (Thalía, Jennifer, Angie).

Hoy en día el comercial no se lo maneja de forma correcta esto se debe porque administran el negocio de forma empírica al no contar con un esquema para realizar sus actividades por tal motivo no cumplen los objetivos, no existe un manual de funciones-procesos y procedimientos esto genera deficiencias en el desarrollo de actividades, existe escasa preparación del personal dando como resultado mala atención al cliente.

Las pequeñas y medianas empresas que permiten el desarrollo económico y social del Ecuador, nacen a mediados del siglo XX, con la ejecución del modelo sustituto de importaciones. Es necesario hacer historia y considerar desde que Ecuador era republica hasta la actualidad ha venido desarrollándose las Pymes teniendo un peso muy fuerte la forma de cómo se ejercía la actividad con la forma de operatividad actual.

Durante esta larga vida republicana del Ecuador, el ámbito económico ha pasado por tres periodos importantes como son:

- Periodo agroexportador.
- Periodo de industrialización
- Periodo neoliberal y dolarización.

Nuestro país para su desarrollo ha tenido dependencia de gran forma a las exportaciones de productos primarios como es el cacao, luego poco a poco con el banano y llegar hasta el petróleo, estos productos constituyen el principal fuente de ingreso para poder así financiar las actividades de los gobiernos que surgían (Gualotuña, 2011).

El termino pyme representa al conjunto de pequeñas y medianas empresas, las mismas que forman partes de los entes económicos y productivos donde su actividades son desarrolladas a menor tamaño y escala.

Existen varios criterios para lograr definir lo que es una pyme, esto se debe según la geografía y el nivel de desarrollo de cada país lo cual va a variar referente a los parámetros que existan en su riqueza, debido a esto cada país, región pondrá su definición de acuerdo a su entorno real.

Cabe mencionar que las variables que se usan para medir a las pymes son las siguientes: volumen de ventas, el capital social, el número de personas ocupadas, el valor de la producción o el de los activos (Cleri, 2007).

En nuestro país, según el tamaño que tengan las empresas se las clasifica por medio de esta categoría:

- **Microempresas:** Se encuentran conformadas hasta 10 trabajadores, con un capital fijo (es decir donde se descuenta edificios y terrenos) puede ser hasta 20 mil dólares.
- **Talleres artesanales:** La forma de su trabajo es manual, no puede superar más de 20 operarios y con un capital fijo de 27 mil dólares.
- **Pequeña Industria:** Conformado hasta 50 trabajadores
- **Mediana Industria:** Conformada entre 50 a 99 clase obrera, y su capital fijo no deberá pasar de 120 mil dólares.
- **Grandes Empresas:** Son aquellas que cuentan con más de 100 trabajadores y 120 mil dólares en activos fijos (Aladi, 2011).

Las pequeñas y medianas empresas en nuestro país representan la principal base de desarrollo sean en aspectos de producción, demanda y adquisición de bienes y servicios. Por lo que se destaca que son el motor fundamental para la creación de plazas de empleo y riqueza en el país.

Ecuador las pymes se desarrollan en las siguientes actividades como son: Comerciales (al por mayor y menor), agricultura, industrias, construcción, transportes, servicios entre otros (Servicio de Rentas Internas , 2016).

Las pequeñas y medianas empresas su desarrollo consiste de acuerdo a las siguientes actividades:

- Son aquellas que tienen como prioridad los requerimientos técnicos, la calidad y aspectos legales.
- Carecen de una capacidad amplia en negociación.
- Resistencia a la aplicación de estrategias globales.
- costo muy elevados en el desperdicio de materia prima
- Incompatibilidad de las maquinarias, y procedimientos según las directrices de calidad que son empleadas en grandes empresas (Servicio de Rentas Internas , 2016).

En la actualidad uno de los factores que son de gran importancia en las empresas es referente a la calidad.

La calidad se la define como al conjunto de características y propiedades pertenecientes a un producto, procesos o servicios que le otorgan el hecho de satisfacer las necesidades tanto de la empresa como del cliente, representando el nivel de aceptación y satisfacción que es generado por un producto y servicio.

Según lo indica la norma ISO 9001:2008 (2012) la calidad representa al grado de cumplimiento de los requisitos proveniente del grupo de características inherentes, es decir propios de la actividad de la empresa. Se puede definir a la calidad en varios enfoques, sean estos por excelencia, técnico, estadístico, por su forma de uso, satisfacción al cliente y su calidad total.

Según Platón (trad. en,2006) indica que la calidad con el enfoque de excelencia busca la calidad absoluta del producto, es decir lo mejor tomando como un concepto que refleje todo aquello de lujo.

Según Crosby (2006) indica que la calidad con el enfoque técnico se basa que es un medio de comprobación y controlado a través de procesos, con el fin de lograr la mejor calidad con estándares reales, cumpliendo cada especificaciones de cada proceso, y así obtener resultados con cero defectos.

Según Deming (2006) indica que su enfoque para definir la calidad es estadístico, enfocada en la calidad generada con los productos y procesos para lograr la satisfacción del cliente y su bienestar, su objeto principal es lograr comprobar por medio de una evaluación lo que es la incorporación del control de la calidad en la compañía, con el fin de poder lograr obtener mejores resultados.

Según Juran (2006) indica que la calidad con el enfoque de aptitud para el uso se basa por medio de una calidad planificada una serie de pasos que forma un sistema, el mismo que se desarrolló por medio de la traducción de necesidades que tengan los clientes cubriendo cada una de sus especificaciones.

Según Zeithaml (2006) indica que la calidad con el enfoque satisfacción de los clientes, se direcciona a alcanzar cada una de las expectativas de los clientes y poder obtener una calidad satisfecha en el desarrollo de sus servicios.

Según indica la Norma ISO 9000 (2016) define que la gestión de calidad representa al conjunto de actividades que se interrelacionan entre sí de manera coordinada y controlada que es gestionada por la organización referente a términos de calidad, por medio de la aplicación de normas, políticas y objetivos cuyo direccionamiento primordial es llevar a la organización que cumpla cada uno de sus propósitos y obtenga niveles de calidad altos y que eso se refleje en la satisfacción del cliente.

El contenido del manual de gestión de calidad, está enmarcado con cada una de la documentación de la empresa, el mismo que va a describir las interrelaciones, los procedimientos y responsabilidades del personal, para poder obtener una correcta gestión y un excelente resultado de trabajo. En el manual de calidad va a permitir ser la guía de la empresa para realizar sus actividades de forma ordenada y efectiva.

La norma ISO antes menciona permite a la empresa que se convierta en una empresa competidora y con el objetivo de llegar ser líder del mercado y sobre todo no dejando de lado en satisfacer las necesidades del cliente, ente clave para el desarrollo empresarial(Bsigroup, 2016).

La norma antes mencionada tiene como principio ocho ejes principales que son:

1. El enfoque al cliente esto nos indica que la empresa depende fundamentalmente del cliente.
2. El liderazgo a través de esto permite que se efectúa la orientación de la organización por parte de los líderes
3. La intervención y participación del personal esto es sobre el compromiso de todos quienes conforman la organización.
4. Los procesos se encuentren enfocados es decir llegando a alcanzar de forma eficiente cada requerimiento de la actividad a realizar.

5. Enfoque al sistema de gestión que a través de este se logre alcanzar la eficiencia y eficacia
6. Promover la mejora continua, llegar a mejorar los aspectos que estén generando errores en la empresa y obtener una ayuda a estos.
7. Gestionar en la toma de decisiones esto se lleva acabo través de análisis de datos y resultado.
8. Relaciones con el proveedor para poder tener lazos de negocios fuertes (Lizarzaburu Bolaños,Edmundo, 2015).

La norma ISO 9001 nos proporciona el uso del ciclo PHVA el cual consiste en la planeación, en el hacer, el controlar y el actuar. Este modelo permite el desarrollo de los procesos y es el método muy usado por las empresas. Porque permite la planeación de las actividades y así facilitar la mejora continua del mismo (Circulo Tec, 2012).

En fin el manual de gestión de calidad otorga la información necesaria acerca de Las actividades de la empresa en forma de sistema, con el destino de que la organización cumpla cada directriz, parámetro, política y se mantenga en un funcionamiento correcto de la empresa (Fomento, 2000).

2.1.2. Marco referenciales.

Tesis Diseño del manual de calidad para la empresa Multarían Electrónica S. A. La presente tesis los autores indican la necesidad de la empresa en diseñar un manual de calidad que permita ser apoyo en la ejecución de planeación estratégica con el fin de desarrollo y cumplimiento de la misión y visión, esto se debe a que la empresa cuenta con programas que son basados a través de la experiencia y conocimiento empíricos, no logran obtener el desarrollo empresarial por su forma de administrar, no contienen una planeación adecuada de estrategia, existe un elevado costo en los programas de servicio de posventa, carece de una certificación ISO lo cual le es necesario para volverse competitiva en el mercado. Luego del estudio la empresa implemento un plan estratégico el cual le permitió la mejora continua y así el logro de objetivos y su desarrollo empresarial (Cuesta Pascagaza & Martínez Montes, 2009).

Tesis diseño del manual de calidad bajo la norma ISO 9001:2008 para la Empresa DCS LTDA. La presente tesis los autores indican la necesidad de la empresa en diseñar un manual de calidad, donde se enmarquen procesos que vayan acorde a la misión, a aspectos operativos y que representen un punto clave en el logro de estrategias para alcanzar los objetivos, esto se debe porque los problemas que presentan es una incorrecta planificación esto se debe a la falta de un sistema de gestión empresarial. Luego de todos los estudios realizados la empresa procedió a ejecutar lo que indica el manual, el cual le otorgo efectividad en la realización de sus actividades operativas y el logro de sus metas empresariales (Varela González & Venegas Morales, 2005).

2.2. Marco Metodológico

El enfoque de la investigación será cuali-cuantitativo, cualitativo porque permitirá conocer, por qué diseñar un manual de gestión de calidad e implementarlo y los daños que pueden seguir aumentando en la empresa al no tenerlo y cuantitativo porque nos dará conocer el grado de satisfacción y aceptación del cliente acerca de la calidad de la empresa.

2.3. Población y Muestra

Población Finita:

$$n = \frac{Nz^2pq}{E^2(N - 1) + Z^2pq}$$

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la Población

p= Posibilidad de que ocurra un evento p= 0,05

q= Posibilidad de no ocurrencia de un evento q= 0,05

E=error, se considera el 5%, E=0,05

Z= Nivel de confianza, que para el 95% Z= 1,96

$$n = \frac{1000 * 1,96^2 * 0,50 * 0,50}{0,05^2(1000 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{1000 * 3,8416 * 0,50 * 0,50}{0,0025 * (1000 - 1) + 3,8416 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = 278$$

El tamaño de la muestra corresponde la cantidad de 278 dirigida a los clientes cuyo objetivo es medir el grado de satisfacción, y 12 encuestas dirigidas a los empleados de la empresa porque permitirá conocer la gestión del comercial.

2.4. Métodos y Técnicas

En el presente trabajo se empleara la utilización de los métodos analítico sintético y descriptivo.

El método analítico resulta de la desmembración de un todo de cada una de las áreas que tienen el comercial, para el análisis de las actividades y los procesos, el cual permitirá proporcionar resultados que permitan el desarrollo de acciones de mejora de cada uno de las partes.

El método sintético es aquel que consiste en la unión de cada una de las partes para formar un todo (Ruiz, 2007).

El método descriptivo permitirá especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice (Ruiz, 2016).

Técnicas

La encuesta, entrevista serán herramientas a utilizar en el desarrollo del trabajo porque por medio de estas técnicas se lograra reafirmar la importancia de ejecutar este estudio.

La encuesta

Se realizara a los empleados del comercial y a los clientes para conocer desde su perspectiva si se están realizando las actividades de forma correcta, y el grado de satisfacción del cliente. Esta técnica utiliza como instrumento al cuestionario

La entrevista

Se entrevistara al propietario del negocio, para conocer si ha buscado asesoría y conoce sobre la importancia de que la empresa tenga un manual de gestión de calidad.

2.5. Resultados

Resultados de la encuesta aplicada a los clientes:

La encuesta aplicada a los clientes del Comercial THAJEANG, permitió conocer que el comercial requiere de la implementación y aplicación de un manual de calidad , según indican los resultados de las encuestas los clientes dieron a conocer que el comercial no logra satisfacer sus necesidades, por motivos de que no existe buena comunicación con los trabajadores del mismo, consideran que el servicio que ofrecen en el comercial no es bueno, aquella falta de comunicación es un punto muy importante para el cliente , porque ellos indican que toman muy en cuenta al momento de realizar las compras la atención que le brindan como cliente, de aquel punto desencadena la decisión de hacer compras en el mismo y la recomendarían a otras personas que visiten el comercial, por tal motivo deberían de mejorar.

Resultado de encuesta aplicada a los empleados del comercial:

En el comercial se encuentran definidas las tareas pero solo de forma verbal, la alta dirección no ha entregado por escrito las funciones que cada empleado debe efectuar, la administración se resiste al cambio esto deberá de cambiar para así poder mejorar el ambiente del trabajo, un factor clave que deberá mejorar es el promover cursos de capacitaciones para así poder mejorar las actividades de los empleados, los empleados indicaron que ciertos no efectúan solo una actividad en el negocio esto se debe a que no existe un documento que soporte porque puesto está laborando, además indicaron los empleados que no hay medios de control y que consideran necesario la aplicación de un manual de gestión de calidad que permita mejorar el desarrollo empresarial.

Resultados comparación con otros estudios:

Los resultados obtenidos en el trabajo guardan relación con los estudios reflejados en el marco referencial, los mismo que dan a conocer que dentro de una empresa es necesario la incorporación de un manual de gestión de calidad, que permita ser una guía de cómo se debe efectuar cada una de las actividades que la empresa realiza y llevar una interrelación efectiva entre los procedimientos y las responsabilidades del personal.

CAPÍTULO III

PROPUESTA

3.1. Descripción de la Propuesta

El diseño de un manual de gestión de calidad para el Comercial THAJEANG, representa una herramienta el cual le provee de la estructura organizacional, los procesos y procedimientos, y también permitirá conocer el grado de satisfacción del cliente a través de indicadores de gestión. Con esta propuesta permite presentar una alternativa relacionadas a los problemas encontrados a la gestión de calidad este manual busca eliminar la duplicidad e incompatibilidad de funciones. Con el objetivo de lograr y mantener un éxito empresaria, este manual va a seguir las directrices que se encuentran enmarcadas como contenido de un manual de gestión de calidad según la norma ISO 9001:2008, el mismo que va a describir las interrelaciones, los procedimientos y responsabilidades del personal, para poder obtener una correcta gestión y un excelente resultado de trabajo

3.1.1. Desarrollo de la Propuesta

El Manual de gestión de Calidad del Comercial THAJEANG se especifica la misión-visión, tendrá especificado los objetivos y políticas de calidad. Muestra la estructura organizacional, las declaraciones de las responsabilidades de la alta gerencia, el funcionamiento de los documentos y los procedimientos de cada actividad que ejecuta el Comercial THAJEANG e incluye indicadores para medir la satisfacción del cliente. Este manual tiene un valor muy importante para la organización porque le proporcionara a la organización lineamientos necesarios con el fin de lograr de forma eficiente cada objetivo que se ha planteado.

**MANUAL DE GESTIÓN DE
CALIDAD DEL COMERCIAL
THAJEANG**

Contenido

1. Introducción	4
2. Presentación de la organización	4
Misión	4
Visión	4
Valores corporativos	5
3. Objeto y campo de aplicación del Sistema de Gestión de la Calidad	5
4. Sistema de gestión de la calidad.....	5
4.1. Requisitos generales.....	5
4.2. Requisitos de la documentación.....	6
4.2.1. Generalidades.....	6
4.2.2. Manual de la calidad	6
4.2.3. Control de los documentos	6
4.2.4. Control de los registros	6
5. Responsabilidad de la dirección:.....	6
5.1. Compromiso de la dirección	7
5.3. Política de la calidad.....	7
5.4. Planificación	8
5.4.2. Objetivos de la calidad.....	8
5.4.3. Planificación del sistema de gestión de la calidad	8
5.5. Responsabilidad, autoridad y comunicación.....	8
5.5.1. Responsabilidad y autoridad	8
5.5.2. Representante de la dirección	9
5.5.3. Comunicación interna.....	9
6. Gestión de los Recursos	9
6.1. Provisión de recursos	9
6.2. Recursos humanos.....	10
6.3. Infraestructuras	10
7.2. Procesos relacionados con el cliente	10
7.4. Compras.....	10
7.5. Producción y prestación del servicio	11
7.5.3. Identificación y trazabilidad	11
7.5.4. Propiedad del cliente.....	11

7.5.5. Preservación del producto	11
8. Medición, Análisis y Mejora	11
8.1. Generalidades	11
8.2. Seguimiento y medición	12
8.2.1. Satisfacción del cliente.....	12
8.2.3. Seguimiento de los Procesos	14
Funciones y Responsabilidades.....	15
Caracterización de Procedimientos.....	23

1. Introducción

El Manual de Calidad del Comercial THAJEANG y los documentos que proceden de este, son de carácter obligatorio y de acción de cumplimiento, dirigido hacia cada uno de los trabajadores que laboran en la empresa, cuyo fin es cuidar y proteger la integridad, control y confiabilidad.

El manual se encuentra estructurado por los ocho apartados que refleja la Norma ISO 9001:2008 de los SGC.

2. Presentación de la organización

THAJEANG es un comercial de autoservicios que se dedicada a las siguientes actividades:

- ✓ Comercial de Compra y venta de bienes de consumo de primera necesidad.

Datos de contacto de nuestro negocio:

Razón social: THAJEANG

Dirección: Calle Isidiro Acurio F. y Abraham Bedrán.

Teléfono: 2721-216

Misión

Somos una empresa que se dedica a la venta y distribución de productos de consumo de primera necesidad, cuyo objetivo es cubrir las necesidades y alcanzar la satisfacción del cliente a través de una atención adecuada, variedad de productos y precios accesibles.

Visión

Ser identificados como el tipo de organización líder del mercado local, en todo lo que se concierne a la venta de productos.

Política de la empresa

- ✓ Ser leales en todo momento.
- ✓ Ser discretos con toda actividad que se realice en la empresa.
- ✓ No ingresar al trabajo en estados inapropiados.
- ✓ Vestir el uniforme de trabajo de forma adecuada

- ✓ Ingreso al trabajo a las 6:30. Ser puntuales caso contrario se les aplicara una sanción.

Valores corporativos

- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Honestidad
- ✓ Respeto a los demás
- ✓ Profesionalismo

3. Objeto y campo de aplicación del Sistema de Gestión de la Calidad

Comercial THAJEANG, para lograr la ejecución de su servicio que permita la satisfacción de los clientes, a través del cumplimiento de sus necesidades, ha resuelto establecer un sistema de gestión de calidad que cumpla con los parámetros de la Norma ISO 9001:2008.

En este manual se muestra de forma detallada cada uno los documentos que requieren las áreas departamentales de la empresa.

4. Sistema de gestión de la calidad

4.1. Requisitos generales

COMERCIAL THAJEANG mediante este manual se podrá realizar el cumplimiento de cada proceso, los mismos que estarán sustentados con su documentación, con base a los parámetros que otorga la norma ISO 9001:2008

El comercial ha adoptado este sistema cuyo propósito es:

- ✓ Conocer los procesos con su respectiva caracterización. .
- ✓ Establecer los procedimientos de los procesos, con el fin de ser ejecutados de forma correcta.
- ✓ Documento de apoyo en la ejecución de las operaciones y poder dar un

- ✓ Proporcionar al comercial la información requerida, que permita ser un seguimiento, tratamiento en cada proceso.

4.2. Requisitos de la documentación

4.2.1. Generalidades.

El diseño del manual de gestión de calidad estará documentado, el cual servirá como sustento de todas las operaciones que la empresa efectuó, a través del cumplimiento de políticas.

4.2.2. Manual de la calidad

El manual de gestión de calidad presenta:

- ✓ El alcance y su importancia
- ✓ Estructura organizacional.
- ✓ La caracterización de cada proceso, con su determinado procedimiento.

4.2.3. Control de los documentos

El comercial THAJEANG llevará el control de toda su documentación y registro:

- ✓ Ejecutar la revisión y actualización de documentos antes de su aprobación.
- ✓ Identificación de cada cambio o reajuste actuales de los documentos que aseguren su utilización.
- ✓ Declarar las distintas versiones de documentos que sean aplicables en las distintas áreas de trabajo.

4.2.4. Control de los registros

El control de registros del Comercial THAJEANG permite a la organización la verificación y evidencia conforme a los registros ejecutados. Aquellos registros son de características legibles, válido y controlados para su sustento a futuro.

5. Responsabilidad de la dirección:

El comercial THAJEANG tiene como responsabilidad el compromiso de realizar revisiones de forma continua acerca de los logros alcanzados con el

objetivo de que estos aseguren la gestión de las actividades de forma eficiente y poder realizar refuerzo en diferentes enfoques en el negocio.

5.1. Compromiso de la dirección

La alta gerencia del Comercial THAJEANG es el factor clave y responsable en el cumplimiento de este manual, Para poder lograr con esta acción, la alta gerencia realiza la comunicación efectiva a todos los trabajadores de la empresa mediante canales escritos, documentados para poder satisfacer las necesidades y cumplir con los requerimientos del cliente.

5.2. Enfoque al cliente

El comercial THAJEANG ha elaborado un sistema de gestión de la calidad teniendo como factor clave al cliente , donde se verá enfocado hacia los requerimientos , comunicación y lograr que el cliente que visite nuestro local logren quedar satisfecho con nuestro servicio y todo esto se logra teniendo definido cada proceso en la empresa.

La alta gerencia determina que los requisitos de los clientes se encuentren identificados de forma clara y precisa, y que sea compaginado y entendido por todo el personal.

5.3. Política de la calidad

La alta gerencia es quien define las políticas de calidad, reflejan las necesidades y expectativas que desean alcanzar como empresa, las políticas serán comunicadas a cada trabajador de la empresa, el comercial se encuentra direccionado a lograr la satisfacción del cliente.

- ✓ Lograr el fortalecimiento de su presencia como empresa en el mercado por medio de una correcta gestión comercial sostenida con el apoyo de un equipo humano que cumpla con el perfil de trabajo y que tengan el compromiso de poder en conjunto lograr los objetivos.

5.4. Planificación

5.4.2. Objetivos de la calidad

Los objetivos del comercial THAJEANG, se encuentran en el documento, son de continua renovación y se mantienen archivados en forma de documentos:

- i. Elevar los niveles de desempeño de forma global en cada uno de los miembros de la organización, con la dirección en satisfacer las expectativas de nuestros clientes.
- ii. Reforzar el nivel de servicio para la satisfacción del cliente.

5.4.3. Planificación del sistema de gestión de la calidad

Mediante una correcta definición de actividades y de recursos el comercial THAJEANG proporciona la validación, confiabilidad e integración de las actividades, presenta procesos y cada una de sus interacciones. La planificación de calidad integral se genera desde el direccionamiento estratégico en cual muestra y determina cada cambio a la organización para llegar al cumplimiento de objetivos.

5.5. Responsabilidad, autoridad y comunicación

5.5.1. Responsabilidad y autoridad

Comercial THAJEANG presenta a través de su organigrama, manual de funciones, y responsabilidades los diferentes cargos que requiere el comercial. Todas las responsabilidades se muestran de forma clara en cada uno de los cargos que son definidos.

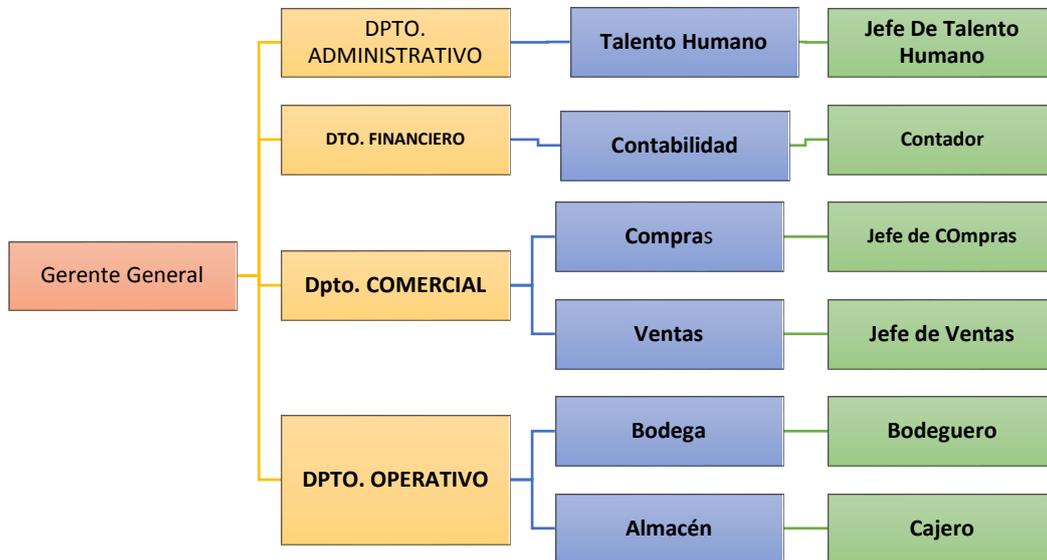


FIGURA 1 ORGANIGRAMA

Elaboración Propia
Fuente: Investigación de campo

5.5.2. Representante de la dirección

La alta gerencia tiene la autoridad de tomar decisiones concernientes a:

- ✓ Establecimiento de los procesos necesarios.
- ✓ Dar a conocer de forma directa los resultados obtenidos.

5.5.3. Comunicación interna

La alta gerencia promueve y garantiza la comunicación entre todos quienes conforman la organización.

6. Gestión de los Recursos

6.1. Provisión de recursos

El comercial THAJEANG establece y determina los recursos que son necesarios para:

- ✓ Ampliar la satisfacción del cliente, a través del cumplimiento de cada una de sus expectativas y requerimientos.

	MANUAL DE CALIDAD	Página 10 de 14
---	--------------------------	--------------------

6.2. Recursos humanos

En el comercial THAJEANG tiene como propósito garantizar un buen ambiente en el desarrollo de actividades de su personal, además que se efectúen programas de capacitación que sirvan de apoyo en el desarrollo de las funciones y responsabilidades de los empleados.

6.3. Infraestructuras

El comercial THAJEANG contiene una infraestructura necesaria lo cual le permite lograr cumplir sus actividades:

- ✓ Edificio, lugar donde se lleva la actividad del negocio.
- ✓ Equipo para ejecutar los procesos:

6.4. Ambiente de trabajo

El comercial THAJEANG mantiene un ambiente de trabajo acorde con los requisitos para brindar un buen servicio a nuestros clientes, además garantiza y brindar las condiciones necesarias para el trabajador.

7. Realización del Producto/Servicio

7.2. Procesos relacionados con el cliente

El comercial THAJEANG, la relación con sus clientes consiste:

- ✓ En determinación de los requerimientos del cliente al momento de que requiera un producto.
- ✓ Adecuación de cada uno de los requisitos del servicio antes de su aprobación.
- ✓ Comunicación con el cliente, incluso obteniendo una comunicación posventa, atendiendo sus quejas y reclamaciones.

7.4. Compras

Comercial THAJEANG debe:

- ✓ Garantizar que los productos adquiridos para poner a la venta, cumplan con requisitos y logren satisfacer al cliente.
- ✓ Selección y evaluación de proveedores.
- ✓ Determinar toda la información necesaria para realizar el proceso de compra.

 El placer de comprar más barato	MANUAL DE CALIDAD	Página 11 de 14
--	-------------------	--------------------

- ✓ Verificación de cada producto adquirido.

7.5. Producción y prestación del servicio

7.5.3. Identificación y trazabilidad

El comercial THAJEANG identifica los distintos productos referente a las necesidades que tienen los clientes, por ende la atención que se brinda a los clientes mediante este manual se busca ofrecer una buena calidad al brindar la atención del cliente, logrando cumplir cada uno de los requerimientos y expectativas del cliente.

7.5.4. Propiedad del cliente

El Comercial THAJEANG protege los bienes del cliente con el fin de que se sientan a gusto cuando visitan el local, y así lograr satisfacer cada una de las necesidades.

7.5.5. Preservación del producto

El comercial THAJEANG da a conocer que los productos que son recibidos por parte de sus proveedores, deben estar protegidos contra cualquier daño posterior al ser almacenados.

Medición, Análisis y Mejora

8.1. Generalidades

El comercial THAJEANG pone en marcha según su planificación el proceso de seguimiento para:

- ✓ Presentar el grado de aceptación del cliente por medio de su satisfacción.
- ✓ Asegurar cada actividad del comercial.

8.2. Seguimiento y medición

8.2.1. Satisfacción del cliente

El Comercial THAJEANG para conocer el grado de satisfacción del cliente aplicara el siguiente indicador denominado **NPS (Net Promoter Score)** este método se basa en una encuesta a través de una sola pregunta que es la ¿Cuál es la probabilidad de que usted recomiende nuestra empresa a un amigo? Y el cliente califica un valor del 1 al 10, de un extremo seguro que no y el otro extremo seguro que sí.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Seguro que no									Seguro que si

FIGURA 2 NPS (NET PROMOTER SCORE)

Elaboración Propia
Fuente: Investigación de campo

Sus valores de calificaciones están reflejada en el siguiente esquema; quienes puntúan del: (1-6) detractores, (7-8) pasivos, (9-10) promotores. Este modo refleja mejor la satisfacción de los clientes



FIGURA 3 ESCALA VALORATIVA

Elaboración Propia
Fuente: Investigación de campo

Obteniendo todo estos resultados a través de la encuesta de una sola pregunta se refleja la satisfacción del cliente. Se calcula de la siguiente manera:

$$\text{NPS} = \text{Promotores\%} - \text{Detractores\%}$$

NPS es igual a la resta del porcentaje de los promotores encuestados con el porcentaje de detractores encuestados; No se considera a los clientes pasivo para el cálculo final; esto permitirá que la empresa pueda comparar la cantidad de detractores que no les agrada la empresa y el camino que está siguiendo la empresa en desaparecer, con la cantidad de promotores quienes se afianzan y Dan a conocer el agrado de la empresa para ellos¹.

Otro indicador que se aplicara es el denominado CRR (Customer Retention Rate) este se refiere a la rentabilidad del cliente. Del tiempo que seguirá confiando en la empresa, este se lo obtiene de la siguiente forma:²

$$\text{CRR} = \frac{(\text{Clientes al final del periodo}) - (\text{Clientes nuevos})}{\text{Clientes al inicio del periodo}}$$


FIGURA 4 CRR (CUSTOMER RETENTION RATE)

Elaboración Propia
Fuente: Investigación de campo

¹ NPS (Net Promoter Score) <https://support.zendesk.com/hc/es/articles/203759076-Mejores-pr%C3%A1cticas-de-NPS-Qu%C3%A9-es-Net-Promoter-Score-y-c%C3%B3mo-me-puede-ayudar>

² CRR (Customer Retention Rate) <http://www.calidadytecnologia.com/2014/11/indicadores-valor-satisfaccion-cliente.html>

 <p>THAJEANG AUTOSERVICIO El placer de comprar más barato</p>	<p>MANUAL DE CALIDAD</p>	<p>Página 14 de 14</p>
---	---------------------------------	----------------------------

También se aplicara las siguientes actividades:

- ✓ **Buzón de Sugerencias:** Sera colocado en la empresa, a la entrada del comercial, esta herramienta permitirá que los usuarios nuestros clientes coloquen inquietudes, quejas y sugerencias para poder conocer si se sienten a gusto de nuestra atención en el local.
- ✓ **Comprador Espía:** Se recibirá visitas sin avisar de una persona que se hará pasar como cliente, con el fin de evaluar si las actividades se están realizando de forma correcta y así encontrar errores que se están practicando para mejorar el desarrollo de las actividades.

8.2.2. Auditoria interna

Cuando se realice una auditoría interna dentro del comercial THAJEANG esta debe cumplir requisitos claves como: la planificación, registro de auditoria con el fin de valorar a la empresa y encontrar falencias para mejorar su gestión.

8.2.3. Seguimiento de los Procesos

El comercial THAJEANG tiene sus procesos bien caracterizados con cada procedimiento que tiene que realizarse de forma correcta, el mismo que se debe seguir para obtener un desarrollo del trabajo que permita alcanzar la satisfacción del cliente y el desarrollo comercial³.

³ Manual de Gestión de Calidad

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

DEL

COMERCIAL THAJEANG

Descripción del Cargo

1. Informe del cargo

Área: Talento Humano **Departamento:** Administrativo **Cargo:** Jefe T.

Objetivo de Cargo: Es ejecutar la mejor selección del personal para ofrecer un buen desarrollo de las actividades de trabajo.

Descripción de Funciones v Responsabilidades

Función General:

- Establecer cada una de las políticas tanto operativa, administrativas que vayan acorde a los parámetros de calidad que se encuentran establecidos.

Función Específico:

- Definir los factores concernientes seguridad de trabajo, salud del trabajador, y la calidad en el desarrollo profesional.
- Desarrollo, evaluación y control al momento del proceso de reclutamiento del personal.
- Otorgar y promover cursos de salud ocupacional, y seguridad.
- Proponer y desarrollar programas de capacitación profesional.
- Dirigir y evaluar el cumplimiento de los manuales de funciones de cada trabajador.
- Generar la nómina y que estas guarden relación con los pagos con respaldo de documentos.
- Estudio y evaluación de las actividades de que realizan los empleados, capacidades con el fin de promover el desarrollo de habilidades.

Responsabilidades:

- Controlar, verificar cada una de los perfiles de cargos y análisis del expediente de cada persona que entrega CV.
- Estructurar y ejecutar las inspecciones continuas para poder extraer las necesidades de los empleados y lograr capacitarlos.
- Hacer cumplir las leyes. normas que respaldan al trabajador.

Requisito Perfil de Contratación:

- Educación formal sea este un psicólogo, Administrador de empresas especializado en salud, calidad y ambiente laboral.
- Mínima 1 año en cargos similares al que aplica.
- Cualidades personal: Responsable, honesto, Autoridad, Buena presencia.
- Habilidades y Destrezas: Habilidad en el manejo del personal y

Elaborado: María Hurtado

Revisado por: Sr.
Calixto Guamán

Fecha:
21/11/2016

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

Descripción del Cargo

2. Informe del cargo

Área: Contable **Departamento:** Financiero **Cargo:** Jefe Financiero

Objetivo de Cargo: Distribuir y administrar de forma eficiente los recursos financieros; ingresos, egresos, controlar los niveles de endeudamiento y ejecutar inversiones y verificar su trayecto.

Descripción de Funciones y Responsabilidades

Función General

- Desarrollo y control de los estados financieros de la empresa, ejecutar el pago de nómina de cada empleado.

Función Específica:

- Planificación, elaboración y control del presupuesto del año.
- Evaluación de los estados financieros y generación de informes contables.
- Responsable en la firma de cheques y documentos financieros.
- Comunicar a la alta gerencia los resultados financieros.
- Dar a conocer a la alta gerencia alternativas de mejora para el crecimiento organizacional.
- Verificar en cumplimiento de obligaciones adquiridas por parte de la empresa.
- Forme parte el control y selección de los proveedores.

Responsabilidades:

- Manejo de la información contable de forma confidencial, integra.
- Llevar de forma discreta el manejo de cuentas bancarias, cheques y demás documentos contable.

Requisito Perfil de Contratación:

- Educación formal Administración de empresas, CPA, Economía y Finanzas.
- Mínima 1 año en cargos similares al que aplica.
- Cualidades personal: Responsable, honesto, Autoridad, Buena presencia.

Elaborado: María Hurtado

Revisado por: Sr.
Calixto Guamán

Fecha:
21/11/2016



FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

Descripción del Cargo

3. Informe del cargo

Área: Compras **Departamento:** Comercial **Cargo:** Jefe de Compras

Objetivo de Cargo: Gestionar los procesos de adquisición de mercaderías para suministrar en el comercial, con un buen análisis de los proveedores para elegir a los mejores.

Descripción de Funciones y Responsabilidades

Función General:

- Establecer, crear y planificar las actividades relacionadas a la adquisición de productos e insumos que se requieren en la empresa para la ejecución de su actividad.

Función Específica:

- Análisis situacional de la realidad del mercado.
- Análisis de la calidad de los productos.
- Evaluación y elección de los mejores proveedores.
- Desarrollar documentos de pedido que hace para cada proceso de compra.
- Dar a conocer los requerimientos de adquisición.
- Tener respaldo de cada adquisición de pedidos.

Responsabilidades:

- Preparar los documentos de pedido, con proforma y ejecutar las compras.

Requisito Perfil de Contratación:

- Educación formal Administración de empresas , CPA, Economía y Finanzas
- Mínima 1 año en cargos similares al que aplica.
- Cualidades personal: Responsable, honesto, Autoridad, Buena

Elaborado: María Hurtado

Revisado por: Sr.
Calixto Guamán

Fecha:
21/11/2016



FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

Descripción del Cargo

4. Informe del cargo

Área: Ventas **Departamento:** Comercial **Cargo:** Jefe de Ventas

Objetivo de Cargo: Gestionar los procesos de ventas de mercaderías.

Descripción de Funciones y Responsabilidades

Función General:

- Ejecutar la dirección, organización y control de las actividades de ventas.

Función Específica:

- Desarrollar el proceso de ventas, con el objetivo de generar ingresos a la empresa.
- Efectuar el cobro de las compras que realizan los clientes.
- Ingreso al sistema los clientes para tener una base de datos.

Responsabilidades:

- Efectuar un autoanálisis en los vendedores.
- Concientizar promover a los vendedores para en conjunto lograr objetivos.
- Comprometer al comercial en su propio desarrollo.

Requisito Perfil de Contratación:

- Educación formal Administración de empresas Ing. Comercial, Marketing, Ventas y Finanzas.
- Mínima 1 año en cargos similares al que aplica.
- Cualidades personal: Responsable, honesto, Autoridad, Buena presencia.

Elaborado: María Hurtado

Revisado por: Sr.
Calixto Guamán

Fecha:
21/11/2016



FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

Descripción del Cargo

5. Informe del cargo

Área: Bodega **Departamento:** Operativo **Cargo:** Bodeguero

Objetivo de Cargo: Resguardo de la mercadería que se mantenga en buen estado.

Descripción de Funciones y Responsabilidades

Función general:

- Controlar, supervisar cada proceso en la incorporación de mercadería y al momento de su salida.
- Planificar y coordinar las actividades de almacenar las mercaderías a la bodega.

Responsabilidad:

- Es el encargado de recibir las mercaderías.
- Ayudar a cargar y descargar la mercadería tanto del cliente como proveedores.
- Encargado de verificar que los productos estén en buen estado y separarlos de los deteriorados.
- Informar si existen productos dañados para comunicar a los superiores de la devolución de la mercadería.
- Contar con los pedidos inmediatos según pre facturas.
- Colocar en los anaqueles la mercadería recibida.
- Realizar la revisión de los productos su fecha de expedición.
- Controlar el contenido de los productos sean los mismos que están en los documentos de pedido.
- Despachar la mercadería al perchero.

Requisito Perfil de Contratación:

- Educación bachillerato.
- Mínima 1 año en cargos similares al que aplica.
- Cualidades personal: Responsable, honesto, Autoridad, Buena presencia.

Elaborado: María Hurtado

Revisado por: Sr.
Calixto Guamán

Fecha:
21/11/2016



FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

Descripción del Cargo

Informe del cargo

Departamento: Operativo **Cargo:** Servicio Varios (perchero, ayudante de

Objetivo de Cargo: Realizar las funciones de aseo, limpieza y servicios en general.

Descripción de Funciones y Responsabilidades

Función general y Responsabilidades:

- Efectuar el aseo del todo el local.
- Realizar servicio de envió y mensajería.
- Efectuar trabajo de conserje.
- Efectuar la bienvenida a los clientes.
- Ejecutar demás actividades que se le ordene.
- Colocar productos en percha.

Requisito Perfil de Contratación:

- Educación bachillerato.
- Mínima 1 año en cargos similares al que aplica.
- Cualidades personal: Responsable, honesto, Autoridad, Buena presencia.

Elaborado: María Hurtado

Revisado por: Sr.
Calixto Guamán

Fecha:
21/11/2016



FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

Descripción del Cargo

6. Informe del cargo

Departamento: Operativo **Cargo:** Cajera

Objetivo de Cargo: Efectuar un correcto ingreso de datos al sistema, y un buen desarrollo de la actividad comercial con la atención al cliente de forma correcta.

Descripción de Funciones y Responsabilidades

Funciones Generales:

- Desarrollar las operaciones en caja realizando actividades de cobro y control de dinero en efectivo, cheques y documentos que tengan valor.
- Realizar el recaudo de los ingresos y generar la cancelación de pagos que se den a través de caja.

Responsabilidad:

- Ejecuta y realiza las facturas provenientes de las ventas.
- Entregar a su superior el dinero recaudado en el día.
- Otorga información cuando el cliente la requiera.
- Poseer el registro y control de las actividades de caja.
- Chequear que los datos ingresos coincida la cantidad que está en caja.

Requisito Perfil de Contratación:

- Educación formal Administración de empresas , CPA, Economía y Finanzas
- Mínima 1 año en cargos similares al que aplica.
- Cualidades personal: Responsable, honesto, Autoridad, Buena presencia.

Elaborado: María Hurtado

Revisado por: Sr.
Calixto Guamán

Fecha:
21/11/2016

CARACTERIZACIÓN DE PROCEDIMIENTOS
DEL
COMERCIAL THAJEANG

	PROCEDIMIENTOS	Área Talento Humano
---	-----------------------	----------------------------

Proceso:

- ✓ Reclutamiento Del Personal.

Objetivo:

- ✓ Busca una correcta y eficiente elección del personal en la empresa.

Alcance:

- ✓ Este procedimiento se desarrolla para la reclutación del personal de forma correcta.

Responsables:

- ✓ Las personas que se encuentran en control de aquella actividad deberá aplicar cada uno de los pasos para garantizar la correcta elección del personal del comercial.

Actividades:

1. Se debe realizar la solicitud de inicio de proceso de selección de personal, el mismo que debe constar por escrito en un memorándum las especificaciones del cargo, la fecha límite en la que pueden ocupar el cargo y de qué área se requiere.
2. Se procede a la creación y validación del perfil del cargo con sus competencias, en este punto se hace un desarrollo o ajuste del cargo.
3. Se efectúa la difusión de la oferta, vacante de empleo, esto se realiza a través de medios internos como externos.
4. Se debe establecer el contenido de todas las publicaciones de empleo que se vaya a difundir.
5. Se procede a Receptar antecedentes, CV.
6. Luego de haber recibido los C.V. se efectúa un análisis curricular.
7. Se efectúa el desarrollo de cómo se va a llevar el proceso de selección.
8. Se plata la comisión de selección (aquí se efectúa las entrevistas), aprobación de pruebas.
9. Personal escogido y fin del proceso.

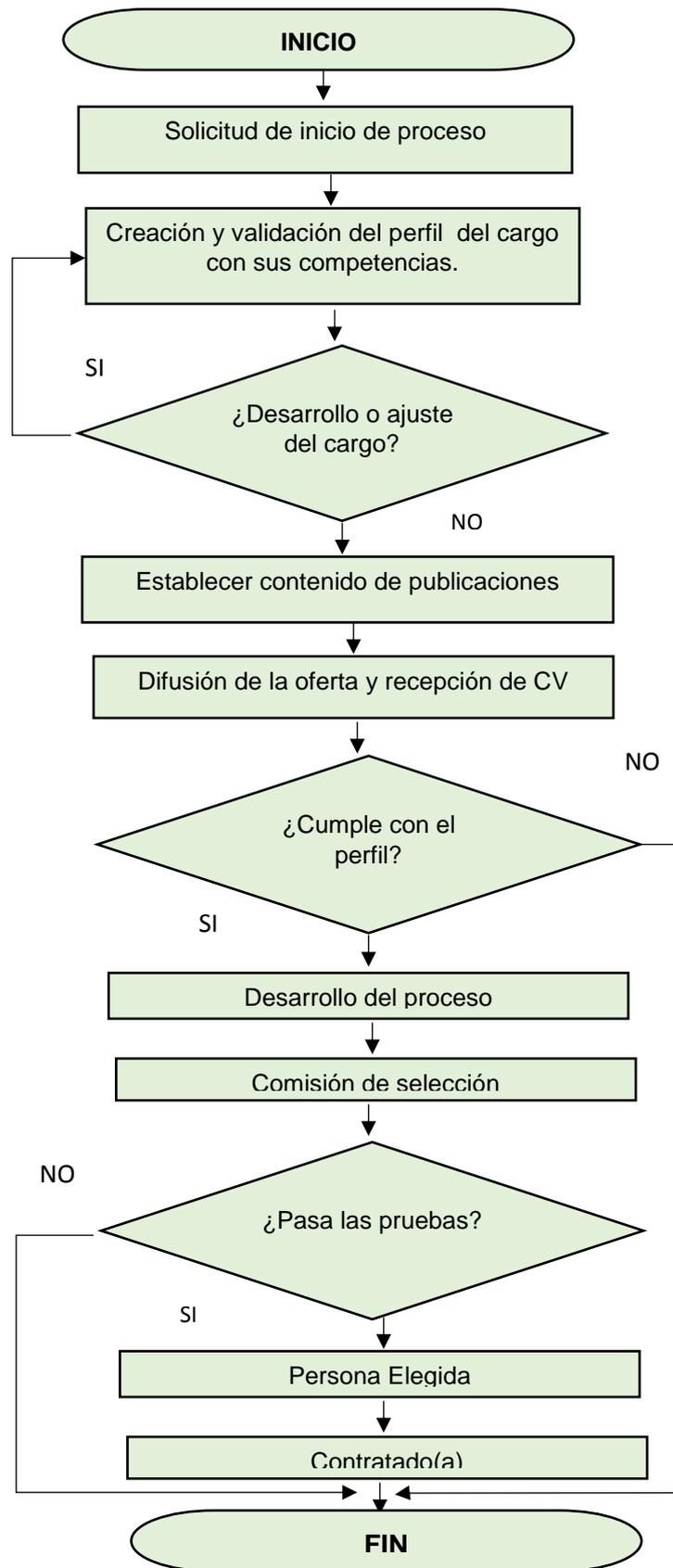


FIGURA 6 RECLUTACIÓN DE PERSONAL

Elaboración Propia
Fuente: Investigación de campo

	PROCEDIMIENTOS	Área Humano	Talento
---	-----------------------	------------------------------	----------------

Proceso:

- ✓ Programas de Capacitación.

Objetivo:

- ✓ Busca a través de programas de capacitación, definir las actividades de adiestramiento y entrenamiento del personal.

Alcance:

- ✓ Este procedimiento se aplica para el desarrollo de las actividades de capacitación y entrenamiento del personal.

Responsables:

- ✓ Las personas que se encuentran bajo la ejecución de esta actividad deberá promover la gestión de capacitaciones al personal para así poder obtener mejores resultados en las labores que realizan los empleados.

Actividades:

1. Identificar y verificar si existe necesidad de capacitaciones.
2. Hacer listado de los cursos que se requieren.
3. Revisar los anuncios de los distintos cursos.
4. Escoger los cursos.
5. Análisis del contenido de los cursos elegidos.
6. Hacer uso del dinero destinado para capacitaciones.
7. Escoger el horario que adecuado.
8. Comunicar a los empleados el día que inicia el curso.
9. Inicio de capacitaciones.

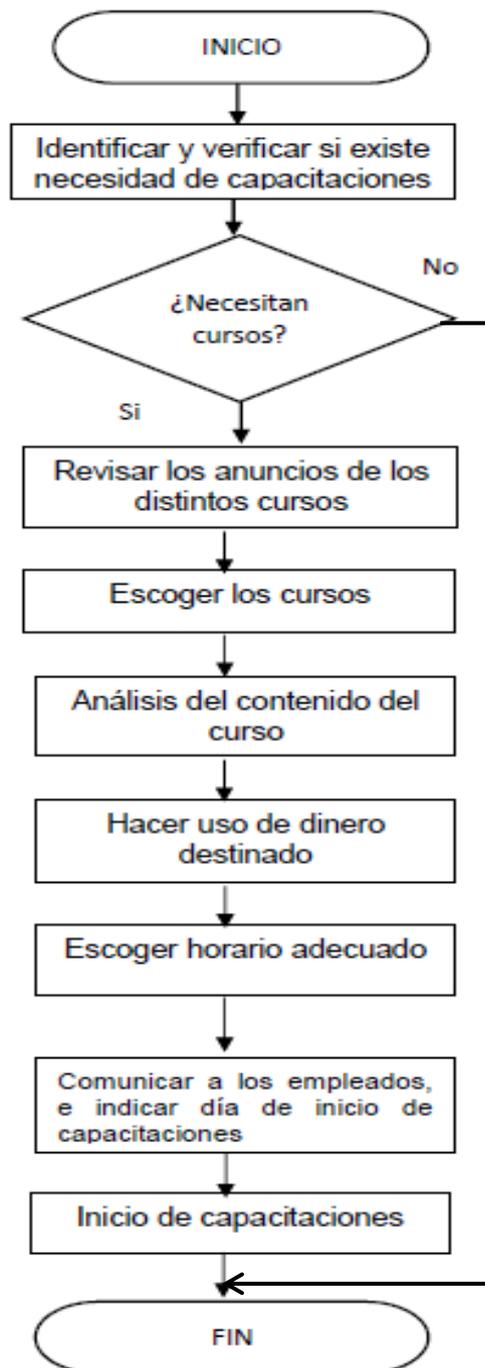


FIGURA 7 PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN

Elaboración Propia
Fuente: Investigación de campo

	PROCEDIMIENTOS	Área Financiera
---	-----------------------	------------------------

Proceso: Proceso Pago de Nómina.

Objetivo:

- ✓ Busca un correcto y eficiente desarrollo al momento de realizar el pago del personal.

Alcance:

- ✓ Este procedimiento se desarrolla ejecutar de forma ordenada el proceso pago de nómina del comercial.

Responsables:

- ✓ Las personas que se encuentran en control de aquella actividad deberá aplicar cada uno de los pasos para garantizar la correcta ejecución del proceso.

Actividades:

1. De talento humano entrega cada uno de los registros de documentos del personal que son un tipo de control.
2. Aquellos documentos lo recibe el departamento financiero.
3. Luego procede a la evolución de cada una de las novedades del personal.
4. Luego se procede a clasificar e imprimir aquellos registros que estén completos.
5. Se procede a revisión de las nóminas de forma consolidadas.
6. Realizar los pagos e enviar a la unidad bancaria aquella información.
7. Se efectúa elaboración de nóminas adicionales.
8. Se las liquida, se imprime y se revisa los aportes de seguridad social y generan un soporte.

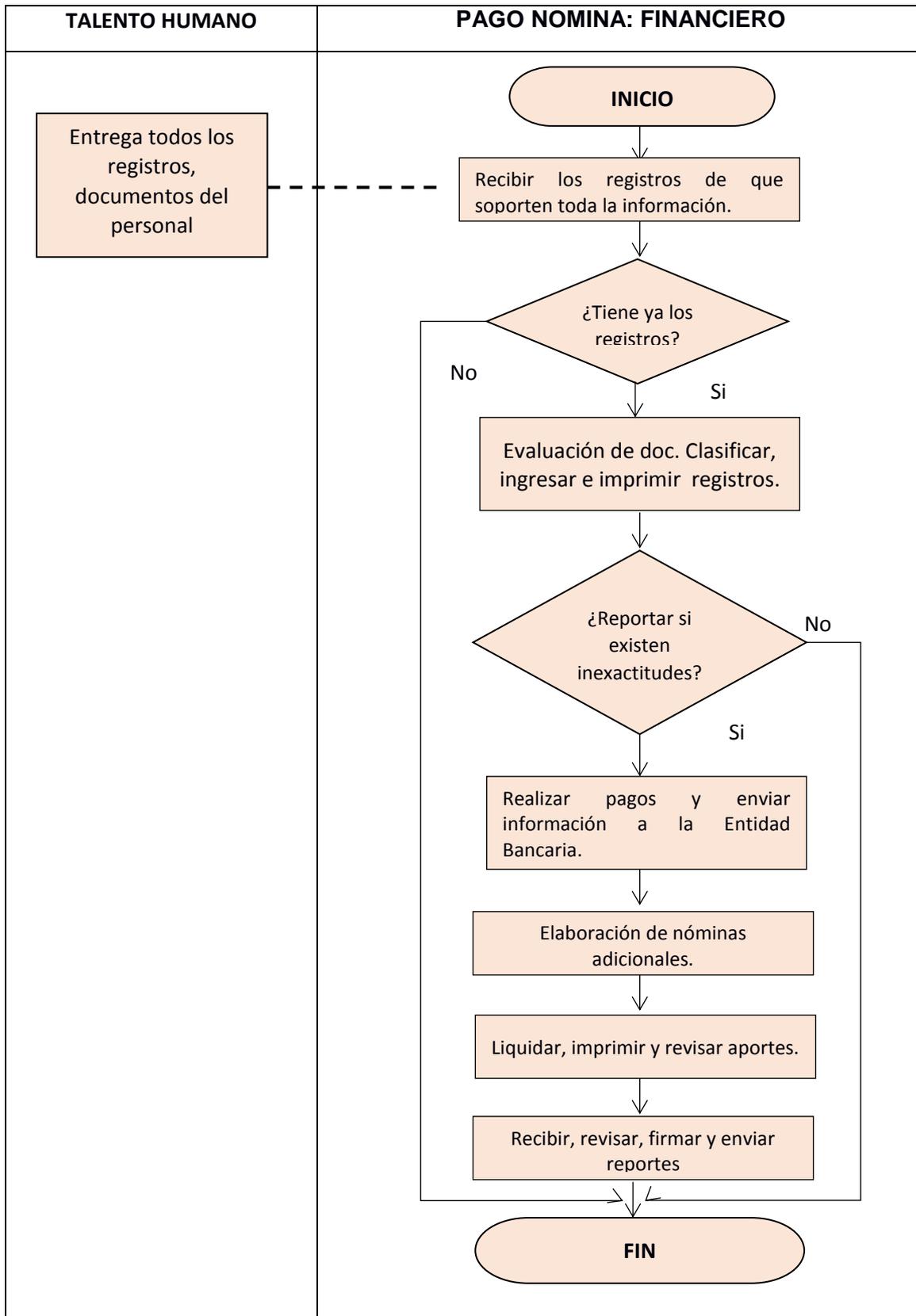


FIGURA 8 PAGO DE NOMINA
Elaboración Propia
Fuente: Investigación de campo

	PROCEDIMIENTOS	Dpto. Comercial
---	-----------------------	------------------------

PROCESO:

- ✓ Compra.

OBJETIVO:

- ✓ Crear las directrices de adquisición de materiales, equipos, insumos cuyo objetivo es que se desarrolle de forma correcta el funcionamiento de este proceso en el comercial THAJEANG.

ALCANCE:

- ✓ Este procedimiento que desarrolla esta acorde a todas las adquisiciones que la empresa realice.

RESPONSABILIDADES:

- ✓ Las personas que se encuentran en control de aquella actividad deberá aplicar cada ley que permita garantizar la adquisición de dicho bien o servicio.

ACTIVIDADES:

1. Se obtiene el recibo de los requerimientos de insumos.
2. Aprobación de aquellos requerimientos.
3. Análisis de proveedores para escoger.
4. Evaluar las respectivas cotizaciones de los proveedores (precio descuento, entregas).
5. Se coloca la orden de compra en la mejor alternativa de proveedores, proporcionando las necesidades a cubrir.
6. Se efectúa el rastreo, seguimiento del pedido y la verificación de los estatus de cumplimiento del pedido.
7. Recibo de archivos lo cual consentirá la inspección y el destino en la bodega.
8. Terminado de la transacción se efectúa el registro del inventario en los documentos.
9. Se procede a enviar el pago a proveedores.

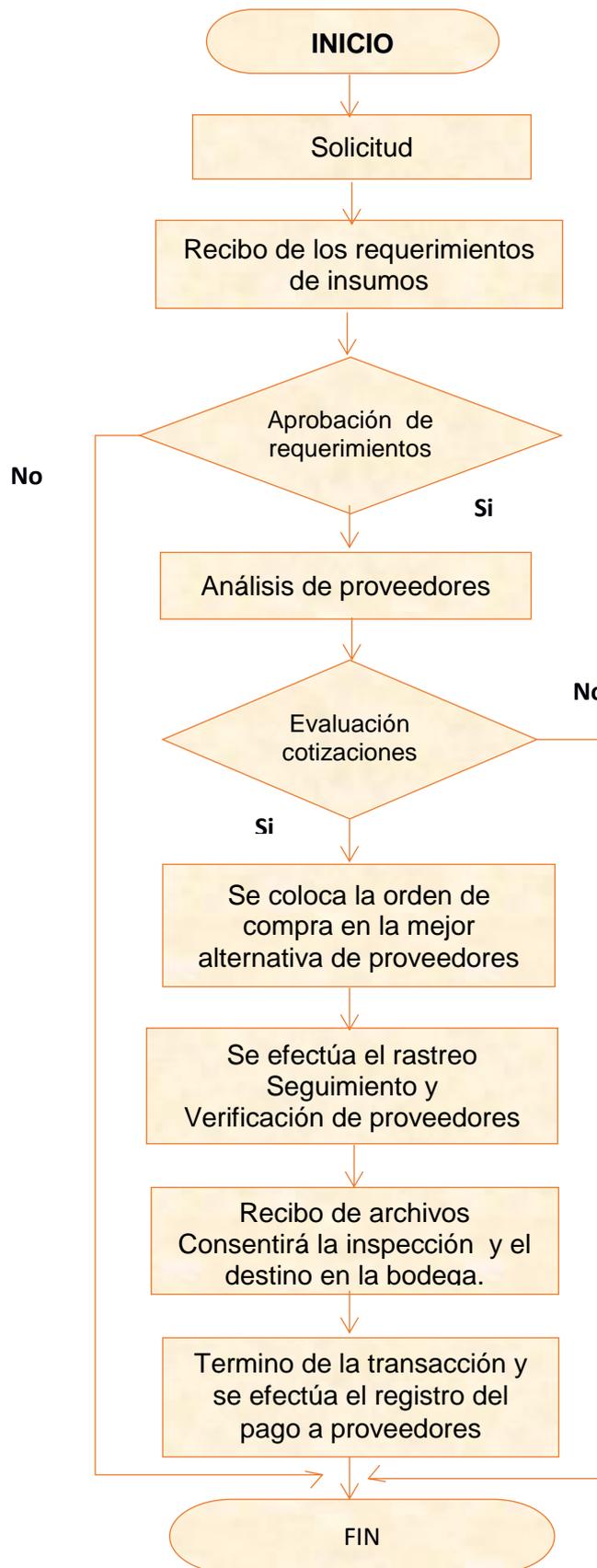


FIGURA 9 PROCESO DE COMPRA

Elaboración Propia

Fuente: Investigación de campo

	<p style="text-align: center;">PROCEDIMIENTOS</p>	<p style="text-align: center;">Área de Venta</p>
---	--	---

Proceso:

- ✓ Proceso de Venta.

Objetivo:

- ✓ Busca un correcto y eficiente desarrollo al momento de ejecutar las ventas.

Alcance:

- ✓ Este procedimiento se desarrolla ejecutar de forma ordenada el proceso de venta en el comercial.

Responsables:

- ✓ Las personas que se encuentran en control de aquella actividad deberá aplicar cada uno de los pasos para garantizar la correcta venta en el comercial.

Actividades:

1. El cliente ingresa al comercial.
2. El cliente escoge el producto.
3. Se dirige a caja.
4. El cajero(a) efectúa la verificación del precio del producto.
5. Empieza el proceso de facturación y cobro.
6. El cajero procede hacer el registro de salida de mercadería.
7. El cajero imprime la factura.
8. El cliente recibe la factura del producto, recibe su producto.
9. El cliente sale del local.

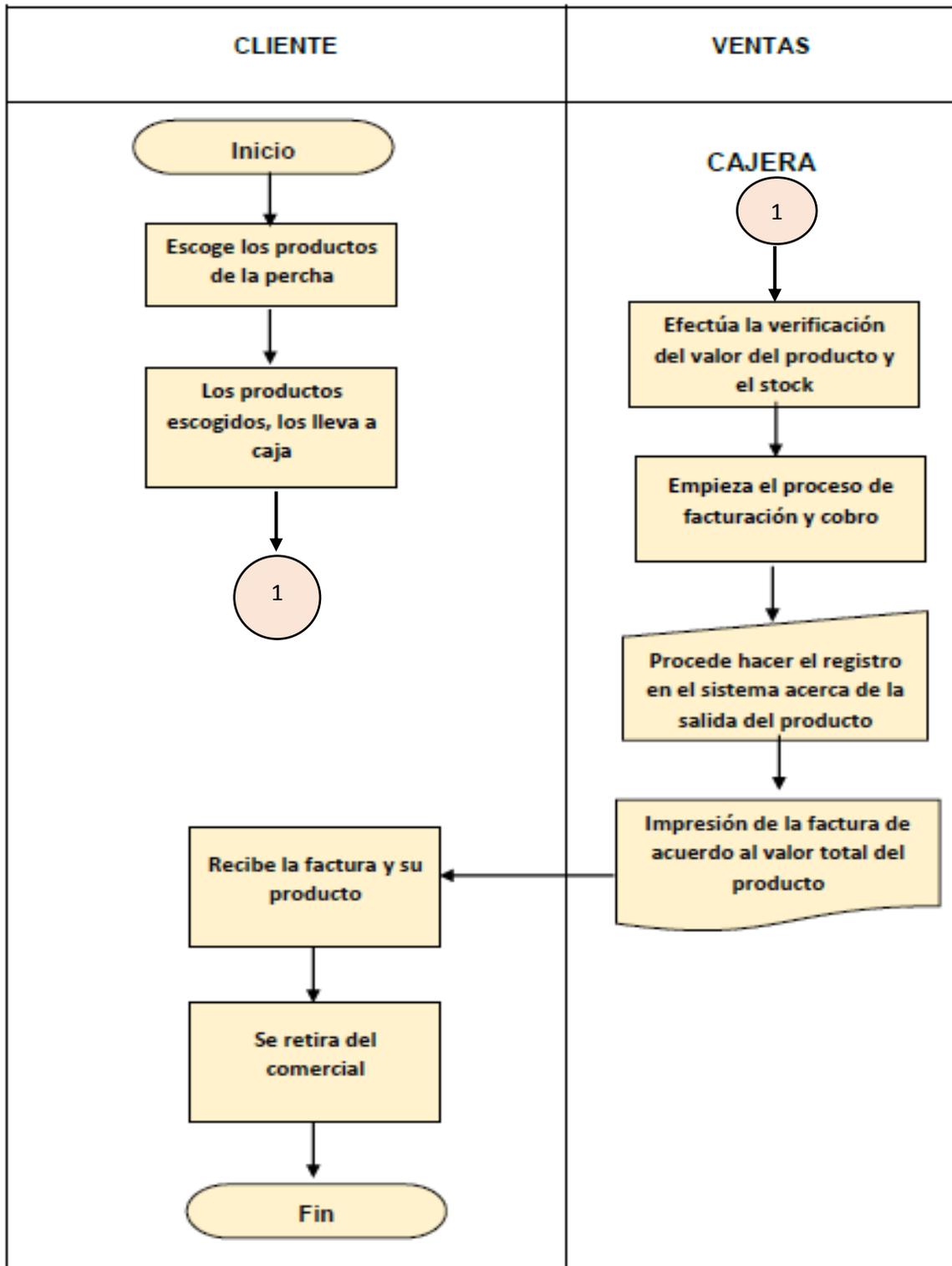


FIGURA 10 PROCESO DE VENTA

Elaboración Propia

Fuente: Investigación de campo

	PROCEDIMIENTOS	Área Operativa
---	----------------	----------------

Proceso:

- ✓ Proceso de Bodega.

Objetivo:

- ✓ Busca un correcto y eficiente desarrollo al momento de realizar el cuidado de la mercadería en la bodega.

Alcance:

- ✓ Este procedimiento se desarrolla ejecutar de forma ordenada el proceso pago de nómina del comercial.

Responsables:

- ✓ Las personas que se encuentran en control de aquella actividad deberá aplicar cada uno de los pasos para garantizar la correcta ejecución del proceso.

Actividades:

1. Efectúa la solicitud de la mercadería para ingresar.
2. Ejecutar el ingreso de la mercadería (físico).
3. Se realiza la acción de contar la mercadería.
4. Se efectúa la revisión de la mercadería con la factura.
5. Se procede a ingresar la mercadería al sistema (datos).
6. Mercadería que se registró en el sistema.
7. Se procede a identificar la mercancía.
8. Mercadería identificada.
9. Se procede a ubicación de la mercadería.
10. Según solicitud la mercadería es trasladada.
11. Se efectúa el control del inventario.
12. Se lleva a cabo el control de bodega.

⁴ Manual de Gestión de Calidad <http://gestion-calidad.com/wp-content/uploads/2016/09/manual-calidad-ejemplo.pdf>

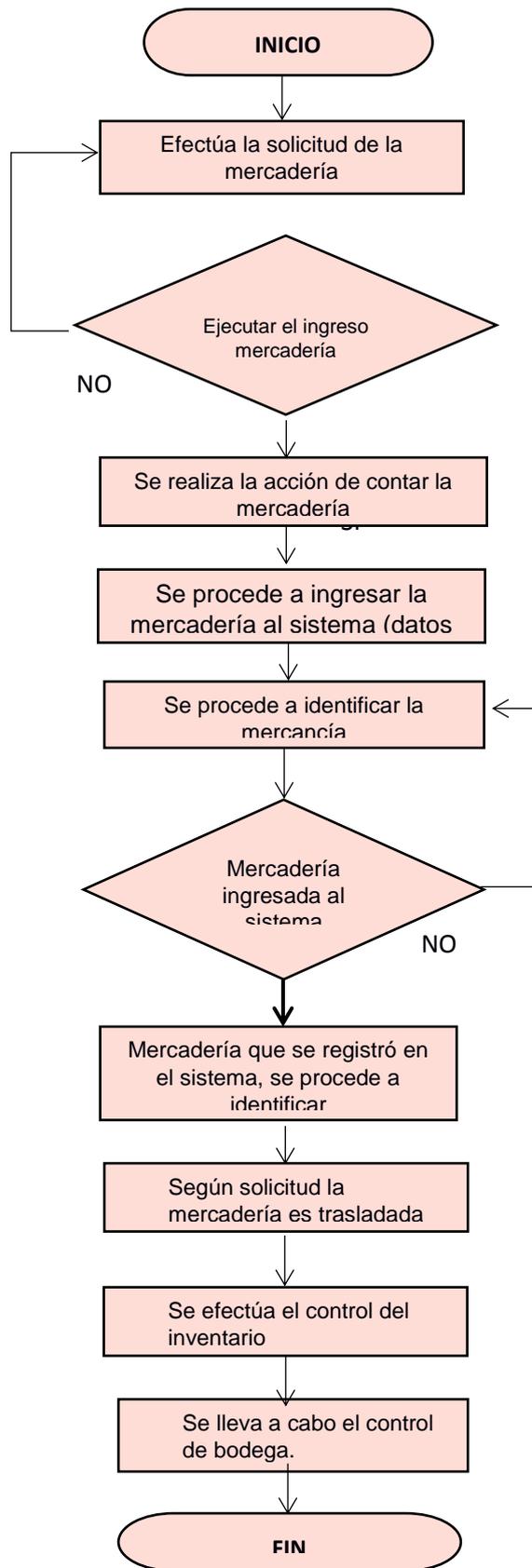


FIGURA 11 PROCESO DE BODEGA

Elaboración Propia

Fuente: Investigación de campo

3.2. Conclusiones

- Las pymes representan un factor clave dentro de la economía, por su gran importancia en la generación de empleos.
- La falta de un manual de gestión de Calidad produce un desorden en la ejecución de las actividades, y el alcance de los objetivos de las empresas.
- Al poseer la empresa un manual de gestión e calidad le permitirá que desarrolle de forma correcta y eficiente cada una de sus actividades, mediante una planificación adecuada cada uno de los procedimientos y procesos.
- La incorporación de políticas y objetivos a través del manual de gestión de calidad promoverá el cumplimiento de su misión y visión.
- La definición de cada una de sus responsabilidades permitirá que no exista la duplicidad de funciones.
- La caracterización de los procesos y procedimientos permitirá que se desarrolle de forma eficaz y eficiente cada actividad que se desarrolle.

3.3. Recomendaciones

- Comercial THAJEANG deberá hacer uso del manual de gestión de calidad para que puedan desarrollar sus actividades de forma más ordenada.
- Que todos los trabajadores de la empresa se comprometan a ejecutar cada procedimiento plantado en el manual de gestión para poder realizar sus actividades.
- Efectuar de forma continua seguimientos y evaluaciones para poder conocer si la gestión de la empresa se está efectuando de forma correcta y con el fin de poder solucionar los inconvenientes que se puedan presentar en esta.

Bibliografía

- Aladi. (Septiembre de 2011). Las pequeñas y medianas empresas Ecuatorianas. Montevideo-Uruguay. Recuperado el 17 de Noviembre de 2016, de [http://www.aladi.org/nsfaladi/reuniones.nsf/dab401eea2e85cea03256ac604de835/5a4879fcc06d040b03256ac6004e0a11/\\$FILE/ecuador.doc](http://www.aladi.org/nsfaladi/reuniones.nsf/dab401eea2e85cea03256ac604de835/5a4879fcc06d040b03256ac6004e0a11/$FILE/ecuador.doc)
- ANDERSEN, A. (1999). *Diccionario de Economía y Negocios*. España: Espasa.
- Bsigroup. (2016). Obtenido de Gestión de la Calidad Iso 9001: <http://www.bsigroup.com/es-ES/Gestion-de-Calidad-ISO-9001/>
- Bsigroup. (2016). *Gestión de Calidad Iso 9001*. Obtenido de <http://www.bsigroup.com/es-ES/Gestion-de-Calidad-ISO-9001/>
- Círculo Tec. (2012). *El ciclo PHVA: planear, hacer, verificar y actuar*. Obtenido de ftp://sata.ruv.itesm.mx/portalesTE/Portales/Proyectos/2631_BienvenidaCyP/QP161.pdf
- Circulo Tec. (2012). *El ciclo PHVA*. Obtenido de ftp://sata.ruv.itesm.mx/portalesTE/Portales/Proyectos/2631_BienvenidaCyP/QP161.pdf
- CLERI, Carlos. (2007). *El libro de las Pymes* (1° Edición ed.). Buenos Aires: Ediciones Granica S.A.
- Crosby, S. (2006). Concepto de calidad. En C. Camison, S. Cruz, & T. Gonzalez, *Gestión de la calidad* (pág. 147). España: PEARSON EDUCACIÓN, S. A. Recuperado el 19 de Noviembre de 2016
- Cuesta Pascagaza, Y. R., & Martínez Montes, L. F. (2009). Tesis Diseño de Manual de Calidad para Empresa Multifin Electronica S.A. Bogota. Recuperado el 17 de Noviembre de 2016, de <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/3031/T11.09%20C894d.pdf?sequence=1>
- Deming. (2006). Concepto de calidad. En C. Camison, S. Cruz, & T. Gonzalez, *Gestion de la Calidad* (pág. 147). España: PEARSON EDUCACIÓN, S. A. Recuperado el 19 de Noviembre de 2016

- Enroke. (24 de Noviembre de 2016). *Las PYMES* . Obtenido de <http://www.grupoenroke.com/index.php/proyecto-pymes/46-que-son-las-pymes>
- Fomento. (2000). *SGC segun la norma 9001:2008* . Obtenido de <http://www.fomento.gob.es/nr/rdonlyres/23c12f31-2179-47c0-aa6b-9165529b74da/112631/iso90012000.pdf>
- Gualotuña Reimundo, M. E. (Octubre de 2011). Análisis de la situación de las Pymes ubicadas en la ciudad de Quito y su apertura a mercados internacionales en el período 2005-2009. 8. Quito. Recuperado el 17 de Noviembre de 2016, de <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/5005>
- ISO 9001. (208). La Satisfacción del Cliente en ISO 9001. *Calidad Gestión*. Obtenido de http://www.calidad-gestion.com.ar/boletin/66_satisfaccion_del_cliente_en_iso_9000.html
- ISO 9001:2008. (08 de Marzo de 2012). Que es Calidad. *El Modelo ISO 9001 de Gestión de la Calidad*. Obtenido de <http://queaprendemoshoy.com/%C2%BFque-es-la-calidad-vi-el-modelo-iso-9001-de-gestion-de-la-calidad/>
- Juran, F. (2006). Conceptos de Calidad. En C. Camisón, S. Cruz, & T. Gonzalez, *Gestión de Calidad* (pág. 147). España: PEARSON EDUCACIÓN, S. A. Recuperado el 19 de Noviembre de 2016
- Lizarzaburu Bolaños,Edmundo. (2015). La Gestion de Calidad un estudio de la norma ISO 9001 , sus beneficios y los principales cambios en la version 2015 . *Univ. empresa*.
- Normas 9000. (1993). (Betsy Hsiao y Cynthia Weber) Recuperado el 14 de 11 de 2016, de <http://www.normas9000.com/conosenos.html>
- Normas9000. (22 de Noviembre de 2016). *Manual de Calidad* . Obtenido de <http://www.normas9000.com/iso-9000-11.html>
- Platón. (2006). Conceptos de Calidad. En C. Camisón, T. Gonzalez , & S. Cruz, *Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas* (pág. 147). Madrid (España): PEARSON EDUCACIÓN, S. A. Recuperado el 19 de Noviembre de 2016, de <https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/gestion-de-la-calidad.pdf>
- Ruiz, R. (2007). Recuperado el 24 de Noviembre de 2016, de <http://www.index-f.com/lascasas/documentos/lc0256.pdf>

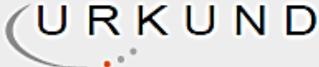
Servicio de Rentas Internas . (14 de 11 de 2016). Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/de/32>

Varela González, A., & Venegas Morales, L. A. (2005). DISEÑO DEL MANUAL DE CALIDAD BAJO LA NORMA ISO 9001:2000 PARA. Bogoto. Recuperado el 19 de Noviembre de 2016, de <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/3724/00781160.pdf;sequence=1>

Zeithaml, P. B. (2006). Concepto de Calidad. En C. Camisón, S. Cruz, & T. Gonzalez, *Gestion de la Calidad* (pág. 147). España: PEARSON EDUCACIÓN, S. A. Recuperado el 19 de Noviembre de 2016

APÉNDICE

Apéndice 1: Análisis de Plagio



Urkund Analysis Result

Analysed Document: PROYECTO MANUAL DE GESTION DE CALIDAD.docx
(D24129923)

Submitted: 2016-12-07 07:21:00

Submitted By: hurtadomartinezmariabelen@gmail.com

Significance: 3 %

Sources included in the report:

4° CPA. ARTICULO....docx (D15059048)
[http://www.aladi.org/nsfaladi/reuniones.nsf/dab401eea2e85cea03256ac604de835/5a4879fcc06d040b03256ac6004e0a11/\\$FILE/ecuador.doc](http://www.aladi.org/nsfaladi/reuniones.nsf/dab401eea2e85cea03256ac604de835/5a4879fcc06d040b03256ac6004e0a11/$FILE/ecuador.doc)
<http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/3031/T11.09%20C894d.pdf?sequence=1>
<http://www.grupoenroke.com/index.php/proyecto-pymes/46-que-son-las-pymes>
<http://queaprendemoshoj.com/%C2%BFque-es-la-calidad-vi-el-modelo-iso-9001-de-gestion-de-la-calidad/>
<https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/gestion-de-la-calidad.pdf>
<http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/3724/00781160.pdf;sequence=1>
http://www.hederaconsultores.com/docs/Ejemplo_Manual_de_Calidad_ISO_9001.pdf

Instances where selected sources appear:

9



Econ. Vinicio Arcos Naranjo, Msc. C.Ph.d

Revisión de plagio.

Apéndice 2: Carta de autorización del ente donde se presente el problema:



Dirección: Calle Isidiro Acurio F. y Abraham Bedrán.

Teléfono: 2721-216

Naranjito, 21 de Noviembre del 2016

CERTIFICADO

Yo **Calixto Guamán Gualán** propietario, gerente del Comercial "THAJEANG" portador de la **C.I 060253904-1** certifico:

Que el caso de estudio de la egresada **Srta. María Belén Hurtado Martínez** portadora de la **C.I. 094212767-1** es aceptado para que realice, con datos reales en el comercial con el tema: Manual de Gestión de Calidad del Comercial "THAJEANG" del Cantón Naranjito.

Se expide la presente a solicitud del interesado, para los fines que considere conveniente.

Atentamente,



Sr. Calixto Guamán Gualán

C.I 060253904-1

Propietario

Apéndice 3: Encuesta realiza a los clientes



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORIA**

OBJETIVO: Diseño de un Manual de Gestión de Calidad del Comercial THAJEANG, para mejorar las actividades de la empresa.

ENTREVISTADOS: Encuesta dirigida a los clientes del Comercial THAJEANG

1. Considera usted que el servicio que ofrece el comercial THAJEANG es:

- Excelente
- Muy bueno
- Bueno
- Malo

6. Usted recomendaría a otras personas a que visiten el comercial Thajeang?

- Si
- No

2. ¿Qué imagen proyecta para usted como negocio el comercial THAJEANG?

- Excelente
- Muy bueno
- Bueno
- Malo

8. ¿Volvería a comprar en nuestra tienda?

- Si
- No

3. ¿Cómo le parece el nivel de comunicación del comercial THAJEANG con usted como cliente?

- Excelente
- Muy bueno
- Bueno
- Malo

6. Califique de manera general el grado de satisfacción cuando usted compra en Comercial Roxana, donde 4 es muy satisfecho y 1 no satisfecho.

4	3	2	1

4. ¿Qué es lo que usted toma más en cuenta al momento de realizar compras en un comercial Thajeang? (Seleccione 1)

- La Atención
- Precio
- Variedad de Productos

5. Considera usted que la publicidad realizada del comercial Thajeang es de forma correcta?

- Si
- No

Apéndice 4: Encuesta realiza a los empleados.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORIA

OBJETIVO: Diseño de un Manual de Gestión de Calidad del Comercial THAJEANG, para mejorar las actividades de la empresa.

ENTREVISTADOS: Encuesta dirigida a los empleados que laboran en el Comercial THAJEANG

1. En el negocio están definidas las tareas de cada empleado:

Si

No

2. El comercial le ha dado por escrito documentos, donde se encuentren definidas cada procedimiento de

Si

No

3. Considera usted que la forma de administración actual de la empresa limita la incursión en nuevas ideas de gestión?

Indiferente

Si

No

4. El comercial les realiza capacitaciones para mejorar sus funciones?

Si

No

5. ¿La alta dirección le indica lo importante que es el cliente y lograr su satisfacción en el negocios?

Si

No

6. ¿Las actividades que usted realiza son acorde al cargo para el que fue contratado en el comercial THAJEANG

A veces

Nunca

Siempre

7. Existe documentos que permitan el control en el Comercial THAJEANG

Asistencia

Registro Clientes

Inventarios

8. ¿Considera usted que el implementar un manual de gestión de calidad en el comercial THAJEANG le permitiría una correcta gestión?

Bastante

Poco

Nada

Apéndice 5: Entrevista

Entrevistado: Dueño del Comercial.

1. ¿Qué departamento existen en la empresa?

Administrativa, Financiero, Comercial y Operativa

2. ¿Conoce usted lo que es un manual de gestión de calidad?

No de forma clara, pero creo que es un documento que permite llevar una correcta ejecución de actividades.

3. ¿Tienen un procedimiento para medir la satisfacción del cliente?

No contamos con un procedimiento, solo conversamos con los clientes para saber qué les parece el comercial.

4. ¿Cuentan con documentos de control de actividades?

Poseemos el registro de clientes, pero control referente a las asistencias, bodega quienes se quedan encargados no poseemos.

5. ¿Tienen manuales de funciones y procedimientos?

No contamos con manuales de funciones, pero se les indica cuáles son sus funciones.

6. ¿Por qué no ha empleado un manual de gestión de calidad?

Porque no hemos tenido tiempo para poder desarrollarlo, pero si sería necesario tener uno, donde estén bien definidas las actividades.

Apéndice 6: Resultados de las encuestas

Resultado de encuesta aplicada a los clientes del comercial

1. Considera usted que el servicio que ofrece el comercial THAJEANG es:

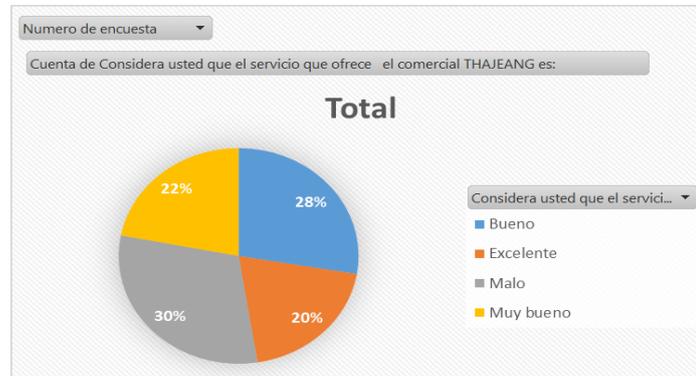


GRÁFICO 1 SERVICIO QUE OFRECE EL COMERCIAL

Elaboración Propia

Fuente: Investigación de campo

Los clientes indican que el servicio que ofrece el comercial es malo y este representa el 30%, seguido de un 28% que indican que el servicio es bueno, esto nos indica que se puede mejorar la satisfacción del cliente realizando una correcta gestión de las actividades.

2. ¿Qué imagen proyecta para usted como negocio el comercial THAJEANG?

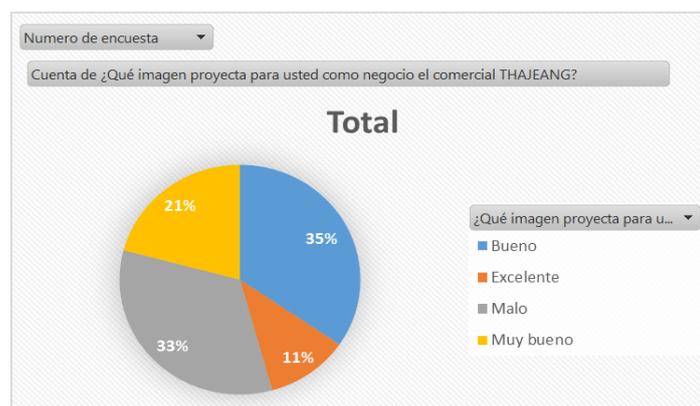


GRÁFICO 2 IMAGEN QUE PROYECTA EL COMERCIAL

Elaboración Propia

Fuente: Investigación de campo

Interpretando el gráfico nos refleja que el 35% indica que la imagen que proyecta el comercial es buena, pero sin embargo se puede notar que existe un 33% de clientes que indican que es mala la imagen que refleja, por ende hay que mejorar aquello por el alto índice de insatisfacción.

3. ¿Cómo le parece el nivel de comunicación del comercial THAJEANG con usted como cliente?

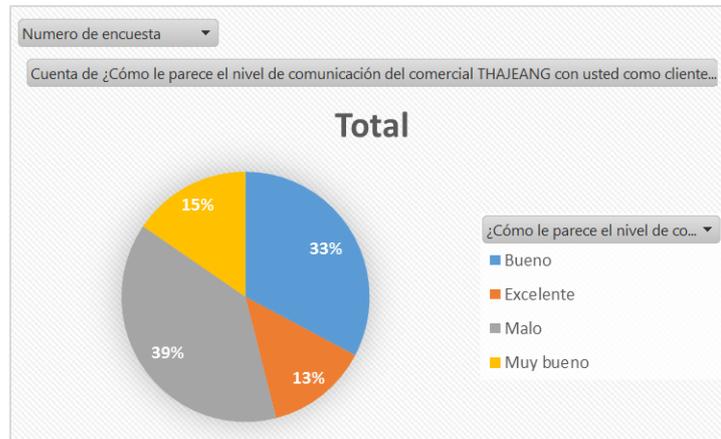


GRÁFICO 3 NIVEL DE COMUNICACIÓN

Elaboración Propia

Fuente: Investigación de campo

Este grafico nos refleja que el nivel de comunicación del comercial es malo y representa el 39%, seguido del 33% que indica que es bueno lo cual hay que mejorar aquella falencia.

4. ¿Qué toma más en cuenta al momento de realizar compras en un comercial THAJEANG?

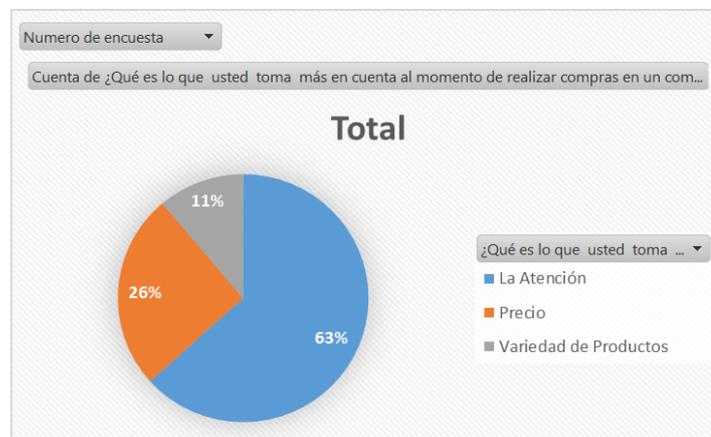


GRÁFICO 4 COMPRAS EN EL COMERCIAL

Elaboración Propia

Fuente: Investigación de campo

Este grafico nos indica que los clientes toman en cuenta a una empresa al momento de realizar una compra es la forma que atienden al cliente con un 63%, un 26% indica que toman en cuenta el precio y un 11% la variedad de productos, y a través de esta pregunta es notorio que la atención al cliente es

un punto clave para el desarrollo de la empresa, porque es de ahí el cumplimiento de la razón de la empresa.

5. ¿Considera usted que la publicidad realizada del comercial THAJEANG es correcta?

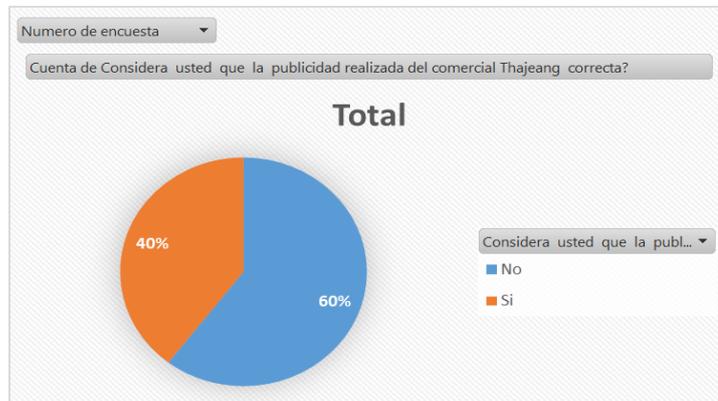


GRÁFICO 5 PUBLICIDAD REALIZADA

Elaboración Propia

Fuente: Investigación de campo

Este grafico nos indica que un 60% dice que no hacen una publicidad que llegue a ellos, y un 40% indican que si, por tal motivo es necesario al momento de realizar una publicidad se vea cuales con los requerimientos de un cliente y realizar una publicidad adecuada.

6. ¿Usted recomendaría a otras personas a que visiten el comercial THAJEANG?

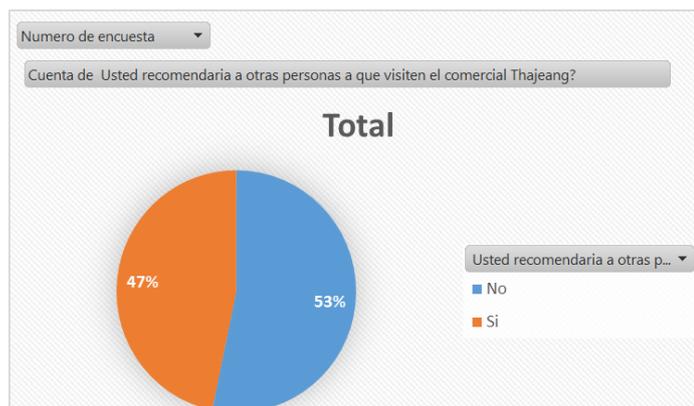


GRÁFICO 6 RECOMENDACIÓN DEL COMERCIAL

Elaboración Propia

Fuente: Investigación de campo

Este grafico nos indica que existe una insatisfacción por parte del cliente el cual arroja un 53% de que no recomendaría a otra persona que visite el comercial,

el cual esto se puede mejorar a través del manual de gestión, donde cuyo objetivo es lograr la satisfacción del cliente.

7. ¿Volvería a comprar en el comercial THAJEANG?

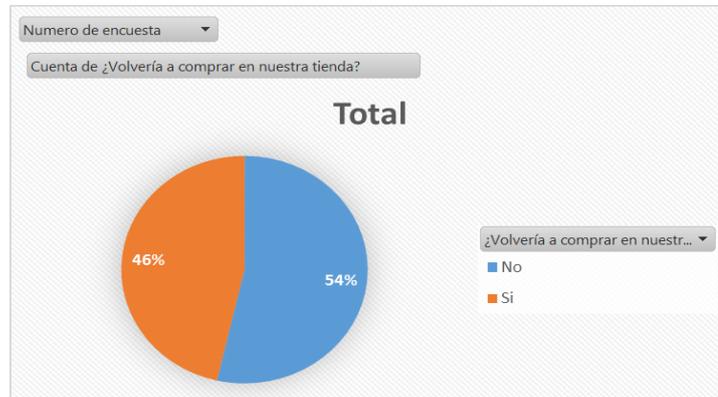


GRÁFICO 7 VOLVERÍAS A COMPRAR EN EL COMERCIAL

Elaboración Propia

Fuente: Investigación de campo

El gráfico indica que el 54% de los clientes no volverían a comprar en el comercial, y el 46% indica que sí, lo cual refleja que si existe aceptación del comercial en el mercado, pero lo que deben hacer es poder gestionar la actividades, y así lograr la satisfacción del cliente.

7. Califique de manera general el grado de satisfacción cuando usted compra en Comercial THAJEANG, donde 4 es muy satisfecho y 1 no satisfecho.

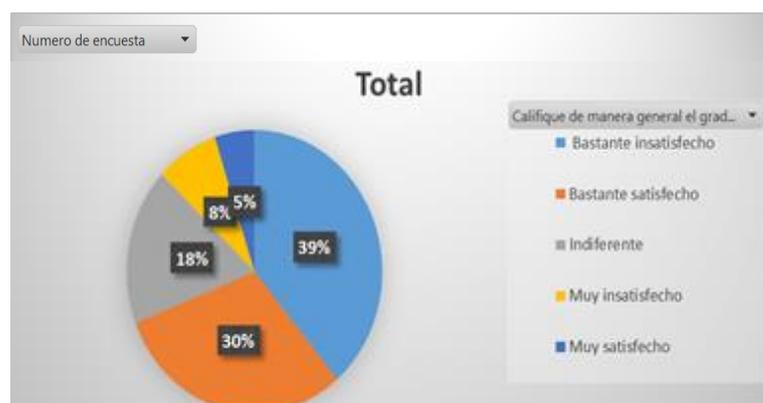


GRÁFICO 8 GRADO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Elaboración Propia

Fuente: Investigación de campo

Lo que nos indica el gráfico es que un 39% de los clientes califican que se encuentran bastante insatisfechos, un 30% bastante satisfechos, un 18%

indiferente, 8% muy insatisfecho, 5% muy satisfechos, se puede evidenciar que los clientes no se logran cubrir sus necesidades, el cual es un problema que hay que erradicar para mejorar el desempeño de la empresa.

Resultado de encuesta aplicada a los empleados del comercial.

1. En el negocio están definidas las tareas de cada empleado:



GRÁFICO 9 TAREAS DEFINIDAS

Elaboración Propia
Fuente: Investigación de campo

Este gráfico nos indica que si tienen definidas las tareas pero solo de forma verbal.

2. ¿El comercial le ha dado por escrito documentos, donde se encuentren definidas cada procedimiento de trabajo?



GRÁFICO 10 DOCUMENTOS POR ESCRITOS

Elaboración Propia
Fuente: Investigación de campo

El grafico nos indica que la alta gerencia no ha entregado por escrito donde se pueda evidenciar las funciones respectivas de cada personal, lo cual esto

genera problemas porque no conocerán de forma precisa que actividades poder ejecutar.

3. ¿Considera usted que la forma de administración actual de la empresa limita la incursión en nuevas ideas de gestión?



GRÁFICO 11 ADMINISTRACIÓN DE LA EMPRESA

Elaboración Propia

Fuente: Investigación de campo

Este grafico nos indica con un 58% que están de acuerdo que al momento de incorporar ideas de gestión podrían mejorar la efectividad de las actividades, seguida con un 25% que dice que es indiferente, un 17% indica que no, lo cual refleja que es necesario incorporar para el mejor desempeño organizacional.

4. ¿El comercial les realiza capacitaciones para mejorar sus funciones?



GRÁFICO 12 CAPACITACIONES

Elaboración Propia

Fuente: Investigación de campo

El grafico nos indica que si se efectúa capacitaciones pero no de forma continua.

5. ¿La alta dirección le indica lo importante que es el cliente y lograr su satisfacción en el negocio?



GRÁFICO 13 IMPORTANCIA DEL CLIENTE
Elaboración Propia
Fuente: Investigación de campo

El gráfico nos refleja que el 83% de los empleados indican que la alta gerencia si les comunica que lo primordial es lograr la satisfacción del cliente, y el 17% indica que no esto se debe a que no tienen comunicación de forma continua con sus directivos.

6. ¿Las actividades que usted realiza son acorde al cargo para el que fue contratado en el comercial THAJEANG?



GRÁFICO 14 ACTIVIDADES EN EL COMERCIAL
Elaboración Propia
Fuente: Investigación de campo

El gráfico nos indica que el 50% dice que a veces realiza actividades que vayan acorde al cargo que fue contratado, el 42% nunca y el 8% Siempre, esto se genera porque no existe concretamente los manuales de funciones para cada perfil que se requiere, por tal razón existen deficiencias al momento de ejecución de trabajos.

7. ¿Existe documentos que permitan el control en el Comercial THAJEANG?

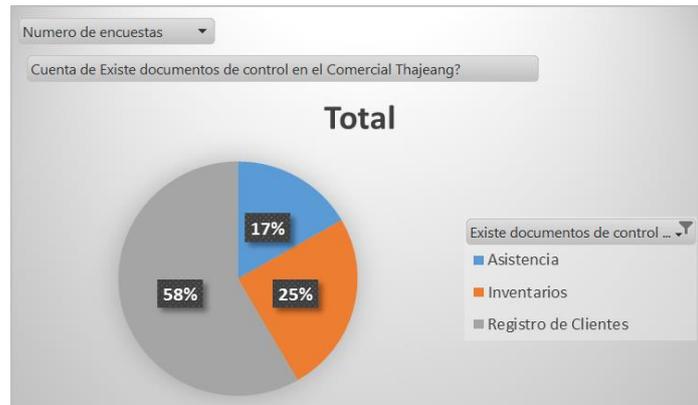


GRÁFICO 15 DOCUMENTOS DE CONTROL

Elaboración Propia

Fuente: Investigación de campo

Este grafico indica que el 58% existe control de registro del cliente, el 25% de inventarios, y el 17% de asistencia; lo cual muestra con claridad hay que darle a todos los controles de las distintas áreas el mismo nivel de importancia.

8. ¿Considera usted que el implementar un manual de gestión de calidad en el comercial THAJEANG le permitiría una correcta gestión?



GRÁFICO 16 IMPLEMENTAR UN MANUAL

Elaboración Propia

Fuente: Investigación de campo

El grafico indica que el 83% de los empleados consideran necesario la implementación de un manual de gestión de calidad, un 17% indica que poco; esto quiere decir que es necesaria la implementación porque permitirá mejorar las actividades ejecutadas en la empresa y así poder gestionarla de forma correcta.