

IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD DE LA  
NORMA ISO 9001:2008, PARA LA EMPRESA DE DISEÑO Y CONFECCIONES  
FRANK BOLIER EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA

ANDREIN LAGUADO JAIMES  
ANA MARÍA MEDINA ESCAMILLA

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA

2012

IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD DE LA  
NORMA ISO 9001:2008, PARA LA EMPRESA DE DISEÑO Y CONFECCIONES  
FRANK BOLIER EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA

ANDREIN LAGUADO JAIMES  
ANA MARÍA MEDINA ESCAMILLA

Proyecto de Grado presentado como requisito para optar el título de:  
Gestor empresarial

Directora:  
ROSALBA RÍOS PALOMINO  
Administradora de empresas

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA  
GESTIÓN EMPRESARIAL  
BUCARAMANGA  
2012

## **DEDICATORIA**

Este trabajo está dedicado primeramente a Dios porque ha sido nuestra ayuda y fortaleza, así mismo a nuestra familia que ha sido nuestro apoyo incondicional.

## **AGRADECIMIENTOS**

Expresamos nuestros agradecimientos a Dios por ser nuestra guía y sustento en todo momento, a nuestra familia que nos ha acompañado en todas las circunstancias vividas, a nuestros amigos que nos han brindado su apoyo, a nuestra directora de proyecto que con paciencia nos enseñó y formó, y a todos aquellos que comparten nuestra felicidad de terminar una meta más y la capacidad de superación que hemos podido alcanzar.

## TABLA DE CONTENIDO

	<b>pág.</b>
INTRODUCCIÓN	22
1. GENERALIDADES DEL PROYECTO	24
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	24
1.2 OBJETIVOS	25
1.2.1 Objetivo General.	25
1.2.2 Objetivos Específicos.	25
2. MARCO TEÓRICO	27
2.1 GENERALIDADES DE LANORMA ISO 9001	27
2.2 ENFOQUE BASADO EN PROCESOS	29
2.3 PRINCIPIOS DE GESTION DE LA CALIDAD	30
2.4 CERTIFICACIÓN EN COLOMBIA	31
2.5 CONTROL DE CALIDAD	32
2.6 SATISFACER LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES	33
3. GENERALIDADES DE LA EMPRESA	37
3.1 DESCRIPCIÓN	40
3.2 ATRIBUTOS DIFERENCIADORES	38
3.3 RESEÑA HISTORICA	39
4. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	40
4.1 MISIÓN	40
4.2 VISIÓN	41
4.3 VALORES CORPORATIVOS	41
4.4 ORGANIGRAMA	41
4.5 PLAN ESTRATÉGICO	42
4.5.1 Benchmarking.	42
4.5.2 Matriz DOFA.	47
4.5.3 Producto Pareto y Clientes Pareto.	48

4.5.3.1 Productos Pareto.	48
4.5.1.2 Cliente Pareto.	50
4.6 REQUISITOS Y NECESIDADES DEL CLIENTE	52
5. PLANEACION DE LA IMPLEMENTACION DE LA NORMA ISO 9001:2008	54
5.1 METODOLOGÍA DEL PROYECTO	54
5.2 PRESUPUESTO DEL PROYECTO	56
6. DIAGNOSTICO	58
6.1 DIAGNOSTICO INICIAL	58
6.2 ANÁLISIS DEL DIAGNOSTICO	63
7. SENSIBILIZACIÓN	64
8. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	66
9. DOCUMENTACIÓN	68
9.1 REQUISITOS DE DOCUMENTACIÓN	68
9.2 CONTENIDO DE LOS PROCEDIMIENTOS	69
9.2.1 Identificación de los documentos.	71
9.3 IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS	73
9.3.1 Identificación de procesos.	73
9.3.2 Mapa de procesos.	73
9.3.3 Caracterización de procesos.	74
9.3.4 Documentación de la norma.	75
9.4 SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD	75
9.4.1 Requisitos Generales.	75
9.4.2 Requisitos de la documentación.	76
9.4.2.1 Generalidades.	76
9.4.2.2 Manual de la Calidad.	77
9.4.2.3 Control de Documentos.	77
9.4.2.4 Control de los Registros.	77
9.5 RESPONSABILIDAD DE LA DIRECCIÓN	78
9.5.1 Compromiso de la dirección.	78
9.5.2 Enfoque al cliente.	79

9.5.3	Política de calidad.	79
9.5.4	Planificación	80
9.5.4.1	Objetivos de Calidad.	80
9.5.4.2	Planificación del sistema de gestión de la calidad.	80
9.5.5	Responsabilidad, Autoridad y Comunicación	81
9.5.5.1	Responsabilidad y Autoridad.	81
9.5.5.2	Representante de la Dirección.	81
9.5.5.3	Comunicación Interna.	81
9.5.6	Revisión de la dirección.	81
9.5.6.1	Generalidades.	81
9.5.6.2	Información de entrada para la revisión.	81
9.5.6.3	Resultados de la Revisión.	82
9.6	GESTIÓN DE LOS RECURSOS	82
9.6.1	Provisión de los Recursos.	82
9.6.2	Recursos Humanos	83
9.6.2.1	Generalidades.	83
9.6.2.2	Competencia, formación y toma de conciencia.	84
9.6.3	Infraestructura	87
9.6.4	Ambiente de trabajo.	85
9.7	REALIZACIÓN DEL PRODUCTO	85
9.7.1	Planificación de la realización del producto.	85
9.7.2	Procesos relacionados con el cliente.	86
9.7.2.1	Determinación de los requisitos relacionados con el producto.	86
9.7.2.2	Revisión de los requisitos relacionados con el producto.	86
9.7.2.3	Comunicación con el cliente.	86
9.7.3	Diseño y desarrollo.	87
9.7.3.1	Planificación del diseño y desarrollo.	87
9.7.3.2	Elementos de entrada para el diseño y desarrollo.	87
9.7.3.3	Resultados del diseño y desarrollo.	87
9.7.3.4	Revisión del diseño y desarrollo.	88

9.7.3.5 Verificación del diseño y desarrollo.	88
9.7.3.6 Validación del diseño y desarrollo.	88
9.7.3.7 Control de los cambios del diseño y desarrollo.	88
9.7.4 Compras	88
9.7.4.1 Proceso de compras.	88
9.7.4.2 Información de las compras.	89
9.7.4.3 Verificación de los productos comprados.	89
9.7.5 Producción y prestación del servicio	89
9.7.5.1 Control de la producción y de la prestación del servicio	89
9.7.5.2 Validación de los procesos de la producción y de la prestación del servicio Frank Bolier.	90
9.7.5.3 Identificación y Trazabilidad.	90
9.7.5.4 Propiedad del cliente.	90
9.7.5.5 Preservación del producto.	90
9.7.6 Control de los equipos de seguimiento y medición	91
9.8 MEDICIÓN, ANÁLISIS Y MEJORA	91
9.8.1 Generalidades.	91
9.8.2.1 Satisfacción del Cliente.	91
9.8.2.2 Auditoría Interna.	92
9.8.2.3 Seguimiento y medición de los procesos.	92
9.8.2.4 Seguimiento y medición del producto.	93
9.8.3 Control del producto no conforme.	93
9.8.4 Análisis de Datos.	93
9.8.5 Mejora	94
9.8.5.1 Mejora Continua.	94
9.8.5.2 Acción Correctiva.	94
9.8.5.3 Acción Preventiva.	94
10. IMPLEMENTACIÓN	95
11. AUDITORIAS	98
CONCLUSIONES	99

RECOMENDACIONES	102
BIBLIOGRAFIA	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
ANEXOS	104

## LISTA DE FIGURAS

	<b>pág.</b>
Figura 1. Estilos Frank Bolier	37
Figura 2. Organigrama de la empresa	41
Figura 3. Producto Pareto	49
Figura 4. Producto más rentable	50
Figura 5. Clientes Vs ventas	51
Figura 6. Reunión de sensibilización	64
Figura 7. Socialización de la norma	65
Figura 8. Identificación de la estructura de la organización	66
Figura 9. Pirámide documental	69
Figura 10. Encabezado de procesos	72
Figura 11. Mapa de procesos	74

## LISTA DE TABLAS

	<b>pág.</b>
Tabla 1. Comportamiento de la satisfacción del cliente a partir de la certificación	34
Tabla 2. Impacto de la certificación en el desempeño de las empresas	34
Tabla 3. Impacto en el desempeño, según tamaño de la empresa	35
Tabla 4. Mercados de exportación que exigen ISO 9001	36
Tabla 5. Aplicación del Benchmarking	43
Tabla 6. Moda Cristina	44
Tabla 7. Formas de pago	44
Tabla 8. Tipos de diseños	45
Tabla 9. Puntos de venta	45
Tabla 10. Calidad del producto	45
Tabla 11. Cobertura del mercado	46
Tabla 12. Estrategias de venta	46
Tabla 13. Matriz DOFA	47
Tabla 14. Requisitos del cliente	53
Tabla 15. Cronograma de actividades para la implementación del SGC	56
Tabla 16. Presupuesto de la implementación del SGC	57
Tabla 17. Diagnóstico de la empresa frente a la norma ISO 9001:2008	59
Tabla 18. Flujo grama	71
Tabla 19. Procesos y códigos	72
Tabla 20. Cambios generados por el Sistema de Gestión de Calidad en Frank Bolier	97

## LISTA DE ANEXOS

	<b>pág.</b>
Anexo A. Acta de Compromiso	105
Anexo B. Manual de calidad	106
Anexo C. Encuesta de satisfacción y resultados	173
Anexo D. Tabla de indicadores Frank Bolier	176
Anexo E. Manual de Cargos	188
Anexo F. Acta conformación del comité	200
Anexo G. Revisión por la dirección	202
Anexo H. Proceso de recurso humano	210
Anexo I. Proceso Operativo	213
Anexo J. Proceso de Logística y Distribución	218
Anexo K. Manual de servicio al cliente	219
Anexo L. Manual de Compras	232
Anexo M. Procedimiento Auditoría Interna	240
Anexo O. Proceso Acciones Correctivas y Preventivas	249

## RESUMEN

### TITULO:

IMPLEMENTACIÓN DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD DE LA NORMA ISO 9001:2008, PARA LA EMPRESA DE DISEÑO Y CONFECCIONES FRANK BOLIER.

### AUTORES:

LAGUADO JAIMES, Andrein  
MEDINA ESCAMILLA, Ana María\*\*

### PALABRAS CLAVES:

Calidad. Gestión de la Calidad. ISO 9001:2008. Requisitos del cliente. Satisfacción del cliente. Mejora continua.

### DESCRIPCIÓN:

El siguiente documento describe las actividades realizadas en la empresa de confecciones, FRANK BOLIER, para lograr implementar un Sistema de Gestión de la Calidad. Estas actividades son variadas y abarcan desde el planteamiento y concluyen con los procedimientos y formatos para las auditorías, las cuales deberán ser realizadas en el momento indicado.

Este proyecto se basa en la implementación de un sistema de gestión de la calidad, lo cual se inicia con la elaboración de un diagnóstico, que permite establecer el punto de partida inicial del proyecto. Esta información proporciona el estado actual de la empresa respecto a los requisitos exigidos por la NTC ISO 9001:2008. Posteriormente se definen los compromisos de la empresa relacionados con el proyecto, para lograr la satisfacción del cliente y la mejora continua de la empresa. Mediante un presupuesto realizado se asignan los recursos necesarios para la operación del sistema. En la segunda etapa se realiza la sensibilización del personal, lo cual incluye a todos los miembros de la organización. En la tercera etapa se elabora toda la documentación requerida por la norma para el Sistema de Gestión de Calidad. En la cuarta etapa se procede a diseñar la aplicación del Sistema de Gestión de la calidad. La etapa 5 corresponde al diseño de Auditorías, en la cual se efectúan medidas y se establece las acciones preventivas y correctivas, y se establecerá formatos de Auditorías internas.

Al finalizar el proyecto se lograron todos los objetivos propuestos y de esta forma cumplir con los requisitos exigidos por la norma ISO 9001:2008.

---

\* Proyecto de Grado

\*\* Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial. Directora: Rosalba Ríos Palomino

## SUMMARY

### TITLE:

IMPLEMENTATION OF THE SYSTEM OF QUALITY MANAGEMENT OF ISO 9001:2008, FOR THE DESIGN AND APPAREL COMPANY FRANK BOLIER.

### AUTHORS:

LAGUADO JAIMES, Andrein  
MEDINA ESCAMILLA, Ana María\*\*

### KEY WORDS:

Quality. Quality management. ISO 9001:2008. Customer. Requirements. Customer satisfaction. Continuous improvement.

### DESCRIPTION:

The following document describes the activities in the apparel company, FRANK Bolier, in order to implement a System of Quality Management. These activities are varied and range from the approach and conclude with the procedures and formats for audits, which shall be made at the right time.

This project builds on the implementation of a system of quality management, which starts with making a diagnosis, which sets the initial starting point of the project. This information provides the current status of the company regarding the requirements of the NTC ISO 9001:2008. Then define the commitments of the company related to the project, to achieve customer satisfaction and continuous improvement of the company. Done through a budget allocates resources for the operation of the system. In the second stage involves the awareness of staff, which includes all members of the organization. In the third stage makes all the documentation required by the standard for Quality Management System. In the fourth stage we proceed to design the application management system quality. Stage 5 corresponds to the design of audits, in which measurements are made and sets the preventive and corrective actions, a establish internal audits formats.

Upon completion of the project were achieved every goal and thus meet the requirements of ISO 9001:2008.

---

\* Project of Degree

\*\* Institute of Regional Projection and Education Distantly. Business management. Director: Rosalba Ríos Palomino.

## GLOSARIO<sup>1</sup>

**AUDITORIA:** políticas, prácticas, procedimientos o requerimientos contra los que el auditor compara la información recopilada sobre la gestión de calidad.

**BENCHMARKING:** es una herramienta de comparación entre las empresas que permite poder adaptar ciertos aspectos y actividades de la competencia y mejorar así sus niveles de competitividad.

**CALIDAD TOTAL:** conjunto de condiciones que permiten asegurar la mejora continua de los procedimientos, procesos y actividades.

**CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS:** gráfica o esquema que visualiza los aspectos relevantes de un proceso, entradas, salidas, recursos que consume entre otros.

**CLIENTE EXTERNO:** son aquellos clientes que se encuentran dentro de la organización y hacen parte de ella.

**CLIENTE INTERNO:** son aquellas personas u organizaciones que reciben los productos o servicios que son resultado de los procesos misionales de la empresa.

**CLIENTE:** un cliente es una persona o entidad que recibe los productos o servicios resultantes de un proceso.

**DOCUMENTACIÓN DE PROCESOS:** es una forma sistemática de capturar que sucede en un proceso de cambio y como sucede.

---

<sup>1</sup> INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN. Sistema de Gestión de la Calidad Fundamentos y vocabulario. NTC ISO 9000:2005

**DOCUMENTACIÓN:** es toda la información o hecho registrado en cualquier tipo de soporte o material que sirva para comprobar o acreditar algo.

**FORMACIÓN:** cursos y capacitación que ha recibido una persona dirigida a crear o mejorar las competencias y aptitudes hacia una actividad u oficio.

**GESTIÓN DE CLIENTES:** es el conjunto de acciones emprendidas por una empresa para establecer, mantener y fortalecer los vínculos con los clientes.

**GESTIÓN DE LA CALIDAD:** conjunto de actividades de la función general de la dirección de la organización que determinan la política de calidad, objetivos y responsabilidades.

**GESTIÓN ESTRATÉGICA:** es un proceso de decisión continuo que modela el desempeño de la organización, teniendo en cuenta las oportunidades y las amenazas que enfrenta en su propio medio, además de las fuerzas y debilidades de la organización misma.

**GESTIÓN:** conjunto de actividades y recursos encaminados hacia la consecución de un objetivo.

**ICONTEC:** instituto colombiano de normas técnicas y certificación.

**ISO:** organización internacional para la estandarización.

**NORMA:** documento establecido por consenso y aprobado por un organismo reconocido.

**PROCESO:** conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados.

**PRODUCTO NO CONFORME:** producto que no cumple las especificaciones y requisitos previamente definidos.

**PROVEEDOR:** persona, entidad, proceso u organización que se encarga de suministrar los elementos de entrada de un proceso.

**REQUISITO:** necesidad o expectativa establecida generalmente obligatoria.

**SISTEMA DE LA CALIDAD:** estructura organizativa, procedimientos, procesos y recursos necesarios para implantar la gestión de la calidad.

**SISTEMA DE LA CALIDAD:** estructura organizativa, procedimientos, procesos y recursos necesarios para implantar la gestión de la calidad.

**SISTEMA:** conjunto de recursos y métodos interrelacionados.

## INTRODUCCIÓN

La calidad se ha convertido en el mundo globalizado de hoy, en una necesidad ineludible para permanecer en el mercado. Por ello los sistemas de gestión de la calidad basados en las normas ISO 9001:2008; adquiere cada vez más importancia en la gestión de las empresas de ahí que los gerentes reconozcan que se pueden obtener ventajas competitivas sustanciales mediante el desarrollo de sistemas de gestión de la calidad, para identificar las necesidades y expectativas de los clientes.

La gestión de un sistema de calidad aporta el marco que se necesita para cumplir las expectativas y mejorar continuamente, y además enfocarse hacia la innovación de nuevos diseños para estar a la altura de competir con otras empresas y mantener un mejoramiento continuo en función de las necesidades y expectativas de sus clientes, lo cual hace necesario lograr los objetivos y obtener la certificación de la norma ISO9001:2008.

Adoptar un Sistema de Gestión de la Calidad es una decisión estratégica de cualquier organización, por lo tanto los documentos y registros necesarios requieren un control ya que la información generada debe tener una acción y reacción para que sirva como elemento de trabajo para lograr que si se encuentran oportunidades de mejora o problemas que se deban resolver, se actúe en consecuencia y se tenga un proceso continuo de mejoramiento.

La Gestión de la Calidad es primordial para cualquier Organización ya que el nivel de competencia en los mercados, exige actualmente de los productos y/o servicios ofrecidos cumplan con los mejores estándares de calidad; así mismo la internacionalización de los mismos, lleva a que se tome las normas de calidad como una herramienta de mejoramiento continuo que permita una competencia equitativa; para el logro de los niveles de satisfacción esperados por el mercado y la economía empresarial.

Con el trabajo de investigación se busca desarrollar la documentación pertinente que permita en el futuro la implementación del sistema de Gestión de Calidad. Esta documentación debe cumplir con los requisitos de la Norma NTC 9001:2008.

Para el logro del objetivo primordial de la investigación se desarrollaron actividades que nutrieron la forma como se abarca en su concepción la empresa y cómo esta se puede documentar, obteniéndose al final un Manual de Calidad el cual es un documento estratégico que orienta a todo el personal para el cumplimiento de los requisitos de la Norma y de antemano se aumenta la satisfacción del cliente.

El presente trabajo muestra el diseño de la documentación como parte integral del Sistema de Gestión de Calidad, de acuerdo a los requisitos de la Norma ISO 9001:2008, para la empresa Frank Bolier.

Para la realización de la investigación se tuvo en cuenta las necesidades de la organización, la documentación existente y su relación con los requisitos dados por la Norma, además la necesidad de que se estableciera una estructura documental que orientara las acciones al interior desde la perspectiva de la calidad. Unido a esto se desarrolla el análisis de los procesos de la organización, se establecen los procesos estratégicos, operativos o misionales y de apoyo, y su interrelación, con el fin de conocer las actividades que se generan al interior de la empresa.

# 1. GENERALIDADES DEL PROYECTO

## 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El mundo vive un proceso de cambios acelerados y de competitividad global en una economía cada vez más liberal, marco que hace necesario un cambio total de enfoque en la gestión de las organizaciones. Cualquier actividad que realice una empresa, se desea mantener un nivel adecuado de la competitividad a largo plazo, debe utilizar antes o después, unos procedimientos de análisis y decisiones formales utilizando planes estratégicos para sistematizar, coordinar y maximizar la eficiencia, considerando niveles de competitividad interna es decir la capacidad de organización para lograr el máximo rendimiento de los recursos disponibles y los procesos de transformación y si continuo esfuerzo de superación, y la competitividad externa que está orientada a la elaboración de logros en el contexto del mercado o en el sector a que pertenece alcanzando un nivel mejor basado en nuevas ideas y oportunidades de mercado.

Las empresas buscan elevar índices de productividad, lograr mayor eficiencia y brindar un servicio de calidad total no solo en el producto o servicio, sino en la mejora permanente del aspecto organizacional para que la calidad se logre a plenitud mejorando sus procesos productivos, lo cual significa un incremento de sus clientes, reducción de costes y mejora de la calidad del servicio ofrecido. La implementación de un sistema de calidad aporta el marco que se necesita para supervisar y mejorar continuamente.

La norma más conocida en cuanto a Sistemas de Gestión de la Calidad es la ISO 9001, la cual establece parámetros no solo para la implementación del sistema de calidad sino que es la mejor guía organizacional para las empresas sin importar la actividad que realicen.

La importancia del sistema de implementación de la calidad, radica en el hecho de que sirve de plataforma para desarrollar al interior de la organización, una serie de actividades, procesos y procedimientos, encaminados a lograr que las características del producto o del servicio cumplan con los resquicitos del cliente.

Lograr la certificación del sistema de gestión de la calidad ISO 9001:2008 demuestra la capacidad de suministrar productos consistentes que cumplen con los requisitos normativos aplicables y del cliente. Las empresas buscan establecer parámetros necesarios, para obtener una certificación con la finalidad de obtener elevados índices de productividad y aumentar el valor y prestigio de la misma.

La empresa de diseños y confecciones Frank Boiler no posee actualmente un sistema de calidad por ende adolece de una planeación estandarizada y organizada que permita un cumplimiento oportuno de entregas del producto, una calidad controlada en sus prendas y una satisfacción completa de la demanda del cliente y evitar así incomodidades y disgustos de los mismos. Estas son unas de las razones por las cuales se hace muy necesario la implementación de un sistema de calidad en la empresa diseños FRANK BOLIER.

## **1.2 OBJETIVOS**

**1.2.1 Objetivo General.** Diseñar, documentar e implementar el Sistema de Gestión de calidad en la empresa de confecciones FRANK BOLIER, bajo la NTC ISO 9001:2008

### **1.2.2 Objetivos Específicos.**

- Realizar charlas de sensibilización y concientizar al personal acerca de la importancia del Sistema de Gestión de la calidad

- Formular la planeación estratégica de la empresa y la planeación de la norma de sistema de gestión de calidad.
- Realizar un diagnóstico de la situación actual de la empresa frente a los requisitos de la Norma.
- Realizar la documentación y capacitación de los procesos con sus respectivos formatos en los cuales se realizarán los registros.
- Identificar y caracterizar los procesos necesarios para el Sistema de Gestión de la Calidad.
- Elaborar el manual de calidad.
- Plantear indicadores en los puntos críticos y realizar medición para un seguimiento continuo.
- Realizar la implementación de la norma ISO 9001:2008 en la empresa de diseño y confecciones Frank Bolier.

## 2. MARCO TEÓRICO

### 2.1 GENERALIDADES DE LA NORMA ISO 9001

La ISO es una organización no gubernamental establecida en 1947. La misión de ISO es promover el desarrollo de la estandarización y de las actividades relacionadas en el mundo, con la idea de que facilita el cambio internacional de bienes y servicios, y la cooperación que se desarrolla en las esferas de la actividad intelectual, la actividad científica, tecnológica y económica. El trabajo de la ISO causa los acuerdos internacionales que son publicados como Normas Internacionales.

El conjunto de normas sobre la calidad y la gestión **ISO 9001** ha sido elaborada por el Comité Técnico ISO/TCL176 Organización Internacional para la Estandarización y especifica de los requisitos para un buen sistema de Gestión de la calidad. La ISO 9001 en este momento es el marco de calidad más sólido del mundo, por establecer una norma no solo para gestión de sistemas de calidad sino para cualquier sistema en general. En la actualidad la utilizan más de 750.000 organizaciones de 161 países, Y es la única norma de la serie en que una organización puede certificarse. Algunos aspectos claves de la Norma es que el sistema de gestión de calidad debe adaptarse a la realidad de la empresa.

Esta norma internacional promueve a adopción de un enfoque basado en procesos cuando se desarrolla, implementa y mejora la eficacia de un sistema de gestión de la calidad, para aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos. Para que una organización funcione de manera eficaz tiene que determinar y gestionar numerosas actividades relacionadas entre sí.

La existencia de normas no armonizadas para tecnologías similares en países diferentes o regiones puede contribuir a supuestas "barreras técnicas para comerciar". Industrias dedicadas a la importación y exportación desde hace mucho tiempo, han sentido la necesidad de acordar sobre normas mundiales que ayudan a racionalizar el proceso de comercio internacional. Esto es el origen del establecimiento de ISO<sup>2</sup>.

La estandarización internacional es bien establecida para muchas tecnologías en campos tan diversos como la informática y comunicaciones, el textil, el embalaje, la distribución de bienes, la producción y utilización de energía, la construcción de barcos, banca y servicios financieros. Además de esto sin duda seguirá creciendo en la importancia para todos los sectores de actividad industrial durante el futuro previsible.

Las economías de hoy, de mercado libre, animan cada vez más las fuentes diversas de suministro y proporcionan ocasiones para la ampliación de mercados. En lo referido a la tecnología, la competencia de feria tiene que ser la basada en lo identificable, claramente definidas las referencias comunes que son reconocidas de un país al siguiente, y de una región a la otro. Un estándar a nivel de toda la industria, internacionalmente aprobado, desarrollado según el acuerdo general entre el comercio con otras empresas, sirve como la lengua de comercio.

La norma ISO 9001:2008 a aplicar se denomina sistema de gestión de la calidad. Existe calidad cuando las necesidades son cubiertas y supera las expectativas del cliente; el cliente está satisfecho y está dispuesto a pagar y volver a contratar a la misma empresa en otras ocasiones. Llegar a la calidad correcta se trata en primer lugar saber cuáles son las necesidades del cliente y que espera y después realizarlo.

---

<sup>2</sup> WIKIPEDIA. ISO 9001. [en línea]. [citado en Noviembre 15 de 2012]. Disponible en internet:<URL:[http://es.wikipedia.org/wiki/ISO\\_9001](http://es.wikipedia.org/wiki/ISO_9001)>

El aseguramiento de la calidad consiste en tener y seguir un conjunto de acciones planificadas y sistemáticas, implantadas dentro del sistema de la calidad de la empresa. Estas acciones deben ser demostrables para proporcionar la confianza adecuada (a la propia empresa como a los clientes) de que se cumplen los requisitos del sistema de la calidad.

La norma ISO 9001:2008 está estructurada en ocho capítulos, refiriéndose los tres primeros a declaraciones de principios, estructura y descripción de la empresa, requisitos generales, etc., es decir, son de carácter introductorio. Los capítulos CUATRO a OCHO están orientados a procesos y en ellos se agrupan los requisitos para la implantación del sistema de calidad.

## **2.2 ENFOQUE BASADO EN PROCESOS**

Esta norma internacional promueve la adopción de un enfoque basado en procesos cuando se desarrolla, implementa y mejora la eficacia de un sistema de gestión de la calidad, para aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos. Para que una organización funcione de manera eficaz, tiene que identificar y gestionar numerosas actividades relacionadas entre sí. Una actividad que utiliza recursos y que se gestiona con el fin de permitir que los elementos de entrada se transformen en resultados, se puede considerar como un proceso. Frecuentemente el resultado de su proceso constituye directamente el elemento de entrada del siguiente proceso. La aplicación de un sistema de procesos, así como su gestión, puede denominarse como “enfoque basado en procesos”. Una ventaja del enfoque basado en procesos es el control continuo que proporciona sobre los vínculos entre los procesos individuales dentro del sistema de procesos, así como su combinación e interacción<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> BOADA, Orlando. Calidad Sistemas de Gestión. [en línea]. Agosto 2 de 2008. [citado en Noviembre 15 de 2012. Disponible en internet:<URL: <http://orlandoboada.comunidadcoomeva.com/blog/index.php?archives/17-CALIDAD-SISTEMAS-DE-GESTION.html>>

## 2.3 PRINCIPIOS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD<sup>4</sup>

**Organización enfocada al cliente.** Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deberían comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder las expectativas de los clientes.

**Liderazgo.** Los líderes establecen unidad de propósito y dirección a la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en la consecución de los objetivos de la organización.

**Participación del personal.** El personal, con independencia del nivel de la organización en él se encuentre, es la esencia de una organización y su total implicación posibilita que sus capacidades sean usadas para el beneficio de la organización.

**Enfoque basado en procesos.** Los resultados deseados se alcanzan más eficientemente cuando los recursos y las actividades relacionados se gestionan como un proceso.

**Enfoque del sistema para la gestión.** Identificar, entender y gestionar un sistema de procesos interrelacionados para un objetivo dado, mejora la eficacia y eficiencia de una organización.

**Mejora continua.** La mejora continua debería ser un objetivo permanente de la organización.

---

<sup>4</sup> FRED R., David. La Planeación Estratégica. [en línea]. [citado en Noviembre 16 de 2011]. Disponible en internet:<URL:[www.crecenegocios.com/la-planeacion-estrategica/](http://www.crecenegocios.com/la-planeacion-estrategica/)>

**Enfoque objetivo hacia la toma de decisiones basada en hechos.** Las decisiones efectivas se basan en el análisis de datos y de la información.

**Relación mutuamente beneficiosa con el proveedor.** Una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor y Ventajas para la organización: Fomenta la creación de valor añadido en la realización del servicio o del producto. Provoca un entendimiento claro de las necesidades y expectativas del cliente. Se consigue una reducción de tiempos, costes y recursos junto a un aumento de la rentabilidad en los resultados.

El uso exitoso de los ocho principios de gestión por una organización resultará en beneficios para las partes interesadas, tales como mejora en la rentabilidad, la creación de valor y el incremento de la estabilidad laboral.

## **2.4 CERTIFICACIÓN EN COLOMBIA<sup>5</sup>**

El Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC) es un organismo que trabaja para fomentar la normalización, la certificación, la metrología y la gestión de la calidad en Colombia. Está conformado por la vinculación voluntaria de representantes del Gobierno Nacional, de los sectores privados de la producción, distribución y consumo, el sector tecnológico en sus diferentes ramas y por todas aquellas personas jurídicas y naturales que tengan interés en pertenecer a él.

En el campo de la normalización, la misión del Instituto es promover, desarrollar y guiar la aplicación de Normas Técnicas Colombianas (NTC) y otros documentos normativos, con el fin de alcanzar una economía óptima de conjunto, el

---

<sup>5</sup> [www.icontec.org](http://www.icontec.org)

mejoramiento de la calidad y también facilitar las relaciones cliente-proveedor, en el ámbito empresarial nacional o internacional.

ICONTEC, como Organismo Nacional de Normalización (ONN) representa a Colombia ante organismos de normalización internacionales y regionales como la Organización Internacional de Normalización (ISO), la Comisión Electrotécnica Internacional (IEC), y la Comisión Panamericana de Normas de la Cuenca del Pacífico (COPANT).

Adicionalmente, el Instituto es miembro activo de los más importantes organismos regionales e internacionales de normalización, lo cual le permite participar en la definición y desarrollo de normas internacionales y regionales, y así estar a la vanguardia en información y tecnología. ICONTEC es un organismo de certificación con cubrimiento mundial, gracias a su vinculación a la Red Internacional de Certificación, IQNet (red que integra a las entidades certificadoras más importantes, con más de 150 subsidiarias alrededor del mundo y con cuarenta acreditaciones).

El Instituto tiene un alcance y cobertura internacional, porque cuenta con oficinas en Ecuador, Perú, Chile, Guatemala y El Salvador; y representaciones en Panamá, Costa Rica, Honduras, Nicaragua y República Dominicana.

## **2.5 CONTROL DE CALIDAD<sup>6</sup>**

El control de calidad son todos los mecanismos, acciones, herramientas que realizamos para detectar la presencia de errores.

La función del control de calidad existe primordialmente como una organización de servicio para conocer las especificaciones establecidas por la ingeniería del

---

<sup>6</sup> Ibid.

producto y proporcionar asistencia al departamento de fabricación, para que la producción alcance estas especificaciones. Como tal, la función consiste en la recolección y análisis de grandes cantidades de datos que después se presentan a diferentes departamentos para iniciar una acción correctiva adecuada.

Todo producto que no cumpla las características mínimas para decir que es correcto, será eliminado, sin poderse corregir los posibles defectos de fabricación que podrían evitar esos costos añadidos y desperdicios de material. El control de calidad participa en la caracterización de los nuevos productos en sus diferentes fases de desarrollo y en el establecimiento de las especificaciones de calidad de los mismos.

Para controlar la calidad de un producto se realizan inspecciones o pruebas de muestreo para verificar que las características del mismo sean óptimas. El único inconveniente de estas pruebas es el gasto que conlleva el control de cada producto fabricado, ya que se eliminan los defectuosos, sin posibilidad de reutilizarlo. La ingeniería industrial, se ocupa del mejoramiento continuo de los procesos productivos en las organizaciones con objetivos de eficiencia y equidad, determina procesos productivos formas óptimas de producción y relacional mucho con la planeación estratégica de las empresas.

## **2.6 SATISFACER LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES<sup>7</sup>**

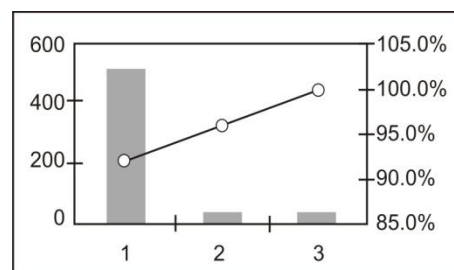
Según un estudio realizado por ICONTEC con empresas colombianas se muestra la satisfacción del cliente de una manera porcentual después de adaptar un sistema de calidad.

---

<sup>7</sup> WIKIPEDIA. ISO 9001. Op. Cit.

**Tabla 1. Comportamiento de la satisfacción del cliente a partir de la certificación**

No.	Variación	Porcentaje	Acumulado
1	Aumentó	91.8%	91.8%
2	Sigue igual	4.1%	95.9%
3	NS NR	4.1%	100%
	Totales	100%	100%



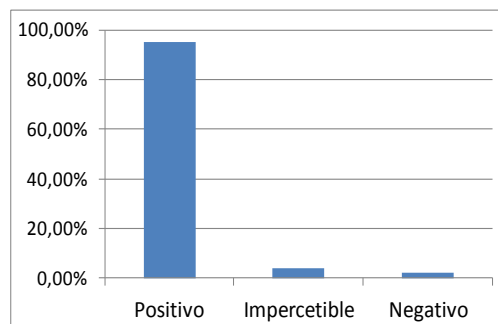
Fuente. [www.icontec.org](http://www.icontec.org)

Añadiendo valor al cliente Haciendo bien las cosas a la primera y evitar rectificaciones Aplicando la Calidad en todos los aspectos de la organización Dando prioridad a la calidad, al plazo y al coste Aceptando que la calidad la define el cliente Aceptando que la mejora continua de la calidad necesita al cliente.

Según un estudio realizado por el instituto colombiano de normas técnicas hecho en las principales ciudades de Colombia incluyendo Bucaramanga se encontró que el hecho de poseer un sistema de calidad certificado aporta un desempeño positivo del 95%. También dicho estudio reveló que el impacto fue mejor en las empresas medianas y grandes.

**Tabla 2. Impacto de la certificación en el desempeño de las empresas**

No.	Variación	Porcentaje	cumulado
1	Positivo	95.0%	95.0%
2	Imperceptible	3.8%	95.0%
3	Negativo	0.6%	99.4%
4	NS/NR	0.6%	100%
	Totales	100%	100%



Fuente. [www.icontec.org](http://www.icontec.org)

Según el tamaño de las empresas.

**Tabla 3. Impacto en el desempeño, según tamaño de la empresa**

<b>Aspecto</b>	<b>Pequeñas %</b>	<b>Medianas %</b>	<b>Grandes %</b>
Positivo	92.2%	96.7%	96.7%
Imperceptible	6.1%	2.8%	2.8%
Negativo	1.7%	0.5%	0.5%
NS/NR			

Fuente. [www.icontec.org](http://www.icontec.org)

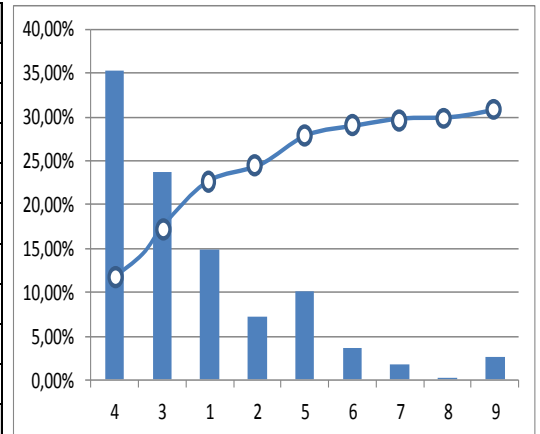
Se observa en la tabla anterior que todas las empresas independientemente de su Tamaño el impacto es positivo la diferencia de las pequeñas con respecto a las medianas y a las grandes es de 4% aproximadamente pero todas obtienen impactos excelentes por el hecho de poseer un sistema de calidad.

La documentación es el soporte del sistema de gestión de la calidad, pues en ella se plasman no sólo las formas de operar de la organización sino toda la información que permite el desarrollo de todos los procesos y proporcionan la información necesaria para la adecuada toma de decisiones.

De acuerdo a lo anterior por eso es que las empresas deben tener niveles altos de competitividad y por ende hacemos mención de las exportaciones como un paso que exige un sistema de calidad certificado.

**Tabla 1. Mercados de exportación que exigen ISO 9001**

No.	País	Participación	Acumulado
4	Com. Andina	35.4%	35.45%
3	Centro Am.	23.8%	59.1%
1	E.U	14.9%	74.1%
2	NAFTA	7.3%	81.4%
5	MERCOSUR	10.1%	91.5%
6	U.E.	3.7%	95.1%
7	Asia	1.8%	97.0%
8	África	0.3%	97.3%
9	Otro	2.7%	100.0%
	<b>Totales</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>



Fuente. [www.icontec.org](http://www.icontec.org)

Los beneficios que el proyecto aportará a la empresa serán fácilmente identificables ya que aumentará los niveles de satisfacción al cliente, mejorará el concepto de la comunidad sobre la empresa, aumentará la productividad, se evidenciará la percepción de la calidad y esto hace que aumente los pedidos de los clientes, además de mejorar la eficiencia operacional y la reducción de gastos y desperdicios.

### 3. GENERALIDADES DE LA EMPRESA

#### 3.1 DESCRIPCIÓN

La empresa de diseño y confecciones FRANK BOLIER, pertenece al sector textil. Inició sus labores en 1992, empezando por confecciones de ropa para niña, luego en la elaboración de maternos en un principio la empresa tuvo el nombre de Maxi moda, pero no tuvo acogida la marca, años después encontraron el nicho del mercado por el cual hoy trabajan y es la ropa femenina para dama, más precisamente para el mercado de la mujer cristiana la cual esa demanda no estaba siendo satisfecha. Actualmente cuenta con tres puntos de venta en diseño y confecciones, posee diseños exclusivos elaborados con tendencias de la moda francesa los cuales son atractivos en diferentes variedades blusas, faldas y vestidos para toda ocasión especialmente para dama.

Figura 1. Estilos Frank Bolier



Fuente. Confecciones Frank Bolier. Bucaramanga

Cuenta con un taller de confección en la ciudad de Bucaramanga donde laboran 20 trabajadores directos y 15 indirectos. Posee un área de producción: corte, ensamble y terminado, otra área de publicidad, área de diseño y un área de finanzas.

La empresa confecciona ropa para dama con diseños exclusivos y tendencias inspiradas de moda francesa. Como se puede observar en la figura 1. Estas son blusas con diferentes estilos y variedad de tallas, en la figura 2 y 3 son faldas y vestidos los cuales se manejan con telas de alta calidad y excelentes procesos de lavandería, los terminados como bordados y pedrería se trabajan a mano por mujer con varios años de experiencia en diseños.

Los clientes que posee actualmente se dividen en mayoristas y minoristas, los mayoristas son de diferentes ciudades y departamentos en total son 20 y los minoristas están en la ciudad de Bucaramanga y son aproximadamente 50.

### **3.2 ATRIBUTOS DIFERENCIADORES**

La empresa cuenta con su propia diseñadora la cual permite tener diseños exclusivos para dama y niñas, innovando frecuentemente con las últimas tendencias de la moda francesa, prima siempre la calidad de las telas en todas las prendas generando así confianza al cliente, además posee elaboración a mano en todos sus bordados de pedrería.

**Compromiso Social.** La empresa posee actualmente una fundación llamada Frank boiler que se dedica a la recuperación de valores y principios en los colegios especialmente con la juventud para una mejor convivencia estudiantil y armonía con el profesorado.

### **3.3 RESEÑA HISTÓRICA**

La empresa de diseño y confecciones FRANK BOLIER, inicia sus actividades en el año de 1989 por una mujer llamada Bárbara Peña madre de 9 hijos que buscaba un mejor bienestar para sus hijos empezó haciendo camisetas estampadas de colores para hombre al principio la empresa se llamo maxi moda luego se alterno la confección con ropa infantil , después una de sus hijas menores Olga maría Gómez estudio diseño de modas y empezaron a trabajar con el mercado de la ropa para dama incluyendo maternidad y pero este ultimo duro pocos años debido a los bajos precios que ofrecía la competencia a causa del contrabando, pero hace 10 años aproximadamente encontraron un mercado que no siendo atendido y era el de la mujer cristiana entonces se enfocaron en esta moda permaneciendo en ella a su vez le cambiaron el nombre de la empresa por Diseños FRANK BOLIER. Con 23 años de experiencia hace que cada año adquiera más fuerza en el mercado.

## **4. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA**

La planeación estratégica es fundamental para la toma de decisiones y el logro de objetivos y metas planteadas, las cuales se realizan al iniciar el negocio o al constituir la empresa y sirve de guía para el desarrollo de la misma.

Es importante señalar que la empresa debe precisar con exactitud y cuidado la misión que va a diseñar la empresa; porque representa las funciones operativas que va a ejecutar en el mercado. Así mismo su visión la cual le da una proyección a la empresa y sus valores corporativos establecidos.

Anualmente la planeación es revisada por la gerencia y el equipo de calidad con el fin de mejorar los aspectos que se han planteado y re direccionar la empresa hacia la consecución de los objetivos propuestos.

Frank Bolier, establece como rutina mantenerse permanentemente alerta y de estar al tanto de los acontecimientos, analizando las circunstancias que se van presentando con el propósito de seguir en la búsqueda de sus objetivos, aprovechar lo que realmente es favorable y mejorar las oportunidades de posicionamiento en el mercado.

A continuación se describen los principales aspectos de la planeación estratégica en Frank Bolier.

### **4.1 MISIÓN**

Diseños Frank Bolier busca satisfacer las necesidades del mercado femenino: diseñando, confeccionando y comercializando prendas para niñas, jóvenes y damas con una excelente calidad y al ritmo de la moda, apoyados por un personal altamente calificado, además Diseños Frank Bolier cuenta con un sentido de responsabilidad como empresa a través de su Fundación School and Pace.

## 4.2 VISIÓN

Diseños Frank Bolier llegara a posicionarse en el año 2015 como una de las mejores opciones en ropa exterior para la mujer a nivel nacional e incursionar en el mercado internacional.

## 4.3 VALORES CORPORATIVOS

**Honestidad.** Generar confianza de calidad en nuestros productos.

**Servicio.** Ofrecer excelente asesoría en el uso de las prendas.

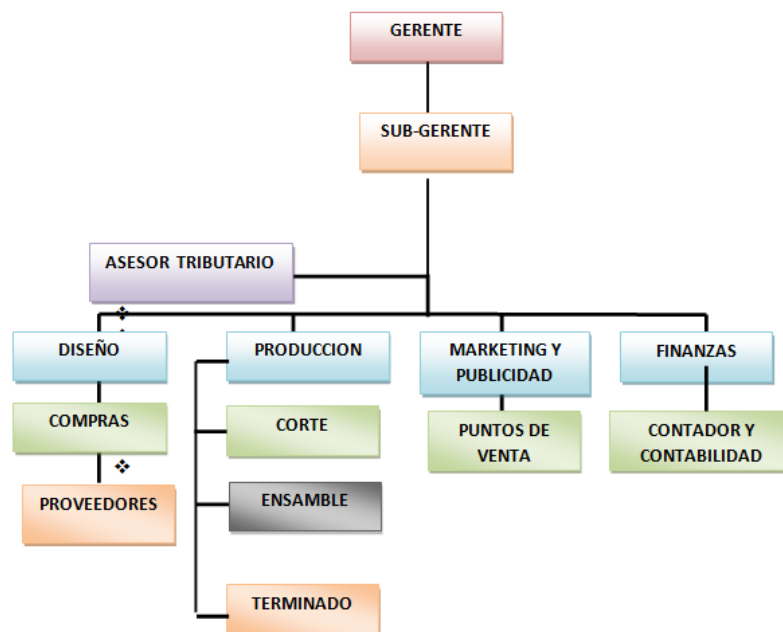
**Respeto.** Respetar los gustos y preferencias de nuestros clientes.

**Armonía.** Mantener un ambiente amable y cordial en el quipo de trabajo

**Responsabilidad.** Sentido de pertenencia con la empresa.

## 4.4 ORGANIGRAMA

Figura 2. Organigrama de la empresa



Fuente. Confecciones Frank Bolier. Bucaramanga

## 4.5 PLAN ESTRATÉGICO

A diferencia de la planeación estratégica que es donde se planea y se toman decisiones futuras, el plan estratégico define las estrategias de la empresa la cual es el conjunto de acciones a realizar para conquistar parte de la torta de mercado con sus competidores. Para establecer las estrategias de competencia se deben utilizar dos herramientas administrativas básicas que son el Benchmarking y la matriz DOFA; con estas herramientas la empresa conoce sus debilidades y fortalezas, así como las amenazas y oportunidades que tiene con respecto de sus competidores.

Frank Bolier desea destacarse en el mercado, buscando competir con marcas reconocidas en la ciudad, utilizando herramientas como el Benchmarking, que se describe a continuación y la matriz DOFA, la cual se describe en el punto 4.5.2. Y cuyos resultados serán la base para desarrollar estrategias efectivas y mejorar así su competitividad

**4.5.1 Benchmarking.** Es una metodología que permite comparar el desempeño de una empresa con respecto a otras. Durante este proceso las compañías comparan su desempeño con un conjunto de normas o con el de las mejores empresas de su ramo. Con la información obtenida a partir de la comparación, la empresa puede determinar cómo y en qué áreas mejorar su propio desempeño. Los resultados del benchmarking sirven como puntos de referencia. La información obtenida y las mediciones tomadas se utilizan para sacar conclusiones respecto al desempeño actual de la organización y de cualquier mejora necesaria.

En este proyecto se realizó el estudio del benchmarking con la empresa FRANK BOLIER, la siguiente fue la metodología utilizada: se escogieron empresas de confecciones que mayor similitud tuvieran en sus diseños relacionadas con la

empresa la cual maneja un mercado objetivo muy específico: es la Moda cristiana, también las que se consideran competencia para la misma y posean características como calidad en el producto y la satisfacción según la necesidad del cliente.

Al tener seleccionadas las empresas se les hizo un seguimiento por medio de llamadas y verificación de sus productos y servicios. Se compararon factores como los estilos que manejen cada empresa, las facilidades de pago, exclusividad en diseños, puntos de venta, calidad del producto, cobertura del mercado y la modalidad de ventas. A cada factor se le dio una evaluación de 0 a 5 siendo este último el puntaje máximo luego cada una de las empresas generaría un total el cual serviría para la interpretación de los resultados.

**Tabla 5. Aplicación del Benchmarking**

Empresa	Moda Cristiana	Facilidades de pago	Diseño	Puntos de Venta	Calidad del Producto	Cobertura	Modalidad de Venta	TOTAL
FRANK BOLIER	5	4	5	5	5	5	4	33
MADAME	4	4	4	3	3	3	3	24
CHICAS	4	4	5	3	4	3	2	21
BAHIA	2	4	5	3	4	3	2	23
MILDRED NAVARRO	4	4	5	3	4	3	2	25
CREACIONES HENAR	2	4	5	3	4	3	2	23

Fuente. Las Autoras

A continuación se muestra una relación del puntaje frente a las variables tomadas.

En este primer cuadro se va a comparar cual empresa maneja mas la moda cristiana en sus prendas de acuerdo a eso se le dará un puntaje respectivo.

**Tabla 6. Moda Cristina**

<b>PUNTAJE</b>	<b>MODA CRISTINA</b>
5	Todas las prendas
4	Conjuntos
<b>PUNTAJE</b>	<b>MODA CRISTIANA</b>
3	Faldas
2	Vestidos
1	Blusas

Fuente. Las Autoras

En esta tabla se mencionan las facilidades de pago que las empresas les proveen a sus clientes para la cancelación de sus productos.

**Tabla 2. Formas de pago**

<b>PUNTAJE</b>	<b>FORMAS DE PAGO</b>
5	Por internet
4	Tarjeta de crédito
3	Con cheques
2	Credipartado
1	Contado

Fuente. Las Autoras

Aquí se especifica si la empresa posee exclusividad y diseños propios en su empresa o por el contrario no cuenta con esas características y opta por la imitación de diseños.

**Tabla 3. Tipos de diseños**

<b>PUNTAJE</b>	<b>DISEÑO</b>
5	Exclusivos
4	Copia

Fuente. Las Autoras

En este cuadro se conoce la cantidad de puntos de venta que posea la empresa para la venta de sus productos y el servicio a los clientes.

**Tabla 4. Puntos de venta**

<b>PUNTAJE</b>	<b>DISEÑO</b>
5	3 o más
4	2
3	1
2	Ninguno

Fuente. Las Autoras

Se define la calidad con que se elaboran las prendas y por ende la garantía que posee.

**Tabla 5. Calidad del producto**

<b>PUNTAJE</b>	<b>CALIDAD DEL PRODUCTO</b>
5	Alta
4	Media
3	Baja

Fuente. Las Autoras

Aquí se mide la capacidad de cobertura en el mercado que la marca pueda tener.

**Tabla 6. Cobertura del mercado**

<b>PUNTAJE</b>	<b>CALIDAD DEL PRODUCTO</b>
5	Nacional
4	Departamental
3	Municipal

Fuente. Las Autoras

Se hace mención a las estrategias o medio de ventas que utiliza la empresa para hacer llegar el producto a sus clientes.

**Tabla 7. Estrategias de venta**

<b>PUNTAJE</b>	<b>CALIDAD DEL PRODUCTO</b>
5	Página Web
4	Exposiciones
3	Ferias
2	En almacenes
1	En fábrica

Fuente. Las Autoras

Los resultados de este procedimiento demuestra que la empresa Frank Bolier posee una ventaja competitiva en estos factores, con un puntaje máximo de 33, lo cual genera confianza y credibilidad.

**4.5.2 Matriz DOFA.** A continuación se muestra la matriz DOFA que se desarrollo en Frank Bolier, con la participación de la junta directiva realizando así el análisis interno y externo de la empresa donde permitió identificar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de la empresa, esto permite tomar decisiones y acciones descritas en la matriz para una mejora organizacional.

**Tabla 13. Matriz DOFA**

<b>Factor interno</b>	<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Incumplimiento con las fechas establecidas para las entregas.</li> <li>- No posee planeación estandarizada</li> <li>- Organización baja en procesos</li> <li>- Falta de sistematización de los procesos de diseño.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Buen reconocimiento de la marca.</li> <li>- Aceptación en el mercado.</li> <li>- Exclusividad de diseños y estilo propio.</li> <li>- Experiencia en el manejo del negocio.</li> <li>- Productos garantizados y de alta durabilidad.</li> <li>- Adaptabilidad al mercado cambiante de la moda.</li> <li>- Servicio al cliente</li> </ul>
<b>Factor externo</b>		
<p style="text-align: center;"><b>OPORTUNIDAD</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Incursionar en el mercado virtual.</li> <li>- Explorar en mercados internacionales.</li> <li>- Cubrir gran parte de los estratos sociales.</li> <li>- Posicionar franquicias a nivel nacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseñar un cronograma de entregas</li> <li>- Capacitación del personal para mejorar controles de calidad.</li> <li>- Implementación de un sistema de calidad.</li> <li>- Documentación de los procesos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Implementar nuevas estrategias de publicidad y marketing.</li> <li>- Creatividad e innovación en las prendas.</li> <li>- Control de costuras y terminados.</li> <li>- Capacitación del personal en imagen y estilo para asesorar al cliente.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Creciente competencia desleal.</li> <li>- Cambios climáticos que afectan la comercialización y distribución del producto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Asesoramiento de ventas online.</li> <li>- Capacitaciones en exportaciones.</li> <li>- Desarrollar línea económica para poder reducir precios de venta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aumentar componentes únicos de la marca.</li> <li>- Utilización de otros medios de transporte.</li> <li>- ISO 9001:2008</li> </ul>

Fuente. Las Autoras

**4.5.3 Producto Pareto y Clientes Pareto.** Otra herramienta administrativa que permite visualizar cual es el producto de mayor venta, el cliente más importante para la empresa, el producto más rentable, es el “diagrama de Pareto”. Este consta de las siguientes etapas:

- Decidir como clasificar los datos
- Determinar el tiempo de recogida de los datos
- Obtener los datos y ordenarlos
- Dibujar los ejes de coordenadas
- Dibujar el diagrama
- Construir una línea de frecuencia acumulada
- El análisis de Pareto

**4.5.3.1 Productos Pareto.** Los productos Pareto son aquellos que son vitales para la empresa y permiten un flujo constante de dinero por medio de sus ventas, no necesariamente son los que más aporten ganancias pero son los que el cliente mas consume o requiere, por eso se debe enfocar en mayor producción de los mismos para buscar satisfacer al cliente con el producto de su preferencia y la empresa se preocupe por la innovación en ese campo.

En Frank Bolier se obtuvo el producto Pareto mediante un sondeo con las administradoras de cada punto de venta, preguntado por el producto más vendido y proporcionalmente el que más demanda tiene.

Véase la Figura 3.

**Figura 3. Producto Pareto**



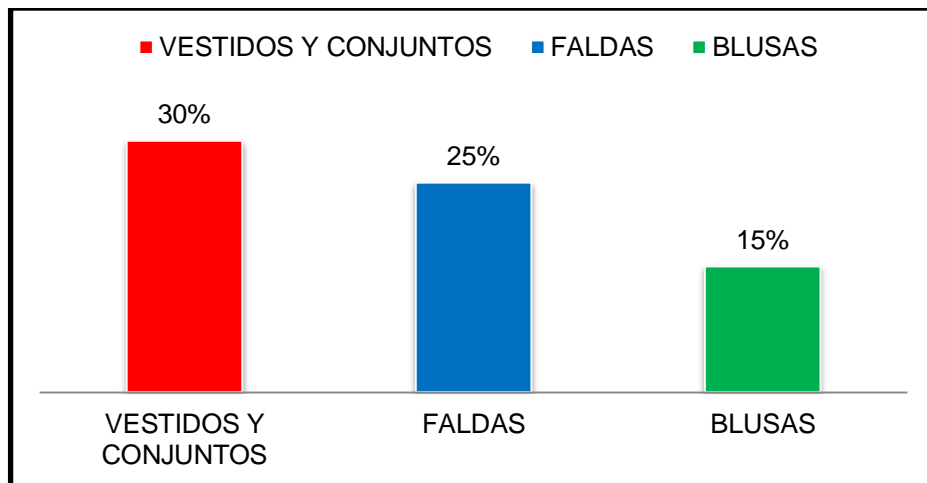
Fuente. Las Autoras

Como los resultados obtenidos se identifica que el producto Pareto son las faldas con un 50% de participación, esta dinámica sirve para que la empresa focalice todas sus energías y recursos en la realización de este producto, y llevándolo siempre a una mejora continua en su fabricación para que así se pueda superar las expectativas del cliente por medio de él y ser altamente competitivo con factores como calidad del producto principalmente.

Como se dijo anteriormente el producto Pareto no es necesariamente el que más genere ganancias, pero la empresa también debe conocer el producto que más le genere ganancias.

Para ello se realizó por medio de una consulta con la diseñadora de la empresa y esto fue el resultado.

**Figura 4. Producto más rentable**



Fuente. Las Autoras

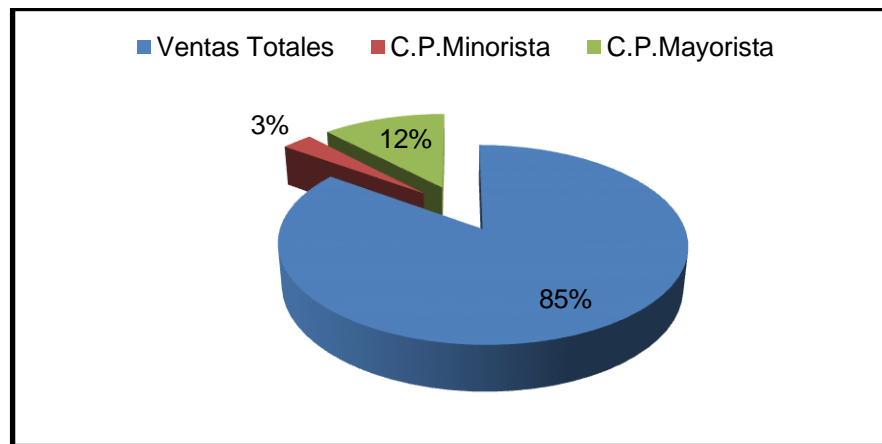
**4.5.3.2 Cliente Pareto.** Es el cliente o clientes más importantes para la organización. En principio de Pareto dice: “el 80% de tus ingresos serán producidos por el 20% de tus clientes” por eso es importante filtrar los clientes, poder obtener calidad de clientes, no necesariamente la empresa que posea mayor número de clientes es la más grande o la más importante, no, porque una empresa se puede mantener y funcionar de manera exitosa con excelentes clientes así sean pocos.

Para la filtración de clientes Pareto en FRANK BOLIER se clasificaron en:

**Cliente Pareto minorista:** Es el que compra en pequeños volúmenes de manera frecuente. Las administradoras de los diferentes puntos de venta, tienen un registro de sus clientes frecuentes con el cual determinan sus clientes Pareto. En Frank Bolier el cliente Pareto es la señora, cuyo nombre no se revela por confidencialidad que protege la empresa.

**Ciente Pareto mayorista:** Es el cliente que hace grandes pedidos y tiene facturaciones importantes. La empresa de acuerdo con la facturación mensual y frecuencia que esta es realizada determina sus clientes Pareto mayoristas, que para Frank Bolier es una Señora cuyo almacén está ubicado en la ciudad de Pereira.

**Figura 5. Clientes Vs ventas**



Fuente. Las Autoras

Realizada esta selección la empresa debe concentrarse en el manejo de estos clientes para su relación comercial sea duradera, ya que estos garantizan mayor rentabilidad.

Estos clientes tienen un trato preferencial en cuanto a la oportunidad de entrega de los productos, descuentos por volumen de compra, descuentos financieros por pronto pago, ampliación de crédito o plazos cómodos para el pago de la cartera, permitiendo que el cliente se fidelice.

#### **4.6 REQUISITOS Y NECESIDADES DEL CLIENTE**

Hoy en día, debido a la alta competencia, los consumidores se vuelven cada vez más exigentes, y lo que buscan ya no es sólo el precio y la calidad, sino también, una buena atención, un trato personalizado, un ambiente agradable, un servicio rápido; es decir, buscan un buen servicio al cliente acompañado de una asesoría profesional para el uso de los diseños y sus accesorios respectivos.

La misión suprema de toda empresa debe ser el mayor nivel de satisfacción para sus clientes y usuarios, pues éstos con sus compras permiten que la empresa siga existiendo y creciendo, generando de tal forma beneficios para sus integrantes.

Frank Bolier, Es una empresa altamente comprometida con la satisfacción de necesidades y expectativas de sus clientes, y con muchas expectativas de mejorar continuamente el desempeño de la calidad de sus productos y servicios, ofreciendo alta calidad, atención especializada y asesoría permanente a los clientes.

A continuación se muestra la tabla de expectativas de la empresa y requisitos de los clientes con una puntuación mínima de 0 y máxima de 5 para cada criterio.

**Tabla 8. Requisitos del cliente**

<b>NECESIDADES DE LOS CLIENTES</b>	<b>Criterio</b>	<b>Incrementar el valor para el cliente</b>	<b>Generar nuevos diseños</b>	<b>Mejorar la calidad del producto y servicio</b>	<b>Mejorar los procesos y calidad total</b>	<b>Incrementar las ventas</b>	<b>Efectuar plan de calidad</b>	<b>TOTAL</b>
	Calidad del producto	5	3	5	4	5	4	26
	Garantía (duración)	5	5	5	3	4	3	25
	Confiabilidad en el producto y servicio	5	3	5	3	4	4	24
	Rapidez en el servicio	5	3	5	4	4	3	24
	Conocimiento de los productos por el vendedor	5	3	5	0	5	0	18
	Utilidad y comodidad del producto	5	5	4	0	5	0	19
	Asesoría permanente	5	3	5	4	4	4	25
	Respuesta oportuna a sus inquietudes	5	3	5	0	0	0	13

Fuente. Las Autoras

Los resultados de esta tabla permiten visualizar los puntos fuertes y débiles que la empresa pueda tener con respecto a los requisitos de sus clientes. Se observa que el mayor puntaje está en el criterio de la calidad del producto, este es un punto fuerte para la empresa lo cual significa que posee una ventaja competitiva frente a otras. Los siguientes puntajes inferiores sirven para tener una acción correctiva o una mejora en el proceso porque sería ideal que todos los requisitos que el cliente demanda del producto y/o el servicio puedan tener y mantener una máxima puntuación.

## 5. PLANEACIÓN DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA NORMA ISO 9001:2008

Para la implementación de la norma es necesario realizar una planeación de los pasos a seguir de manera ordenada y secuencial el desarrollo de cada uno de los requisitos de la misma teniendo en cuenta la metodología que a continuación se describe. Una vez desarrollada la planeación estratégica del negocio que es la que fundamenta las bases para la implementación de la norma, el siguiente paso es realizar la planeación para el desarrollo del Sistema de Gestión de la Calidad.

En primera instancia se definen las responsabilidades del grupo directivo que va a desarrollar el SGC, se conforma el equipo de calidad, y se designa al representante de la dirección para ese fin, lo cual se describe en la metodología del proyecto en la etapa 2 de sensibilización, en razón a que una vez socializada la norma y los beneficios de esta y los fines que persigue la empresa con su implementación, deben definirse dichos cargos.

### 5.1 METODOLOGÍA DEL PROYECTO

El desarrollo del proyecto se enfocará en las siguientes etapas:



En la etapa 1, el **diagnostico**; se procede a realizar el estado actual de la empresa frente a la norma.

La etapa 2 la **sensibilización**, abarca a todo el personal de la empresa.

En la etapa 3 la **documentación**, se realiza toda la documentación necesaria para su funcionamiento.

La etapa 4 **Implementación**, se procede a diseñar la aplicación del sistema, sin embargo puede haber cambios debido a los ajustes que pudieren surgir durante su implementación.

La etapa 5 **Auditorías**, se efectúan medidas y se establece las acciones preventivas y correctivas, y se establecerá formatos de Auditorías internas.

Para determinar el tiempo que se empleará en cada una de estas fases es diseñado un cronograma que establece un plan de acción a seguir y que se encuentra detallado en la Tabla 9.

**Tabla 9. Cronograma de actividades para la implementación del SGC**

Actividades	Año 1				AÑO 2			
	TRIMESTRE				TRIMESTRE			
	1	2	3	4	1	2	3	4
DIAGNOSTICO								
SENSIBILIZACIÓN								
DOCUMENTACIÓN								
IMPLEMENTACIÓN								
AUDITORIAS								
REVISIÓN GERENCIAL								

Fuente. Las Autoras

## 5.2 PRESUPUESTO DEL PROYECTO

Para la implementación del sistema de gestión de calidad se debe contar con recursos económicos y humanos para su continuo desarrollo, es por eso que se ha elaborado el presupuesto del proyecto con el fin de poder identificar los gastos estimados en la realización de cada etapa.

**Tabla 10. Presupuesto de la implementación del SGC**

ETAPA	ELEMENTO	PRECIO
Diagnóstico	Papelería e impresiones.....	\$ 2.000
	Transporte.....	\$ 6.000
	Norma Icontec.....	\$ 36.000
Sensibilización	Refrigerios.....	\$ 12.000
	Papelería e impresiones.....	\$ 6.000
	Transporte.....	\$ 6.000
Documentación	Transporte.....	\$ 18.000
	Papelería e impresiones.....	\$ 20.000
Implementación	Papelería e impresiones....	\$ 25.000
	Transporte.....	\$ 15.000
	Libro.....	\$ 12.000
Auditoria	Auditoria inter.....	\$ 650.000* 3: 1.950.000
	Auditoría externa:.....	\$ 1.400.000 * 3 : 4.200.000
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 6.308.000</b> valor aproximado

Fuente. Las Autoras

## **6. DIAGNOSTICO**

### **6.1 DIAGNOSTICO INICIAL**

Lo recomendable para una empresa que se quiere certificar en ISO 9001:2008, es hacer primero un diagnóstico de cómo está la empresa frente a lo que exige la norma, capacitar al personal en los requisitos de la norma, documentar los procesos y establecer el direccionamiento estratégico a seguir para lograr la certificación. Una vez documentado todo el sistema, se debe empezar a utilizarlo, llevar los registros de calidad, medir el comportamiento del sistema y hacer las revisiones por la dirección, para luego hacer una auditoría interna y con ésta detectar las no conformidades, corregirlas y luego solicitar la auditoría externa o de certificación. De lo anterior se infiere que una evaluación le permitirá determinar el plan de acción a desarrollar para el mejoramiento de los procesos al interior de la empresa, lo que facilitará la implementación del sistema de gestión de la calidad.

A través de una evaluación se realiza un diagnóstico de la empresa considerando los requisitos que exige la norma ISO 9001:2008, que permite establecer de forma eficaz un plan para la implementación del sistema de gestión de la calidad en la empresa en estudio.

Después de realizar el diagnóstico, teniendo en cuenta las necesidades de documentación, se determina la existencia o no de los documentos, en qué medida cumplen con los requisitos establecidos para la documentación y si están siendo utilizados adecuadamente.

**Tabla 11. Diagnóstico de la empresa frente a la norma ISO 9001:2008**

REQUISITOS DE LA NORMA ISO 9001:2008	CONFORME	NO CONFORME	OBSERVACIONES
4. SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD		✓	La empresa no ha adoptado el enfoque por procesos.
4.1 REQUISITOS GENERALES 4.2 REQUISITOS DE LA DOCUMENTACIÓN		✓	La empresa no tiene definida una política de calidad ni demás documentación requerida
4.2.1 GENERALIDADES		✓	No existe manual de calidad
4.2.2 MANUAL DE CALIDAD		✓	No existe establecido el procedimiento para el control de documentos
4.2.3 CONTROL DE LOS DOCUMENTOS		✓	No está establecido la identificación y protección de documentos.
4.2.4 CONTROL DE LOS REGISTROS		✓	No están establecidos los controles para la retención y disposición de los registros de calidad.
5. RESPONSABILIDAD DE LA DIRECCIÓN		✓	La gerencia demuestra gran interés en implementar un sistema de gestión de la calidad, sin embargo no existe evidencia alguna.
5.1 COMPROMISO DE LA DIRECCIÓN		✓	
5.2 ENFOQUE AL CLIENTE		✓	No están definidos los requisitos del cliente
5.3 POLÍTICA DE CALIDAD		✓	Existen definidas especificaciones de acorde a las necesidades del cliente
5.4 PLANIFICACIÓN		✓	
5.4.1 Objetivos de la calidad		✓	
5.4.2 Planificación del Sistema de Gestión de la Calidad		✓	No existe planificación
5.5 RESPONSABILIDAD, AUTORIDAD Y COMUNICACIÓN		✓	No se encuentran los objetivos que permitan medir la realización de las actividades en las diferentes áreas.
5.5.1 Responsabilidad y autoridad		✓	No existe un procedimiento que indique claramente el conducto regular para las diferentes funcionales de la empresa

**Tabla 12. Continuación**

REQUISITOS DE LA NORMA ISO 9001:2008	CONFORME	NO CONFORME	OBSERVACIONES
5.5.2 Representante de la dirección		✓	No existe representante de la dirección
5.5.3 Comunicación interna		✓	No existe revisión por la dirección
5.6 REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN		✓	
5.6.1 Generalidades		✓	
5.6.2 Información de entrada por la revisión		✓	
5.6.3 Resultados de la revisión		✓	
6. GESTIÓN DE LOS RECURSOS	✓		La empresa cuenta con personal capacitado para realización del producto, sin embargo no existe una evaluación formal de las competencias de acuerdo a los cargos.
6.1 PROVISIÓN DE RECURSOS	✓		
6.2 RECURSOS HUMANOS		✓	No se ha determinado necesidades de formación.
6.2.1 Generalidades		✓	
6.2.2 Competencia, formación y toma de conciencia		✓	No se evalúa el desempeño del personal.
6.3 INFRAESTRUCTURA			La empresa manifiesta que realiza inducción al personal que ingresa a la empresa pero no existen registros.
6.4 AMBIENTE DE TRABAJO	✓		Se realizan algunas actividades de formación pero no existe plan de formación.  No se evalúa la eficacia de la formación tomada u otras acciones.  La empresa cuenta con la infraestructura necesaria para lograr la conformidad de los requisitos pero no existen registros de mantenimiento de esta.  Se cuenta con las instalaciones y equipos adecuados.

**Tabla 13. Continuación**

REQUISITOS DE LA NORMA ISO 9001:2008	CONFORME	NO CONFORME	OBSERVACIONES
7. REALIZACIÓN DEL PRODUCTO		✓	No hay evidencias al respecto.
7.1 PLANIFICACIÓN PARA LA REALIZACIÓN DEL PRODUCTO		✓	No existen procesos documentados para la realización del producto
7.2 PROCESOS RELACIONADOS CON EL CLIENTE		✓	No existe un proceso estandarizado para la atención de las comunicaciones con el cliente
7.2.1 Determinación de los requisitos relacionados con el producto		✓	La empresa no realiza actividades de diseños y desarrollo No existe especificación clara de los requisitos de compra
7.2.2 Revisión de los requisitos relacionados con el producto		✓	No existe un método para la selección de proveedores No hay criterios para la evaluación y revaluación de proveedores
7.2.3 Comunicación con el cliente		✓	La empresa no realiza actividades de diseño y desarrollo.
7.3 DISEÑOS Y DESARROLLO		✓	No existe evidencia de la especificación de los requisitos de compra
7.3.1 Planificación del diseños y desarrollo		✓	La empresa no evalúa los requisitos de compra
7.3.2 Elementos de entrada para el diseño y desarrollo		✓	La empresa no adecua los requisitos de compra antes de comunicárselos al proveedor
7.3.3 Resultados del diseño y desarrollo		✓	No está definida la manera clara como se verifica la conformidad de los productos comprados.
7.3.4 Revisión del diseños y desarrollo		✓	No existe evidencia de planificación de la presentación del servicio. Sin embargo los resultados se pueden verificar mediante acciones de seguimiento y medición.
7.3.5 Verificación del diseño y desarrollo		✓	
7.3.6 Validación del diseños y desarrollo		✓	
7.3.7 Control de los cambio del diseños y desarrollo		✓	
7.4 Compras		✓	
7.4.1 Proceso de compras		✓	
7.4.2 Información de las compras		✓	No se identifican los bienes de propiedad del cliente
7.4.3 Verificación de los productos comprados		✓	
7.5 PRODUCCIÓN Y PRESTACIÓN DEL SERVICIO		✓	No existe evidencia de la planificación de la prestación del servicio y el control se hace de manera informal
7.5.1 Control de la producción y de la prestación del servicio		✓	

**Tabla 14. Continuación**

<b>REQUISITOS DE LA NORMA ISO 9001:2008</b>	<b>CONFORME</b>	<b>NO CONFORME</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
7.5.2 Validación de los procesos de la producción y de la prestación del servicio		✓	La empresa no evidencia como preserva el producto antes de su entrega
7.5.3 identificación y trazabilidad		✓	La empresa no controla los dispositivos de seguimiento y medición
7.5.4 Propiedad del cliente		✓	
7.5.5 Preservación del producto		✓	
7.6 CONTROL DE LOS EQUIPOS DE SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN		✓	No hay registros de seguimiento y medición y no hay registro de calibración de los equipos.
8. MEDICIÓN, ANÁLISIS Y MEJORA		✓	No existe evidencia de análisis de seguimiento a los productos o servicios y a los procesos  No existe evidencia de la toma de decisiones preventivas, acciones correctivas y revisión por la dirección.
8.1 GENERALIDADES		✓	No existen métodos apropiados para el seguimiento.
8.2 SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN		✓	
8.2.1 Satisfacción del cliente		✓	
8.2.2 Auditoría interna		✓	
8.2.3 Seguimiento y medición de los procesos		✓	
8.2.4 Seguimiento y medición del producto		✓	
8.3 CONTROL DEL PRODUCTO NO CONFORME		✓	
8.4 ANÁLISIS DE DATOS		✓	
8.5 MEJORA		✓	
8.5.1 Mejora continua		✓	
8.5.2 Acción correctiva		✓	
8.5.3 Acción preventiva		✓	

Fuente. Las Autoras

## **6.2 ANÁLISIS DEL DIAGNOSTICO**

Al hacer el análisis se evidencia muchas falencias existentes que no son favorables para la empresa, ya que no cuenta con la documentación requerida para implementar un SGC, por esta razón no existe una política de calidad, y unos objetivos de calidad documentados, sino que la dirección se encarga verbalmente de hacerlo constantemente.

## 7. SENSIBILIZACIÓN

Con el ánimo de consolidar una cultura de la calidad en la empresa Frank Bolier, se realizó una reunión con el personal de trabajo el día 31 de marzo del 2011, con el objetivo de sensibilizar frente a la importancia, los propósitos, las ventajas, las mejoras, los beneficios que se obtienen en la realización de las actividades y procesos, además los cambios en el clima organizacional y el compromiso que se deberá adquirir por parte de cada uno de ellos, igualmente se explicará la metodología y las fases como se va a desarrollar el proyecto.

**Figura 6. Reunión de sensibilización**



Fuente. Las Autoras

La finalidad es aumentar el compromiso del personal y su participación, notificándoles los resultados, avances del proyecto y actividades a realizar, en la figura 4 se muestra el personal de las diferentes áreas de la organización como operarias de producción, personal de ventas, personal administrativo.

**Figura 7. Socialización de la norma**



Fuente. Las Autoras

Una vez terminado la presentación se realizó un espacio de preguntas, inquietudes y aportes el cual resultó ser provechoso porque se permitió socializar situaciones vividas con respecto a los beneficios de la norma. Después de adquirir el compromiso y el interés de cada uno de los miembros de la organización se inició identificando la estructura de la organización como la misión, visión, principios y valores de esta manera se inicia un sentido de pertenencia y se les permite ver que son parte de un gran equipo y que es necesaria su colaboración.

## 8. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

En diseños Frank Bolier existe unos cargos y funciones definidas, los cuales se encuentran en el organigrama. Sin embargo fue necesaria establecer el manual de cargos y funciones para formalizarlas en un documento, también se hizo necesario establecer los perfiles de cada cargo para dar cumplimiento a los requerimientos de la norma según el numeral 6.2.2. Es por eso que el manual de funciones además de incluir las funciones y responsabilidades de todos los miembros de la organización también le adiciona: la educación; entendida como el nivel de escolaridad de la persona, la formación, la experiencia y las habilidades que posea. Ver anexo E

**Figura 8. Identificación de la estructura de la organización**



Fuente. Las Autoras

Con la dirección general se expreso un compromiso mediante el “acta de compromiso” ver anexo A, en el cual todos estuvieron de acuerdo y firmaron como muestra de aceptación.

Así mismo se realizó la conformación del comité de calidad:

Director general: Olga María Gómez Peña.

Participantes: Carlos Eduardo Gómez, Martha Gómez, Cesar Augusto Gómez, Andrein Laguado, Ana María Medina.

El objetivo principal de la constitución de este comité es la implementación del SGC bajo una metodología de trabajo en grupo y toma de decisiones para todos los procesos de la empresa.

Funciones del comité de calidad:

- Asegurar el diseño, implementación, seguimiento y mejora continua del SGC.
- Promover al interior de la empresa la concientización de los requisitos del cliente y del mejoramiento continuo.
- Identificar y aprobar los procesos y asegurar que se desarrollen bajo el enfoque del ciclo de PHVA.
- Participar de la planeación estratégica del SGC definiendo la política, objetivos de calidad y la forma de medición.
- Revisar periódicamente que la misión, visión, organización, política y objetivos de calidad orientan a Frank Bolier hacia una cultura de calidad y mejoramiento continuo.
- Atender sugerencias, quejas o reclamos y realizar seguimiento a los resultados de las acciones tomadas al respecto.
- Realizar las demás funciones y actividades que permitan generar oportunidades de mejora al SGC y que contribuyan al logro de los objetivos.

## 9. DOCUMENTACIÓN

### 9.1 REQUISITOS DE DOCUMENTACIÓN

Los documentos son una parte fundamental de un Sistema de gestión de la calidad, ya que estos aseguran la estandarización de los procesos. La Norma ISO 9001:2008, establece los siguientes documentos como fundamentales para la buena implementación del SGC:

- Manual de calidad
- Procedimiento de control de los documentos
- Procedimiento de control de los registros
- Procedimiento de Auditoría interna
- Procedimiento del producto no conforme
- Procedimiento de Acciones correctivas
- Procedimiento de Acciones preventivas

Además la empresa determina los documentos necesarios para su operación y esta debe ser lo suficientemente clara y concisa para que sea adecuada a los propósitos de la organización, sin que se convierta en una carga pesada de sostener, es decir solo se debe documentar lo que se necesita, y lo demás debe dejarse a la competencia del trabajador.

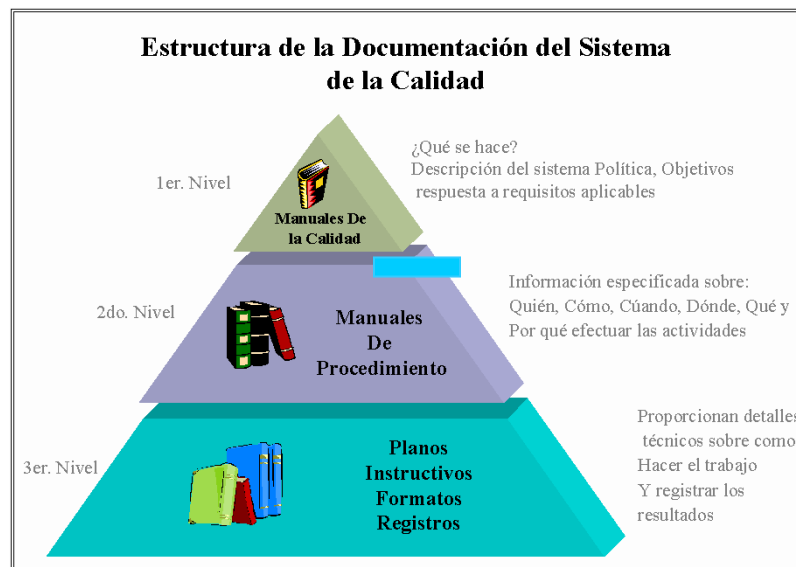
Para todos los documentos la norma dicta unos lineamientos para el control de los mismos, que en términos generales establecen éstos deben ser controlados de la siguiente manera:

- Controlar su distribución para prevenir el mal uso
- Ser aprobados por la Dirección
- Identificarse los cambios y la versión en que se encuentren

- Deben ser revisados y la actualización debe realizarse periódicamente

Se diseñó la pirámide documental en la empresa FRANK BOLIER la cual se especifica a continuación.

**Figura 9. Pirámide documental**



Fuente. <http://www.blog-top.com/sistemas-de-calidad-iso-9000/>

## 9.2 CONTENIDO DE LOS PROCEDIMIENTOS

Se determina un modelo para elaboración de los procedimientos la cual se describe a continuación:

**Objeto.** Propósito general del procedimiento. Se debe describir por qué el procedimiento se necesita

**Alcance.** Aquí se menciona a que cargos de trabajo aplica el proceso

**Procedimiento.** Se utilizó texto descriptivo y diagramas de flujo que evidencian los pasos a realizar en cada procedimiento.

No	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	DOCUMENTOS REFERENCIADOS	REGISTROS REFERENCIADOS
----	-----------	-------------	-------------	--------------------------	-------------------------






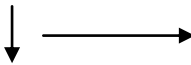
A continuación encontrará la descripción de cada uno de los ítems de la tabla:

- *Actividad.* Nombre de los pasos a realizar en el procedimiento. Esta sección se caracteriza por ser una secuencia cronológica de eventos.
- *La Descripción.* Es el cuerpo del artículo, aquí se coloca generalmente todo lo referente al documento como es: qué se debe hacer, cuándo, en dónde y cómo se debe hacer; que materiales equipos y documentos se deben usar y cómo se llevará a cabo el control de dicho procedimiento.
- *Responsable.* Se debe colocar que personas (cargos no nombres) son los responsables de las actividades nombradas en el documento. Es necesario que en este numeral esté especificado claramente quien debe hacer las actividades descritas.
- *Documentos referenciados.* Se deben listar los Documentos que soporten o complementen las actividades del procedimiento. También se debe incluir los documentos externos, como normas guías, entre otros

**Registros Referenciados** Se deben listar los registros que quedan como evidencia de la ejecución de este procedimiento en cada una de las actividades. (No es estrictamente necesario que todo procedimiento tenga un registro, solo si se considera crítico para el seguimiento y control de dicho procedimiento).

Para efectos de las convenciones de los diagramas de flujo deben de ser las siguientes:

**Tabla 15. Flujo grama**

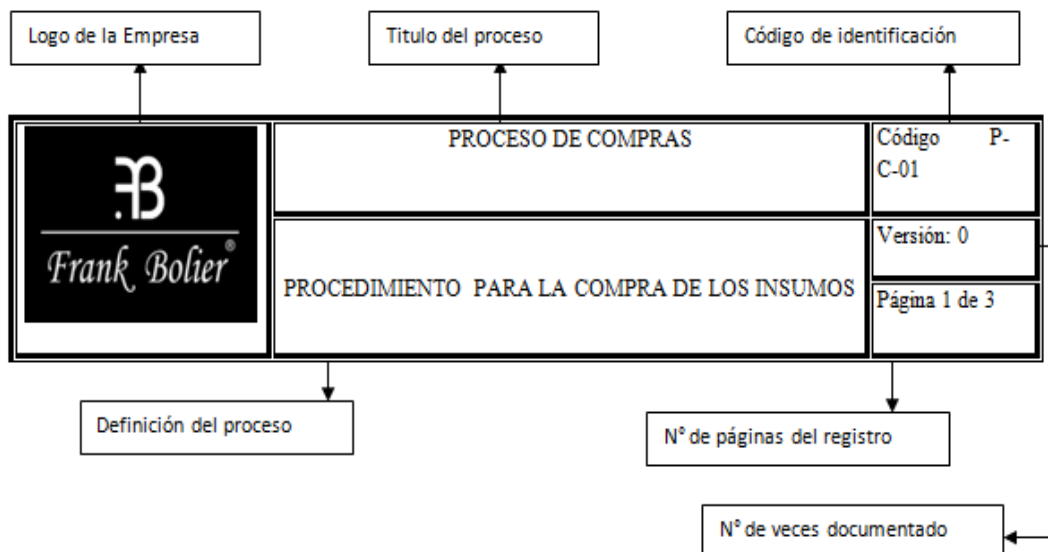
SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	Inicio o terminación
	Operación
	Decisión
	Documento
	Conector
	Secuencias

Fuente. Administración de la calidad Donna C.S. Summers

**9.2.1 Identificación de los documentos.** Para identificar cada documento del sistema, Frank Bolier ha asignado un código dependiendo de cada proceso, también se identifica el estado de la versión y la fecha de creación del documento.

El nombre, la codificación del documento y demás elementos se identifica mediante un encabezado que va en cada una de las páginas del documento.

**Figura 10. Encabezado de procesos**



Fuente. Las Autoras

Los Códigos de los tipos de documentos se designan de acuerdo al área a que pertenezca el documento.

**Tabla 16. Procesos y códigos**

Gestión de calidad	GC
Marketing y Publicidad	MP
Gestión estratégica	GE
Proceso Operativo	O
Logística y Distribución	LG
Compras	C
Recurso humano	RH
Facturación	F
Auditoría interna	AU
Acciones correctivas	AV
Acciones Preventivas	AP
Control de documentos	CD
Control de productos	CP
Producto no conforme	PN

Fuente. Las Autoras

## **9.3 IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS**

**9.3.1 Identificación de procesos.** La empresa debe identificar los procesos y las actividades que realizan estos procesos, los recursos necesarios para su ejecución y las actividades de seguimiento y medición.

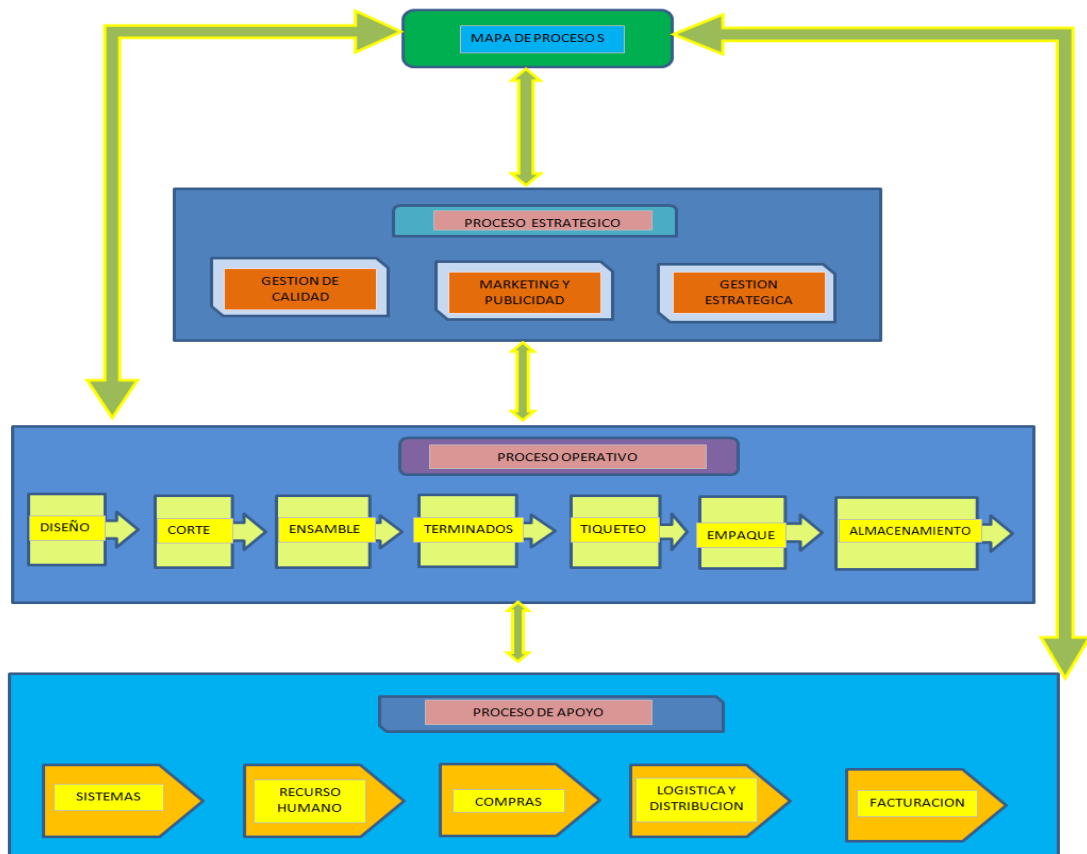
### **9.3.2 Mapa de procesos.**

**Procesos Estratégicos.** Son procesos destinados a definir y controlar las metas de la organización, sus políticas y estrategias. Permiten llevar adelante la organización. Están en relación muy directa con la misión/visión de la organización. Involucran personal de primer nivel de la organización. Afectan a la organización en su totalidad tales como gestión de la calidad, marketing y publicidad, gestión estratégica

**Proceso Operativo.** Este proceso permite conocer de manera detallada los pasos para la elaboración de las prendas en FRANK BOLIER y sus áreas funcionales como diseño, corte. Ensamble, terminados, tiqueteo, empaque y almacenamiento. Se puede decir que este proceso es el más crítico por parte de la empresa porque en el producto se manifiesta si hubo una eficacia en sus procesos y un cumplimiento por los requisitos de los clientes. Para ello se mantiene un estricto control de calidad en cada departamento del mismo para evitar así productos inconformes.

**Procesos de Apoyo.** Estos procesos son los que abarcan las actividades necesarias para el correcto funcionamiento de los procesos operativos, en la empresa encontramos tales como: sistemas, recurso humano, compras, logística y distribución y facturación.

Figura 11. Mapa de procesos



Fuente. Las Autoras

**9.3.3 Caracterización de procesos.** Mediante la caracterización del proceso se explican las actividades de seguimiento y medición de dicho proceso. En la caracterización de los procesos se debe tener en cuenta: El objetivo del proceso, que elementos de entrada tiene el proceso y que resultados o elementos de salida se generan a fin de poder medir la eficacia, la eficiencia y/o la efectividad. De igual manera se debe formalizar con qué recursos opera el proceso, que documentación le aplica y que registros o evidencia queda como soporte de las actividades desarrolladas.

También se debe tener en cuenta la secuencia de los procesos, como es el flujo de la información y de los recursos a fin de alcanzar los objetivos empresariales y del sistema de gestión de la calidad.

Esta orientación hacia los procesos exige la subdivisión en procesos individuales teniendo en cuenta las estrategias y objetivos de la organización, la experiencia ha demostrado que es conveniente definir los datos de entrada, parámetros de control y datos de salida. Ver anexo B

**9.3.4 Documentación de la norma.** Para la documentación de cada uno de los requisitos de la norma, a continuación se describe el proceso realizado según se describe en cada numeral de la misma.

## **9.4 SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD**

**9.4.1 Requisitos Generales.** Para satisfacer la política de la calidad, lograr los objetivos de la calidad y asegurar que nuestros servicios estén conformes con los requisitos del cliente, Diseños Frank Bolier ha establecido, documentado e implementado un Sistema de Gestión de la Calidad cuyas directrices se definen en el presente Manual de la Calidad.

DISEÑOS FRANK BOLIER se responsabiliza de mantener y mejorar continuamente la eficacia de dicho Sistema, para ello se:

- Identifican los procesos necesarios para el Sistema de Gestión de la Calidad y su aplicación en la empresa Ver Anexo B. GC-MC-0.
- Determina la secuencia e interacción de estos procesos mediante el Mapa de Procesos y las caracterizaciones Ver anexo B. GC-MC-01

- Determinan los criterios y métodos necesarios para asegurar que tanto la operación como el control de estos procesos sean eficaces.
- Asegura la disponibilidad de recursos e información necesarios para apoyar la operación y el seguimiento de estos procesos, realizando un presupuesto y llevando el control de lo que se va ejecutando.
- Realiza el seguimiento, la medición y el análisis de los procesos, a través de indicadores de gestión.
- Implementa las acciones necesarias para alcanzar los resultados planificados y la mejora continua de los procesos.

Los procesos se gestionan de acuerdo a los requisitos de la norma ISO 9001:2008

#### **9.4.2 Requisitos de la documentación.**

**9.4.2.1 Generalidades.** Dentro de la documentación del Sistema de Gestión de la Calidad se encuentra:

- La política de calidad y los objetivos de la Calidad, definidos previamente por la alta Gerencia.
- El Manual de la Calidad, que corresponde a este documento GC-MC-01 Manual de calidad de Diseños Frank Bolier.
- Los procedimientos documentados, los cuales se identifican en cada uno de los procesos del Sistema de Gestión de la Calidad.

- Los documentos requeridos por la organización para la planificación, operación y control eficaz de los procesos, referenciados en cada una de las caracterizaciones de los procesos, con sus respectivos registros.
- El Representante de Calidad participa en el diseño, la creación, la emisión, la modificación, la administración, el control y el uso de la documentación. Adicionalmente será responsable de la revisión de los documentos teniendo en cuenta los ajustes que se deriven de los comentarios de los usuarios.

**9.4.2.2 Manual de la Calidad.** Diseños Frank Bolier Establece y mantiene actualizado el Manual de Calidad. En este se ha definido el alcance del Sistema de Gestión de la Calidad, la política de la calidad, los objetivos de calidad de la organización, procedimientos exigidos por la norma debidamente documentados, y la aplicación de la norma Calidad en este caso ISO 9001:2008. Ver anexo B GC.MC-01

**9.4.2.3 Control de Documentos.** Diseños Frank Bolier establece el procedimiento P-CD-01 Ver Anexo B, Control de Documentos, para controlar todos los documentos, externos e internos, relacionados con los requisitos exigidos por la norma ISO 9001:2008. El objetivo de este documento es definir los controles necesarios para la aprobación, revisión, actualización, distribución y disposición final de los documentos internos y externos de la empresa.

**9.4.2.4 Control de los Registros.** En el procedimiento P-CR-02: “Control de los Registros” ver anexo B, se establece la metodología para identificar, recoger, almacenar, proteger, recuperar, determinar el tiempo de retención y la disposición de los registros de calidad.

Los registros de calidad se conservan para demostrar la conformidad con los requisitos y el funcionamiento eficaz del Sistema de Gestión de la Calidad.

La empresa es consciente de que los registros de calidad deben permanecer legibles, archivados y conservados de forma que pueden recuperarse fácilmente, en unas instalaciones que proporcionen un entorno adecuado para evitar su deterioro, daño o pérdida. En las reuniones que se realizan con las diferentes áreas de la empresa, se instruye al personal sobre el adecuado manejo y conservación de los registros de calidad.

## **9.5 RESPONSABILIDAD DE LA DIRECCIÓN**

**9.5.1 Compromiso de la dirección.** El compromiso de la dirección que define el punto 5.1 de la norma, establece las responsabilidades de la gerencia de Frank Bolier, quien asume el compromiso con la calidad y los requisitos y requerimientos para satisfacer las necesidades de sus clientes.

La Gerencia General demuestra su compromiso en la implementación del sistema de gestión de calidad ver anexo A “acta de compromiso”.

Adicionalmente se ha establecido la política de Calidad, redactada en el numeral 2.7 del manual, y los objetivos de Calidad como se evidencia en el numeral 2.8. Así mismo mediante reuniones y apoyadas por notas de información se les da a conocer a toda la organización estos puntos.

La Gerencia General para hacer el seguimiento del desempeño del Sistema de Gestión de Calidad realiza revisiones gerenciales, para ello en el numeral 5.6 se brinda mayor información.

La Gerencia asegura la disponibilidad de los recursos para el sistema de Gestión de Calidad por medio del presupuesto de Calidad anteriormente revisado en el proyecto.

**9.5.2 Enfoque al cliente.** El gerente de Frank Bolier, se asegurará que los objetivos de mejora de la empresa coinciden con las necesidades y expectativas de los clientes.

Frank Bolier, analizará las necesidades y expectativas de los clientes, en el momento de diseñar las prendas de vestir femeninas, las cuales deben estar en línea con los gustos y deseos de los clientes. Además planificar su distribución es necesario para conocer previamente lo que el cliente espera del mismo y de la propia empresa. Esta comunicará y hará entender las necesidades y expectativas de los clientes a todo el personal de la organización para que todas las personas identifiquen como afecta su trabajo a la percepción que el cliente tiene de la empresa y de los productos y servicios ofertados.

Para Frank Bolier, es importante medir la satisfacción del cliente y actuar sobre los resultados, por lo tanto ha aplicado una encuesta reciente de satisfacción con una muestra aleatoria, Ver anexo C: Encuesta de satisfacción. Esta es socializada con dirección de la empresa para de esta forma planificar las mejoras en el producto y servicio.

Frank Bolier es consciente de que aumentar la fidelidad del cliente, es un compromiso mayor para la empresa pues este a su vez confía en que todos sus requisitos de producto y servicios podrán ser encontrados y es lo que permitirá una larga relación cliente-empresa.

**9.5.3 Política de calidad.** Esta fue desarrollada con la dirección de la empresa, teniendo en cuenta las expectativas y necesidades del cliente y así mismo las expectativas de Frank Bolier. La cual se encuentra en el manual de calidad Ver Anexo B.

## **9.5.4 Planificación**

**9.5.4.1 Objetivos de Calidad.** Los objetivos de Calidad expresan lo que la empresa quiere lograr con relación al cumplimiento de los requisitos del cliente.

A continuación se relacionan los Objetivos de Calidad:

- Cumplir y mantener los requisitos del cliente tanto en producto como servicio.
- Desarrollar capacitaciones en la organización de acuerdo a cada proceso para un desarrollo integral y una mejora continua en los procesos.
- Fortalecer los medios de comunicación y atención para un mejor servicio al cliente.

**9.5.4.2 Planificación del sistema de gestión de la calidad.** El Gerente General en reunión con el responsable de cada proceso, realizan la planificación del mismo para dar cumplimiento al numeral 4.1 de la norma NTC ISO 9001:2008, donde se establece e implementan los indicadores por cada proceso para asegurar el cumplimiento de los requisitos de los clientes. Ver anexo D: Indicadores de gestión.

Para mantener la integridad del Sistema de Gestión de la Calidad se hace mediante la realización de Auditorías internas y la actualización de la documentación y divulgación a todo el personal mediante carteleras o notas de información a cada uno.

## **9.5.5 Responsabilidad, Autoridad y Comunicación**

**9.5.5.1 Responsabilidad y Autoridad.** FRANK BOLIER tiene claramente especificada las responsabilidades y autoridades de todo el personal de la empresa, esta información se encuentra en el M-CG-02 Manual de Cargos Ver anexo E, este documento es de consulta interna y permite que el personal pueda visualizar el cargo jerárquico mediante el organigrama anteriormente graficado.

**9.5.5.2 Representante de la Dirección.** Mediante el acta de reunión de calidad ha quedado constancia de la conformación del comité y del representante de la dirección Ver anexo F, donde se especifica las responsabilidades y autoridad que tiene ante el Sistema de Gestión de la Calidad.

**9.5.5.3 Comunicación Interna.** Frank Bolier, establece en los procedimientos del Sistema de Gestión de la Calidad que la comunicación debe ser en todas las direcciones permitiendo que todos los miembros de la organización se dirijan a sus superiores de manera directa para que pueda expresar sus ideas con sinceridad y libertad haciendo sentir como parte del equipo de trabajo.

## **9.5.6 Revisión de la dirección.**

**9.5.6.1 Generalidades.** En la organización La Gerencia General será la responsable de la Revisión del Sistema de Gestión de la Calidad, para ello fue establecido el proceso P-RD-03 Ver Anexo G, el cual permite obtener información acerca del procedimiento adecuado para ejecutar esta acción, en diseños Frank Bolier fue establecida que debe efectuarse como mínimo una vez al año.

**9.5.6.2 Información de entrada para la revisión.** Teniendo en cuenta que La información de entrada deberá incluir:

- Análisis de los informes de las auditorías internas.
- Retroalimentación de los clientes.
- Desempeño de los procesos.
- Estudio de las no-conformidades detectadas.
- Estudio de las acciones correctivas y preventivas realizadas e implementadas.
- Resultados de las acciones derivadas de revisiones anteriores.
- Revisión del plan de formación.
- Recomendaciones para la mejora.

**9.5.6.3 Resultados de la Revisión.** Una vez realizada la revisión general mediante el formato F-RD-01, Los resultados de la misma se plasmaran en el acta de revisión F-RD-02 Ver anexo G: la cual se hará constancia de:

- La mejora del Sistema de Gestión de la Calidad y sus procesos.
- La mejora del producto o servicio con relación a los requisitos del cliente.
- La necesidad de recursos.
- La aprobación del plan anual de objetivos.
- La aprobación del plan anual de formación.
- La aprobación del plan anual de auditorías.

## **9.6 GESTIÓN DE LOS RECURSOS**

**9.6.1 Provisión de los Recursos.** Con el fin de mejorar continuamente la eficacia del sistema y poder cumplir a cabalidad los requisitos del cliente la Gerencia General ha designado un presupuesto para el Sistema de Gestión de Calidad Ver Tabla 12 de esta manera la empresa demuestra nuevamente su compromiso para este proyecto.

## **9.6.2 Recursos Humanos**

**9.6.2.1 Generalidades.** El personal de Frank Bolier, posee responsabilidades claras que pueden afectar el Sistema de Gestión de la Calidad especialmente en la elaboración del producto, por lo tanto se ha diseñado un manual de cargos Ver anexo E el cual establece las competencias necesarias del personal según el área de trabajo a desempeñar.

**9.6.2.2 Competencia, formación y toma de conciencia.** Para el desarrollo de este punto de la norma, diseños Frank Bolier ha establecido que para determinar las competencias del personal es necesario que se haga mediante El jefe de recurso humano y con los jefes de todos los departamentos.

La selección del personal que se requiere en la empresa se realiza de acuerdo con el procedimiento P-RH-04 Ver anexo H, adicionalmente la empresa debe conservar por cada trabajador seleccionado su hoja de vida y soportes de la misma.

Para garantizar que el personal a contratar cuenta con las habilidades que requiere el cargo es necesario efectuar a las personas preseleccionadas pruebas previamente establecidas para el cargo vacante, y de esta forma tener el criterio final para la contratación del personal.

Una vez es vinculado a la empresa, se realizará de acuerdo con el procedimiento P-RH-04 inducción al personal donde se informara acerca de la organización y del SGC que se está implementando para que pueda evidenciar el compromiso en el desarrollo de sus labores diarias además se dará a conocer sus jefes inmediatos, y recibirá capacitación en maquinaria y equipos a utilizar para el desarrollo de su labor.

Adicionalmente se tiene en cuenta, los resultados de las encuestas de satisfacción, quejas y reclamos realizados por el cliente para que aquellas áreas relacionadas con no conformidades permitan desarrollar capacitaciones para fortalecer aquellas debilidades del personal y mejorar el servicio ofrecido.

En el presente año fue realizada una encuesta de satisfacción y se planteo a la junta directiva la necesidad de capacitación en diseño y producción.

La Gerencia asegurara que su personal sea consciente de la importancia de sus actividades y de cómo contribuyen al logro de los objetivos de la calidad, divulgando sus funciones, realizando capacitaciones, charlas e informándoles los avances del sistema de Gestión de calidad y los resultados obtenidos por su gestión.

**9.6.3 Infraestructura.** Frank Bolier determina la infraestructura necesaria para operar, la cual está ubicada en la carrera 22 N° 8-40 y cuenta con los siguientes elementos:

- Sistemas de comunicación
- Sistemas informáticos
- Oficinas
- Bodega
- Áreas independientes de trabajo
- Salón de corte ( mesa, cortadoras)
- Salón de fotografía (cámara y accesorios)
- Salón de ensamble (máquinas de coser, bordadoras, estampadoras, mesones
- Salón de terminados (planchas, mesones, máquinas de broches)
- Área de restaurante

**9.6.4 Ambiente de trabajo.** La empresa determina el ambiente necesario para lograr la conformidad del producto y el bienestar de los trabajadores, para ello desarrolla las siguientes actividades:

- Reglas y Orientaciones de Seguridad
- Programas de desinfección y aseo del sitio de trabajo
- Celebración de cumpleaños de todo el personal
- Incentivos para el trabajador que se destaque en su desempeño, por ahora se cumple en ventas
- Excelente ventilación
- Espacios amplios y cómodos

## **9.7 REALIZACIÓN DEL PRODUCTO**

**9.7.1 Planificación de la realización del producto.** La planificación del producto en la empresa se realiza mediante el diseño de la colección y las pruebas pilotos en los insumos y por medio de muestras determinar la colección a ofrecer.

Durante la planificación, se tiene en cuenta:

Los requisitos del cliente para la realización del producto. Ver Tabla 10.

La necesidad de establecer procesos, documentos y proporcionar recursos para la realización del producto.

**Los objetivos de calidad.** Las actividades de verificación, seguimiento e inspección de las actividades propias del producto, como lo es la verificación de las materias primas compradas, control a proveedores.

Para la planificación de la realización del producto se debe tener en cuenta el procedimiento P-OP-05 Ver anexo I, donde manifiesta la secuencia de las etapas para la elaboración del mismo, y el procedimiento P-LD-06 Ver anexo J, Logística y Distribución del producto.

## **9.7.2 Procesos relacionados con el cliente.**

**9.7.2.1 Determinación de los requisitos relacionados con el producto.** Frank Bolier determina los requisitos relacionados con el cliente ver Tabla 10 para la realización del producto. Para su determinación se hizo por medio de un sondeo donde se analizó las preferencias de los clientes por la marca Frank Bolier ante otra empresa que ofreciera productos similares, de esta manera el cliente expuso las razones por la cual prefería a la empresa y lo que siempre quería encontrar tanto en servicio como productos.

**9.7.2.2 Revisión de los requisitos relacionados con el producto.** La revisión de los requisitos es socializada por la alta dirección para tener de manera más clara las características que debe poseer el producto en el momento de diseñar una colección.

**9.7.2.3 Comunicación con el cliente.** La empresa establece canales de comunicación directamente con el cliente, ya que es indispensable para la prestación del servicio donde por este medio se reciben sugerencias, quejas o reclamos. Esta comunicación se puede realizar mediante llamadas telefónicas, correo electrónico entre otras.

Adicionalmente Frank Bolier ha diseñado un manual de servicio al cliente Ver anexo K, donde se enseña acerca de principios, pautas, protocolos y tipos de comunicación hacia el cliente, para que de esta manera todo miembro de la

organización que tenga comunicación con el cliente lo haga de una manera eficiente manteniéndolo así satisfecho.

### **9.7.3 Diseño y desarrollo.**

**9.7.3.1 Planificación del diseño y desarrollo.** Frank Bolier, durante la planificación del diseño y desarrollo del producto, cuenta con etapas claramente identificadas.

La planificación de la colección es elaborada por la diseñadora de modas de la empresa, y verificados y avaladas por la junta directiva, quedando como resultado las prendas definitivas que conformaran la colección.

**9.7.3.2 Elementos de entrada para el diseño y desarrollo. Los elementos de entrada determinados para cada colección serán:**

- Requisitos del cliente
- Población a la cual va dirigido el producto
- Incursión de diseños innovadores

**9.7.3.3 Resultados del diseño y desarrollo.** Los resultados del diseño y desarrollo del producto, corresponden a las muestras pilotos que se realizan al principio las cuales son debidamente verificadas y avaladas por la dirección.

Una manera más práctica de ofrecer todas la prendas existentes se realiza mediante el catalogo el cual se presentará a los clientes para escogencia de su prenda dentro de los almacenes o también se usara como método de venta para clientes al por mayor donde este catalogo se les envía a cualquier ciudad para facilitar sus pedidos.

**9.7.3.4 Revisión del diseño y desarrollo.** La revisión de la próxima colección es realizada por el Gerente General y el diseñador de modas antes de presentarla a la dirección de la empresa para su revisión y aprobación para que de esta forma se tenga la seguridad de cumplir con todos los requisitos del cliente, esta revisión por parte de la dirección es realizada en cada lanzamiento de una nueva colección es decir aproximadamente cada 4 meses.

**9.7.3.5 Verificación del diseño y desarrollo.** Como se relaciona en el numeral 7.3.4, la verificación de las prendas diseñadas es realizada por el gerente general y el diseñador de modas para inicio del ensamble de toda la colección.

**9.7.3.6 Validación del diseño y desarrollo.** La empresa ha determinado que para la validación del producto y pedido se debe realizar mediante los formatos F-VP-01, y F-VPE-01 Ver anexo L, esto permite que se lleve un control adecuado de lo que el cliente ha pedido vs lo que se le enviar evitando así situaciones de no conformidad.

**9.7.3.7 Control de los cambios del diseño y desarrollo.** Para llevar el control de los cambios en el diseño y desarrollo de las prendas el diseñador propone un cambio en la colección y esta será sometida a la aprobación por la dirección.

#### **9.7.4 Compras**

**9.7.4.1 Proceso de compras.** Frank Bolier, se asegura del cumplimiento de las especificaciones de los productos comprados Ver anexo M: "Manual de compras" donde se especifica el proceso P-CP-07 y adicionalmente se encuentra el formato F-CP-01 donde se realiza la compra de insumos y materias primas, documentos que brinda información de cómo realizar la solicitud, a quien realizarla y como verificar lo solicitado.

FRANK BOLIER selecciona y evalúa sus proveedores de acuerdo a las políticas de compras de la empresa y las características de los proveedores expresados en el manual de compras.

**9.7.4.2 Información de las compras.** Frank Bolier se asegura de la adecuación de los requisitos de compra especificados antes de comunicárselos al proveedor, por medio del listado de insumos que cada colección requiera esto es responsabilidad del diseñador y jefe de producción.

La información de las compras de materias primas se hace de manera directa con el proveedor por medio de una visita del mismo a la empresa, donde el proveedor lleva varias opciones de insumos requeridos; por ejemplo: si se necesita tela tipo índigo para las faldas ellos llevan varias opciones en cuanto a colores, texturas, y características de cada una de ellas.

**9.7.4.3 Verificación de los productos comprados.** En Frank Bolier se verifican los productos comprados de acuerdo con el procedimiento de compras P-CP-07 el cual define la entrega de materias primas a la empresa es verificado por el jefe de producción teniendo en cuenta que el pedido que se recibe sea acorde con los insumos que menciona la factura y con lo solicitado. Posteriormente se verifica el estado de los mismos, si se presenta mercancía en mal estado por cuestión de abolladuras, humedad, suciedad entre otros estos son devueltos inmediatamente con el proveedor. En dado caso que las fallas aparezcan en el desarrollo de la muestra, éstas son comunicadas al proveedor y se llega a un acuerdo con el mismo.

## **9.7.5 Producción y prestación del servicio**

**9.7.5.1 Control de la producción y de la prestación del servicio.** Frank Bolier identifica y planifica los procesos de prestación de los servicios que afectan

directamente la calidad. Estos procesos se efectúan en condiciones controladas por medio de la persona responsable de cada proceso en el cual verifico y aprobó dicho proceso. La calificación del personal para cada actividad está estipulada en el manual de cargos M-CG-02 y los mecanismos especificados en la prestación del servicio con estipulados en el manual de servicio al cliente.

**9.7.5.2 Validación de los procesos de la producción y de la prestación del servicio Frank Bolier.** Ha establecido métodos de revisión y control del servicio así mismo de los productos que ofrece por medio de las encuestas de satisfacción o de una manera directa, donde se exponen reclamos, quejas o sugerencias, de esta manera en cliente valida el producto y el servicio.

**9.7.5.3 Identificación y Trazabilidad.** Frank Bolier identifica todas la prendas realizadas mediante marquillas ubicadas en una parte visible de la prenda y esta contiene el tallaje, nombre de la prenda, año de la colección.

**9.7.5.4 Propiedad del cliente. Frank Bolier cuida y protege los bienes del cliente que son suministrados por los mismos para uso de la empresa.** En este caso se aplicaría a la base de datos personales que maneja la empresa, y como un medio de control la base es de uso exclusivamente por el personal que tenga contacto de cualquier índole con el cliente.

**9.7.5.5 Preservación del producto.** Frank Bolier, previene el deterioro de sus productos mediante las características y cuidados de las materia primas y la información suministrada a todo el personal de la organización dependiendo la actividad que ejerzan por ejemplo: en el caso de las telas estas no pueden tener contacto con la luz porque pierden su color esto es responsabilidad del jefe de bodega, las materias primas como broches, pedrería hilos entre otros, deben permanecer en un lugar fresco. Esto es responsabilidad del jefe de producción.

**9.7.6 Control de los equipos de seguimiento y medición.** Frank Bolier, no posee equipos de medición porque no son necesarios para la realización del producto.

## **9.8 MEDICIÓN, ANÁLISIS Y MEJORA**

**9.8.1 Generalidades.** Diseños Frank Bolier tiene planificados e implementados los procesos de seguimiento, medición, análisis y mejora, necesarios para:

- Demostrar la conformidad del servicio, prestándolo conforme a especificaciones.
- Demostrar la conformidad del Sistema de Gestión de la Calidad, cumpliendo con los requisitos de la Norma ISO 9001:2008.
- Mejorar continuamente la eficacia del Sistema de Gestión de la Calidad, mediante el constante seguimiento de los Indicadores de Gestión establecidos por la empresa

### **9.8.2 Seguimiento y Medición.**

**9.8.2.1 Satisfacción del Cliente.** Diseños Frank Bolier, realiza el seguimiento de la información relativa a la percepción del cliente con respecto al cumplimiento de sus requisitos por parte de la empresa, como una de las medidas del desempeño del Sistema de Gestión de la Calidad. Para la obtención de dicha información se han establecido encuestas de satisfacción del cliente que se realizarán cada seis meses acerca de los productos y el servicio que se presta. Adicionalmente por medio de reuniones con la alta gerencia se socializan los resultados y se procede a la toma de decisiones.

**9.8.2.2 Auditoría Interna.** Diseños Frank Bolier establece en el procedimiento P-AI-08 Ver anexo M, en donde se diseña la metodología y los formatos a utilizar llevar a cabo auditorías internas de calidad de los procesos del sistema de gestión de Calidad.

Mediante el formato F-AI-01, el representante de calidad programa las auditorias verificando por lo menos una auditoria al año en cada proceso utilizando el formato de auditoría interna F-AI-02 para el desarrollo de la misma , y en caso de que se presenten cambios representativos en la empresa, los cuales afecten el Sistema de Gestión, serán programadas adicionalmente.

Se ha establecido que La programación anual de las Auditorias se realizará teniendo en cuenta:

- El estado del Sistema de Gestión de la Calidad.
- Las actividades y procesos que se deben auditar.
- Los resultados de auditorías anteriores.
- Los resultados de las auditorias deben registrarse de acuerdo con el formato F-AI-03 Informe de Auditorias, además registrar en el formato F-AI-04 los cambios estructurales del sistema de gestión de calidad en la empresa.

El seguimiento de las acciones correctivas generadas por las auditorías internas se debe registrar en el formato F-ACP-01 Seguimiento de acciones correctivas y preventivas.

**9.8.2.3 Seguimiento y medición de los procesos.** Diseños Frank Bolier, garantiza el seguimiento del desempeño de los procesos del Sistema de Gestión

de Calidad mediante el análisis de los indicadores de gestión de cada proceso. Ver Anexo D.

Las acciones correctivas y preventivas a las cuales se les hará un continuo seguimiento son generadas por:

- Reuniones con los jefes de cada departamento
- Revisión gerencial
- Indicadores
- Auditorías internas
- Encuestas de satisfacción

**9.8.2.4 Seguimiento y medición del producto.** Diseños Frank Bolier realiza la verificación de las prendas antes de ser distribuidas, observando que contenga todas las marquillas de referencia para su identificación. Para su seguimiento se utiliza el formato de bodega F-OP-01 el cual permite llevar un control del inventario que entre a bodega y el formato F-OP-02 cuando el producto se necesite despachar.

**9.8.3 Control del producto no conforme.** Diseños Frank Bolier, asegura que los productos que no sean conformes se identifiquen y se controlen para prevenir su uso, por lo tanto la empresa diseño la metodología mediante este procedimiento P-NC-09 Ver anexo O. Para que cualquier inconformidad del producto ya sea en cuanto a telas, diseños o terminados sea corregido.

**9.8.4 Análisis de Datos.** Diseños Frank Bolier determina, recopila y analiza los datos apropiados para demostrar la idoneidad y la eficacia del sistema de gestión de la calidad, enfocado hacia la mejora continua de los procesos. Para lo anterior se tiene en cuenta los resultados del seguimiento y medición y de cualesquiera otras fuentes pertinentes como son:

- La satisfacción del cliente (véase resultados de encuesta).
- La conformidad con los requisitos del producto (resultados de la misma)
- Evaluación de los proveedores. F-EV-01

### **9.8.5 Mejora**

**9.8.5.1 Mejora Continua.** Diseños Frank Bolier, mejora continuamente la eficacia del sistema mediante las revisiones gerenciales P-RD-03, el análisis de los resultados de las auditorías internas, y el seguimiento a las acciones correctivas y preventivas, como se explica en el siguiente numeral.

**9.8.5.2 Acción Correctiva.** Diseños Frank Bolier, establece mediante el procedimiento P-ACP-010 “Acciones correctivas” Ver anexo P, la metodología para eliminar las causas de las no conformidades detectadas y mediante el formato F-ACP-01 se hace el seguimiento de las mismas evitando de esta forma que se vuelvan a presentar, una vez se han implementado las acciones se deben registrar los resultados.

**9.8.5.3 Acción Preventiva.** Mediante el procedimiento P-ACP-010 “Acciones preventivas” Ver anexo P, Diseños Frank Bolier determina la metodología para eliminar las no conformidades potenciales que se puedan presentar en el Sistema de Gestión de Calidad, para de esta forma evitar que ocurran.

Se realiza seguimiento a las acciones preventivas implementadas de acuerdo con el formato F-ACP-01 Seguimiento de acciones correctivas y preventivas, garantizando el control de su implementación y los resultados obtenidos.

## 10. IMPLEMENTACIÓN

La implementación realizada en diseños Frank Bolier se evidencia en las reuniones realizadas con el personal de la empresa, en las cuales se dio a conocer el Sistema de Gestión de la calidad documentado.

Todos los documentos fueron aprobados por el gerente y el jefe de calidad y dados a conocer a los jefes de área, quienes en conjunto con el líder de calidad implementaron con cada funcionario su proceso quedando establecido que en adelante se realizaran de la manera como se encuentran documentados.

**Figura 12. Reunión de implementación**



Fuente. Las Autoras

**Tabla 20. Cambios generados por el Sistema de Gestión de Calidad en Frank Bolier**

ANTES DEL SGC	DESPUÉS DEL SGC
<p>Carece de estructura organizacional</p> <p>Carece de planeación estratégica</p> <p>No se ha realizado planeación para la implementación de la norma</p>	<p>Existe Organigrama de la empresa</p> <p>Está definido el comité de calidad y el representante del sistema de calidad.</p> <p>Se elabora la planificación estratégica de la organización incluyendo misión, visión, valores</p> <p>Se planifica la implementación del sistema de calidad en las siguientes etapas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Diagnóstico</li> <li>▪ Sensibilización</li> <li>▪ Documentación</li> <li>▪ Implementación</li> <li>▪ Auditorías</li> </ul>
<p>No se tiene en cuenta la opinión del cliente ni posee los medios para lograrlo</p>	<p>Se estableció la encuesta de satisfacción y el uso de los buzones de sugerencias</p>
<p>La empresa no conoce su mercado, ni tiene clasificados sus clientes</p>	<p>Se clasifican sus clientes, se determinan los requisitos del cliente, se identifican los clientes Pareto, productos Pareto</p>
<p>La empresa no tiene un plan estratégico de mercadeo</p>	<p>Se realiza el benchmarking y se conocen las fortalezas y debilidades que sirven de punto de partida para crear estrategias nuevas para competir.</p>
<p>Los procesos no están definidos ni documentados</p>	<p>Elaboración de mapa de procesos</p> <p>Procesos definidos y documentados con sus respectivos formatos</p>
<p>Antes no se detecta cuadro de falencias en el diseño</p>	<p>Ahora se tiene en cuenta la preferencia de los clientes, evitando sobrecostos y desperdicio de insumos lo cual representa para la empresa una ganancia.</p>

**Tabla 20. Continuación**

<b>ANTES DEL SGC</b>	<b>DESPUÉS DEL SGC</b>
Bajos Controles de calidad	<p>Diseño y aplicación de encuestas de satisfacción y buzones de sugerencias, quejas y reclamos.</p> <p>Elaboración de indicadores de calidad para cada proceso</p>
Espacios desorganizados	Áreas y departamentos organizados por adecuación de infraestructura
Ambiente de trabajo tenso	El ambiente de trabajo es ideal para lograr la conformidad de los requisitos del producto.
Se desconoce un comité de calidad	Conformación del comité de calidad y representante asignado

## **11. AUDITORIAS**

Para el desarrollo de las auditorías internas las autoras dejan esbozados todos los procedimientos y formatos para su aplicación, en el momento que la empresa decida tomar la certificación por lo tanto la auditoría interna se deberá hacer con un mes de anticipación para la auditoría externa por parte del ente certificador.

## CONCLUSIONES

- En un sistema de calidad es muy importante el compromiso de los directivos y de los integrantes de la organización por este motivo desde el comienzo del proyecto se realizaron varias reuniones de sensibilización en cada una de las etapas: inicio, documentación e implementación, creando en los actores del proceso una cultura de calidad.
- Al planear un sistema de gestión de la calidad es importante desarrollar dos tipos de planeación la estratégica y la de implementación del sistema, las cuales deben complementarse, razón por la cual en Frank Bolier se formulo la planeación estratégica de la organización para lo cual fueron utilizadas dos herramientas administrativas: la matriz DOFA y el Benchmarking, una vez realizado este estudio se dieron a conocer las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, así como la información obtenida de la competencia de Frank Bolier en el ramo, y esta información fue utilizada por la administración para el diseño de nuevas estrategias que le permitirá ser más productivos y rentables.
- Para poder realizar la implementación de la norma se llevo a cabo un estudio de diagnostico de la empresa frente a los requerimientos de la norma que sirvió de base para la realización de la planeación del Sistema de Gestión de la Calidad.
- Con los resultados del diagnostico anteriormente mencionado se inicia el proceso de implementación de la norma determinando los responsables de su desarrollo y creando el comité de calidad de la empresa.
- Los líderes una vez capacitados en el conocimiento de interpretación de la norma comienzan a documentar junto con los demás actores del proceso, los

diferentes procedimientos, formatos y procesos de acuerdo con sus competencias.

- El líder de calidad junto con el comité desarrollaron los procesos necesarios para implementar en Sistema de Gestión de la Calidad como mapa, caracterización, políticas, manual de calidad y documentos específicos exigidos por la norma.
- Partiendo de la premisa que lo que no se puede medir no se puede controlar ni mejorar, se crearon los indicadores para cada proceso como medida para el seguimiento control y mejoramiento continuo de la organización.
- Una vez desarrollada la documentación se da a conocer al personal, socializando sus contenidos con el fin de que cada miembro de la organización se apropie y se comprometa de cada uno de sus procesos y quede preparado para la auditoria.
- Ya realizado el proceso de implementación del Sistema de Gestión de la Calidad en la empresa Frank Bolier, es de competencia de sus directivos determinar si desean seguir con la certificación de la misma de acuerdo con sus recursos. De optar por la certificación quedaría pendiente por realizar las auditoria internas y la revisión gerencial para concluir con las acciones de mejora y solicitar la auditoría externa de certificación a la casa certificadora que escojan, que puede ser: INCONTEC o SGC.
- Una vez terminado el proceso en la empresa se determino que el desarrollo de este proyecto dejo beneficios a la organización que fueron reconocidos por la gerencia como:
  - o Un conocimiento estructurado de la competencia

- Tener definidos los cliente Pareto de la organización y por ende los productos de mayor rentabilidad y mayor comercialización de la empresa.
- Conciencia de los empleados de hacerlo bien desde la primera vez.
- Escuchar la voz del cliente, sirvió de base para mejorar algunos productos con los cuales se obtuvo reducción de desperdicios y gastos en reprocesamiento de prendas.
- Los procesos de la organización se realizan con mayor eficacia después de haber estandarizado los procesos.
- Se establecieron perfiles y competencias por cargos asegurando los requisitos que solicita la norma con respecto a la vinculación del personal, lo que se refleja en una mejora del promedio del trabajador de Frank Bolier que repercute directamente en la calidad del producto.
- A través de este proceso de mejoramiento continuo de la organización se noto, mayor satisfacción en los clientes, lo cual evidencio una mayor fidelización de los mismos.

Antes de iniciar el proyecto la organización era demasiado empírica en su manejo, en la toma de decisiones y después de realizar el proyecto los directivos vieron la importancia de la implementación y estandarización de los procesos.

Al implementar el sistema cambia algunos conceptos administrativos, toma de decisiones preventivos, en cuanto a pedidos, mantenimiento, búsqueda de personal.

La gerencia, manifestó su agradecimiento por haber conocido datos de importancia para el manejo administrativo como fueron los clientes y productos Pareto, debilidades y fortalezas, resultados de la encuesta de satisfacción, permitiendo así tomar decisiones estratégicas de producción y ventas en aras de conseguir mayor rentabilidad para el año 2012.

## **RECOMENDACIONES**

Es importante que el sistema de gestión de la calidad sea mantenido y mejorado continuamente.

Para mantener y lograr una mayor participación y toma de conciencia del personal en el sistema de gestión de la calidad la gerencia debe mantener el compromiso con el sistema.

Una vez hecha la documentación e implementación del SGC se recomienda a la empresa certificarse cuando posea los recursos pertinentes.

## BIBLIOGRAFÍA

BOADA, Orlando. Calidad Sistemas de Gestión. [en línea]. Agosto 2 de 2008. [citado en Noviembre 15 de 2012. Disponible en internet:<URL: <http://orlandoboada.comunidadcoomeva.com/blog/index.php?/archives/17-CALIDAD-SISTEMAS-DE-GESTION.html>>

FRED R., David. La Planeación Estratégica. [en línea]. [citado en Noviembre 16 de 2011]. Disponible en internet:<URL: [www.crecenegocios.com/la-planeacion-estrategica/](http://www.crecenegocios.com/la-planeacion-estrategica/)>

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN. Sistema de Gestión de la Calidad. Fundamentos y vocabulario. NTC ISO 9000:2005

WIKIPEDIA. ISO 9001. [en línea]. [citado en Noviembre 15 de 2012]. Disponible en internet:<URL: [http://es.wikipedia.org/wiki/ISO\\_9001](http://es.wikipedia.org/wiki/ISO_9001)>

[www.bsigroup.es/certificacion](http://www.bsigroup.es/certificacion)

[www.buscaportal.com/articulos/iso:9001](http://www.buscaportal.com/articulos/iso:9001)

[www.degerencia.com](http://www.degerencia.com)

[www.freelancecolombia.com/articulos/mercadeo-competitividad](http://www.freelancecolombia.com/articulos/mercadeo-competitividad)

[www.icontec.org](http://www.icontec.org)

[www.isotools.org](http://www.isotools.org)

[www.navactiva.com](http://www.navactiva.com)

[www.normas9000.com/iso-9000](http://www.normas9000.com/iso-9000)

[www.portaldecalidad](http://www.portaldecalidad)

[www.wikipedia.org/ISO\\_9001](http://www.wikipedia.org/ISO_9001)

[www.wikipedia.org/sistemasdegestion](http://www.wikipedia.org/sistemasdegestion)

# **ANEXOS**

## Anexo A. Acta de Compromiso

La empresa de diseño y confecciones FRANK BOLIER adquiere su compromiso con la documentación e implementación del sistema de calidad ISO 9001:2008 por mutuo acuerdo de todos sus socios siendo consientes de los grandes beneficios y aportes que esta norma le genera, por lo cual la empresa se encargara de comunicar a toda la organización de dicho proyecto a desarrollar y esta misma generara recursos de apoyo.

FIRMAS DE SOCIOS:

<b>NOMBRES</b>	<b>FIRMA</b>
BÁRBARA PEÑA DE GÓMEZ	
CARLOS EDUARDO GÓMEZ	
OLGA MARÍA GÓMEZ	
NÉSTOR GÓMEZ	

Anexo B. Manual de calidad

	MANUAL DE CALIDAD	Código: GC-MC-01
		Versión: 0
		Página: 1 de 1



# MANUAL DE CALIDAD

GC-MC-01

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 4</b>

## GENERALIDADES

Reconociendo la importancia y la necesidad de ofrecer a nuestros clientes un servicio excelente, que satisfaga y supere sus expectativas, DISEÑOS FRANK BOLIER decidió implementar el Sistema de Gestión de la Calidad basados en la norma ISO 9001:2008. Esta implementación involucra en primera instancia:

- ✚ La sensibilización de todo el personal sobre la importancia del Sistema de Gestión.
- ✚ Establecer, implementar y divulgar la Política de Calidad y los objetivos de Calidad.
- ✚ Realizar el levantamiento e implementación de los procesos.
- ✚ Establecer y aplicar los métodos de seguimiento y mejora de los mismos.

Diseños Frank Bolier busca con la implementación del sistema, mejorar continuamente el desempeño de sus procesos, para de esta forma satisfacer a sus clientes de acuerdo con sus requisitos con prendas de vestir femeninas.

Este manual de calidad está elaborado en un lenguaje sencillo que se adapta al nivel de educación del personal de la empresa, logrando su participación y compromiso con el Sistema de Gestión de Calidad.

En este documento se encontrará la estructura del Sistema de Gestión de la Calidad de Diseños Frank Bolier, enfocándose en el cumplimiento de los requisitos de la Norma ISO 9001:2008, por lo tanto este manual es el documento de más alto nivel en el Sistema de Gestión de la Calidad el cual podrá ser consultado por las personas internas o externas de la empresa.

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 5</b>

## PRESENTACIÓN Y RESEÑA HISTÓRICA DE LA EMPRESA

### RESEÑA HISTÓRICA

La empresa de diseño y confecciones Frank Bolier, inicia sus actividades en el año de 1989 por una mujer llamada Bárbara Peña madre de 9 hijos que buscaba un mejor bienestar para sus hijos empezó haciendo camisetas estampadas de colores para hombre al principio la empresa se llamo maxi moda luego se alterno la confección con ropa infantil , después una de sus hijas menores Olga maría Gómez estudio diseño de modas y empezaron a trabajar con el mercado de la ropa para dama incluyendo maternidad y pero este ultimo duro pocos años debido a los bajos precios que ofrecía la competencia a causa del contrabando, pero hace 10 años aproximadamente encontraron un mercado que no siendo atendido y era el de la mujer cristiana entonces se enfocaron en esta moda permaneciendo en ella a su vez le cambiaron el nombre de la empresa por Diseños Frank Bolier. Con 23 años de experiencia hace que cada año adquiera más fuerza en el mercado, Actualmente posee diseños exclusivos elaborados con tendencias de la moda francesa los cuales son atractivos en diferentes variedades blusas, faldas y vestidos para toda ocasión especialmente para dama. Cuenta con un taller de confección y 3 puntos de venta en la ciudad de Bucaramanga.

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 6</b>

## PRODUCTOS



Fuente. Catálogo Frank Bolier

## MISIÓN

Diseños Frank Bolier busca satisfacer las necesidades del mercado femenino: diseñando, confeccionando y comercializando prendas para niñas, jóvenes y damas con una excelente calidad y al ritmo de la moda, apoyados por un personal altamente calificado, además Diseños Frank Bolier cuenta con un sentido de responsabilidad como empresa a través de su fundación school and pace.

## VISIÓN

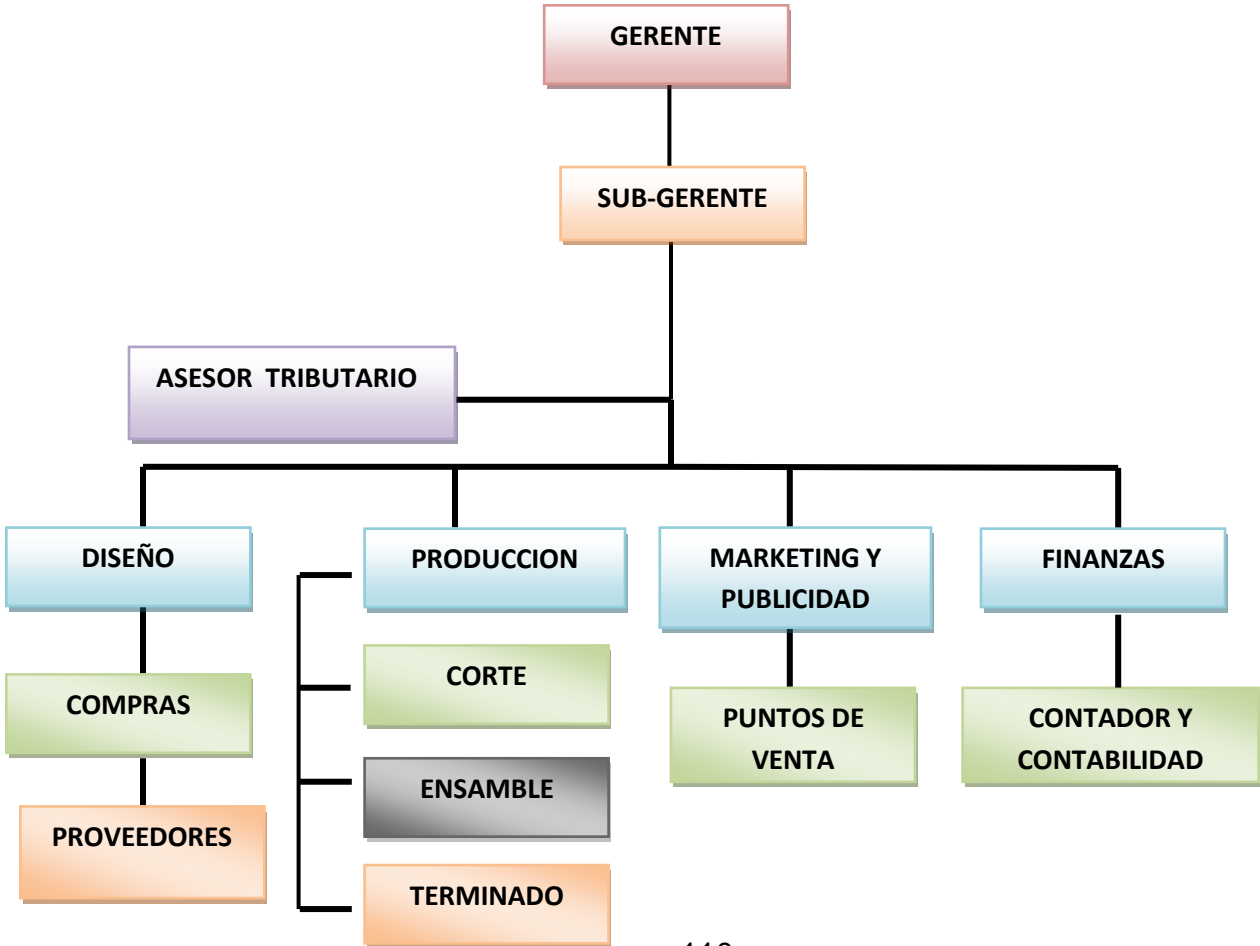
Diseños Frank Bolier llegara a posicionarse en el año 2015 como una de las mejores opciones en ropa exterior para la mujer a nivel nacional e incursionar en el mercado internacional.

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 7</b>

**VALORES CORPORATIVOS**

- Honestidad: Generar confianza de calidad en nuestros productos.
- Servicio: Ofrecer excelente asesoría en el uso de las prendas.
- Respeto: Respetar los gustos y preferencias de nuestros clientes.
- Armonía: Mantener un ambiente amable y cordial en el quipo de trabajo
- Responsabilidad: Sentido de pertenecía con la empresa.

**ORGANIGRAMA**



	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 8</b>

## **POLÍTICA DE CALIDAD**

Frank Bolier es una empresa que se dedica al diseño y confección de ropa exterior para dama, buscando siempre la satisfacción plena del cliente y superando sus expectativas por medio de productos elaborados de alta calidad, comprometidos con un servicio eficiente el cual permita una atención adecuada a nuestros clientes. Basados en los requisitos de calidad ISO 9001:2008 mediante una mejora continua en sus procesos.

## **OBJETIVOS DE CALIDAD**

- Cumplir y mantener los requisitos del cliente tanto en producto como servicio.
- Desarrollar capacitaciones en la organización de acuerdo a cada proceso para un desarrollo integral de todo el personal y una mejora continua en los procesos.
- Fortalecer los medios de comunicación y atención para un mejor servicio al cliente.

## **ALCANCE Y EXCLUSIONES DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD**

### **ALCANCE**

Diseño, confección y comercialización de ropa exterior para dama.

### **EXCLUSIONES**

No se cuenta con exclusiones de numerales.

**Requisitos de la norma ISO 9001:2008 vs Aplicación en la organización**

<b>REQUISITO</b>	<b>APLICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN RELACIONADA</b>
<p><b>4. SISTEMAS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD</b></p> <p><b>4.1 Requisitos Generales</b></p> <p>a) determinar los procesos necesarios para el sistema de gestión de la calidad y su aplicación a través de la organización.</p> <p>b) determinar la secuencia e interacción de estos procesos</p> <p>c) determina los criterios y los métodos necesarios para asegurarse de que tanto la operación como el control de estos procesos sean eficaces.</p> <p>d) asegurarse de la disponibilidad de recurso e información necesarios para apoyar la operación y el seguimiento de estos procesos.</p> <p>e) realizar el seguimiento, la medición cuando sea aplicable y el análisis de estos procesos</p> <p>f) implementar las acciones necesarias para alcanzar los resultados planificados y la mejora continua de estos procesos.</p>	<p>a) Y b) Mapa de procesos</p> <p>c) Y d) Caracterización</p> <p>e) Plan de medición ( indicadores)</p> <p>f) Procedimiento e acciones correctivas y preventivas</p>
<p><b>4.2 Requisitos de la Documentación</b></p> <p><b>4.2.1 Generalidades</b></p> <p>a) declaraciones documentadas de una política de calidad y objetivos de la calidad</p> <p>b) un manual de calidad</p>	<p>a) Política de SIG y objetivos de calidad</p> <p>b) Manual de Calidad</p>

REQUISITO	APLICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN RELACIONADA
<p>c) los procedimientos documentados y los registros requeridos por esta norma</p> <p>d) los documentos Incluidos los registros que la organización determina que son necesarios para asegurarse de la eficaz planificación, operación y control de sus procesos.</p>	<p>c) Procedimientos de control de documentos, control de registros, auditoría interna, control de producto no conforme, acciones correctivas y preventivas.</p>
<b>4.2.2 Manual de la calidad</b>	
<p>a) el alcance del sistema de gestión de la calidad, incluyendo los detalles y la justificación de cualquier exclusión.</p> <p>b) los procedimientos documentados establecidos para el sistema de gestión de la calidad, o referencia a los mismos.</p> <p>c) una descripción de la interacción entre los procesos del sistema de la calidad.</p>	<p>Manual de calidad GC-MC-01</p>
<b>4.2.3 Control de los documentos</b>	
<p>a) aprobar los documentos en cuanto a su adecuación antes de su emisión</p> <p>b) revisar y actualizar los documentos cuando sea necesario y aprobarlos nuevamente.</p> <p>c) asegurarse de que se identifican los cambios y el estado de la versión vigente de los documentos.</p> <p>d) asegurarse de que las versiones pertinentes de los documentos aplicables se encuentren disponibles en los puntos de uso</p> <p>e) asegurarse de que los documentos permanezcan legibles y fácilmente identificables.</p> <p>f) asegurarse de que los documentos de origen externo, que la organización determina que son necesarios para la planificación y la operación del sistema de gestión de la calidad, se identifican y que se controla su distribución.</p> <p>g) prevenir el uso no intencionado de documentos obsoletos y aplicarles una identificación adecuada en el caso de que se mantengan por cualquier razón.</p>	<p>Procedimiento control de documentos</p> <p>Elaboración y codificación de los documentos</p> <p>Listado maestro de documentos</p>

REQUISITO	APLICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN RELACIONADA
<p><b>4.2.4 Control de los registros</b></p> <p>Los registros establecidos para proporcionar evidencia de la conformidad con los requisitos así como de la operación eficaz del sistema de gestión de la calidad deben controlarse. La organización debe establecer un procedimiento documentado para definir los controles necesarios para la identificación, la protección, la recuperación, la retención y la disposición de los registros.</p> <p>Los registros deben permanecer legibles, fácilmente identificables y recuperables.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procedimiento de control de registros</li> <li>• Listado maestro de registros</li> </ul>
<b>5. RESPONSABILIDAD DE LA DIRECCIÓN</b>	
<p><b>5.1 Compromiso de la Dirección</b></p> <p>La alta dirección debe proporcionar evidencia de su compromiso con el desarrollo e implementación del sistema de gestión de la calidad, así como la mejora continua de su eficacia:</p> <p>a) comunicando a la organización la importancia de satisfacer tanto los requisitos del cliente como los legales y reglamentarios</p> <p>b) estableciendo la política de calidad</p> <p>c) asegurando de que se establecen los objetivos de la calidad</p> <p>d) llevando a cabo las revisiones por la dirección</p> <p>e) asegurando la disponibilidad de recursos.</p>	<p>a) En inducciones</p> <p>b) y c) se establece la política y objetivos, y se revisan cada año.</p> <p>d) realizando la revisión por la dirección</p> <p>e) aprobando presupuestos, mejoras en la infraestructura, equipos, aumentos de personal.</p>
<p><b>5.2 Enfoque al cliente</b></p> <p>La alta dirección debe asegurarse de que los requisitos del cliente se determinan y se cumplen con el propósito de aumentar la satisfacción del cliente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caracterización por proceso</li> <li>• Acta de negociación</li> </ul>

REQUISITO	APLICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN RELACIONADA
<p><b>5.3 Política de calidad</b></p> <p>La alta dirección debe asegurarse de que la política de la calidad:</p> <p>a) es adecuada al propósito de la organización</p> <p>b) incluye un compromiso de cumplir con los requisitos y de mejorar continuamente la eficacia del sistema de gestión de la calidad.</p> <p>c) proporciona un marco de referencia para establecer y revisar los objetivos de la calidad</p> <p>d) es comunicada y entendida dentro de la organización.</p> <p>e) es revisada para su continua adecuación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Política de calidad GC-MC-01</li> </ul>
<p><b>5.4 Planificación</b></p>	
<p><b>5.4.1 Objetivos de la calidad</b></p> <p>La alta dirección debe asegurarse de que los objetivos de la calidad, incluyendo aquellos necesarios para cumplir los requisitos para el producto, se establecen en las funciones y los niveles pertinentes dentro de la organización. Los objetivos de la calidad deben ser medibles y coherentes con la política de la calidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caracterizaciones por proceso</li> </ul>
<p><b>5.4.2 Planificación del sistema de gestión de la calidad</b></p> <p>La alta dirección debe asegurarse de que:</p> <p>a) la planificación del sistema de gestión de la calidad se realiza con el fin de cumplir los requisitos citados en el apartado 4.1; así como los objetivos de calidad</p> <p>b) se mantiene la integridad del sistema de gestión de la calidad cuando se planifican e implementan cambios en este.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manual GC- MC -01 (mapa de procesos, caracterización de procesos)</li> <li>• Cronograma del sistema de calidad</li> <li>• Procedimiento control de documentos P-CD-01</li> </ul>

REQUISITO	APLICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN RELACIONADA
<b>5.5 Responsabilidad, autoridad y comunicación</b>	
<b>5.5.1 Responsabilidad y autoridad</b> La alta dirección debe asegurarse de que las responsabilidades y autoridades están definidas y son comunicadas dentro de la organización.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organigrama</li> <li>• Manual de cargos</li> </ul>
<b>5.5.2 Representante de la alta dirección</b> La alta dirección debe designar un miembro de la dirección de la organización quien, independientemente de otras responsabilidades, debe tener la responsabilidad y autoridad que incluya: a) asegurarse de que se establecen, implementan y mantiene los procesos necesarios para el sistema de gestión de la calidad. b) informar a la alta dirección sobre el desempeño del sistema de gestión de la calidad y de cualquier necesidad de mejora c) asegurarse de que promueva la toma de conciencia de los requisitos del cliente en todos los niveles de la organización.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acta de comité SIG</li> </ul>
<b>5.5.3 Comunicación interna</b> La alta dirección debe asegurarse de que se establecen los procesos de comunicación apropiados dentro de la organización y de que la comunicación se efectúa considerando la eficacia del sistema de gestión de la calidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicados internos, boletín, reuniones de comités.</li> </ul>
<b>5.6 Revisión de la Dirección</b> <b>5.6.1 Generalidades.</b> La alta dirección debe revisar el sistema de gestión de la calidad de la organización, a intervalos planificados, para asegurarse de su conveniencia, adecuación y eficacia continua. La revisión debe incluir la evaluación de las oportunidades de mejora y de la necesidad de efectuar cambios en el sistema de gestión de la calidad, incluyendo la política de la calidad y los objetivos de la calidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procedimiento de gestión por la dirección y su informe. PO-RD-01</li> </ul>

REQUISITO	APLICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN RELACIONADA
<p><b>5.6.2 Información de entrada para la revisión</b></p> <p>La información de entrada para la revisión por la dirección debe incluir:</p> <p>a) los resultados de auditorías.  b) la retroalimentación del cliente  c) el desempeño de los procesos y la conformidad del producto  d) el estado de las acciones correctivas y preventivas  e) las acciones de seguimiento de revisiones por la dirección previas  f) los cambios que podían afectar al sistema de gestión de la calidad  g) las recomendaciones para la mejora</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formato: informe de revisión por la dirección FO-RD-01</li> </ul>
<p><b>5.6.3 Resultados de la revisión</b></p> <p>Los resultados de la revisión por la dirección deben incluir todas las decisiones y acciones relacionadas con:</p> <p>a) la mejora de la eficacia del sistema de gestión de la calidad y sus procesos,  b) la mejora del producto en relación con los requisitos del cliente  c) las necesidades de recursos</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formato: informe de la revisión por la dirección general FO-RD-01</li> <li>• Acta de seguimiento de la revisión gerencial</li> </ul>
<p><b>6. GESTIÓN DE LOS RECURSOS</b></p> <p><b>6.1 Provisión de los recursos</b></p> <p>La organización debe determinar y proporcionar los recursos necesarios para.</p> <p>a) implementar y mantener el sistema de gestión de la calidad y mejorar su eficacia.  b) aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presupuesto del SGC</li> </ul>

REQUISITO	APLICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN RELACIONADA
<p><b>6.2 Recursos Humanos</b></p> <p><b>6.2.1 Generalidades</b> El personal que realice trabajos que afecten a la conformidad con los requisitos del producto debe ser competente con base en la educación, formación, habilidades y experiencia apropiadas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hojas de vida del personal</li> <li>• Manual de perfiles</li> <li>• Políticas y procedimientos de selección de personal P-RH-01</li> </ul>
<p><b>6.2.2 Competencia, Formación y toma de conciencia</b></p> <p>La organización debe:</p> <p>a) determinar la competencia necesaria para el personal que realiza trabajos que afectan a la conformidad con los requisitos del producto.</p> <p>b) cuando sea aplicable, proporcionar formación o tomar otras acciones para lograr la competencia necesaria.</p> <p>c) evaluar la eficacia de las acciones tomadas</p> <p>d) asegurarse de que su personal es consciente de la pertinencia e importancia de sus actividades y de cómo contribuyen al logro de los objetivos de la calidad</p> <p>e) mantener los registros apropiados de la educación, formación, habilidad y experiencias.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manual de los perfiles y cargos</li> <li>• Hojas de vida del personal</li> <li>• Proceso P-RH-01</li> <li>• Objetivos de calidad</li> </ul>
<p><b>6.3 Infraestructura</b></p> <p>La organización debe determinar, proporcionar y mantener la infraestructura para lograr la conformidad con los requisitos del producto. La infraestructura incluye cuando sea aplicable:</p> <p>a) edificios, espacio de trabajo y servicios asociados</p> <p>b) equipo para los procesos (tanto hardware como software)</p> <p>d) servicios de apoyo (tales como transporte, comunicación o sistemas de información)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Servicio de mensajería, radios de comunicación, celulares, automóviles</i></li> </ul>

REQUISITO	APLICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN RELACIONADA
<p><b>6.4 Ambiente de trabajo</b> La organización debe determinar y gestionar el ambiente de trabajo necesario para lograr la conformidad con los requisitos del producto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividades sociales, celebración de fechas especiales.</li> </ul>
<p><b>7. REALIZACIÓN DEL PRODUCTO</b></p>	
<p><b>7.1 Planificación de la realización del producto</b></p> <p>La organización debe planificar y desarrollar los procesos necesarios para la realización del producto. La planificación de la realización del producto debe ser coherente con los requisitos de los otros procesos del sistema de gestión de la calidad.</p> <p>Durante la planificación de la realización del producto , la organización debe determinar , cuando sea apropiado, lo siguiente:</p> <p>a) los objetivos de la calidad y los requisitos para el producto</p> <p>b) la necesidad de establecer procesos y documentos y de proporcionar recursos específicos para el producto</p> <p>c) las actividades requeridas de verificación, validación, seguimiento, medición, inspección y ensayo/ prueba específicas para el producto así como los criterios para la aceptación del mismo</p> <p>d) los registros que sean necesarios para proporcionar evidencia de que los procesos de realización y el producto resultante cumplen con los requisitos.</p>	<p>a) y c) caracterizaciones, planes de medición por proceso.</p> <p>b) Mapa de procesos, caracterizaciones de procesos y manuales</p>

REQUISITO	APLICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN RELACIONADA
<p><b>7.2 Procesos relacionados con el cliente</b></p> <p><b>7.2.1 Determinación de los requisitos relacionados con el producto</b></p> <p>La organización debe determinar:</p> <p>a) los requisitos especificados por el cliente, incluyendo los requisitos para las actividades de entrega y las posteriores a la misma.</p> <p>b) los requisitos no establecidos por el cliente pero necesarios para el uso especificado o para el uso previsto, cuando sea conocidos</p> <p>c) los requisitos legales y reglamentarios aplicables al producto</p> <p>d) cualquier requisito adicional que la organización considere necesario</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procedimiento mercadeo y publicidad P-MP-01</li> <li>• Procedimiento de distribución y logística P-DL-01</li> <li>• Matriz de requisitos legales</li> </ul>
<p><b>7.2.2 Revisión de los requisitos relacionados con el producto</b></p> <p>La organización debe revisar los requisitos relacionados con el producto. Esta revisión debe efectuarse antes de que la organización se comprometa a proporcionar un producto al cliente y debe asegurarse de que:</p> <p>a) están definidos los requisitos del producto</p> <p>b) están resueltas las diferencias existentes entre los requisitos del contrato o pedido y los expresados previamente.</p> <p>c) la organización tiene la capacidad para cumplir con los requisitos definidos.</p> <p>Debe mantenerse registros de resultados de la revisión y de las acciones originadas por la misma.</p> <p>Cuando el cliente no proporcione una declaración documentada de los requisitos, la organización debe confirmar los requisitos del cliente antes de la aceptación.</p> <p>Cuando se cambien los requisitos del producto, la organización debe asegurarse de que la documentación pertinente sea modificada y de que el personal correspondiente sea consciente de los requisitos modificados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indicadores por cada proceso</li> <li>• Encuestas de satisfacción</li> <li>• Manual de servicios</li> </ul>

REQUISITO	APLICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN RELACIONADA
<p><b>7.2.3 Comunicación con el cliente</b>  La organización debe determinar e implementar disposiciones eficaces para la comunicación con los cliente, relativas a :</p> <p>a) la información sobre el producto  b) las consultas, contratos o atención de pedidos, incluyendo las modificaciones  c) la retroalimentación del cliente, incluyendo sus quejas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facebook Frank Bolier</li> <li>• Frankbolier-estilos@hotmail.com</li> <li>• Buzón de sugerencia, quejas y reclamos</li> <li>• Manual de servicio al cliente</li> </ul>
<p><b>7.3 DISEÑO Y DESARROLLO</b>  <b>7.3.1 Planificación del diseño y desarrollo</b>  La organización debe planificar y controlar el diseño y desarrollo del producto. Durante la planificación del diseño y desarrollo la organización debe determinar.</p> <p>a) determinar la etapas de diseño y desarrollo  b) la revisión, verificación y validación, apropiadas para cada etapa del diseño y desarrollo  c) las responsabilidades y autoridades para el diseño y desarrollo</p> <p>La organización debe gestionar las interfaces entre los diferentes grupos involucrados en el diseño y desarrollo para asegurarse de una comunicación eficaz y una clara asignación de responsabilidades.  Los resultados de la planificación deben actualizarse, según sea apropiado, a medida que progresa el diseño y desarrollo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Caracterización proceso operativo</i></li> </ul>
<p><b>7.3.2 Elementos de entrada para el diseño y desarrollo</b>  Deben determinarse los elementos de entrada relacionados con los requisitos del producto y mantenerse los registros, estos elementos de entrada deben incluir:</p> <p>a) los requisitos funcionales y de desempeño  b) los requisitos legales y reglamentarios aplicables  c) la información proveniente de diseños previos similares, cuando sea aplicable  d) cualquier otro requisito esencial para el diseño y desarrollo</p> <p>Los elementos de entrada deben revisarse para comprobar que sean adecuados. Los requisitos deben estar completos, sin ambigüedades y no deben ser contradictorios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caracterización proceso operativo</li> </ul>

REQUISITO	APLICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN RELACIONADA
<p><b>7.3.3 Resultados del diseño y desarrollo</b></p> <p>Los resultados del diseño y desarrollo deben proporcionarse de manera adecuada para la verificación respecto a los elementos de entrada para el diseño y desarrollo, y deben aprobarse antes de su liberación.</p> <p>Los resultados del diseño y desarrollo deben:</p> <p>a) cumplir los requisitos de los elementos de entrada para el diseño y desarrollo, b) proporcionar información apropiada para la compra, la producción y la prestación del servicio, c) contener o hacer referencia a los criterios de aceptación del producto, y d) especificar las características del producto que son esenciales para el uso seguro y correcto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pruebas piloto</li> <li>• Las pruebas deben ser evaluadas por la dirección.</li> </ul>
<p><b>7.3.4 Revisión del diseño y desarrollo</b></p> <p>En las etapas adecuadas, deben realizarse revisiones sistemáticas del diseño y desarrollo de acuerdo con lo planificado para:</p> <p>a) Evaluar la capacidad de los resultados de diseño y desarrollo para cumplir los requisitos, e b) identificar cualquier problema y proponer las acciones necesarias.</p> <p>Los participantes en dichas revisiones deben incluir representantes de las funciones relacionadas con la(s) etapa(s) de diseño y desarrollo que se está(n) revisando. Deben mantenerse registros de los resultados de las revisiones y de cualquier acción necesaria.</p>	
<p><b>7.3.5 Verificación del diseño y desarrollo</b></p> <p>Se debe realizar la verificación, de acuerdo con lo planificado, para asegurarse de que los resultados del diseño y desarrollo cumplen los requisitos de los elementos de entrada del diseño y desarrollo. Deben mantenerse registros de los resultados de la verificación y de cualquier acción que sea necesaria.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formato de verificación F-VRD-01</li> </ul>

REQUISITO	APLICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN RELACIONADA
<p><b>7.3.6 Validación del diseño y desarrollo</b></p> <p>Se debe realizar la validación del diseño y desarrollo de acuerdo con lo planificado (véase 7.3.1) para asegurarse de que el producto resultante es capaz de satisfacer los requisitos para su aplicación especificada o uso previsto, cuando sea conocido. Siempre que sea factible, la validación debe completarse antes de la entrega o implementación del producto. Deben mantenerse registros de los resultados de la validación y de cualquier acción que sea necesaria.</p> <p>La entrega o implementación del producto. Deben mantenerse registros de los resultados de la validación y de cualquier acción que sea necesaria.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formato de validación F-VDD-01</li> </ul>
<p><b>7.3.7 Control de los cambios del diseño y desarrollo</b></p> <p>Los cambios del diseño y desarrollo deben identificarse y deben mantenerse registros. Los cambios deben revisarse, verificarse y validarse, según sea apropiado, y aprobarse antes de su implementación. La revisión de los cambios del diseño y desarrollo debe incluir la evaluación del efecto de los cambios en las partes constitutivas y en el producto ya entregado. Deben mantenerse registros de los resultados de la revisión de los cambios y de cualquier acción que sea necesaria.</p>	
<p><b>7.4 Compras</b></p>	
<p><b>7.4.1 Proceso de compras</b></p> <p>La organización debe asegurarse de que el producto adquirido cumple los requisitos de compra especificados. El tipo y el grado del control aplicado al proveedor y al producto adquirido deben depender del impacto del producto adquirido en la posterior realización del producto o sobre el producto final.</p> <p>La organización debe evaluar y seleccionar los proveedores en función de su capacidad para suministrar productos de acuerdo con los requisitos de la organización. Deben establecerse los criterios para la selección, la evaluación y la re-evaluación. Deben mantenerse los registros de los resultados de las evaluaciones y de cualquier acción necesaria que se derive de las mismas.</p>	

REQUISITO	APLICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN RELACIONADA
<p><b>7.4.2 Información de las compras</b>  La información de las compras debe describir el producto a comprar, incluyendo, cuando sea apropiado:</p> <p>a) los requisitos para la aprobación del producto, procedimientos, procesos y equipos, b) los requisitos para la calificación del personal, y  c) los requisitos del sistema de gestión de la calidad.  La organización debe asegurarse de la adecuación de los requisitos de compra especificados antes de comunicárselos al proveedor.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• políticas de compras</li> <li>• manual de compras</li> <li>• formato evaluación a proveedores F-EP-01</li> </ul>
<p><b>7.4.3 Verificación de los Productos comprados</b></p> <p>La organización debe establecer e implementar la inspección u otras actividades necesarias para asegurarse de que el producto comprado cumple los requisitos de compra especificados.  Cuando la organización o su cliente quieran llevar a cabo la verificación en las instalaciones del proveedor, la organización debe establecer en la información de compra las disposiciones para la verificación pretendida y el método para la liberación del producto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formato de factura</li> </ul>
<p><b>7.5 Producción y prestación del servicio</b>  <b>7.5.1 Control de la producción y de la prestación del servicio</b>  La organización debe planificar y llevar a cabo la producción y la prestación del servicio bajo condiciones controladas. Las condiciones controladas deben incluir, cuando sea aplicable:</p> <p>a) la disponibilidad de información que describa las características del producto  b) la disponibilidad de instrucciones de trabajo, cuando sea necesario  c) el uso del equipo apropiado  d) la disponibilidad y uso de los dispositivos de seguimiento y medición  e) la implementación del seguimiento y de la medición  La implementación de las actividades de liberación y entrega y posteriores a la entrega.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manual de servicio al cliente</li> <li>• Procedimiento operativo P-PO-01</li> <li>• Indicadores por proceso</li> </ul>

REQUISITO	APLICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN RELACIONADA
<p><b>7.5.2 Validación de los procesos de la producción y de la prestación del servicio</b></p> <p>La organización debe validar todo proceso de producción y de prestación del servicio cuando los productos resultantes no pueden verificarse mediante seguimiento o medición posteriores y, como consecuencia, las deficiencias aparecen únicamente después de que el producto esté siendo utilizado o se haya prestado el servicio.</p> <p>La validación debe demostrar la capacidad de estos procesos para alcanzar los resultados planificados.</p> <p>La organización debe establecer disposiciones para estos procesos, incluyendo cuando sea aplicable:</p> <p>a) los criterios definidos para la revisión y aprobación de los procesos  b) la aprobación de equipos y calificación del personal  c) el uso de métodos y procedimientos específicos  d) los requisitos de los registros y  e) la revalidación</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluación y revisión de manuales de los procesos.</li> <li>• Registros de controles de calidad.</li> </ul>
<p><b>7.5.3 Identificación y trazabilidad</b></p> <p>Cuando sea apropiado, la organización debe identificar el producto por medios adecuados, a través de toda la realización del producto.</p> <p>La organización debe identificar el estado del producto con respecto a los requisitos de seguimiento y medición a través de toda la realización del producto.</p> <p>Cuando la trazabilidad sea un requisito, la organización debe controlar la identificación única del producto y mantener registros.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificación mediante etiquetas, marquillas, con el nombre de la empresa y referencias como nombre la colección, ref. de la prenda.</li> </ul>

REQUISITO	APLICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN RELACIONADA
<p><b>7.5.4 Propiedad del cliente</b>  La organización debe cuidar los bienes que son propiedad del cliente mientras estén bajo el control de la organización o estén siendo utilizados por la misma. La organización debe identificar, verificar, proteger y salvaguardar los bienes que son propiedad del cliente suministrados para su utilización o incorporación dentro del producto. Si cualquier bien que sea propiedad del cliente se pierde, deteriora o de algún otro modo se considera inadecuado para su uso, la organización debe informar de ello al cliente y mantener registros.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Base de datos personales</li> </ul>
<p><b>7.5.5 Preservación del producto</b>  La organización debe preservar el producto durante el proceso interno y la entrega al destino previsto para mantener la conformidad con los requisitos. Según sea aplicable, la preservación debe incluir la identificación, manipulación, embalaje, almacenamiento y protección. La preservación debe aplicarse también a las partes constitutivas de un producto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instructivo de cuidados en la elaboración de las prendas y su almacenamiento</li> </ul>
<p><b>7.6 Control de los dispositivos de seguimiento y medición</b>  La organización debe determinar el seguimiento y la medición a realizar y los equipos de seguimiento y medición necesarios para proporcionar la evidencia de la conformidad del producto con los requisitos determinados.  La organización debe establecer procesos para asegurarse de que el seguimiento y medición pueden realizarse y se realizan de una manera coherente con los requisitos de seguimiento y medición.  Cuando sea necesario asegurarse de la validez de los resultados, el equipo de medición debe:</p> <p>a) calibrarse o verificarse a intervalos especificados o antes de su utilización, comprado con patrones de medición trazables a patrones de medición internacionales o nacionales; cuando no existan tales patrones debe registrarse la base utilizada para la calibración o la verificación.  b)ajustarse o reajustarse según sea necesario  c)estar identificado para poder determinar su estado de calibración;</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La empresa no posee dispositivos de seguimiento y medición</li> </ul>

REQUISITO	APLICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN RELACIONADA
<p>d) protegerse contra ajustes que pudieran invalidar el resultado de la medición;  e) protegerse contra los daños y el deterioro durante la manipulación, el mantenimiento y el almacenamiento.</p>	
<p><b>8. Medicion, análisis y Mejora</b></p> <p><b>8.1 Generalidades</b></p> <p>La organización debe planificar e implementar los procesos de seguimiento, medición, análisis y mejora necesarios para:</p> <p>a) desarrollar la conformidad con los requisitos del producto  b) asegurarse de la conformidad del sistema de gestión de la calidad  c) mejorar continuamente la eficacia del sistema de gestión de la calidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La empresa no posee dispositivos de seguimiento y medición</li> </ul>
<p><b>8.2 SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN</b></p> <p><b>8.2.1 Satisfacción del cliente</b></p> <p>Como una de las medidas del desempeño del sistema de gestión de la calidad, la organización debe realizar el seguimiento de la información relativa a la percepción del cliente con respecto al cumplimiento de sus requisitos por parte de la organización. Deben determinarse los métodos para obtener y utilizar dicha información.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indicadores de calidad en cada proceso</li> <li>• Encuestas de satisfacción</li> </ul>
<p><b>8.2.2 Auditoría interna</b></p> <p>La organización debe llevar a cabo auditorías internas a intervalos planificados para determinar si el sistema de gestión de la calidad:</p> <p>a) es conforme con las disposiciones planificadas, con los requisitos de esta Norma Internacional y con los requisitos del sistema de gestión de la calidad establecidos por la organización, y  b) se ha implementado y se mantiene de manera eficaz,</p>	

REQUISITO	APLICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN RELACIONADA
<p>Se debe planificar un programa de auditorías tomando en consideración el estado y la importancia de los procesos y las áreas a auditar, así como los resultados de auditorías previas. Se deben definir los criterios de auditoría, el alcance de la misma, su frecuencia y la metodología. La selección de los auditores y la realización de las auditorías deben asegurar la objetividad e imparcialidad del proceso de auditoría. Los auditores no deben auditar su propio trabajo.</p> <p>Se debe establecer un procedimiento documentado para definir las responsabilidades y los requisitos para planificar y realizar las auditorías, establecer los registros e informar de los resultados.</p> <p>Deben mantenerse registros de las auditorías y de sus resultados.</p> <p>La dirección responsable del área que esté siendo auditada debe asegurarse de que se realizan las correcciones y se toman las acciones correctivas necesarias sin demora injustificada para eliminar las no conformidades detectadas y sus causas. Las actividades de seguimiento deben incluir la verificación de las acciones tomadas y el informe de los resultados de la verificación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cronograma de auditorias</li> <li>• Formato informe de auditoría F-IA-01</li> <li>• Procedimiento de auditoría interna P-AI-01</li> </ul>
<p><b>8.2.3 Seguimiento y Medición de los procesos</b></p> <p>La organización debe aplicar métodos apropiados para el seguimiento, y cuando sea aplicable, la medición de los procesos del sistema de gestión de la calidad. Estos métodos deben demostrar la capacidad de los procesos para alcanzar los resultados planificados. Cuando no se alcancen los resultados planificados, deben llevarse a cabo correcciones y acciones correctivas, según sea conveniente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indicadores de cada proceso</li> </ul>

REQUISITO	APLICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN RELACIONADA
<p><b>8.2.4 Seguimiento y medición del Producto</b></p> <p>La organización debe hacer el seguimiento y medir las características del producto para verificar que se cumplen los requisitos del mismo. Esto debe realizarse en las etapas apropiadas del proceso de realización del producto de acuerdo con las disposiciones planificadas. Se debe mantener evidencia de la conformidad con los criterios de aceptación.</p> <p>Los registros deben indicar la(s) persona(s) que autoriza(n) la liberación del producto al cliente. La liberación del producto y la prestación del servicio al cliente no deben llevarse a cabo hasta que se hayan completado satisfactoriamente las disposiciones planificadas, a menos que sean aprobados de otra manera por una autoridad pertinente y, cuando corresponda, por el cliente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indicadores</li> <li>• Parámetros a controlar en la Caracterización de procesos</li> </ul>
<p><b>8.3 CONTROL DE PRODUCTO NO CONFORME</b></p> <p>La organización debe asegurarse de que el producto que no sea conforme con los requisitos del producto, se identifica y controla para prevenir su uso o entrega no intencionados. Se debe establecer un procedimiento documentado para definir los Controles y las responsabilidades y autoridades relacionadas para tratar el producto no conforme.</p> <p>Cuando sea aplicable, la organización debe tratar los productos no conformes mediante una o más de las siguientes maneras:</p> <p>a) tomando acciones para eliminar la no conformidad detectada;</p> <p>b) autorizando su uso, liberación o aceptación bajo concesión por una autoridad pertinente y, cuando sea aplicable, por el cliente;</p> <p>c) tomando acciones para impedir su uso o aplicación prevista originalmente;</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registro de recepción de mercancía</li> <li>• Formato de no conformidad F-NC-01</li> <li>• Procedimiento de acciones correctivas P-ACP-01</li> </ul>

REQUISITO	APLICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN RELACIONADA
<p>d) tomando acciones apropiadas a los efectos, reales o potenciales, de la no conformidad cuando se detecta un producto no conforme después de su entrega o cuando ya ha comenzado su uso.</p> <p>Cuando se corrige un producto no conforme, debe someterse a una nueva verificación para demostrar su conformidad con los requisitos.</p> <p>Se deben mantener registros de la naturaleza de las no conformidades y de cualquier acción tomada posteriormente, incluyendo las concesiones que se hayan obtenido.</p>	
<p><b>8.4 ANÁLISIS DE DATOS</b></p> <p>La organización debe determinar, recopilar y analizar los datos apropiados para demostrar la idoneidad y la eficacia del sistema de gestión de la calidad y para evaluar dónde puede realizarse la mejora continua de la eficacia del sistema de gestión de la calidad. Esto debe incluir los datos generados del resultado del seguimiento y medición y de cualesquiera otras fuentes pertinentes.</p> <p>El Análisis de datos debe proporcionar información sobre:</p> <p>a) la satisfacción del cliente</p> <p>b) la conformidad con los requisitos del producto</p> <p>c) las características y tendencias de los procesos y de los productos, incluyendo las oportunidades para llevar a cabo acciones preventivas</p> <p>d) los proveedores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indicadores</li> <li>• Tabulación de indicadores</li> <li>• Revisión por la gerencia de indicadores</li> <li>• Informes de gestión por proceso</li> </ul>
<p><b>8.5 MEJORA</b></p> <p><b>8.5.1 Mejora continua</b></p> <p>La organización debe mejorar continuamente la eficacia del sistema de gestión de la calidad mediante el uso de la política de la calidad, los objetivos de la calidad, los resultados de las auditorías, el análisis de datos, las acciones correctivas y preventivas y la revisión por la dirección.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplimiento de la política y objetivos de calidad.</li> <li>• Procedimiento de auditorías internas.</li> <li>• Indicadores</li> <li>• Procedimiento de revisión por la dirección</li> </ul>

REQUISITO	APLICACIÓN Y DOCUMENTACIÓN RELACIONADA
<p><b>8.5.2 Acción correctiva</b></p> <p>La organización debe tomar acciones para eliminar las causas de las no conformidades con objeto de prevenir que vuelvan a ocurrir. Las acciones correctivas deben ser apropiadas a los efectos de las no conformidades encontradas.</p> <p>Debe establecerse un procedimiento documentado para definir los requisitos para:</p> <p>a) revisar las no conformidades  b) determinar las causas de las no conformidades  c) evaluar la necesidad de adoptar acciones para asegurarse de que las no conformidades no vuelvan a ocurrir  d) determinar e implementar las acciones necesarias  e) registrar los resultados de la acciones tomadas  f) revisar la eficacia de las acciones tomadas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procedimiento de acciones correctivas P-ACP-01</li> <li>• Formato solicitud de acción correctiva F- AC-01</li> </ul>
<p><b>8.5.3 Acción preventiva</b></p> <p>La organización debe determinar acciones para eliminar las causas de no conformidades potenciales para prevenir su ocurrencia. Las acciones preventivas deben ser apropiadas a los efectos de los problemas potenciales.</p> <p>Debe establecerse un procedimiento documentado para definir los requisitos para</p> <p>a) determinar las no conformidades potenciales y sus causas,  b) evaluar las necesidad de actuar para prevenir la ocurrencia de no conformidades  c) determinar e implementar las acciones necesarias  d) registrar los resultados de las acciones tomadas  e) revisar la eficacia de las acciones preventivas tomadas</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Procedimientos de acciones preventivas P-ACP-01</li> <li>• Formato de acciones preventivas F- AP-01</li> </ul>

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 9</b>

## MAPA DE PROCESOS

A continuación se dan a conocer los procesos documentados por la empresa Frank Bolier, elaborados con cada jefe de departamento y revisados por la junta directiva esto permite llevar procesos estandarizados y medibles para una mejora continua y el desarrollo de acciones a favor del producto para poder cumplir con los requisitos de los clientes. Ver Anexo 1

Procesos Estratégicos: Estos procesos han sido destinados para definir y controlar las metas de la organización, sus políticas y estrategias.

- Gestión de la calidad
- Marketing y publicidad
- Gestión estratégica.

Proceso Operativo: Este proceso permite conocer de manera detallada los pasos para la elaboración de las prendas en Frank Bolier y sus áreas funcionales como:

- Diseño
- Corte
- Ensamble
- Terminados
- Tiqueteo empaque
- Almacenamiento.

Procesos de Apoyo: Estos procesos han sido definidos para abarcar las actividades necesarias para el correcto funcionamiento de los procesos operativos.

- Sistemas

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 10</b>

- Recurso humano
- Compras logística y distribución
- Facturación.

### **CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS**

Los procesos de una organización generalmente esta divididos en tres macro procesos, procesos de dirección o proceso estratégico como gestión de los clientes, marketing y publicidad, gestión estratégica, Proceso operativo o producción que hace referencia a la razón de ser de la compañía, los procesos de valor, lo que recibe el cliente y los procesos de apoyo No representan directamente la prestación del servicio pero son de igual manera críticos para el sistema de gestión.

En la caracterización de los procesos se debe tener en cuenta: El objetivo del proceso, que elementos de entrada tiene el proceso y que resultados o elementos de salida se generan a fin de poder medir la eficacia, la eficiencia y/o la efectividad. De igual manera se debe formalizar con qué recursos opera el proceso, que documentación le aplica y que registros o evidencia queda como soporte de las actividades desarrolladas.

También se debe tener en cuenta la secuencia de los procesos, como es el flujo de la información y de los recursos a fin de alcanzar los objetivos empresariales y del sistema de gestión de la calidad.

Esta orientación hacia los procesos exige la subdivisión en procesos individuales teniendo en cuenta las estrategias y objetivos de la organización, la experiencia ha demostrado que es conveniente definir los datos de entrada, parámetros de control y datos de salida.

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 11</b>

Esta orientación hacia los procesos exige la subdivisión en procesos individuales teniendo en cuenta las estrategias y objetivos de la organización, la experiencia ha demostrado que es conveniente definir los datos de entrada, parámetros de control y datos de salida.

### **CONTROL DE DOCUMENTOS**

El procedimiento y formatos necesarios para el control de documentos en diseños Frank Bolier están especificados en el Anexo 3

### **CONTROL DE REGISTROS**

El procedimiento y formatos necesarios para el control de registros en diseños Frank Bolier están especificados en el Anexo 4



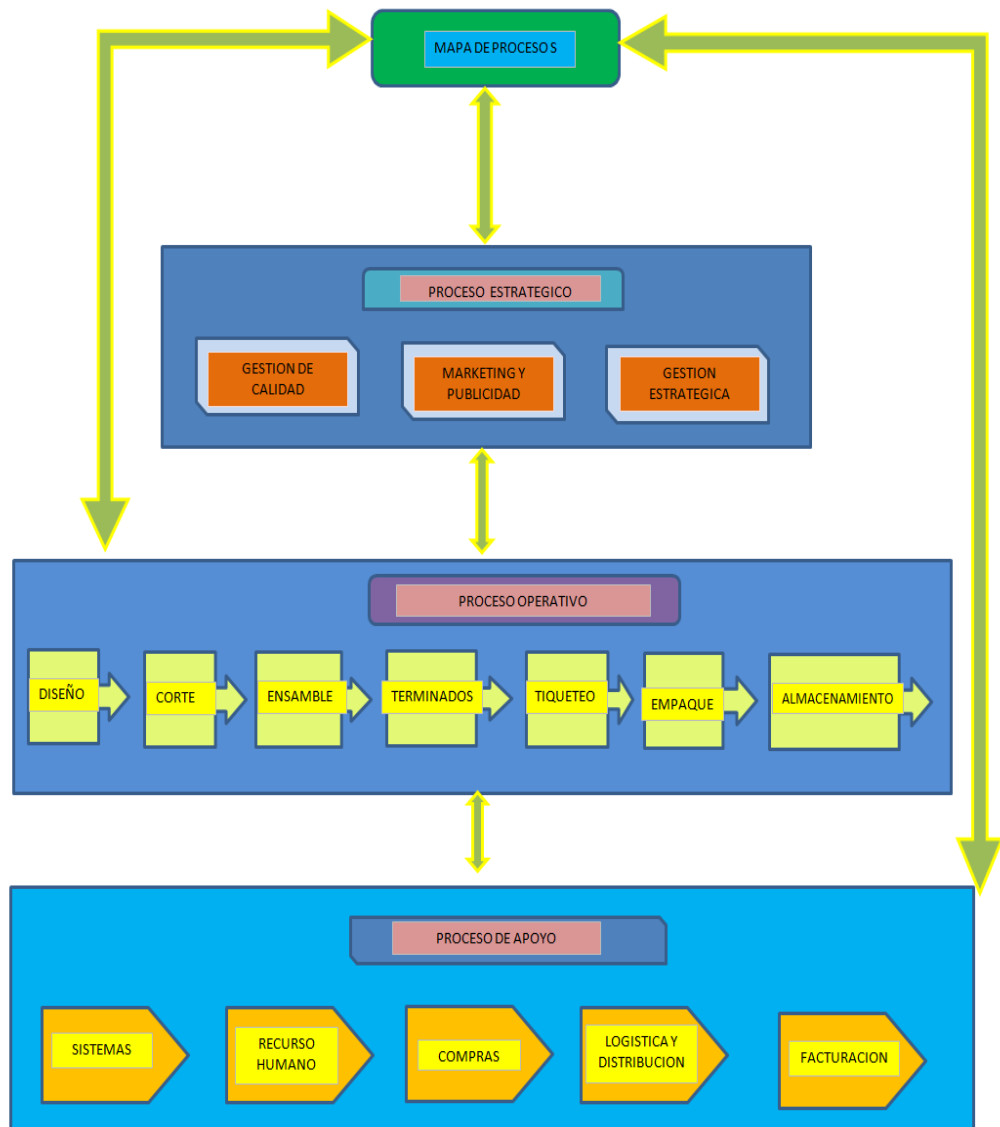
# MANUAL DE CALIDAD

Código: GC-MC-01

Versión: 0

Página: 1 de 12

## MAPA DE PROCESOS



	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 13</b>

## CARACTERIZACIONES DE PROCESOS

	<b>CARACTERIZACIÓN DE PROCESO GESTIÓN ESTRATÉGICA</b>	Página 1
R G C		Versión 01

PROCESO		TIPO DE PROCESO	RESPONSABLE DEL PROCESO		
DISEÑO DEL PROCESO		ESTRATÉGICO	GERENTE GENERAL		
<b>OBJETIVO</b>	Planear, administrar y asegurar la eficacia de los procesos de la empresa y del Sistema de gestión de la Calidad.				
<b>ALCANCE</b>	Inicia con la planificación estratégica de Frank Bolier , que establece las directrices de la organización, hasta el seguimiento, el desarrollo y eficacia de los procesos de la empresa.				
PROVEEDOR	ENTRADAS	ACTIVIDADES	SALIDAS	CLIENTE	
Director Comercial	Información del entorno interno y externo de la empresa	Análisis interno y externo de la organización Planeación general de administración de la empresa	Estrategias organizacionales. Análisis DOFA	Director General	
Contador	Informe Financiero	Elaboración de presupuesto	Presupuesto general	Gerente general	
Coordinador de Gestión de Calidad	Informes de desempeño de los procesos	Implementación de estrategias	Informe general	Coordinador de gestión de Calidad	

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 14</b>

	<b>CARACTERIZACIÓN DE PROCESO GESTIÓN ESTRATÉGICA</b>	Página 1
R G C		Versión 01

RECURSOS	
HUMANO	FÍSICOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente General</li> <li>• Asistente de Gerencia</li> <li>• Comité operativo de planeación</li> <li>• Presidente de administración</li> <li>• Jefes y directivos de áreas estratégicas</li> <li>• Personal de apoyo especializado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Computador</li> <li>• Documentación del proceso</li> <li>• Presupuesto</li> <li>• Medios, suministros y equipo de oficina</li> <li>• Software</li> <li>• Papelería</li> </ul>

REGISTROS	DOCUMENTOS
Actas de aprobación de documentos	Análisis DOFA
Presupuesto General, Actas de reuniones	Análisis de benchmarking Revisión por la Gerencia
Informes generales	Reglamentación legal
Presupuesto ejecutado	
REQUISITOS	
LEGALES	NORMA ISO 9001:2008

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 15</b>

	<b>CARACTERIZACIÓN DE PROCESO GESTIÓN ESTRATÉGICA</b>	Página 1
R G C		Versión 01

<b>REGISTROS Y FORMATOS</b>		
<b>NOMBRE</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>TIPO</b>
Control de documentos y registros	R-A-001	Procedimiento
Auditorías internas	P-AI-01	Procedimiento
Producto no conforme	P-PN-01	Procedimiento
Acciones correctivas y preventivas	P-ACP-01	Procedimiento
Plan de auditoría interna	F-PA-01	Formato
Informe de auditoría	F-IA-01	Formato
Seguimiento del producto no conforme	F-SG-01	Formato

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 16</b>

	<b>CARACTERIZACIÓN DE PROCESO MARKETING Y PUBLICIDAD</b>	Página 1
		Versión 01
R G C		

PROCESO		TIPO DE PROCESO	RESPONSABLE DEL PROCESO		
MARKETING Y PUBLICIDAD		ESTRATÉGICO	DIRECTOR DE MERCADEO		
<b>OBJETIVO</b>	Identificar las expectativas, necesidades del cliente y tendencias del mercado para definir estrategias de fidelizar, y posicionamiento del mercado.				
<b>ALCANCE</b>	Aplica desde la identificación de las oportunidades del cliente y tendencias del mercado, hasta la medición de la satisfacción de los clientes				
PROVEEDORES	ENTRADAS	ACTIVIDADES	SALIDAS	CLIENTE	
Software	Investigación de mercados. Información de clientes	Identificas necesidades del cliente y tendencias del mercado	Plan de mercadeo y comunicaciones	Planeación estratégica	
Proveedores externos	Plan de mercadeo Cotizaciones	Elaboración presupuesto anual	Presupuesto	Planeación estratégica	
Planeación estratégica	Encuestas de satisfacción	Verificar cumplimiento de plan y programa de mercadeo y publicidad	Satisfacción al cliente	Clientes, comerciantes	
Clientes internos y externos	Información suministrada por los y visitantes	Establecer metodología de medición de la satisfacción del cliente.  Aplicar la encuesta de satisfacción del cliente  Analizar resultados obtenidos  Verificar el estado de satisfacción del cliente Implementar acciones para la mejora del proceso	Informe de análisis de satisfacción al cliente	Todos los procesos	

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 17</b>

	<b>CARACTERIZACIÓN DE PROCESO MARKETING Y PUBLICIDAD</b>	Página 1
		Versión 01
R G C		

PROVEEDORES	ENTRADAS	ACTIVIDADES QUEJAS Y RECLAMOS	SALIDAS	CLIENTE
Cientes internos y externos	Quejas Reclamos Sugerencias	<u>Planear como se realizará la recolección de quejas y reclamos</u> <u>Recepción de la queja o reclamo</u> <u>Atender la queja o reclamo hasta la solución</u> <u>Definir si amerita acciones correctivas o de mejora</u> <u>Implementar acciones para la mejora del proceso</u>	Solución a la queja o reclamo	Todos los procesos

RECURSOS DEL PROCESO	DOCUMENTOS DEL PROCESO	REGISTROS DEL PROCESO
Equipos de cómputo, teléfonos, software de fidelización, puestos de información  Informadoras  Proveedor de publicidad	Manual de servicio al cliente	F-Bs-01 Formato de Reporte de atención quejas , reclamos y sugerencias F-ES-01 Encuesta de satisfacción al cliente


	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 18</b>

	<b>CARACTERIZACIÓN DE PROCESO MARKETING Y PUBLICIDAD</b>	Página 1
		Versión 01
R G C		

SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN DEL PROCESO			
SEGUIMIENTO	INDICADOR	FRECUENCIA	RESPONSABLE
Comité de mercadeo	Índice de clientes masivos y de fidelización	Mensual	Director de Mercadeo y comunicaciones
Análisis del comportamiento de los clientes a través del software	Marketing de satisfacción del cliente	Trimestral	Director de mercadeo y comunicaciones
Ejecución del presupuesto	Calidad del servicio (quejas y reclamos)	Mensual	Director de mercadeo y comunicaciones
Cumplimiento del cronograma de actividades	<u>Nivel de satisfacción de clientes locales y visitantes</u> Promedio de clientes/ total de clientes	Mensual	Gerente y Director de mercadeo y comunicaciones
Seguimiento al resultado de la encuesta	<u>No. De clientes / total de clientes</u>	Mensual	Director de mercadeo y comunicaciones.

REQUISITOS	
CLIENTE	NORMA ISO 9001:2008

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 19</b>

		<b>CARACTERIZACIÓN DE PROCESO GESTIÓN DE LA CALIDAD</b>			Página 1
R G C					Versión 01
<b>PROCESO</b>		<b>TIPO DE PROCESO</b>		<b>RESPONSABLE DEL PROCESO</b>	
DIRECCIONAMIENTO		ESTRATÉGICO		COORDINADOR DE GESTIÓN DE CALIDAD	
<b>OBJETIVO</b>	Asegurar que se establezca, implemente y mantenga los procesos del SGC respecto al cumplimiento de los requisitos de la norma.				
<b>ALCANCE</b>	Aplica para todos los procesos del SGC				
<b>PROVEEDORES</b>	<b>ENTRADAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>SALIDAS</b>	<b>CLIENTES</b>	
Coordinador de Sistema De calidad	Cronograma de Auditorías	Planeación de Auditorías internas de calidad	No conformidades al sistema de calidad	Gerente General	
	Deficiencias con algún proceso	Ejecutar las Auditorías programadas	Observación y/o oportunidades de mejora al sistema de calidad.	Responsable de cada proceso	
		Levantar oportunidades de mejora (observaciones o no conformidades si es necesario.			
Auditorías Internas	Informe individual de los procesos auditados.	Hacer el informe general de las auditorías internas.	Informe de Auditoría	Coordinador de Gestión de calidad y Gerente general	
		Realizar seguimiento de la eficacia de las acciones tomadas.			
Coordinador Gestión de calidad	Política y objetivos de calidad Resultados de Auditorías. Desempeño de los procesos Estado de las acciones correctivas y preventivas	Programar las revisiones generales Realizar las revisiones por la Gerencia. Establecer planes de acción de acuerdo a los resultados de acuerdo a las auditorías internas y resultado de las revisiones gerenciales. Realizar seguimiento de la Eficacia de las acciones tomadas	Mejora de la eficacia del SGC Mejora del servicio según requisitos Del cliente Planes de acción Para la mejora del SGC Adecuación de la política y objetivos de calidad	Gerente General ----- Responsable De cada proceso ----- Responsable de cada proceso ----- Gerente General	

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 20</b>

	<b>CARACTERIZACIÓN DE PROCESO GESTIÓN DE LA CALIDAD</b>	Página 1
RGC		Versión 01

PROVEEDORES	ENTRADAS	ACTIVIDADES	SALIDAS	CLIENTE
Todos los procesos	Solicitudes de elaboración de documentos	Atender las solicitudes de cambio que se realicen al SGC  Divulgar los cambios a las personas pertinentes  Verificar la adecuada aplicabilidad de los cambios realizados  Establecer las necesidades de realizar nuevos cambios documentales de acuerdo a las modificaciones que se realicen a los procesos.	Documentos actualizados en el sistema de calidad.  Listado maestro de documentos	Responsable del proceso

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 21</b>

RECURSOS	REGISTROS	DOCUMENTOS	DOCUMENTOS
Recursos de oficina, papelería. Gerente general Coordinador de calidad Jefe de cada área	Actas de reunión de apertura y cierre de Auditorías	Comunicaciones internas	Manual de Calidad
	Informes para la gerencia	Informes de desempeño de cada proceso	P-CD-01 control de documentos
	F-AI-01 Cronograma de Auditoría interna	Formato de lista de verificación	P-AI-01 Procedimientos de Auditorías internas
	Plan de Auditoría	Registro acciones correctivas y preventivas	P-ACP-01 Acciones correctivas
	F-SG-01 Seguimiento acciones correctivas y preventivas	Análisis de datos / GC- FOR-11 Hoja de vida indicadores	P-ACP-01 Acciones preventivas
	F-IA-01 Informe de Auditoría		
	Programa de Auditorías		

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 22</b>

	<b>CARACTERIZACIÓN DE PROCESO GESTIÓN DE LA CALIDAD</b>	Página 1
---	---	----------

<b>INTER RELACIÓN CON PROCESOS PLANEACIÓN</b>	<b>MEDICIÓN</b>
---	-----------------

INDICADOR	FORMULA	FRECUENCIA	META
Cumplimiento de las acciones preventivas	No. De acciones preventivas ejecutadas / total de acciones preventivas planeadas 100%	Trimestral	Cumplir el plan de acciones preventivas en un 90%
Cumplimiento de las acciones correctivas	No. De acciones correctivas ejecutadas / total acciones correctivas planeadas 100%	Trimestral	Cumplir el plan de acciones correctivas en un 90%
Cumplimiento del programa de Auditorías internas	Programa de Auditorías ejecutado / programa de Auditorías planificado	Anual	Cumplir el 100% de las Auditorías programadas


<b>SEGUIMIENTO</b>	<b>REQUISITOS ISO 9001:2008</b>
<u>Actividades de seguimiento</u> Seguimiento acciones correctivas y preventivas. Auditorías internas	4.1, 4.2, 4.5, 5.3, 7.6, 8.1, 8.2, 8.3, 8.4.8.5

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 23</b>

	<b>CARACTERIZACIÓN PROCESO OPERATIVO</b>	Página 1
R G C	<b>CARACTERIZACIÓN DE PROCESOS</b>	Versión 01

<b>PROCESO</b>		<b>TIPO DE PROCESO</b>		<b>RESPONSABLE DEL PROCESO</b>	
CONFECCIÓN DE PRENDAS		OPERATIVO		JEFE DE PRODUCCIÓN	
<b>OBJETIVO</b>		Elaborar prendas de vestir de acuerdo a los requerimientos del cliente.			
<b>PROVEEDORES</b>	<b>ENTRADAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>SALIDAS</b>	<b>CLIENTE</b>	
Logística, Auxiliares de diseño  Proveedores de servicios adicionales	Telas para la elaboración de prendas  Suministros  Especificaciones de los accesorios para el terminado de prendas.	Diseño de las prendas Corte de las prendas  Ensamble de las prendas  Terminado de las prendas Tiquetes de las prendas Almacenamiento	Prendas de vestir  Distribución en puntos de ventas  Entrega de pedidos	Logística en servicio al cliente  Satisfacción al cliente	
<b>RECURSOS</b>					
<b>HUMANOS</b>			<b>FISICOS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jefe de producción</li> <li>• Supervisores</li> <li>• Personal capacitado en corte y confección de prendas</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planta de producción</li> <li>• Equipo especial para corte</li> <li>• Máquinas</li> </ul>		
<b>REQUISITOS</b>					
<b>LEGALES</b>			<b>NORMA ISO 9001:2008</b>		
<i>Decreto 1496 de 2003 del 28 de noviembre, Decreto 928 de 1987. Ley general decreto 1 de 2007, Ley 1 de 2004 del 21 de diciembre, Ley 17 de 2001 del 7 de diciembre</i> COMERCIALES: Registro Mercantil			Generales: 4.1, 5.1, 5.2, 5.3, 5.4., 6.1, 6.2, 6.3, 6.4, 8.1, 8.2, 8.3, 8.4,		

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 24</b>

	<b>CARACTERIZACIÓN PROCESO OPERATIVO</b>	Página 1
		Versión 01
R G C		

REQUISITOS	
LEGALES	NORMA ISO 9001:2008
Decreto 1496 de 2003 del 28 de noviembre Decreto 928 de 1987 Ley general decreto 1 de 2007 Ley 1 de 2004 del 21 de diciembre Ley 17 de 2001 del 7 de diciembre  COMERCIALES: Registro Mercantil  TRIBUTARIOS: Registro único Tributario RUT.  REQUISITOS DE FUNCIONAMIENTO: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Registro de Industria y Comercio</li> <li>• Certificado de uso del suelo</li> <li>• Registro de avisos y tableros</li> <li>• Certificado de bomberos</li> </ul>	Generales: 4.1, 5.1, 5.2, 5.3, 5.4,, 6.1, 6.2, 6.3, 6.4, 8.1, 8.2, 8.3, 8.4,

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 25</b>

REGISTROS Y FORMATOS		
NOMBRE	CÓDIGO	TIPO
Control de documentos y registros	PR-A-001, R-A-001	Procedimiento
Auditorías internas	P-AI-01	Procedimiento
Producto no conforme	P-PN-01	Procedimiento
Acciones correctivas y preventivas	P-ACP-01	Procedimiento
Plan de auditoría interna	F-PA-01	Formato
Informe de auditoría	F-IA-01	Formato
Seguimiento del producto no conforme		Formato
No conformidad y plan de acción		Formato

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 26</b>

	<b>CARACTERIZACIÓN PROCESO DE COMPRAS</b>	Página 1
R G C		Versión 01


PROCESO		TIPO DE PROCESO	RESPONSABLE DEL PROCESO		
COMPRAS		DE APOYO	GERENTE DE COMPRAS, JEFE AUXILIAR DE ALMACÉN		
<b>OBJETIVO</b>		Suministrar a los procesos internos las materias primas, accesorios y elementos requeridos de manera oportuna la cantidad solicitada y manteniendo los niveles de inventarios establecidos.			
PROVEEDORES	ENTRADAS	ACTIVIDADES	SALIDAS	CLIENTE	
Los mejores proveedores que suministran la Materia Prima	Productos comprados  Base de datos de proveedores, precios y cotizaciones.	Definir un proveedor neto y calificado.  Elaborar órdenes de compra y pedidos  Definir la cantidad de telas que se tendrán en bodega.  Efectuar la compra de las telas. Revisar las telas  Verificar solicitudes contra entrega de pedidos.	Criterios de selección  Órdenes de compra y pedidos diarios	Logística auxiliares de (de compra)  Satisfacción al cliente	
RECURSOS					
HUMANOS			FÍSICOS		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirección financiera</li> <li>• Supervisores</li> <li>• Gerente de compras</li> </ul>			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipo de oficina</li> <li>• Equipo de cómputo</li> <li>• Máquinas</li> </ul>		

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 27</b>

	<b>CARACTERIZACIÓN PROCESO DE COMPRAS</b>	Página 1
R G C		Versión 01

REQUISITOS		
LEGALES	NORMA ISO 9001:2008	
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Decreto 1496 de 2003 del 28 de noviembre</li> <li>➤ Decreto 928 de 1987</li> <li>➤ Ley general decreto 1 de 2007</li> <li>➤ Ley 1 de 2004 del 21 de diciembre</li> <li>➤ Ley 17 de 2001 del 7 de diciembre</li> </ul>	Generales: 4.1, 4.2, 5.1, 5.2, 5.3, 5.4 Específicos: 4.2.1, 4.2.2, 4.2.3, 4.2.4, 5.4.2, 7.4	
DOCUMENTOS DE PROCESO DE COMPRA		
NOMBRE	CÓDIGO	TIPO
Procedimiento de compras	P-C-01	Procedimiento
Base de datos de proveedores	F-BDP-01	Formato
Pedido de compra	F-C-01	Formato

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 28</b>

	<b>CARACTERIZACIÓN PROCESO DE RECURSO HUMANO</b>	Página 1
RGC		Versión 01

PROCESO		TIPO DE PROCESO	RESPONSABLE DEL PROCESO		
GESTIÓN DEL PERSONAL		APOYO	DIRECTOR ADMINISTRATIVO		
<b>OBJETIVO</b>	Garantizar el recurso humano competente para el funcionamiento de la empresa, manteniendo un ambiente laboral que asegure la productividad de la organización.				
<b>ALCANCE</b>	Inicia con la selección del personal, contratación, evaluación y capacitación del personal.				
PROVEEDORES	ENTRADAS	ACTIVIDADES	SALIDAS	CLIENTE	
Personas interesadas en el cargo	Hojas de vida de los candidatos	Selección del personal	Persona competente para cada cargo solicitado	Todos los procesos	
		Contratación			
Gerente General		Inducción		Personal interno	
	Deficiencias en las competencias del personal contratado e interno.	Programación de capacitaciones	Programación de capacitaciones mensual		
Jefe de cada área (todos los procesos)	Informes de desempeño del personal por jefe de cada área.	Evaluar competencias del personal Evaluar desempeño del personal Realizar capacitaciones de acuerdo con el desempeño del personal. Realizar rotación de cargos y control de horarios de trabajo.	Ajustes y cambios en los programas de capacitación	Todos los procesos	


	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 29</b>

	<b>CARACTERIZACIÓN PROCESO DE RECURSO HUMANO</b>	Página 1
R G C		Versión 01

RECURSOS	REQUISITOS
Director Administrativo Elementos de oficina Recurso financiero para realizar capacitaciones Oficina	Especificaciones de la competencia del personal solicitado GP-FOR-04 perfil del cargo

REGISTROS		DOCUMENTOS
Afiliación EPS, ARP Cajas de compensación	Contratos del personal (contrato minerva, prestación de servicios)	Selección de personal
Entrevista	Comprobante pago nómina	Selección de personal
Recepción. Hojas de vida	Examen médicos	Evaluación del personal
Programa de capacitaciones	F-AC-01 Asistencia a capacitaciones	
	Hojas de vida	

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 30</b>

	<b>CARACTERIZACIÓN PROCESO DE RECURSO HUMANO</b>	Página 1
R G C		Versión 01

MEDICIÓN				
INDICADOR	FORMULA	FRECUENCIA	META	REGISTRO
Cumplimiento de programas de capacitación	No capacitaciones realizadas / no capacitaciones planeadas	Semestral	>80% de las capacitaciones realizadas	Acta de asistencia a capacitación
Desempeño del personal	Evaluación de desempeño X trabajador	Semestral	>90% de los trabajadores	GP –FOR-03 Hoja resumen de evaluación
Eficacia de capacitación	Evaluaciones aprobadas x trabajador / Evaluaciones totales de capacitaciones.	Semestral	>80% de los trabajadores	Informe de evaluaciones

SEGUIMIENTO	REQUISITOS Norma ISO 9001:2008
Realizar evaluación desempeño del personal. Actualizar los perfiles de acuerdo con las necesidades actuales	4.2.3, 4.2.4, 5.5.1, 6.2.1, 6.2.2, 6.4, 5.5.1, 7.5.3, 8.2.3, 8.2.4


	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 31</b>

	<b>CARACTERIZACIÓN PROCESO FACTURACIÓN</b>	Página 1
R G C		Versión 01

PROCESO		TIPO DE PROCESO	RESPONSABLE DEL PROCESO		
FACTURACIÓN		APOYO	COORDINADOR DE FACTURACIÓN		
<b>OBJETIVO</b>	Elaborar las facturas de todas las ventas realizadas por la empresa de forma confiable y eficiente				
<b>ALCANCE</b>	Facturación crédito				
PROVEEDORES	ENTRADAS	ACTIVIDADES	SALIDAS	CLIENTE	
Direccionamiento Estratégico	Orden de pedido tomada por el vendedor / orden de compra por parte del cliente	Gestión administrativa para obtener la información necesaria para la generación de las facturas a los clientes de Frank Bolier.	Toma de facturas generación de facturas para cobro.  Archivo de facturas		

RECURSOS	RECURSOS FÍSICOS
Computador Sistema interno ( pantalla Sumadora Impresora Teléfono Línea interna Papelería Software	Personal a cargo


	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 32</b>

	<b>CARACTERIZACIÓN PROCESO FACTURACIÓN</b>	Página 1
R G C		Versión 01
<b>REQUISITOS LEGALES</b>	<b>DOCUMENTOS</b>	
<p>Exactitud en la información Código de comercio Art. 774, 621 Fecha de vencimiento</p> <hr/> <p><b>FACTURA DE VENTA:</b></p> <p><i>a. Estar denominada expresamente como factura de venta.</i></p> <p><i>b. Apellidos y nombre o razón y <b>NIT</b> del vendedor o de quien presta el servicio.</i></p> <p><i>c. Apellidos y nombre o razón social y NIT del adquirente de los bienes o servicios, junto con la discriminación del <b>IVA</b> pagado.</i></p> <p><i>d. Llevar un número que corresponda a un sistema de numeración consecutiva de facturas de venta.</i></p> <p><i>e. Fecha de su expedición.</i></p> <p><i>f. Descripción específica o genérica de los artículos vendidos o servicios prestados.</i></p> <p><i>g. Valor total de la operación.</i></p> <p><i>h. El nombre o razón social y el NIT del impresor de la factura.</i></p> <p><i>i. Indicar la calidad de retenedor del impuesto sobre las ventas.</i></p>	<p>Orden de pedido, orden de compra Remisión pre factura Factura</p> <hr/> <p>Procedimiento de facturación</p>	

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 33</b>


MEDICIÓN /SEGUIMIENTO	REQUISITOS NORMA ISO 9001: 2008
Control diario de facturación Control facturación anuladas Control remisiones Control remisiones anuladas	4.1, 4.2.1, 5.2, 5.3, 6.1, 8.1, 8.2, 8.4, 8.5

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 34</b>

	<b>CARACTERIZACIÓN PROCESO SISTEMAS</b>	Página 1
R G C		Versión 01

PROCESO		TIPO DE PROCESO	RESPONSABLE DEL PROCESO		
INFORMÁTICO		DE APOYO	DIRECTOR DESARROLLO EN SISTEMAS		
<b>OBJETIVO</b>	Desarrollar, implementar, mantener y gestionar una plataforma tecnológica, que brinde soluciones eficaces a las necesidades de los procesos productivos y administrativos, permitiendo capacidad de respuesta a los cambios efectuados.				
PROVEEDORES	ENTRADAS	ACTIVIDADES	SALIDAS	CLIENTE	
Direccionamiento organizacional	Políticas, objetivos estrategias	Implantación de nueva tecnología	Aplicación de las políticas, objetivos y estrategias	Organización	
Director General	Proyecto informático	Realización del presupuesto informático	Aprobación del presupuesto de recursos informáticos	Organización	
Administración de la calidad	Información de los lineamientos y metodologías	Funcionamiento del sistema de gestión de calidad.	Proceso de gestión informático normalizado	Organización / Comité de calidad	

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 35</b>

	<b>CARACTERIZACIÓN PROCESO SISTEMAS</b>	Página 1
R G C		Versión 01

RECURSOS	
HUMANO	FÍSICOS Y TECNOLÓGICOS
Director en sistemas, Ingeniero coordinador de proyectos, Ingeniero administrador de redes.	Infraestructura tecnológica internet, Computadoras Impresoras Sistema de inventarios software Muebles, archivadores, papelería Medios y equipos audiovisuales.

DOCUMENTACIÓN		REQUISITOS
INTERNA	EXTERNA	NORMA ISO 9001:2008
Procedimientos del proceso gestión informática.  Registros en el sistema de información  Tabla de distribución de los equipos de red.  Informe de registros físicos, diseño	<b>Lineamiento para la acreditación de programas</b>	<b>7.5, 8.2, 8.3, 8.4, 8.5</b>

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 36</b>

**CONTROL DE DOCUMENTOS**



No. DE VERSIÓN	FECHA DE VERSIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO	REVISO	APROBÓ


**Control de emisión:**

**No de Copia:** \_\_\_\_\_

**Destinatario:** \_\_\_\_\_

**Aprobó** \_\_\_\_\_

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 38</b>

	<i>CONTROL DE DOCUMENTOS</i> <i>P-CD-01</i> <i>Edición – 01</i> <i>Noviembre 28 -11-011</i> <i>Página 3 de 6</i>
---	--

## **OBJETO**

Establecer la metodología para el control de los documentos internos y externos que conforman el Sistema de Gestión de la Calidad, garantizando su adecuación, revisión, aprobación, actualización, legibilidad e identificación y prevención de obsolescencia.

## **ALCANCE**

Aplica a todos los documentos del SGC, incluyendo en los casos que aplique, documentos de origen externo que se relacionen directamente con la prestación del servicio.


## **RESPONSABLES**

Es responsabilidad del representante de la dirección para el SGC, definir, controlar y hacer seguimiento a la documentación del Sistema.

## **DEFINICIONES Y SIGLAS**

- **Documento:** recopilación de datos que arrojan un significado, impresas en papel, medio magnético o sistematizado.
- **S.G.C.:** Sistema de gestión de calidad.
- **Documento Interno:** información o datos que posee y elabora la empresa a través de papel, disco magnético, óptico o electrónico y/o fotografías.

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 39</b>

	<p style="text-align: center;"> <b>CONTROL DE DOCUMENTOS</b>  <i>P-CD-01</i>  <i>Edición – 01</i>  <i>Noviembre 28 -11-011</i>  <i>Página 4 de 6</i> </p>
---	---


- **Documento Externo:** información o datos que poseen y elaboran organismos o personas ajenas a la empresa a través de papel, disco magnético, óptico o electrónico y/o fotografías. Este documento sirve de guía o apoyo para el desarrollo de las actividades.
- **Documento obsoleto:** son aquellos documentos que ya no tienen vigencia porque se han generado nuevas versiones mejoradas y que por lo tanto deben ser claramente identificados como tal en el SGC.
- **Versión:** muestra el estado de los documentos en términos de actualidad.

## METODOLOGÍA

El control de los documentos es responsabilidad del representante de la dirección para el SGC, por medio del "Listado Maestro de Control de Documentos" donde se registra:

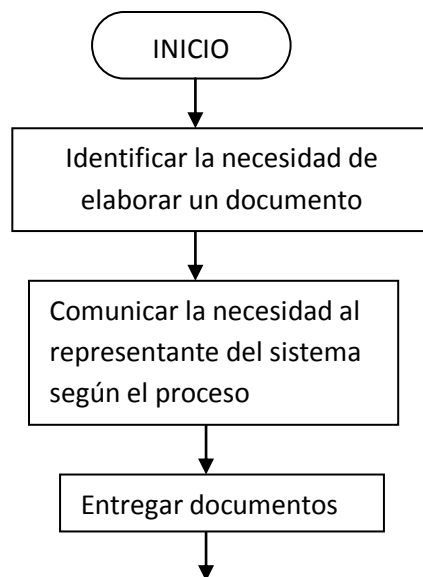
- Código del documento
- Nombre del Documento
- Si el Documento es Interno o Externo
- Versión
- Fecha de la última Revisión
- Responsable de la Revisión
- Responsable Aprobación

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 40</b>


	<p style="text-align: center;"> <b>CONTROL DE DOCUMENTOS</b>  <i>P-CD-01</i>  <i>Edición – 01</i>  <i>Noviembre 28 -11-011</i>  <i>Página 5 de 6</i> </p>
---	---

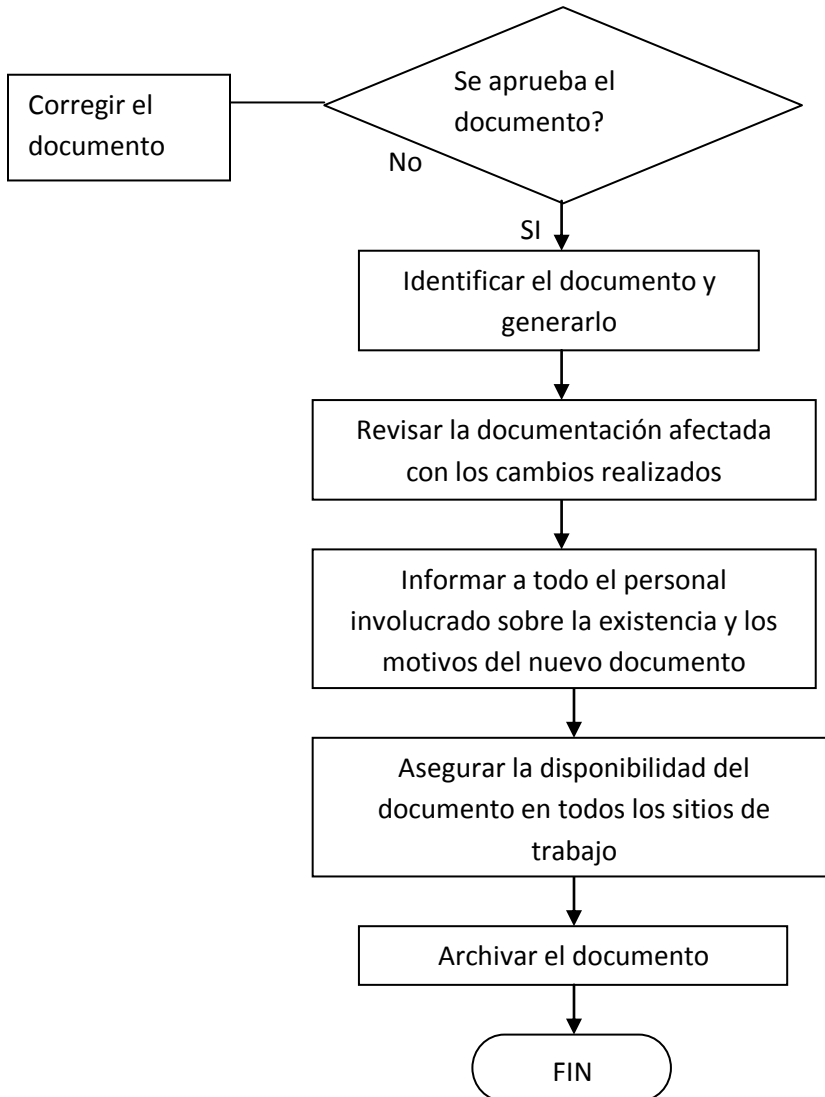
- Justificación del Cambio
- Distribución de Documentos (Control de original y copias)
- Disposición de obsoletos

**DESARROLLO DEL PROCEDIMIENTO**




	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 41</b>

	<p style="text-align: center;"> <b>CONTROL DE DOCUMENTOS</b>  <i>P-CD-01</i>  <i>Edición – 01</i>  <i>Noviembre 28 -11-011</i>  <i>Página 6 de 6</i> </p>
---	---



	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 42</b>

	<p style="text-align: center;"> <b>CONTROL DE DOCUMENTOS</b>  <i>P-CD-01</i>  <i>Edición – 01</i>  <i>Noviembre 28 -11-011</i>  <i>Página 7 de 8</i> </p>
---	---

## **CRITERIOS PARA CREACIÓN, MODIFICACIÓN Y/O ANULACIÓN DE DOCUMENTOS INTERNO Y EXTERNOS**


La revisión realizada por parte de los jefes de procesos, a los cambios generados a procedimientos, instructivos y/o formatos contempla:

- a. Revisión a la secuencia de actividades
- b. Definición de responsable y documento por actividad
- c. Codificación dada entre procedimientos, instructivos, formatos y los listados maestros de control de documentos y formatos.

Para tal efecto, quedará como evidencia la firma del jefe de proceso y la fecha de la revisión en el borrador respectivo.

Todo documento externo que pueda afectar el sistema de calidad, debe ser entregado y revisado por del representante de la dirección para el SGC y el Jefe de Proceso antes de ser utilizado.

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 43</b>

	<p style="text-align: center;"> <b>CONTROL DE DOCUMENTOS</b>  <i>P-CD-01</i>  <i>Edición – 01</i>  <i>Noviembre 28 -11-011</i>  <i>Página 7 de 8</i> </p>
---	---

Control de documentos

CÓDIGO	NOMBRE	RESPONSABLE	LUGAR DE ALMACENAMIENTO	RECUPERACIÓN	TIEMPO DE RETENCIÓN	DISPOSICIÓN

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 44</b>

**CONTROL DE REGISTROS**



No. DE VERSIÓN	FECHA DE VERSIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO	REVISO	APROBÓ


**Control de emisión:**

**No de Copia:** \_\_\_\_\_

**Destinatario:** \_\_\_\_\_

**Aprobó:** \_\_\_\_\_


	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 46</b>

	<b>CONTROL DE REGISTROS</b> <b>P-CR-02</b> <b>Edición - 01</b> <b>Noviembre 28 -11-011</b> <b>Página 3 de 8</b>
---	---

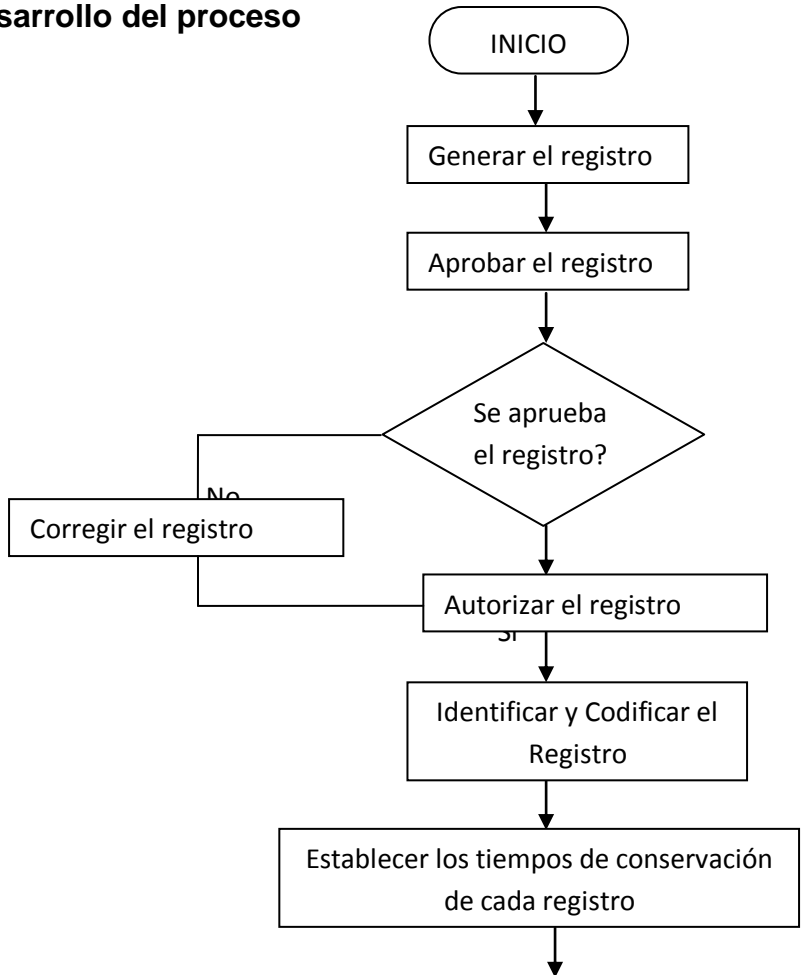
<b>Responsable de procedimiento:</b> Coordinador de Calidad		<b>Participan:</b> Responsable de cada una de las actividades
<b>1. Objetivo</b>	Asegurar el control de los registros de la norma ISO 9001:2008	
<b>2. Objeto</b>	Establecer el método para identificar, almacenar y proteger los registros que se generan en la empresa. Definir el método para la retención y disposición de los registros.	
<b>3. Alcance</b>	Todos los procesos de la empresa.	

<p><b>4. Indicadores</b></p>	<p>Número de solicitudes de acciones preventivas/o mejora presentadas durante el periodo /# de acciones totales preventivas y/o mejora que se encuentran identificadas</p>
<p><b>5. Definiciones</b></p>	<p><b>Registro:</b> documento que presenta resultados obtenidos o proporciona evidencia de las actividades desempeñadas.</p> <p><b>Tiempo de retención:</b> tiempo durante el cual se mantendrá un registro en archivo activo.</p> <p><b>Archivo activo:</b> donde permanecen los registros durante el tiempo de retención estipulado. Allí se encuentran los registros que son consultados frecuentemente.</p> <p><b>Archivo inactivo:</b> donde permanecen los registros después que han cumplido su tiempo de retención en el archivo activo. Allí se encuentran los registros que son consultados ocasionalmente.</p> <p><b>Registro en medio magnético:</b> pertenecen a esta clase los archivos que se almacenan en el computador y los videos.</p> <p><b>Registro en medio escrito:</b> pertenecen a esta clase los registros impresos y las fotos.</p>
<p><b>6. Distribución</b></p>	<p>A todos los dueños de proceso</p>


	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 48</b>

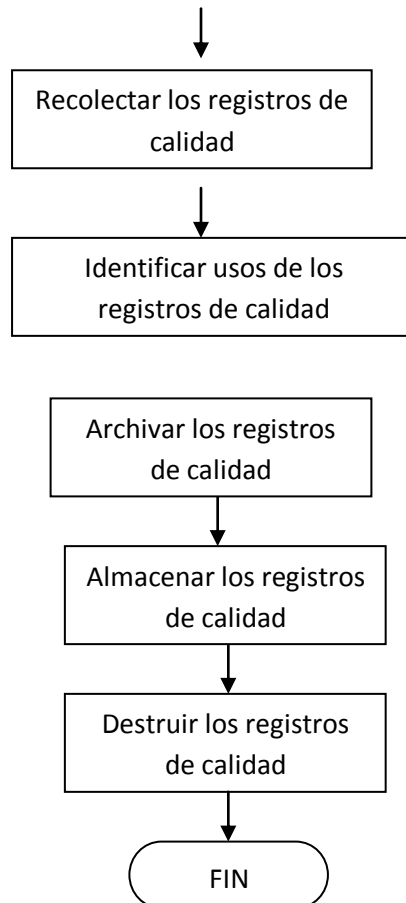
	<i>CONTROL DE REGISTROS</i>
	<i>P-CR-02</i>
	<i>Edición -01</i>
	<i>Noviembre 28 -11-011</i>
	<i>Página 5 de 8</i>

**Desarrollo del proceso**




	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 49</b>

	<p align="center"> <b>CONTROL DE REGISTROS</b>  <b>P-CR-02</b>  <b>Edición -01</b>  <b>Noviembre 28 -11-011</b>  <b>Página 6 de 8</b> </p>
---	--



	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 50</b>

	<p style="text-align: center;"> <b>CONTROL DE REGISTROS</b>  <b>P-CR-02</b>  <b>Edición -01</b>  <b>Noviembre 28 -11-011</b>  <b>Página 7 de 8</b> </p>
---	---

## GENERALIDADES

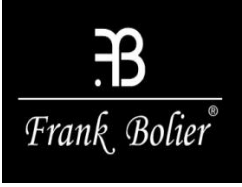
Generación de los registros: el usuario genera los registros para evidenciar el cumplimiento de un proceso, conforme a lo establecido en el documento que usa para el desarrollo de la respectiva actividad.

Los registros se llenan de forma clara, evitando borrones; si hubiese algún dato erróneo se tacha y se procesa a rubricar a l lado de la misma. El usuario del registro informa la responsable del área sobre todos los registros utilizados para evidenciar el cumplimiento de las actividades.

Se considera un registro no conforme cuando:

- Los casilleros no están llenos
- No consigna numeración y fecha
- No consigna responsable del registro, ni su firma
- Existen borrones o tachaduras
- Se ha usado corrector para borrar información.
- Ya se ha vencido el tiempo de su conservación.

	<b>MANUAL DE CALIDAD</b>	<b>Código: GC-MC-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 50</b>

	<b>CONTROL DE REGISTROS</b>
	<i>P-CR-02</i>
	<i>Edición- 01</i>
	<i>Noviembre 28 -11-011</i>
	<i>Página 8 de 8</i>

	<b>FORMULARIO</b>	<b>F-CR-02</b>
	<b>LISTA DE OBSERVACIONES</b>	<b>Edición - 01</b>
	<b>CONTROL DE REGISTROS</b>	<b>Página :</b>
<b>Cód.: registro</b>	<b>Observaciones</b>	<b>Fecha</b>
	<b>Responsable de control de registros</b>	<b>Firma:</b>

## Anexo C. Encuesta de satisfacción y resultados

F-ES-01



Diseños Frank Bolier es consciente de la importancia de la opinión de sus clientes para una mejora continua en todos sus procesos, por ende esta encuesta está dirigida a todos nuestros clientes, para conocer su satisfacción con nuestros productos y servicios llevándonos a un mayor compromiso con sus requisitos.

1. Grado de satisfacción de nuestros productos



2. Grado de satisfacción en servicio al cliente



3. Que aspectos considera más valiosos para su compra.

\_\_\_ Precio

\_\_\_ Calidad

\_\_\_ Comodidad

\_\_\_ Atención al cliente

4. Recomendaría a otras personas Diseños Frank Bolier

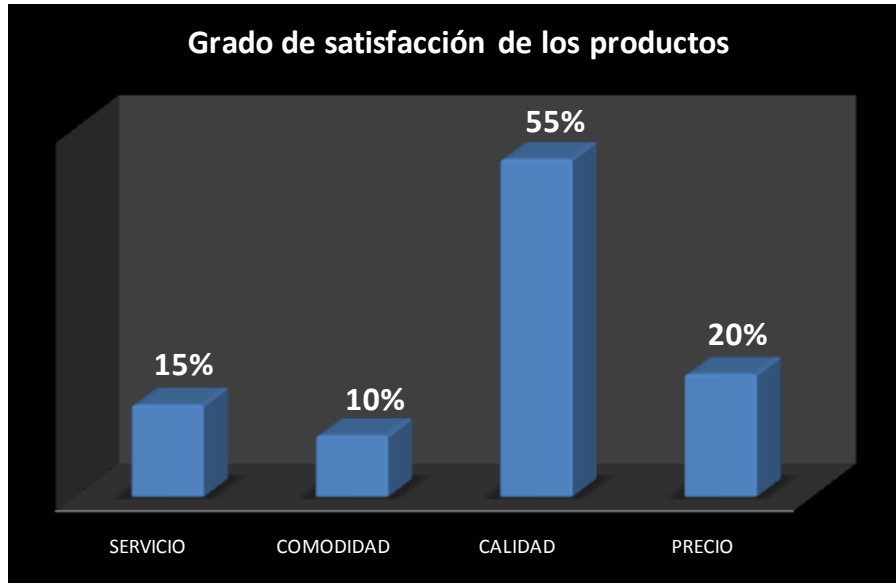
Si \_\_\_\_\_

no \_\_\_\_\_

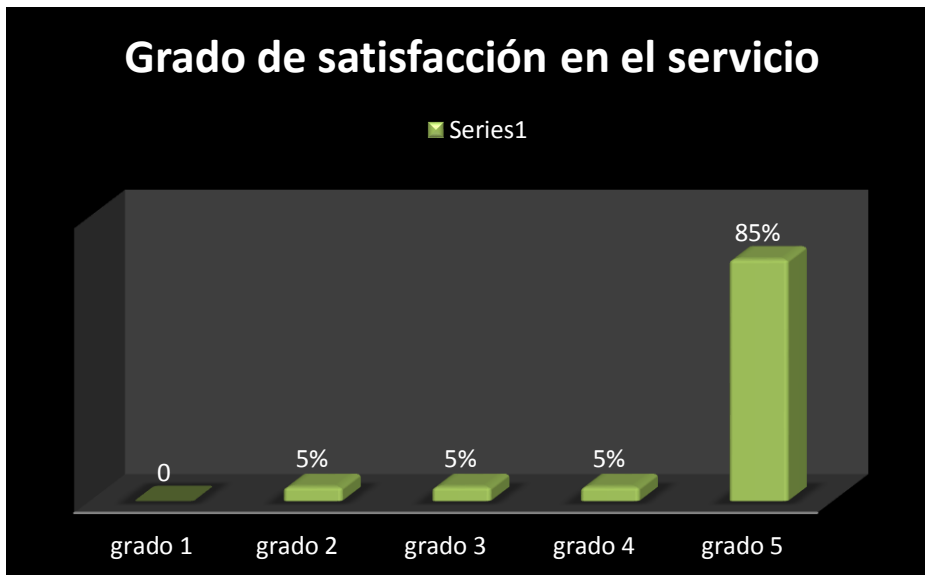
## Resultados de la Medición de la Satisfacción del Cliente

Los siguientes resultados se hicieron con 20 clientes de la organización.

1era Pregunta:

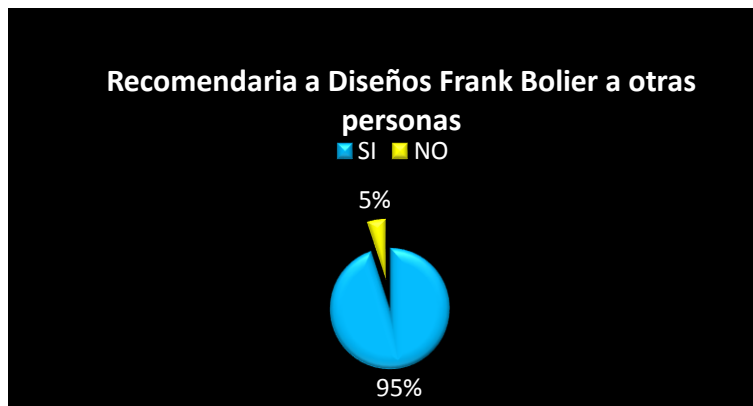
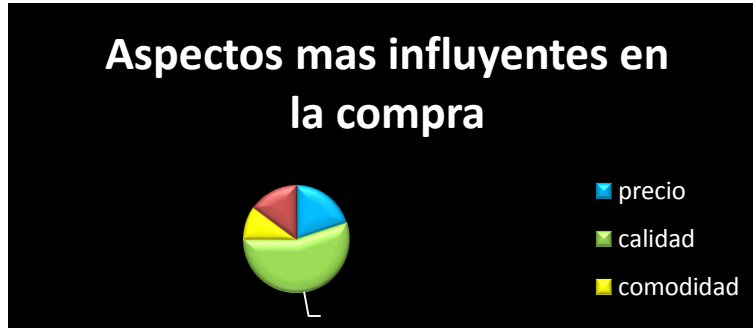


2 da Pregunta



3era Pregunta

#### 4ta Pregunta



#### Análisis

La información obtenida muestra el grado de satisfacción de los clientes respecto al producto con un porcentaje del 55%, igualmente el grado de satisfacción del servicio presenta un 55%. Lo anterior demuestra que la empresa Frank Bolier, tiene un alto grado de confiabilidad en los productos que ofrece a sus clientes.

Además se observa que un aspecto influyente de compra como es la calidad tiene un porcentaje muy alto comparado con el servicio que ofrece. Es importante el grado de confiabilidad que la empresa proyecta a sus clientes, ya que es muy elevado el porcentaje de clientes que están dispuestos a recomendarla.

### Anexo D. Tabla de indicadores Frank Bolier

<b>OBJETIVO DE CALIDAD</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>FORMULA</b>	<b>FRECUENCIA</b>
Elaborar prendas de vestir con optimización de los recursos	Rendimiento	Aquí se mide la capacidad de un operario en el número de prendas que pueda ensamblar en relación con el tiempo	$\frac{P. \text{ vestidos}}{\text{Horas maquina}}$ $\frac{P. \text{ faldas}}{\text{Horas maquina}}$ $\frac{\text{Blusas}}{\text{Horas maquina}}$	Diariamente
Reconocimiento De la marca	Cobertura	Aquí se mide el porcentaje de cobertura que posee la marca a nivel nacional	$\frac{\text{N}^\circ \text{ de depto. con distribuidores FB} * 100}{\text{Total de departamentos}}$	Anual
El personal debe mantener un margen de eficiencia en sus procesos	Eficiencia	mide la utilización del recurso tiempo, de forma que no se pierda en otras actividades diferentes a las operaciones de valor agregado a la prenda	$\frac{\text{Horas laboradas} * 100}{48 \text{ horas}}$	Semanalmente

<b>OBJETIVO DE CALIDAD</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>FORMULA</b>	<b>FRECUENCIA</b>
<i>Generar pedidos sin inconvenientes</i>	<i>Calidad de pedidos generados</i>	<i>Porcentaje de pedidos de compras generadas con retraso, o son necesidad de información adicional</i>	<i>Productos generados con <u>problemas</u> Total de pedidos generados</i>	<i>Mensual</i>
<i>El proveedor debe asumir la responsabilidad de los pedidos generados</i>	<i>Nivel de cumplimiento proveedores</i>	<i>Consiste en calcular el nivel de efectividad en las entregas de mercancías a tiempo</i>	<i>Pedidos recibidos <u>con atraso</u> Total de pedidos recibidos</i>	<i>Mensual</i>
<i>Controlar la rotación de materias primas compradas</i>	<i>Índice de rotación de mercancías</i>	<i>Proporción entre las ventas y existencias promedio</i>	<i>Ventas acumuladas * 100 Inventario promedio</i>	<i>Semestral</i>
<i>Mantener claridad en el inventario de compras</i>	<i>Exactitud del inventario</i>	<i>Diferencia entre el inventario final y las ventas promedio del último periodo, esto indica cuantas veces dura el inventario que se tiene.</i>	<i><u>Valor de diferencia</u>\$ Valor total de inventarios (\$)</i>	<i>Trimestral</i>

<b>OBJETIVO DE CALIDAD</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>FORMULA</b>	<b>FRECUENCIA</b>
<i>El personal debe capacitarse como parte de su desarrollo laboral.</i>	<i>Cumplimiento programas de capacitación</i>	<i>Describe las capacitaciones planeadas al personal de acuerdo a su actividad laboral</i>	<i>Capacitaciones <u>no realizadas</u> Total de capacitaciones</i>	<i>Semestral</i>
<i>Manejar de manera controladas las ausencias por parte del trabajador.</i>	<i>Tiempos de ausencia</i>	<i>Consiste en la determinación de las horas trabajadas en la empresa y las horas que por algún motivo el empleado estuvo ausente</i>	<i><u>Horas ausentes</u> Horas-hombres-trabajadas</i>	<i>Mensual</i>
<i>La empresa debe conocer la conformación de cada departamento</i>	<i>Índice tipos de actividades laborales</i>	<i>Se utiliza para saber la cantidad de empleados según su área de trabajo</i>	<i>N° de empleados <u>por departamento</u> Total de empleados de la empresa</i>	<i>Anual</i>
<i>La empresa garantizara una adecuada remuneración a cada trabajador</i>	<i>Importancia de los salarios</i>	<i>Se usa para tener como referencia en total de salarios pagados de acuerdo a los costos de producción</i>	<i><u>Total de salarios pagos</u> costos de producción</i>	<i>Semestral</i>

<b>OBJETIVO DE CALIDAD</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>FORMULA</b>	<b>FRECUENCIA</b>
<i>La empresa debe satisfacer al cliente en el cumplimiento de entrega de pedidos de mercancías en las fechas establecidas en buen estado.</i>	<i>Nivel de cumplimiento de despacho</i>	<i>Consiste en conocer el nivel de efectividad de los despachos de las mercancías a los clientes en cuanto a pedidos enviados en un periodo determinado</i>	$\frac{\text{N}^\circ \text{ de despacho } \underline{\text{cumplidos}}}{\text{N}^\circ \text{ total de despachos requeridos}} * 100$	<i>Mensual</i>
<i>La empresa debe optar la mejor opción de transporte para no generar costos inoficiosos.</i>	<i>Comparativo transporte</i>	<i>Medir el costo unitario de transportar el pedido por la empresa con respecto al ofrecido por una empresa transportadora</i>	$\frac{\text{Costo de transporte } \underline{\text{propio}}}{\text{Costo contratar transporte particular}} * \underline{\text{pedido}}$	<i>mensual</i>
<i>Cumplir de manera satisfactoria en las entregas de pedidos de una manera oportuna</i>	<i>Nivel cumplimiento entregas a clientes</i>	<i>Consiste en calcular el porcentaje real de las entregas oportunas y efectivas a los clientes</i>	$\frac{\text{Total de pedidos no entregados a tiempo}}{\text{total de pedidos despachados}} * 100$	<i>Mensual</i>

<b>OBJETIVO DE CALIDAD</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>FORMULA</b>	<b>FRECUENCIA</b>
<i>Emitir facturas,</i>	<i>Nivel de servicio de facturación</i>	<i>Consiste en calcular el número de las unidades facturadas sobre la unidad de pedido en orden</i>	$\frac{\text{N}^\circ \text{ de unidades facturadas} * 100}{\text{N}^\circ \text{ unidad de pedido en la orden}}$	<i>Mensual</i>
<i>de manera controlada</i>	<i>Calidad de facturación</i>	<i>Numero y porcentaje de facturas con error generadas</i>	$\frac{\text{N}^\circ \text{ facturas emitidas con errores} * 100}{\text{Total de facturas}}$	<i>Mensual</i>
<i>Oportuna y sin errores.</i>	<i>Pendientes por facturación</i>	<i>Consiste en calcular el porcentaje de pedidos no facturados dentro del total de facturas a emitir</i>	$\frac{\text{N}^\circ \text{ total del pedidos tardíos} * 100}{\text{N}^\circ \text{ de pendientes por facturar}}$	<i>Cada 8 días</i>
<i>Garantizar al cliente que el producto</i>	<i>Satisfacción del cliente por producto</i>	<i>Se mide la satisfacción que el cliente posea con el producto que compra</i>	<i>Encuesta de satisfacción</i>	<i>Trimestral</i>
<i>y servicio cumpla con los requisitos</i>	<i>Satisfacción del cliente por servicio</i>	<i>Se mide el nivel de satisfacción que el cliente tenga por el servicio que le prestan a la hora de atenderlo</i>	<i>Encuesta de satisfacción</i>	<i>Trimestral</i>

<b>OBJETIVO DE CALIDAD</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>FORMULA</b>	<b>FRECUENCIA</b>
<i>necesarios para su aprobación y</i>	<i>Quejas y reclamos</i>	<i>Manejo de quejas y reclamos que el cliente emita a la empresa</i>	<i>Encuesta de satisfacción</i>	<i>Mensual</i>
<i>Poder generar una relación duradera.</i>	<i>Fidelización del cliente</i>	<i>Medir la frecuencia de compras</i>	<i>N° de facturas generadas por el mismo cliente</i>	<i>Semestral</i>
<i>Asegurar que se establezca,</i>	<i>Cumplimiento de acciones preventivas</i>	<i>Se mide el nivel de acciones preventivas que se tomaron en la empresa y que se hayan ejecutado</i>	<i><math display="block">\frac{\text{N° de acciones preventivas ejecutadas} * 100}{\text{Total de acciones preventivas planeadas}}</math></i>	<i>Trimestral</i>
<i>implemente y mantenga los procesos del SGC</i>	<i>Cumplimiento de acciones correctivas</i>	<i>Se mide el nivel de acciones correctivas que se hayan realizado</i>	<i><math display="block">\frac{\text{N° de acciones correctivas ejecutadas} * 100}{\text{Total acciones correctivas planeadas}}</math></i>	<i>Trimestral</i>
<i>Respecto al cumplimiento de los requisitos de la norma.</i>	<i>Cumplimiento programa de auditorías</i>	<i>Nivel de cumplimiento de programas de auditorías en la empresa</i>	<i><math display="block">\frac{\text{Programa de auditorías ejecutado} * 100}{\text{Programa de auditoría planificado}}</math></i>	<i>Anual</i>

<b>UNIDAD</b>	<b>M. DE ACEPTACIÓN</b>	<b>F. DE INFORMACIÓN</b>	<b>PROCESO</b>
<b><i>N° de prendas</i></b>	<b><i>Vestidos y faldas</i></b>  <b><i>4 unidades: satisfactorio</i></b> <b><i>3 unidades : aceptable</i></b> <b><i>2 -1 unidades: deficiente</i></b> <b><i>Blusas:</i></b> <b><i>6 unidades: satisfactorio</i></b> <b><i>5 unidades: aceptable</i></b> <b><i>3-1 unidades deficiente</i></b>	<b><i>Formato de producción</i></b>  _____	<b><i>operativo</i></b>
<b><i>porcentaje</i></b>	<b><i>100% excelente</i></b> <b><i>70% bueno</i></b> <b><i>40% deficiente</i></b>	<b><i>Gerencia</i></b>	<b><i>operativo</i></b>
<b><i>porcentaje</i></b>	<b><i>100% excelente</i></b> <b><i>90% aceptable</i></b> <b><i>80% deficiente</i></b>	<b><i>Tarjetero de asistencia</i></b> <b><i>(jefe de producción)</i></b>	<b><i>Operativo</i></b>

<b>UNIDAD</b>	<b>M. DE ACEPTACIÓN</b>	<b>F. DE INFORMACIÓN</b>	<b>PROCESO</b>
<i>Porcentaje</i>	<i>100% excelente 80% aceptable 70% deficiente</i>	<i>Observaciones generadas en las facturas al recibir los pedidos</i>	<i>compras</i>
<i>Porcentaje</i>	<i>100% excelente 80% aceptable 70% deficiente</i>	<i>Formato de pedidos a proveedores ]____</i>	<i>compras</i>
<i>Porcentaje</i>	<i>100% excelente 70% aceptable 50% deficiente</i>	<i>Inventario semestral por parte del jefe de bodega</i>	<i>compras</i>
<i>Valor en cifras (\$)</i>	<i>Diferencia : 5%: excelente 10% aceptable 20 % deficiente</i>	<i>Inventario trimestral que se realiza en bodega y almacenes</i>	<i>compras</i>

<b>UNIDAD</b>	<b>M. DE ACEPTACIÓN</b>	<b>F. DE INFORMACIÓN</b>	<b>PROCESO</b>
<i>porcentaje</i>	<i>100% excelente 80% aceptable 60% deficiente</i>	<i>Formato de asistencia a capacitaciones__</i>	<i>Recurso humano</i>
<i>N° de ausencias * horas</i>	<i>4 horas: excelente 8 horas : aceptable 16 horas o más: deficiente</i>	<i>Cartas de incapacidad, permisos etc.</i>	<i>Recurso humano</i>
<i>Porcentaje</i>	<i>Ninguna</i>	<i>Hojas de vida de los trabajadores</i>	<i>Recurso humano</i>
<i>Valor en cifras (\$)</i>	<i>Ninguna</i>	<i>Nomina de cada trabajador, jefe de producción</i>	<i>Recurso humano</i>

<b>UNIDAD</b>	<b>M. DE ACEPTACIÓN</b>	<b>F. DE INFORMACIÓN</b>	<b>PROCESO</b>
<i>porcentaje</i>	<i>100% excelente 90% bueno 80% deficiente</i>	<i>Formato salidas de pedidos bodega _____</i>	<i>Logística y distribución</i>
<i>Valor en cifras</i>	<i>Ninguna</i>	<i>Cotización empresa transportadora y cotización por el gerente</i>	<i>Logística y distribución</i>
<i>porcentaje</i>	<i>100% excelente 90% bueno 80% deficiente</i>	<i>Reporte de llegada generadas por el cliente Formato de llegadas de pedidos _____</i>	<i>Logística y distribución</i>

<b>UNIDAD</b>	<b>M. DE ACEPTACIÓN</b>	<b>F. DE INFORMACIÓN</b>	<b>PROCESO</b>
<b>Porcentaje</b>	<b>100% excelente 90% bueno 80% deficiente</b>	<b>Formato de facturas generadas en el sistema</b>	<b>facturación</b>
<b>Porcentaje</b>	<b>100% excelente 90% bueno 80% deficiente</b>	<b>Numero de facturas anuladas en el sistema</b>	<b>Facturación</b>
<b>Porcentaje</b>	<b>100% deficiente 30% aceptable 10% excelente</b>	<b>Jefe de bodega</b>	<b>Facturación</b>
<b>Porcentaje</b>	<b>100% excelente 80% aceptable 60% deficiente</b>	<b>Resultados encuesta de satisfacción</b>	<b>Marketing y publicidad</b>
<b>porcentaje</b>	<b>100% excelente 80% aceptable 60% deficiente</b>	<b>Resultados encuesta de satisfacción</b>	<b>Marketing y publicidad</b>


<b>UNIDAD</b>	<b>M. DE ACEPTACIÓN</b>	<b>F. DE INFORMACIÓN</b>	<b>PROCESO</b>
<i>Unidades</i>	<i>1 queja o reclamo: excelente 2 -3 quejas o reclamos: aceptable 4-5 quejas o reclamos: deficiente</i>	<i>Buzón de quejas y reclamos</i>	<i>Marketing y publicidad</i>
<i>Unidades</i>	<i>5-6 compras: excelente 4-3 compras: aceptable 2-1 compra: deficiente</i>	<i>Base de datos del sistema</i>	<i>Marketing y publicidad</i>
<i>Porcentaje</i>	<i>100% excelente 80% aceptable 60% deficiente</i>	<i>Formato acciones preventivas ____</i>	<i>Gestión de calidad</i>
<i>Porcentaje</i>	<i>100% excelente 80% aceptable 60% deficiente</i>	<i>Formato acciones correctivas ____</i>	<i>Gestión de calidad</i>
<i>Porcentaje</i>	<i>100% excelente 80% deficiente</i>	<i>Formato planeación de auditorias ____</i>	<i>Gestión de calidad</i>

Anexo E. Manual de Cargos

	MANUAL DE CARGOS	- 1 -
		DICIEMBRE 2011





**MANUAL DE CARGOS M-CG-02**


	<p>MANUAL DE CARGOS</p>	<p>- 3 -</p>
		<p>DICIEMBRE 2011</p>


## INTRODUCCIÓN


El Manual de Cargos es un documento que constituye la oficialización de las prácticas administrativas, lo deben realizar todos los empleados de la organización para el buen Funcionamiento de las empresas e instituciones. Además, facilita el acceso a la información de manera organizada, sistemática y con criterio. El análisis de cargos nos suministra el perfil que debería tener el empleado, las competencias funcionales, aspectos conductuales asociados y los requisitos de entrada al perfil proporcionando al nuevo funcionario la orientación adecuada para que logre integrarse fácilmente a la Institución. El manual de Cargos Diseños FRANK BOLIER se ha elaborado de acuerdo al nuevo modelo de gestión y a la nueva estructura organizacional diseñada e implantada en la Institución. El mismo está constituido por tres partes: los cargos de dirección, los cargos relacionados con los servicios operativos y los cargos denominados de apoyo.


	<b>PERFIL DEL PUESTO</b>	- 4 -
	<b>GERENTE</b>	Diciembre 2011
<b>COMPETENCIAS FUNCIONALES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Planeamiento estratégico de actividades</li> <li>✓ Representación legal de la empresa</li> <li>✓ Dirigir actividades generales de la empresa</li> <li>✓ Aprobación de presupuesto e inversiones</li> <li>✓ Dirigir el desarrollo de la actividad de la empresa</li> <li>✓ Emisión de circulares para el personal en general</li> <li>✓ Habilidad para resolver problemas bajo presión</li> <li>✓ Capacidad de liderazgo</li> <li>✓ Integridad moral y ética.</li> </ul>		
<b>ASPECTO CONDUCTUALES ASOCIADOS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Capacidad de comunicación</li> <li>✓ Capacidad de escuchar</li> <li>✓ Espíritu de observación</li> <li>✓ Dotes de mando</li> <li>✓ Actitud crítica</li> <li>✓ Habilidad para negociar</li> </ul>		
<b>REQUISITOS DE ENTRADA AL PERFIL</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Conocimiento previo de la empresa</li> <li>✓ Estudios en administración o áreas afines</li> <li>✓ Experiencia mínima de 5 años en sector textil</li> <li>✓ Emprendedor</li> <li>✓ Preferiblemente casado</li> <li>✓ Manejo de sistemas informáticos</li> </ul>		


	<b>PERFIL DEL PUESTO</b>	- 5 -
	<b>SUB - GERENTE</b>	Diciembre 2011
<b>COMPETENCIAS FUNCIONALES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Asesorar al gerente general y a las demás dependencias del nivel directivo de la empresa, en asuntos jurídicos y administrativos.</li> <li>✓ Ejercer la representación de la empresa en los procesos interés.</li> <li>✓ Resolver consultas que formulen los trabajadores de la entidad o los particulares, sobre las funciones constitucionales y legales de la misma.</li> <li>✓ Elaborar los contratos y convenios que deba celebrar la empresa</li> <li>✓ Seleccionar, contratar y entrenar personal administrativo</li> <li>✓ Revisar periódicamente el potencial de la empresa</li> <li>✓ Levantar actas laborales</li> <li>✓ Elaborar y redactar informe u oficios requeridos</li> </ul>		
<b>ASPECTO CONDUCTUALES ASOCIADOS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Alto sentido de responsabilidad y honorabilidad</li> <li>✓ Capacidad de organización</li> <li>✓ Capacidad para coordinar grupo de trajo</li> <li>✓ Actitudes positivas en relaciones interpersonales</li> <li>✓ Estabilidad y control emocional</li> <li>✓ Acostumbrado a trabajar bajo presión y por objetivos</li> <li>✓ Capacidad de toma de decisiones</li> <li>✓ liderazgo</li> </ul>		
<b>REQUISITOS DE ENTRADA AL PERFIL</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Conocimiento previo de la empresa</li> <li>✓ Estudios en administración o áreas afines</li> <li>✓ Experiencia mínima de 5 años en sector textil</li> <li>✓ Emprendedor</li> <li>✓ Preferiblemente casado</li> <li>✓ Manejo de sistemas informáticos</li> </ul>		

	<b>PERFIL DEL PUESTO</b>	- 6 -
	<b>JEFE DE VENTAS</b>	Diciembre 2011
<b>COMPETENCIAS FUNCIONALES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ planeación y presupuesto de ventas.</li> <li>✓ determinación del tamaño y estructura de la organización de ventas.</li> <li>✓ reclutamiento, selección y entrenamiento de la fuerza de ventas.</li> <li>✓ distribución de los esfuerzos de ventas y establecimiento de las cuotas de ventas.</li> <li>✓ compensación, motivación y dirección de la fuerza de ventas.</li> <li>✓ análisis del volumen de ventas, costos y utilidades.</li> <li>✓ medición y evaluación del desempeño de la fuerza de ventas.</li> <li>✓ monitoreo del ámbito de la comercialización.</li> </ul>		
<b>ASPECTO CONDUCTUALES ASOCIADOS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ alto sentido de responsabilidad y honorabilidad.</li> <li>✓ capacidad de respuesta a la demanda del cliente.</li> <li>✓ actitudes positivas en las relaciones entre clientes</li> <li>✓ acostumbrado a trabajar bajo presión y por objetivos.</li> <li>✓ capacidad de toma de decisiones</li> <li>✓ liderazgo</li> </ul>		
<b>REQUISITOS DE ENTRADA AL PERFIL</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ edad: de 25 a 35 años</li> <li>✓ sexo masculino</li> <li>✓ estado civil casado</li> <li>✓ estudios profesionales en administración o carreras afines.</li> <li>✓ experiencia mínima de dos años</li> </ul>		


	<b>PERFIL DEL PUESTO</b>	- 7 -
	<b>JEFE DE RECURSO HUMANO</b>	Diciembre 2011
<b>COMPETENCIAS FUNCIONALES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ responsable por la planeación, organización, liderazgo y control de los recursos.</li> <li>✓ planeación: incluye la definición de metas, establecimiento de estrategias y el desarrollo de planes para coordinar actividades.</li> <li>✓ organización: determina qué tareas han de realizarse, quién las efectuará, quien reporta a quien y dónde se tomarán las decisiones.</li> <li>✓ liderazgo: incluye la motivación de los colaboradores, seleccionar los canales de comunicación más eficaces y resolver conflictos.</li> <li>✓ control: seguimiento de las actividades para asegurarse de que se realicen de acuerdo a lo planeado y corregir cualquier desviación significativa.</li> </ul>		
<b>ASPECTO CONDUCTUALES ASOCIADOS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Debe poseer habilidades técnicas, humanas y conceptuales que le permitan dirigir adecuadamente el recurso humano que tiene a su cargo.</li> <li>✓ debe poseer visión estratégica, capacidad concertadora, integradora, innovadora y sobre todo desarrollar un estilo de liderazgo que se ajuste a las necesidades y requerimientos de la cultura organizacional de la empresa en que desempeñe.</li> <li>✓ capacidad de adaptación rápidamente a los cambios del ambiente, tomando los cursos de acción más conveniente para solucionar los problemas.</li> </ul>		
<b>REQUISITOS DE ENTRADA AL PERFIL</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Educación: requiere grado universitario a nivel de licenciatura en administración de empresas, psicología industrial, ingeniería industrial o administración de recursos humanos.</li> <li>✓ Experiencia: requiere de 3 años de experiencia en administración de aspectos referentes al recurso humano</li> </ul>		


	PERFIL DEL PUESTO	- 8 -
	<b>JEFE DE PRODUCCIÓN</b>	Diciembre 2011
<b>COMPETENCIAS FUNCIONALES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Elaborar entradas y salidas de Activos fijos.</li> <li>✓ Optimizar los Recursos y procesos.</li> <li>✓ Verificar las actividades Plasmadas en los documentos,</li> <li>✓ Apegándose a los sistemas de Calidad.</li> <li>✓ supervisar las funciones de los Subordinados.</li> <li>✓ informar el cambio de Actividades.</li> <li>✓ disponibilidad de horario</li> <li>✓ Desarrollar e implementar el mejor método de trabajo</li> <li>✓ Informar a los supervisores los cambios en métodos.</li> <li>✓ Dirigir las actividades de los supervisores..</li> </ul>		
<b>ASPECTO CONDUCTUALES ASOCIADOS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Responsable</li> <li>✓ Organizado</li> <li>✓ Capacidad de liderazgo</li> <li>✓ Capacidad toma de decisiones</li> <li>✓ Observador</li> <li>✓ Actitud critica</li> <li>✓ Perfeccionista</li> </ul>		
<b>REQUISITOS DE ENTRADA AL PERFIL</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ edad: de 25 a 35 años</li> <li>✓ sexo: indistintivo</li> <li>✓ estado civil casado</li> <li>✓ estudios profesionales en administración, costura y estadística.</li> <li>✓ experiencia mínima de tres años.</li> <li>✓ Conocimiento y manejo de maquinas de costura</li> </ul>		

	PERFIL DEL PUESTO	- 9 -
	JEDE DE BODEGA	Diciembre 2011
<b>COMPETENCIAS FUNCIONALES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Encargado de manejar los inventarios de entrada y salida de la producción</li> <li>✓ Controlar la rotación de mercancías</li> <li>✓ Organizar los productos por referencias</li> <li>✓ Despacho de pedidos emitidos por el representante de ventas</li> <li>✓ Recibimiento de materias primas</li> <li>✓ Organización de insumos</li> </ul>		
<b>ASPECTO CONDUCTUALES ASOCIADOS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Actitud tranquila y paciente</li> <li>✓ Organizada</li> <li>✓ Alto sentido de Responsabilidad</li> <li>✓ Actitud de respeto con sus superiores</li> <li>✓ Actitud honesta</li> <li>✓ Integridad ética y moral</li> </ul>		
<b>REQUISITOS DE ENTRADA AL PERFIL</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Edad :25 a 35 años</li> <li>✓ Sexo: masculino</li> <li>✓ Apariencia fuerte</li> <li>✓ Experiencia de 2 años en el manejo de inventarios</li> <li>✓ Manejo de sistemas informático</li> </ul>		

	<b>PERFIL DEL PUESTO</b>	- 10 -
	<b>DISEÑADOR(A)</b>	Diciembre 2011
<b>COMPETENCIAS FUNCIONALES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Proponer prendas de vestir exclusivas para cristianas manteniendo un estilo discreto y conservador.</li> <li>✓ Encargado de diseñar las colecciones de la empresa</li> <li>✓ Entregar a la alta dirección de bosquejos de la colección</li> <li>✓ Busca de materiales e insumos apropiados para la colección</li> </ul>		
<b>ASPECTO CONDUCTUALES ASOCIADOS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Capacidad de organización y gestión independiente</li> <li>✓ Conocimiento de programas informáticos</li> <li>✓ Conocimientos en patronaje, corte, confección</li> <li>✓ Experiencia en departamento de compras de prendas, tejidos, fornituras</li> <li>✓ Experiencia con proveedores</li> <li>✓ Experiencia en compras de muestras de ropa</li> <li>✓ Experiencia en viajes a ferias de ropa, tejidos.</li> <li>✓ Persona creativa</li> <li>✓ Capacidad de innovación</li> </ul>		
<b>REQUISITOS DE ENTRADA AL PERFIL</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ edad: de 25 a 35 años</li> <li>✓ sexo: indistintivo</li> <li>✓ estado civil casado</li> <li>✓ estudios profesionales en diseños de modas</li> <li>✓ experiencia mínima de tres años.</li> <li>✓ Conocimiento y manejo de maquinas de alta costura</li> </ul>		

	<b>PERFIL DEL PUESTO</b>	- 11 -
	<b>OPERARIO DE PRODUCCIÓN</b>	Diciembre 2011
<b>COMPETENCIAS FUNCIONALES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Desempeñar las tareas dadas por el jefe de producción ya sea corte ensamble, planchado, tiqueteo de manera eficiente y cumplida. Manteniendo los parámetros de calidad que maneje la empresa con respecto a cada sección.</li> <li>✓ Mantener la zona de trabajo aseada y libre de obstrucciones que puedan generar un accidente.</li> <li>✓ Responder por la preservación del producto y mantener los cuidados necesarios para su entrega final.</li> <li>✓ Controlar tiempo de trabajo</li> </ul>		
<b>ASPECTO CONDUCTUALES ASOCIADOS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Manejar buenas relaciones interpersonales</li> <li>✓ Actitud de trabajo en equipo</li> <li>✓ Mantener una actitud de respeto hacia sus superiores</li> <li>✓ Perfeccionista en sus procesos</li> <li>✓ Actitud de organización</li> <li>✓ Integridad ética y moral</li> </ul>		
<b>REQUISITOS DE ENTRADA AL PERFIL</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Experiencia mínima de 5 años en sector textil</li> <li>✓ Experiencia en el puesto de trabajo mínimo de un años</li> <li>✓ Conocimientos respectivos del puesto a ejercer.</li> </ul>		

	<b>PERFIL DEL PUESTO</b>	- 12 -
	<b>JEFE DE MANTENIMIENTO</b>	Diciembre 2011
<b>COMPETENCIAS FUNCIONALES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Supervisa el mantenimiento de las instalaciones.</li> <li>✓ Ordena y supervisa la reparación de equipos.</li> <li>✓ Estima el tiempo y los materiales necesarios para realizar las labores de mantenimiento y reparaciones.</li> <li>✓ Elabora notas de pedidos de materiales y repuestos.</li> <li>✓ Planifica, coordina y controla el mantenimiento preventivo y correctivo de equipos y sistemas eléctricos, electrónicos y/o mecánicos</li> </ul>		
<b>ASPECTO CONDUCTUALES ASOCIADOS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Persona organizada</li> <li>✓ Precavida para el deterioro de las maquinas</li> <li>✓ Responsable de llevar un control permanente en los equipos</li> <li>✓ Recursiva en el manejo de gastos</li> <li>✓ Experiencias en el manejo de maquinas de coser de toda clase</li> <li>✓ Destrezas en el uso de herramientas y equipos utilizados en la actividad.</li> </ul>		
<b>REQUISITOS DE ENTRADA AL PERFIL</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Hombre 35 años</li> <li>✓ Estado civil: cualquiera</li> <li>✓ Bachiller</li> <li>✓ Estudios en mantenimientos de equipos y maquinas</li> <li>✓ Experiencia 2 años</li> </ul>		

	PERFIL DEL PUESTO	- 4 -
	<b>JEFE DE CALIDAD</b>	Diciembre 2011
<b>COMPETENCIAS FUNCIONALES</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Proponer y supervisar la inclusión de actividades e indicadores de calidad en los planes institucionales.</li> <li>✓ Asesorar y orientar sobre métodos, normas y otros dispositivos propios del sistema de calidad.</li> <li>✓ Dirigir, planificar, organizar y realizar el proceso de implementación de estrategias, metodologías e instrumentos de calidad y mejora continua de los procedimientos internos.</li> <li>✓ Desarrollar técnicas y herramientas que propicien el incremento de calidad en los servicios que ofrece la institución.</li> <li>✓ Programar, dirigir, monitorear, supervisar y evaluar procesos de mejoramiento de calidad de los servicios que provee la institución.</li> </ul>		
<b>ASPECTO CONDUCTUALES ASOCIADOS</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Excelentes relaciones interpersonales</li> <li>✓ Actitud de organización y responsabilidad</li> <li>✓ Actitud de trabajo en equipo</li> <li>✓ Perfeccionista en su trabajo</li> <li>✓ Orientación a resultados</li> <li>✓ Capacidad de liderazgo</li> </ul>		
<b>REQUISITOS DE ENTRADA AL PERFIL</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Género: indiferente</li> <li>✓ Profesional en áreas administrativas</li> <li>✓ Estudios relacionados con el sistema de gestión de la calidad (cursos, diplomados)</li> <li>✓ Experiencia :mínimo 1 año</li> <li>✓ Manejo de herramientas de office</li> <li>✓ Facilidad para expresarse</li> </ul>		

## Anexo F. Acta conformación del comité



En la ciudad de Bucaramanga el día 31 de marzo del 2011 en las instalaciones de producción de la empresa Frank Bolier se llevo a cabo la reunión de conformación del comité de calidad y el representante de la dirección donde se desarrollo lo siguiente:

A los candidatos para conformar el comité se les informo acerca de sus funciones en el proceso tales como:

- ✓ Asegurar el diseño, implementación, seguimiento y mejora continua del SGC.
- ✓ Promover al interior de la empresa la concientización de los requisitos del cliente y del mejoramiento continuo
- ✓ Participar en la planeación estratégica de la empresa
- ✓ Atender sugerencias, quejas o reclamos y realizar el respectivo seguimiento y las acciones tomadas al respecto.


<b>NOMBRE</b>	<b>CARGO</b>	<b>FIRMA</b>
<b>Olga María Gómez</b>	Diseñadora	
<b>Carlos Eduardo Gómez</b>	Administrador	
<b>Martha Gómez</b>	Jefe punto de venta	
<b>Cesar Gómez</b>	Representante de ventas	
<b>Andrein Laguado</b>	Practicantes de grado	
<b>Ana María Medina</b>	Practicantes de grado	

Para el nombramiento del representante de calidad se hizo de manera democrática donde el gerente estuvo de acuerdo que la representante de la dirección fuera Olga María Gómez Peña

A continuación se le dan a conocer sus responsabilidades y autoridad en el sistema de gestión de calidad

- Asegurarse de que se establezcan, implementan y mantienen los procesos necesarios para el sistema de gestión de la calidad.
- Informar a la alta dirección sobre el desempeño del sistema de gestión de la calidad y de cualquier necesidad de mejora
- Asegurarse de que se promueva la toma de conciencia de los requisitos del cliente en todos los niveles de la organización.

## Anexo G. Revisión por la dirección

	<i>Procedimiento:</i>	<i>Código P-RD-03</i>
	<b>REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN</b>	<i>Versión: 0</i>
		<i>Fecha:</i>

### OBJETIVO

Contar con un procedimiento que describa las actividades necesarias para realizar la revisión por la Dirección, y mantener el SGC en una mejora continua.

### ALCANCE

El alcance de este procedimiento cubre a las siguientes funciones que participan dentro del comité de control gerencial: Gerente General, Coordinador de Producción, Director Administrativo, Jefe de Compras, Director en sistemas y coordinador de operaciones.

### RESPONSABILIDADES

#### **Gerente General / Director General**

Revisar, autorizar y vigilar las solicitudes y formulaciones de mejora que dispongan los integrantes del comité. Estar atento a las asignaciones formuladas durante la reunión del comité y vigilar su seguimiento y cierre.

Establecer las directrices de actuación para la organización a través de los integrantes del comité.

	<p align="center"><b>Procedimiento:</b> <b>REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN</b></p>	<p><b>Código P- RD-03</b></p> <hr/> <p><b>Versión: 0</b></p> <hr/> <p><b>Fecha:</b></p>
---	--	---

**RESPONSABLE DEL SGC**

Elaborar el informe para la revisión, el Acta de reunión, notificar a los miembros del comité Gerencial, así como dar seguimiento al cierre de las acciones comprometidas en sesiones anteriores.

**MIEMBROS DEL COMITÉ GERENCIAL**

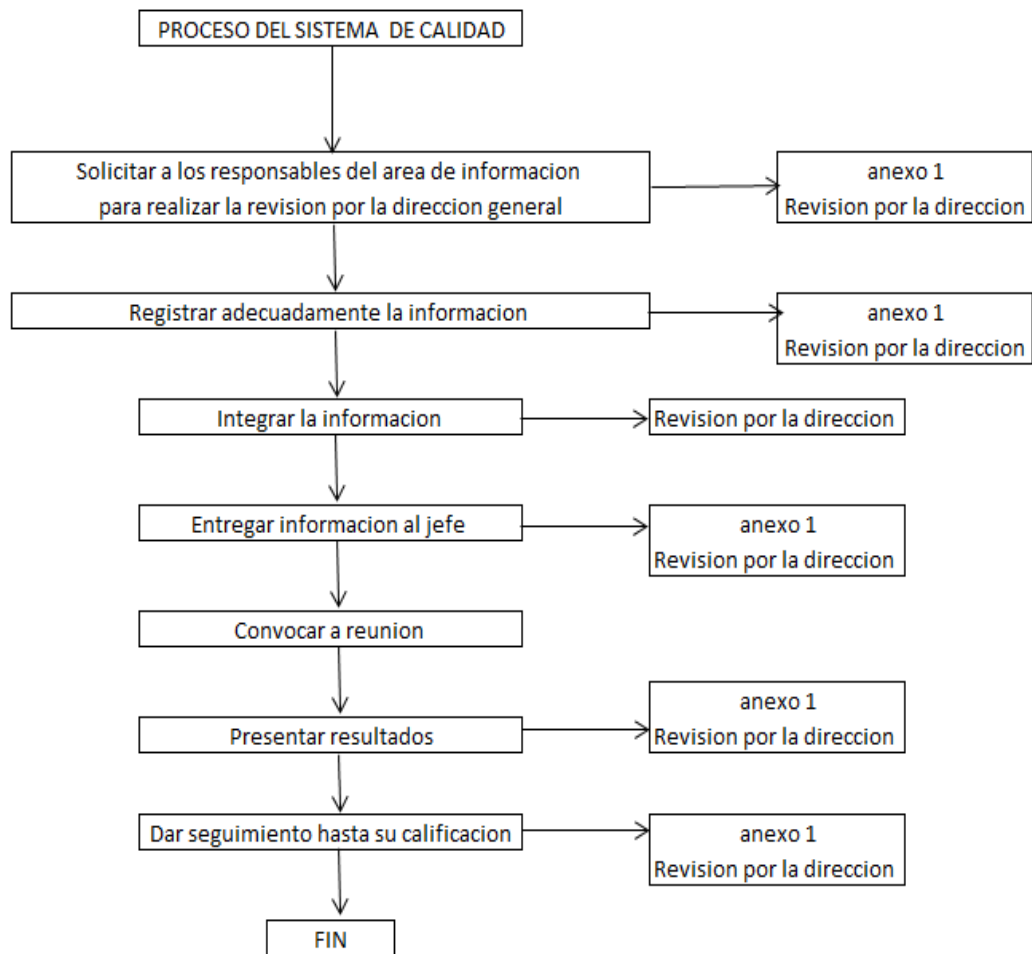
Analizar los informes para revisión previamente a la reunión, revisar los temas propuestos, definir acciones, responsables, plazos y recursos para su implementación. Comunicar las acciones definidas por el Comité gerencial, al personal a su cargo que sea responsable de implementarlas.

**DIAGRAMA DE FLUJO**

El diagrama de flujo a continuación explica todas las actividades a realizar en el proceso de revisión por la dirección.

	<b>Procedimiento:</b> <b>REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN</b>	<b>Código P- RD-03</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Fecha:</b>

### Procedimiento revisión por la dirección



	<b>Procedimiento:</b>	<b>Código P- RD-03</b>
	<b>REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN</b>	<b>Versión: 01</b>
		<b>Fecha:</b>

## DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

Paso	Responsable	Actividad	Documento de trabajo No. De control
1	Representante de la Dirección	Solicita a los Responsables de área o integrantes del comité requisen adecuadamente El formato datos de entrada para la revisión por la Dirección. Esto se hace en promedio cada 6 Meses, un mes después de realizada la auditoría interna.	Anexo 1 Datos de entrada
2	Jefes de Departamento/ Responsables de área	Requisita adecuadamente los datos de entrada por la revisión solicitados en el Reporte e Integran la misma al Representante de la Dirección.	Anexo 1 Datos de entrada
3	Representante de la Dirección	Integra la información entregada por los responsables de área, para su fácil lectura e Interpretación por el Gerente General. Los datos de entrada contemplan los siguientes puntos: a) Resultados de auditorías internas; b) Retroalimentación de los clientes; c) Situación de las acciones correctivas y preventivas; d) Seguimiento de las acciones derivadas de Las revisiones anteriores de la Dirección. e) Desempeño de los Procesos y conformidad del producto f) Cambios que podrían afectar al Sistema de Gestión de la calidad g) Recomendaciones que se hagan para la Mejora.	Anexo 1 Datos de entrada (FO – RD -01)

<b>Paso</b>	<b>Responsable</b>	<b>Actividad</b>	<b>Documento de trabajo. N° de control</b>
4	Representante de la Dirección	Entrega al Gerente General la Información anterior y en conjunto revisan y se toman acciones y/o proporcionan recursos para la mejora del Sistema	Anexo 1 Datos de entrada (FO- RD -01
5	Representante de la Dirección	Convoca a reunión por parte del comité de calidad.	
6	Gerente General / Representante de la Dirección	Presentan Resultados de la Revisión así como los planes de acción ante el comité de calidad. Estos Resultados Incluyen: • Mejora de la eficacia del SGC y sus procesos. • Mejora del producto en relación con los requisitos del cliente; • Necesidades de recursos.	Anexo 1 Datos de entrada (FO –RD -01
7	Gerente General / Representante de la Dirección	Dan seguimiento a los planes de acción hasta su culminación. Con esta actividad termina el procedimiento.	

	<b>Procedimiento:</b>	<b>Código P- RD-03</b>
	<b>REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN</b>	<b>Versión: 0</b>
		<b>Fecha:</b>

<b>CONTROL DE DOCUMENTOS</b>
<b>REGISTROS</b>

<b>Código</b>	<b>Nombre</b>	<b>Responsable de diligenciarlo</b>	<b>Lugar almacenamiento</b>	<b>Recuperación</b>	<b>Tempo de retención</b>	<b>Disposición</b>
	<b>Formato Acta</b>			<b>Archivador al SGC</b>	<b>5 años</b>	<b>Archivo central</b>







<pre> graph TD     A{EVALUACION SATISFACTORIA?} -- NO --&gt; B[SE ARCHIVA HOJA DE VIDA]     A -- SI --&gt; C[CONTRATACION]     C --&gt; D[FIN] </pre>			TALENTO GESTORA DE TALENTO  JEFE DE CARGO A DESEMPEÑAR  JUNTA DIRECTIVA  JUNTA DIRECTIVA
ELABORO	REVISO	APROBÓ	
FECHA	FECHA	FECHA	



Frank Bolier®

## REGISTRO DE DATOS PERSONALES

F – DP-01

Versión: 0

FECHA:

NOMBRES Y APELLIDOS:

FOTO

PUESTO QUE OCUPA: \_\_\_\_\_

TIEMPO DE EXPERIENCIA: \_\_\_\_\_

DIRECCIÓN : \_\_\_\_\_ TELEFONO(S): \_\_\_\_\_


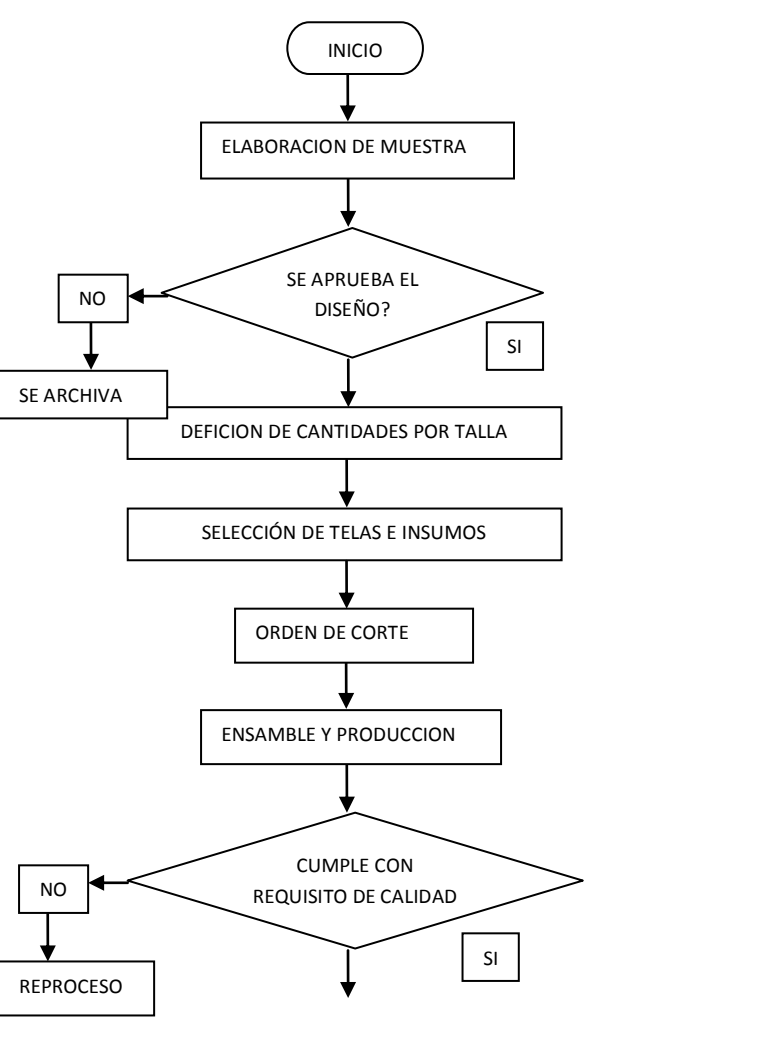
CORREO ELECTRÓNICO: \_\_\_\_\_

FECHA DE CUMPLEAÑOS \_\_\_\_\_

ESTADO CIVIL: \_\_\_\_\_

ESTUDIOS: PRIMARIOS \_\_\_ SECUNDARIOS \_\_\_ UNIVERSITARIOS : \_\_\_

### Anexo I. Proceso Operativo

	<b>PROCESO DE OPERATIVO</b>	<b>Código: P-OP-05</b>
	<b>PROCEDIMIENTO PARA LA ELABORACIÓN DE UNA PRENDA</b>	<b>VERSIÓN: 0</b>
		<b>PAGINA: 1 DE 3</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. OBJETIVO: Brindar información completa y actualizada acerca de la elaboración de un producto</li> <li>2. ALCANCE: este procedimiento será realizado por el jefe de producción y operarios</li> <li>3. DOCUMENTOS APLICABLES: Orden de corte.</li> </ol>		
<b>DIAGRAMA DE FLUJO</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
 <pre> graph TD     INICIO([INICIO]) --&gt; ELABORACION[ELABORACION DE MUESTRA]     ELABORACION --&gt; SE_APRUEBA{SE APRUEBA EL DISEÑO?}     SE_APRUEBA -- NO --&gt; SE_ARCHIVA[SE ARCHIVA]     SE_APRUEBA -- SI --&gt; DEFICION[DEFICION DE CANTIDADES POR TALLA]     DEFICION --&gt; SELECCION[SELECCIÓN DE TELAS E INSUMOS]     SELECCION --&gt; ORDEN[ORDEN DE CORTE]     ORDEN --&gt; ENSAMBLE[ENSAMBLE Y PRODUCCION]     ENSAMBLE --&gt; CUMPLE{CUMPLE CON REQUISITO DE CALIDAD}     CUMPLE -- NO --&gt; REPROCESO[REPROCESO]     CUMPLE -- SI --&gt; FIN([FIN])     </pre>	<p style="text-align: center;">DISEÑADOR</p> <p style="text-align: center;">JUNTA DIRECTIVA</p> <p style="text-align: center;">JEFE DE PRODUCCIÓN</p> <p style="text-align: center;">DISEÑADOR</p> <p style="text-align: center;">JEFE DE PRODUCCIÓN</p> <p style="text-align: center;">OPERARIOS</p> <p style="text-align: center;">JUNTA DIRECTIVA</p>	


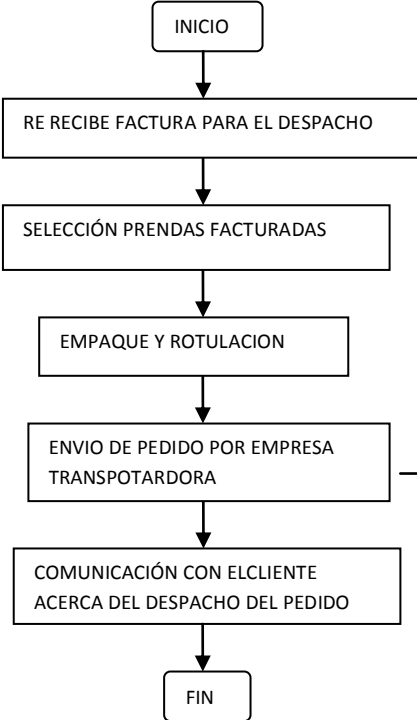
<pre> graph TD     A[PROCESO DE LAVANDERIA] --&gt; B[TERMINADOS]     B --&gt; C[PLANCHADO Y COLGADO]     C --&gt; D[ENTREGA A BODEGA (MARQUILLAS, TALLAS Y EMPAQUE)]     D --&gt; E[ALMACENAMIENTO]     E --&gt; F[DISTRIBUCION] </pre>		OPERARIO OPERARIO  OPERARIOS  AUXILIAR DE BODEGA  JEFE FE BODEGA	
ELABORO:	REVISO:	APROBÓ:	
FECHA:	FECHA:	FECHA:	







## Anexo J. Proceso de Logística y Distribución

	<b>PROCESO DE LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN</b>	CÓDIGO: P – LD-06
	<b>PROCEDIMIENTO PARA LA DISTRIBUCIÓN DE LA MERCANCÍA</b>	VERSIÓN: 0
		PAGINA: 1 DE 2
<p>1. OBJETIVO: Brindar información completa y actualizada de la distribución de la mercancía despachado por la empresa.</p> <p>2. ALCANCE: este procedimiento será realizado por auxiliar de despachos</p> <p>3. DOCUMENTOS APLICABLES: Factura</p>		
<b>DIAGRAMA DE FLUJO</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
	<p>BODEGA</p> <p>VENDEDOR</p> <p>AUX. DE BODEGA</p> <p>AUX. DE BODEGA</p> <p>VENDEDOR</p>	<p>SERVIENTREGA</p>
ELABORO:	REVISO:	APROBÓ:
FECHA:	FECHA:	FECHA:

Anexo K. Manual de servicio al cliente



M-SC-02

# **MANUAL DE SERVICIO AL CLIENTE**



*DISEÑOS FRANK BOLIER*

## INTRODUCCIÓN

A medida que pasan los años las tendencias de búsqueda de los usuarios han cambiado, no solo se quiere encontrar el producto con las características apropiadas y tal vez al precio deseado si no, un excelente servicio donde se pueda establecer un vínculo de confianza y de apoyo entre organización y cliente. De esta manera el usuario siempre va a preferir la organización que se lo brinde, por eso es tan importante que cada empresa tenga un sistema de calidad para poder cumplir con los requisitos del cliente tanto en producto como servicio.

Este valor agregado que las empresas comienzan a brindar hacen que surja una competencia mayor entre las mismas porque antes se creía que diseñando, elaborando y produciendo el mejor producto todo lo demás era menos importante pero los problemas comenzaron a llegar cuando ese producto tan excelente era ofrecido por una persona que no poseía las habilidades para tener buenas relaciones interpersonales por ello el cliente en muchas ocasiones desistía de comprar el producto, pero hoy en día buscando métodos de fidelización cada una de ellas ofrecer una mejor comunicación y atención hacia sus clientes.

El propósito de este manual es describir las políticas y las técnicas de un servicio al cliente exitoso para que cada miembro de la organización diseñen Frank Bolier los posea y los ejecute de manera eficiente.

## **OBJETIVO**

El objetivo del manual de servicio al cliente es brindar una estructura y formación en el manejo adecuado de comunicación y trato hacia los clientes, queriendo así involucrar a todos los miembros de la organización diseños Frank Bolier para que se puedan capacitar en brindarle una información oportuna de acuerdo a las necesidades los clientes.

## **MARCO CONCEPTUAL**

Que es el servicio al cliente?<sup>8</sup>

Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo, El servicio al cliente es una potente herramienta de marketing.

a) Que servicios se ofrecerán:

Para determinar cuáles son los que el cliente demanda se deben realizar encuestas periódicas que permitan identificar los posibles servicios a ofrecer, además se tiene que establecer la importancia que le da el consumidor a cada uno. Debemos tratar de compararnos con nuestros competidores más cercanos, así detectaremos verdaderas oportunidades para adelantarnos y ser los mejores.

b) Qué nivel de servicio se debe ofrecer:

Ya se conoce que servicios requieren los cliente, ahora se tiene que detectar cantidad y calidad que ellos desean, para hacerlo, se puede recurrir a varios elementos, entre ellos; compras por comparación, encuestas periódicas a consumidores, buzones de sugerencias, número 800 y sistemas de quejas y

---

<sup>8</sup> [www.empresariorural.com](http://www.empresariorural.com)

reclamos. Los dos últimos bloques son de suma utilidad, ya que maximizan la oportunidad de conocer los niveles de satisfacción y en qué se está fracasando.

c) Cuál es la mejor forma de ofrecer los servicios

Se debe decidir sobre el precio y el suministro del servicio, por ejemplo, cualquier fabricante de PC's tiene tres opciones de precio para el servicio de reparación y mantenimiento de sus equipos, puede ofrecer un servicio gratuito durante un año o determinado período de tiempo, podría vender aparte del equipo como un servicio adicional el mantenimiento o podría no ofrecer ningún servicio de este tipo; respecto al suministro podría tener su propio personal técnico para mantenimiento y reparaciones y ubicarlo en cada uno de sus puntos de distribución autorizados, podría acordar con sus distribuidores para que estos prestaran el servicio o dejar que firmas externas lo suministren.

#### Elementos Del Servicio Al Cliente

- ✚ Contacto cara a cara
- ✚ Relación con el cliente
- ✚ Correspondencia
- ✚ Reclamos y cumplidos
- ✚ Instalaciones

La importancia del buen servicio: Un buen servicio al cliente puede llegar a ser un elemento promocional para las ventas tan poderosas como los descuentos, la publicidad o la venta personal. Atraer un nuevo cliente es aproximadamente seis veces más caro que mantener uno. Por lo que las compañías han optado por poner por escrito la actuación de la empresa. Se han observado que los clientes son sensibles al servicio que reciben de sus suministradores, ya que significa que el cliente obtendrá a las finales menores costos de inventario. Contingencias del

servicio: el vendedor debe estar preparado para evitar que las huelgas y desastres naturales perjudiquen al cliente. Todas las personas que entran en contacto con el cliente proyectan actitudes que afectan a éste el representante de ventas al llamarle por teléfono, la recepcionista en la puerta, el servicio técnico al llamar para instalar un nuevo equipo o servicio en la dependencias, y el personal de las ventas que finalmente, logra el pedido. Consciente o inconsciente, el comprador siempre está evaluando la forma como la empresa hace negocios, cómo trata a los otros clientes y cómo esperaría que le trataran a él.

### **PRINCIPIOS DE SERVICIO AL CLIENTE**

Diseños Frank Bolier ha determinado unos principios de servicio al cliente como base para una mejor relación, comunicación y compromiso demostrando así lo importancia del cliente frente a la organización.

- **Prioridad:** se debe ofrecer una disposición total en cualquier momento, no importando el momento ni la hora y dejando toda actividad para poderlo atender de esta siendo consientes que el cliente siempre será la razón de una organización y por lo tanto no deberá ser una interrupción atenderle.
- **Compromiso:** lo miembros de la organización deben estar comprometidos en brindarle siempre solución a sus problemas y necesidades facilitándole al cliente una respuesta rápida y oportuna.
- **Credibilidad:** la persona encargada en atender al cliente debe reflejar confianza y seguridad, dirigiéndose a él con veracidad de acuerdo a las preguntas formuladas por el mismo.

- Comunicación Eficiente: no importa el medio mediante se logre la comunicación con el cliente esta debe ser provechosa, que el cliente se sienta satisfecho brindándole claridad y excelente orientación para lo que pregunte, evitando tecnicismo y ofreciéndole un lenguaje sencillo y de fácil entendimiento.
- Mejora continua: En el momento de alguna no conformidad por parte del cliente, se le agradecerá su valiosa sugerencia o aporte y se tomara en cuenta para mejorar.

## **REQUISITOS DEL CLIENTE**

Para cumplir con las necesidades y expectativas de los clientes, diseños Frank Bolier realizó un sondeo de los requisitos del cliente hacia el producto para que la responsabilidad la adquiriera todos los miembros de la organización en sus actividades dirigiéndose siempre hacia una mejora continua de sus procesos.

A continuación los requisitos:

- ✚ Calidad en el producto
- ✚ Garantía de duración
- ✚ Confiabilidad en el producto y servicio
- ✚ Rapidez en el servicio
- ✚ Utilidad y comodidad del producto
- ✚ Asesoría permanente
- ✚ Respuesta oportuna a inquietudes.

## **PAUTAS PARA DIRIGIRSE A UN CLIENTE**

Son elementos sencillos que en el momento de llevarlos a cabo pueden ser provechosos para la satisfacción del cliente con el servicio, así que de manera general a continuación se describirán algunos de ellos.

1. Oriente su atención
2. Identifíquese
3. Aproveche sus conocimientos
4. Mantenga una actitud positiva
5. Cuide su imagen
6. Sea cortes
7. Exprese correctamente
8. Inspire confianza sin familiarizarse

## **PROTOCOLOS Y TIPOS DE COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE**

Existen diferentes tipos de comunicación con el cliente, estas pueden ser personalmente o cara a cara que es cuando el cliente se le acerca a pedirle información directamente, una comunicación telefónica donde el cliente llama y es atendido por algún miembro de la organización y una comunicación escrita donde deja expresa sus inquietudes mediante un papel por ejemplo se usaría en esta caso el buzón de sugerencias.

Comunicación personal:

- ✓ Cuando el cliente entre al almacén a preguntar por alguna prenda de vestir el vendedor primero debe saludar a si el cliente en un principio no lo haga esto hará que se lleve una impresión de cortesía por parte del vendedor.

- ✓ Mirar a los ojos cuando el cliente le este solicitando alguna cosa, evitar distraerse y demostrar que siempre está escuchando.
- ✓ Ofrezcale otras opciones de compra si en el momento no encuentra lo que está buscando, sea hábil y mencione los beneficios del producto así el cliente se sentirá atendido.
- ✓ Dirigirse en un lenguaje claro y entendible para que no queden dudas, si es necesario repítale la información.
- ✓ Despídase y mantenga una actitud cordial para que el cliente se lleve una buena impresión.

### **Comunicación Telefónica**

El teléfono es un medio de comunicación cada vez más utilizado, ya que permite al cliente acceder de forma sencilla y rápida. Esta atención juega un papel muy importante porque desde el punto de vista cliente y proveedor este le permite concretar solicitud de pedidos así que es de suma importancia demostrar por teléfono una imagen profesional y con excelente comunicación.

A continuación se dará a conocer las pautas a tener en cuenta:

- ✓ No permita que el teléfono repique hasta tres veces
- ✓ Siempre conteste saludando y ofreciendo su colaboración
- ✓ Adaptar el tono de voz a las diferentes circunstancias

En la toma de contacto de la llamada debe adoptarse un tono cálido y acogedor. Para detectar necesidades ha de emplearse un tono que denote interés y

escucha activa. Si estamos argumentando usaremos un tono que demuestre conocimiento del tema y seguridad. Si deseamos persuadir al usuario emplearemos un tono sugerente que invite a la acción. Cuando nos veamos obligados a poner objeciones utilizaremos un tono más bien bajo, pero sincero y convincente. Ante cualquier reclamación debe utilizarse un tono conciliador y tranquilizante.

- ✓ Hablando con nitidez y articulando bien las palabras

Una buena articulación se logra abriendo bien la boca. Procurar no evitar decir algunas palabras o frases al dar por hecho que el usuario debe conocerlas. Es recomendable hablar a unos tres centímetros de distancia del auricular.

#### Comunicación escrita

En diseños Frank Bolier se comunica con sus clientes mediante catálogos enviándoles toda la información en cuanto a las nuevas colecciones incluye fotos, los colores de las prendas, descripciones y precios.

Las siguientes recomendaciones contribuyen a potenciar la efectividad del mensaje:

- ✓ Los mensajes deben ser cortos y simples
- ✓ Deben comenzar por una frase que sea impactante
- ✓ No utilizar vocabulario especializado o palabras técnicas
- ✓ Los colores deben ser acordes y no sobrecargar.

## **ADMINISTRACIÓN DE SUGERENCIAS, QUEJAS Y RECLAMOS**

### Herramientas

#### a) Buzón de sugerencias

Diseños Frank Bolier está comprometido con las necesidades y requisitos del cliente por ende está atento a cualquier queja o reclamo que se pueda presentar por parte del mismo. Una de las maneras es mediante el buzón de sugerencias, quejas y reclamos que está ubicado en todos los almacenes de venta y cuando este quiera utilizarlo solicitara a la administradora del almacén el formato donde lo llenara respectivamente y luego se depositara en el buzón, esta manera permite que el comentario sea anónimo pero sincero. La revisión de los comentarios en el buzón será cada final de mes y será socializado con el jefe de puntos de venta.

#### b) Red social


Diseños Frank Bolier cuenta actualmente con una cuenta en Facebook llamada “estilos Frank Bolier” esto facilita la comunicación de los clientes fieles y potenciales allí ellos pueden dejar sus comentarios en el “muro” o mediante mensajes privados, estos son revisados diariamente por la persona encargada y luego notificados.

#### c) línea telefónica

Aunque es poco común, han habido casos en que el cliente se tome el tiempo de llamar a la empresa para exponer su comentario, de igual manera es atendido y luego notificado a la misma.

## Acciones

Por cualquier medio que el cliente tenga para hacer la sugerencia, queja o reclamo es notificado a la alta dirección donde se maneja el procedimiento para acciones correctivas y preventivas P-AC-01 y la junta directiva toma acciones de acuerdo a la situación que se maneje con cada cliente para que haya una mejora y así mismo toma acciones que prevengan unas situaciones similares evitando así molestias e incomodidades para los clientes.

	<p style="text-align: center;">FORMATO DE BUZÓN DE SUGERENCIAS, QUEJAS Y RECLAMOS</p>	Código: F-Bs-01
		Versión: 0
		Fecha: 7 de febrero 2012

Fecha: \_\_\_\_\_

Nombre: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_

Email: \_\_\_\_\_

 No es obligatorio su información

Motivo de la sugerencia, queja y reclamo

\_\_\_\_\_ calidad del producto

\_\_\_\_\_ Precios

\_\_\_\_\_ Atención del personal

\_\_\_\_\_ Instalaciones

\_\_\_\_\_ Tiempo de entrega

\_\_\_\_\_ Otros

Haga un relato de los hechos

---



---



---



---

*Agradecemos sus observaciones y serán atendidas lo más pronto posible*

## CONCLUSIÓN

El servicio al cliente siempre seguirá siendo una herramienta importante para tener una relación exitosa con los clientes y satisfacer sus necesidades de una manera más personalizada la cual nos permitirá tener una mejora continua en los procesos y así cumplir sus requisitos.



M-CP-03

# MANUAL DE COMPRAS



*DISEÑOS FRANK BOLI*

## INTRODUCCIÓN

Para una organización es de suma importancia tener muy bien estructurado el departamentos de compras, no solo porque se abastezca la empresa en cuestión de materias primas, si no que van entrelazados con otros departamentos tales como: producción, ventas, finanzas, logística y en esa unión es donde radica la diferencia de comprar y saber comprar. Ya que este departamento es una pieza fundamental en la organización, por eso es necesario estandarizar sus procesos y procedimientos mediante un manual de compras que servirá como guía, en cada ocasión que se requieran insumos y así elegir al proveedor que nos ofrezca mejor producto y mejor precio, manteniendo de esta manera una excelente organización se obtendrán ventajas competitivas que ayudaran a lograr el éxito empresarial.

## MISIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMPRAS

*Facilitar y Mantener la adquisición de insumos cumpliendo con tres requisitos tales como: calidad, precio y funcionalidad por medio del trabajo en equipo ofreciendo compromiso y eficiencia*

## VISIÓN DEL DEPARTAMENTO DE COMPRAS

*Poseer acuerdos comerciales duraderos con los mejores proveedores y mantener una mejora continua en sus procesos.*

## POLÍTICAS DE COMPRAS EN DISEÑOS FRAN BOLIER

El diseño de las políticas permitirá llevar a la empresa un estilo de gestión que garantice eficiencia y responsabilidad ante cualquier compra que se genere.

- Cualquier compra de insumos debe ser consultada y autorizada por la junta directiva.
- Negociar descuentos y condiciones de pago
- Conocer trayectoria del proveedor
- Mantener el abastecimiento adecuado de insumos
- Bajo ninguna circunstancia se disminuirá la calidad en los insumos
- No se permitirán desperdicio de materia primas
- Cada insumo será inventariado al departamento de producción


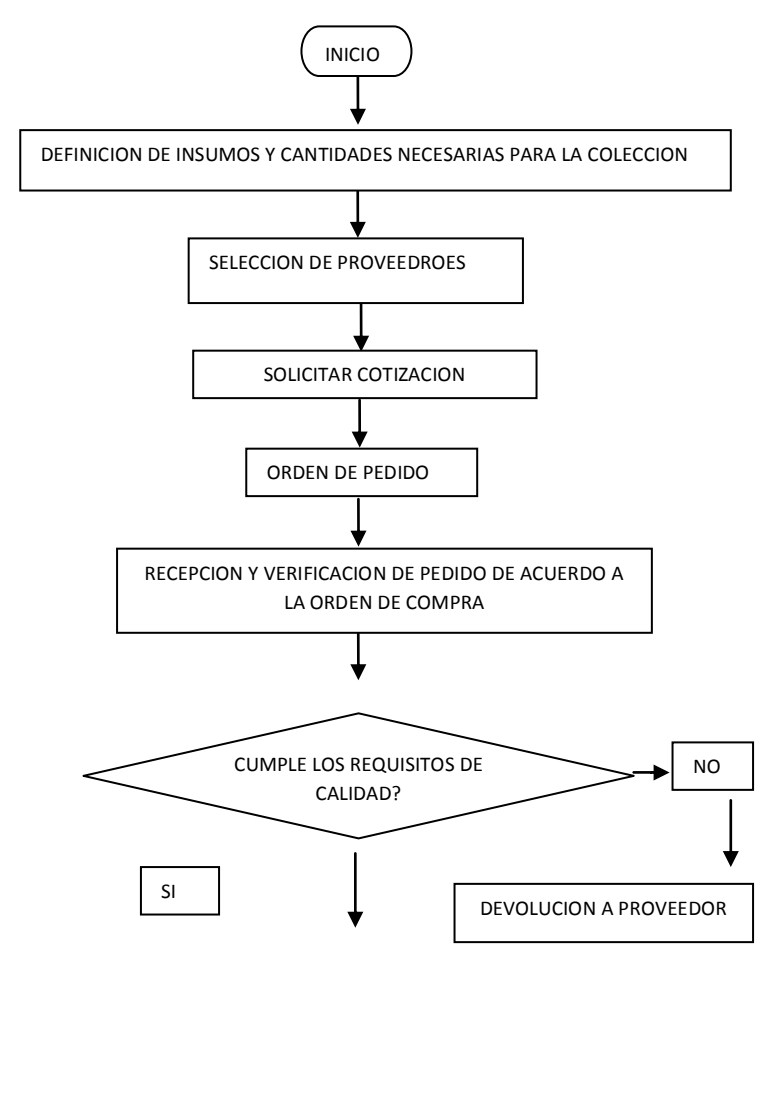
## **CARACTERÍSTICAS DE PROVEEDORES**

Diseños Frank Bolier decidirá seleccionar a sus proveedores teniendo en cuenta las siguientes características:

- Que sus productos tengan la calidad satisfactoria:  
La empresa siempre dará prioridad a que las materias primas o insumos pedidos cumplan y mantengan sus estándares de calidad para cumplir con los requisitos del cliente y así generan satisfacción en el.
- Que envíe el pedido oportunamente:  
Los retrasos de una pedido pueden generar tiempos ociosos en la organización, por ende pérdida de tiempo y dinero, por ello se tomara en cuenta aquellos proveedores que posean alta responsabilidad con las fechas de entregas de insumos.
- El precio, que sea el más bajo:  
Aunque esto es relativo debido a la fuerte competencia de precios en el mercado siempre se busca al proveedor que posea el mismo servicio o insumos con el mejor precio, pero esto solo aplicara cuando la empresa tenga certeza y haya probado que la calidad no desmejora en el insumo.
- El servicio que preste sea excelente:  
El proveedor siempre deberá estar interesado en atender al cliente y ofrecerle sus productos dejando la tarjeta de presentación con los números telefónicos dado el caso de llamar si el cliente así lo necesita. Deberá ser sincero con respecto a las características que ofrezca de sus productos permitiendo una confianza hacia el cliente.
- Garantía de productos:  
Cuando las materias primas compradas vengan con imperfectos el proveedor garantizara una devolución de la misma y posiblemente una nueva entrega o llegara a un acuerdo de reembolso con el cliente.

## **PROCESO DE COMPRAS**

Para una mayor organización continuación se mostrara el procedimiento que Diseños Frank Bolier realiza para la compra de insumos.

	<b>PROCESO DE COMPRAS</b>	<b>Código: P-CP-07</b>
	<b>PROCEDIMIENTO PARA LA COMPRA DE LOS INSUMOS</b>	<b>Versión: 0</b>
		<b>Página 1 de 3</b>
<p>4. OBJETIVO: Brindar información completa y actualizada en la compra de insumos y materia primas para la colección aprobada por la junta directiva.</p> <p>5. ALCANCE: este procedimiento será realizado por el jefe de producción</p> <p>6. DOCUMENTOS APLICABLES: ninguno</p>		
<b>DIAGRAMA DE FLUJO</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
 <pre> graph TD     INICIO([INICIO]) --&gt; A[DEFINICION DE INSUMOS Y CANTIDADES NECESARIAS PARA LA COLECCION]     A --&gt; B[SELECCION DE PROVEEDROES]     B --&gt; C[SOLICITAR COTIZACION]     C --&gt; D[ORDEN DE PEDIDO]     D --&gt; E[RECEPCION Y VERIFICACION DE PEDIDO DE ACUERDO A LA ORDEN DE COMPRA]     E --&gt; F{CUMPLE LOS REQUISITOS DE CALIDAD?}     F -- SI --&gt; G[ ]     F -- NO --&gt; H[DEVOLUCION A PROVEEDOR]     </pre>	<p>JEFE DE PRODUCCIÓN Y DISEÑADOR</p> <p>JEFE DE PRODUCCIÓN</p> <p>JEFE DE PRODUCCIÓN</p> <p>JEFE DE PRODUCCIÓN</p> <p>CONTROL DE CALIDAD</p> <p>JEFE DE PRODUCCIÓN</p>	<p>SE ESTIPULAN FECHAS Y CARACTERÍSTICAS DE LOS INSUMOS QUE SE REQUIEREN</p>

<pre> graph TD     A[INSUMOS RECIBIDOS EN BODEGA] --&gt; B[ALMACENAMIENTO POR COLECCION]     B --&gt; C([FIN]) </pre>	AUX. DE BODEGA  AUX. DE BODEGA	
ELABORO:	FECHA:	
REVISO:	FECHA:	
APROBÓ:	FECHA:	

**FRANK BOLIER** FORMATO COMPRA DE MATERIAS PRIMAS F-CP-01

Responsable : Olga María Gómez CARGO: JEFE DE COMPRAS

FECHA	PROVEEDOR	CODIGO	NUMERO DE PEDIDO:			FECHA:
	INSUMO		DESCRIPCION	CANTIDAD	LUGAR DE ENTREGA	FIRMA

**Base De Datos de Proveedores**

F-CP-02

Fecha y Hora del reporte \_\_\_\_\_ Nombre del Proveedor

Observaciones \_\_\_\_\_

Ítem	CALIFICACIÓN									DECISIÓN
	Tiempo de entrega			Cantidades Entregadas			Requisitos del proveedor			
	F. de solicitud	F. de entrega	Días de diferencia	Cantidad solicitada	Cantidad entregada	Diferencia porcentual	Excelente	Aceptable	Insuficiente	
	promedio	promedio		promedio	promedio	%				
<b>Calificación</b>			<b>aceptable</b>	<b>Calificación</b>		<b>excelente</b>	<b>aceptable</b>			<b>aceptable</b>

## **Anexo M. Procedimiento Auditoría Interna**

### **Objetivo**

Establecer y mantener un procedimiento para la realización de las auditorías internas de la empresa.

### **Alcance**

Este procedimiento aplica para todos los procesos del Sistema de Gestión de Calidad de la empresa, los cuales deben ser auditados.

### **Definiciones:**

**Auditoria:** Proceso que se realiza con el fin de evaluar el cumplimiento de los requisitos relacionados con el Sistema de Gestión de Calidad.

**Auditor:** Persona con la competencia para llevar a cabo una auditoria

**Equipo auditor:** Uno o más auditores que llevan a cabo una auditoria


**Evidencia de la Auditoria:** Registros, declaraciones de hecho u otra información que son pertinentes para los criterios de la auditoria y que son verificables

**Hallazgos de la auditoria:** resultados de la Auditoria

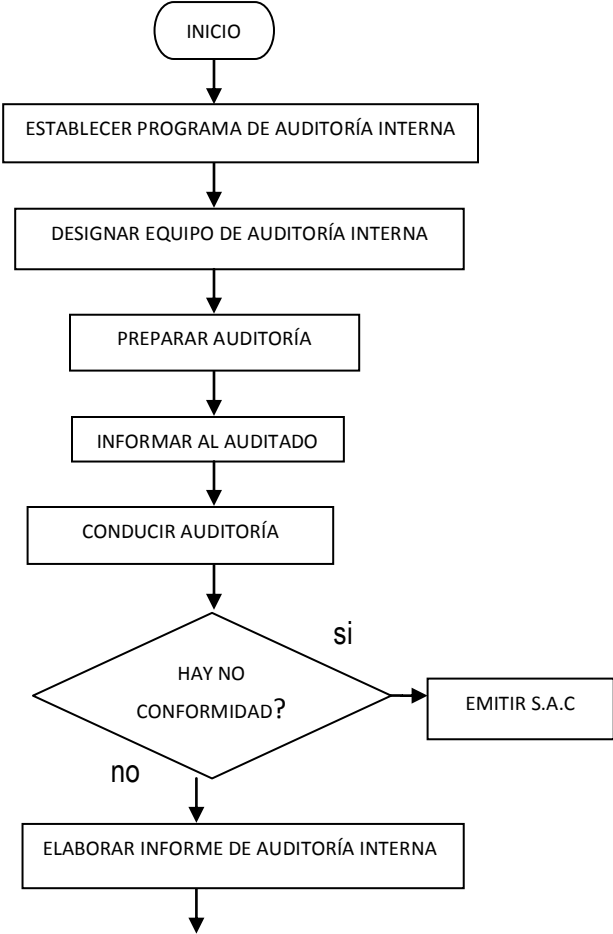
**Programa de auditorías:** Conjunto de una, o más auditorias planificadas para un periodo de tiempo específico y dirigidas hacia un propósito específico.

**Cronograma de Auditoria:** Documento que especifica la fecha y duración de las auditorías internas programadas


**No conformidad:** Ausencia de procedimientos de acuerdo con los requisitos de la norma, incumplimiento de lo especificado en un procedimiento, tres fallas menores en un mismo procedimiento.

	<b>PROCEDIMIENTO PARA LA AUDITORIA INTERNA</b>	<b>Código: P-AI-08</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Página: 1 de 5</b>

**Desarrollo del proceso:**

FLUJOGRAMA	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE
 <pre> graph TD     INICIO([INICIO]) --&gt; ESTABLECER[ESTABLECER PROGRAMA DE AUDITORÍA INTERNA]     ESTABLECER --&gt; DESIGNAR[DESIGNAR EQUIPO DE AUDITORÍA INTERNA]     DESIGNAR --&gt; PREPARAR[PREPARAR AUDITORÍA]     PREPARAR --&gt; INFORMAR[INFORMAR AL AUDITADO]     INFORMAR --&gt; CONducIR[CONducIR AUDITORÍA]     CONducIR --&gt; DECISION{HAY NO CONFORMIDAD?}     DECISION -- si --&gt; EMITIR[EMITIR S.A.C]     DECISION -- no --&gt; ELABORAR[ELABORAR INFORME DE AUDITORÍA INTERNA]     ELABORAR --&gt; FIN[ ] </pre>	<p>Se fija una fecha para realizar este programa.</p> <p>En la empresa se selecciona el equipo de auditoría para que prepare la auditoría interna. Luego se le informa a la persona que va a ser auditado. Se empieza la auditoría con sus respectivos pasos. El equipo de auditoría establece la pregunta de conformidad o no, si es conforme se emite el s.a.c y si no se elabora el informe de auditoría interna después se verifica si hay conformidad</p>	<p>Alta dirección</p> <p>Comité de calidad</p> <p>Auditado</p> <p>Equipo de auditoria</p> <p>Equipo de auditoria</p>

<pre> graph TD     A{HAY NO CONFORMIDAD?} -- SI --&gt; B[HACER SEGUIMIENTO DE ACCIÓN CORRECTIVA]     A -- NO --&gt; C[ARCHIVAR Y DISTRIBUIR INFORME]     C --&gt; D([FIN])   </pre>			<p>con el informe. Si es positivo entonces se le hace seguimiento a la acción correctiva que se deba tomar si no hay no conformidad se distribuye el informe.</p>	
ELABORO:	REVISO:	APROBÓ:		
FECHA:	FECHA:	FECHA:		

	<b>FORMATO DE AUDITORIA INTERNA</b>			Código: F-AI-01	
				Fecha:	
AUDITOR:			ÁREAS A AUDITAR:		
PROCESO	FECHA	HORA:		AUDITADO	CARGO
		inicio	final		
Observaciones					

	<b>FORMATO</b>											Código-AI-02
	<b>CRONOGRAMA DE AUDITORIA INTERNA</b>											Fecha:
Objetivo:	Alcance:											
Metodología:	Frecuencia:											
ACTIVIDADES	AÑO 2012											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC




**FORMATO INFORME DE AUDITORIAS  
CAMBIOS ESTRUCTURALES DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE  
CALIDAD**

Código: F-IA-03

Fecha:

Indique con una X	FACTORES	DESCRIPCIÓN
	Cambio Jefe de procesos	
	Modificación de indicadores	
	Modificación de procesos	
	Solicitudes especiales	
	Otros	

## Anexo N. Proceso producto no conforme

	<b>PROCEDIMIENTO PARA EL PRODUCTO NO CONFORME</b>	<b>CÓDIGO: P-NC-09</b>
		<b>VERSION:0</b>
		<b>FECHA:</b>

### Objetivo

Identificar y controlar los productos no conformes que se evidencien en las solicitudes de compras

### Alcance

Este procedimiento aplica para las no conformidades encontradas en los productos comprados que afecten la calidad del producto, como lo son las materias primas accesorios para la producción de prendas de vestir.

### DEFINICIONES

**Acción Correctiva:** Acción tomada para evitar que ocurra nuevamente una situación no deseada.

**No conformidad:** Incumplimiento de un requisito

**Producto no conforme:** Son aquellos productos que no cumplen los requisitos especificados


Desarrollo del proceso:

FLUJOGRAMA	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE
<pre> graph TD     INICIO([INICIO]) --&gt; VERIFICACION[VERIFICACIÓN DEL PRODUCTO]     VERIFICACION --&gt; DECISION{EL PRODUCTO ES CONFORME?}     DECISION -- no --&gt; CORREGIR[SE CORRIGE Y SE VERIFICA]     CORREGIR --&gt; DECISION     DECISION -- si --&gt; VALIDACION[VALIDACIÓN DEL PRODUCTO]     VALIDACION --&gt; INVENTARIO[SE INCLUYE EN EL SISTEMA COMO PARTE DEL INVENTARIO]     INVENTARIO --&gt; ENTREGA[HACER ENTREGA AL CLIENTE]     ENTREGA --&gt; FIN([FIN])         </pre>	<p>Se procede a verificar el producto.</p> <p>Se evalúa si el producto es conforme con los requisitos establecidos por la empresa.</p> <p>Si el producto no cumple los requerimientos, se pasa a desarrollo para ser corregido inmediatamente, se somete después a nueva verificación</p> <p>Si el producto es conforme se procede a pasarlo a validación con el cliente.</p> <p>Si el cliente valida el producto se incluye en el sistema</p> <p>Si el producto es conforme se procede a hacer entrega al cliente.</p>	<p>Jefe de producción</p> <p>Junta directiva</p> <p>Jefe de producción</p> <p>Junta directiva</p> <p>Aux de sistemas</p> <p>vendedor</p>

<p>Elaborado por:</p> <p style="text-align: center;">Gerente de calidad</p>	<p>Revisado por:</p> <p style="text-align: center;">Subdirector Representante de la Dirección</p>	<p>Aprobado por:</p> <p style="text-align: center;">Director Representante legal</p>
---	---	--

		<b>REPORTE DE NO CONFORMIDAD</b>		<b>Código F-NC-01</b>	
				Revisión Fecha:	
<b>RNC #</b>		<b>Cliente</b>		<b>Folio</b>	
Función/Área/ Proceso:				<b>Planta</b>	
Norma y clausula:					
<b>Sección 1. Detalles de la no conformidad</b>					
<b>Descripción</b>					
<u>Auditor:</u>		Reconocimiento del representante de la organización		Categoría:	
Fecha:					
<b>Sección 2- Plan de acción Propuesto por el Auditado</b> (Adjuntar hojas si se requiere)					
Análisis de causa raíz (¿Cómo / Por qué pasó?):					
Corrección (ahora arreglado) con fechas de terminación:					
Acción Correctiva (para prevenir la re ocurrencia) con fechas de terminación:					
Revisión y aceptación del plan de acción correctiva por el "Auditor":					
Representante del Auditado:					Fecha:

## Anexo O. Proceso Acciones Correctivas y Preventivas

	<b>PROCEDIMIENTO PARA ACCIONES CORRECTIVAS Y PREVENTIVAS</b>	<b>Código: P-ACP-01</b>
		<b>Versión: 0</b>
		<b>Fecha:</b>

### Objetivo

Identificar las posibles causas de las no conformidades en los productos elaborados y desarrollar acciones correctivas.

### Alcance

Este procedimiento aplica para las no conformidades generadas en la elaboración de prendas y el desempeño de los procesos.

### Definiciones

**Acción preventiva:** Acción tomada para evitar que ocurra una situación no deseada.

**No conformidad:** Incumplimiento de un requisito

**Eficacia:** Cumplir las actividades que planificamos Ej. Planear el menú del día y elaborarlo de acuerdo con las especificaciones

**Eficiencia:** Lograr lo planificado, y aprovechar mejor los recursos empleados Ej. Realizar el corte de una prenda generando menos desperdicios en la tela y accesorios utilizados

## Desarrollo del proceso

FLUJOGRAMA	DESCRIPCION	RESPONSABLE
<pre> graph TD     Inicio([Inicio]) --&gt; A[Falla detectada/oportunidad]     A --&gt; B[Acción inmediata para corregir/mitigar impactos]     B --&gt; C[Informar al responsable del s.g.c.]     C --&gt; D[Registro de acción]     D --&gt; E[Análisis de causa]     E --&gt; F[Propuestas para implementar una acción]     F --&gt; G[Acción correctiva/preventiva]     G --&gt; H[Verificación de la eficacia de la acción]     H --&gt; FIN([FIN])          C --&gt; I[Informar al supervisor]     I --&gt; D          G --&gt; J[Revisión por la dirección]     J --&gt; G     </pre>	<p>Se detecta la falla o la tendencia de algún procedimiento.</p> <p>Se ejerce una atención inmediata para corregirla o mitigar las consecuencias para ello se informa al supervisor y al representante de gestión de calidad de la empresa.</p> <p>Se llena un registro donde se documente la situación.</p> <p>Con la junta directiva y el responsable del proceso se análisis causas y factores que la contribuyeron.</p> <p>En una mesa redonda se hace una actividad de benchmarking donde se pueda aportar ideas. Luego esta propuesta es revisada por la dirección y se ejecuta.</p> <p>Se evalúa si esta acción es pertinente a la situación</p>	<p>Líder de cada proceso</p> <p>Supervisor y representante de gestión de calidad</p> <p>Líder del proceso afectado</p> <p>Junta directiva</p> <p>Junta directiva. Miembros del proceso</p> <p>Representante de gestión de calidad</p>



**FORMATO  
ACCIONES CORRECTIVAS Y PREVENTIVAS**

**Código: F-ACP-01**

**Versión:**

**Fecha:**

**FUENTE**

Auditoría Interna      No Conformidad Mayor       No Conformidad menor

Evaluación desempeño de procesos       Evaluación proveedores

Evaluación del personal       Revisión Gerencial

Otro Cual? \_\_\_\_\_

**TIPO DE ACCIÓN:** Correctiva       Preventiva

**CAUSA POTENCIAL QUE PUEDE ORIGINAR EL PROBLEMA O CAUSA QUE LO ORIGINO**

ACCIÓN	FECHA DE REALIZACION	FECHA DE SEGUIMIENTO	RESULTADOS DEL SEGUIMIENTO

**RESPONSABLE**

**RECURSOS NECESARIOS**

**OBSERVACIONES**

	<b>FORMATO DE SEGUIMIENTO PARA ACCIONES CORRECTIVAS Y PREVENTIVAS</b>		Código: F-ACP-02 Fecha:
<b>PROCESO</b>	<b>ESTADO</b>	<b>OBSERVACIONES</b>	
<b>Observaciones Generales:</b>			