



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

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

**TEMA: “Los Procesos de Calidad y su incidencia en las ventas de la  
Empresa “World Graphic” de la ciudad de Latacunga”**

**AUTOR: Leonardo Germánico Vega Porras**

**TUTORA: Ing. MBA. Soledad Sevilla**

**AMBATO – ECUADOR**

**2011**

**Ing. MBA. Soledad Sevilla**

**CERTIFICA:**

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

Ambato, Octubre del 2011

**Ing. MBA. Soledad Sevilla**  
**TUTORA**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

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

Sr. Leonardo Germánico Vega Porras  
C.I. 050267364-3  
**AUTOR**

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

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

f) \_\_\_\_\_  
Dr. M.Sc. Paul Ortiz

f) \_\_\_\_\_  
Ing. M.Sc. Lorena Ibarra

Ambato, Octubre del 2011

### **Dedicatoria:**

Dedico esta tesis en primer lugar a DIOS por su infinito amor, misericordia y eterna bondad que ha tenido conmigo cada día.

A mi abuelita Piedad Zagal que se encuentra en algún lugar de este universo, a mi papá Galo Vega, a mi mamá Patricia Porras a mis hermanos y a toda mi familia por su apoyo incondicional, por el ejemplo impartido en la vida enseñándome que no hay razón para el fracaso.

### **Agradecimiento:**

En primer lugar agradezco a DIOS por darme una oportunidad cada día, y a mi familia por su inmenso apoyo.

También agradezco a la empresa World Graphic, a la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato, a los docentes que han colaborado en el transcurso de los años para mi formación profesional.

Termino agradeciendo a la Ing. MBA. Soledad Sevilla por sus conocimientos y experiencias compartidas, y amigos de la universidad por tantos momentos importantes en mi vida.

Leonardo Germánico Vega Porras

## INDICE GENERAL

### PAGINAS PRELIMINARES

Aprobacion del Tutor .....	i
Declaracion de Autenticidad .....	ii
Aprobacion del Tribunal de Grado .....	iii
Dedicatoria .....	iv
Agradecimiento .....	v
Indice General .....	vi
Indice de Cuadros .....	xii
Indice de Tablas .....	xiii
Indice de Gráficos .....	xvi
Resumen Ejecutivo.....	xvii

## ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCION .....	1
<b>CAPITULO I</b>	
1. El Problema .....	3
1.1 Tema de Investigación .....	3
1.2 Planteamiento del Problema .....	3
1.2.1 Contextualización .....	3
1.2.2 Análisis Crítico .....	6
1.2.3 Prognosis .....	6
1.2.4 Formulación Del Problema .....	7
1.2.5 Interrogantes .....	7
1.2.6 Delimitación del objeto de la investigación .....	7
1.3 Justificación.....	8
1.4 Objetivos .....	9
1.4.1 Objetivo General .....	9
1.4.2 Objetivos Específicos .....	9
<b>CAPITULO II</b>	
2. Marco Teórico .....	10
2.1. Antecedentes Investigativos .....	10
2.2 Fundamentación Filosófica .....	14
2.3 Fundamentación Legal .....	15
2.4 Categorías Fundamentales .....	18
2.4.1 Formulación del Problema .....	18
2.4.2 Variable Independiente .....	18
2.4.3 Variable Dependiente .....	18
2.4.4 Categorización de las Variables .....	19



2.4.5 Definición de Categorías .....	21
2.4.6 Variable Independiente .....	21
2.4.6.1 Definición de Calidad Total .....	21
2.4.6.2 Importancia Estratégica de la Calidad Total .....	22
2.4.6.3 Evolución del concepto de calidad.....	24
2.4.6.4 Definición de la calidad.....	26
2.4.6.5 Administración de la calidad.....	27
2.4.6.6 Ingeniería de la calidad .....	28
2.4.6.7 Administración Estratégica de la calidad .....	29
2.4.6.8 Administración de la Calidad.....	30
2.4.6.9 Compromiso .....	30
2.4.6.9.1 Valores .....	31
2.4.6.9.2 Sistema de Gestión de Calidad.....	31
2.4.6.9.3 Implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad .....	34
2.4.6.9.4 Procesos de calidad .....	38
2.4.6.9.5 Benchmarking .....	38
2.4.6.9.6 Justo a Tiempo JIT .....	38
2.4.6.9.7 Productividad .....	39
2.4.7 Variable Dependiente.....	39
2.4.7.1 Ventas.....	39
2.4.7.2 Herramienta.....	39
2.4.7.3 Aplicación .....	40
2.4.7.4 Técnicas de ventas.....	41
2.4.7.5 J.L. Urquijo .....	43
2.4.7.6 Mercadotecnia .....	43
2.4.7.7 Canales de distribución. ....	44
2.4.7.8 Satisfacción de los clientes.....	44
2.4.7.9 Publicidad .....	45

2.4.7.9.1 Promoción .	45
2.5 Hipótesis.....	47
2.6 Señalamiento de Variables .....	47
2.6.1 Variable Independiente .....	47
2.6.2 Variable Dependiente.....	47
<b>CAPITULO III</b>	
3. METODOLOGÍA .....	48
3.1 Enfoque de la Investigación .....	48
3.1.1 Modalidad Básica de la Investigación.....	49
3.1.2 Investigación Bibliografía Documental .....	49
3.1.3 Investigación Experimental.....	49
3.2 Tipo de Investigacion.....	49
3.2.2 Investigacion Explorativa.....	50
3.2.3 Investigación Descriptiva.....	50
3.2.4 Investigación Correlación .....	50
3.3 Poblacion y Muestra.....	51
3.4 Operacionalización de Variables.....	53
3.5 Plan de Recolección de Información.....	54
3.6 Procesamiento y Análisis de la Información.....	55
<b>CAPITULO IV</b>	
4. Análisis e Interpretación de Resultados .....	56
4.1 Análisis de Datos.....	56
4.2 Interpretación de Datos .....	57
4.3 Verificación de Hipótesis .....	78
4.3.1 Formulación de la Hipótesis.....	78
4.3.2 Nivel de Significación.....	78
4.3.3 Elección de la prueba estadística.....	78
4.3.4 Zona de aceptación y rechazo .....	80

4.3.5 Cálculo matemático.....	81
4.3.6 Frecuencia Esperada.....	81
4.3.7 Decisión.....	81
<b>CAPITULO V</b>	
5. Conclusiones y Recomendaciones .....	82
5.1 Conclusiones: .....	82
5.2 Recomendaciones:.....	84
<b>CAPITULO VI</b>	
6. Propuesta .....	87
6.1 Datos Informativos .....	87
6.1.1 Título .....	87
6.1.2 Empresa.....	87
6.1.3 Beneficiarios.....	88
6.1.4 Ubicación .....	88
6.1.5 Tiempo estimado para la ejecución.....	88
6.1.6 Equipo responsable .....	88
6.1.7 Costo.....	88
6.2 Antecedentes .....	88
6.3 Justificación.....	90
6.4 Objetivos .....	91
6.4.1 Objetivo General: .....	91
6.4.2 Objetivos Específicos:.....	91
6.5 Análisis de la Factibilidad.....	92
6.5.1 Factibilidad Legal.....	92
6.5.2 Operativa. . . . .	92
6.5.3 Social.....	92
6.6 Fundamentación. ....	93
6.6.1 ISO 9001:2008 .....	93

6.6.2 ISO 9001 - Norma de Calidad.....	96
6.6.3 Administración de los Procesos .....	98
6.6.4 Mejora Continua.....	99
6.6.5 El Mejoramiento Continuo.....	99
6.6.5.1 Importancia del mejoramiento continuo .....	99
6.6.5.2 Ventajas y desventajas del mejoramiento continuo .....	100
6.6.5.3 Ventajas.....	100
6.6.5.4 Desventajas.....	100
6.6.5.5 El Cliente es el Rey .....	101
6.6.5.6 El Proceso de Mejoramiento .....	101
6.6.5.7 Actividades Básicas de Mejoramiento... ..	102
6.7 Metodología Modelo Operativo .....	105
6.7.1 Modelo Propuesto .....	107
6.8 Administracion de la Propuesta.....	119
6.9 Prevision de la Evaluacion .....	121
<b>7. BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>126</b>
<b>8. ANEXOS</b>	

## INDICE ANEXOS

ANEXO N° 1.....	ENCUESTA CLIENTES INTERNOS
ANEXO N° 2.....	ENCUESTA CLIENTES EXTERNOS
ANEXO N° 3.....	LOGOTIPO DE LA EMPRESA
ANEXO N° 4.....	CROQUIS DE UBICACIÓN DE LA EMPRESA
ANEXO N° 5.....	FOTOGRAFIA 1 DE LA EMPRESA
ANEXO N° 6.....	FOTOGRAFIA 2 DE LA EMPRESA
ANEXO N° 7.....	MAQUINA CORTA VINIL
ANEXO N° 8.....	MAQUINA DE IMPRESIÓN CHIEF 17
ANEXO N° 9.....	MAQUINA DE IMPRESIÓN FACTURAS
ANEXO N° 10.....	LETRAS DE CUBO
ANEXO N° 11.....	PRODUCTOS
ANEXO N° 12.....	PRODUCTOS TERMINADOS 1
ANEXO N° 13.....	PRODUCTOS TERMINADOS 2

## **INDICE DE CUADROS**

<b>CUADROS</b>	<b>PAG.</b>
CUADRO N° 1: DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO ROTULO	122
CUADRO N° 2: DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO AFICHE	123
CUADRO N° 3: ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA	124

## INDICE DE TABLAS

<b>TABLAS</b>	<b>PAG.</b>
TABLA N° 1: Población y Muestra	51
TABLA N° 2: Variable Independiente	52
TABLA N° 3: Variable Dependiente	53
TABLA N° 4: Recolección de Información	54
TABLA N° 5: Calidad del servicio	58
TABLA N° 6: Relaciones laborales	59
TABLA N° 7: Trato de su jefe	60
TABLA N° 8: Plan de procesos de calidad	61
TABLA N° 9: Aplicación de plan de procesos	62
TABLA N° 10: Prestar buen servicio	63
TABLA N° 11: Factores de desempeño	64
TABLA N° 12: Capacitación	65
TABLA N° 13: Nivel de Capacitación	66
TABLA N° 14 Desempeño de actividades	67
TABLA N° 15: Ambiente laboral	68
TABLA N° 16: Horarios de trabajo	69
TABLA N° 17: Calidad del Servicio	70
TABLA N° 18: Productos que Requiere	71
TABLA N° 19: Nivel de Expectativas	72
TABLA N° 20: Procesos Manejados	73
TABLA N° 21: Nivel de Calidad	74
TABLA N° 22: Prestación del Servicio	75
TABLA N° 23: Precios	76
TABLA N° 24: Atención del Personal	77
TABLA N° 25: Frecuencia Observada	79

TABLA N° 26: Frecuencia Esperada	81
TABLA N° 27: Matriz de Evaluación	121



## INDICE DE GRAFICOS

<b>GRAFICOS</b>	<b>PAG.</b>
GRAFICO N° 1: Variable Independiente	19
GRAFICO N°2: Variable Dependiente	20
GRAFICO N° 3: Calidad del servicio	58
GRAFICO N° 4: Relaciones laborales	59
GRAFICO N° 5: Trato de su jefe	60
GRAFICO N° 6: Plan de procesos de calidad	61
GRAFICO N° 7: Aplicación de plan de procesos	62
GRAFICO N° 8: Prestar buen servicio	63
GRAFICO N° 9: Factores de desempeño	64
GRAFICO N° 10: Capacitación	65
GRAFICO N° 11: Nivel de Capacitación	66
GRAFICO N° 12 Desempeño de actividades	67
GRAFICO N° 13: Ambiente laboral	68
GRAFICO N° 14: Horarios de trabajo	69
GRAFICO N° 15: Calidad del Servicio	70
GRAFICO N° 16: Productos que Requiere	71
GRAFICO N° 17 Nivel de Expectativas	72
GRAFICO N° 18: Procesos Manejados	73
GRAFICO N° 19: Nivel de Calidad	74
GRAFICO N° 20: Prestación del Servicio	75
GRAFICO N° 21: Precios	76
GRAFICO N° 22: Atención del Personal	77
GRAFICO N° 23: Zona de aceptación o rechazo	80
GRAFICO N° 24: Mejora Continua del sistema de calidad	96
GRAFICO N° 25: Mejora Continua	99

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente trabajo investigativo se basó en un estudio exhaustivo y minucioso en el área de producción de la empresa World Graphic de la ciudad de Latacunga, misma que está ubicada en la provincia de Cotopaxi. Dicha empresa está orientada principalmente a todo lo que es rotulación, diseño, sellos de caucho, impresión para diferentes empresas con la necesidad de promocionar su negocio.

El mejoramiento de los procesos productivos de esta industria gráfica mediante la aplicación de un Plan de Procesos de Calidad bajo los requisitos establecidos en la norma ISO 9001:2008, ayudo a conocer y comprender los procesos, de tal manera que podrán ser modificados al punto de reducir el desperdicio generado en ellos. Esto se verá reflejado en la reducción de los costos, a la vez que permitirá asegurar que el precio de los productos y servicios sean competitivos, no mediante la reducción de ganancias o reducción de los costos, sino de la eliminación de los costos asociados con los errores, además se pretende simplificar los procesos, mejorar la calidad y reducir el tiempo del ciclo productivo para de esta manera aumentar los beneficios y mejorar la satisfacción del cliente que es nuestra principal razón de ser.

Para ello nos basaremos exclusivamente en la aplicación de un Plan de Procesos de Calidad bajo los requisitos establecidos en las normas ISO 9001:2008 que se refiere a la calidad del producto.

Al tratar de entender a cada uno de nuestros clientes llegaremos a satisfacer sus necesidades, renovando día a día y así estar a la vanguardia de los cambios publicitarios por lo que este propósito beneficiara a la empresa y por ende a la sociedad.

## **INTRODUCCIÓN**

En el presente trabajo de investigación es imperiosa la necesidad de aplicar un plan de procesos de calidad basado en las normas ISO 9001:2008 debido a sus grandes beneficios. Los temas presentados sistemáticamente nos dan a conocer una transformación total en los sistemas de producción y calidad, permitiendo a esta industria alcanzar nuevos procesos y aumentar sus beneficios económicos y productivos.

En el primer capítulo presentamos un análisis general de la empresa “World Graphic”, que se encuentra ubicado en las calles Cesar de Ávila y Jorge Carrera en la ciudad de Latacunga, a la vez realizar un análisis minucioso de la situación de la industria de rotulación y de productos publicitarios del país.

En el segundo capítulo se presenta una investigación minuciosa para determinar el problema de investigación, dándole paso a los conceptos que debe conocer una empresa y también planteamos objetivos claros y la hipótesis para de esta manera proceder a buscar soluciones al problema planteado.

En el tercer capítulo presentamos una retroalimentación para buscar antecedentes previos a la investigación, basadas en tesis ya aplicadas para el desarrollo de la investigación.

En el cuarto capítulo llegamos al análisis e interpretación de datos para de esta manera poder aceptar o rechazar nuestra hipótesis, llegando a la conclusión de que la hipótesis se encuentra en zona de aceptación por lo tanto podemos seguir adelante con la investigación.

En el quinto capítulo realizamos conclusiones y recomendaciones dándole paso a la propuesta que sería la aplicación de un plan de procesos de calidad incrementar las ventas en la empresa.

En el sexto capítulo se desarrolló en si la propuesta planteada lo siguiente: la aplicación de un plan de procesos de calidad.

## **CAPITULO I**

### **1.EL PROBLEMA**

#### **1.1 TEMA**

Los procesos de calidad y su incidencia en las ventas de la empresa “World Graphic” de la ciudad de Latacunga.

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

##### **1.2.1 Contextualización**

Las ISO son conocidas a **nivel mundial** como una organización no gubernamental establecida en 1947. La misión de ISO es promover el desarrollo de la estandarización 3

de las actividades productivas en el mundo, para facilitar el cambio internacional de bienes y servicios y la cooperación que se desarrolla en las esferas de la actividad científica, tecnológica y económica. El trabajo de la ISO causa los acuerdos internacionales que son publicados como Normas Internacionales Estándar.

La Norma ISO 9001 es una norma internacional que se aplica a los sistemas de gestión de Calidad (SGC) y que se centra en todos los elementos de Administración de Calidad con los que una empresa debe contar para tener un Sistema Efectivo que permita administrar y mejorar la Calidad de sus productos o servicios.

Actualmente los clientes se inclinan por los proveedores que cuentan con esta acreditación porque de este modo se aseguran de que la empresa seleccionada disponga de un buen Sistema de Gestión de Calidad (SGC), se encuentren en un proceso de mejoramiento continuo, alcanzan las relaciones cliente – proveedor, aseguramiento interno y externo de los niveles de calidad y sobretodo reconocimiento internacional.

Hoy en día la **industria ecuatoriana** de rotulación fabrica productos publicitarios provenientes de todo tipo de materiales, como son: rótulos con caja de luz, roll up, publicidad móvil, vallas publicitarias, gigantografías, entre otros. A lo largo del tiempo, las empresas de rotulación visual exterior ubicaron sus instalaciones en diferentes ciudades del país, sin embargo las provincias con mayor número de industrias dedicadas a esta actividad son: Pichincha, Guayas, Azuay, Tungurahua y Cotopaxi. La industria de rótulos ha venido enfrentándose a un gran problema como son los ineficientes procesos de calidad que aplican a los productos que fabrican lo cual dificulta el ingreso en sus ventas.

**En Cotopaxi** las empresas dedicadas a la fabricación y comercialización de rótulos muestran una gran competitividad y especialmente en la ciudad de Latacunga, siendo un importante sector para el desarrollo comercial. De forma semejante, las empresas que difunden sus productos en vallas publicitarias y en medios de transporte (camiones, furgonetas de reparto, autobuses, entre otros) intentan medir el número de personas que ven estos anuncios. En el último año se ha visto un gran decremento en las ventas de algunos productos publicitarios, por no tener un adecuado control de calidad que potencie la eficiente calidad de los productos ofertados.

**World Graphic**, se encuentra ubicada en la provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga en la Calle César Dávila Andrade y Jorge Carrera (Sector Los Dos Puentes), fue creada en el año de 1997. La empresa cuenta con capital propio su constitución es de una persona natural, ganándose una forma muy merecida de respeto y admiración por sus novedosos diseños, pensando siempre en el cliente.

La Empresa World Graphic cuenta con 26 empleados y un gerente propietario, por ser una empresa dedicada a la fabricación y comercialización de rótulos luminosos, metálicos y acrílicos para todo tipo de negocios o empresas sean públicas o privadas, debiendo concentrar sus esfuerzos para desarrollar nuevas técnicas de procesos que potencie la calidad del producto y poder ser cada día más competitivos.

En la actualidad el desarrollo económico de la empresa se ha visto obstaculizado al no tener un plan de procesos de calidad.

### **1.2.2 Análisis crítico.**

La falta de los Procesos de Calidad en los productos de la empresa World Graphic se debe a la excesiva competencia desleal que existe actualmente ya que las mayorías de empresas introducen maquinaria, materiales y suministros con tecnología China lo que hace que los precios bajen y por ende sean productos no confiables es decir de baja calidad, otra causa es la mano de obra no calificada con la que cuenta la empresa especialmente en la sección de armado de estructuras metálicas lo que hace que no cuente con un sistema técnico de metalmecánica.

### **1.2.3 Prognosis**

La empresa al no contar con un Plan de Procesos de Calidad no logrará ser un ente productivo para la sociedad, y por ende no dará apertura hacia fuentes de trabajo, y su futuro se verá amenazado ya que los clientes van air disminuyendo.

La empresa no sólo no podrá fidelizar a los clientes con los que cuenta actualmente sino que los perderá con una rapidez que se irá incrementando, además perderá la oportunidad de acceder a nuevos clientes, potencializarlos y abrir posibilidades de ingresar en nuevos mercados ampliando la oferta de servicios.

Al no poder corregir los errores que se están presentando en la empresa y que afectan a la satisfacción de los consumidores del producto o servicio que ofrece, no se pueden hacer proyecciones en base a ventas futuras, no se podrán tomar decisiones estratégicas, lo que resultará en una mala organización de actividades, falta de liquidez y baja capacidad para responder a sus obligaciones por lo que incluso la empresa puede llegar a la quiebra.



#### **1.2.4 Formulación del problema**

¿Cómo afecta los deficientes procesos de calidad en la disminución de las ventas en la empresa World Graphic?

#### **g) Preguntas Directrices**

¿Qué procesos de calidad permitirán incrementar las ventas en la empresa “World Graphic”?

¿De qué manera influyen los procesos de calidad en el desarrollo económico de la empresa?

¿Cómo se llevan a cabo actualmente los procesos de calidad para que exista la necesidad de implantar un Plan de Procesos de Calidad bajo la Normativa ISO 9001 – 2008 en la empresa World Graphic?

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

Límite de Contenido:

<b>Campo:</b>	Calidad Total.
<b>Área:</b>	Administración de la calidad.
<b>Aspecto:</b>	Sistema de gestión de calidad.
<b>Temporal:</b>	El problema a ser estudiado comprende el segundo semestre del año 2010.
<b>Espacial:</b>	La Empresa World Graphic - Ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi.
<b>Poblacional:</b>	Este trabajo se realizara con un número considerable de clientes y con todo el personal que labora en la empresa, incluido directivos, administrativos y operativos.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

La siguiente investigación se justificó a través de las siguientes razones.

Por tratarse de una Empresa Productora y Comercializadora se basó en un Plan de Procesos de Calidad para potenciar sus productos y así poder incrementar sus ventas.

Para la realización de esta investigación se contó con información teórica y práctica la misma que nos permitió enfocarnos más a fondo al problema.

El propósito de esta investigación fue que la empresa incremente sus ventas, en este mercado tan competitivo y a su vez exigente con productos y acabados de buena calidad brindando confianza y seguridad en sus clientes y creando a su vez un ambiente de satisfacción y fidelidad del cliente con la empresa.

Con el desarrollo de esta investigación se solucionó las dificultades presentadas en la empresa, y los beneficios que se obtendrán se verán reflejados en la empresa ya que podrá vender productos de calidad con la garantía correspondiente de acuerdo a cada producto, así como también podrá seguir manteniendo a todo el personal en sus puestos de trabajo generando de esta manera riqueza para sí misma y para la provincia.

Al tratar de entender a cada uno de nuestros clientes llegaremos a satisfacer sus necesidades, renovando día a día y así estar a la vanguardia de los cambios publicitarios por la que este propósito beneficiara a la empresa y por ende a la sociedad.

La presente investigación es factible ya que se cuenta con el apoyo de todos los que intervienen en la organización como es su directivo, empleados, obreros y clientes, lo cual dará como resultado que todos los objetivos planeados sean logrados.

### **3.2.5 OBJETIVOS**

Con la presente investigación se pretende alcanzar los siguientes objetivos.

#### **1.4.1 Objetivo General**

9. Determinar si los deficientes procesos de calidad afectan en las ventas de la empresa “World Graphic” de la ciudad de Latacunga.

#### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- Revisar los procesos de calidad aplicando una investigación de campo que rediseñara la calidad de nuestro producto.
- Establecer la búsqueda de mejoras continuas para la aplicación de principios de calidad total.
- Proponer la aplicación de un Plan de Procesos de Calidad basado en las normas ISO 9001 – 2008 para obtener procesos de calidad en la empresa.

## **CAPITULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

En la empresa World Graphic no existe ningún tipo de investigación con respecto al problema que se está tratando, pero dada la importancia de este, es necesaria su realización. En distintas bibliotecas de la Universidad Técnica de Ambato se han realizado investigaciones con temas similares que coadyuvan al emprendimiento y desarrollo empresarial en general.

Luego de la revisión y análisis bibliográfico se presenta a continuación los siguientes antecedentes investigativos.

Según **Aulestia Lorena (2005)**; en su Tesis “*Evaluación de la Certificación ISO 9001-2000 en las empresas de Ambato y su impacto en la productividad*” Universidad Técnica de Ambato. Dentro de las organizaciones que consiguieron la certificación ISO 9001:2000 en la ciudad de Ambato durante los años 2003 y 2004, se puede observar que existe un real compromiso de la gerencia para lograr un mejoramiento continuo de la organización.

Las empresas certificadas de Ambato lograron mejorar la satisfacción de sus clientes de manera significativa, dando así cumplimiento al enfoque basado en procesos de la Norma ISO 9001:2000 en donde el cliente se encuentra en la entrada y salida del proceso.

Una mejor calidad de los productos ocasiona que las organizaciones de Ambato que alcanzaron la certificación ISO 9001:2000, logren un mejor posicionamiento en el mercado, aumentando así sus ventas promedio, ya que sus clientes reconocen y valoran el producto; sin embargo se observa que casi en la totalidad de las empresas sus gastos en ventas no ha variado, dando como resultado mayor productividad.

La productividad y competitividad de nuestra ciudad mejorará si cada día son más las empresas que tomen conciencia acerca de la necesidad de tener una filosofía de calidad con la finalidad de alcanzar una mayor satisfacción del cliente, todo esto en base a la implantación de normas.

En conclusión podemos decir que la norma ISO 9001:2000 brinda a las empresas los lineamientos para llegar a manejar procesos con calidad en la realización de sus actividades, lo que verá reflejado en el producto o servicio final, siendo para esto

necesario que las empresas cumplan con varios requisitos detallados en la Norma a través de lo cual obtendrán una certificación que significará un mayor prestigio para la empresa por cuanto el cliente sabrá que al contar con la certificación ISO se está confirmando un trabajo de calidad.

Según **Gutiérrez, E. (2004)** *Diseño de un manual para el mejoramiento en la calidad en la prestación de servicios para ASERCONSOFTWARE*. Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato. Dentro de las organizaciones se deben establecer y mantener un manual específico para la prestación de los servicios que actualmente ofrece y que contenga los procedimientos necesarios, que permita la evaluación y control de los servicios.

Para así obtener un proceso eficiente y eficaz para la prestación de los servicios que ofrece la empresa.

Por lo tanto los programas contables que distribuye la empresa llegan no solamente a nivel de la provincia sino también a nivel nacional siendo la aspiración del propietario llegar a ser líder a nivel local en sistemas informativos y poco a poco llegar a ser líder nacional.

El factor de calidad en los sistemas y en los servicios de ASERCON, es el parámetro que supera a la competencia a nivel local, teniendo que mejorar los servicios y bajar sus costos para competir a nivel nacional.

Según **Cárdenas Grace (2005)**; en su tesis *“Mejoramiento del servicio en el área de servicios al cliente del Banco del Pacífico Sucursal Baños”*. Se necesita realizar inducciones y capacitaciones continuas para lograr un nivel de conocimiento más alto de lo que se viene llevando en la actualidad así también el realizar evaluaciones frecuentes para saber aquellas falencias en el personal y poder corregirlas a tiempo y evitar el mínimo de malestar al cliente.

De acuerdo a los procesos se recomienda elaborar un manual de procesos de servicios al cliente para poder mejorar el nivel de desempeño.

En conclusión según por lo mencionado anteriormente se concluye que para ir al a par de este mundo cambiante es una necesidad fundamental la mejora continua en todas las empresas, ya que implica un constante cambio a fin de satisfacer las necesidades en aumento y variación de los consumidores.

Según **Vega Edgar (2005)**; en su tesis *“Incidencia de la Planificación de la Producción de toallas en la Satisfacción de los clientes de la Empresa industrial y comercial Tecnorizo S.A. del periodo 2005”* Los administradores deben admitir que la calidad del producto proviene de la calidad de los procesos que se relacionan con dichos productos y que la calidad pasa por todas las fases de la actividad de la empresa, es decir, en todos los procesos de desarrollo, diseño, producción, venta y mantenimiento de los productos.

Los administradores deben mirar a la planificación como una herramienta para la toma de decisiones en la cual se deberá tomar en cuenta la satisfacción del cliente para el desarrollo de la organización y a la vez se tendrá un producto de calidad.

Por lo tanto podemos mencionar que las empresa inteligentes hoy en día buscan complacer a sus clientes mediante prometer solo lo que pueden entregar, y entregar después más de lo que prometieron.

Según **PAREDES A. (2004)**. *La dirección empresarial eficiente incrementa la producción de Carrocerías Serman de la ciudad de Ambato*. La dirección es un elemento de la administración en la que se logra la recolección efectiva de todo lo planteado por medio de la autoridad del administrador, basándose en decisiones tomadas directamente o delegando dicha autoridad vigilando simultáneamente que se cumplan adecuadamente todas las órdenes emitidas.

El sector manufacturero está compuesto por micro y pequeñas empresas las mismas que están comprometidas a producir y comercializar productos de calidad utilizando un plan estratégico para servir con excelencia a los clientes satisfaciendo sus requisitos con mutuo beneficio.

## **2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA**

Para la siguiente investigación utilizaremos el paradigma crítico – propositivo por las siguientes razones:

Este paradigma llegara a determinar un problema que está aconteciendo en la empresa, al crear un Plan de Procesos de Calidad se espera que se dé un incremento en las ventas y con un buen servicio atraer a más clientes.



La industria de la Rotulación está considerada como una industria próspera donde se comercializan productos y servicios de excelente calidad con atención personalizada altamente competente, siendo el cliente lo más importante, mismo que al satisfacer sus necesidades y requerimientos logran que World Graphic de la ciudad de Latacunga sea una empresa altamente competitiva en este mundo de constantes cambios, debiendo adaptarse a los mismos para lograr liderar el mercado local y alcanzar el éxito organizacional.

Las empresas se encuentran en una constante evolución tecnológica, de la misma manera se encuentra la sociedad en lo referente al nivel y calidad de vida de quienes la integran, siendo nosotros participes activos de estos cambios y nos prestamos en cada una de las representaciones de la sociedad, es decir reflexionamos las posibles soluciones que nos servirán de soporte para poder tomar decisiones.

### **2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

La elaboración del presente proyecto se sustenta en el reglamento general a la ley orgánica de defensa del consumidor publicada en el suplemento del registro oficial no. 116 del 10 de julio del 2000. CAPITULO XII. CONTROL DE CALIDAD, el mismo que dice:

Art. 64.- Bienes y Servicios Controlados.- El Instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN, determinará la lista de bienes y servicios, provenientes tanto del sector privado como del sector público, que deban someterse al control de calidad y al cumplimiento de normas técnicas, códigos de práctica, regulaciones, acuerdos, instructivos o resoluciones. Además, en base a las informaciones de los diferentes ministerios y de otras instituciones del sector público, el INEN elaborará una lista de productos que se

consideren peligrosos para el uso industrial o agrícola y para el consumo. Para la importación y/o expendio de dichos bienes, el ministerio correspondiente, bajo su responsabilidad, extenderá la debida autorización.

Art. 65.- Autorizaciones Especiales.- El Registro Sanitario y los certificados de venta libre de alimentos, serán otorgados según lo dispone el Código de la Salud, de conformidad con las normas técnicas, regulaciones, resoluciones y códigos de práctica, oficializados por el Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN- y demás autoridades competentes, y serán controlados periódicamente para verificar que se cumplan los requisitos exigidos para su otorgamiento. Para la introducción de bienes importados al mercado nacional, será requisito indispensable contar con la homologación del Registro Sanitario y de los permisos de comercialización otorgados por autoridad competente de su país de origen, según lo dispone el Reglamento a la presente Ley y las demás leyes conexas, salvo los casos de aplicación de acuerdos de reconocimiento mutuo vigentes y los que pudieren entrar en vigencia a futuro entre la República del Ecuador y otros países, en el marco de los procesos de integración.

Art. 66.- Normas Técnicas.- El control de cantidad y calidad se realizará de conformidad con las normas técnicas establecidas por el Instituto Ecuatoriano de Normalización - INEN-, entidad que también se encargará de su control sin perjuicio de la participación de los demás organismos gubernamentales competentes. De comprobarse técnicamente una defectuosa calidad de dichos bienes y servicios, el INEN no permitirá su comercialización; para esta comprobación técnica actuará en coordinación con los diferentes organismos especializados públicos o privados, quienes prestarán obligatoriamente sus servicios y colaboración. Las normas técnicas no podrán establecer requisitos ni características que excedan las establecidas en los estándares internacionales para los respectivos bienes.

Art. 67.- Delegación.- El Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN- y las demás autoridades competentes, podrán, de acuerdo con la Ley y los Reglamentos, delegar la facultad de control de calidad mencionada en el artículo anterior, a los municipios que cuenten con la capacidad para asumir dicha responsabilidad.

Art. 68.- Unidades de Control.- El Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN- promoverá la creación y funcionamiento de los departamentos de control de calidad, dentro de cada empresa pública o privada, proveedora de bienes o prestadora de servicios. Así mismo, reglamentará la posibilidad de que, alternativamente, se contraten laboratorios de las universidades y escuelas politécnicas o laboratorios privados debidamente calificados para cumplir con dicha labor.

Art. 69.- Capacitación.- El Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN- realizará programas permanentes de difusión sobre normas de calidad a los proveedores y consumidores, utilizando, entre otros medios, los de comunicación social, en los espacios que corresponden al Estado, según la Ley.

Las normas técnicas no podrán establecer requisitos ni características que excedan las establecidas en los estándares internacionales para los respectivos bienes.

El proyecto se encuentra dentro de las leyes del país, partiendo desde la constitución de la república, Ley del consumidor, reglamento del SRI, Patente Municipal, de esta manera se encuentra bajo reglamento para posteriormente no tener inconvenientes.

## **2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES**

### **2.4.1 Formulación del problema**

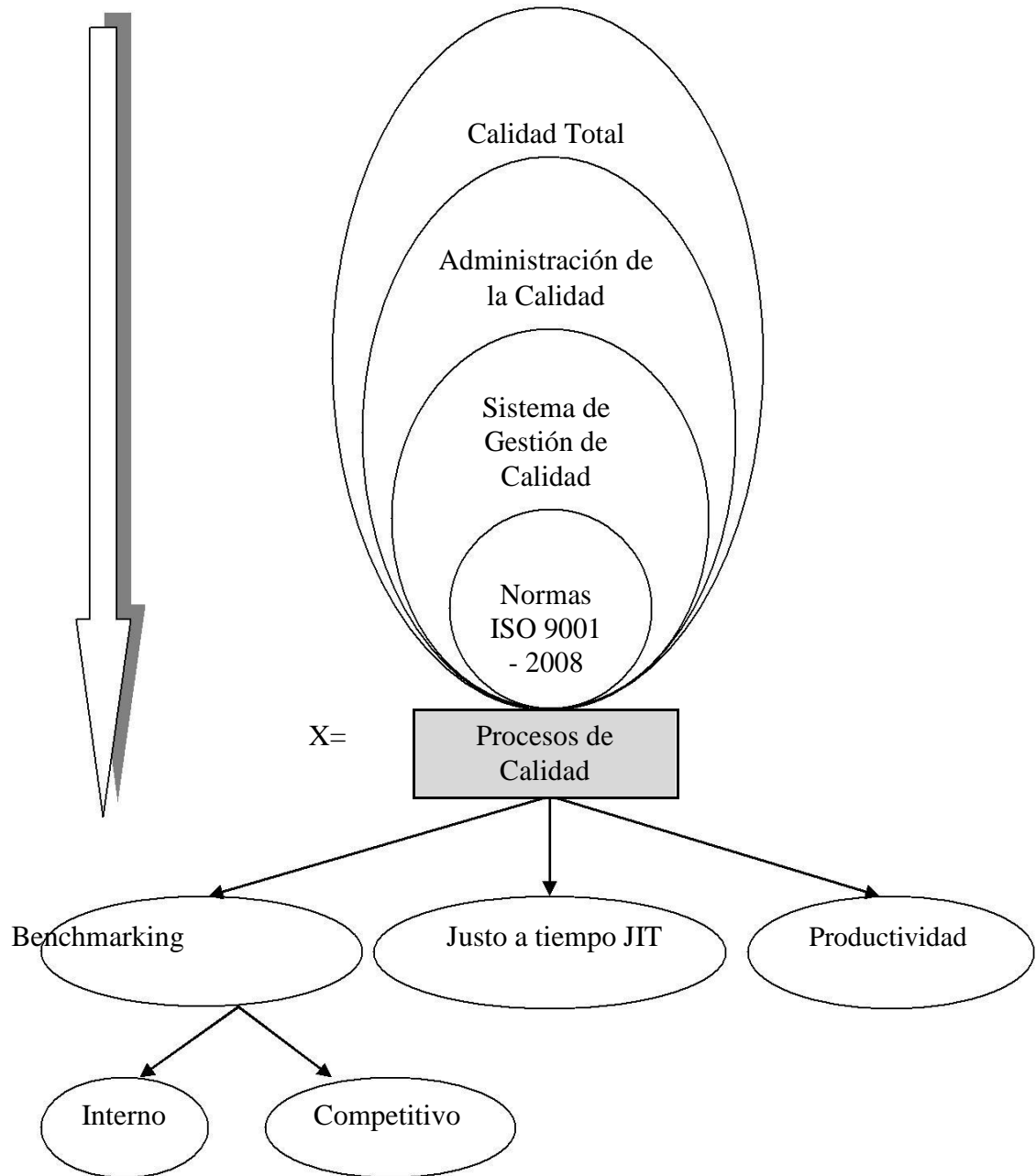
Como afecta los Procesos de calidad en las ventas de la Empresa “World Graphic de la ciudad de Latacunga”

**2.4.2 Variable Independiente:**      Procesos de calidad

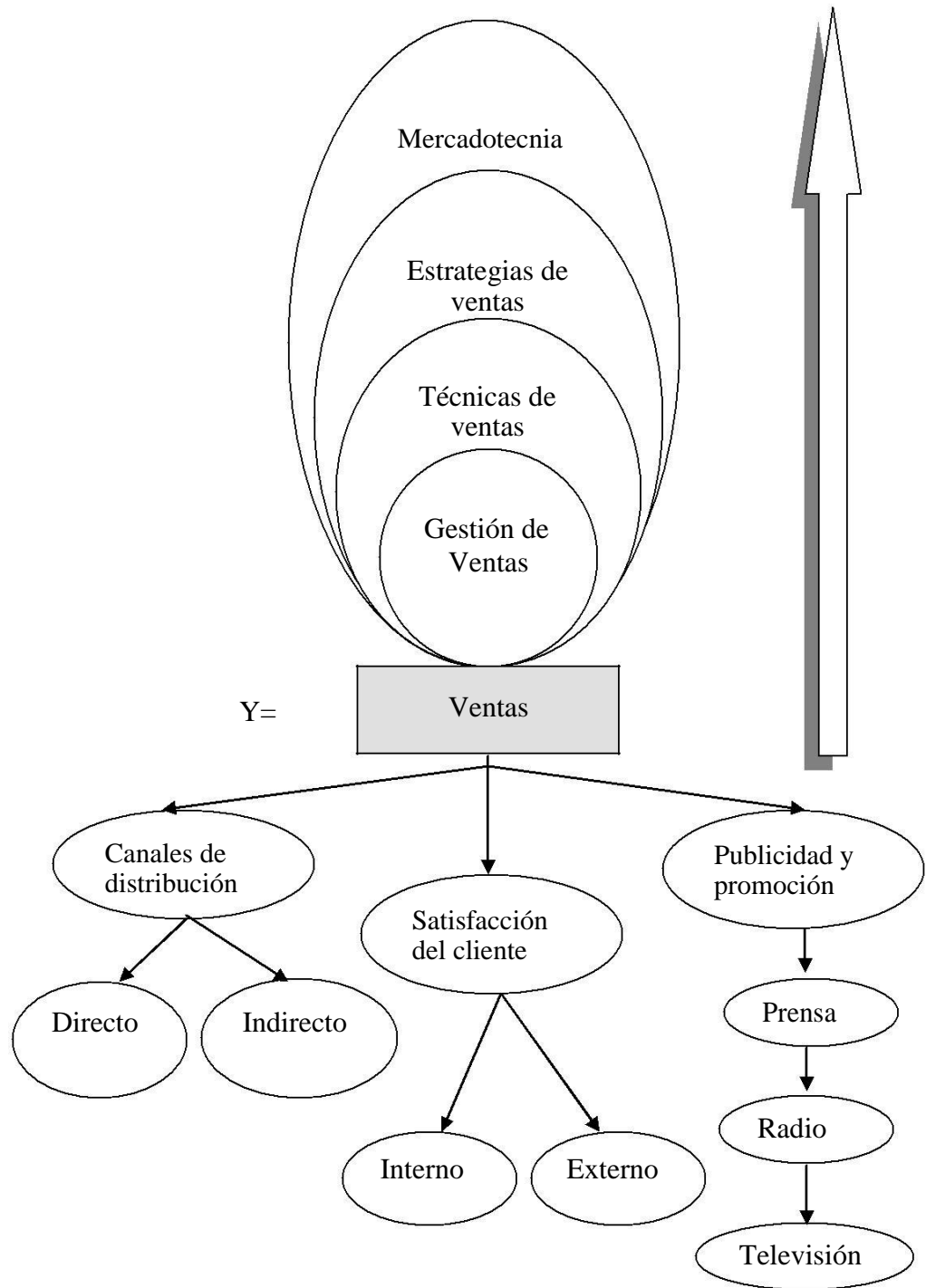
**2.4.3 Variable Dependiente:**      Ventas

## 2.4.4 Categorización de las Variables

**Grafico 1. Variable Independiente**



**Grafico 2. Variable Dependiente**



## **2.4.5 Definición de Categorías**

## **2.4.6 Variable Independiente**

### **2.4.6.1 Definición de Calidad Total**

La Calidad Total es el estudio más evolucionado dentro de las sucesivas transformaciones que ha sufrido el término Calidad a lo largo del tiempo. En un primer momento se habla de Control de Calidad, primera etapa en la gestión de la Calidad que se basa en técnicas de inspección aplicadas a Producción. Posteriormente nace el Aseguramiento de la Calidad, fase que persigue garantizar un nivel continuo de la calidad del producto o servicio proporcionado. Finalmente se llega a lo que hoy en día se conoce como Calidad Total, un sistema de gestión empresarial íntimamente relacionado con el concepto de Mejora Continua y que incluye las dos fases anteriores.

Los principios fundamentales de este sistema de gestión son los siguientes:  
Consecución de la plena satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente (interno y externo).

Desarrollo de un proceso de mejora continua en todas las actividades y procesos llevados a cabo en la empresa (implantar la mejora continua tiene un principio pero no un fin).

Total compromiso de la Dirección y un liderazgo activo de todo el equipo directivo.  
Participación de todos los miembros de la organización y fomento del trabajo en equipo hacia una Gestión de Calidad Total.

Involucración del proveedor en el sistema de Calidad Total de la empresa, dado el fundamental papel de éste en la consecución de la Calidad en la empresa.

Identificación y Gestión de los Procesos Clave de la organización, superando las barreras departamentales y estructurales que esconden dichos procesos.

Toma de decisiones de gestión basada en datos y hechos objetivos sobre gestión basada en la intuición. Dominio del manejo de la información.

La filosofía de la Calidad Total proporciona una concepción global que fomenta la Mejora Continua en la organización y la participación de todos sus miembros, centrándose en la satisfacción tanto del cliente interno como del externo. Podemos definir esta filosofía del siguiente modo: Gestión (el cuerpo directivo está totalmente comprometido) de la Calidad (los requerimientos del cliente son comprendidos y asumidos exactamente) Total (todo miembro de la organización está involucrado, incluso el cliente y el proveedor, cuando esto sea posible).

*<http://www.liderazgoymercadeo.com>*

#### **2.4.6.2 Importancia Estratégica de la Calidad Total**

La Calidad total es una estrategia que busca garantizar, a largo plazo, la supervivencia, el crecimiento y la rentabilidad de una organización optimizando su competitividad, mediante: el aseguramiento permanente de la satisfacción de los clientes y la eliminación de todo tipo de desperdicios. Esto se logra con la participación activa de todo el personal, bajo nuevos estilos de liderazgo; siendo la estrategia que bien aplicada, responde a la necesidad de transformar los productos, servicios, procesos estructuras y cultura de las empresas, para asegurar su futuro.



Para ser competitiva a largo plazo y lograr la sobrevivencia, una empresa necesitará prepararse con un enfoque global, es decir, en los mercados internacionales y no tan sólo en mercados regionales o nacionales. Pues ser excelente en el ámbito local ya no es suficiente; para sobrevivir en el mundo competitivo actual es necesario serlo en el escenario mundial.

Para adoptar con éxito esta estrategia es necesario que la organización ponga en práctica un proceso de mejoramiento permanente.

El proceso de conversión de personas comunes y corrientes a trabajadores excelentes se facilita si en las nuevas contrataciones se logra incorporar a personas que muestren aptitudes y actitudes compatibles con el cambio que se proponga. Para esto el proceso de selección no solo debe limitarse a identificar habilidades específicas y evaluar conocimientos técnicos y experiencia que se exigen para un determinado puesto, sino a encontrar personas con:

- Capacidad creativa y de liderazgo.
- Polivalencia para desempeñar más de una función.
- Habilidad para trabajar en equipo.
- Habilidad para comunicarse e interrelacionarse y
- Capacidad para mejorar y reconocer errores etc.

Esta forma de proceder distinta a la tradicional, implica diseñar un perfil más exigente pero más interesante ya que deberá contemplar aspectos relacionados con los valores de la empresa, orientados hacia la Calidad Total que en el pasado no se han considerado, salvo excepciones.

En el contexto de la Calidad Total se recomienda que la selección de personal nuevo se haga preferiblemente para los cargos de nivel operativo, y que los cargos de mayor responsabilidad se cubran con promociones y ascensos del personal de la propia empresa.

Es importante que en las entrevistas participen los directivos y formulen preguntas que permitan apreciar el grado de identificación con las actitudes que se desean.

[http://www.monografias.com/Administracion\\_y\\_Finanzas/index.shtml](http://www.monografias.com/Administracion_y_Finanzas/index.shtml)

### 2.4.6.3 Evolución del concepto de calidad

Es por esto, que el término de calidad ha cambiado durante la historia, lo cual es importante señalar:

Etapa	Concepto	Finalidad
Artesanal	Hacer las cosas bien independientemente del coste o esfuerzo necesario para ello.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfacer al cliente.</li> <li>• Satisfacer al artesano, por el trabajo bien hecho</li> <li>• Crear un producto único.</li> </ul>
Revolución Industrial	Hacer muchas cosas no importando que sean de calidad (Se identifica Producción con Calidad).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfacer una gran demanda de bienes.</li> <li>• Obtener beneficios.</li> </ul>
Segunda Guerra Mundial	Asegurar la eficacia del armamento sin importar el costo, con la mayor y más rápida producción (Eficacia +	Garantizar la disponibilidad de un armamento eficaz en la cantidad y el momento preciso.

	Plazo = Calidad)	
Posguerra (Japón)	Hacer las cosas bien a la primera	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Minimizar costes mediante la Calidad</li> <li>• Satisfacer al cliente</li> <li>• Ser competitivo</li> </ul>
Postguerra (Resto del mundo)	Producir, cuanto más mejor	Satisfacer la gran demanda de bienes causada por la guerra
Control de Calidad	Técnicas de inspección en Producción para evitar la salida de bienes defectuosos.	Satisfacer las necesidades técnicas del producto.
Aseguramiento de la Calidad	Sistemas y Procedimientos de la organización para evitar que se produzcan bienes defectuosos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfacer al cliente.</li> <li>• Prevenir errores.</li> <li>• Reducir costes.</li> <li>• Ser competitivo.</li> </ul>
Calidad Total	Teoría de la administración empresarial centrada en la permanente satisfacción de las expectativas del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Satisfacer tanto al cliente externo como interno.</li> <li>• Ser altamente competitivo.</li> <li>• Mejora Continua</li> </ul>

**Fuente:**[http://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Organizacion\\_empresarial.png](http://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Organizacion_empresarial.png)

Esta evolución nos ayuda a comprender de dónde proviene la necesidad de ofrecer una mayor calidad del producto o servicio que se proporciona al cliente y, en definitiva, a la sociedad, y cómo poco a poco se ha ido involucrando toda la organización en la consecución de este fin.

La calidad no se ha convertido únicamente en uno de los requisitos esenciales del producto sino que en la actualidad es un factor estratégico clave del que dependen la mayor parte de las organizaciones, no sólo para mantener su posición en el mercado sino incluso para asegurar su supervivencia.

*[http://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Organizacion\\_empresarial.png](http://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Organizacion_empresarial.png)  
(2011-01-10/h.20:00)*

#### **2.4.6.4 Definición de la calidad**

La calidad es un concepto que ha ido variando con los años y que existe una gran variedad de formas de concebirla en las empresas, a continuación se detallan algunas de las definiciones que comúnmente son utilizadas en la actualidad.

La calidad es:

- Satisfacer plenamente las necesidades del cliente.
- Cumplir las expectativas del cliente y algunas más.
- Despertar nuevas necesidades del cliente.
- Lograr productos y servicios con cero defectos.
- Hacer bien las cosas desde la primera vez.
- Diseñar, producir y entregar un producto de satisfacción total.
- Producir un artículo o un servicio de acuerdo a las normas establecidas.
- Dar respuesta inmediata a las solicitudes de los clientes.
- Sonreír a pesar de las adversidades.
- Una categoría tendiente siempre a la excelencia.
- Calidad no es un problema, es una solución.

*[http://www.monografias.com/Administracion\\_y\\_Finanzas/index.shtml](http://www.monografias.com/Administracion_y_Finanzas/index.shtml)*

El concepto de Calidad según:

**Edwards Deming:** "la calidad no es otra cosa más que "Una serie de cuestionamiento hacia una mejora continua".

**Dr. J. Juran:** la calidad es "La adecuación para el uso satisfaciendo las necesidades del cliente".

**Kaoru Ishikawa** define a la calidad como: "Desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el útil y siempre satisfactorio para el consumidor".

**Rafael Picolo**, Director General de Hewlett Packard: define "La calidad, no como un concepto aislado, ni que se logra de un día para otro, descansa en fuertes valores que se presentan en el medio ambiente, así como en otros que se adquieren con esfuerzos y disciplina".

Con lo anterior se puede concluir que la calidad se define como "Un proceso de mejoramiento continuo, en donde todas las áreas de la empresa participan activamente en el desarrollo de productos y servicios, que satisfagan las necesidades del cliente, logrando con ello mayor productividad".

*<http://www.gestiopolis.com/Canales4/ger/adoperaciones.htm>*

#### **2.4.6.5 Administración de la calidad**

Significado de la Administración de la Calidad.

La administración de la calidad es la función organizacional cuyo objetivo es la prevención de defectos.

La responsabilidad de la administración de la calidad según Fergentraun (1983) son las siguientes:

1. Acumular, analizar y elaborar informes de los costos de la calidad.
2. Establecer metas y programas de reducción de los costos de la calidad.
3. Implantar sistemas para medir el verdadero nivel de la calidad del producto resultante.
4. Establecer metas y programas para el mejoramiento de la calidad del producto.
5. Establecer metas y programas para el mejoramiento de la calidad del producto, por línea de producto.
6. Establecer objetivos y programas para el componente organizacional del control de calidad y publicar manuales para uso del personal correspondiente.
7. Clasificar las actividades del control de calidad de acuerdo con el tipo de trabajo.
8. Organizar el trabajo de control de calidad y contratar personal idóneo para dicha organización.
9. Difundir los procedimientos para hacer que opere el control de calidad.
10. Lograr la aceptación, por parte de los empleados, del trabajo de control de calidad que se le asigne.
11. Integrar a todos los empleados en el componente organizacional del control de calidad y realizar mediciones de la efectividad para determinar la contribución de la función del control de calidad a la rentabilidad y progreso de la compañía.

El objetivo de la gerencia de la calidad es fabricar un producto cuya calidad se diseña, produce y mantiene al menor costo posible.

*<http://es.wikipedia.org/wiki/Administraci%C3%B3n><http://es.wikipedia.org/wiki/Administraci%C3%B3n>(2011-01-12/h.9:00)*

#### **2.4.6.6 Ingeniería de la calidad**

Es una rama de la ingeniería que interviene en las actividades de cada departamento de la empresa cuya actividad más importante es la implementación de programas de control de calidad. La ingeniería de la calidad también ayuda en la evaluación mediante el establecimiento de métodos

**Hay tres técnicas principales que se emplean en ingeniería de Calidad:**

**Elaboración de políticas de Calidad:** señala los límites dentro del cual se tomarán todas las acciones relativas que se necesitan para alcanzar los objetivos de la calidad. Esta política es la pauta que guía y gobierna todas las decisiones administrativas en las áreas de calidad del producto, incluidas la confiabilidad, la seguridad, la inspección, etc.

**El análisis de la calidad del producto:** consiste en descomponer la situación problemática de la calidad y luego sintetizar los segmentos en un todo.

**La planeación de las operaciones de calidad:** comprende la aplicación de técnicas tendentes a inculcar la importancia de seguir un curso de acción propuesto y los métodos para lograr el resultado deseado. El propósito principal de la planeación es entregar al cliente un producto de calidad satisfactoria a un costo mínimo de calidad.

Entre las actividades que conforman una parte importante del trabajo de un ingeniero de la calidad tenemos:

1. Capacitación
2. Normas de calidad
3. Instalaciones para medición análisis
4. Métodos y procedimientos
5. Material disconforme
6. Revisión del programa de la calidad

*<http://www.tecnologiahechpalabra.com/datos/soluciones/mercado/articulo>*

#### **2.4.6.7 Administración Estratégica de la calidad**

La empresa moderna es un sistema complejo en el que se toman decisiones se comunican y se instrumentan. Los componentes de la producción, incluida la calidad, dependen de la manera como se toman las decisiones de la estructura de la red de comunicaciones y del sistema de instrumentación. Las personas de todos los niveles de la organización, desde el director ejecutivo hasta el obrero de la línea de producción tienen por consiguiente alguna influencia en la calidad final.

*[http://www.spconsulting.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=57:-de-procesoscalidad&catid=45:todos&Itemid=61](http://www.spconsulting.org/index.php?option=com_content&view=article&id=57:-de-procesoscalidad&catid=45:todos&Itemid=61)*

#### **2.4.6.8 Administración de la Calidad**

Para satisfacer a los clientes, la calidad debe imprescindiblemente liderarse y gerenciarse a través de toda la red de valor para lograr la satisfacción y el deleite de los clientes.

La calidad, que la Real Academia Española define como "propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor.", nace en el mercado, en los clientes, en sus necesidades y en sus expectativas, pero para satisfacer a los clientes, la calidad debe imprescindiblemente liderarse y gerenciarse a través de toda la red de valor para lograr la satisfacción y el deleite de los clientes.

Si se analiza la totalidad de aquello que no funciona exitosamente, las causas pueden ser el personal, los procesos, los sistemas, etc., pero la causa principal y la responsabilidad central, tanto de los aciertos como de los desaciertos, es de aquellos que ocupan el más alto liderazgo.

*<http://es.wikipedia.org/wiki/administracioncalidad.mercado>*



## **2.4.6.9 Compromiso**

- Involucrarse visiblemente.
- Facilidades constantes.
- Motivadores de mejoramiento continuo.
- Participación en las actividades.
- Apoyo a la cooperación y a los esfuerzos continuos.

### **2.4.6.9.1 Valores**

- La calidad total es el eje central de la cultura cooperativa.
- Crear y sostener valores claros, visibles comunicados y uniformados.
- Integración de esos valores creados en el management, en el personal, en la planificación, en la gestión, en la acción y en el mejoramiento de la calidad ¿Cómo se difunde y refuerza en la empresa el concepto de orientación al cliente? No alcanza con definir la orientación al cliente y hacer difusión en los pasillos, lobbies y oficinas, sino que deben realizarse actividades que difundan y refuercen, haciendo creíble esta orientación hacia los clientes, tanto externos como internos.

Algunas de estas actividades pueden ser:

- Encuestas anuales o semestrales de opinión.
- Entrevistas con clientes perfectamente planificadas y organizadas.
- Revisión y análisis de la realimentación con el cliente.
- Mediciones del progreso de la calidad.
- Entrevistas de benchmarking.
- Reuniones mensuales de direcciones y gerencias.
- Reuniones de análisis y acciones correctivas, luego de escuchar a los clientes internos y externos.
- Trabajo en equipo enfocado en los clientes internos y externos.

*Autor: Estr@tegia Magazine  
Satisfacción y servicio al cliente*

#### **2.4.6.9.2 Sistema de Gestión de Calidad**

Es el conjunto de normas interrelacionadas de una organización por los cuales se administra de forma ordenada la calidad de la misma, en la búsqueda de la mejora continua. Entre dichos elementos, los principales son:

Estructura de la organización: responde al organigrama de los sistemas de la empresa donde se jerarquizan los niveles directivos y de gestión. En ocasiones este organigrama de sistemas no corresponde al organigrama tradicional de una empresa.

Estructura de responsabilidades: implica a personas y departamentos. La forma más sencilla de explicitar las responsabilidades en calidad, es mediante un cuadro de doble entrada, donde mediante un eje se sitúan los diferentes departamentos y en el otro, las diversas funciones de la calidad.

Procedimientos: responden al plan permanente de pautas detalladas para controlar las acciones de la organización.

Procesos: responden a la sucesión completa de operaciones dirigidos a la consecución de un objetivo específico.

Recursos: no solamente económicos, sino humanos, técnicos y de otro tipo, deben estar definidos de forma estable y circunstancial.

Estos cinco apartados no siempre están definidos ni son claros en una empresa.

*<http://www.gestiopolis.com/Canales4/ger/adoperaciones.htm>*

*(Internet: 2011-01-17/h.16:00)*

### **¿Qué es un Sistema de Gestión de la Calidad?**

Un Sistema de Gestión de la Calidad es una forma de trabajar, mediante la cual una organización asegura la satisfacción de las necesidades de sus clientes. Para lo cual planifica, mantiene y mejora continuamente el desempeño de sus procesos, bajo un esquema de eficiencia y eficacia que le permite lograr ventajas competitivas.

### **¿Qué beneficios tiene?**

Mejora continua de la calidad de los productos y servicios que ofrece. Atención amable y oportuna a sus usuarios.

Transparencia en el desarrollo de procesos.

Asegurar el cumplimiento de sus objetivos, en apego a leyes y normas vigentes. Reconocimiento de la importancia de sus procesos e interacciones.

Integración del trabajo, en armonía y enfocado a procesos.

Adquisición de insumos acorde con las necesidades.

Delimitación de funciones del personal.

### **¿Qué propósito tiene en el SIMAT un SGC?**

La implantación de un SGC en el SIMAT garantiza la operación correcta de los procesos de monitoreo, transmisión, adquisición, análisis estadístico y difusión de la información de calidad del aire.

El SGC del SIMAT se basa en los lineamientos de la norma NMX-CC-9001-IMNC-2000 (ISO 9001:2000), de tal forma que mejora la planeación, seguimiento y administración de los recursos asignados. Por otra parte, permitirá mejorar la calidad de los productos y satisfacer los requisitos de la población.

### **¿Cuál es su alcance?**

El SGC se instrumentará en todas las áreas del SIMAT, perteneciente a la Dirección General de Gestión Ambiental del Aire de la Secretaría del Medio Ambiente del Gobierno del Distrito Federal.

Como parte del SGC se documentarán: Manual de Calidad, Manual de Procedimientos y Manual de Instrucciones de trabajo.

El SGC tendrá una revisión periódica a través de reuniones y auditorías internas, con el propósito de su mejora continua.

*<http://www.gestiopolis.com/Canales/adoperaciones/Scg.htm>*

#### **2.4.6.9.3 Implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad**

Las Normas ISO 9000 toma su nombre de la institución "International Organization for Standardization" organismo mundial líder de la Normalización, el cual hizo posible la aprobación de los textos de las normas que conforman dicha serie.

La serie 9000 se centra en las normas sobre documentación, en particular, en el Manual de la Gestión de la Calidad, con la finalidad de garantizar que existan Sistemas de Gestión de la Calidad apropiados. La elaboración de estos manuales exigen una metodología, conocimientos y criterios organizacionales para recopilar las características del proceso de la empresa.

La aplicación de las Normas de Calidad ISO 9000 constituye para la industria, una vía de reducir costos y mejorar sus procesos de producción tomando en cuenta que la calidad es un factor clave para la competitiva en cualquier mercado. La persona que se dedique a normalizar debe ser conocedora de esta faena garantizando así la incorporación de un procedimiento que se adapte a la realidad del proceso, que sea útil y de fácil entendimiento.

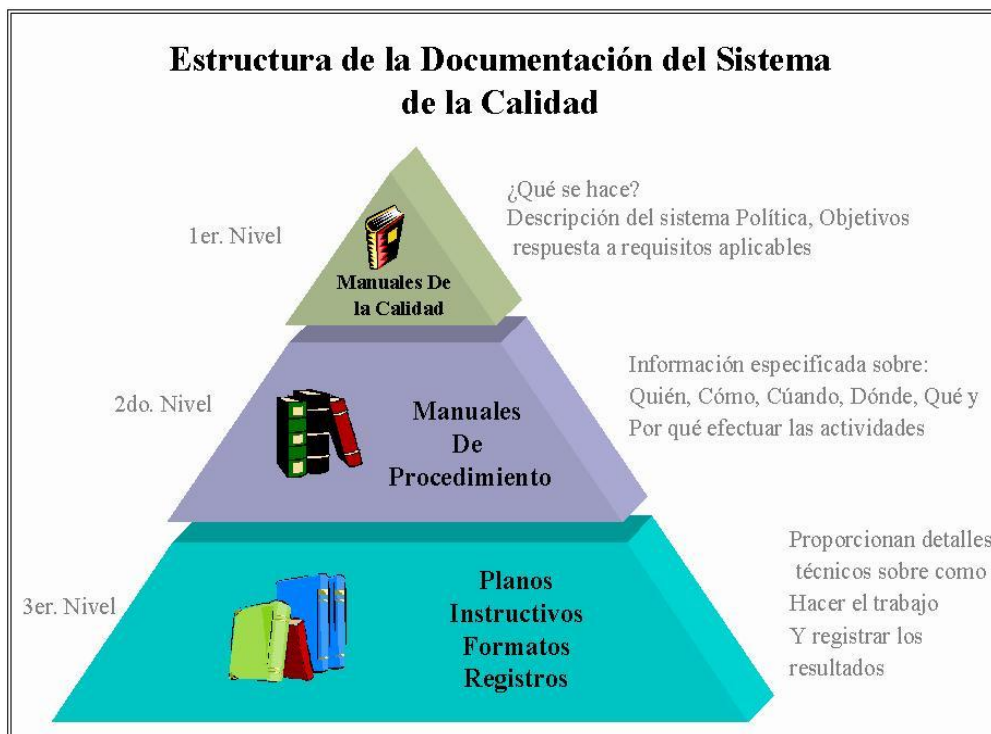
Cuando las compañías se hagan crecientemente interdependientes a través de las fronteras internacionales, habrá cada vez más presión para garantizar la calidad de los procesos. En tal entorno, existe un conjunto considerable de normas internacionales, y una única organización internacional que realiza el esfuerzo para tratar de promoverlas.

El desarrollo y comercialización de productos no puede seguir siendo considerados en forma local, pues la competencia externa ataca con calidad y costos de nivel internacional, apareciendo entonces la empresa de clase mundial, capaz de competir en cualquier mercado con las mejores de su ramo. En vista de esta globalización y del conocimiento de que un Sistema de Gestión de la Calidad en funcionamiento crea la base para la toma de decisiones "basadas en el conocimiento", un óptimo entendimiento entre las "partes interesadas" y sobre todo lograr un aumento del éxito de la empresa a través de la disminución de los costos por fallas (costos ocultos) y las pérdidas por roces; las empresas en pro del mejoramiento del desempeño de su organización deben dar comienzo a la Implantación del Sistema de Gestión de la Calidad fundamentándose en: El enfoque al cliente, el liderazgo, la participación del personal, el enfoque basado en los procesos, la gestión basada en sistemas, el mejoramiento continuo, la toma de decisiones basadas en hechos y la relación mutuamente beneficiosa con el proveedor.

Para comenzar con la Implantación de un Sistema de Gestión de la Calidad es necesario el Análisis de los Procesos de Trabajo; una herramienta útil para tal función es la estructura de los procesos o Mapa de los procesos.

El Mapa de los Procesos de una organización permite considerar la forma en que cada proceso individual se vincula vertical y horizontalmente, sus relaciones y las interacciones dentro de la organización, pero sobre todo también con las partes interesadas fuera de la organización, formando así el proceso general de la empresa. 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.

Una vez definida la estructura de los procesos se procede a documentar el Sistema, Elaborando o mejorando los Procedimiento e Instrucciones; para ello se considera la Estructura de documentación del Sistema de Calidad.



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

Como lo representa la Pirámide de Documentación, la Implantación del Sistema de Gestión de la Calidad se comienza por el 3<sup>er</sup>. Nivel, la recolección de los planes, instructivos y registros que proporcionan detalles técnicos sobre cómo hacer el trabajo y se registran los resultados, estos representan la base fundamental de la documentación.

Posteriormente, se determinó la información especificada sobre los procedimientos de cada área de la Gerencia: ¿Quién?, ¿Qué?, ¿Cómo?, ¿Cuándo?, ¿Dónde? y ¿Por qué? efectuar las actividades (2<sup>do</sup>. Nivel), esto con el fin de generar los Manuales de Procedimientos de cada área.

Los procedimientos documentados del sistema de Gestión de la calidad deben formar la documentación básica utilizada para la planificación general y la gestión de las actividades que tienen impacto sobre la calidad, también deben cubrir todos los elementos aplicables de la norma del sistema de gestión de la calidad. Dichos procedimientos deben describir las responsabilidades, autoridades e interrelaciones del personal que gerencia, efectúa y verifica el trabajo que afecta a la calidad, como se deben efectuar las diferentes actividades, la documentación que se debe utilizar y los controles que se deben aplicar.

Algunos de los principales objetivos que se persigue con la elaboración de los manuales de procedimientos son:

- Comunicar la política de la calidad, los procedimientos y los requisitos de la organización.
- Entrenar y/o adiestrar a nuevos empleados.
- Definir responsabilidades y autoridades.
- Regular y estandarizar las actividades de la Empresa.
- Facilitar la introducción de un mejor método dando datos completos del método actual.
- Ayuda a establecer mejores programas de operaciones y de actividades.
- Suministrar las bases documentales para las auditorias.

*<http://www.monografias.com/trabajos/ofertaydemanda/ofertaydem>*

#### **2.4.6.9.4 Procesos de calidad**

El proceso consiste en aplicar la calidad al proceso de fabricación de un producto. Para ello se utilizan técnicas como el control de procesos estadísticos aplicadas sobre muestras tomadas del producto.

Al controlar el proceso, se evita que el producto corra el riesgo de salir defectuoso. Las ventajas de esta técnica suponen una menor pérdida, pues se evita que un producto defectuoso se siga creando en mal estado, creando mayores costes.

*[http://www.spconsulting.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=57](http://www.spconsulting.org/index.php?option=com_content&view=article&id=57)*

*(Internet: 2010-02-25/h.14:10)*

#### **2.4.6.9.5 Benchmarking**

Es el proceso continuo de medir productos, servicios y prácticas contra los competidores más duros o aquellas compañías reconocidas como líderes en la industria.

*<http://www.monografias.com/trabajos/bechmarketing.org>*

#### **2.4.6.9.6 Justo a Tiempo JIT**

Es un sistema para el control de la producción y el inventario. Su objetivo es un procesamiento continuo, sin interrupciones de la producción. Supone la minimización del tiempo total necesario desde el comienzo de la fabricación hasta la facturación.

*<http://www.monografias.com/trabajos/cproductividad.shtml>*

#### **2.4.6.9.7 Productividad**

Es la capacidad o grado de producción por unidad de trabajo, es decir, hacer lo mismo con menos recursos, manteniendo la calidad constante.

Es la relación entre la producción obtenida y los recursos utilizados para obtenerla. *<http://www.monografias.com/trabajos/cproductividad.shtml>*



## **2.4.7 Variable Dependiente**

### **2.4.7.1 Ventas**

Las ventas es ofrecer al consumidor un producto o servicio para su entera satisfacción de las necesidades del cliente para luego obtener un beneficio económico que también satisface el desarrollo de la empresa.

Toda empresa tiene sus propios recursos para la venta. Estos recursos pueden variar en relación con la naturaleza de los productos vendidos y el volumen de actividad de la empresa; la empresa puede apoyar su gestión de ventas en (a) vendedores independientes (b) representantes exclusivos (c) vendedores asalariados. El que se dé una decisión positiva de compra a favor de una empresa en particular está fuertemente vinculada con la persona a quien le corresponde la misión de vender, la cual deberá poseer competencias, habilidades, entrenamiento y la motivación adecuadas para persuadir al potencial cliente a que adquiera el bien o servicio ofrecidos por las empresa.

*<http://es.wikipedia.org/wiki/ventas>*

### **2.4.7.2 Herramienta**

La revisión de la gestión de ventas implica la verificación de si los vendedores tienen la capacitación y la motivación adecuadas, así como la forma en que comparten su tiempo efectivo de venta entre los clientes existentes y los potenciales y, entre las cuentas grandes, medianas o pequeñas.

También supone la revisión de los recursos de publicidad para evaluar si efectivamente están siendo utilizados para aumentar la eficacia de los vendedores, fomentando la curiosidad y el interés de los clientes.

*<http://es.wikipedia.org/wiki/Necesidad/herramienta>*

### **2.4.7.3 Aplicación**

Revise nuevamente el grado de competencias, habilidades y herramientas con las que están dotados los vendedores de su empresa, poniendo el énfasis en los aspectos como la orientación al logro [la preocupación por hacer el trabajo de la mejor forma posible, con la disciplina necesaria para llevarlo a cabo], su orientación al cliente [percibir las necesidades de un cliente concreto y ser capaz de satisfacerlas desde el dossier de ofertas que tiene la organización para la cual trabaja] y, habilidades persuasivas [capacidad para convencer].

Evalúe cuál ha sido el tipo de formación que ha proporcionado a su fuerza de ventas y propóngase un plan inmediato de formación - motivación como incentivo para la realización de un esfuerzo más sistemático de colocación de productos. Este programa deberá refrescar las técnicas de ventas, el conocimiento de los productos y, agilizar el proceso de intermediación entre el cliente y la empresa.

Revise la organización de las ventas y préstele una mayor atención al desarrollo de criterios que le permita diferenciar a los clientes por categorías. Sobre la base de esta categorización, establezca relaciones entre clientes concretos y tipos de productos que demandan, así como entre estas dos variables y los sectores geográficos en los que se encuentran.

Revise la política de remuneración aplicada a la fuerza de ventas e intente relacionarla con el volumen de negocios y los objetivos logrados: sueldo fijo + comisión sobre volumen de negocio + prima por objetivos.

Establezca un seguimiento más cercano de las actividades cotidianas de cada uno de los integrantes de la fuerza de ventas. Establezca reuniones semanales y préstele atención a la relación entre las actividades realizadas y los resultados obtenidos.

Mantenga un contacto estrecho con sus principales clientes; revise conjuntamente con ellos el entorno contextual de la relación y examine sobre esa base las condiciones sobre las cuales se realizan las ventas.

<http://es.wikipedia.org/wiki/Necesidad/herramienta/aplicacion>

#### **2.4.7.4 Técnicas de ventas**

Las técnicas de ventas constituyen el cuerpo de métodos usados en la profesión de ventas, también llamada a menudo simplemente "ventas". Las técnicas en uso varían altamente de la venta consultiva centrada en el cliente al muy presionado "cierre duro".

Todas las técnicas necesitan algo de experiencia y se mezclan un poco con la adivinación psicológica de conocer qué motiva a otros a comprar algo ofrecido por uno. La maestría en las técnicas de la venta puede ofrecer rentas muy altas, mientras que la falta de ella puede resultar deprimente y frustrante. El retrato de este último aspecto se refleja en *La muerte de un viajante* de Arthur Miller. El vendedor tiene que hacer frente a menudo a un alto nivel de rechazo. Esto es difícil de manejar emocionalmente, citándose generalmente como la razón más habitual para dejar la profesión. Debido a esto, las técnicas del entrenamiento de ventas incluyen una gran cantidad de material de motivación y la preparación dada por profesionales de la psicología o ex-vendedores adiestrados llamados *coaches*; éstos suelen ser gerentes o vendedores con larga trayectoria.

En general el entrenamiento de ventas suele ser muy aguerido y llevado a límites de la práctica y el entendimiento son comparados con los entrenamientos militares de supervivencia ya que el vendedor está continuamente rozando la frustración y el rechazo. La llamada "tendencia al NO" se les debe formar ética y formalmente

utilizando varios conceptos de la psicología moderna inductiva. Hoy un verdadero profesional de las ventas es una persona altamente calificada en varios rubros o temas humanísticos como la psicología, la comercialización, técnicas de oratoria, la programación neurolingüística (PNL), motivacionales e idiomas.

*<http://www.clminnovacion.com/NR/rdonlyres/errwbgbycammmz6vcuc32d64xyw2rwzr3aztpiftep07y3saosro6mzmd7npxvmtsh2b4punmokse/satisfaccioncliente.pdf>*  
(Internet: 2011-01-182/h.20:00)

#### **2.4.7.5 Estrategias de Ventas**

Las estrategias de ventas son un elemento fundamental del éxito en cualquier negocio. Una buena **estrategia** nos indicará el camino a seguir. Si usted piensa que está haciendo negocios „como siempre“, tenga por seguro que su competencia estará ganando más que usted. Para ganar dinero en Internet, ahora más que nunca debe enfocar, mejorar y posiblemente cambiar lo que haga falta para adquirir, retener y conservar a los clientes. Hay dos formas de pensar cómo enfocar nuestras **estrategias de ventas** para ganar más dinero. Podemos preguntarnos:

**J.L. Urquijo (1968. P.221-222).**

#### **2.4.7.6 Mercadotecnia**

**Para la American Marketing Asociation (A.M.A.):** "La **mercadotecnia** es una función de la organización y un conjunto de procesos para crear, comunicar y entregar valor a los clientes, y para manejar las relaciones con estos últimos, de manera que beneficien a toda la organización..."

**Para Philip Kotler, autor del libro "Dirección de Mercadotecnia":**"La **mercadotecnia** es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes".

**Para Jerome McCarthy, Premio Trailblazer de la American Marketing**

**Asociation:** "La **mercadotecnia** es la realización de aquellas actividades que tienen por objeto cumplir las metas de una organización, al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente y al encauzar un flujo de mercancías aptas a las necesidades y los servicios que el productor presta al consumidor o cliente".

**Para Stanton, Etzel y Walker, autores del libro "Fundamentos del Marketing":**

"La **mercadotecnia** es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactores de necesidades, asignarles precios, promover y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización".

**Para John A. Howard, de la Universidad de Columbia:**La **mercadotecnia** es el proceso de:

- Identificar las necesidades del consumidor.
- Conceptualizar tales necesidades en función de la capacidad de la empresa para producir.
- Comunicar dicha conceptualización a quienes tienen la capacidad de toma de decisiones en la empresa.
- Conceptualizar la producción obtenida en función de las necesidades previamente identificadas del consumidor.

**Para los consultores Al Ries y Jack Trout, autores del libro "La Guerra de la**

**Mercadotecnia":**El término **mercadotecnia** significa "guerra". Ambos consultores, consideran que una empresa debe orientarse al competidor; es decir, dedicar mucho más tiempo al análisis de cada "participante" en el mercado, exponiendo una lista de debilidades y fuerzas competitivas, así como un plan de acción para explotarlas y defenderse de ellas.

En síntesis, y complementando las anteriores definiciones, planteo la siguiente **definición de mercadotecnia:**

La mercadotecnia es un sistema total de actividades que incluye un conjunto de procesos mediante los cuales se identifican las necesidades o deseos existentes en el mercado para satisfacerlos de la mejor manera posible al promover el intercambio de productos y/o servicios de valor con los clientes, a cambio de una utilidad o beneficio.

#### **2.4.7.7 Canales de distribución**

El termino canal de distribución "Se utiliza por primera vez para describir la existencia de un canal de comercialización, que establece un puente entre productores y usuarios, que comparo los canales de distribución con caminos a través de los cuales los bienes o materiales podrían pasar de los productores a los usuarios".

Se puede decir que la mayoría de los productores recurren a intermediarios para que lleven sus productos al mercado, es decir una serie de organizaciones interdependientes involucradas en el proceso de lograr que el consumidor o el usuario pueda usar o consumir el producto o servicio.

*<http://www.monografias.com/trabajos13/artmejo/artmejo.shtml>*

#### **2.4.7.8 Satisfacción de los clientes**

Empieza con las necesidades y deseos de los clientes como la base del propósito de un negocio, es responsabilidad de todos los miembros de una empresa y no solo de quienes están asignados a las ventas, el alcance de los objetivos es el resultado del logro en la satisfacción de los clientes.

Además la satisfacción de sus necesidades "Es la razón de ser de un negocio, puesto que es el cliente quien otorga a la empresa la capacidad de desarrollo y continuidad, la

creencia de nuevos es el resultado directo de haber dado satisfacción a los clientes antiguos por tanto, la satisfacción del que compra, tanto por lo que se refiere al producto como al servicio, es fundamental para sobrevivir".

*<http://www.monografias.com/trabajos13/artmejo/artmejo.shtml/clientes>*

#### **2.4.7.9Publicidad**

La publicidad "Es expresiva y permite a que la compañía presente sus productos, de manera espectacular por medio de una utilización artística, del medio impreso el sonido y el color.

Mediante técnicas motivacionales y a través de los medios de comunicación masiva, la publicidad informa y logra incitar a distancias a los prospectos de consumo con la reiteración de sus mensajes.

Puedo decir que la publicidad se caracteriza por ser pagado, es un método de informar, persuadir y comunicar a las personas acerca del producto.

*<http://www.monografias.com/trabajos/promopublicidad>*

#### **2.4.7.9.1Promoción**

Como un punto adicional es necesario tener en cuenta que la promoción aunque no genere una compra inmediata, ayuda a fortalecer la "identidad de marcas de las organizaciones" mejorando e reconocimiento a largo plazo.

Se define como "Los incentivos a corto plazo, destinados a alentar la compra o venta de un producto o servicio, a la vez se lo considera como un conjunto de actividades, que se dedican a acercar el producto al consumidor en forma física".

La promoción es "el conjunto de técnicas integradas en el plan anual de marketing para alcanzar objetivos específicos, a través de diferentes estímulos y de acciones limitadas en el tiempo y en el espacio, orientadas a públicos determinados".

*<http://www.monografias.com/trabajos/promocion.org>*



## **2.5 HIPÓTESIS**

La formulación de un plan de procesos de calidad permitirá incrementar las ventas de la Empresa World Graphic.

## **2.6 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES**

**2.6.1 Variable Independiente:** Procesos de Calidad.

**2.6.2 Variable Dependiente:** Ventas.

## **CAPITULO III**

### **3. METODOLOGÍA**

#### **3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN**

Para la presente investigación se hizo uso del procedimiento cualitativo con respecto a la variable independiente Procesos de Calidad; ya que se va a considerar todas las normas, y lineamientos que se requiere al momento de otorgar garantía a un producto y poder llevar a cabo este proyecto de investigación. De la misma manera en lo referente a la variable dependiente Ventas se utilizó el proceso cuantitativo – discreta puesto que se considera tanto las características como el número de clientes en general de la empresa.

### **3.1.1 Modalidad Básica de la Investigación**

En el cumplimiento del presente trabajo de investigación se utilizó las siguientes modalidades:

### **3.1.2 Investigación Bibliografía Documental**

Se basó en las investigaciones científicas tales como Tesis de grado, Libros, Internet, Revistas y otros, en lo referente a nuestro tema de investigación y poder aportar algo más a lo ya investigado.

### **3.1.3 Investigación Experimental**

En este tipo de investigación se mantuvo una observación directa con el objeto de estudio de ir controlando las variables de la hipótesis planteada.

### **3.1.4 Investigación de Campo**

El presente trabajo se realizó a través del contacto directo del investigador con la realidad misma de la empresa, la misma que tiene como objetivo principal recolectar, registrar y analizar la información que se haya obtenido de la observación.

## **3.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Para la presente investigación, se utilizó los siguientes tipos:

### **3.2.1 Investigación Exploratoria**

Es exploratoria, por cuanto permite identificar el problema, y al mismo tiempo pretende:

Realizar preguntas relacionada al tema a investigar, por cuanto así determinaremos la incidencia de las respectivas variables.

### **3.2.2 Investigación Descriptiva**

Al permanecer en la empresa que es el lugar de los hechos, recolectamos información la misma que la obtenemos de la observación ya que nos permitió mirar y analizar de mejor manera la realidad de la empresa.

### **3.2.3 Investigación Correlacionar.**

Este tipo de investigación se orienta a medir el grado de relación de la variable independiente (Procesos de calidad) y la variable dependiente (Ventas).

Es de interés del propietario de la empresa por dar solución al problema para poder tener más calidad en sus productos y a su vez incrementar la afluencia de clientes en la empresa.

### 3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

Para la ejecución de la presente investigación, la población que se utilizará es finita ya que el total de personal incluidos empleados y propietario suman 26 y todos laboran en la Empresa World Graphic, como también de 20 clientes externos.

**Tabla 1. Clientes Internos**

<b>POBLACION</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
PERSONAL	26	100%
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>	<b>100%</b>

#### **Clientes Externos**

<b>POBLACION</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Clientes	20	100%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

### 3.4 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

**Tabla 2. VARIABLE INDEPENDIENTE: PROCESOS DE CALIDAD**

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMES	TÉCNICA E INSTRUMENTO
Se puede decir que los procesos de calidad son una herramienta que nos permitirá diagnosticar la situación actual de la empresa, orientando hacia oportunidades y un potencial por mantener una estructura racional en el mercado durante períodos específicos.	Herramienta	Hoja de verificación Espina de pescado	¿Considera usted que las relaciones laborales influyen en su desempeño diario?	Encuesta que serán realizadas al personal de la empresa.
	Diagnosticar	Encuestas Buzón de sugerencias	¿Cómo calificaría el trato que recibe de su jefe en la empresa?	Encuesta que serán realizadas al personal de la empresa.

**Tabla 3. VARIABLE DEPENDIENTE: VENTAS**

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMES	TÉCNICA E INSTRUMENTO
<p>Las ventas es el proceso que ayudará a persuadir a un cliente para que compre un artículo.</p>	<p>Procesos</p>	<p>Si No</p>	<p>¿La empresa tiene definido el proceso de venta?</p>	<p>Encuesta que serán realizadas al personal de la empresa.</p>
	<p>Clientes</p>	<p>Potenciales Reales</p>	<p>¿Qué tipo de clientes visitan nuestra empresa?</p>	<p>Encuesta que serán realizadas al personal de la empresa.</p>

### 3.5 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para la ejecución de la presente investigación se utilizó las siguientes técnicas e instrumentos para la recolección de información:

**Tabla 4. RECOLECCION DE INFORMACION**

<b>TIPO DE INFORMACIÓN</b>	<b>TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN</b>	<b>INSTRUMENTOS RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN</b>
1.- Secundaria	1.1 Lectura Científica	Enciclopedia de Marketing de Ventas Libros de Administración Libros de Ventas Tesis de Grado (varías)
	1.2 Internet	1.2.1 <a href="http://www.gestiopolis.com">www.gestiopolis.com</a> <a href="http://www.guiadeladministrador.com">www.guiadeladministrador.com</a> <a href="http://www.wikipedia.org.com">www.wikipedia.org.com</a>
2.- Primaria	2.1 Observación	2.1.1 Cámara
	2.2 Encuesta	2.2.1 Cuestionario



### **3.6 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

Se procederán las encuestas con sus respectivas codificaciones las cuales nos ayudaran con la tabulación.

La tabulación que se realiza será computarizada para que los resultados sean más exactos y libres de errores.

La presentación de los resultados será en gráficos para una mejor visualización.

## **CAPÍTULO IV**

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

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

Mediante la aplicación de las técnicas y los métodos mencionados anteriormente de esta investigación, se ha logrado obtener información a través de la encuesta dirigida a los trabajadores y clientes de la Empresa “World Graphic”.

Cada una de las preguntas realizadas será analizada e interpretadas para una mejor comprensión y discernimiento de los lectores de la presente investigación.

## **4.2 INTERPRETACIÓN DE DATOS**

Posteriormente se presenta el análisis de las preguntas de la encuesta realizada a los trabajadores y clientes objeto de estudio en concordancia con la encuesta.

Una vez tabulados los datos, se realizará el análisis de cada una de las preguntas de la encuesta aplicada a los trabajadores, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos de la hipótesis.

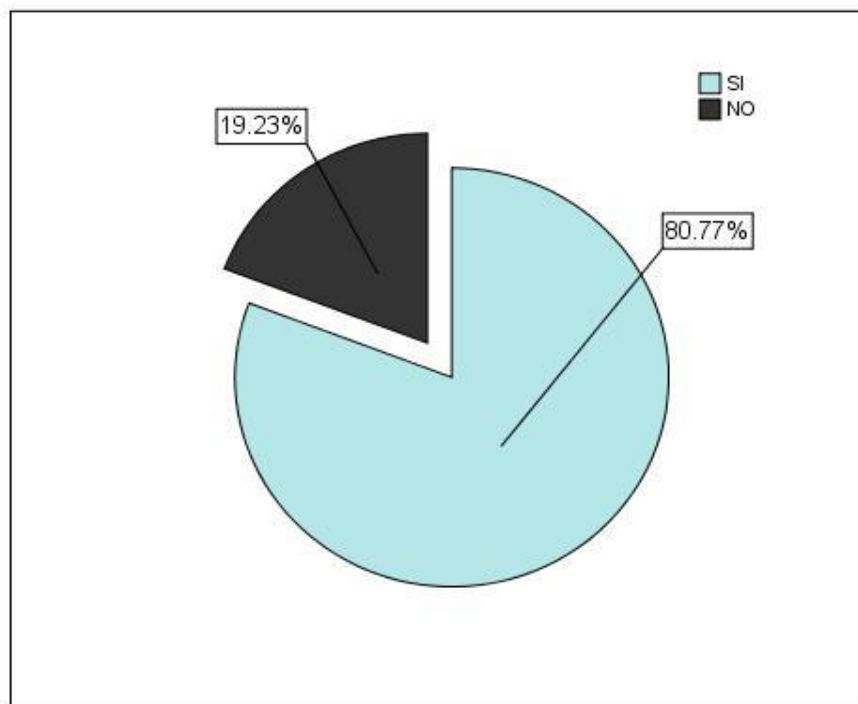
## Cuestionario Clientes Internos

### 1.- ¿La empresa tiene definido el proceso de ventas?

**TABLA 5:** Proceso de ventas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	21	80,8	80,8	80,8
	NO	5	19,2	19,2	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**GRAFICO 3:** Calidad del servicio



Fuente: Encuesta Elaborado por: Leonardo Vega

### ANALISIS E INTERPRETACION:

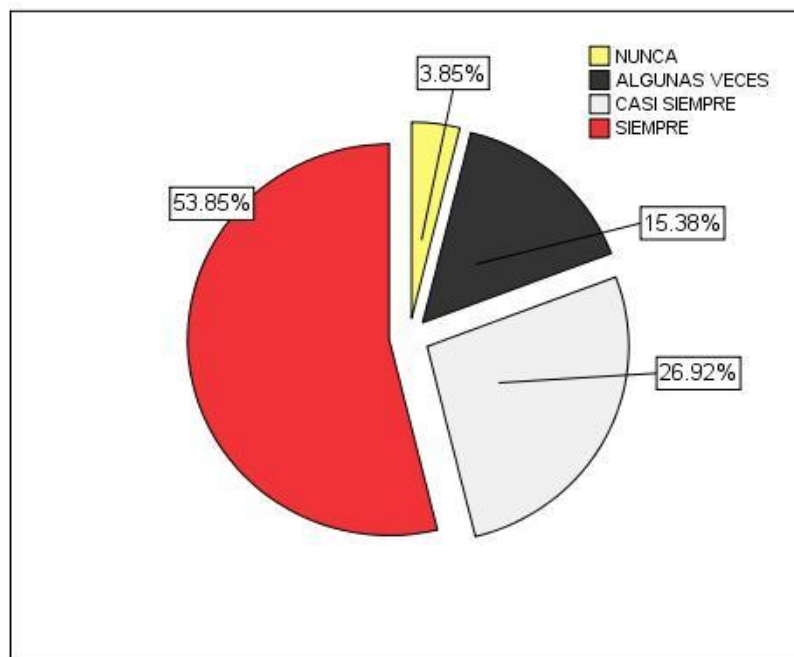
Es muy importante saber cuánto significa el proceso de ventas para nuestros trabajadores, ya que por esta encuesta podremos tener un concepto claro de cada uno de ellos, de un total de 26 personas encuestadas 21 personas que corresponden al 80,77% respondieron que la empresa tiene definido el proceso de ventas, 5 personas que corresponden al 19,23% respondieron que no, por lo tanto para el beneficio de la empresa es necesario e indispensable el proceso de ventas.

**2.- ¿Considera usted que las relaciones laborales influyen en su desempeño diario?**

**TABLA 6:** Relaciones laborales.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SIEMPRE	14	53,8	53,8	100,0
CASI SIEMPRE	7	26,9	26,9	46,2
ALGUNAS VECES	4	15,4	15,4	19,2
NUNCA	1	3,8	3,8	3,8
Total	26	100,0	100,0	

**GRAFICO 4:** Relaciones laborales



Fuente: Encuesta Elaborado por: Leonardo Vega

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

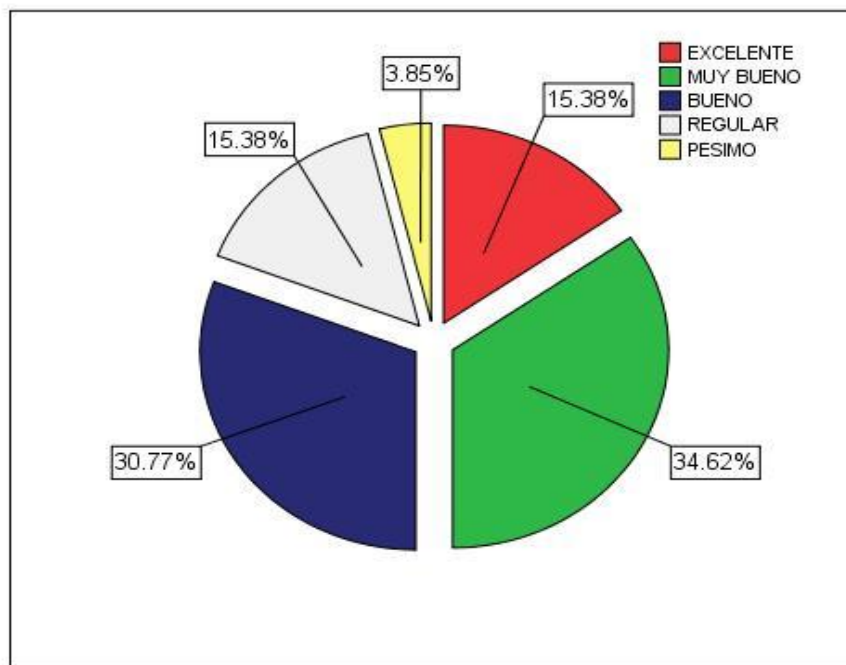
Dentro de la empresa es primordial saber cuáles son las relaciones entre los trabajadores, para que no influyan en el desempeño diario, ya que si lo existiera sería un problema en los procesos o tareas destinadas a cada uno, como resultado tenemos de un total de 26 personas encuestadas, 14 personas que corresponden al 53,85% respondieron que siempre las relaciones laborales influyen en su desempeño diario, 7 personas que equivale al 26,92% respondieron que casi siempre influyen en su desempeño laboral, 4 personas que corresponden al 15,38% afirman que algunas veces y 1 persona que corresponde al 3,85% dice que nunca las relaciones laborales influyen en su desempeño diario.

### 3.- ¿Cómo calificaría el trato que recibe de su jefe en la empresa?

**TABLA7:** Trato de su jefe.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EXCELENTE	4	15,4	15,4	15,4
MUY BUENO	9	34,6	34,6	50,0
BUENO	8	30,8	30,8	80,8
REGULAR	4	15,4	15,4	96,2
PESIMO	1	3,8	3,8	100,0
Total	26	100,0	100,0	

**GRAFICO 5:** Trato de su jefe



Fuente: Encuesta Elaborado por: Leonardo Vega

#### **ANALISIS E INTERPRETACION:**

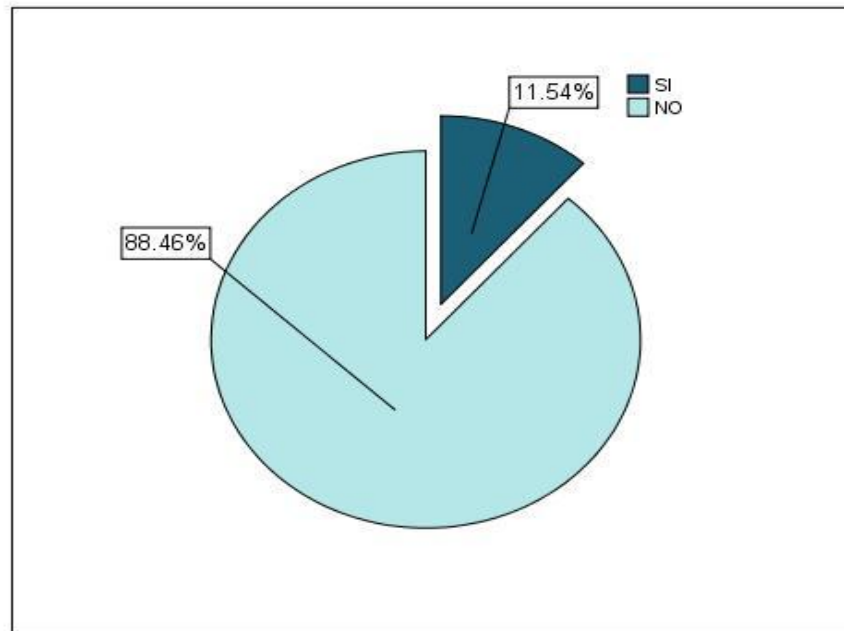
Esta pregunta es con el objetivo de saber si el trato o preferencia del jefe de la empresa hacia los trabajadores es el mejor o el peor, ya que podemos saber si influyen en su desempeño diario, como resultado obtenemos que de un total de 26 personas encuestadas 9 personas que corresponden al 34.62% manifiestan que el trato que recibe en su empresa por parte de su jefe es bueno, 9 personas equivalente al 34.62% respondieron que muy bueno, 4 personas que corresponden al 15.38% es excelente, 4 personas que corresponden al 15.38% afirman que es regular y 1 persona que corresponde al 3.85% persona afirma que es pésimo el trato de su jefe.

**4.- ¿Cree usted que la empresa “World Graphic” en la actualidad tiene un plan de procesos de calidad que le permita incrementar las ventas?**

**TABLA 8:** Plan de procesos de calidad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	3	11,5	11,5	11,5
	NO	23	88,5	88,5	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**GRAFICO 6:** Plan de procesos de Calidad



Fuente: Encuesta Elaborado por: Leonardo Vega

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

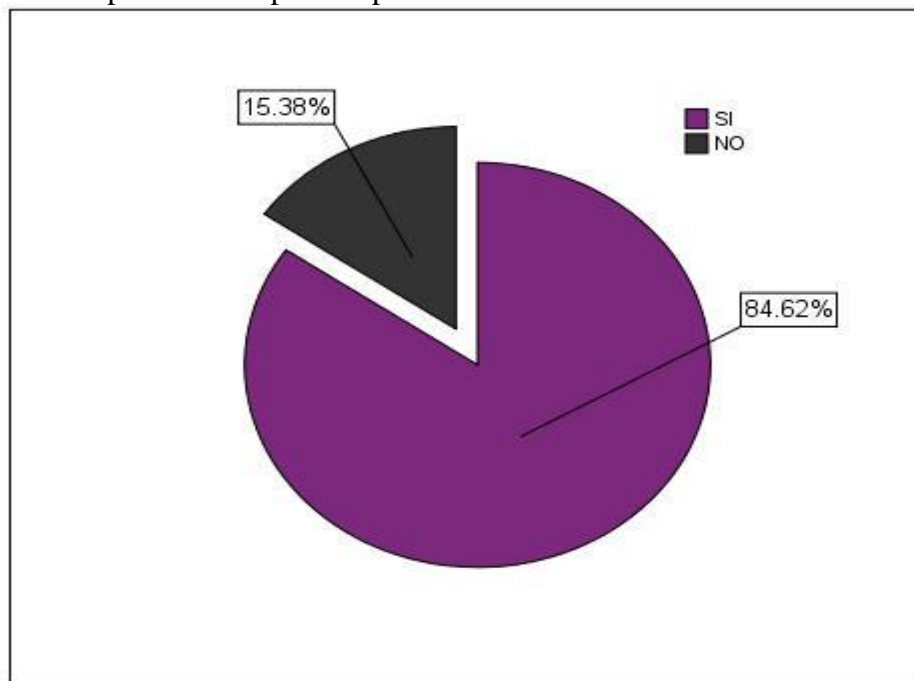
Es primordial saber si el personal sabe si en la empresa donde trabajan tiene en la actualidad un plan de procesos de calidad que le permita incrementar las ventas y como resultado tenemos quede un total de 26 personas encuestadas 23 personas que corresponden 88.46% respondieron que en la actualidad no existe un plan de procesos de calidad dentro de la empresa, 3 personas que corresponden al 11.54% cree que si existe un plan de procesos de calidad.

**5.- ¿Cree usted que la aplicación de un plan de procesos de calidad sería indispensable para incrementar las ventas de la empresa “World Graphic”?**

**TABLA 9:** Aplicación de plan de procesos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	22	84,6	84,6	84,6
	NO	4	15,4	15,4	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**GRAFICO 7:** Aplicación de plan de procesos



Fuente. Encuesta

Elaborado por: Leonardo Vega

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

Esta pregunta es la más importante para el investigador saber si los trabajadores de la empresa creen que es indispensable la aplicación de un plan de procesos de calidad sería indispensable para incrementar las ventas como resultado se manifiesta que de un total de 26 personas encuestadas, 22 personas que corresponden al 84.62% respondieron que la aplicación de plan de procesos de calidad es indispensable para incrementar las ventas dentro de la empresa, 4 personas que corresponden al 15.38% afirman que la aplicación de plan de procesos de calidad no es indispensable para incrementar las ventas.

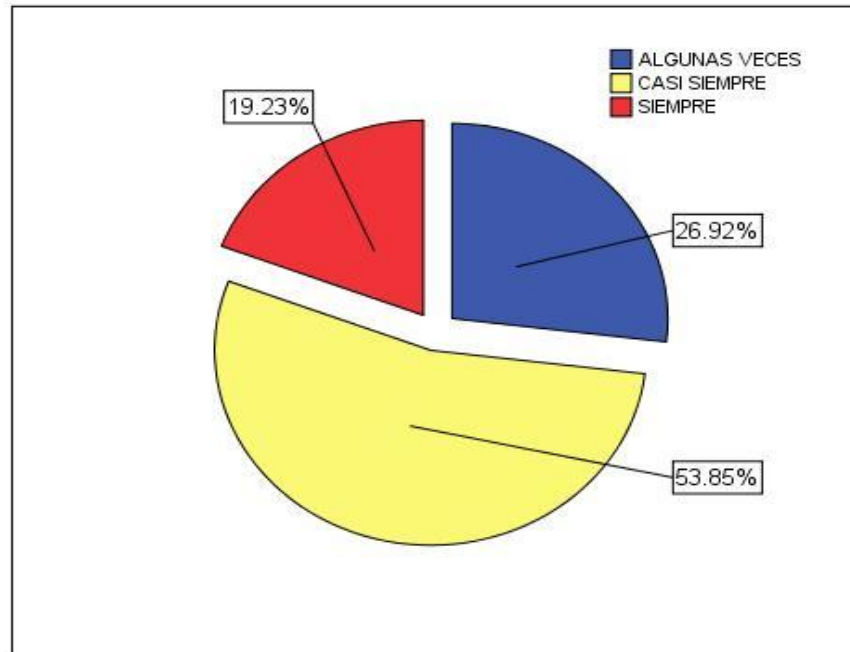


**6.- ¿Recibe la suficiente confianza por parte de sus jefes motivándole a sentirse comprometido con la empresa para prestar un buen servicio a los clientes?**

**TABLA 10:** Prestar buen servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos ALGUNAS VECES	7	26,9	26,9	26,9
CASI SIEMPRE	14	53,8	53,8	80,8
SIEMPRE	5	19,2	19,2	100,0
Total	26	100,0	100,0	

**GRAFICO 8:**Prestar buen servicio.



Fuente: Encuesta Elaborado por: Leonardo Vega

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

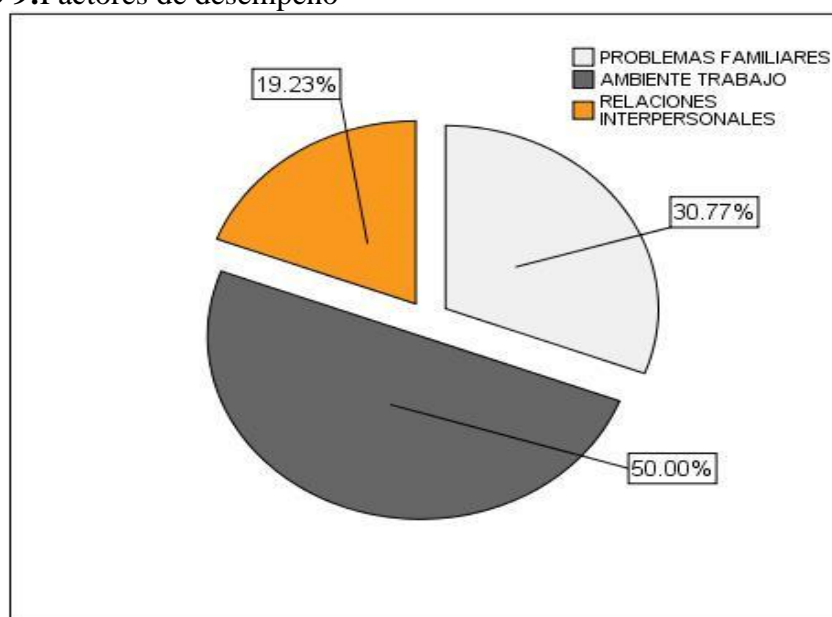
Respecto a esta pregunta es importante saber si el jefe de la empresa o persona encargada de gerencia brinda o motiva con el apoyo necesario para que sus trabajadores realicen con cabalidad su desempeño diario para que presten un buen servicio al cliente, como resultado podemos decir que de un total de 26 personas encuestadas 14 personas correspondientes al 53.85% respondieron que casi siempre reciben la suficiente confianza por parte de su jefe, 7 personas que corresponden al 26.92% afirman que algunas veces y 5 personas que corresponden al 19.23% respondió que siempre.

## 7.- ¿Qué factores influyen en su desempeño diario?

**TABLA 11:** Factores de desempeño.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos PROBLEMAS FAMILIARES	8	30,8	30,8	30,8
AMBIENTE TRABAJO	13	50,0	50,0	80,8
RELACIONES INTERPERSONALES	5	19,2	19,2	100,0
Total	26	100,0	100,0	

**GRAFICO 9:**Factores de desempeño



Fuente: Encuesta Elaborado por: Leonardo Vega

### ANALISIS E INTERPRETACION:

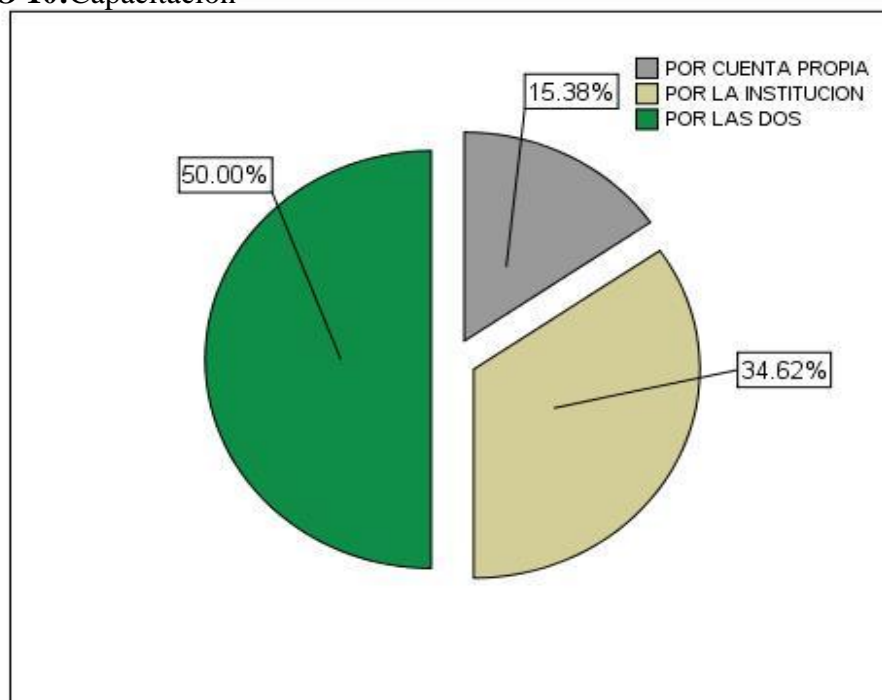
En muchos aspectos para que se realice un desempeño óptimo por parte de los trabajadores es necesario saber si tienen algún problema para su labor diario en su tarea encomendada, de un total de 26 personas encuestadas 13 personas que corresponden al 50% respondieron que el ambiente de trabajo influyen en el desempeño diario, 8 personas que equivale al 30.77% afirman que los problemas familiares influyen en el desempeño diario y 5 personas que corresponden al 19.23% afirman que las relaciones interpersonales influyen en el desempeño diario.

### 8.- La capacitación que usted recibe es:

**TABLA 12:** Capacitación.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos POR CUENTA PROPIA	4	15,4	15,4	15,4
POR LA INSTITUCION	9	34,6	34,6	50,0
POR LAS DOS	13	50,0	50,0	100,0
Total	26	100,0	100,0	

**GRAFICO 10:**Capacitación



Fuente: Encuesta Elaborado por: Leonardo Vega

#### **ANALISIS E INTERPRETACION:**

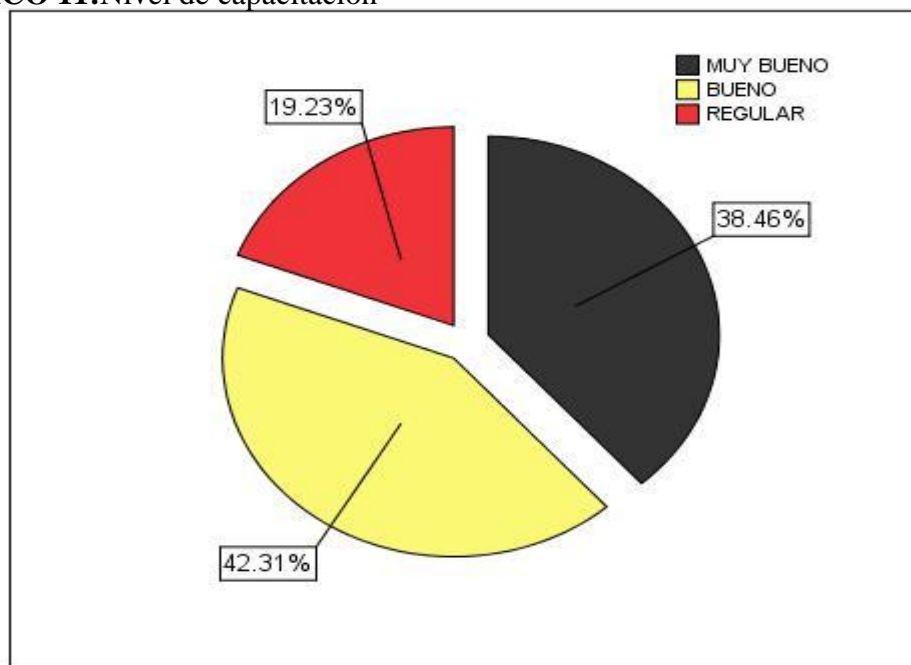
Respecto a la pregunta por parte del investigador se buscó saber si el personal de la empresa mantiene una capacitación para mejorar sus tareas en los procesos diarios y a la vez si la corría por cuenta de la empresa o no y tenemos como resultado de un total de 26 personas encuestadas 13 personas que corresponden al 50% respondieron que la capacitación que han recibido ha sido por cuenta propia y de la empresa, 9 personas que corresponden al 34.62% respondieron que la capacitación que han recibido ha sido por parte de la institución y 4 personas que corresponden al 25.38% la capacitación que han recibido ha sido por cuenta propia.

### 9.- ¿El nivel de capacitación que ha recibido es?

**TABLA 13:** Nivel de capacitación.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos MUY BUENO	10	38,5	38,5	38,5
BUENO	11	42,3	42,3	80,8
REGULAR	5	19,2	19,2	100,0
Total	26	100,0	100,0	

**GRAFICO 11:** Nivel de capacitación



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Leonardo Vega

#### **ANÁLISIS E INTERPRETACION:**

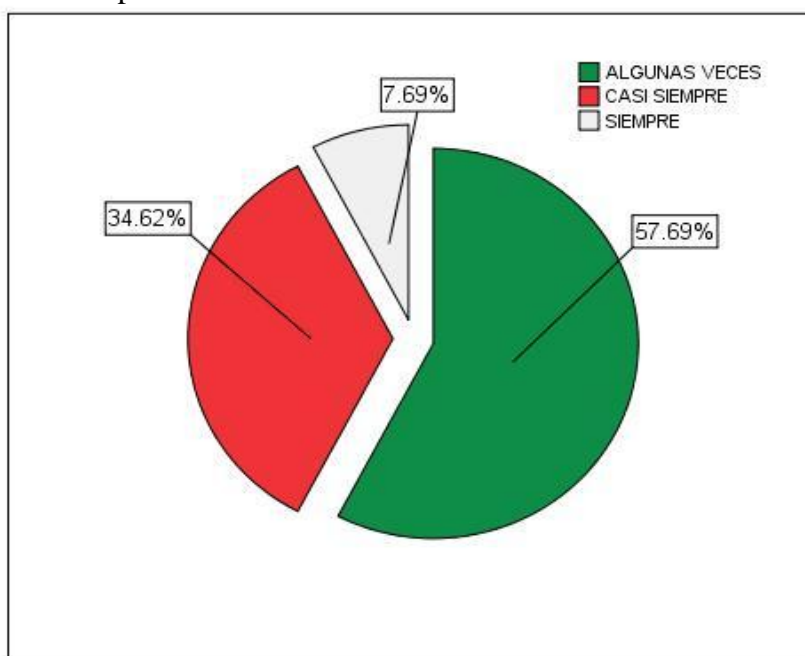
La capacitación es sumamente importante dentro de la industria de rotulación, debido a que los procesos y tecnologías son cambiantes, y de la encuesta establecida tenemos que de un total de 26 personas encuestadas 11 personas que corresponden al 42.31% respondieron que el nivel de capacitación fue bueno, 10 personas que corresponden al 38.46% afirman que la capacitación que recibieron fue muy bueno y 5 personas que corresponden al 19.23% respondieron que la capacitación que recibieron fue regular.

**10.- ¿Recibe todos los recursos necesarios para el desempeño de sus actividades?**

**TABLA 14:** Desempeño de actividades.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos ALGUNAS VECES	15	57,7	57,7	57,7
CASI SIEMPRE	9	34,6	34,6	92,3
SIEMPRE	2	7,7	7,7	100,0
Total	26	100,0	100,0	

**GRAFICO 12:**Desempeño de actividades



Fuente: Encuesta Elaborado por: Leonardo Vega

**ANÁLISIS E INTERPRETACION:**

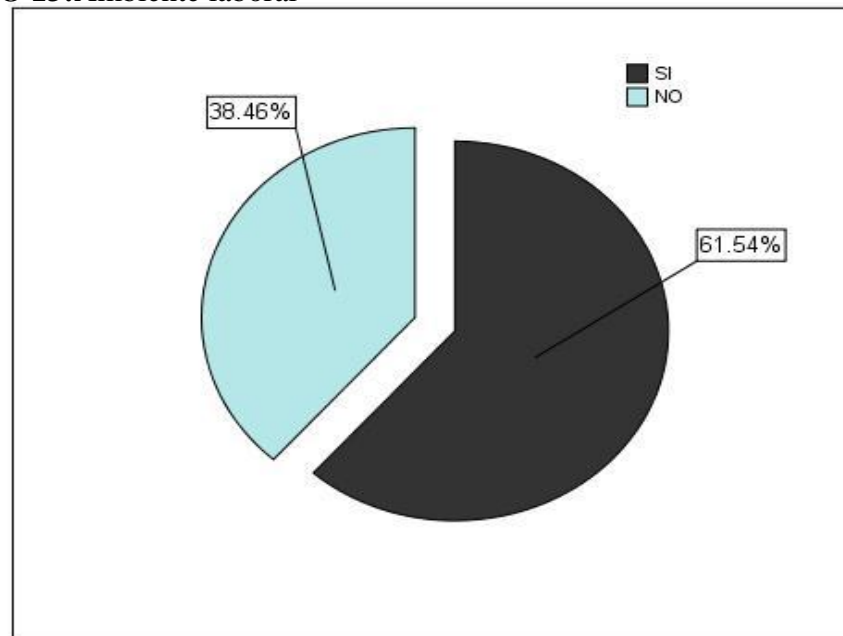
Para el desempeño de tareas o trabajos designados en la empresa es importante conocer si los trabajadores cuentan con los recursos, materiales adecuados para la realización del mismo, obtenemos el siguiente resultado de un total de 26 personas encuestadas 15 personas que corresponden al 57.69% respondieron que algunas veces reciben los recursos necesarios para el desempeño de actividades, 9 personas que corresponden al 34.62% respondieron que casi siempre reciben los recursos necesarios para el desempeño laboral y 2 personas que corresponden al 7.69% afirman que siempre reciben los recursos necesarios para el desempeño laboral.

**11.- ¿Siente un ambiente laboral agradable?**

**TABLA 15:** Ambiente laboral.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	16	61,5	61,5	61,5
	NO	10	38,5	38,5	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**GRAFICO 13:** Ambiente laboral



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Leonardo Vega

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

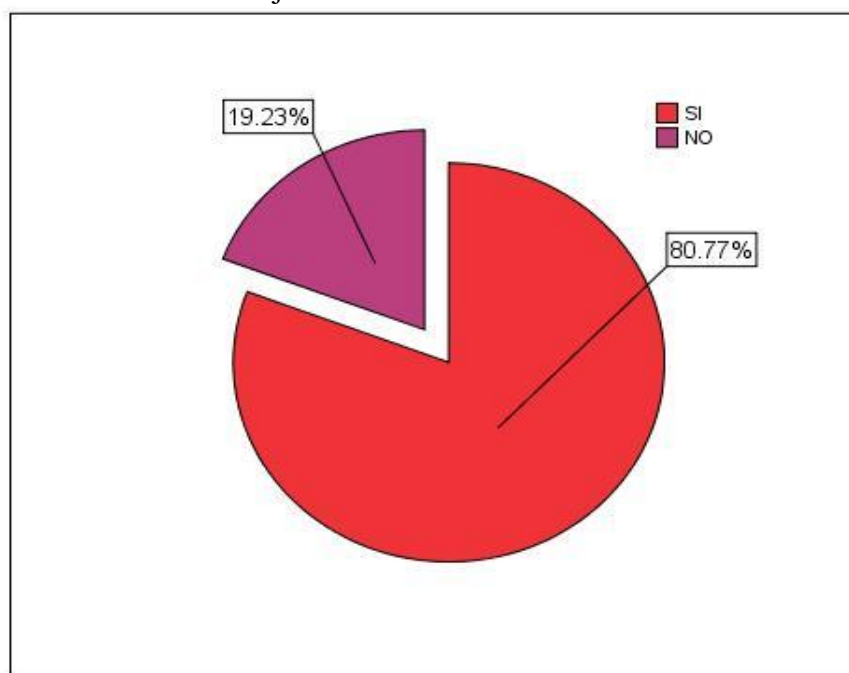
El ambiente de trabajo es muy importante, ya que en esta empresa para la fabricación de sus productos se necesita de un espacio físico segmentado para cada área de la empresa para la realización de cada una de sus actividades y procesos, como resultado de esta pregunta tenemos que de un total de 26 personas encuestadas 16 personas que corresponden al 61.54% afirman que se sienten un ambiente laboral agradable y 10 personas que corresponden al 38.46% respondieron que no se sienten en un ambiente laboral agradable.

**12.- ¿Los horarios de trabajo de la empresa están de acorde a las necesidades del cliente?**

**TABLA 16:** Horarios de trabajo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	21	80,8	80,8	80,8
	NO	5	19,2	19,2	100,0
	Total	26	100,0	100,0	

**GRAFICO 14:**Horarios de trabajo.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Leonardo Vega

**ANALISIS E INTERPRETACION:**

Es necesario obtener información por parte de los trabajadores de la empresa sobre los horarios que mantienen en atención hacia el cliente, para poder cubrir las necesidades hacia los clientes, como resultado de un total de 26 personas encuestadas 21 personas que corresponden al 80.77% respondieron que el horario esta de acorde a las necesidades del cliente y 5 personas que equivale al 19.23% respondieron que los horarios de la empresa no están de acorde a las necesidades del cliente.

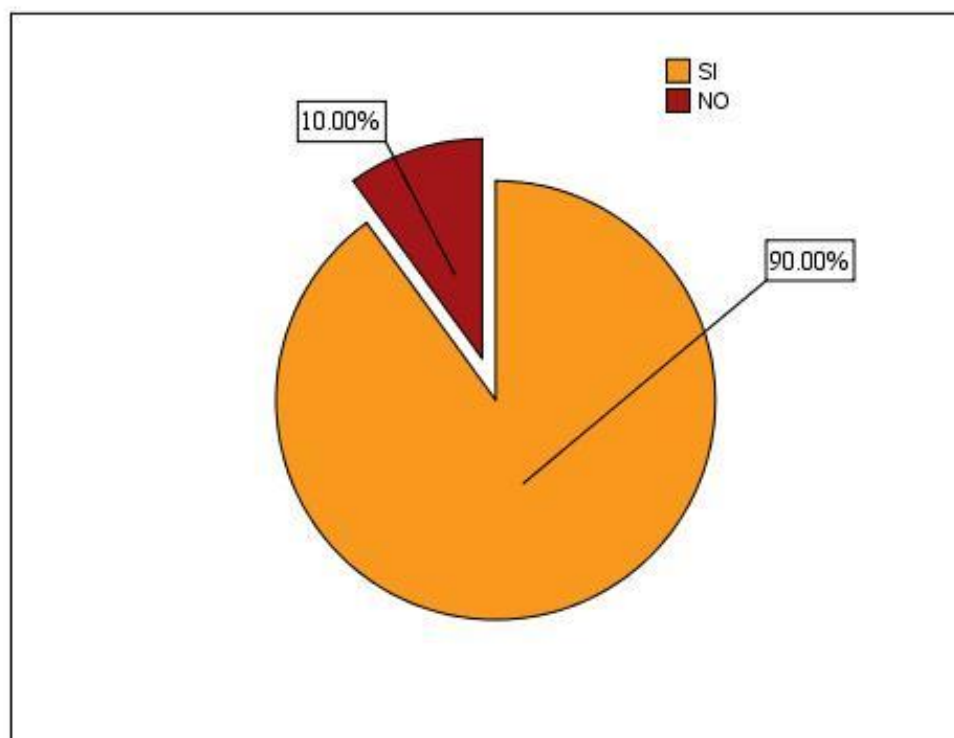
## Cuestionario Clientes Externos

### 1. ¿Cree usted que la calidad del servicio es importante?

**TABLA 17.** Calidad del Servicio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	18	90,0	90,0	90,0
	NO	2	10,0	10,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**GRAFICO 15.** Calidad del Servicio



Fuente: Encuesta      Elaborado por: Leonardo Vega

### **ANALISIS E INTERPRETACION.**

En esta pregunta de la encuesta dirigida hacia los clientes que tiene la empresa, es importante conocer si la calidad del servicio es importante para cada uno de ellos, como resultado se puede manifestar que de un total de 20 clientes encuestados que equivalen al 90% la mayoría de clientes manifiestan que es importante la calidad del servicio, en cambio el 10% de clientes encuestados afirman que no es importante.

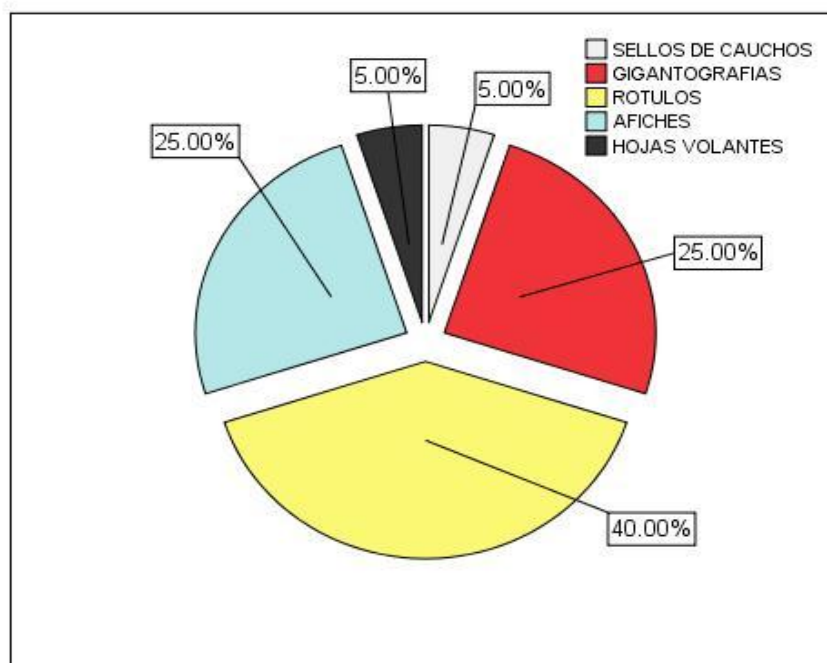


## 2. ¿Qué productos requiere con más frecuencia en su empresa?

**TABLA 18:** Productos que Requiere.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SELLOS DE CAUCHO	1	5,0	5,0	5,0
GIGANTOGRAFIAS	5	25,0	25,0	30,0
ROTULOS	8	40,0	40,0	70,0
AFICHES	5	25,0	25,0	95,0
HOJAS VOLANTES	1	5,0	5,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

**GRAFICO 16.** Productos que Requiere



Fuente: Encuesta Elaborado por: Leonardo Vega

### ANALISIS E INTERPRETACION:

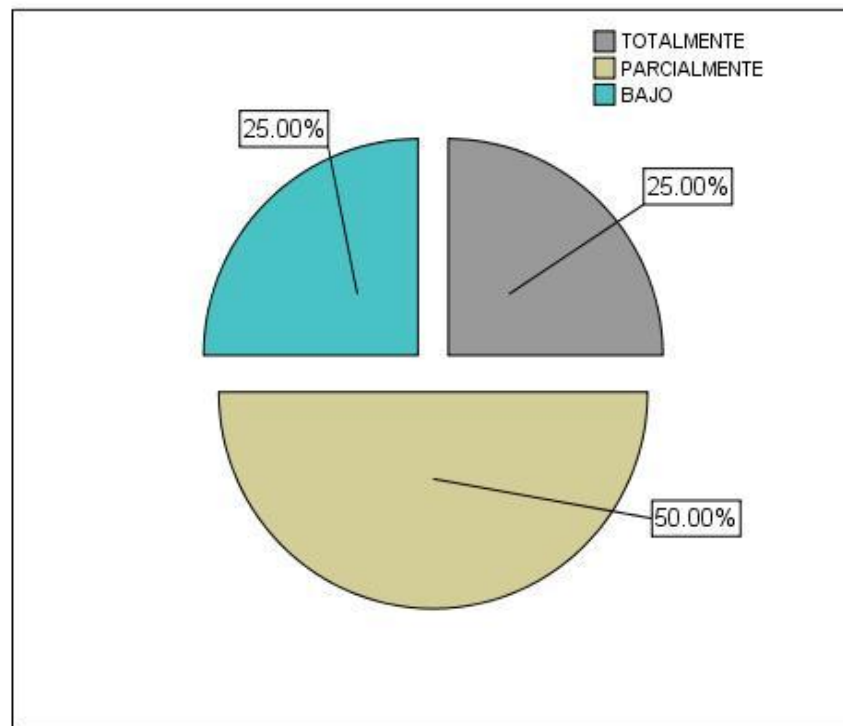
Respecto a esta pregunta se buscó establecer cuál de los productos que se desarrollan en la empresa se encuentra generando mayor ingreso económico por tener una mayor demanda, determinando que los Rótulos es el que con mayor frecuencia lo solicitan con 40% de un total de 20 clientes encuestados en cambio el 50% corresponden a la impresión de afiches y gigantografías, y el 10% manifiestan que el producto que adquieren son sellos de caucho y hojas volantes.

### 3. ¿Señale el nivel en el que sus expectativas han sido cubiertas?

**TABLA 19.** Nivel de Expectativas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	TOTALMENTE	5	25,0	25,0	25,0
	PARCIALMENTE	10	50,0	50,0	75,0
	BAJO	5	25,0	25,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**GRAFICO 17.** Nivel de Expectativas



Fuente: Encuesta Elaborado por: Leonardo Vega

#### **ANALISIS E INTERPRETACION:**

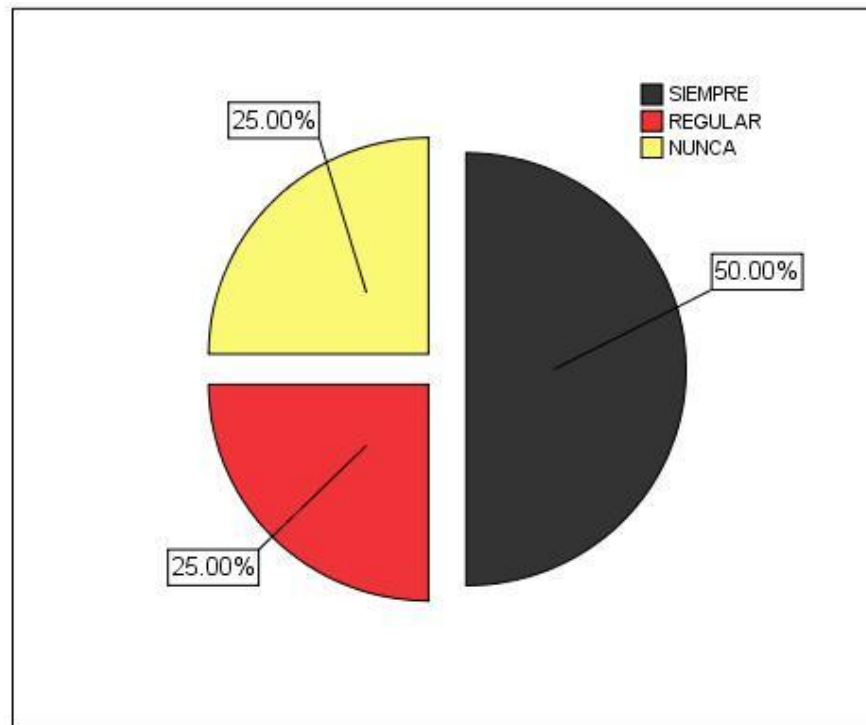
El objetivo principal de la prestación del servicio o la entrega del producto es primordialmente el poder cubrir las expectativas de los clientes, lo que nos permitirá saber que en realidad se han cubierto sus necesidades solicitadas, dentro de la encuesta realizada se determinó que los clientes en su mayoría han sentido cubiertas sus expectativas en un nivel parcial con el 75% de 20 clientes encuestados, un nivel bajo con el 5% y en un porcentaje similar cubiertas totalmente con 5%.

**4. ¿Considera que los procesos manejados por parte del personal de la empresa al prestarle el servicio es el más adecuado?**

**TABLA 20.**Procesos Manejados.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SIEMPRE	10	50,0	50,0	50,0
	REGULAR	5	25,0	25,0	75,0
	NUNCA	5	25,0	25,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**GRAFICO 18.** Procesos Manejados



Fuente: Encuesta Elaborado por: Leonardo Vega

**ANALISI E INTERPRETACION:**

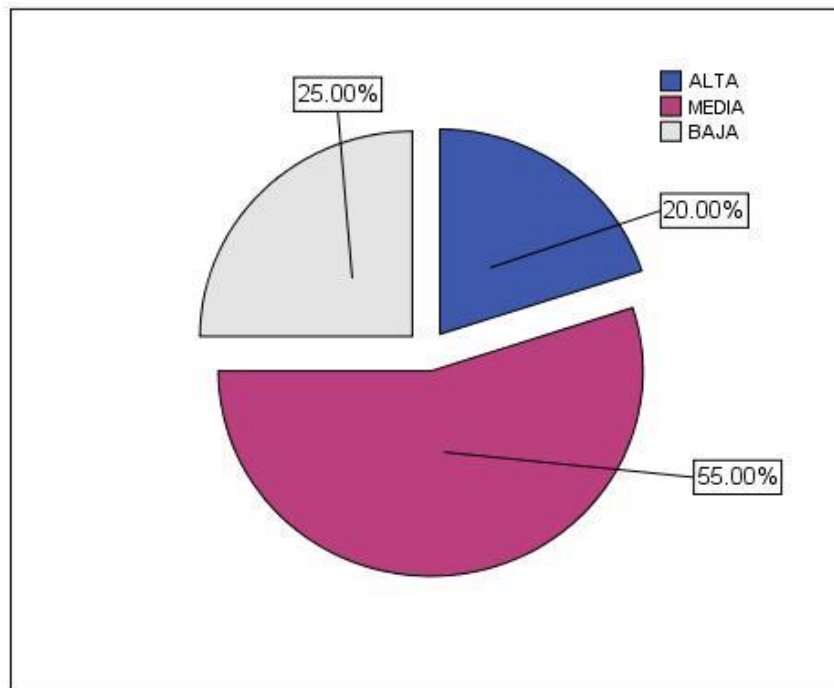
Para la empresa es importante conocer además que si se están entregando el producto o servicio, el cómo se lo está haciendo, evaluando cómo se están manejando los procesos con relación al contacto con el cliente, y con esta pregunta se ha determinado que la mayoría de los clientes que equivale al 50% manifiesta que siempre es el más adecuado, aprueban únicamente en parte los procesos manejados por el personal al brindarle el servicio o entregar el producto regular el 25% y nunca el otro 25%.

## 5. ¿Cómo calificaría el nivel de calidad del producto/servicio recibido?

**TABLA 21.**Nivel de Calidad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
VálidosALTA	4	20,0	20,0	20,0
MEDIA	11	55,0	55,0	75,0
BAJA	5	25,0	25,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

**GRAFICO 19.** Nivel de Calidad



Fuente: Encuesta Elaborado por: Leonardo Vega

### **ANALISIS E INTERPRETACION:**

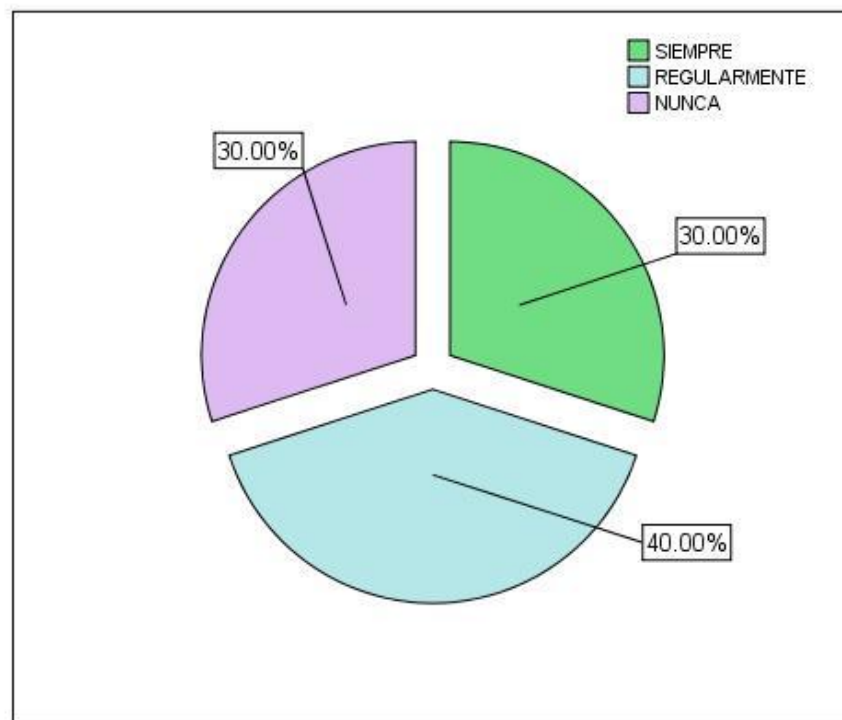
En la esta pregunta el producto o servicio final es un reflejo de la empresa y su desempeño, por lo que es importante que estos sean de calidad, y mediante la investigación se determinó que en su mayoría el 55% de los clientes califican como media la calidad de estos, en cambio que el 25% con un nivel bajo y muy de cerca el 20% en un nivel alto.

## 6. ¿La prestación del servicio o entrega del producto ha sido oportuna?

**TABLA 22.** Prestación del Servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SIEMPRE	6	30,0	30,0	30,0
REGULARMENTE	8	40,0	40,0	70,0
NUNCA	6	30,0	30,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

**GRAFICO 20.** Prestación del Servicio



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Leonardo Vega

### ANALISIS E INTERPRETACION:

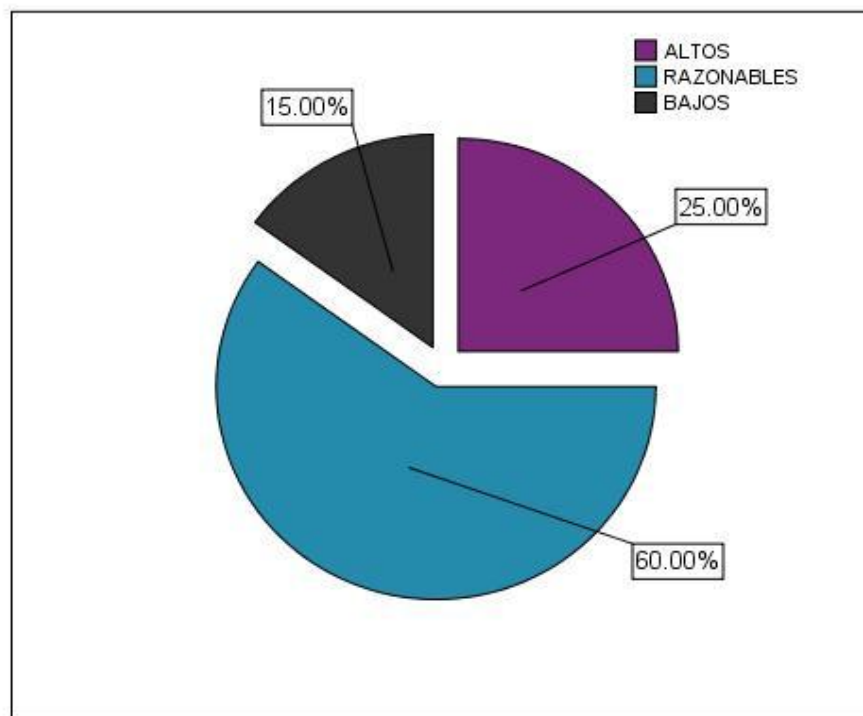
Una parte importante de un proceso comercial exitoso es una entrega oportuna de lo ofrecido por lo que esta pregunta nos permitió establecer la situación con respecto a este ámbito, lo que resultó en que la entrega ha sido oportuna no en todos los casos con un porcentaje del 40% de 20 clientes encuestados que respondieron que regularmente, y el 30% siempre y el otro 30% que nunca, pero no es una constante como característica de la empresa.

## 7. ¿Considera Ud. Que los precios son:

**TABLA 23.** Precios.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos ALTOS	5	25,0	25,0	25,0
RAZONABLES	12	60,0	60,0	85,0
BAJOS	3	15,0	15,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

**GRAFICO 21.** Precios



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Leonardo Vega

### **ANALISIS E INTERPRETACION:**

En muchos de los aspectos lo que influye en la adquisición de un bien o servicio es el precio de este, por lo que se analizó mediante esta pregunta la apreciación de los clientes con respecto a precios de los bienes y servicio que ofrece la empresa.

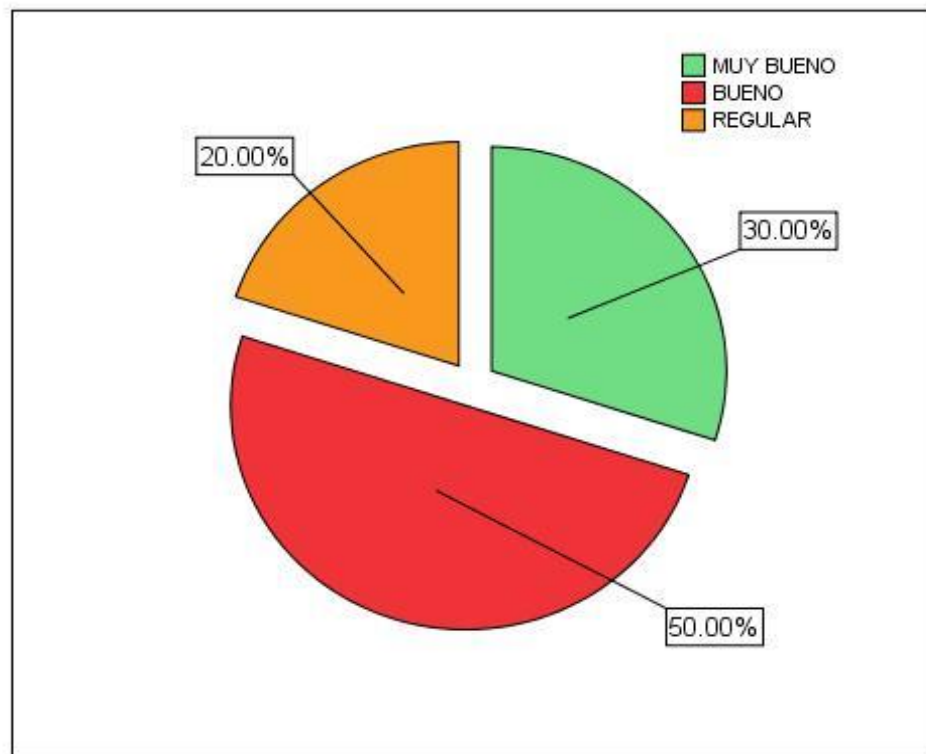
Lo cual se determinó que en cuanto a esto, la mayoría de los clientes consideran que el precio es razonable que corresponde al 60% de 20 clientes encuestados, en cambio el 25% manifiesta que los precios son altos y el restante 15% afirman que los precios son bajos en comparación a otros ofertantes del mercado.

**8. ¿Cómo fue la atención del personal al instante de la entrega del producto?**

**TABLA 24.** Atención del Personal.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos MUY BUENO	6	30,0	30,0	30,0
BUENO	10	50,0	50,0	80,0
REGULAR	4	20,0	20,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

**GRAFICO 22.** Atención del Personal



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Leonardo Vega

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:**

En esta pregunta es muy importante saber cuál es la opinión del cliente en base a la atención por parte del personal ya que nos servirá corregir nuestras falencias a corto plazo, lo cual se determinó que 20 clientes encuestados manifiestan el 50% que la atención fue buena al instante de la entrega del producto, en cambio que el 20% afirma que fue regular y el 30% muy bueno.

## 4.3 VERIFICACIÓN DE HIPOTESIS

### 4.3.1 Formulación de la Hipótesis.

H<sub>0</sub>= Hipótesis Nula

H<sub>1</sub>= Hipótesis alterna

**H<sub>0</sub>** = La aplicación de procesos de calidad no incide en las ventas en la empresa “World Graphic”.

**H<sub>1</sub>** = La aplicación de procesos de calidad incide en las ventas en la empresa “World Graphic”.

### 4.3.2 Definición del nivel de significación

El nivel de significación fue escogido para la investigación fue el 5% (95%).

### 4.3.3 Elección de la prueba estadística

Para la verificación de la hipótesis se escogió la prueba del Chi cuadrado, cuya fórmula es la siguiente:

#### Simbología:

O = Datos observados

E = Datos esperados

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



#### **Pregunta N°4**

¿Cree usted que la empresa “World Graphic” en la actualidad tiene un plan de procesos de calidad que le permita incrementar las ventas?

SI

NO

#### **Pregunta N° 5**

¿Cree usted que la aplicación de un plan de procesos de calidad sería indispensable para incrementar las ventas de la empresa “World Graphic”?

SI

NO

**Tabla 25: Frecuencia Observada**

<b>POBLACION</b>	<b>ALTERNATIVAS</b>		<b>TOTAL</b>
	<b>SI</b>	<b>NO</b>	
<b>PREGUNTA 4</b>	3	23	<b>26</b>
<b>PREGUNTA 5</b>	22	4	<b>26</b>
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>27</b>	<b>52</b>

*Fuente: Propia  
Elaborado por: Autor*

#### 4.3.4 Zona de aceptación y rechazo

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

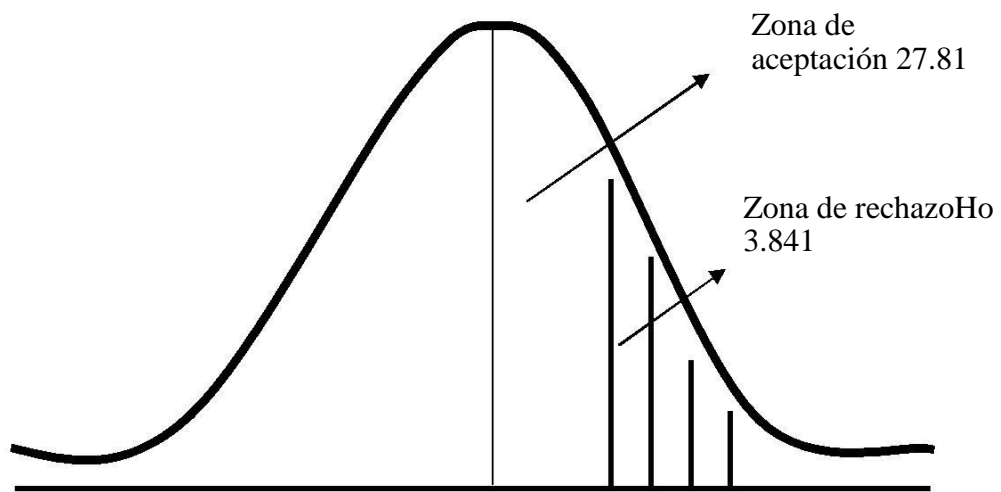
$$Gl = (r-1)(c-1)$$

$$Gl (2 - 1)(2 - 1)$$

$$Gl= 1$$

El valor tabulado de  $F_{0.05, 1, 27}$  con un grado de libertad y un nivel de significancia de 0.05 es de 3.841.

**GRAFICO 23: Zona de aceptación o rechazo**



*Fuente: propia*  
*Elaborado por: Autor*

### 4.3.5 Cálculo matemático

### 4.3.6 Frecuencias Esperadas

Tabla 26.

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

	O	E	O - E	(O - E) <sup>2</sup>	$\frac{(O - E)^2}{E}$
CLIENTES INTERNOS / SI	3	12,5	-9,5	90,25	7,22
CLIENTES INTERNOS / NO	23	13,5	9,5	90,25	6,69
CLIENTES INTERNOS / SI	22	12,5	9,5	90,25	7,22
CLIENTES INTERNOS / NO	4	13,5	-9,5	90,25	6,69

$$X^2 = 27,81$$

*Fuente: Propia*  
*Elaborado por: Autor*

### 4.3.7 Regla de Decisión

Como el valor de  $\chi^2 = 27,81 < \chi^2_{\alpha} = 3,841$ . Por consiguiente se acepta la hipótesis alterna, es decir que la aplicación de procesos de calidad permitirá incrementar las ventas de la empresa World Graphic de la ciudad de Latacunga.

## **CAPITULO V**

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

#### **5.1 CONCLUSIONES**

1. Los procesos de calidad es fundamental dentro de la empresa ya que esto significa el logro de objetivos a través de una mejor organización y aprovechamiento de recursos, sin embargo en la empresa desde su creación, se vienen aplicando dichos procesos únicamente de manera empírica, por lo que estos no han sido documentados y en consecuencia tampoco actualizados.
2. Para que los procesos de calidad sea efectiva deben ser aplicados de manera formal y difundidos dentro de todo el personal que conforma la empresa y sobre todo de

aquellos que se verán involucrados dentro de los procesos, de la investigación se concluye relaciones laborales influyen dentro del desempeño diario de la empresa como también el trato que recibe el personal por parte de su jefe.

3. La aplicación de un plan de procesos de calidad es una manera formal sin duda representa un gran beneficio para las empresas pero se debe considerar que en las empresas pueden presentarse obstáculos para su implementación, por lo que podrían surgir algunos inconvenientes tanto en tiempo, en personal (resistencia al cambio) e incluso económicos.
4. El desempeño laboral de los trabajadores depende básicamente del ambiente laboral y del apoyo o la confianza que demuestre su jefe hacia ellos dentro de las empresas.
5. En todas las empresas es primordial que exista las capacitaciones hacia sus trabajadores ya que gracias a esto podrán cumplir a cabalidad con las tareas establecidas por parte de sus jefes.
6. Es importante para todos los clientes los horarios de trabajo que brinde la empresa, ya que es una ventaja competitiva y la empresa cumple con las expectativas del cliente.
7. La calidad del servicio es muy fundamental para cada empresa, ya que esto significa la satisfacción de nuestros clientes, el producto o servicio es esencial por parte del cliente externo.

8. El principal producto que nuestros clientes externos adquieren son los rótulos, por ende nuestro producto estrella es ese producto y parcialmente nuestra empresa a cubierto las expectativas hacia sus clientes.
  
9. Para el cliente es fundamental que la empresa maneje procesos adecuados al prestarle el servicio como también el nivel de calidad de nuestros productos terminados.
  
10. La prestación del servicio o entrega del producto no ha sido oportuna por parte del personal de la empresa hacia nuestros clientes externos y los precios establecidos de los productos son razonables a comparación de la competencia.
  
11. La atención del personal es importante para la empresa, ya que esto significa la post venta y para nuestros clientes externos significa algo bueno al instante de la entrega del producto final.

## **5.2 Recomendaciones**

1. Se sugiere aplicar un proceso de calidad adecuado siguiendo paso a paso los lineamientos establecidos para asegurar el éxito de la implementación, dado a que los requerimientos de clientes y el manejo de mercado son cambiantes, se recomienda que exista una constante actualización de conocimientos entre el personal de la empresa, así como la correcta adaptación de los procesos y características de la empresa, ya que si las necesidades de las personas a quien sirve

la empresa son cambiantes, la actualización en la manera de aplicar procesos de calidad debe ir a la par.

2. Se sugiere mantener a corto y largo plazo cursos de desempeño laboral, ya que de esta manera el personal de la empresa podrá mantener un desempeño equilibrado dentro de las funciones que brinda a la empresa conjuntamente con el apoyo moral y económico de su jefe.
  
3. Dado a que la implementación de un plan de procesos de una manera formal y normalizada en la empresa requiere de esfuerzos conjuntos de personal de producción principalmente y además del personal administrativo, por lo que se recomienda establecer puntos básicos sobre los cuales guiar a los trabajadores durante todo el proceso para la implementación en base a la Norma ISO 9001:2008.
  
4. Mejorar las relaciones jefe – trabajador, la comunicación es importante para que exista un servicio de calidad y esto sea beneficioso para la empresa y el cliente.
  
5. Se recomienda hacer un plan de capacitación para los empleados de todas las áreas de la empresa, gracias a eso podrán alcanzar sus objetivos por parte de los profesionales en la materia.
  
6. Mantener el horario de trabajo hacia sus clientes con el fin de fidelizarlos en cada adquisición del producto o servicio.

7. Se recomienda mantener y mejorar la calidad del producto sea por medio de un plan de procesos ya que esto satisface las necesidades hacia nuestros clientes.
8. Es fundamental estar al auge de la tecnología basada en la industria de rotulación, ya que gracias a esto nuestra empresa podrá seguir satisfaciendo a cada uno de nuestros clientes que nos visiten en nuestra empresa con un producto de la calidad que cubra las expectativas de ellos.
9. Se sugiere aplicar procesos adecuados por parte del personal de la empresa para que nuestros clientes se sientan satisfechos relación cliente – trabajador.
10. Mantener los precios de nuestros productos, manejar promociones en épocas de fechas especiales o dependiendo del volumen de compra para tener una mayor demanda por parte de nuestros clientes.
11. Se recomienda realizar post-venta a cada uno de los clientes que visiten nuestra empresa, por lo general realizar a los que adquieren nuestro producto estrella, ya que los procesos para obtener el producto final lleva tiempo más que los otros productos.



## **CAPITULO VI**

### **6. PROPUESTA**

#### **6.1 DATOS INFORMATIVOS.**

##### **6.1.1 Título**

Plan de Procesos de Calidad con base a la Norma de Calidad ISO 9001:2008 para incrementar las ventas.

##### **6.1.2 Empresa**

World Graphic.

### **6.1.3 Beneficiarios**

- Gerente.
- Personal de producción.
- Clientes de la empresa.

### **6.1.4 Ubicación**

Calle César Dávila Andrade y Jorge Carrea (Sector Los Dos Puentes),  
Latacunga, Cotopaxi.

### **6.1.5 Tiempo estimado para la ejecución**

Primer semestre del 2012.

### **6.1.6 Equipo responsable**

- Sr. Fausto Molina, Gerente.
- Leonardo Vega Porras, Investigador.

### **6.1.7 Costo**

El costo estimado de la propuesta es de \$ 3.000,00

## **6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.**

En base a las conclusiones de la investigación previa se puede mencionar:

- En los procesos de calidad permiten a la empresa el logro de objetivos a través de una mejor organización y aprovechamiento de recursos que significarán beneficios económicos posteriores.
- La efectividad que se consiga en la empresa en base a los procesos de calidad dependerá de que estos sean aplicados de manera formal y difundidos dentro de todo el personal que conforma la institución y sobre todo de aquellos que se verán involucrados dentro de los procesos, a fin de que participen activamente en todo el proceso de cambio.
- El más importante indicador del nivel de rendimiento que se está alcanzando dentro de una organización es el grado de satisfacción de los clientes, a través de lo cual se estabilizará su situación en el mercado.
- Dentro de la meta de lograr el mayor grado de satisfacción de los clientes, se debe tomar en cuenta que las necesidades y expectativas de las personas son cambiantes y los clientes junto con sus empresas lo son también, en base a los cambios que se dan en su propio entorno y a los avances tecnológicos constantes. Por lo que la empresa y las personas que la conforman deben estar en constante capacitación y contacto con los clientes a fin de poder suplirlas.
- Todos los procesos de cambio y adaptación a nuevos modelos, dejando de lado procesos tradicionales. La aplicación de procesos sin duda representa un gran beneficio para las empresas pero se deben tomar en cuenta los obstáculos para su aplicación, tanto en tiempo, en personal e incluso económicos.

- La Norma ISO 9001:2008 determina niveles mínimos de calidad en base a la cual manejarse, de acuerdo a la actividad a la que se dedique la empresa, los que permiten adaptar de mejor manera los procesos y márgenes de aceptación dependiendo del área en el que se están aplicando.

### **6.3 JUSTIFICACIÓN.**

La propuesta de Plan de Procesos de Calidad en base a la Norma ISO 9001:2008 en la empresa World Graphic, su análisis y aplicación es importante por sobre otras posibles soluciones debido a que las falencias detectadas al poder medir el grado de satisfacción de los clientes una vez entregado el producto o servicio, se relaciona con toda la actividad económica en su conjunto, al hablar de procesos en este caso estamos tocando lo referente principalmente a la producción pero es importante recalcar que dentro de su desarrollo y sobre todo en su control se verán relacionados además los procesos administrativos manejados a la par en la empresa.

Lo mencionado dirigirá entonces a un trabajo en conjunto en la empresa, por lo que la implementación de esta propuesta es muy interesante dado a que significará mejorar varios ámbitos de desempeño dentro de la organización, así al trabajar en este proceso y verse relacionados todos los trabajadores se incentivará el trabajo en equipo.

El estilo de dirección es fundamental para el desarrollo de excelentes procesos, con el plan de procesos de calidad se plantearán nuevos modelos en cuanto a cómo se están llevando a cabo los procesos actualmente lo que permitirá depurarlos y eliminar aquellos que se están haciendo por duplicado o que su realización no da un valor agregado al producto o servicio, reduciendo tiempos y prestando el servicio de manera oportuna al cliente.

Es necesario lograr un balance entre suministrar a los empleados procedimientos con alguna rigidez, pero con la posibilidad de innovarlos. Se lograría a través de esta propuesta la consecución de objetivos en la empresa, ya que los trabajadores sabrán claramente cuáles son los objetivos a corto plazo que manejan individualmente y que pasarán a formar parte de una cadena que representará para la empresa el obtener productos y servicios finales de calidad.

## **6.4 OBJETIVOS.**

### **6.4.1 Objetivo General.**

Establecer un marco de referencia para un Plan de Procesos de calidad, como guía de los lineamientos a seguir por parte del personal de la empresa.

### **6.4.2 Objetivos Específicos.**

- Estructurar un plan de procesos de calidad con el fin de difundir de manera práctica este proceso de acuerdo a las características de la empresa.
- Socializar al gerente, personal de la empresa acerca de los procesos de calidad que necesita la empresa World Graphic.
- Aplicar el plan de procesos de calidad dentro de los procesos productivos en la empresa, con el fin de obtener productos y servicios finales que satisfagan al cliente.

## **6.5 ANÁLISIS DE LA FACTIBILIDAD.**

### **6.5.1 Factibilidad Legal**

La presente investigación es factible dentro del ámbito legal por cuanto no presenta ningún impedimento legal que impida la recolección de datos o la investigación de información referente a la propuesta.

Además de que es factible por cuanto se apega a los derechos expuestos dentro de la Ley de Defensa del Consumidor, ya que con esta propuesta se busca alcanzar la satisfacción de los clientes de la empresa y además el que ellos puedan saber de antemano que sus requerimientos serán suplidos. Dentro de la Constitución se menciona que las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características, que precisamente uno de los objetivos a alcanzar con esta propuesta.

### **6.5.2 Factibilidad Operativa.**

La propuesta es factible dentro del aspecto operativo por cuanto se cuenta con el apoyo y aceptación de la Gerencia para poder iniciar este proceso de cambio y la capacidad de análisis para planificar los gastos de una manera desagregada durante todo el proceso de mejoramiento, además de que la presente propuesta dará a conocer los pasos básicos a seguir en cuanto a la aplicación de un plan de procesos de calidad.

### **6.5.3 Factibilidad Social.**

La presente propuesta es factible dentro del ámbito social por cuanto su aplicación ayudará al mejoramiento de la calidad de vida, tanto de los empleados que forman parte de la empresa y consecuentemente al de los dueños y directivos de la misma.

Además contribuirá en el aspecto social por cuanto al poner en marcha esta propuesta se mejorará el nivel de servicio que perciben los clientes, y los productos que llegan al consumidor final mejorando su nivel de vida por cuanto se verán satisfechas sus necesidades lo que producirá una cadena de beneficios en el desenvolvimiento de las actividades de la sociedad en general.

## **6.6 FUNDAMENTACIÓN.**

### **6.6.1 ISO 9001:2008**

La adopción de un sistema de gestión de la calidad debería ser una decisión estratégica de la organización. El diseño y la implementación del sistema de gestión de la calidad de una organización están influenciados por diferentes necesidades, objetivos particulares, los productos suministrados, los procesos empleados y el tamaño y estructura de la organización. No es el propósito de esta Norma Internacional proporcionar uniformidad en la estructura de los sistemas de gestión de la calidad o en la documentación.

Los requisitos del sistema de gestión de la calidad especificados en esta Norma Internacional son complementarios a los requisitos para los productos. La información identificada como "NOTA" se presenta a modo de orientación para la comprensión o clarificación del requisito correspondiente.

Esta Norma Internacional pueden utilizarla partes internas y externas, incluyendo organismos de certificación, para evaluar la capacidad de la organización para cumplir los requisitos del cliente, los reglamentarios y los propios de la organización.

En el desarrollo de esta Norma Internacional se han tenido en cuenta los principios de gestión de la calidad enunciados en las Normas ISO 9000 e ISO 9004.

**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 un proceso constituye directamente el elemento de entrada del siguiente proceso.

La aplicación de un sistema de procesos dentro de la organización, junto con la identificación e interacciones de estos 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 sobre su combinación e interacción.

Un enfoque de este tipo, cuando se utiliza dentro de un sistema de gestión de la calidad, enfatiza la importancia de:

- a) La comprensión y el cumplimiento de los requisitos.
- b) La necesidad de considerar los procesos en términos que aporten valor.
- c) La obtención de resultados del desempeño y eficacia del proceso, y



d) La mejora continua de los procesos con base en mediciones objetivas.

El modelo de un sistema de gestión de la calidad basado en procesos que se muestra en la figura 1. Esta figura muestra que los clientes juegan un papel significativo para definir los requisitos como elementos de entrada. El seguimiento de la satisfacción del cliente requiere la evaluación de la información relativa a la percepción del cliente acerca de si la organización ha cumplido sus requisitos.

NOTA de manera adicional, puede aplicarse a todos los procesos la metodología conocida como "Planificar-Hacer-Verificar-Actuar" (PHVA). PHVA puede escribirse brevemente como:

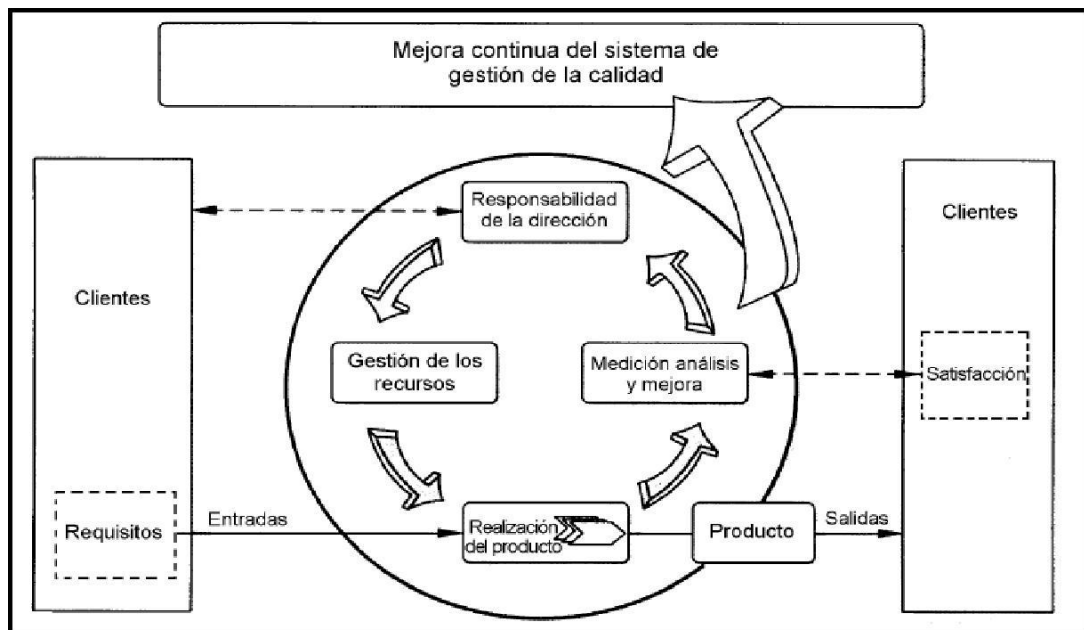
**Planificar:** establecer los objetivos y procesos necesarios para conseguir resultados de acuerdo con los requisitos del cliente y las políticas de la organización.

**Hacer:** implementar los procesos.

**Verificar:** realizar el seguimiento y la medición de los procesos y los productos respecto a las políticas, los objetivos y los requisitos para el producto, e informar sobre los resultados.

**Actuar:** tomar acciones para mejorar continuamente el desempeño de los procesos.

GRAFICO N.- 24



**Leyenda**

- ▶ Actividades que aportan valor
- - - ▶ Flujo de información

La Norma ISO 9001 especifica los requisitos para un sistema de gestión de la calidad que pueden utilizarse para su aplicación interna por las organizaciones, para certificación o con fines contractuales. Se centra en la eficacia del sistema de gestión de la calidad para dar cumplimiento a los requisitos del cliente.

*<http://www.homoqualitas.com/castella/infos/iso90002000/portada.htm> (2011-06-15/h.10:00)*

**6.6.2 ISO 9001 - Norma de Calidad**

La norma ISO 9001, es un método de trabajo, que se considera tan bueno, que es el mejor para mejorar la calidad y satisfacción de cara al consumidor.

La versión actual, es del año 2008 ISO 9001:2008, que ha sido adoptada como modelo a seguir para obtener la certificación de calidad. Y es a lo que tiende, y debe aspirar toda empresa competitiva, que quiera permanecer y sobrevivir en el exigente mercado actual.

Estos principios básicos de la gestión de la calidad, son reglas de carácter social encaminadas a mejorar la marcha y funcionamiento de una organización mediante la mejora de sus relaciones internas. Estas normas, han de combinarse con los principios técnicos para conseguir una mejora de la satisfacción del consumidor.

**La Norma ISO 9001 tiene como objetivo satisfacer al consumidor,** Satisfacer al consumidor, permite que este repita los hábitos de consumo, y se fidelice a los productos o servicios de la empresa. Consiguiendo más beneficios, cuota de mercado, capacidad de permanencia y supervivencia de las empresas en el largo plazo.

Como es difícil mejorar la técnica, se recurren a mejorar otros aspectos en la esperanza de lograr un mejor producto de condición superior.

**La normativa, mejora los aspectos organizativos de una empresa,** que es un grupo social formada por individuos que interaccionan.

Sin buena técnica. No es posible producir en el competitivo mercado presente. Y una mala organización, genera un producto deficiente, que no sigue las especificaciones de la dirección.

Puesto que la técnica se presupone. ISO 9001 propone unos sencillos, probados y geniales principios para mejorar la calidad final del producto mediante sencillas mejoras en la organización de la empresa que a todos benefician.

Toda mejora, redundará en un beneficio de la calidad final del producto, y de la satisfacción.

*[http://www.buscarportal.com/articulos/iso\\_9001\\_gestion\\_calidad.html](http://www.buscarportal.com/articulos/iso_9001_gestion_calidad.html)  
(2011-06-17/h.20:00)*

### 6.6.3 Administración de los Procesos

El manejo de los procesos tiene que ver con el diseño de procesos para desarrollar y entregar productos y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes, el control diario para que se desempeñen según se requiera y su mejora continua.

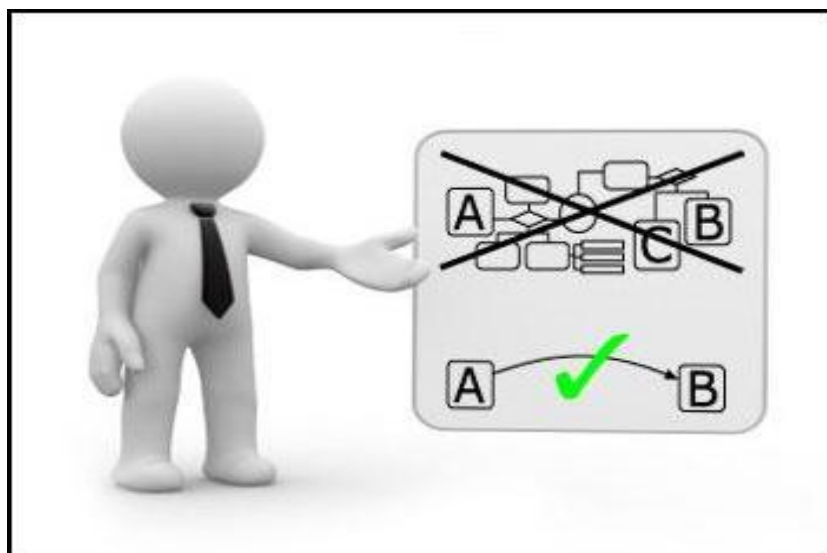
Las actividades para la administración de procesos le da un fuerte énfasis en la prevención y el aprendizaje organizacional porque los costos de evitar problemas en la etapa de diseño son mucho menores que los costos de corregir problemas que ocurren “más adelante”.

**Evans, J. (2005, p 25)**

### 6.6.4 Mejora Continua

La mejora continua es una herramienta de incremento de la productividad que favorece un crecimiento estable y consistente en todos los segmentos de un proceso.

Grafico 25.



<http://www.spconsulting.mejoracontinua/org>

## **6.6.5 El Mejoramiento Continuo**

Es un proceso que describe muy bien lo que es la esencia de la calidad y refleja lo que las empresas necesitan hacer si quieren ser competitivas a lo largo del tiempo.

### **6.6.5.1 Importancia del mejoramiento continuo**

La importancia de esta técnica gerencial radica en que con su aplicación se puede contribuir a mejorar las debilidades y afianzar las fortalezas de la organización.

A través del mejoramiento continuo se logra ser más productivos y competitivos en el mercado al cual pertenece la organización, por otra parte las organizaciones deben analizar los procesos utilizados, de manera tal que si existe algún inconveniente pueda mejorarse o corregirse; como resultado de la aplicación de esta técnica puede ser que las organizaciones crezcan dentro del mercado y hasta llegar a ser líderes.

### **6.6.5.2 Ventajas y desventajas del mejoramiento continuo**

#### **6.6.5.3 Ventajas**

1. Se concentra el esfuerzo en ámbitos organizativos y de procedimientos puntuales.
2. Consiguen mejoras en un corto plazo y resultados visibles.
3. Si existe reducción de productos defectuosos, trae como consecuencia una reducción en los costos, como resultado de un consumo menor de materias primas.
4. Incrementa la productividad y dirige a la organización hacia la competitividad, lo cual es de vital importancia para las actuales organizaciones.
5. Contribuye a la adaptación de los procesos a los avances tecnológicos.
6. Permite eliminar procesos repetitivos.

#### **6.6.5.4 Desventajas**

1. Cuando el mejoramiento se concentra en un área específica de la organización, se pierde la perspectiva de la interdependencia que existe entre todos los miembros de la empresa.
2. Requiere de un cambio en toda la organización, ya que para obtener el éxito es necesaria la participación de todos los integrantes de la organización y a todo nivel.
3. En vista de que los gerentes en la pequeña y mediana empresa son muy conservadores, el Mejoramiento Continuo se hace un proceso muy largo.
4. Hay que hacer inversiones importantes.

#### **6.6.5.5 El Cliente es el Rey**

Según Harrington (1987), "En el mercado de los compradores de hoy el cliente es el rey", es decir, que los clientes son las personas más importantes en el negocio y por lo tanto los empleados deben trabajar en función de satisfacer las necesidades y deseos de éstos. Son parte fundamental del negocio, es decir, es la razón por la cual éste existe, por lo tanto merecen el mejor trato y toda la atención necesaria.

La razón por la cual los clientes prefieren productos del extranjero, es la actitud de los dirigentes empresariales ante los reclamos por errores que se comentan: ellos aceptan sus errores como algo muy normal y se disculpan ante el cliente, para ellos el cliente siempre tiene la razón.

### **6.6.5.6 El Proceso de Mejoramiento**

La búsqueda de la excelencia comprende un proceso que consiste en aceptar un nuevo reto cada día. Dicho proceso debe ser progresivo y continuo. Debe incorporar todas las actividades que se realicen en la empresa a todos los niveles.

El proceso de mejoramiento es un medio eficaz para desarrollar cambios positivos que van a permitir ahorrar dinero tanto para la empresa como para los clientes, ya que las fallas de calidad cuestan dinero.

Asímismo este proceso implica la inversión en nuevas maquinaria y equipos de alta tecnología más eficientes, el mejoramiento de la calidad del servicio a los clientes, el aumento en los niveles de desempeño del recurso humano a través de la capacitación continua, y la inversión en investigación y desarrollo que permita a la empresa estar al día con las nuevas tecnologías.

### **6.6.5.7 Actividades Básicas de Mejoramiento**

De acuerdo a un estudio en los procesos de mejoramiento puestos en práctica en diversas compañías en Estados Unidos, Según Harrington (1987), existen actividades de mejoramiento que deberían formar parte de toda empresa, sea grande o pequeña:

1. Obtener el compromiso de la alta dirección.
2. Establecer un consejo directivo de mejoramiento.
3. Establecer equipos de mejoramiento de los sistemas (equipos de control de los procesos).
4. Desarrollar actividades con la participación de los proveedores.
5. Establecer actividades que aseguren la calidad de los sistemas.
6. Establecer un sistema de reconocimientos.
7. Asegurar la participación en equipos de los empleados.

## **6.7 METODOLOGÍA. (MODELO OPERATIVO).**

La realización del proyecto es factible porque se plantea en base a las fases que se detallan a continuación:

### **Fase 1. Comprensión y Capacitación del personal.**

El proceso de mejoramiento debe comenzarse desde los principales directivos y progresa en la medida al grado de compromiso que éstos adquieran, es decir, en el interés que pongan por superarse y por ser cada día mejor.

Está constituido por un grupo de ejecutivos de primer nivel, quienes estudiarán el proceso de mejoramiento productivo y buscarán adaptarlo a las necesidades de la compañía.

En esta empresa inicialmente se deberán realizar reuniones para poner al tanto al personal sobre el proceso de la aplicación de un plan de procesos así como de las bases de Calidad de la Norma ISO 9001:2008, conceptos que deberán observar en el futuro, esta reunión en lo posible se hará de una manera formal pero cordial de modo que los trabajadores puedan sentirse identificados con el cambio y se muestren entusiastas ante la idea de involucrarse.

En esta primera fase se realizarán las siguientes actividades:

- Identificar las necesidades actuales de la empresa desde la perspectiva de los trabajadores.
- Familiarizar al personal de la empresa con los conceptos básicos de Calidad de la Norma ISO 9001:2008.



## **Fase 2.**Establecer un consejo directivo de mejoramiento.

El equipo de administración es un conjunto de responsables de la implantación del proceso de mejoramiento. Eso implica la participación activa de todos los ejecutivos y supervisores de la organización. Cada ejecutivo debe participar en un curso de capacitación que le permita conocer nuevos estándares de la compañía y las técnicas de mejoramiento respectivas.

Será conveniente realizar entre el personal administrativo y operativo, una breve revisión de cómo se están manejando los procesos de producción actualmente e identificar cuáles son los procedimientos que más adelante requerirán mayor atención y la aplicación de correctivos.

En esta fase se realizarán las siguientes actividades:

- Organización del trabajo apropiadamente para lograr el estándar definido en cada proceso.
- El personal administrativo estará permanentemente monitoreando el proceso de aplicación de los procesos de calidad.
- Planificación de actividades y asignación de compromisos.

## **Fase 3.**Equipos de Mejoramiento de los Sistemas (equipos de control de los procesos).

Toda actividad que se repite es un proceso que puede controlarse. Para ello se elaboran diagramas de flujo de los procesos, después se le incluyen mediciones, controles y bucles de retroalimentación. Para la aplicación de este proceso se debe contar con un solo individuo responsable del funcionamiento completo de dicho proceso.

**Fase 4.**Actividades con Participación de los Proveedores.

Los recursos para el aseguramiento de la calidad, que se dedican a la solución de problemas relacionados con los productos, deben reorientarse hacia el control de los sistemas que ayudan a mejorar las operaciones y así evitar que se presenten problemas.

**Fase 5.**Aseguramiento de la Calidad.

Los recursos para el aseguramiento de la calidad, que se dedican a la solución de problemas relacionados con los productos, deben reorientarse hacia el control de los sistemas que ayudan a mejorar las operaciones y así evitar que se presenten problemas.

**Fase 6.**Sistema de Reconocimientos.

El proceso de mejoramiento pretende cambiar la forma de pensar de las personas acerca de los errores. Para ello existen dos maneras de reforzar la aplicación de los cambios deseados: castigar a todos los que no logren hacer bien su trabajo todo el tiempo, o premiar a todos los individuos y grupos cuando alcancen una meta con realicen una importante aportación al proceso de mejoramiento.

**Fase 7.** Planificación de actividades.

Una vez enmarcados en el entorno actual de la empresa, sus principales deficiencias en cuanto a procesos productivos y en conocimiento los procesos de calidad en base a la Norma ISO 9001:2008, se procederá a elaborar conjuntamente un horario dentro del cual todos se sientan cómodos para iniciar la revisión y adaptación de los procesos al analizarlos individualmente.

### **Procesos de aprovisionamiento.**

Dentro de los procesos de aprovisionamiento de materiales e insumos necesarios tanto para prestar los servicios como para producirlos, lo cual requerirá que se trabaje en base a pedidos explícitamente con el fin de que no se queden estancados los productos en bodega sino más bien que puedan llegar en un tiempo mínimo de doce horas productos como (sellos de caucho, señalética, sellos en sirel), a fin servir al cliente en un máximo de tiempo de veinticuatro horas, logrando además de prestar un servicio justo a tiempo a clientes, el mantener precios bajos y actualizados al trabajar diariamente con proveedores que son importadores directos.

En esta fase se realizarán las siguientes actividades:

- Determinar los materiales necesarios en el ambiente de trabajo necesarios para generar productos y servicios de acuerdo al proceso de calidad definido.
- Definir y establecer los recursos tanto económicos como materiales indispensables para desarrollar los productos y brindar los servicios.

### **Proceso de revisión de productos previa entrega.**

Dentro de los procesos que se deben llevar en la empresa en el desarrollo de su actividad comercial, se deberá designar personal responsable a fin de determinar límites de tiempo y márgenes de cantidad. Tiempos máximos dentro de los cuales serán entregadas los productos a los clientes a fin de poder establecer una planificación en visitas de clientes y entregas, y cantidades en cuanto a la cantidad de los insumos y partes que serán utilizados de acuerdo al modelo o tipo de producto requerido.

En cuanto respecta a los rótulos en cubo o gigantografías requeridos para el uso de clientes estos deberán ser revisados con anterioridad a la entrega de los mismos a los clientes para verificar su correcta forma y diseño y en su caso cambiarlo a tiempo.

### **Seguimiento de cliente y servicio postventa.**

Un servicio o producto de calidad no termina con la entrega de estos al cliente, sino más bien con darle un seguimiento a fin de poder mantener contacto continuo con el cliente, poder prever el tiempo estimado de utilización o duración de los rótulos o vallas.

### **Control y evaluación de procesos.**

Para un correcto desarrollo de los procesos en base a los procesos establecidos y para evitar su obsolescencia, se requerirá determinar controles para establecer si los procesos continúan siendo efectivos y en qué medida, o si es necesario en algunos casos poder adaptarlos de acuerdo a las necesidades cambiantes tanto del mercado como de los clientes sin dejar de lado las bases de Calidad determinadas en la Norma ISO 9001:2008, para lo cual será también necesario una renovación de conocimientos y capacitaciones periódicas.

**6.7.1 Modelo Propuesto de Aplicación de un Plan de Procesos de Calidad con base a las Normas ISO 9001-2008 para incrementar las ventas en la empresa World Graphic de la ciudad de Latacunga.**

**Fase 1.** Obtener el compromiso de la alta dirección y capacitación del personal.

Existirá un equipo de Dirección, el mismo que está conformado por expertos que coordinarán y guiarán la aplicación del proyecto.

Los miembros de la empresa deberán establecer sus roles dentro de todo el desenvolvimiento del proceso de calidad, además se determinará también un equipo de Realización de Tareas, que en este caso serán principalmente los trabajadores que cumplen las funciones de trato directo con el cliente tanto en la atención y entrega del producto como en la elaboración del mismo, mientras que el personal directivo cumplirá funciones de control y evaluación en su mayoría.

### Actividades

Sesionar una (1) vez por mes.

Tomar las decisiones frente al Sistema de Gestión de la Calidad.

Planear acciones ante las no conformidades de mayor

Revisar junto con el representante alta dirección, la revisión semestral del Sistema de

Implementar y realizar seguimiento a la Política y objetivos de Calidad.

### Responsable

GERENCIA

Crear un clima de compromiso hacia toda la organización.

Verificar la comunicación efectiva entre los miembros de la organización.

Determinar los recursos necesarios para el Sistema de Gestión de la Calidad incluyendo el entrenamiento

Administrar el programa de acciones correctivas y preventivas de la entidad.

**Fase 2.** Establecer un consejo directivo de mejoramiento.

El equipo de Dirección ISO deberá identificar los procedimientos a desarrollar y los colaboradores que deberán trabajar en ellos.

Asignar fecha de inicio y de finalización para cada equipo y completar un Diagrama que oriente los pasos a seguir en los procesos designados.

En este punto es de suma importancia dejar plasmado en el papel los pasos que se van desarrollando así como los que se esperan realizar más adelante, algunos de los cuales son:

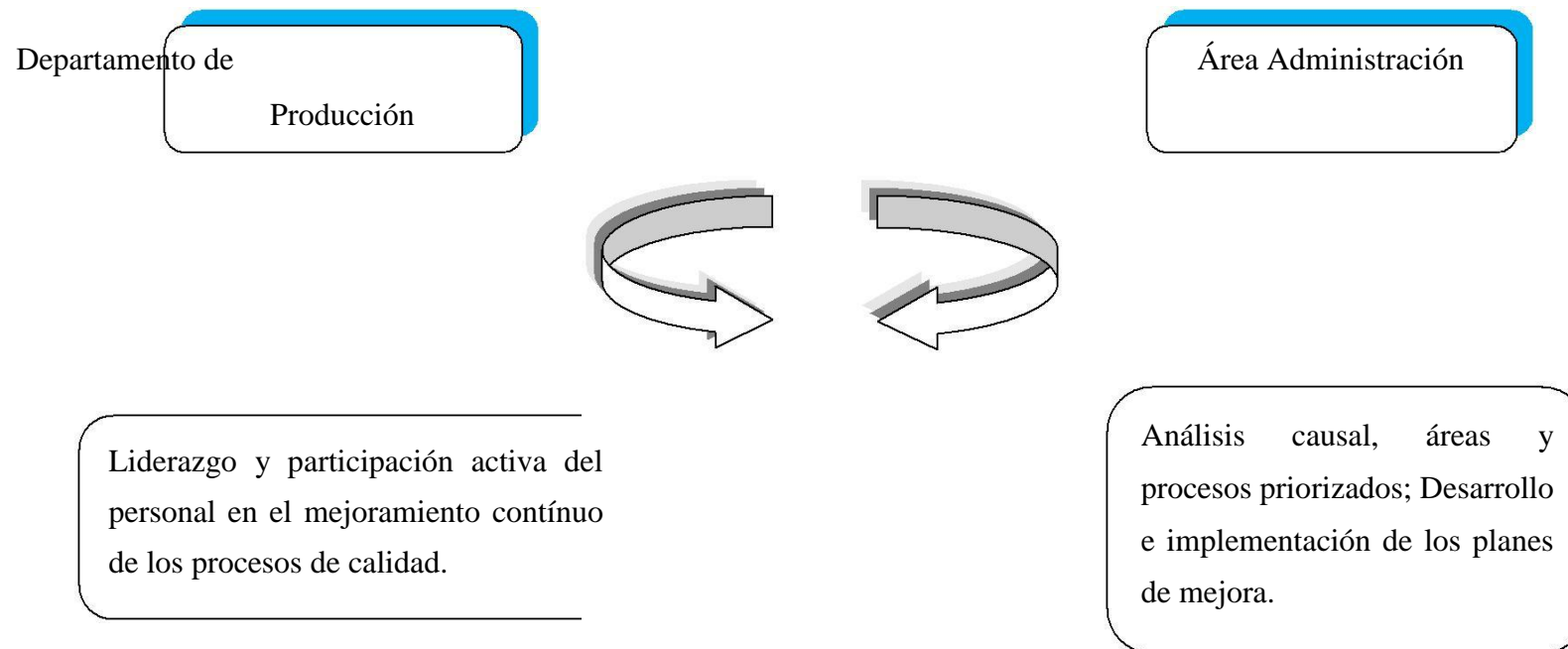
- Examinar cuáles son las principales actividades de la empresa.
- Involucrar al personal.
- Recopilar información y agruparla.
- Identificar los puntos donde se establece un enlace entre la norma y las actividades que lleva a cabo la empresa.

### Consejo Directivo de Mejoramiento.

ETAPAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	TIEMPO
Curso de capacitación.	Se trataran temas referentes a los procesos de calidad de la empresa, con el fin de que nuestro consejo directivo sea guía de la empresa.	Personal administrativo, ejecutivos y supervisores	Se determinará el tiempo para realizar las actividades detalladas.
Procesos a ejecutarse	Ejecución de los procesos dentro de la empresa por un periodo determinado.	Personal administrativo, ejecutivos y supervisores	Se determinará el tiempo para realizar las actividades detalladas.

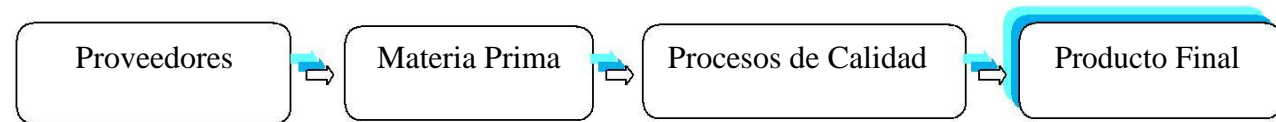


**Fase 3.** Establecer equipos de mejoramiento de los sistemas (equipos de control de los procesos).



**Fase 4.** Desarrollar actividades con la participación de los proveedores.

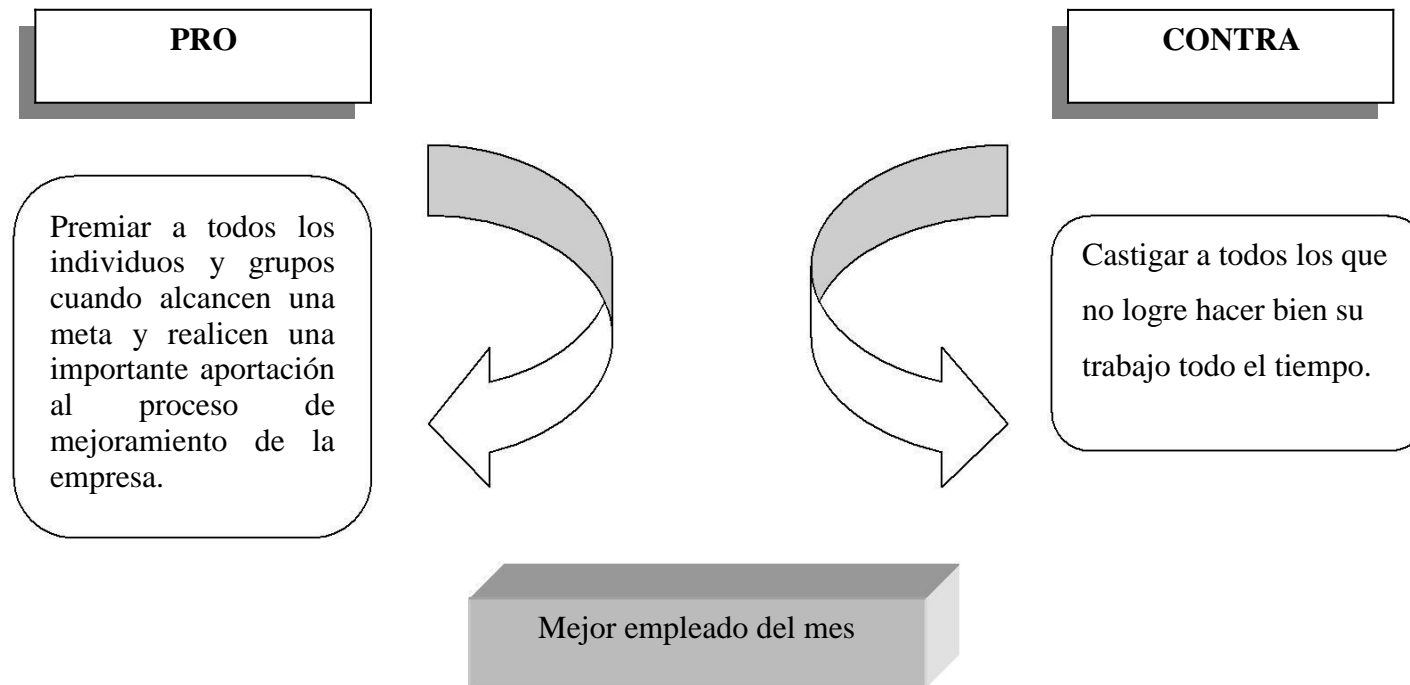
Todo proceso exitoso de mejoramiento debe tomar en cuenta a las contribuciones de los proveedores.



**Fase 5.** Establecer actividades que aseguren la calidad de los sistemas.

PASOS	ACTIVIDADES	RESPONSABLE
Elaborar un diagnóstico de la situación inicial, <b>Paso 1</b> identificando las áreas a mejorar, mediante una herramienta de	autoevaluación.	Administrador de la empresa
Establecer un plan de mejora, priorizando las <b>Paso 2</b> áreas a mejorar detectadas con la	autoevaluación.	Administrador de la empresa
<b>Paso 3</b> contenidas en la ISO 9001 para mejorar las áreas priorizadas.	Utilizar las directrices	Administrador de la empresa
<b>Paso 4</b>	Evaluar el proceso alcanzado mediante una herramienta de autoevaluación.	Administrador de la empresa

**Fase 6.** Establecer un sistema de reconocimientos.



**Fase 7.** Asegurar la participación en equipos de los empleados.

ETAPAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	TIEMPO
Proceso de aprovisionamiento	Definir los recursos básicos para la elaboración de los productos y prestación de servicio, así como los materiales para adecuar de manera apropiada el ambiente de trabajo.	Se detallarán los nombres de las personas responsables.	Se determinará el plazo máximo de tiempo para realizar las actividades
Proceso de entrega y colocación del producto.	Lineamientos para delimitar procesos de prestación de servicios. Análisis de procedimientos de control actuales.	Se detallarán los nombres de las personas responsables.	Se determinará el plazo máximo de tiempo para realizar las actividades.
Seguimiento cliente y servicio post-venta.	Determinación de actividades de seguimiento y medición, evaluación para determinar si se alcanzaron los resultados y establecimientos de reglas para medir la satisfacción del cliente.	Se detallarán los nombres de las personas responsables.	Se determinará el plazo máximo de tiempo para realizar las actividades.
Control y Evaluación.	Ajuste o reajuste los procedimientos.	Se detallarán los nombres de las personas responsables.	Se determinará el plazo máximo de tiempo para realizar las actividades.

## Planificación de actividades.

### Procesos de aprovisionamiento.

La empresa evaluará y determinará los siguientes aspectos:

- Reevaluar los actuales proveedores, y de ser el caso seleccionar nuevos proveedores para el abastecimiento de una mayor variedad de calidad de productos y la obtención de un mejor costo en la mercadería.
- Establecimiento de documentación necesaria, como proformas, pedidos de mercadería y las correspondientes facturas.

### Proceso de revisión de productos previa entrega.

El proceso de revisión de productos previa entrega de material impreso como: gigantografías, afiches y hojas volante antes de que sean entregados a los clientes o empresa, dependerá de aspectos como:

- Se debe planificar con anterioridad las características del tipo de producto a entregar de acuerdo a los requerimientos de los clientes.
- Una planificación de las visitas que se realizarán a los clientes en sus domicilios o en las empresas respectivas y la coordinación con el trabajo pendiente.

Esta etapa es sumamente delicada y requiere de un alto grado de cuidado respecto de las decisiones tomadas, por cuanto es aquí donde se reflejarán de manera objetiva los procesos de calidad de acuerdo al campo de aplicación:

### Proceso de entrega o colocación de rótulo.

- **Proceso de Seguridad.-** El proceso de colocación de rótulo se hará en el área destinada para este efecto. Se tendrá cuidado al instante de colocar el material donde se encuentre ubicado el local para la colocación del rotulo, los componentes para el armado tomando en cuenta primeramente la necesidad del espacio físico que se necesita para la colocación del mismo para evitar riesgos al personal encargado y para evitar el daño del producto a utilizar. Un factor que determinará el grado de seguridad será el contar con el personal capacitado para este procedimiento.

### Control y evaluación de procesos.

- Se determinarán mediciones a realizar, las mismas que se documentarán debidamente.
- Se realizarán evaluaciones periódicas de los procesos de calidad a fin de evaluar los resultados que se van obteniendo.
- Mediante el control y evaluación se buscará que se mejore constantemente la eficacia de los procesos.

## Seguimiento de cliente y servicio post-venta.

- La percepción que tuvo el cliente al recibir el servicio o producto solicitado.
- En base a esta determinación se tomarán decisiones sobre la conformidad con el sistema que se esté aplicando o la necesidad de cambiar ciertos aspectos.
- En el seguimiento de los clientes se tomarán medidas inmediatas que faciliten eliminar las no conformidades detectadas.
- El servicio post-venta incluirá un seguimiento de las necesidades futuras de los clientes, proyectándose desde las ventas actuales efectuadas.
- Además se garantizará un adecuado servicio post-venta a través de la oferta de productos con garantía, brindando la seguridad de que si existe un daño de fábrica el componente será reintegrado por uno en perfecto estado.



## **6.8 ADMINISTRACIÓN**

Las funciones que serán desempeñadas por el personal involucrado son:

- **Investigador.**

Proporcionará los datos base en relación a satisfacción de clientes de la empresa obtenidos a través de la investigación realizada previamente, participación en capacitación referente a normas de Calidad ISO 9001:2008, Apoyo en determinación de funciones y tareas del personal y en elaboración de procesos de evaluación posteriores.

- **Personal Administrativo.**

### **Gerente.**

Se encargará de la evaluación de procesos actuales, participación en la asignación de tareas al personal dentro de los procedimientos de aplicación de Procesos de Calidad, determinación de procesos de control y evaluación periódica durante y después de entregado el producto o servicio.

### **Jefe Administrativo.**

Coordinación de reuniones de capacitación, preparación de materiales para capacitaciones, coordinación de movilización y alimentación para capacitadores, apoyo en actividades de establecimiento de requerimientos de materiales y suministros en la fase de determinación de estándares del aspecto de aprovisionamiento.

### **Área de Producción y Ventas.**

Participación en capacitación referente a normas de Calidad ISO 9001:2008, proporcionar información referente a situación actual en su ámbito de trabajo, apoyo en

implementación de cambios y mejoras en el aspecto de procesos de producción y entrega de productos, información de requerimientos sobre suministros de protección para el trabajo.

### **Capacitadores Normas de Calidad.**

- Brindarán capacitación sobre los lineamientos básicos de los procesos de calidad fundamentales aplicables a la empresa además de supervisar el proceso de su aplicación. Es decir es un equipo guiado por expertos que coordinará y guiará la aplicación del proyecto.

## 6.9 PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

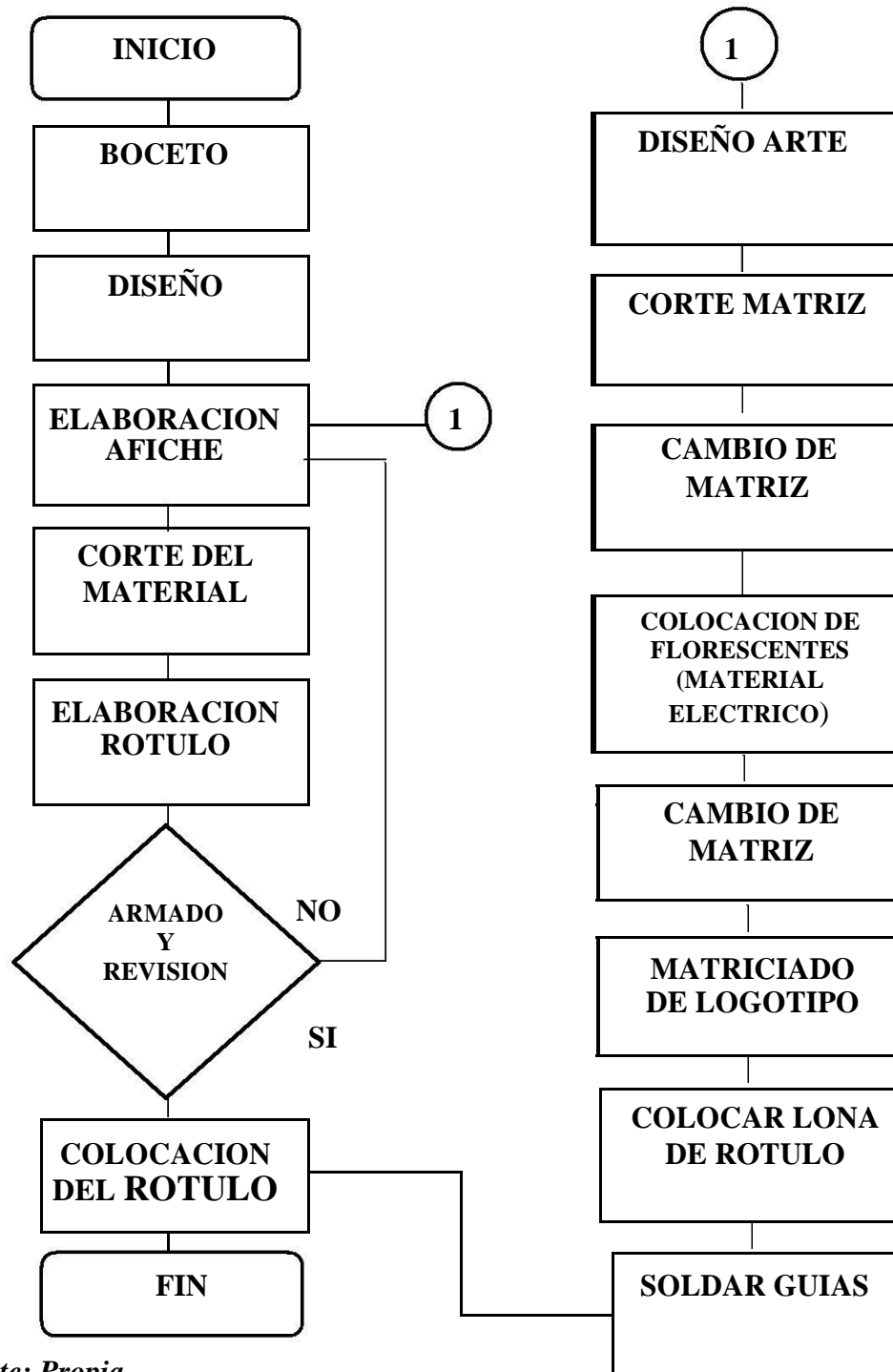
Para facilitar el plan de evaluación se utilizará la siguiente matriz:

**Tabla N° 27.** Matriz de Evaluación.

<u>N°</u>	<u>Preguntas Básicas</u>	<u>Explicación</u>
1	¿Quiénes solicitan evaluar?	Quienes están principalmente interesados en la constante instalación de medidas de control y evaluación son aquellos que conforman el personal directivo de la empresa.
2	¿Por qué evaluar?	Se evalúa a fin de detectar a tiempo posibles inconvenientes que se estén presentando, procesos o partes de este que no concuerden con lo planificado o que no estén aportando los resultados esperados.
3	¿Para qué evaluar?	Detectar deficiencias a tiempo permitirá corregirlas y mantener Procesos de Calidad apropiados que consigan la satisfacción del cliente y que significará a su vez beneficios económicos, que influirán en la satisfacción de directivos y empleados.
4	¿Qué evaluar?	Se evaluarán los procesos adaptados y mejorados, y los resultados obtenidos en base a estos, el grado de satisfacción de clientes y el de motivación de trabajadores.
5	¿Quién evalúa?	Evaluarán los niveles directivos y el investigador asesor a fin de determinar el grado en el que la propuesta está proporcionando el resultado esperado. Personal de Capacitación y asesoría.
6	¿Cuándo evaluar?	Se determinarán períodos apropiados para evaluar, además de que se programarán evaluaciones por

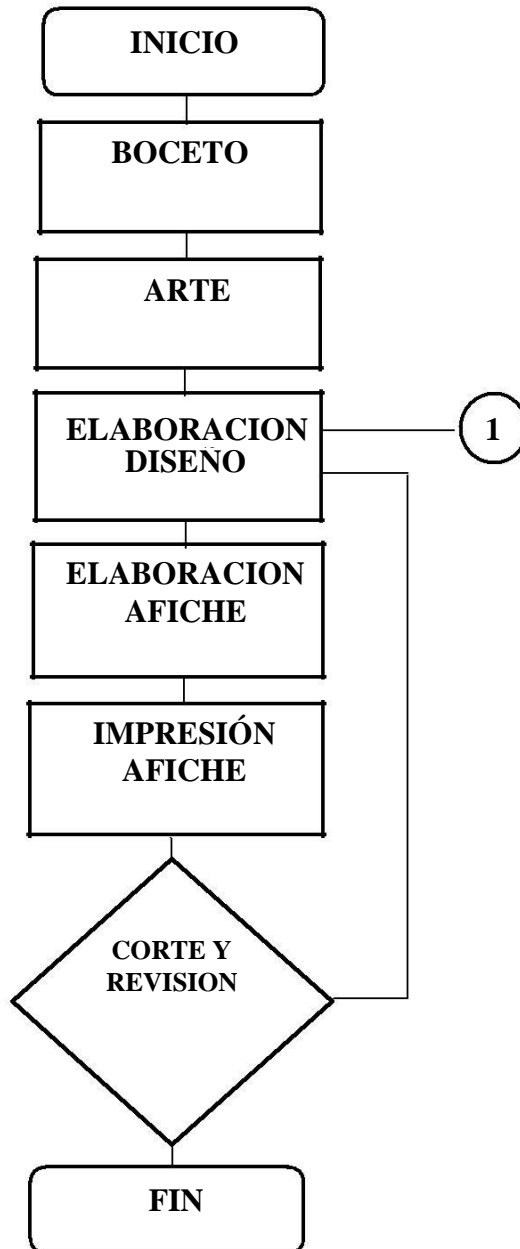
		parte de los capacitadores a fin de que se evalúe por parte de personal independiente de la empresa.
7	¿Cómo evaluar?	Se compararán los resultados obtenidos en base a los niveles que se esperaban obtener. Se comparará también los procesos aplicados y el nivel de eficacia alcanzado con relación a procesos nacionales e incluso internacionales similares.
8	¿Con qué evaluar?	Deben mantenerse registros de los resultados de los controles y verificación, se utilizarán planes de inspección y ensayo, expedientes de las novedades en entrega de los productos y servicios e informes.

**Cuadro 1. DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO DE ELABORACION DE UN ROTULO DE LONA DE LA EMPRESA WORLD GRAPHIC DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.**



*Fuente: Propia  
Elaborado por: Autor*

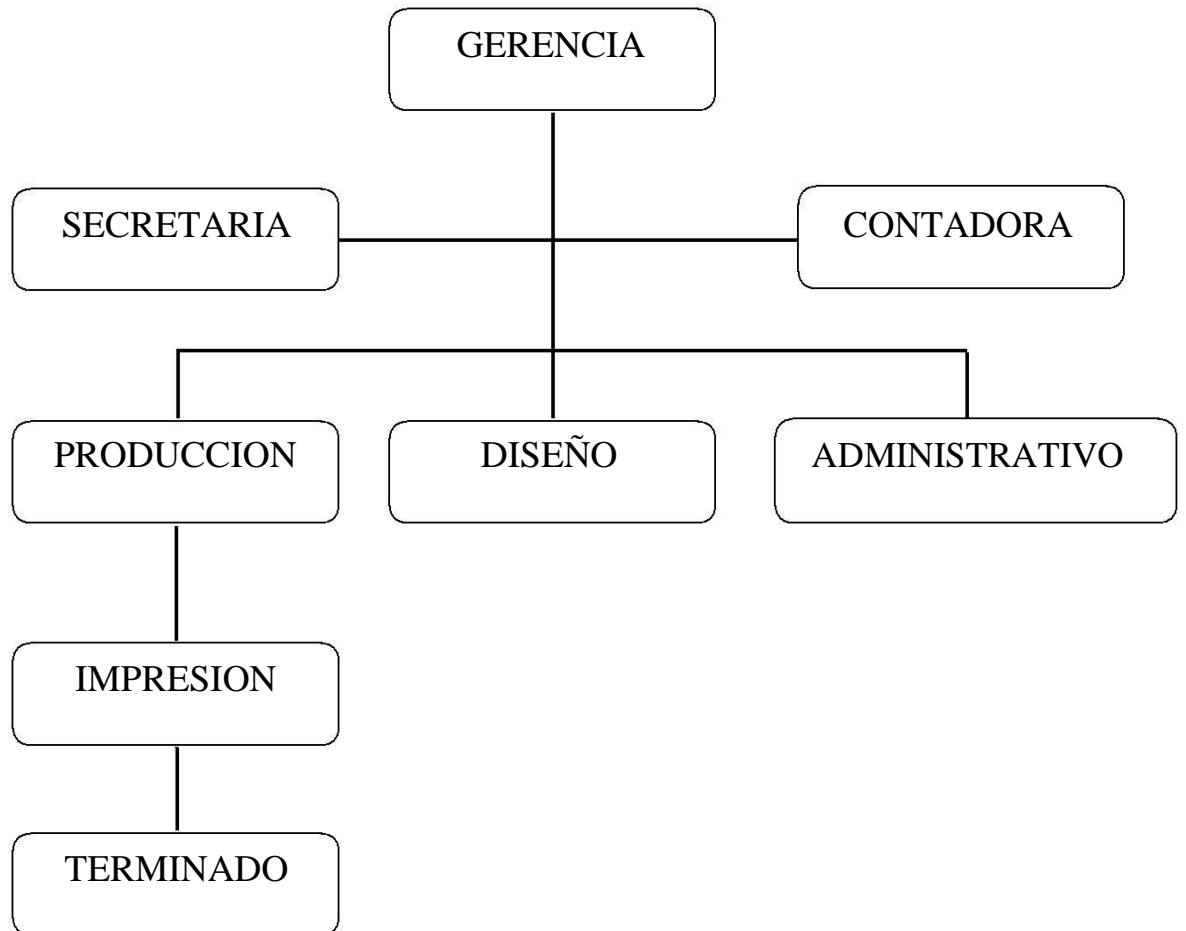
**Cuadro 2. DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO DE ELABORACION DE UN AFICHE TAMAÑO A2 FULL COLOR DE LA EMPRESA WORLD GRAPHIC DE LA CIUDAD DE LATACUNGA.**



*Fuente: Propia  
Elaborado por: Autor*

**Cuadro 3. ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA**

**“WORLD GRAPHIC DE LA CIUDAD DE LATACUNGA”**



*Fuente: Propia*  
*Elaborado por: Autor*

## **BIBLIOGRAFÍA**

*AULESTIA, Lorena* (2005). “Evaluación de la Certificación ISO 9001-2000 en las empresas de Ambato y su impacto en la productividad”. Tesis de grado. Facultad de Contabilidad y Auditoría. Universidad Técnica de Ambato.

*CÁRDENAS, Grace* (2005). “Mejoramiento del servicio en el área de servicios al cliente del Banco del Pacífico Sucursal Baños”. Tesis de grado. Facultad de Contabilidad y Auditoría. Universidad Técnica de Ambato.

*Chase, Jacobs y Aquilano* (2004). *Administración de la Producción y Operaciones..* Editorial McGraw Hill. 304-305pp.

*CHIABENATO, A.* (1999). *Introducción a la teoría general de la Administración.* Quinta Edición. Editorial McGraw Hill Interamericana. Bogotá.91pp.

*DIAZ, F.* (2009). *Técnicas de elaboración de tesis.* UTA. Ambato – Ecuador.

*JONES, G.* (2006). *Administración Contemporánea.* 4ª. Edición.

*J.L. URQUIJO* (1968). *Planificación Financiera de la Empresa.* 221-222pp.

*ROBALINO, Luís* (1999). “Mejoramiento de la Calidad de servicio al cliente en Prometín Cía. Ltda. Acabados de Construcción”. Tesis de grado. Facultad de Contabilidad y Auditoría. Universidad Técnica de Ambato.

*VALOS, NELSON Y CÓRDOVA GEOVANNY* (2002-2003). *Diccionario Contable.* Y ms. Editorial Baco. Ecuador. 1224pp.

*VEGA, Edgar* (2005). “Incidencia de la Planificación de la Producción de toallas en la Satisfacción de los clientes de la Empresa industrial y comercial Tecnorizo S.A. del periodo 2005”. Tesis de Grado. Facultad de Contabilidad y Auditoría. Universidad Técnica de Ambato.



- **Fuentes Electrónicas.**

*<http://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:BSC.png>*

*[http://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Organizacion\\_empresarial.png](http://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Organizacion_empresarial.png)*

*<http://es.wikipedia.org/wiki/Administraci%C3%B3n> <http://es.wikipedia.org/wiki/Administraci%C3%B3n> [http://www.monografias.com/Administracion\\_y\\_Finanzas/index.shtml](http://www.monografias.com/Administracion_y_Finanzas/index.shtml)*

*<http://www.gestiopolis.com/Canales4/ger/adoperaciones.htm>*

*<http://www.tecnologiahechapalabra.com/datos/soluciones/mercado/articulo.asp?i=530>*

*[http://www.spconsulting.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=57:estandarizacion-de-procesos&catid=45:todos&Itemid=61](http://www.spconsulting.org/index.php?option=com_content&view=article&id=57:estandarizacion-de-procesos&catid=45:todos&Itemid=61)*

*<http://www.clminnovacion.com/NR/ronlyres/errwbgbtycammmz6vcuc32d64xyw2rwzr3aztpiftepo7y3saosro6mzmd7nxpvmtsh2b4punmokse/satisfaccioncliente.pdf>*

*<http://es.wikipedia.org/wiki/Cliente>*

*<http://es.wikipedia.org/wiki/Necesidad>*

*<http://www.monografias.com/trabajos/ofertaydemanda/ofertaydemanda.shtml>*

*<http://www.monografias.com/trabajos/competitividad/competitividad.shtml>*

*<http://www.monografias.com/trabajos13/artmejo/artmejo.shtml>*

*<http://www.homoqualitas.com/castella/infos/iso90002000/portada.htm>*

*[http://www.buscarportal.com/articulos/iso\\_9001\\_gestion\\_calidad.html](http://www.buscarportal.com/articulos/iso_9001_gestion_calidad.html)*

*[http://www.spconsulting.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=57:estandarizacion-de-procesos&catid=45:todos&Itemid=61](http://www.spconsulting.org/index.php?option=com_content&view=article&id=57:estandarizacion-de-procesos&catid=45:todos&Itemid=61)*

*[http://es.wikipedia.org/wiki/Proceso\\_de\\_mejora\\_continua](http://es.wikipedia.org/wiki/Proceso_de_mejora_continua)*

*<http://www.monografias.com/trabajos/mejorcont/mejorcont.shtml>*

# **ANEXOS**

**Anexo 1.**

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

Cuestionario N°.....

**ENCUESTA SOBRE LOS PROCESOS DE CALIDAD QUE SE REALIZA A LOS  
TRABAJADORES DE LA EMPRESA “WORLD GRAPHIC”**

**OBJETIVO:**

Identificar cual es el desempeño de los trabajadores y su rendimiento en la empresa “WORLD GRAPHIC” para incrementar las ventas.

**INSTRUCCIONES**

La empresa “WORLD GRAPHIC” desea conocer cuál es su estado y rendimiento laboral dentro de la empresa, con el propósito de brindar un buen servicio y ofrecer productos de calidad pensando siempre en satisfacer las necesidades de los clientes.

Por favor su veracidad en las encuestas permitirá al investigador desarrollar un trabajo efectivo.

Agradecemos su colaboración y garantizamos absoluta reserva de su información.

**Pregunta 1**

¿Cree usted que la calidad del servicio es importante?

1.1. Si

1.2. No

**Pregunta 2**

¿Considera usted que las relaciones laborales influyen en su desempeño diario?

2.1. Nunca

2.2. Algunas veces

2.3. Casi siempre

2.4. Siempre

**Pregunta 3**

¿Cómo calificaría el trato que recibe de su jefe en la empresa?

3.1. Excelente

3.2. Muy bueno

3.3. Bueno

3.4. Regular

3.5. Malo

**Pregunta 4**

¿Cree usted que la empresa “World Graphic” en la actualidad tiene un plan de procesos de calidad que le permita incrementar las ventas?

4.1. Si

4.2. No

**Pregunta 5**

¿Cree usted que la aplicación de un plan de procesos de calidad sería indispensable para incrementar las ventas de la empresa “World Graphic”?

5.1. Si

5.2.No

**Pregunta 6**

¿Recibe la suficiente confianza por parte de sus jefes motivándole a sentirse comprometido con la empresa para prestar un buen servicio a los clientes?

- 6.1. Nunca
- 6.2. Algunas veces
- 6.3. Casi siempre
- 6.4. Siempre

**Pregunta 7**

¿Qué factores influyen en su desempeño diario?

- 7.1 Problemas familiares
- 7.2 Ambiente de trabajo
- 7.3 Relaciones Interpersonales

**Pregunta 8**

La capacitación que usted recibe es:

- 8.1 Por cuenta propia
- 8.2 Por la institución
- 8.3 Por las dos

**Pregunta 9**

¿El nivel de capacitación que ha recibido es?

- 9.1 Excelente
- 9.2 Muy bueno
- 9.3 Bueno
- 9.4 Regular
- 9.5 Malo

**Pregunta 10**

¿Recibe todos los recursos necesarios para el desempeño de sus actividades?

10.1 Nunca

10.2 Algunas veces

10.3 Casi siempre

10.4 Siempre

**Pregunta 11**

¿Siente un ambiente laboral agradable?

11.1. Si

11.2. No

**Pregunta 12**

¿Los horarios de trabajo de la empresa están de acorde a las necesidades del cliente?

12.1. Si

12.2. No

FECHA DE APLICACIÓN .....

NOMBRE DEL ENCUESTADO.....

**Anexo 2.**

**ENCUESTA DIRIJIDA HACIA LOS CLIENTES DE LA EMPRESA WORLD  
GRAPHIC DE LA CIUDAD DE LA CIUDAD DE LATACUNGA**

**Pregunta 1**

¿Cree usted que la calidad del servicio es importante?

- Si
- No

**Pregunta 2**

¿Qué productos requiere con más frecuencia en su empresa?

- Sellos de caucho
- Gigantografías
- Rótulos
- Afiches
- Otros

**Pregunta 3**

¿Señale el nivel en el que sus expectativas han sido cubiertas?

- Totalmente
- Parcialmente
- Bajo

**Pregunta 4**

¿Considera que los procesos manejados por parte del personal de la empresa al prestarle el servicio es el más adecuado?

- Siempre
- Regularmente
- Nunca

**Pregunta 5**

¿Cómo calificaría el nivel de calidad del producto/servicio recibido?

- Alta
- Media
- Baja

**Pregunta 6**

¿La prestación del servicio o entrega del producto ha sido oportuna?

- Siempre
- Regularmente
- Nunca

**Pregunta 7**

¿Considera Ud. Que los precios son:

- Altos
- Razonables
- Bajos



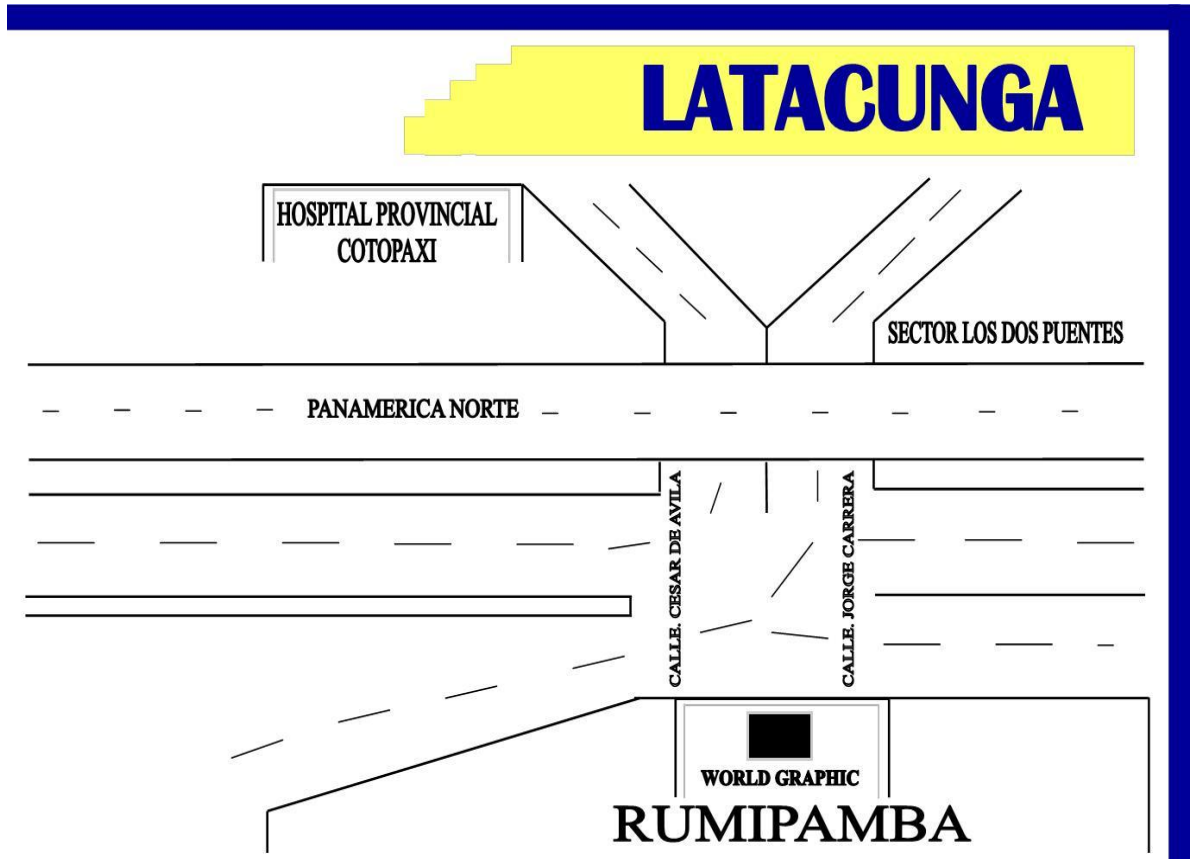
**Anexo 3.**

**LOGOTIPO DE LA EMPRESA WORLD GRAPHIC DE LA CIUDAD DE  
LATACUNGA.**



Anexo 4.

CROQUIS DE UBICACIÓN EMPRESA WORLD GRAPHIC



**Anexo5**

**FOTOGRAFIA 1 DE LA EMPRESA**



**Anexo 6.**

**FOTOGRAFIA 2 DE LA EMPRESA**



**Anexo 7.**

**MAQUINA CORTA VINIL**



**Anexo 8.**

**MAQUINA DE IMPRESIÓN CHIEF 17**





**Anexo 9.**

**MAQUINA DE IMPRESIÓN FACTURAS**



**Anexo 10.**

**LETRAS DE CUBO**





Anexo 11.

PRODUCTOS



Anexo 12.

PRODUCTOS TERMINADOS 1



Anexo 13.

PRODUCTOS TERMINADOS 2

ROTULOS

