

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

**Proyecto de Investigación previo la obtención del Título de  
Ingeniero de Empresas**

**TEMA: “Las normas de calidad ISO 9001:2015 y su  
relación con la competencia de la empresa Creaciones  
Luigi de la ciudad de Ambato”**

**Autor: Luigi Jhosimar Manjarres Stacey**

**Director: Ing. MSc José Bernardo Herrera Herrera´**

**AMBATO – ECUADOR**

**Septiembre 2015**

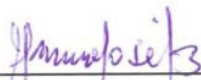


**Ing. MSc José Bernardo Herrera Herrera**

**CERTIFICA:**

Que el presente proyecto ha sido prolijamente revisado. Por lo tanto autorizo la presentación de este Proyecto de Investigación, el mismo que responde a las normas establecidas en el reglamento de Título y Grados de la Facultad.

Ambato, 10 de diciembre del 2014



---

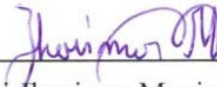
Ing. MSc José Bernardo Herrera Herrera

C.I. 1102481148

TUTOR

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, Luigi Jhosimar Manjarres Stacey, manifiesto que los resultados obtenidos en la presente investigación, previo la obtención del título de Ingeniero de Empresas son absolutamente originales, auténticos y personales; a excepción de las citas.



---

Sr. Luigi Jhosimar Manjarres Stacey

C.I.180302982-4

**AUTOR**

## APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos calificadores, aprueban el presente Proyecto 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.

I. CARLOS FLORES R.

f) \_\_\_\_\_

Ing. Carlos Roberto Flores Ramos

C.I. 1803084712

f) \_\_\_\_\_

Ing. Juan Enrique Ramos Guevara

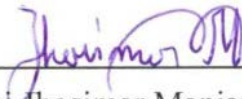
C.I. 1803084209

Ambato, 28 de mayo del 2015

## **DERECHOS DE AUTOR**

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

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



---

Sr. Luigi Jhosimar Manjarres Stacey

C.I.180302982-4

**AUTOR**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo está dedicado para mis padres Gonzalo Manjarres y María Elena Stacey, para mi querida hermana María José y para toda mi familia ejemplo de superación, humildad y sacrificio; enseñándome a valorar todo lo que tengo. A todos ellos dedico el presente proyecto, porque han formado en mí, el deseo de superación y de triunfo en la vida

---

Jhosimar Manjarres Stacey

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por darme la vida y darme la fuerza necesaria para seguir adelante, luego también a la Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Administrativas y a sus docentes por su generosidad al brindarme la oportunidad de recurrir a su capacidad y experiencia en un marco de confianza, afecto y amistad.

Jhosimar Manjarres Stacey

## ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
CERTIFICA .....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	iv
DERECHOS DE AUTOR.....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
ÍNDICE GENERAL.....	viii
ÍNDICE DE CUADROS .....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xiii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xv
EXECUTIVE SUMMARY .....	xvi
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO 1 .....	3
EL PROBLEMA .....	3
1.1 Tema de investigación.....	3
1.2. Planteamiento del Problema.....	3
1.2.1 Contextualización.....	3
1.2.2. Árbol de Problemas.....	10
1.2.3. Análisis Crítico.....	11
1.2.4 Prognosis .....	11
1.2.5. Formulación del Problema .....	12
1.2.6. Preguntas Directrices. ....	12



1.2.7. Delimitación de la Investigación.....	12
1.2.7.1. Delimitación de contenidos.....	12
1.2.7.2. Delimitación Espacial .....	13
1.2.7.3. Delimitación Temporal .....	13
1.2.7.4. Unidades de observación.....	13
1.3. Justificación.....	13
1.4. Objetivos .....	14
1.4.1. Objetivo General .....	14
1.4.2. Objetivos Específicos.....	14
2. MARCO TEÓRICO.....	15
2.1. Antecedentes de la Investigación .....	15
2.2. Fundamentaciones.....	17
2.2.1. Fundamentación Filosófica .....	17
2.2.2. Fundamentación Axiológica .....	18
2.3. Fundamentación Legal .....	19
2.4. Categorización de Variables .....	24
2.4.1. Constelación de Ideas de la Variable Independiente.....	25
2.4.2. Constelación de Ideas de la Variable Dependiente .....	26
2.5. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	27
2.5.1.1 Gestión de la calidad.....	27
2.5.1.2 Calidad total .....	28
2.5.1.3 Control de calidad .....	29
2.5.1.4. Normas de calidad ISO 9001:2015 .....	31
2.5.1.4.1 Objetivos de la norma .....	32
2.6 Hipótesis.....	47

2.6. Señalamiento de variables de la hipótesis.....	48
CAPITULO III.....	49
METODOLOGÍA.....	49
3.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	49
3.2 Modalidad básica de la investigación.....	50
3.2.1. La Investigación de campo.....	50
3.2.2. La Investigación bibliográfica-documental.....	50
3.3. Niveles o tipos de investigación.....	50
3.3.1. Exploratorio.....	51
3.3.2. Descriptivo.....	51
3.3.3. Correlacional.....	51
3.4. Población y muestra.....	52
3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	54
3.6. Plan para recolección de la información.....	56
3.7. Técnicas e instrumentos de recolección de la información.....	56
CAPÍTULO IV.....	58
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	58
4.1. Resultado de las encuestas aplicadas a los clientes externos.....	58
4.2. Resultado de las encuestas aplicadas a los empleados i.....	69
CAPÍTULO V.....	83
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	83
5.1. Conclusiones.....	83
CAPÍTULO VI.....	85
6.1. Datos Informativos.....	85
6.1.1. Título.....	85

6.1.2. Institución ejecutora .....	85
6.1.3 Ubicación .....	85
6.1.4 Tiempo estimado para la ejecución.....	86
6.1.5. Responsables .....	86
6.1.6. Costo .....	86
6.2. Antecedentes de la Propuesta.....	86
6.3 Justificación.....	87
6.4. Objetivos .....	88
6.4.1. General .....	88
6.4.2. Específicos .....	88
6.5. Análisis de factibilidad.....	89
6.6. Fundamentación Teórica.....	90
6.7 Metodología del Modelo Operativo .....	95
6.8 Administración de la propuesta.....	115
BIBLIOGRAFÍA.....	118
ANEXOS.....	122
Anexo 1. Encuesta dirigida a los clientes externos .....	122
Resultado de las encuestas aplicadas a los clientes externos .....	122
Anexo 2 Encuesta dirigida a los clientes internos.....	124

## ÍNDICE DE CUADROS

Tabla N° 1: Tamaño de la muestra.....	53
Tabla N° 2: Variable independiente: normas de calidad ISO 9001:2015 .....	54
Tabla N° 3: Variable dependiente: Competencia.....	55
Tabla N° 4: Recolección de Información.....	56
Tabla N° 5: Aspectos por los que el cliente adquiere el producto .....	58
Tabla N° 6: Calidad del producto .....	60
Tabla N° 7: Precio del producto.....	61
Tabla N° 8: Señale cuanto pagaría por el producto.....	62
Tabla N° 9: Satisfacción por el producto adquirido.....	63
Tabla N° 10: Realización de acciones para mejorar la competencia .....	64
Tabla N° 11: Opinión sobre liderazgo .....	65
Tabla N° 12: Políticas de calidad en sus procesos internos .....	66
Tabla N° 13: Planificación adecuada .....	67
Tabla N° 14: Gestión de los procesos .....	68
Tabla N° 15: Gestión de la calidad .....	69
Tabla N° 16: Liderazgo y compromiso con los empleados y clientes .....	70
Tabla N° 17: Necesidad de que la empresa tenga funciones para cada área.....	71
Tabla N° 18: Políticas de calidad en los proceso de producción .....	72
Tabla N° 19: La empresa tiene planificación adecuada.....	73
Tabla N° 20: Comunicación de los directivos hacia los empleados .....	74
Tabla N° 21: Procesos de innovación .....	75
Tabla N° 22: Evaluación del desempeño de sus trabajadores.....	76
Tabla N° 23: La empresa debe mejorar en sus procesos.....	77
Tabla N° 24: Elementos que conoce de la norma ISO 9001:2015.....	78
Tabla N° 25: Frecuencias observadas .....	80
Tabla N° 26: Frecuencias esperadas .....	81
Tabla N° 27: Cálculo del Chi cuadrado .....	81

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Empresas Españolas excelentes por tamaño .....	4
Gráfico N° 2: Empresas Españolas excelentes por utilización de la Norma.....	4
Gráfico N° 3: Empresas a Nivel Mundial .....	5
Gráfico N° 4: Relación Causa-Efecto .....	10
Gráfico N° 5: Categorización de las variables .....	24
Gráfico N° 6: Constelación variable independiente.....	25
Gráfico N° 7: Constelación variable dependiente.....	26
Gráfico N° 8: Gestión de la calidad .....	27
Gráfico N° 9: Gestión de calidad según la normativa ISO-9001 .....	36
Gráfico N° 10: Factores que afectan la intensidad de la competencia.....	47
Gráfico N° 11: Aspectos por los que el cliente adquiere el producto .....	58
Gráfico N° 12: Calidad del producto .....	60
Gráfico N° 13: Precio del producto.....	61
Gráfico N° 14: Señale cuanto pagaría por el producto .....	62
Gráfico N° 15: Satisfacción por el producto adquirido.....	63
Gráfico N° 16: Realización de acciones para mejorar la competencia .....	64
Gráfico N° 17: Opinión sobre liderazgo y compromiso con empleados y clientes .....	65
Gráfico N° 18: Políticas de calidad en sus procesos internos .....	66
Gráfico N° 19: Planificación adecuada.....	67
Gráfico N° 20: Gestión de los procesos .....	68
Gráfico N° 21: Gestión de la calidad .....	69
Gráfico N° 22: Liderazgo y compromiso con los empleados y clientes.....	70
Gráfico N° 23: Necesidad de que la empresa tenga funciones para cada área .....	71
Gráfico N° 24: Políticas de calidad en sus procesos internos .....	72
Gráfico N° 25: La empresa tiene planificación adecuada.....	73
Gráfico N° 26: Comunicación de los directivos hacia los empleados .....	74
Gráfico N° 27: Procesos de innovación .....	75

Gráfico N° 28: Evaluación del desempeño de sus trabajadores.....	76
Gráfico N° 29: La empresa debe mejorar en sus procesos .....	77
Gráfico N° 30: Campana de Gauss .....	82

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La empresa Creaciones Luigi de la ciudad de Ambato se ha dedicado a la confección de camisas al por menor y mayor durante 26 años, tiempo en el cual ha experimentado las normas de calidad ISO 9001:2008, actualmente ve la necesidad de la implementación de las nuevas normas, las ISO 9001:2015 que regularan el sistema de la gestión de calidad ya que esta norma ser quien la remplace a las ISO 9001:2008.

Por tal razón el presente trabajo investigativo se ha orientado al estudio de la utilización y aplicación de las normas de calidad ISO 9001:2008 en los procesos de producción, con el objeto de plantear estrategias que ayuden a incrementar el nivel de ventas y por ende a ser más competitiva.

Los resultados obtenidos de la investigación de campo realizado a los clientes más frecuentes de la empresa determinan que no se realiza una planificación de los procesos de producción, y ninguna actividad que permita mejorar la competencia de la empresa, los encuestados consideraron a estos factores como falencias que tiene la empresa.

Po lo tanto el resultado de este estudio dio como una alternativa de solución el diseño del “Modelo de Mejora Continua del Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001: 2015, para maximizar la producción y mejorar la participación en el mercado de la Empresa Creaciones Luigi, se considera que es necesario optimizar los procesos de producción para de esta manera aportar al mejoramiento de la calidad del producto y así la empresa pueda competir con las demás.

**PALABRAS CLAVES:**

**NORMAS ISO**

**COMPETENCIA**

**INDUSTRIA DE LA CONFECCIÓN**

**CREACIONES LUIGI**

## **EXECUTIVE SUMMARY**

Creaciones Luigi de Ambato has been dedicated to making shirts to retail and wholesale for 26 years, during which experienced standards ISO 9001: 2008, now sees the need to implement the new standards, the ISO 9001: 2015 to regulate the system of quality management since this standard be the one to replace the ISO 9001: 2008.

For this reason, this research work has been directed to the study of the use and application of standards ISO 9001: 2008 in production processes, in order to propose strategies to increase the level of sales and hence be more competitive.

The results of field research conducted to common customers of the company determines that a planning production processes, and any activity that will improve the competence of the company is made, respondents considered these factors as failures the company has.

Po therefore the result of this study led to an alternative design solution "Continuous Improvement Model of Quality Management System ISO 9001: 2015, to maximize production and improve the market share of the Company Creations Luigi, It is considered to be necessary to optimize production processes and in this way contribute to the improvement of product quality and so the company to compete with others.

**KEYWORDS:**

**ISO STANDARDS**

**COMPETITION**

**CLOTHING INDUSTRY**

**LUIGI CREATIONS**



## **INTRODUCCIÓN**

La presente investigación contiene el estudio de la utilización y aplicación de las normas de calidad ISO 9001:2015, en la empresa Creaciones Luigi de la ciudad de Ambato, de acuerdo a las necesidades de la misma, para contribuir con el desarrollo y posicionamiento de la empresa en el mercado.

El trabajo está estructurado conforme a los capítulos detallados a continuación:

En el Capítulo I: EL PROBLEMA, se realiza lo referente a la perspectiva del problema investigado, conceptualización, delimitación, justificación y objetivos.

En el Capítulo II: MARCO TEÓRICO, se hace referencia al tema relacionado a la investigación, basados en textos y documentos que ayudan a la realización del mismo, esta sección consta también de antecedentes investigativos, fundamentación filosófica, fundamentación legal, categorías fundamentales, y señalamiento de variables.

En el Capítulo III: METODOLOGÍA, se identifica el enfoque y tipos de la investigación, técnicas e instrumentos, empleando la encuesta con cuestionario semiestructurado, la cuantificación de la población para la obtención de la muestra, y el plan de recolección los mismos que servirán de base para el desarrollo de la propuesta.

En el Capítulo IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS, se describe los resultados obtenidos mediante el levantamiento de la información que arrojó la investigación.

En el Capítulo V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES, se detalla las conclusiones de la investigación en donde se confirma los planteamientos previamente estudiados. Posteriormente se emitieron recomendaciones tomando como base dichas conclusiones para mejorar de manera significativa la problemática existente sobre el posicionamiento de la marca.

En el Capítulo VI: PROPUESTA, se desarrolla la propuesta de solución que inicia con informe preliminar de la empresa, los antecedentes de la propuesta, donde se efectúa un análisis interno y externo mediante el modelo FODA; posteriormente se realiza un estudio del diseño de la marca que esta empleada en el producto para su posicionamiento en el mercado, teniendo presente la aplicación de las matrices EFI, EFE.

## **CAPÍTULO 1**

### **EL PROBLEMA**

#### **1.1 Tema de investigación**

Las normas de calidad ISO 9001:2015 y su relación con la competencia de la Empresa Creaciones Luigi de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua.

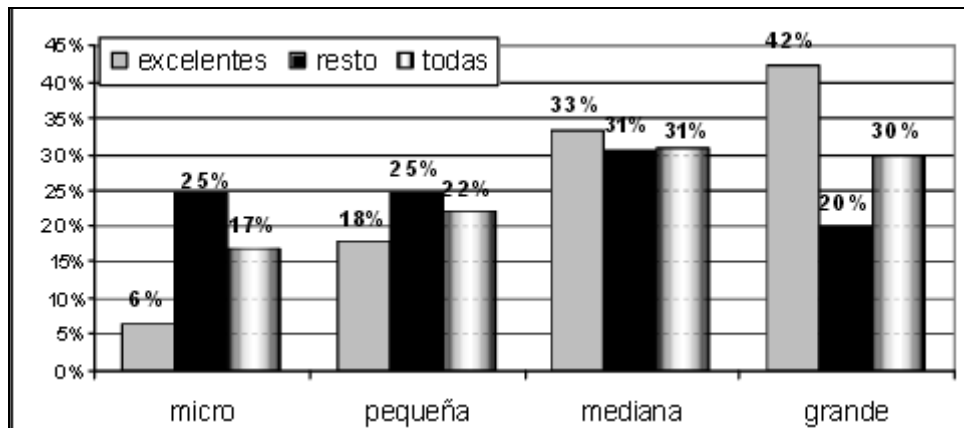
#### **1.2. Planteamiento del Problema**

##### **1.2.1 Contextualización**

###### **Macro**

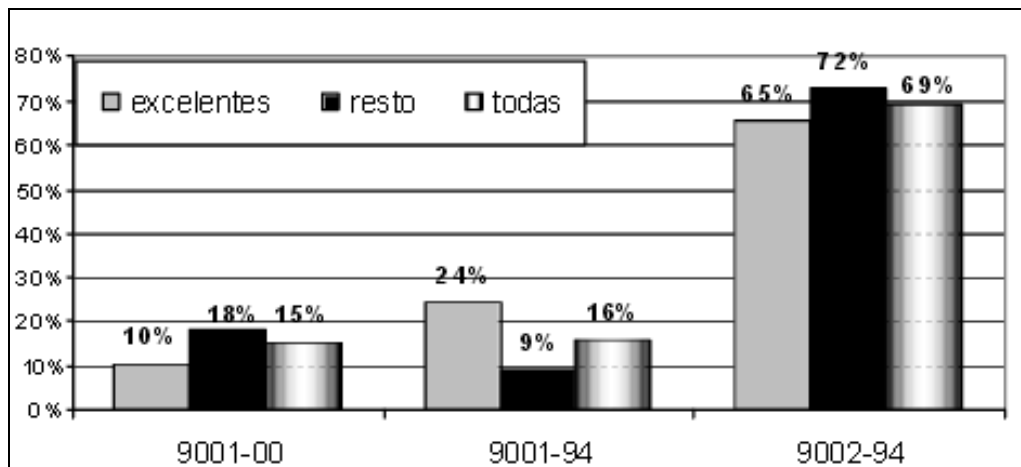
En España se realizó un estudio de las empresas que tienen las normas de calidad, las empresas que tienen las certificaciones en la comunidad valenciana son las que han utilizado: las 5 S, el círculo de Deming, o PDCA, el Empiwermet y el Kaizen o mejora continua. (Climent, 2014)

**Gráfico N° 1:** Empresas Españolas excelentes por tamaño



**Fuente:** (Serrano S. , 2005)

**Gráfico N° 2:** Empresas Españolas excelentes por utilización de la Norma



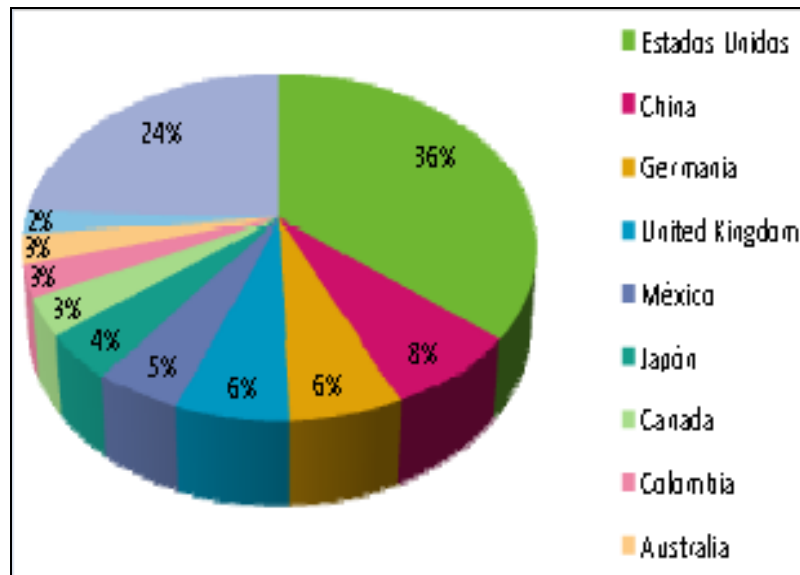
**Fuente:** (Serrano, 2005)

Las empresas que optan por la certificación de la norma que incluye el diseño del producto o servicio aplican de forma más intensiva la filosofía de la gestión de la calidad total. (Climent, 2014)

Una encuesta realizada por el Comité Técnico Internacional ISO/TC 176 a 63 países, respecto de la utilidad de la ISO 9001:2000, reveló que la gran mayoría de las organizaciones consultadas (80%) mostraron conformidad con los principios de gestión de la calidad, con los requisitos de ISO 9001:2000 y con el modelo de gestión de la calidad basado en procesos.

Sin embargo a partir del análisis de la información recibida se generaron pequeños cambios o enmiendas a la Norma versión 2000; es decir, se introdujeron aclaraciones a los requisitos de la Norma ISO 9001:2000 donde se visualizaron claros beneficios, es decir, no existen cambios conceptuales o de fondo. (Ortiz & Vergara, s/f, pág. 4)

**Gráfico N° 3: Empresas a Nivel Mundial**



**Fuente:** (Ortiz & Vergara, s/f, pág. 4)

Las empresas a nivel mundial tienen el compromiso ante los grupos de interés, de responsabilizarse con una mejora continua, lo cual implica que sean más competitivas en el mercado, grandes corporaciones acceden a las certificaciones internacionales porque eso brinda no solamente una información de los procesos internos, los cuales se deben llevar a cabo de acuerdo a la norma establecida, sino que la imagen de las empresas se posiciona en el mercado porque es sinónimo de respeto a la calidad, de forma integral.

Las normas de calidad 9001, establece la necesidad de que las empresas adopten un sistema de gestión de la calidad, el mismo que es total, porque considera el entorno de la organización, los procesos que realiza y los productos que proporciona, estos

aspectos brindan a la empresa confianza, seguridad y a sus clientes la satisfacción de obtener calidad en los servicios o productos. Las empresas se enfrentan a problemas cuando los altos directivos optan por la certificación de calidad ISO 9001, puesto que es necesario que en la empresa se produzca un ambiente de proactividad y de participación conjunta, ya que para obtener esta certificación es necesario demostrar al ente certificador la calidad de su empresa.

La Organización Internacional de Estandarización (ISO, según la abreviación aceptada internacionalmente) tiene su oficina central en Ginebra, Suiza, y está formada por una red de institutos nacionales de estandarización en 156 países, con un miembro en cada país.

La 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 le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios. La ISO 9001:2008 es la base del sistema de gestión de la calidad ya que es una norma internacional 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 le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios.

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). Existen más de 640.000 empresas en el mundo que cuentan con la certificación ISO 9001. (Vinca, Llc, & All, 2011)

## **Meso**

En el Ecuador para el año 2010, según cifras proporcionadas por diario La Hora, señala que pocas empresas aplican sistemas de calidad en sus procesos de producción, apenas 859 empresas cuentan con la certificación de la Organización Internacional para la

Estandarización (ISO) 9001. Esto significa que el resto (un universo amplio) no cumple con normas que garanticen calidad en sus procesos de gestión u operación. (Diario La Hora, 2010)

Para realizar un análisis de la competencia, se debe revisar los antecedentes de la industria textil en el Ecuador, los inicios de la industria textil ecuatoriana se remontan a la época de la colonia, cuando la lana de oveja era utilizada en los obrajes donde se fabricaban los tejidos. Posteriormente, las primeras industrias que aparecieron se dedicaron al procesamiento de la lana, hasta que a inicios del siglo XX se introduce el algodón, siendo la década de 1950 cuando se consolida la utilización de esta fibra. Hoy por hoy, la industria textil ecuatoriana fabrica productos provenientes de todo tipo de fibras, siendo las más utilizadas el ya mencionado algodón, el poliéster, el nylon, los acrílicos, la lana y la seda. A lo largo del tiempo, las diversas empresas dedicadas a la actividad textil ubicaron sus instalaciones en diferentes ciudades del país. Sin embargo, se puede afirmar que las provincias con mayor número de industrias dedicadas a esta actividad son: Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Azuay y Guayas. (Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, 2015)

La diversificación en el sector ha permitido que se fabrique un sinnúmero de productos textiles en el Ecuador, siendo los hilados y los tejidos los principales en volumen de producción. No obstante, cada vez es mayor la producción de confecciones textiles, tanto las de prendas de vestir como de manufacturas para el hogar. Según estimaciones hechas por la Asociación de Industriales Textiles del Ecuador – AITE, alrededor de 50.000 personas laboran directamente en empresas textiles, y más de 200.000 lo hacen indirectamente.

Las exportaciones de prendas de punto para el año 2014 fueron de 919.651 toneladas, mientras que las importaciones fueron de 2339.560 toneladas, los países a los que mayormente se exporta son: Comunidad Andina 15.899747 ton., Unión Europea 3.329.799 ton. y Asia 3.027.202 toneladas, mientras que las importaciones son de:

China con 32.400.901 ton., Asia 24.989.008 ton. y Comunidad Andina 23.270.494 ton. (Asociación de Industriales Textiles del Ecuador, 2015)

Respecto al sector se observa que las exportaciones son menores a las importaciones, las prendas de punto provienen en mayor número de países como China, con lo cual se debe considerar los precios y la calidad como prioritario en la producción nacional.

### **Micro**

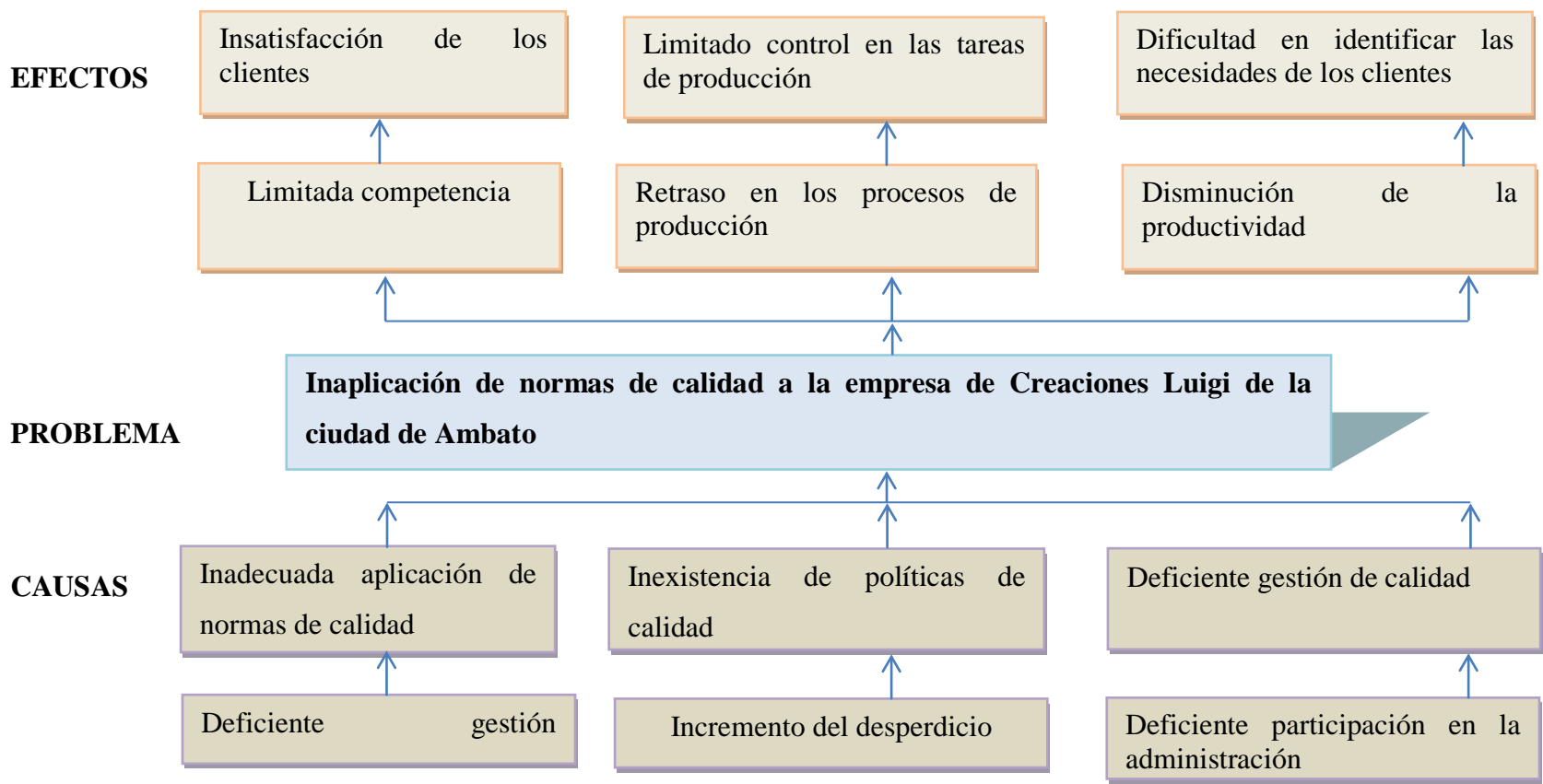
En la ciudad de Ambato, parroquia Pasa se concentran los artesanos en la confección de camisas, existen más de 60 talleres grandes y pequeños, con una producción de más de 4.000 prendas semanales que son distribuidas en Ambato, Quito, Guayaquil y otras ciudades. (Diario Últimas Noticias, 2014). Estos talleres artesanales se encuentran agrupados en la Asociación Artesanal San Antonio, que agrupa a 20 confeccionistas, el resto realiza sus actividades de forma individual; en este ámbito, la empresa Creaciones Luigi, se creó en el año 1989, funcionando desde esta fecha en Alobamba-Pasa, la empresa calificada por la Junta General de Artesanos, comercializa sus productos en la ciudad de Ambato, Latacunga y Riobamba. La competencia de los productores se da de acuerdo a la demanda de los productos, por lo que la empresa Creaciones Luigi de utilizar una correcta administración de la calidad.

En esta empresa el principal problema es no contar con el área de control adecuada para mantener la calidad esto ha ocasionado muchos inconvenientes con el producto terminado ya que existe devoluciones por fallas en la tela o en la misma confección, pero dichas devoluciones se realizan después de varios meses, y en vista de que ya no se dispone de los diseños y colores necesarios para realizar un reproceso de tal manera esto ocasiona pérdidas permanentes para la empresa mas no para el cliente debido a que él no estaba dispuesto hacerse cargo, esto ha ocasionado un desprestigio en los recursos por lo que ha afectado a la liquidez de la empresa.



No cuenta con un manual de funciones en el área administrativa por tal motivo se asignaba las actividades a una sola persona, ocasionando equivocaciones ya que la misma persona se encarga de secretaria, contadora y gerencia debido a esto se ha tenido permanentes equivocaciones en el pago a proveedores y empleados, se ha considerado que existe errores en los documentos financieros y administrativos.

### 1.2.2. Árbol de Problemas



**Gráfico N° 4:** Relación Causa-Efecto  
**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

### **1.2.3. Análisis Crítico**

En “Creaciones Luigi” la inadecuada aplicación de normas de calidad ha ocasionado que los procesos de producción no cuenten con el adecuado control, afectando así al producto final por ende la competencia de la empresa de “Creaciones Luigi” se ve limitada, a su vez los clientes no se sienten satisfechos, por lo tanto se considera que en esta empresa existe una deficiente gestión administrativa.

La inexistencia de políticas de calidad en la empresa “Creaciones Luigi” de la ciudad de Ambato existe una deficiente aplicación de las normas de calidad lo que esto afecta a la competencia de esta empresa, por lo que ha provocado el retraso en los procesos de producción, también se ha incrementado el nivel de desperdicio, todo esto se debe a que existe un limitado control en las tareas de producción.

La deficiente gestión de calidad ha originado la inaplicación de normas de calidad esto afecta la competencia en la empresa de “Creaciones Luigi” de la ciudad de Ambato dando así lugar a la disminución de la productividad, de la misma forma la deficiente participación en la administración no le permite identificar las necesidades de los clientes internos y externos.

### **1.2.4 Prognosis**

De continuar la inobservancia de las normas de calidad en la empresa Creaciones Luigi, no se logrará el progreso, ya que las metas y objetivos se dejarán de cumplir, la empresa no tendrá la suficiente capacidad para competir, lo cual es negativo ya que repercutirá en su economía directamente, afectándose además su productividad y la pérdida de clientes.

La norma de calidad ayuda a incrementar la aceptación de clientes y si no se utiliza, en la empresa no se logrará esta satisfacción, se perderá además la posibilidad de tener un crecimiento continuo en las ventas de la empresa, afectándose en los costos de

operación, con lo cual los productos mejoran la calidad, repercutiendo en la eficiencia y eficacia que debe tener.

Como síntesis, si la empresa no implementa las normas de calidad, perderá la capacidad de competir en el mercado, ya que no podrá afrontar a la competencia siendo ineficaz en sus procesos, con lo cual corre el riesgo de desaparecer en corto tiempo.

### **1.2.5. Formulación del Problema**

¿Cómo inciden las normas de calidad ISO 900:2015 en la competencia en la empresa Creaciones Luigi de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua?

### **1.2.6. Preguntas Directrices.**

¿Qué normas de calidad han aplicado en la empresa Creaciones Luigi de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua?

¿Cómo se encuentra la competencia de la empresa Creaciones Luigi de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua?

¿Existe una propuesta de solución al problema de las normas de calidad y su relación con la competencia?

### **1.2.7. Delimitación de la Investigación.**

#### **1.2.7.1. Delimitación de contenidos**

**CAMPO:** Administración

**ÁREA:** Gestión de la calidad

**ASPECTO:** Normas de la calidad ISO 9001:2015

### **1.2.7.2. Delimitación Espacial**

La investigación se realizó en la empresa Creaciones Luigi de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua. Dirección: Dolorosa en las Calles Antizana y Caríhuayrazo, en la Ciudad de Ambato. Teléfono: 0992543989

### **1.2.7.3. Delimitación Temporal**

La investigación se efectuó desde julio a octubre del 2014; de enero a marzo del año 2015.

### **1.2.7.4. Unidades de observación**

Procesos de producción

Personal involucrado en los procesos

Clientes externos

Directivos y empleados de la empresa

## **1.3. Justificación**

Un sistema de gestión de calidad contribuye para que la empresa alcance competitividad y que su productividad sea más eficiente, considerar aspectos relacionados a crear ventajas competitivas en el mercado, generar mayor rentabilidad en el negocio, incrementar la satisfacción de los clientes, disminuir los desperdicios o las mermas, crear una mayor estabilidad en el desempeño de las labores dentro de la empresa, son situaciones que justifican este estudio.

La implementación de Normas de Calidad ISO 9001:2015 es importante porque permite una mejora consistente en el servicio y un mejor desarrollo de los productos que la empresa oferta, el estudio contribuye a perfeccionar los procesos de producción y de esta manera mejorar la calidad del producto satisfaciendo las necesidades de sus

clientes, y por ende tiende a ser más competitiva en el mercado, aumentando de hecho su ranking en la competencia.

El impacto que tendrá la propuesta será de beneficio para la empresa ya que al diseñar un Modelo de Mejora Continua del Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001: 2015 aportara a mejorar el rendimiento económico, por lo que su rentabilidad servirá para seguir en el proceso de mejora continua con los aspectos tecnológicos, materiales, humanos y en general en las operaciones que realiza la empresa.

Este tema guarda gran interés para la empresa “Confecciones Luigi” porque es un referente de innovación y adelanto en la utilización de una norma que direcciona a la calidad total, la empresa por consiguiente es un referente para el sector al que pertenece, incentivando al cambio en la forma de cumplir con la producción y con su mercado.

## **1.4. Objetivos**

### **1.4.1. Objetivo General**

Determinar la relación existente entre las normas de calidad ISO 9001:2015, y la competencia de la empresa Creaciones Luigi de la ciudad de Ambato.

### **1.4.2. Objetivos Específicos**

- Diagnosticar la estructura del sistema de gestión de calidad.
- Analizar la competencia que posee la empresa Creaciones Luigi en el segmento de mercado de la ciudad de Ambato
- Elaborar una propuesta para solucionar el problema existente en la empresa “Confecciones Luigi”.

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes de la Investigación**

En la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato se encontró diferentes fuentes bibliográficas relacionadas al tema en estudio de los cuales se considera la siguiente información:

En el Trabajo de investigación “SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD Y SU INCIDENCIA EN LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA FRANKO’S SPORT DE LA CIUDAD DE AMBATO”, elaborado por Paúl Damián Hallo Méndez (2011) de la Universidad Técnica de Ambato, quien tiene las conclusiones:

Según los datos obtenidos en la encuesta se llega a la conclusión de que la mayor parte de los clientes adquieren el producto con fines netamente comerciales y tan solo una pequeña cantidad de ellos los compra para su uso particular. Los clientes basan su decisión de compra principalmente en el precio del calzado, dejando en segundo plano el diseño de dicho producto demostrando una vez más que la cultura de adquirir productos económicos persiste en el país.

El servicio al cliente que se brinda en el punto de venta satisface las expectativas de más de la mitad de los clientes, existe un grupo que no percibe de buena manera el servicio que se le brinda al momento de adquirir calzado. El segmento de mercado al cual está enfocada la empresa FRANKO'S SPORT está interesado en adquirir únicamente zapatillas, esto quiere decir que la empresa es estable en dicho mercado. Los clientes adquieren calzado quincenalmente y tan solo un pequeño porcentaje adquiere calzado mensualmente, estos datos son constantes y no presentan una variación considerable, tan solo la exigencia de los clientes por el cambio de diseño del calzado". (Hallo, 2011, págs. 67-68)

Los clientes de esta empresa adquieren el calzado basándose más en el precio, sin tomar en consideración el modelo o estilo, la mayor parte de los clientes compran la mercadería al por mayor, según lo antes mencionado se puede considerar que la empresa es estable debido a que sus ventas son constantes.

En el Trabajo investigativo de Cruz Salinas Bolívar Israel, con el tema: "SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y NORMATIVAS DE 5S PARA LA OPTIMIZACIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD EN LA EMPRESA RALOMTEX", año 2014, del cual se consideró las siguientes conclusiones

La empresa al no contar con una política de calidad está causando una desmotivación en los empleados ya que no tienen trazada un objetivo y una meta fija, además no tienen un compromiso directo con la empresa para realizar las funciones de manera que la calidad siempre esté presente en cada tarea que se realiza.

Los empleados están de acuerdo que la empresa necesita realizar cambios para optimizar y mejorar la productividad de la empresa y la calidad en los productos fabricados. Además se cree importante crear un normativo con políticas de calidad ya que la mayoría de los trabajadores consideran que un mejoramiento en la empresa es un beneficio para ellos. La directiva de la empresa tiene presente que actualmente hay deficiencias en las áreas de confección referente a orden y organización en los puestos de trabajo por lo cual está dispuesta a tomar medidas correctivas de tal manera que se pueda realizar sus actividades de manera óptima en un mejor entorno de trabajo. (Cruz, 2014, pág. 66)

La empresa no cuenta con políticas de calidad lo que ha hecho que el personal que labora en este lugar se sienta desmotivado al momento de realizar sus actividades, el personal de la empresa está consciente que se debe realizar cambios para mejorar la calidad de la productividad, de igual manera los directivos consideran que es necesario



implementar políticas que ayuden a mejorar la calidad del producto y optimizar los recursos.

Según el trabajo investigativo de López Cevallos Mario Rodrigo, con el tema: “SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD SEGÚN LA NORMA ISO 9001-2008 PARA LA ESTANDARIZACION DE LOS PROCESOS DE CONFECCION DE BIVIDIS EN LA EMPRESA M&B TEXTILES”, del cual se utilizó las siguientes conclusiones:

- a) De acuerdo a la investigación realizada se ha observado que existe deficiencia en el área de confección de Bividis, debido a la inexistencia de documentación básica necesaria para poder realizar la evaluación correspondiente en el área antes mencionada.
- b) Con los datos obtenidos se puede concluir que los procesos no se encuentran normados para su mejor desarrollo por lo que cada lote de trabajo es diferente en medidas y tallas. Puesto que la empresa desde sus inicios hasta el presente a trabajado sin ninguna clase de manual de calidad que le ayude a tener un producto líder en el mercado.
- c) Con los datos obtenidos se puede mencionar que las capacitaciones dadas por la empresa no fueron las adecuadas puesto que no han sido formales y efectivas, tomando en cuenta que no existe ningún manual de procesos que efectivice las capacitaciones. (López M. , 2011, pág. 78)

La empresa no cuenta con las herramientas necesarias para evaluar el área de la confección de Bividis, por lo que el proceso de producción no tiene el control adecuado y consideran que es importante la utilización de un manual de calidad que ayude a regular cada proceso de manera eficiente y eficaz.

## **2.2. Fundamentaciones**

### **2.2.1. Fundamentación Filosófica**

De acuerdo a (Sanz, 2010, pág. 56), el pensamiento crítico es dirigido, razonado y propositivo, centrado en la comprensión de algo, la formulación de inferencias, el cálculo de probabilidades, la toma de decisiones, la resolución de problemas y la evaluación de sus propios procesos. El adjetivo "crítico" denota su característica

evaluativa, por lo que no tiene un significado. La evaluación, como práctica que es del pensamiento crítico, se relaciona con los procesos cognitivos de orden superior, tales como decidir sobre la fiabilidad de fuentes testimoniales, detectar las variables que puedan incidir en su credibilidad, emitir juicios razonados, buscar razones a favor y en contra, asumir riesgos, prevenir errores y mantener la objetividad y el equilibrio.

Considerando este criterio, esta investigación es de carácter crítico propositivo, posee el carácter de ser objetiva y proponer soluciones a la problemática en estudio, estructurando un marco metodológico orientado a la verificación del análisis deductivo de los resultados, y de la aplicación de sistemas existentes.

### **2.2.2. Fundamentación Axiológica**

Los valores pueden ser realizados, descubiertos e incorporados por el ser humano. En esta triple posibilidad reside su importancia pedagógica, por ello se puede hablar de la educación como realización de valores y de una pedagogía de valores positivos que constituyen tres pilares básicos de la tarea educativa.

El término valor está relacionado con la propia existencia de la persona, afecta su conducta, configura y modela sus ideas, y condiciona sus sentimientos. Se trata de algo cambiante, dinámico, que en apariencia, hemos elegido libremente entre diversas alternativas. Depende, sin embargo, en buena medida, de lo interiorizado a lo largo del proceso de socialización.

Con respecto a la fundamentación axiológica en la investigación, se determinará que los valores y el comportamiento de un individuo, son importantes en el desempeño de las funciones, de la misma forma, cuando la empresa aplica la axiología como parte de su responsabilidad social está cumpliendo con su cometido para la sociedad, es decir cuidar de que sus acciones sean en beneficio de los clientes, empleados y directivos.

### **2.3. Fundamentación Legal**

El presente trabajo investigativo se fundamenta en las siguientes leyes:

Según la (Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, 2007) se considera los siguientes artículos;

#### **LEY DEL SISTEMA ECUATORIANO DE LA CALIDAD**

##### **TÍTULO I**

##### **Objetivo y ámbito de aplicación**

Art. 1.- Esta Ley tiene como objetivo establecer el marco jurídico del sistema ecuatoriano de localización, destinado a:

- i) regular los principios, políticas y entidades relacionados con las actividades vinculadas con la evaluación de la conformidad, que facilite el cumplimiento de los compromisos internacionales en esta materia;
- ii) garantizar el cumplimiento de los derechos ciudadanos relacionados con la seguridad, la protección de la vida y la salud humana, animal y vegetal, la preservación del medio ambiente, la protección del consumidor contra prácticas engañosas y la corrección y sanción de estas prácticas; y,
- iii) Promover e incentivar la cultura de la calidad y el mejoramiento de la competitividad en la sociedad ecuatoriana.

Art. 2.- Se establecen como principios del sistema ecuatoriano de la calidad, los siguientes:

1. Equidad o trato nacional.- Igualdad de condiciones para la transacción de bienes y servicios producidos en el país e importados;
2. Equivalencia.- La posibilidad de reconocimiento de reglamentos técnicos de otros países, de conformidad con prácticas y procedimientos internacionales, siempre y cuando sean convenientes para el país;
3. Participación.- Garantizar la participación de todos los sectores en el desarrollo y promoción de la calidad;
4. Excelencia.- Es obligación de las autoridades gubernamentales propiciar estándares de calidad, eficiencia técnica, eficacia, productividad y responsabilidad social; y,

5. Información.- Responsabilidad de las entidades que conforman el sistema ecuatoriano de la calidad en la difusión permanente de sus actividades.

Art. 3.- Declárese política de Estado la demostración y la promoción de la calidad, en los ámbitos público y privado, como un factor fundamental y prioritario de la productividad, competitividad y del desarrollo nacional.

## TITULO II

Del Sistema Ecuatoriano de la Calidad

### CAPITULO I

De la organización y funcionamiento del sistema ecuatoriano de la calidad

Art. 7.- El sistema ecuatoriano de la calidad es el conjunto de procesos, procedimientos e instituciones públicas responsables de la ejecución de los principios y mecanismos de la calidad y la evaluación de la conformidad.

El sistema ecuatoriano de la calidad es de carácter técnico y está sujeto a los principios de equidad o trato nacional, equivalencia, participación, excelencia e información.

Nota: Inciso primero reformado por Ley No. 00, publicada en Registro Oficial Suplemento 351 de 29 de Diciembre del 2010.

Art. 8.- El sistema ecuatoriano de la calidad se encuentra estructurado por:

- a) Comité Interministerial de la Calidad;
- b) El Instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN;
- c) Servicio de Acreditación Ecuatoriana (SAE);
- d) Las entidades e instituciones públicas que en función de sus competencias, tienen la capacidad de expedir normas, reglamentos técnicos y procedimientos de evaluación de la conformidad.
- e) Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO).

El Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), será la institución rectora del Sistema Ecuatoriano de la Calidad.

Además esta investigación se sustenta en el siguiente (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones , 2010)

## TITULO PRELIMINAR

Del Objetivo y Ámbito de Aplicación

Art. 2.- Actividad Productiva.- Se considerará actividad productiva al proceso mediante

el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

Art. 3.- Objeto.- El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir.

Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco-eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

Art. 4.- Fines.- La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:

- a. Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y el coeficiente;
- b. Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los actores de la economía popular y solidaria;
- c. Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas
- d. Garantizar el ejercicio de los derechos de la población a acceder, usar y disfrutar de bienes y servicios en condiciones de equidad, óptima calidad y en armonía con la naturaleza

## LIBRO I

### DEL DESARROLLO PRODUCTIVO, MECANISMOS Y ÓRGANOS DE COMPETENCIA

#### TITULO I

##### Del Desarrollo Productivo y su Institucionalidad

##### Capítulo I

##### Del Rol del Estado en el Desarrollo Productivo

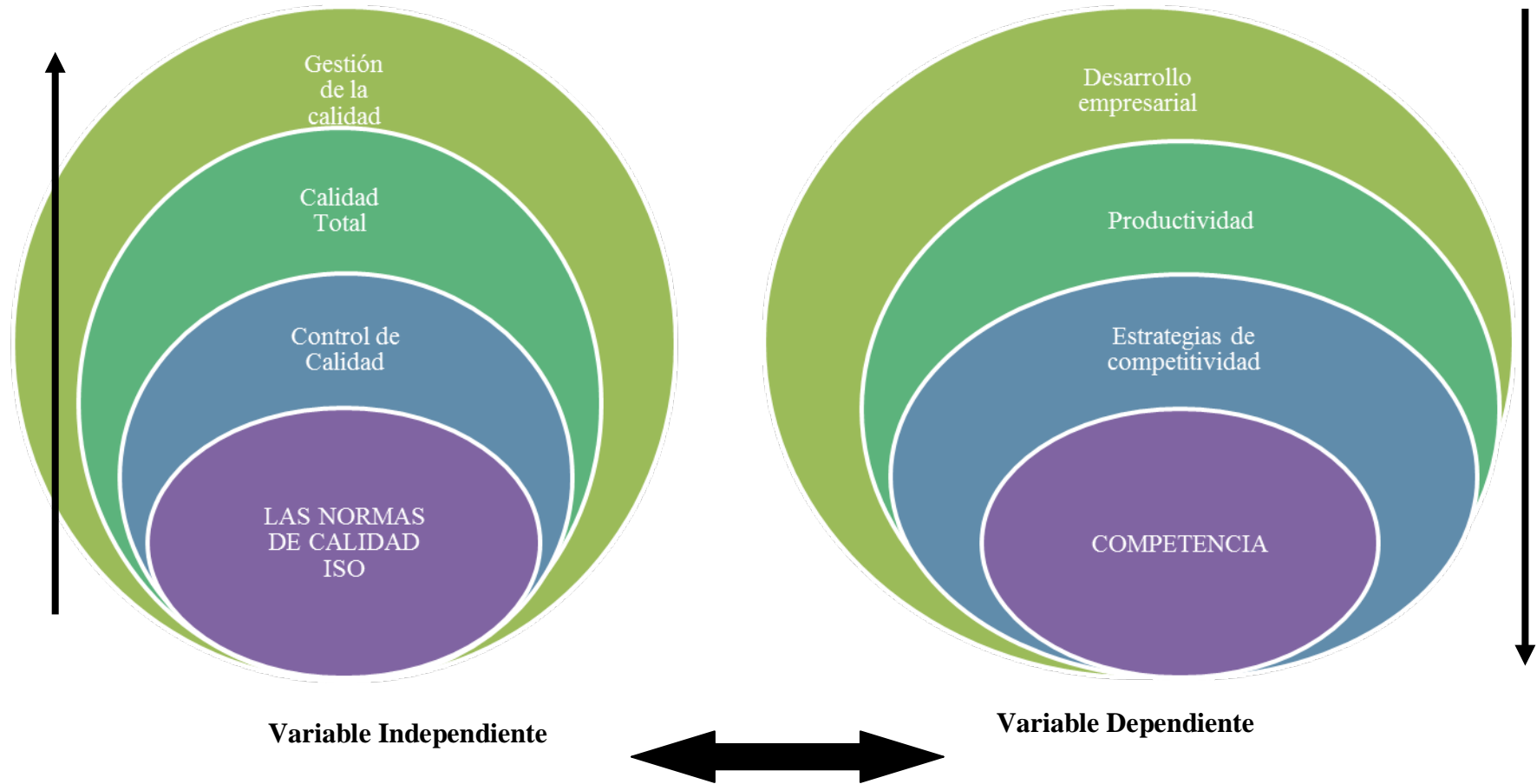
Art. 5.- Rol del Estado.- El Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado.

Para la transformación de la matriz productiva, el Estado incentivará la inversión productiva, a través del fomento de:

- a. La competitividad sistémica de la economía a través de la provisión de bienes públicos como la educación, salud, infraestructura y asegurando la provisión de los servicios básicos necesarios, para potenciar las vocaciones productivas de los territorios y el talento humano de las ecuatorianas y ecuatorianos. El Estado establecerá como objetivo nacional el alcance de una productividad adecuada de todos los actores de la economía, empresas, emprendimientos y gestores de la economía popular y solidaria, mediante el fortalecimiento de la institucionalidad y la eficiencia en el otorgamiento de servicios de las diferentes instituciones que tengan relación con la producción;
- b. El establecimiento y aplicación de un marco regulatorio que garantice que ningún actor económico pueda abusar de su poder de mercado, lo que se establecerá en la ley sobre esta materia;
- c. El desarrollo productivo de sectores con fuertes externalidades positivas a fin de

incrementar el nivel general de productividad y las competencias para la innovación de toda la economía, a través del fortalecimiento de la institucionalidad que establece este Código.

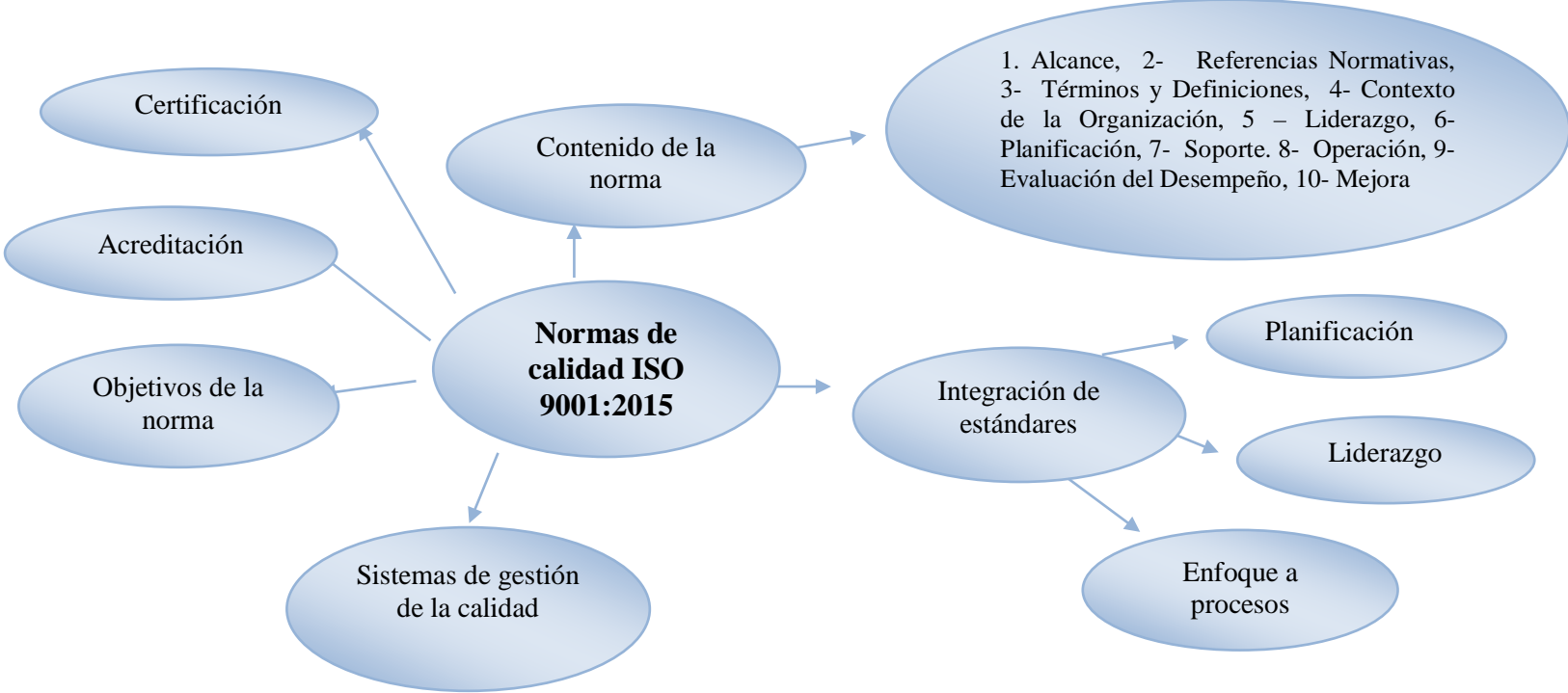
## 2.4. Categorización de Variables



**Gráfico N° 5:** Categorización de las variables  
**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

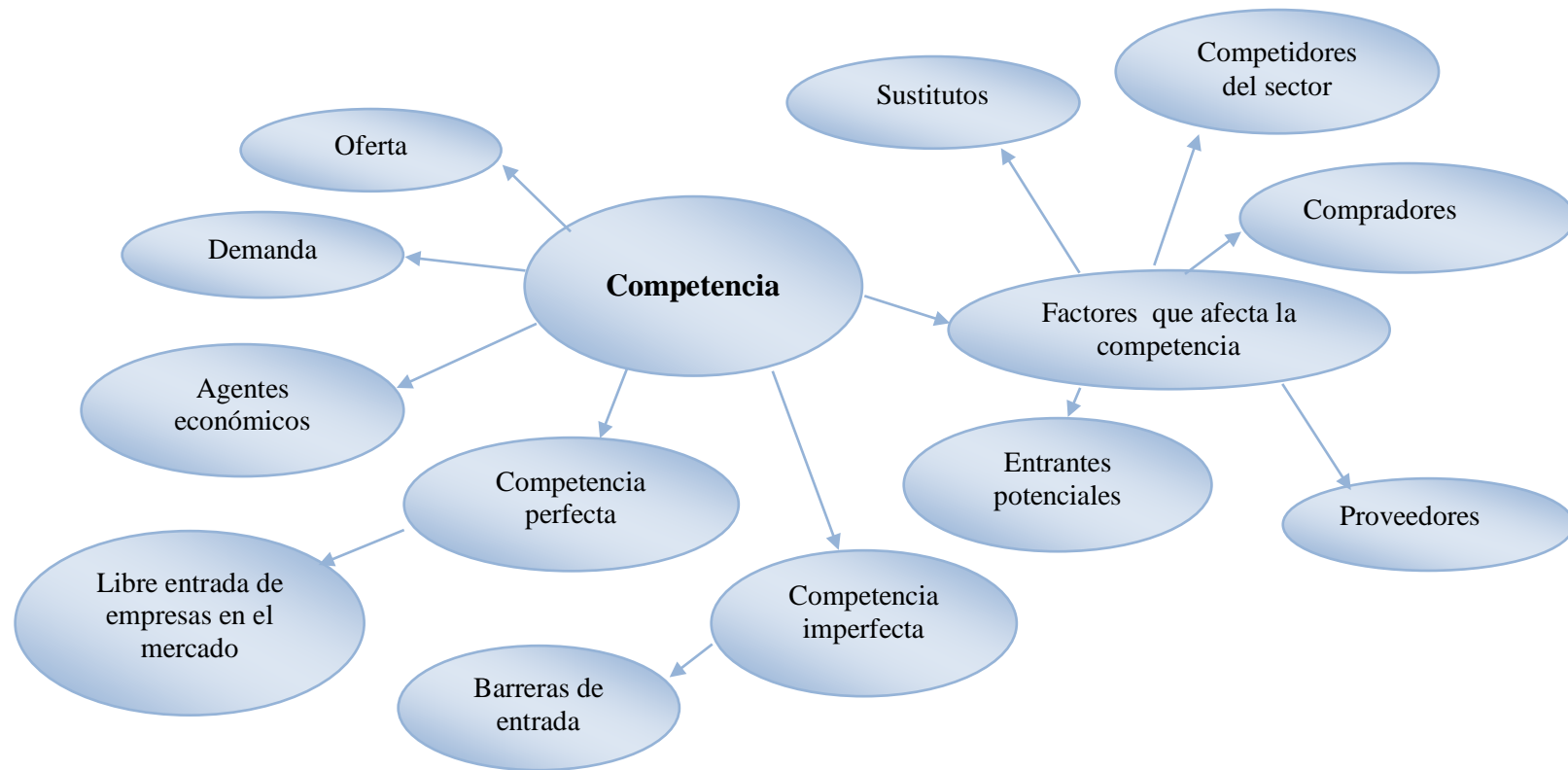


**2.4.1. Constelación de Ideas de la Variable Independiente**



**Gráfico N° 6:** Constelación variable independiente  
**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

### 2.4.2. Constelación de Ideas de la Variable Dependiente



**Gráfico N° 7:** Constelación variable dependiente  
**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

## 2.5. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

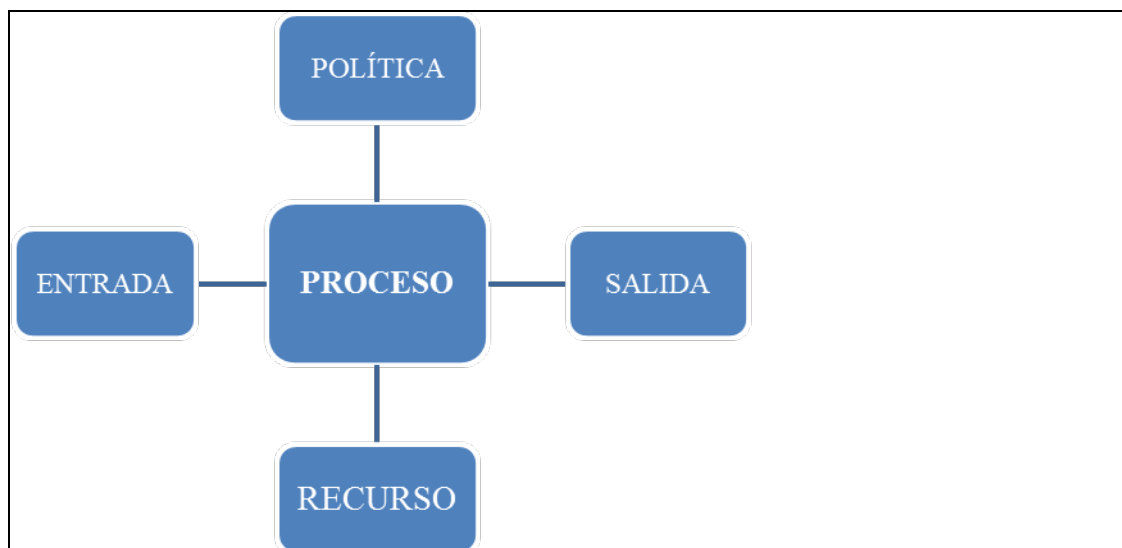
### 2.5.1 Variable independiente

#### 2.5.1.1 Gestión de la calidad

La gestión de calidad se lleva a cabo mediante un sistema, es decir, mediante un conjunto de elementos mutuamente relacionados o que actúan entre sí. En el caso de la gestión de la calidad, se trata del sistema de gestión de la calidad o sistema de calidad. La empresa debe aportar los recursos necesarios para que la política de calidad sea viable y documentar el sistema para que no se pierda el esfuerzo realizado. El sistema de calidad se describe en un documento, llamado manual de calidad. (Griful & Canela, 2005, pág. 11)

Para la implantación de la “gestión de calidad” en la empresa es necesario contar con los recursos suficientes para poder documentar y ponerlo en práctica ya que este se considera como un sistema de calidad que se relacionan entre sí, de esta manera ayuda a controlar la calidad del producto, el proceso y el uso adecuado de los recursos.

**Gráfico N° 8:** Gestión de la calidad



**Fuente:** (Griful & Canela, 2005, pág. 17)

La gestión de la calidad total se introduce en Europa en los años 80. Es una etapa en la que las empresas toman conciencia de que la calidad es algo que afecta a todos los departamentos. La gestión basada en los principios Total Quality Management (TQM), exige implantarlos en todos los niveles y departamentos, es decir, en el conjunto de la empresa. La filosofía TQM exige el uso de técnicas de gestión de la calidad más sofisticadas y relaciones más estrechas con los proveedores. (Griful & Canela, 2005, pág. 43)

La gestión de la calidad se basa no solo en la calidad del servicio, del producto o la satisfacción de los clientes, sino en cómo obtener la calidad. La gestión de los procesos justifica la calidad y el control en los procesos para lograr una calidad más sólida, por lo que considera que es indispensable implementar en todas las áreas de la empresa.

La adopción de un sistema de gestión de calidad (SGC) es una decisión estratégica de la organización. El diseño y la implementación del SGC está influenciado por diferentes necesidades, objetivos particulares, los productos (servicios) suministrados, los procesos empleados y el tamaño y estructura de la organización: es la forma de dirigir y controlar a nivel macro una empresa dirigida al cliente, cuyo resumen ejecutivo es el Manual de Calidad. (Pérez & Múnera, 2007, pág. 25)

El sistema de gestión de calidad es utilizada como una estrategia, la ejecución de este sistema está influenciado por diversas necesidades como son los procesos técnicos y gerenciales de la empresa, de esta manera guiar las actividades de la fuerza de trabajo mediante un manual de calidad para asegurar la satisfacción del cliente.

### **2.5.1.2 Calidad total**

La Calidad Total es un proceso de mejora continua que busca satisfacer las necesidades del consumidor a través de productos y servicios ofrecidos a los precios que los compradores están dispuestos a pagar por ellos. La Calidad Total involucra para ello: 1) la renovación del proceso productivo de bienes o servicios 2) el uso óptimo de los recursos humanos y materiales, 3) el desarrollo del personal a través de la capacitación y el adiestramiento; y 4) el respeto a la legalidad y al medio ambiente, entre otras. (Bellón, 2001, pág. 11)

Provee un concepto global que impulsa la Mejora Continua en la empresa y la involucra a todas sus secciones basándose en la satisfacción de los clientes internos como externos, ofreciendo productos de buena calidad, de esta manera considerando a la Calidad Total como una estrategia para la organización.

La administración de la calidad total (TQM) (de inglés total qualitymanagement) insiste en tres principios: satisfacción del cliente, involucramiento del empleado y mejoramiento continuo de la calidad, la TQM también incluye benchmarking, diseño de productos y servicios, diseño de procesos, compras y herramientas para la resolución de problemas. (Krajewski, 2000, pág. 213)

Este modelo de gestión recoge las mejores prácticas administrativas de la organización como también a los productos y servicios que brinda al cliente interno y externo.

### **2.5.1.3 Control de calidad**

Una vez definido desde el punto de vista de la calidad a través de sus especificaciones, el producto o servicio que queremos obtener, es decir, luego de establecer la calidad del diseño, es necesario obtener una alta calidad de conformidad. Para ello, es necesario crear un método de trabajo que nos permita medir en una unidad determinada al producto, sus características de calidad, comparar estas medidas con los estándares establecidos e interpretar la diferencia entre lo obtenido y lo deseado para poder tomar las decisiones conducentes a la corrección de estas diferencias.

“El control de la calidad es, el proceso de regulación a través del cual podemos medir la calidad real, compararla con las normas y actuar sobre la diferencia” (Juran, Frank, & Bringham, 2005, pág. 14). Se define también como el “control de la calidad” son las actividades y las técnicas de carácter ejecutor utilizadas para reparar los requisitos concernientes a la calidad.

La evolución de la calidad se da por el control del producto y el control del proceso.

Control del producto: La aplicación de los conceptos estadísticos para el control y verificación de los productos ya fabricados supuso un avance considerable que permitió la reducción de la inspección. Este tipo de control emplea técnicas basadas en el muestreo de los productos salientes. Aunque supone una reducción de las tareas de inspección, no deja de ser un simple control de los productos de forma estadística. Los defectos siguen existiendo y de lo único que se trata es de detectarlos antes de que lleguen a los consumidores, mediante una verificación de las muestras seleccionadas. La calidad obtenida en la etapa en que no se utilizaban otros instrumentos seguía siendo costosa, para un nivel bajo, al menos con relación al total del volumen producido.

Control del proceso: La evolución desde el control del producto al control ejercido sobre el proceso es el primer paso importante hacia una calidad auténticamente controlada y a un coste aceptable. En esta etapa la calidad de los productos ya no se controla únicamente al final del proceso, sino que éste se verá sometido a un control a lo largo de dicha cadena de producción para evitar los defectos o el incumplimiento de las especificaciones de los productos. Se trata de controlar la calidad generada por el proceso de producción para asegurar la obtención de la misma. De esta forma, la calidad pasa a ser una característica del producto: cumple las especificaciones y satisface las expectativas de los clientes. La calidad, en esta etapa, no sólo es competencia del departamento de calidad, sino que además participan otros departamentos como producción, I+D, compras y marketing. Precisa incluso la implicación de los proveedores. Los procesos de inspección y control de salida se reducen considerablemente debido a que la calidad se planifica desde el diseño, lo que disminuye drásticamente el número de fallos y defectos. (Cuatrecasas, 2010, pág. 20)

El control del proceso se basa en el control de las variables inherentes al mismo, es decir trata de reducir la variabilidad del producto final, manteniendo entre los límites de seguridad que pertenezca, el control se basa no solo en la verificación del producto terminado sino también durante la cadena de producción, de esta manera evitando los defectos y tratando de no pasar por alto ninguna especificación del producto para satisfacer las expectativas del cliente.

El control total de calidad es garantizar (control) todos y cada uno de la conformación del equipo y que el trabajo satisfaga a los clientes de manera oportuna, al costo justo y sea una manera de ser y hacer todas las cosas (calidad). (Sosa, 2003, pág. 57)

El control total de calidad ayuda a controlar de manera global la forma de ser y hacer las cosas, para que el producto se caracterice por la calidad para que la empresa tenga la capacidad de enfrentar a los nuevos desafíos del mercado.

#### **2.5.1.4. Normas de calidad ISO 9001:2015**

Estas normas están sujetas a la revisión y mantenimiento quinquenal, con el fin de que puedan responder a las exigencias de los mercados actuales, lo cual, originó que en el año de 1994, se publicara la primera revisión de la familia de las normas ISO 9000. (Vergara & Fontalvo, 2010, pág. 11)

La **ISO 9001:2015** viene dotada del sentido preventivo que se acentúa aún más con el nuevo concepto de **Gestión del Riesgo**, que consistirá en reconocer los riesgos dentro de una organización y llevar a cabo actuaciones para evitar que se produzcan. Así se podrá obtener una buena producción y la satisfacción de los clientes. (Gonzalez, 2013)

Las normas ISO 9001:2015 es una nueva versión que persigue la conformidad de los servicios o productos y la satisfacción de los clientes, esta norma de calidad ayudará a que la empresa se enfoque a los modelos de excelencia desartando su paso documental.

La Organización Internacional de Estandarización (ISO) es una entidad compuesta por organismos nacionales de normalización, estructurada en comités técnicos que tienen como misión la elaboración de normas internacionales en temas específicos. En el caso particular de los sistemas de calidad, las normas ISO de la serie 9000 constituyen una serie de estándares internacionales de referencia de las organizaciones, en las que se especifican las recomendaciones y requerimientos para el diseño y la evaluación de un sistema de gestión en la empresa, con el propósito de asegurar el suministro de

productos y servicios que satisfagan las necesidades de los compradores. (IICA, 2000)

Los sistemas de calidad, como son las normas ISO conforman una sucesión de estándares internacionales que especifican los requerimientos y las recomendaciones para evaluar el sistema de gestión de las empresas con la finalidad de satisfacer las necesidades del cliente.

ISO 9001: Sistemas de Calidad. Modelo para el aseguramiento de la calidad en diseño, desarrollo, producción, instalación y servicio postventa. El propósito de la norma es que contiene los requisitos que se utilizarán para demostrar capacidad para el diseño, desarrollo del producto o servicio ofrecido, así como para su producción, instalación y servicio postventa. (Bautista, 2004, pág. 2)

La norma ISO 9001 puntualiza los requerimientos para un sistema de calidad que logran utilizarse para su aplicación en las empresas, centrándose en la eficacia del “sistema de gestión” para mejorar la calidad y de esta manera cumplir con los requisitos del cliente.

La Norma ISO 9001 se ha convertido en un modelo para el aseguramiento de la calidad en el desarrollo, el diseño, el servicio, la producción y la instalación de un producto o servicio de cualquier empresa y sector. Su última versión fue liberada en 2008 y por el momento se encuentra en proceso de actualización. La Norma ISO 9001 ofrece herramientas de gestión que permiten definir las políticas empresariales y los objetivos de calidad de las empresas, monitorear y medir el desempeño de sus procesos y características de los productos y fomentar la mejora continua dentro de la organización. (TUV Rheinland, s/f)

La norma ISO 9001 brinda instrumentos de gestión que ayudan a definir las políticas de las empresas y el objetivo de la calidad de las empresas, medir el desempeño y monitorear los procesos y características del producto y promover la mejora continua en la empresa.

#### **2.5.1.4.1 Objetivos de la norma**

Desde 1987, la International Organization for Standardization o ISO (Organización Internacional para la Normalización) –la federación mundial de organismos nacionales



de normalización, u organismos miembros de ISO– ha desarrollado y actualizado periódicamente un conjunto de normas sobre calidad y gestión de calidad (ISO 9000), con el objetivo de ayudar a las organizaciones a hacer más eficientes sus procesos, mejorar la satisfacción de sus clientes, reducir riesgos e incidencias, o aumentar la productividad, entre otros. (TUV Rheinland).

El objetivo de la norma consiste en establecer un consenso con referencia a las soluciones para dar cumplimiento con las exigencias sociales y comerciales ya sean para los usuarios como para los clientes, estas normas es necesario dar el cumplimiento voluntario, debido a que las ISO no tiene una entidad gubernamental quien exija su cumplimiento.

#### **2.5.1.4.1 Acreditación**

El Organismo de certificación (OC) deberá definir el alcance para el que desea ser acreditado en la sección correspondiente de la Solicitud de Acreditación respectiva. En dicho alcance los OC deben declarar las actividades de evaluación de la conformidad para las que desea demostrar su competencia, que puede ser: (Servicio de Acreditación Ecuatoriano, 2015)

La acreditación consiste en el proceso a través del cual una empresa autónoma, evalúa a las actividades de una entidad que brinda un servicio para otorgarle un reconocimiento formal a su confiabilidad y capacidad técnica para desarrollar dichos servicios. Este proceso empieza cuando la empresa que brinda el servicio obtiene el compromiso de plasmar con las exigencias dadas por una norma internacional.

Certificación de Sistemas de Gestión:

Comprende los sistemas de gestión a certificar, que podrían estar limitados, a una serie de sectores industriales o de actividad. En los formatos de solicitud correspondientes a cada sistema de gestión, el OC debe indicar los sectores para los cuales desea demostrar su competencia. Por ejemplo en el caso de Certificación de Sistemas de Gestión de la

Calidad ISO 9001, son 39 sectores establecidos por el IAF, puede seleccionar en función de su capacidad técnica. (Servicio de Acreditación Ecuatoriano, 2015)

Certificación de Productos:

Los productos, procesos o servicios a certificar.

El OC debe definir claramente el documento normativo frente al cual emitirá el certificado de conformidad, así como también el sistema de certificación aplicable, de acuerdo a lo definido en la Guía GPE INEN ISO/IEC 67. (Servicio de Acreditación Ecuatoriano, 2015)

#### **2.5.1.4.2 Certificación**

Los Organismos de Certificación, para obtener la acreditación y su mantenimiento, deben tomar en cuenta todos los procedimientos, guías, políticas, y lineamientos internacionales del Foro Internacional de Acreditación, (IAF), definidos en los criterios de acreditación del Servicio de Acreditación Ecuatoriano, (SAE). (Servicio de Acreditación Ecuatoriano, 2015)

La certificación es la acción que lo desarrolla una entidad independiente, mediante el cual se menciona la conformidad del “Sistema de Gestión” de una empresa, con los requerimientos especificados en normas determinadas de gestión.

#### **2.5.1.4.3 Sistema de gestión de calidad**

Un sistema de calidad es la estructura organizativa, las responsabilidades, los procedimientos, los procesos y los recursos necesarios para llevar a cabo la gestión de la calidad. Se aplica en todas las actividades realizadas en una empresa y afecta a todas las fases, desde el estudio de las necesidades del consumidor hasta el servicio posventa. (López S. , 2006, pág. 12)

La norma ISO 9001 precisa los requerimientos para el “sistema de gestión de calidad”

que pueden realizarse para su utilización interna por las empresas, para certificación o términos contractuales. Se basa en la validez del “sistema de gestión de calidad” para compensar los requisitos del cliente. Esta norma accede la certificación por organizaciones acreditadas para desempeñar diversas actividades.

#### **2.5.1.4.4 Contenido de la norma ISO 9001**

La norma UNE-EN ISO 9001:2000 promueve la adopción de un enfoque basado en procesos cuando se desarrolla, implanta y mejora la eficacia de un sistema de gestión de la calidad, para aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos. La norma se encuentra dividida en 8 capítulos, de los que los tres primeros capítulos son introductorios, estableciendo el objetivo de la norma, qué organizaciones pueden aplicarla y para qué (capítulo I), qué normas asociadas existen y son necesarias e imprescindibles para entender y poder aplicar eficazmente los contenidos de la norma (capítulo 2), así como un epígrafe de términos y definiciones (capítulo 3). Es a partir del capítulo cuarto cuando comienzan los 5 requisitos de la norma que una empresa debe implantar para poder obtener el certificado acorde a esta normativa.

1. Sistema de Gestión de la Calidad
2. Responsabilidad de la Dirección
3. Gestión de recursos
4. Realización del producto
5. Medición, análisis y mejora

**Gráfico N° 9:** Gestión de calidad según la normativa ISO-9001



**Fuente:** Documentación del sistema de gestión de calidad según la normativa ISO 9001 (ISO 9001 e ISO 14001, 2009)

#### **2.5.1.4.5 ISO 9001:2015**

Desde junio del 2012 se inició la revisión de la versión actual de la norma; la intención es hacer una renovación mayor. Se busca que con el uso y certificación de esta norma las empresas sean más competitivas para el año 2020. Según el INLAC la norma cambiará en un 30%, respecto a la versión 2008; teniendo una estructura de alto nivel, incorporando dos nuevos requisitos quedando su estructura de la siguiente manera:

1. Alcance
2. Referencias Normativas
3. Términos y Definiciones
4. Contexto de la Organización
5. Liderazgo
6. Planificación
7. Soporte

8. Operación
9. Evaluación del Desempeño
10. Mejora

## **2.5.2 Variable dependiente**

### **2.5.2.1 Desarrollo empresarial**

Los primeros enfoques del desarrollo empresarial recalcan el reforzamiento del «sector» mediante el aumento de la capacidad de las empresas individuales a través de la formación en iniciativa empresarial, la prestación de servicios de gestión y de extensión. (Oficina Internacional del Trabajo, 2007, pág. 27)

En términos más generales, muchos programas de desarrollo empresarial elevan el nivel de productividad de la empresa. Esto puede crear presiones para deshacerse de empleados si la demanda de los productos de las firmas es estática. Dichas consideraciones destacan la necesidad de alinear adecuadamente los parámetros de evaluación con la naturaleza de los programas que se evalúan. En el caso del apoyo empresarial, con frecuencia es necesario evaluar los programas en relación con los cambios en las prácticas específicas para el desarrollo de las empresas objetivo, en lugar de evaluar los impactos a corto plazo en la creación de empleos. (OCDE, 2008, pág. 16)

El desarrollo empresarial es un proceso por medio del cual el empresario y su personal adquieren o fortalecen habilidades y destrezas, por el cual favorecen el manejo eficiente y fuerte de los recursos de su empresa, la innovación de productos y procesos, de tal manera, que coadyuve al crecimiento sostenible de la empresa. Para una mejor finanza y recurso en la empresa. (Overblog, 2011)

### **2.5.2.2 Productividad**

La productividad mide la relación entre productos e insumos. La productividad crece

cuando se registra un aumento del producto sin que haya habido un crecimiento proporcionalmente igual de los insumos o cuando se consigue producir algo con menos insumos. (Oficina Internacional del Trabajo, 2008, pág. 1).

La productividad puede definirse de la manera siguiente:

La productividad es una medida de eficiencia que se relaciona con la producción. Conceptualmente, puede definirse como la interrelación entre los ingresos, el proceso de conversión y los egresos (Dolly, 2007, pág. 289). Es la concordancia entre la producción y los recursos transformados para crear, estos dependiendo de la capacidad en la innovación de los servicios y productos de un valor agregado progresivo, mientras que la eficiencia en la utilización de los insumos consiste en optimizar los recursos al máximo.

### **2.5.2.3 Estrategias de competitividad**

#### **Competitividad**

Parece evidente que el término competitividad se asocia al de competencia, y significa la capacidad de una persona, empresa, región, país, etc. para actuar ante la rivalidad suscitada al relacionarse con otra persona, empresa, región o país para conseguir algo que se ofrezca en forma limitada y que es de común interés. En este sentido, los agentes que rivalizan entre sí son competidores y la competitividad representa tanto la capacidad para rivalizar como un indicador de la posición relativa de un agente frente a sus competidores y su aptitud para mantenerla y mejorarla de forma sostenida.

Cuando hablamos de la competitividad de una empresa, siempre está presente la idea de globalidad (la competitividad depende de la empresa en su conjunto) y la de largo plazo (las causas que determinan la competitividad tienen efectos a largo plazo). Desde mediados de los 80 son muchos los autores que se han esforzado por desarrollar conceptos y modelos que permitan a las empresas y demás instituciones analizar, medir

y mejorar su competitividad. Si pensamos en una empresa concreta, su competitividad hay que relacionarla con la de sus competidores, no sólo reales sino también potenciales. (López M. , 2005, pág. 101)

### **Factores de la competitividad**

#### a) Competitividad a nivel de empresa

Los factores que inciden en la competitividad a nivel de empresas individuales (nivel microeconómico) pueden clasificarse en tres grandes categorías:12

- a) Factores que inciden en los costos de los insumos;
- b) Factores que determinan la eficiencia (productividad) en la utilización de los mismos, y
- c) Otros factores relacionados con los precios, la calidad y la diferenciación de los productos generados por las empresas. (Hernández, 2000, págs. 25-32)

#### **b) Costo de los factores**

Los costos de los insumos resultan fundamentales para la competitividad, porque determinan en buena medida los niveles de costos unitarios con los que opera la empresa, aspecto que incide en su rentabilidad y en su capacidad de penetración en el mercado. (Hernández E. , 2000, págs. 25-32)

#### **c) Eficiencia en el uso de los recursos**

La verdadera repercusión de los costos de los insumos sobre la competitividad se ve matizada por el grado de eficiencia (productividad) con que se utilizan, en especial los insumos de mano de obra y los de capital. Los factores que inciden en este sentido pueden catalogarse en cuatro categorías diferentes: los que afectan la productividad del trabajo; los que determinan la eficiencia en el uso de los bienes de capital; factores de

orden tecnológico y factores relacionados con los sistemas organizativos y de gestión de las empresas. (Hernández E. , 2000, págs. 25-32)

#### **d) Precios, calidad y diferenciación del producto**

Muchas empresas alcanzan su posición competitiva por el lado del producto, asegurando su penetración en mercados segmentados a través de elevados estándares de calidad, diferenciación de producto y/o desarrollo de adecuados canales de comercialización y distribución. Se trata de procesos de verdadera especialización sectorial e intrasectorial que permiten a las empresas participar en mercados de alta rentabilidad y elevado contenido de valor agregado.

Tres son los factores que intervienen en la calidad de productos y servicios: la tecnología de producción; la normalización y estandarización de procesos y la certificación de los niveles de calidad alcanzados. Las empresas competitivas, por lo general, son tecnológicamente avanzadas y, en muchos casos, desarrollan ellas mismas su propia tecnología, lo que les permite mantener elevados estándares de calidad de los productos y servicios obtenidos.

La diferenciación de productos y servicios es otro camino adoptado por las empresas para asegurarse una ventaja competitiva. Las erogaciones en diseño y su integración a los procesos de fabricación a partir del contacto continuo con los clientes, permite a las empresas determinar sus necesidades y anticipar los segmentos del mercado que pueden ser abastecidos de manera rentable. Las inversiones en investigación y desarrollo son concomitantes a este proceso y permiten el diseño e innovación de los nuevos productos, que incorporan tanto cambios en la presentación como materiales. Desde un punto de vista social, el éxito de estos factores de competitividad debe estar garantizado por la existencia de sistemas de protección a la propiedad industrial, que asegure a los innovadores de nuevos productos el usufructo de licencias por tiempos limitados, y permita a las empresas la recuperación de los costos incurridos. (Hernández E. , 2000, págs. 25-32)



Por último, el desarrollo de sistemas adecuados de mercadotecnia y distribución puede ser un determinante de la competitividad de las empresas. La puesta del producto en manos del consumidor es el capítulo que cierra el proceso productivo y permite a las empresas proceder a su ampliación. Los sistemas de distribución difieren considerablemente entre las distintas actividades manufactureras (mayoristas, medios mayoristas, menudeo, introductores, etcétera), y la selección de los canales adecuados puede significar la diferencia entre una posición competitiva y una no competitiva. Factores que influyen en esta selección se relacionan con los plazos de entrega, el grado de satisfacción del cliente, la existencia de una fuerza de ventas con capacitación apropiada y, en especial, la existencia de servicios postventa al cliente, no sólo para resolver los problemas relacionados con la venta, sino también para el desarrollo de verdaderos servicios de intercambio de información que resulta de importancia para el diseño y desarrollo de nuevos productos. La aplicación de políticas exitosas de diferenciación de precios en mercados segmentados son también factores que acrecientan la rentabilidad de la empresa, afianzando su ventaja competitiva. (Hernández E. , 2000, págs. 25-32)

#### Factores mercadotécnicos de la competitividad

Diversos autores proponen diferentes clasificaciones de los factores que determinan la competitividad de una unidad productiva. Entre estas clasificaciones se encuentra la teoría de la planificación estratégica y el proceso de mercadotecnia, en la cual los elementos de mercadeo y planificación se adoptan como parámetros de medición. Dentro de los factores mercadotécnicos sobresalen la teoría de las cuatro P y el estudio del ambiente de la empresa. (Chavarría, 2002, pág. 170)

#### **2.5.2.4 Competencia**

La competencia, como principio rector de toda economía de mercado, representa un elemento consustancial al modelo de organización económica de nuestra sociedad y constituye, en el plano de las libertades individuales, la primera y más importante forma

en que se manifiesta el ejercicio de la libertad de empresa. (Llinares, 2001, pág. 74)

#### **2.5.2.4.1 Competencia perfecta**

La competencia perfecta es una representación idealizada y abstracta de los mercados donde la interacción de la oferta y la demanda determina el precio, permitiendo la mayor eficiencia en la asignación de recursos. Por tanto, la competencia perfecta como un mercado en el que existen muchos compradores y vendedores, de forma que ningún comprador o vendedor individual ejerce influencia decisiva sobre el precio. (Llinares, 2001, págs. 67-69)

#### **2.5.2.4.2 Condiciones de la competencia perfecta**

Para que opere correctamente es necesario que se cumplan las siguientes condiciones:

- a) Existencia de un elevado número de oferentes y de demandantes de forma que ninguno de ellos pueda tener un poder suficiente como para influir decisivamente en el precio. Por esta razón, decimos que todos los sujetos participantes en el mercado son precio aceptantes, es decir, toman el precio que resulta del equilibrio de oferta y demanda como un dato externo a ellos, como una realidad que no pueden cambiar y a la que deben adecuar sus comportamientos.
- b) Homogeneidad de los bienes intercambiados, es decir, bienes perfectamente sustituibles entre sí, de modo que para los demandantes no exista ninguna razón que desvíe su elección de la más barata de las alternativas para satisfacer la misma necesidad.
- c) Transparencia del mercado. Para que la elección de los sujetos y la asignación de los recursos sea la óptima debe existir una información completa de las alternativas existentes, así como una perfecta movilidad de sujetos, factores y recursos de forma que puedan desplazarse rápidamente a la mejor de las alternativas posibles en cada momento.

- d) Libre entrada y salida de empresas al mercado. La totalidad de los agentes que participan en la producción podrán entrar y salir del mercado de forma inmediata como respuesta a incentivos monetarios.

En general puede afirmarse que cuanto más alto resulte el número de participantes más competitivo será el mercado. La empresa perfectamente competitiva que es precio aceptante se enfrenta a una curva de demanda horizontal. Su cuota de mercado es tan pequeña que las variaciones de su producción no perturban el mercado. (Llinares, 2001, págs. 67-69)

#### **2.5.2.4.3 Competencia imperfecta**

En el mundo real es difícil encontrar mercados que cumplan las condiciones antes mencionadas, por eso no es frecuente la existencia de mercados en competencia perfecta. Lo habitual es que las empresas tengan cierto poder de mercado.

En la competencia imperfecta (oligopolio o monopolio) las empresas se enfrentan a una curva de demanda decreciente. Esto implica que para poder incrementar sus ventas tendrán que reducir el precio de su producto.

Una industria es de competencia imperfecta cuando las empresas oferentes pueden influir individualmente en el precio del producto de la industria. La competencia imperfecta no implica que una empresa tenga un control absoluto sobre el precio de su producto. Basta con que tenga un cierto poder discrecional a la hora de fijar el precio.

En la competencia perfecta el precio es un dato para las empresas, mientras que las cantidades se ajustan instantáneamente. En la competencia imperfecta, sin embargo, las variables de ajuste pueden ser los precios o las cantidades.

Otra característica del mercado de competencia imperfecta es que, por lo general, hay limitaciones a la entrada de nuevas empresas en la industria lo que provoca que el número de empresas sea menor que en competencia perfecta. Estas limitaciones a la

entrada de empresas en el mercado son conocidas como barreras de entrada, que son obstáculos que dificultan o imposibilitan la entrada de posibles productores en un mercado concreto. (Llinares, 2001, págs. 67-69)

#### **2.5.2.4.4 Barreras de entrada**

a) Hay varios tipos de barreras de entrada:

La diferenciación del producto (publicidad, marca, diseño).

El deseo de diferenciar los productos impulsa a las empresas a invertir en publicidad y en su política de ventas. Esta inversión es la que origina una barrera de entrada para los potenciales competidores.

b) Ventajas absolutas en costes.

Si existe cualquier tipo de ventaja absoluta en términos de coste para las empresas establecidas, los costes de las empresas entrantes serán superiores para cualquier nivel de producción. (Llinares, 2001, págs. 67-69)

c) Existencia de economías de escala.

Reducción de los costes que se consigue aumentando el volumen de producción. Si las empresas de un mercado consiguen crear economías de escala dificultan a un nuevo competidor entrar con precios bajos.

d) Exigencias iniciales de capital.

Disponer del capital inicial para establecer una nueva empresa no es fácil, por tanto, los requisitos iniciales de capital suelen crear una barrera a la entrada de nuevas empresas, que será tanto más probable cuanto mayor sea la cantidad requerida.

e) Barreras institucionales.

En muchas situaciones los poderes públicos intervienen para limitar la competencia en algunas industrias.

La curva de demanda de la empresa en competencia imperfecta tiene pendiente negativa debido al poder de mercado que ejerce. (Llinares, 2001, págs. 67-69)

#### 2.5.2.4.5 Clases de competencia

De acuerdo con las características generales de un mercado, se distinguen cuatro estructuras o formas de la organización de la competencia.

**Competencia perfecta.** De las cuatro formas de competencia es la que menos se presenta. Consiste en un mercado donde las empresas consideran que es posible vender todo lo que efectivamente pueden producir, al precio existente en el mercado. En esta estructura nunca sería posible vender un producto a un precio superior. Para esto se requeriría que todas las empresas vendieran el mismo producto, que se contaran con muchos vendedores para que ninguna empresa actuara sola e influyera en el precio del producto y que las personas estuvieran bien informadas para evitar, por ejemplo, que una persona vendiera a un precio más alto.

En esta forma de competencia, los bienes y servicios producidos por una empresa no son diferentes de los que producen u ofrecen otras empresas, lo cual en la práctica no es común que se presente. (Pachón, 2005, pág. 24)

**Monopolio.** Contrario a la competencia perfecta, el monopolio supone bienes y servicios que tienen un único productor, dado que no cuenta con alguien que le haga contrapeso en el mercado, el monopolista tiene poder para fijar unilateralmente los niveles de producción y el precio de sus productos, lo cual tiende, por lo general, al aumento de los precios

Por ejemplo en una pequeña localidad puede haber muchas tiendas, pero no competencia, porque cada una vende productos diferentes, una vende carne; otra ropa, medicamentos, de manera que cada uno es un monopolio de su producción.

**Oligopolio.** Es la forma de mercado más común. Se refiere al mercado en el que un grupo reducido de empresas domina la oferta a través de acuerdos entre ellas. Sus niveles de producción son altos, lo que les permite reducir sus costos de producción y a la vez frenar el surgimiento de empresas competidoras. Dado el alto nivel de

competencia cada empresa se ve afectada por las acciones y decisiones de las demás.

**Competencia monopolística.** Esta forma de competencia se caracteriza por la existencia de grandes empresas que ofrecen productos que no tienen sustitutos, es decir, que no tienen competencia. Esto es posible aunque sus productos tienen características comunes con los de otras empresas, están diferenciados de manera que no sustituyen entre sí. Esto significa un dominio por parte de la empresa sobre la producción y sobre el precio del producto. (Pachón, 2005, pág. 24)

#### **2.5.2.4.6 Factores que afectan la intensidad de la competencia**

Cinco factores interactúan e influyen para determinar la intensidad de la competencia en un sector (Porter, 1979, 1980) y, al mismo tiempo, estos factores, analizados en conjunto, determinan el "nivel de atracción" de un mercado.

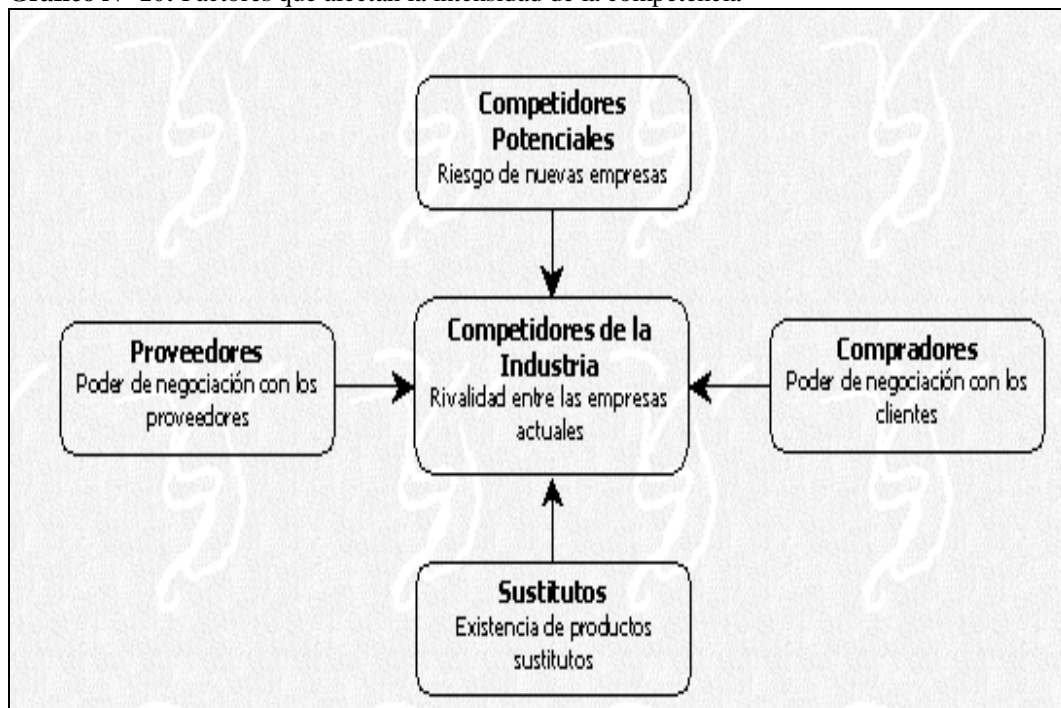
Los cinco factores son: (1) amenazas de nuevas empresas que podrían ingresar al mercado y que se denominan "entrantes potenciales". (2) nivel de rivalidad que existe entre las empresas existentes en el mercado, (3) amenaza de los productos sustitutos, (4) poder de negociación de los compradores, y (5) poder de negociación de los vendedores. En gráfico N°10 se puede visualizar la relación entre los factores.

Algunos mercados muestran una combinación particularmente desafortunada de estos factores. En consecuencia, la competencia es estilo "guerra total" o "a corte de cuello" y la rentabilidad es baja. Otros sectores son más afortunados. En ellos, los cinco factores se combinan de forma tal que reducen la intensidad de la competencia. En esos mercados la competencia es menos severa y las empresas que compiten en ellos tienden a generar niveles más altos de rentabilidad. Las empresas pueden centrar su atención en esos factores clave y, como resultado, determinar los mercados más atractivos; es decir, en los que la competencia es menos intensa. O, pueden modificar, a su favor, la forma como se combinan estos cinco factores.

Centrarse en estos cinco factores constituye un enfoque estratégico más flexible que el

que proponían las técnicas de la planificación por medio de fórmulas, como, por ejemplo, la matriz de participación en el crecimiento de BCG. El enfoque de Porter no propone una visión única para todos los sectores, tal y como lo hacía el enfoque de BCG. Por el contrario, propone que en todos los sectores influye un mismo conjunto de factores, pero que esos factores se combinan de forma diferente. Centra la atención en los factores que afectan la competencia, en vez de proponer un modelo único de competencia que se aplica a todos los mercados. (Schnaars, 1994, pág. 120)

**Gráfico N° 10:** Factores que afectan la intensidad de la competencia



**Fuente:** www.oocities.org (2009)

## 2.6 Hipótesis

La hipótesis se refiere a la respuesta tentativa al problema que se está estudiando.

Las normas de calidad ISO 9001:2015, y su relación con la competencia de la Empresa Creaciones Luigi de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua.

## **2.6. Señalamiento de variables de la hipótesis**

### **2.6.1. Variable independiente**

La variable independiente es aquella que manipula el investigador y no depende del valor de otra variable para constar en este estudio, pero esta variable si tiene la capacidad de influir o incidir a otras, en este caso la variable independiente es la siguiente;

Las normas de calidad ISO 9001:2015

### **2.6.2. Variable dependiente**

La variable dependiente se refiere a la característica de un fenómeno o una realidad que se investiga, esta variable depende de la variable independiente. En este estudio se considera a la variable dependiente a la siguiente;

Competencia



## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA**

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

En esta investigación se aplica un enfoque cuali-cuantitativo por tal razón se recolecta, se analiza, y se vincula datos cuantitativos y cualitativos mediante la utilización de encuestas realizadas a las personas que se involucran con la Empresa Creaciones Luigi sobre la influencia que tiene las normas de calidad ISO 9001:2015 con su competencia.

##### **3.1.1 Enfoque cuantitativo**

Es cuantitativo debido a que se examina los resultados de las encuestas, y con la información recabada se realiza los respectivos análisis estadísticos, valores numéricos y porcentajes que permite establecer los patrones del comportamiento de la población de la empresa Creaciones Luigi.

### **3.1.2 Enfoque cualitativo**

Enfoque cualitativo debido a que la investigación se basa en información de las cualidades tanto positivas como negativas acerca de las Normas ISO 9001; 2015 información que sirve para determinar la relación existente con la competencia de la empresa Creaciones Luigi, de esta forma apoyar a la parte administrativa a mejorar la calidad de los procesos de producción de esta empresa.

### **3.2 Modalidad básica de la investigación**

Dentro de la modalidad de la investigación se emplea la Investigación de Campo y la Investigación Bibliográfica.

#### **3.2.1. La Investigación de campo**

En este proyecto de investigación se realiza en el lugar de los hechos, en el que permite tener contacto con el objeto de estudio y se utiliza la técnica de la encuesta con un cuestionario dirigido al personal administrativo, clientes internos y clientes externos de la empresa “Creaciones Luigi”.

#### **3.2.2. La Investigación bibliográfica-documental**

En el presente trabajo investigativo se utiliza documentos e información científica compilada de libros, internet, revistas, etc. estas herramientas ayudan al desarrollo del tema en estudio, sobre el control de calidad utilizado por la Empresa “Creaciones Luigi”.

### **3.3. Niveles o tipos de investigación**

Es necesario considerar los siguientes niveles o tipos de investigación conociendo que cada uno de estos tiene sus propias características e importancia.

### **3.3.1. Exploratorio**

Según menciona Sellriz (1980), es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimiento.

Se considera como exploratoria debido a que la metodología permite estudiar la situación actual de la empresa “Creaciones Luigi” en lo que respecta a las normas de calidad ISO 9001:2015, y su relación con la competencia de la Empresa “Creaciones Luigi” con esto se observa, se detecta y se analiza el desarrollo de la calidad del producto de la empresa, para de esta manera mejorar la calidad de los productos que ofrece la Empresa “Creaciones Luigi”.

### **3.3.2. Descriptivo**

El objeto de la investigación se fundamenta en identificar los procesos que se utilizan para el mejoramiento de la calidad, después de recolectar y analizar la información se identifican situaciones que afectan a la empresa, por lo que se socializan y se expone las conclusiones obtenidas y las posibles soluciones para el problema, tomando en cuenta que las normas de calidad, inciden en la competitividad de la Empresa “Creaciones Luigi”.

### **3.3.3. Correlacional**

Este tipo de investigación está indicada para determinar el grado de relación y semejanza que existe entre las dos variables, es decir, entre características o conceptos de un fenómeno como: Las normas de calidad, y su relación con la competencia de la Empresa Creaciones Luigi de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua. Es decir en este proyecto se correlaciona las normas de calidad, y su relación con la competencia de la Empresa.

### 3.4. Población y muestra

Levin & Rubín (2006). “Una población es un conjunto de todos los elementos en estudio, acerca de los cuales intentamos sacar conclusiones”. La Población o Universo con el cual se va a trabajar se refiere a clientes internos y externos de la Empresa Creaciones Luigi de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua.

Los clientes internos son; 5 miembros del departamento administrativo y 10 trabajadores de “Creaciones Luigi” de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua y los clientes externos son 300 este dato se tomó del registro de los clientes que realizan las compras en la empresa de forma frecuente.

Debido a que son 300 los clientes externos se procede a calcular la muestra aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{Z^2 P Q + N e^2}$$

$n$  = Tamaño de la muestra

$Z$  = Nivel de confianza 95% (1.96)

$P$  = Probabilidad favor 50%

$Q$  = Probabilidad en contra de la ocurrencia 50%

$N$  = Población o universo 300 (clientes de la empresa)

$e$  = Nivel de error 5%

**Remplazando:**

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 300}{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 + 300 * (0.05)^2}$$

$$n = \frac{3,84*75}{0,96 + 0,75}$$

$$n = \frac{288}{1,71}$$

$$n = 169$$

El tamaño de la muestra da como resultado 169 clientes externos que compran su producto frecuentemente.

**Tabla N° 1:** Tamaño de la muestra

<b>Población</b>	<b>Número de encuestas aplicarse</b>
Personal administrativo	5
Trabajadores	10
<b>Total clientes internos</b>	<b>15</b>
<b>Total clientes externos (muestra)</b>	<b>169</b>
<b>TOTAL</b>	<b>184</b>

**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

### 3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

**Tabla N° 2:** Variable independiente: normas de calidad ISO 9001:2015

<b>Conceptualización</b>	<b>Categorías</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Técnicas e Instrumentos</b>
<p>Las normas ISO 9001:2015 considera el contexto de la organización, el liderazgo, la mejora, evaluación del desempeño y la planificación entre otros aspectos que permiten la mejora de los procesos.</p>	<p>Organización</p> <p>Evaluación del desempeño</p> <p>Planificación</p>	<p>Desempeño de la organización</p> <p>Valoración de los objetivos</p> <p>Situación de los proceso de producción</p>	<p>¿Cómo considera usted la calidad del producto?</p> <p>¿Cree que la empresa tiene suficiente liderazgo y compromiso con los empleados y clientes?</p> <p>¿Qué percepción tiene de la calidad de los productos de la empresa?</p> <p>¿Cree que en la empresa se realiza una planificación adecuada?</p>	<p>Encuesta</p> <p>Cuestionario</p> <p>Clientes internos y externos</p>

**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

**Tabla N° 3:** Variable dependiente: Competencia

<b>Conceptualización</b>	<b>Categorías</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Técnicas e Instrumentos</b>
<p>La competencia es inherente a los agentes económicos, en el cual el mercado tiene un indeterminado número de compradores y vendedores, en donde intentan maximizar sus beneficios o satisfacción y sus precios se determinan por la oferta y la demanda. Se debe considerar además en la competencia las barreras de entrada como: Diferenciación del producto, costos, economías de escala, capital y barreras institucionales.</p>	<p>Agentes económicos</p> <p>Compradores</p> <p>Vendedores</p>	<p>Número de personas que compran y venden el producto</p> <p>Cantidad de demanda</p> <p>Cantidad de oferta</p>	<p>¿El precio del producto está acorde al mercado?</p> <p>¿Considera que en la empresa se gestiona la calidad de los productos?</p> <p>¿Señale cuanto pagaría por el producto?</p> <p>¿Considera que está satisfecho con el producto adquirido?</p> <p>¿Considera que en la empresa se utilizan procesos de innovación de desarrollo en el producto?</p>	<p>Encuesta</p> <p>Cuestionario</p> <p>Clientes internos y externos</p>

**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

### 3.6. Plan para recolección de la información

Tabla N° 4: Recolección de Información

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1. ¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos de la Investigación
2. ¿De qué personas?	Clientes internos y externos
3. ¿Sobre qué aspectos?	Normas de calidad ISO 9001:2015 y competencia
4. ¿Quién?	Investigador
5. ¿Cuándo?	Durante el año 2015
6. ¿Dónde?	Empresa Creaciones Luigi.
7. ¿Cuántas veces?	Una vez
8. ¿Qué técnicas de recolección?	Encuesta
9. ¿Con qué?	Cuestionario
10. ¿En qué situación?	En la empresa “Creaciones Luigi”

Elaborado por: Jhosimar Manjarres

### 3.7. Técnicas e instrumentos de recolección de la información

En la recolección de la información del presente trabajo se utilizó la técnica de la Encuesta con preguntas relacionadas a la calidad del producto, los precios y la satisfacción a los clientes que adquieren estos productos.

**Revisión de la información:** Una vez concluida la recolección de los datos, se realiza la revisión de la información recabada para verificar la existencia de algún error, en el caso de descubrir alguna inconsistencia se suprime la información que no cuente con ninguna concordancia con el problema en estudio, sobre todo de la deducción que se logró al aplicar las encuestas.



**Categorización y tabulación de la información:** se realiza la clasificación de la información para establecer los resultados. La tabulación de las deducciones se realiza para analizar los diversos datos conseguidos acerca de las normas ISO 9001:2015 y la relación existente con la competencia.

**Análisis de datos:** luego de haber concluido con las actividades antes mencionadas, se procede al análisis pertinente de los datos, los mismos que son necesarios para obtener un conocimiento claro de la situación actual de la empresa Creaciones Luigi en lo referente a las Normas ISO 9001:2015 y a la competencia.

**Comprobación de hipótesis:** para la comprobación de la hipótesis se aplica el método del chi- cuadrado, debido a que este cálculo es el más apropiado para lo cual se tomará los resultados logrados con las encuestas, examinando los datos basándose en las condicionantes que pueden ser “a favor de” “indiferentes a” “opuestos a” por tal razón este método ayudará a verificar la hipótesis.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

#### 4.1. Resultado de las encuestas aplicadas a los clientes externos

##### 1. ¿Ud. adquiere el producto por?

**Tabla N° 5:** Aspectos por los que el cliente adquiere el producto

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	14	8
Calidad	155	92
Total	169	100

**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

**Gráfico N° 11:** Aspectos por los que el cliente adquiere el producto



**Fuente:** Clientes externos

**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

### **Análisis e Interpretación**

Del total de los encuestados, el 8 % de las personas manifiestan que adquieren el producto por el precio y el 92% respondieron que adquieren el producto por la calidad.

La mayor parte de los clientes externos encuestados consideran que ellos adquieren los productos de esta empresa por la calidad que sus productos tiene, por lo tanto se determina que la calidad es parte fundamental para las ventas.

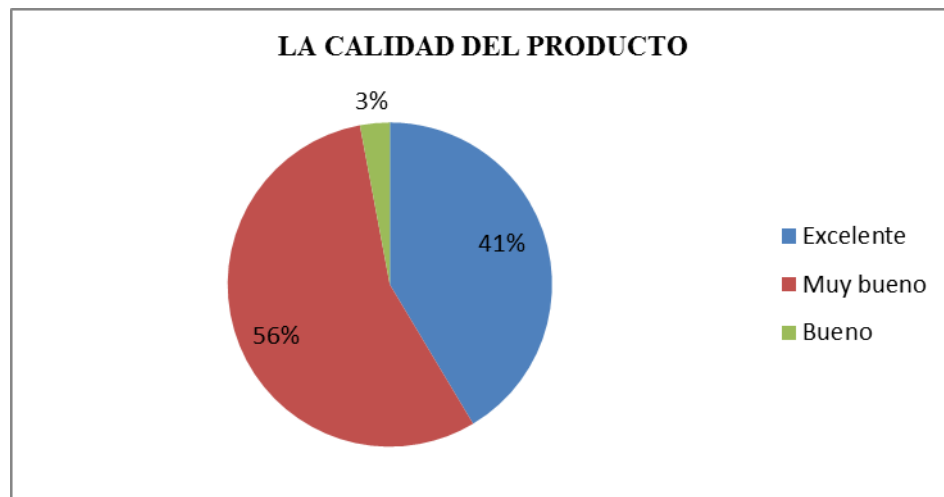
## 2.¿Cómo considera usted la calidad del producto?

Tabla N° 6: Calidad del producto

Descripción	Frecuencia	Porcentaje (%)
Excelente	70	41
Muy bueno	94	56
Bueno	5	3
Total	169	100

Elaborado por: Jhosimar Manjarres

Gráfico N° 12: Calidad del producto



Fuente: Clientes externos

Elaborado por: Jhosimar Manjarres

### Análisis e Interpretación

El 41% de las personas encuestadas manifiestan que la calidad del producto es excelente, el 56% mencionan que la calidad del producto es muy buena y el 3% contestaron que la calidad del producto es buena.

La mayoría de los encuestados determinan que la calidad del producto que ofrece la empresa es muy buena por lo tanto se considera que los productos satisfacen las necesidades del cliente es decir que tienen muy buena acogida por los consumidores.

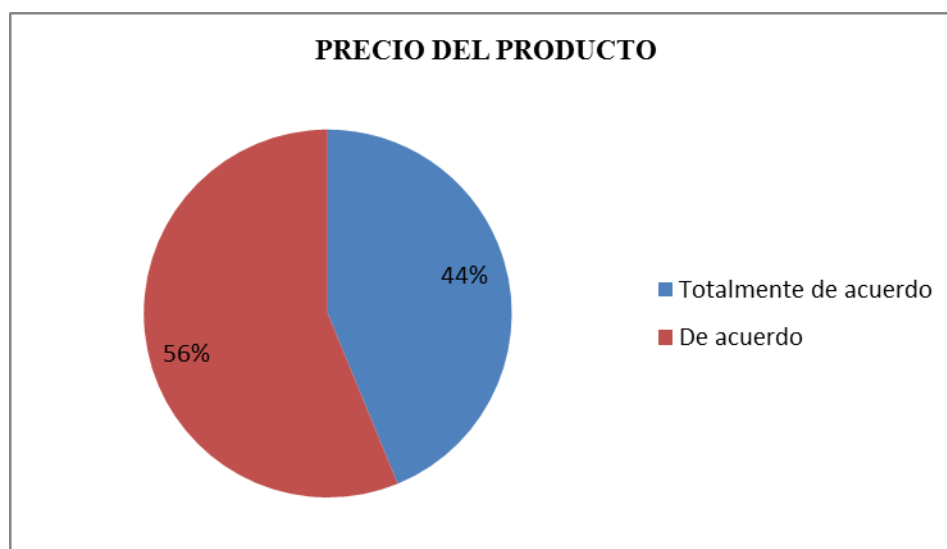
### 3. ¿El precio del producto está acorde al mercado?

**Tabla N° 7:** Precio del producto

Descripción	Frecuencia	Porcentaje (%)
Totalmente de acuerdo	74	44
De acuerdo	95	56
Total	169	100

**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

**Gráfico N° 13:** Precio del producto



**Fuente:** Clientes externos

**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

### **Análisis e Interpretación**

Del total de la totalidad de los encuestados, el 56% de las personas respondieron que están de acuerdo con el precio y el 44% mencionaron que están totalmente de acuerdo que el precio está acorde al mercado.

La mayoría de los encuestados consideran estar de acuerdo que el precio del producto está acorde al mercado por lo antes indicado, es importante que el precio de los productos se ajuste al mercado para que de esta manera las ventas no se disminuyan.

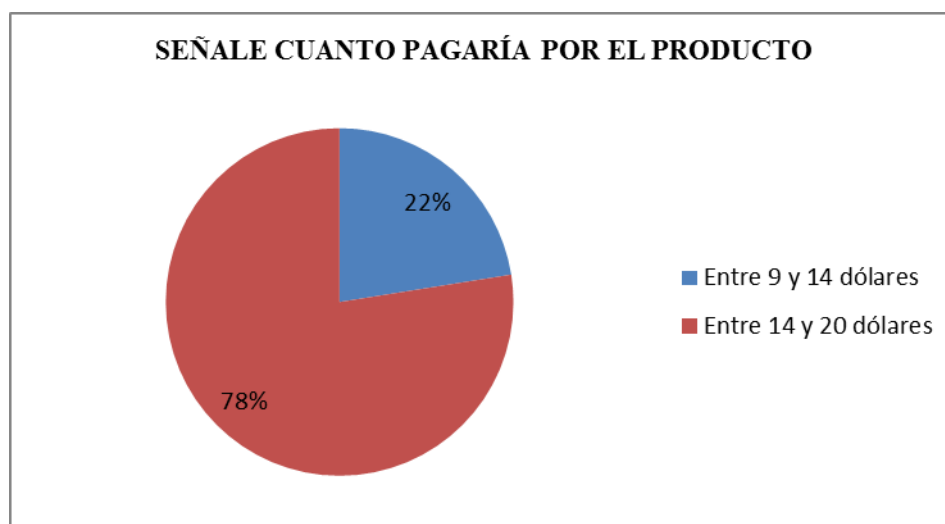
#### 4. ¿Señale cuanto pagaría por el producto?

Tabla N° 8: Señale cuanto pagaría por el producto

Descripción	Frecuencia	Porcentaje (%)
Entre 9 y 14 dólares	38	22
Entre 14 y 20 dólares	131	78
Total	169	100

Elaborado por: Jhosimar Manjarres

Gráfico N° 14: Señale cuanto pagaría por el producto



Fuente: Clientes externos internos

Elaborado por: Jhosimar Manjarres

#### Análisis e Interpretación

El 78% de la totalidad de las personas encuestadas manifiestan que pagarían por el producto entre \$14 y \$20, el 22% mencionan que pagarían por el producto entre \$9 y \$14.

La mayor parte de los clientes externos consideran que podrían cancelar entre 14\$ y 20\$, cabe recalcar que a menor precio en los productos terminados será posible mayor demanda en las ventas, por lo que es necesario que se optimice los recursos para que el precio del producto no se incremente.

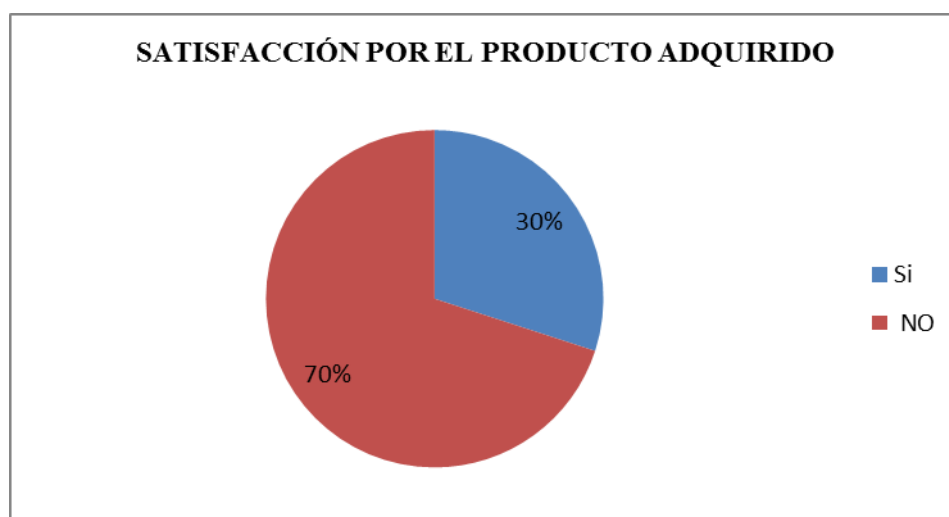
## 5. ¿Considera que está satisfecho con el producto adquirido?

Tabla N° 9: Satisfacción por el producto adquirido

Descripción	Frecuencia	Porcentaje(%)
Si	50	30
NO	119	70
Total	169	100

Elaborado por: Jhosimar Manjarres

Gráfico N° 15: Satisfacción por el producto adquirido



Fuente: Clientes externos

Elaborado por: Jhosimar Manjarres

### Análisis e Interpretación

El 70% de las personas encuestadas manifiestan que no están satisfechos con el producto adquirido y el 30% manifiestan que si están satisfechos con el producto adquirido.

De la totalidad de los encuestados la mayor parte de ellos se encuentran de insatisfechos con el producto que esta empresa ofrece, es decir que los clientes externos no se sienten conformes con el producto que ellos adquieren, por lo que es necesario que la empresa está en la obligación de gestionar la calidad del servicio y producto.

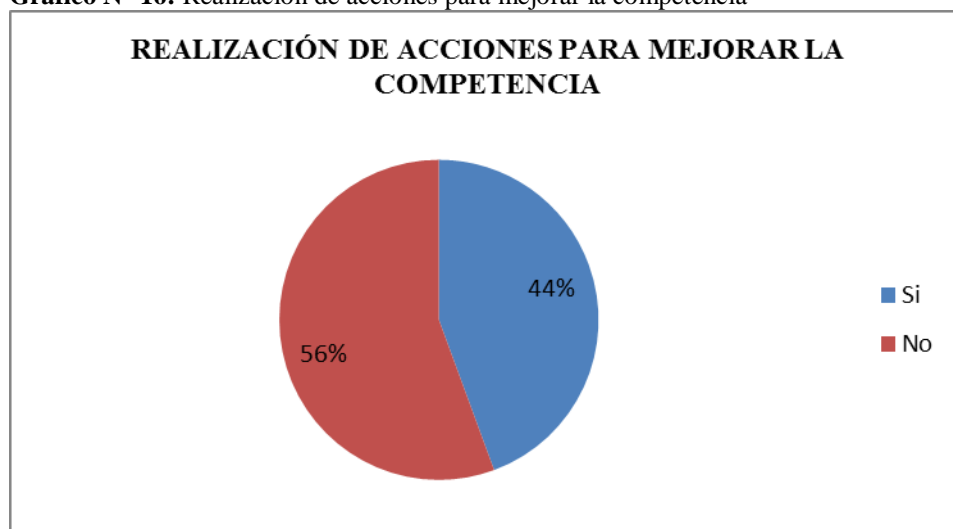
**6. ¿Cree que en la empresa Creaciones Luigi se realiza acciones que contribuyan a mejorar la competencia de la empresa?**

**Tabla N° 10:** Realización de acciones para mejorar la competencia

Descripción	Frecuencia	Porcentaje(%)
Si	75	44
No	94	56
Total	169	100

**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

**Gráfico N° 16:** Realización de acciones para mejorar la competencia



**Fuente:** Clientes externos

**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

**Análisis e Interpretación**

El 56% de las personas encuestadas manifiestan que no se está realizando acciones que contribuyan a mejorar la competencia de la empresa y el 44% manifiestan que sí.

La mayor parte de los clientes externos encuestados piensan que no se realiza acciones que ayuden a mejorar la competencia de la empresa por lo tanto “Creaciones Luigi” tiene una buena oportunidad de incrementar sus ventas.



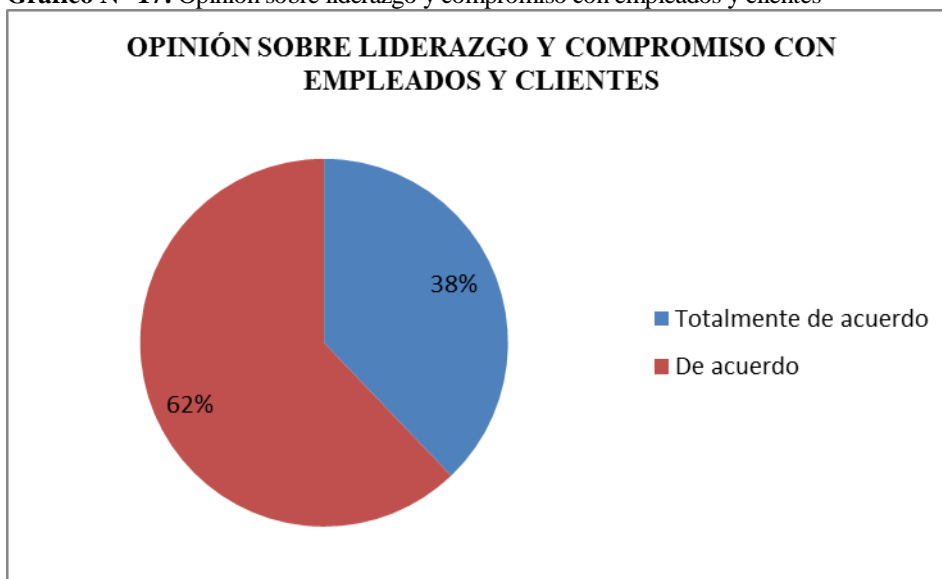
## 7.¿Cree que la empresa tiene suficiente liderazgo?

Tabla N° 11: Opinión sobre liderazgo

Descripción	Frecuencia	Porcentaje(%)
Totalmente de acuerdo	64	38
De acuerdo	105	62
Total	169	100

Elaborado por: Jhosimar Manjarres

Gráfico N° 17: Opinión sobre liderazgo y compromiso con empleados y clientes



Fuente: Clientes externos

Elaborado por: Jhosimar Manjarres

### Análisis e Interpretación

El 62% de las personas encuestadas manifiestan que están de acuerdo que dentro de la empresa se tenga suficiente liderazgo, el 38% manifiestan que están totalmente de acuerdo.

Por lo antes indicado la mayoría de los clientes externos encuestados perciben que existe un buen liderazgo y compromiso tanto con los empleados como con los clientes, por lo que se puede considerar que el clima laboral de la empresa es excelente.

## 8. ¿Considera que en la empresa existen políticas de calidad en sus procesos internos?

Tabla N° 12: Políticas de calidad en sus procesos internos

Descripción	Frecuencia	Porcentaje(%)
Si	80	47.34
No	89	52.66
Total	169	100

Elaborado por: Jhosimar Manjarres

Gráfico N° 18: Políticas de calidad en sus procesos internos



Fuente: Clientes externos

Elaborado por: Jhosimar Manjarres

### Análisis e Interpretación

El 53% del total de las personas encuestadas consideran que en la empresa no existen políticas de calidad en sus procesos internos y el 47% manifiestan que si existen políticas de calidad en sus procesos internos.

La mayor parte de los clientes externos lo consideran que no existen políticas de calidad en los procesos internos de la empresa y por lo que, se ve que es indispensable que dentro de toda empresa se planteen políticas de calidad en los procesos para que puedan ser controlados.

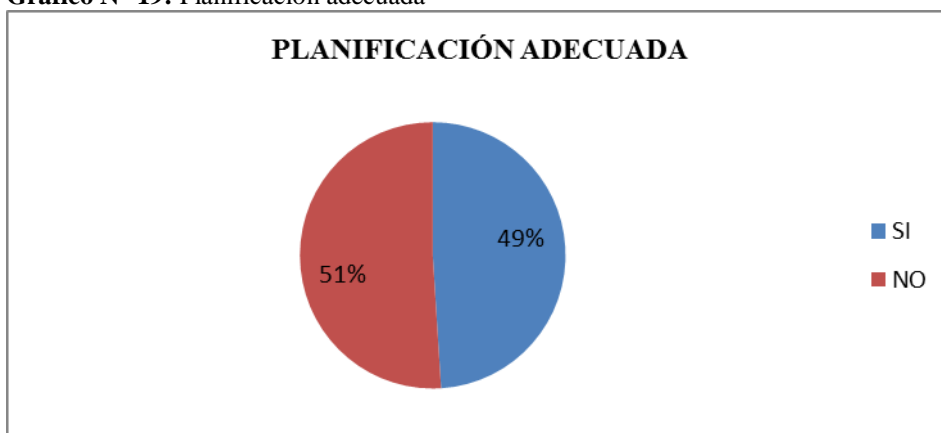
## 9. ¿Cree que en la empresa se realiza una planificación de los proceso de producción?

Tabla N° 13: Planificación adecuada

Descripción	Frecuencia	Porcentaje(%)
SI	83	49
NO	86	51
Total	169	100,0

Elaborado por: Jhosimar Manjarres

Gráfico N° 19: Planificación adecuada



Fuente: Clientes externos

Elaborado por: Jhosimar Manjarres

### Análisis e interpretación

El 51% manifestaron que en la empresa no se realiza una planificación de los proceso de producción y el 49% de los encuestados indicó que la empresa si realiza la planificación.

La mayor parte de los clientes externos encuestados consideran que no realizan la planificación de los procesos de la producción, por lo que se puede evidenciar que se necesita poner mayor énfasis en lo que respecta a la planificación para mejorera la calidad de los procesos de la producción.

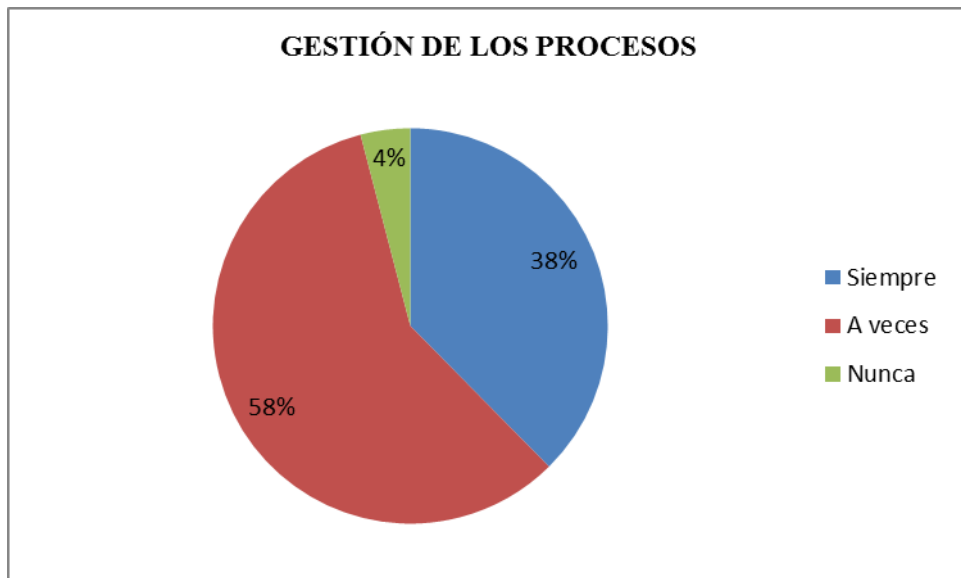
## 10.¿Considera que la empresa gestiona los procesos?

Tabla N° 14: Gestión de los procesos

Descripción	Frecuencia	Porcentaje(%)
Siempre	62	38
A veces	97	58
Nunca	10	4
Total	169	100,0

Elaborado por: Jhosimar Manjarres

Gráfico N° 20: Gestión de los procesos



Fuente: Clientes externos

Elaborado por: Jhosimar Manjarres

### Análisis e interpretación

Externos encuestados el 38% manifestó que siempre la empresa está gestionando los procesos, el 58% menciono que a veces y el 4% respondió que nunca.

La mayor parte de los clientes encuestados consideran que solo a veces se gestiona los procesos, con esto se ve que es necesario que los procesos sean los adecuados para que la calidad del producto no se vea minimizada al momento de ser puesto en el mercado.

## 4.2. Resultado de las encuestas aplicadas a los empleados de la empresa Creaciones Luigi

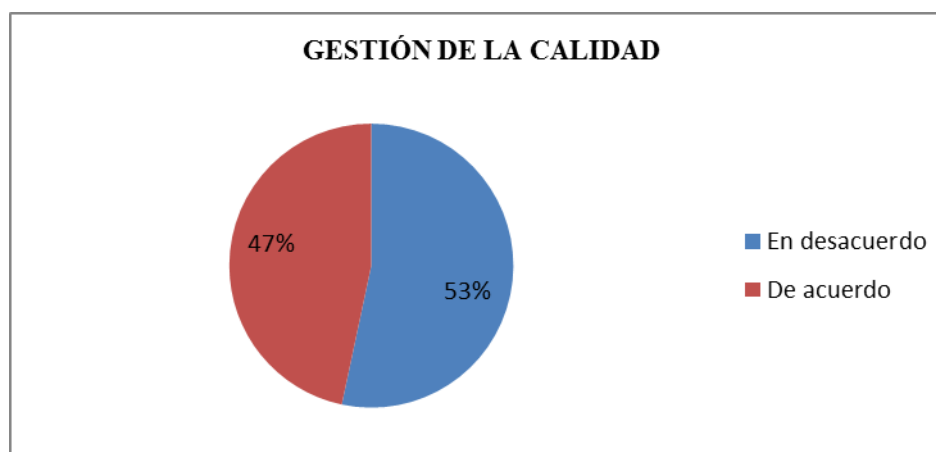
### 1. ¿Considera que en la empresa se gestiona la calidad?

Tabla N° 15: Gestión de la calidad

Descripción	Frecuencia	Porcentaje(%)
Totalmente de acuerdo	8	53,33
De acuerdo	7	46,67
Total	15	100

Elaborado por: Jhosimar Manjarres

Gráfico N° 21: Gestión de la calidad



Fuente: Clientes internos

Elaborado por: Jhosimar Manjarres

### Análisis e interpretación

Del total de los clientes externos encuestados el 53% indica que está en desacuerdo y el 47% está de acuerdo.

Por lo antes indicado la mayor parte del personal de la empresa determina que no están gestionando la calidad de los procesos de producción, por lo que se puede ver afectado en la cantidad de las ventas del producto terminado.

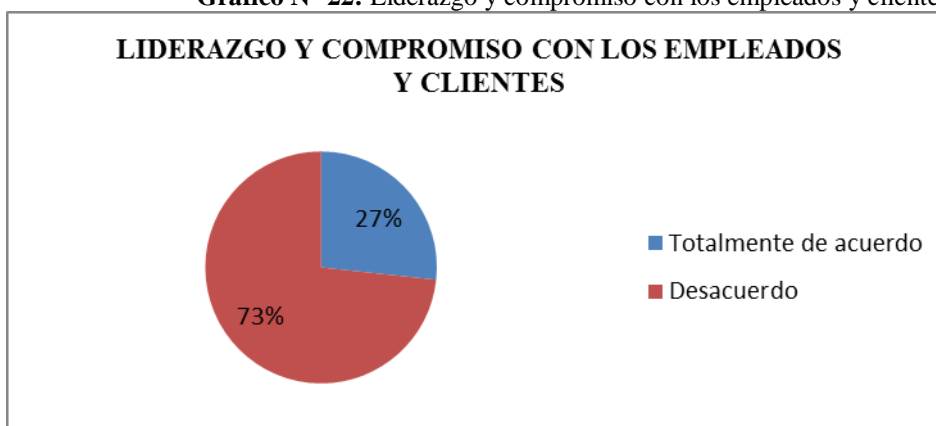
## 2. ¿Cree que la empresa tiene suficiente liderazgo y compromiso con los empleados y clientes?

**Tabla N° 16:** Liderazgo y compromiso con los empleados y clientes

Descripción	Frecuencia	Porcentaje(%)
Totalmente de acuerdo	4	26,7
Desacuerdo	11	73,3
Total	15	100,0

**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

**Gráfico N° 22:** Liderazgo y compromiso con los empleados y clientes



**Fuente:** Clientes internos

**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

### Análisis e interpretación

Del total del personal de la empresa encuestada manifestaron que el 73% está en desacuerdo con Liderazgo y compromiso que tiene la empresa con los empleados y clientes mientras que el 27% está de acuerdo.

La mayor parte de los empleados de la empresa están en desacuerdo sobre el liderazgo y compromiso que maneja con los empleados y clientes, por lo que creen que los directivos de la empresa, pueden aplicar políticas de calidad que se basen en el suficiente liderazgo para mejorar las actividades de la empresa.

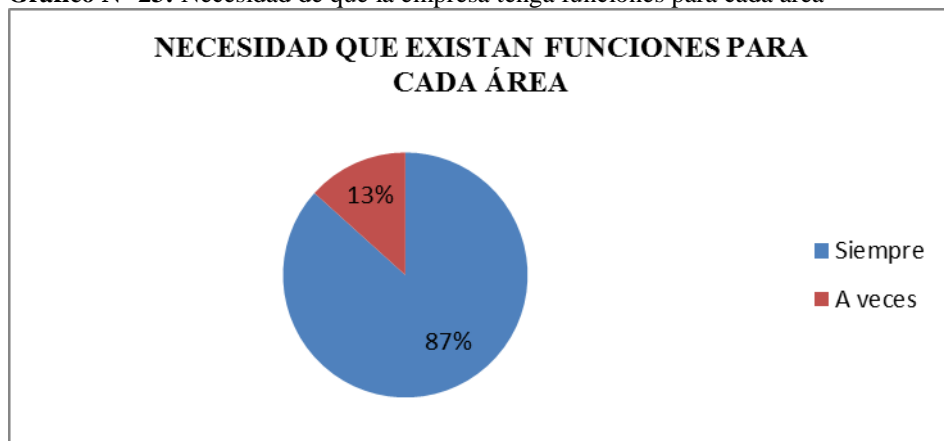
### 3.¿Cree que es necesario que en la empresa exista funciones para cada área con su respectiva autoridad?

Tabla N° 17: Necesidad de que la empresa tenga funciones para cada área

Descripción	Frecuencia	Porcentaje(%)
Siempre	13	86,7
A veces	2	13,3
Total	15	100,0

Elaborado por: Jhosimar Manjarres

Gráfico N° 23: Necesidad de que la empresa tenga funciones para cada área



Fuente: Clientes internos

Elaborado por: Jhosimar Manjarres

### Análisis e interpretación

Se obtuvo de esta pregunta que el 87% de la totalidad del personal de la empresa manifestaron que siempre en la empresa deben existir funciones para cada área con su respectiva autoridad, mientras que el 13% indicó que a veces.

La mayor parte del personal de la empresa considera que siempre es importante contar con funciones para cada área de la empresa, de esta manera se podrá realizar las funciones respectivas de manera más eficiente y a la vez se puede disminuir los problemas que se presentan a diario en la producción.

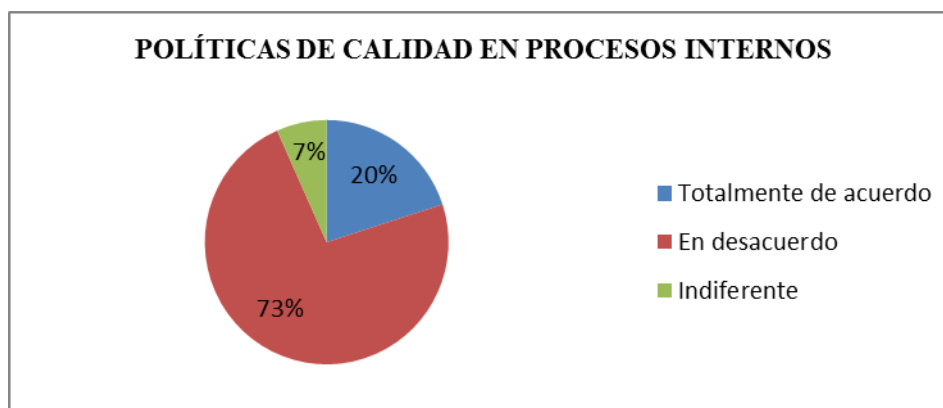
#### 4. ¿Considera que en la empresa existen políticas de calidad para los procesos producción?

Tabla N° 18: Políticas de calidad en los proceso de producción

Descripción	Frecuencia	Porcentaje(%)
Totalmente de acuerdo	3	20,0
De acuerdo	11	73,3
Indiferente	1	6,7
Total	15	100,0

Elaborado por: Jhosimar Manjarres

Gráfico N° 24: Políticas de calidad en sus procesos internos



Fuente: Clientes internos

Elaborado por: Jhosimar Manjarres

#### Análisis e interpretación

De la totalidad del personal encuestado el 73% responde que está en desacuerdo con la existencia de las políticas de calidad de los procesos de producción, en tanto que el 20% está totalmente de acuerdo y el 7% se muestra indiferente.

La mayor parte del personal considera que la empresa no cuenta con políticas de calidad para los procesos de producción por lo que no pueden realizar las actividades en base a una guía o manual que le facilite su trabajo diario.



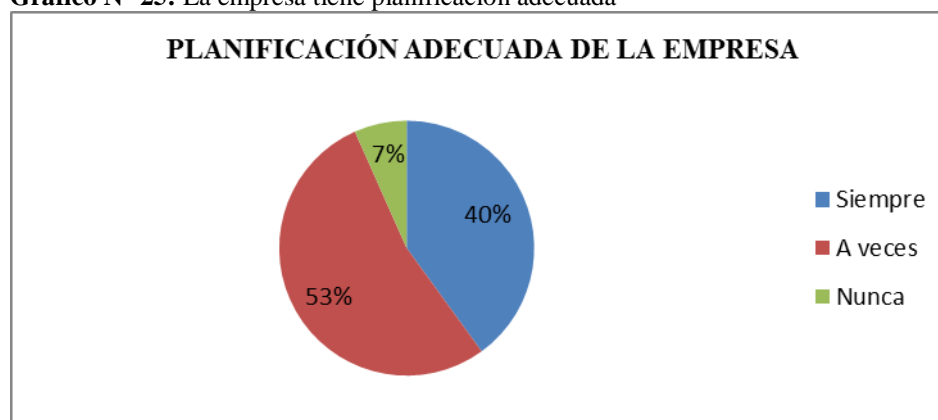
## 5. ¿Cree que en la empresa se realiza una planificación adecuada?

**Tabla N° 19:** La empresa tiene planificación adecuada

Descripción	Frecuencia	Porcentaje(%)
Siempre	6	40,0
A veces	8	53,3
Nunca	1	6,7
Total	15	100,0

**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

**Gráfico N° 25:** La empresa tiene planificación adecuada



**Fuente:** Clientes internos

**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

### Análisis e interpretación

El 53% del total del personal encuestado manifiesta que a veces se realiza la planificación en la empresa, el 40% indica que siempre y el 7% indica que nunca se realiza planificación.

La mayor parte consideran que no siempre realizan la planificación, por lo que la empresa no siempre tiene una visión de sus futuras actividades, en donde se determine los objetivos que la organización puede alcanzar para de esta manera al final de cada período poder evaluar si se está cumpliendo con la funcionalidad para el cual fue creada.

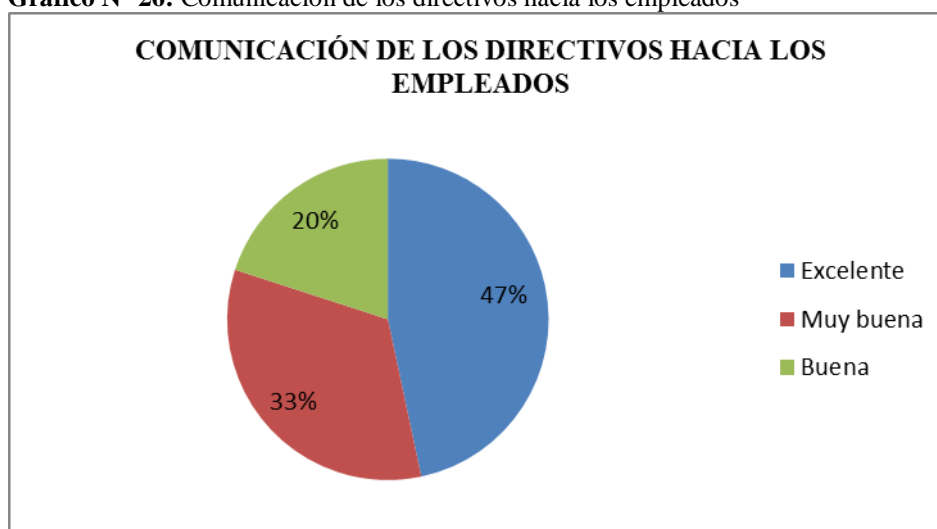
## 6. ¿Cómo le considera a la comunicación de los directivos hacia los empleados?

Tabla N° 20: Comunicación de los directivos hacia los empleados

Descripción	Frecuencia	Porcentaje(%)
Excelente	7	46,7
Muy buena	5	33,3
Buena	3	20,0
Total	15	100,0

Elaborado por: Jhosimar Manjarres

Gráfico N° 26: Comunicación de los directivos hacia los empleados



Fuente: Clientes internos

Elaborado por: Jhosimar Manjarres

### Análisis e interpretación

Del total del personal el 47% manifestaron que es excelente la comunicación de parte de los directivos hacia los empleados, el 33% muy buena y el 20% menciona que es buena.

La mayor parte del personal de la empresa consideran que la comunicación que tiene ellos con los directivos es excelente, es decir se ve que, los directivos si consideran el mejoramiento continuo de sus empleados.

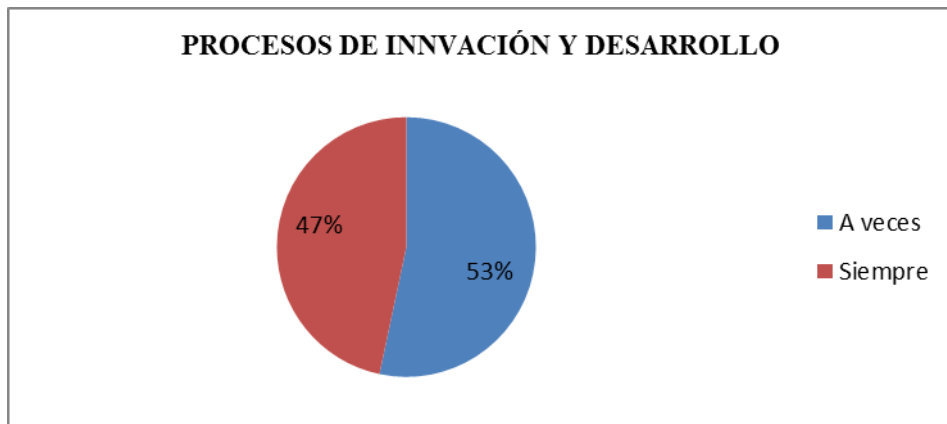
**7. ¿Considera que en la empresa se utilizan procesos de innovación de desarrollo en el producto?**

**Tabla N° 21: Procesos de innovación**

<b>Descripción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje(%)</b>
Siempre	8	53,3
A veces	7	46,7
Total	15	100,0

**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

**Gráfico N° 27: Procesos de innovación**



**Fuente:** Clientes internos

**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

**Análisis e interpretación**

El 53% del total de los encuestados mencionaron que a veces la empresa utiliza procesos de innovación de desarrollo en el producto, mientras que el 47% indica que siempre

La mayoría del personal considera que no es muy frecuente la utilización de los procesos de innovación en el desarrollo del producto, por lo que este aspecto se debe considerar en la generación de nuevos productos y servicios, porque se dirige a encontrar nuevas oportunidades en el negocio.

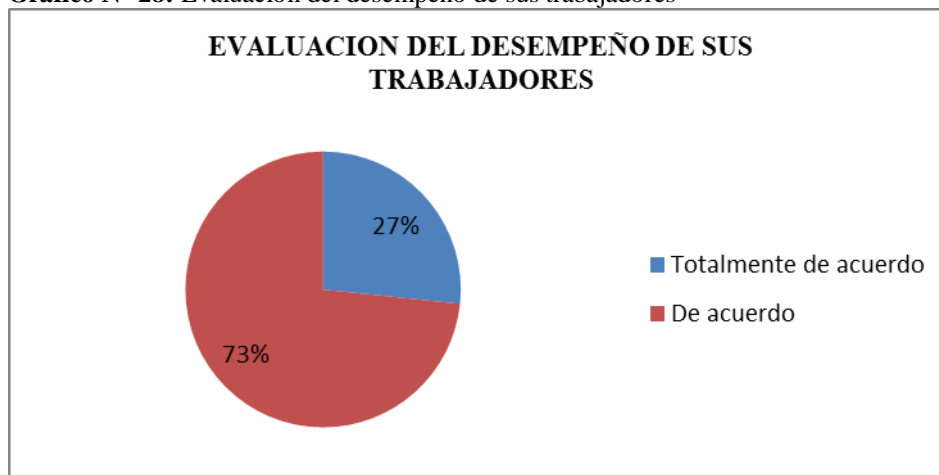
## 8. ¿Cree que la evaluación del desempeño de sus trabajadores debe realizarse en la empresa?

**Tabla N° 22:** Evaluación del desempeño de sus trabajadores

Descripción	Frecuencia	Porcentaje(%)
Totalmente de acuerdo	4	26,7
De acuerdo	11	73,3
Total	15	100,0

**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

**Gráfico N° 28:** Evaluación del desempeño de sus trabajadores



**Fuente:** Clientes internos

**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

### Análisis e interpretación

De la totalidad del personal encuestado el 73% mencionó que están de acuerdo que la evaluación del desempeño de sus trabajadores debe realizarse en la empresa y el 27% que están totalmente de acuerdo.

La mayoría de los colaboradores de la empresa consideran que se debe realizar una evaluación al desempeño del personal, por lo que se estipula que es necesario el desarrollo de la evaluación del desempeño de los recursos humanos para valorar la gestión y el rendimiento de los empleados.

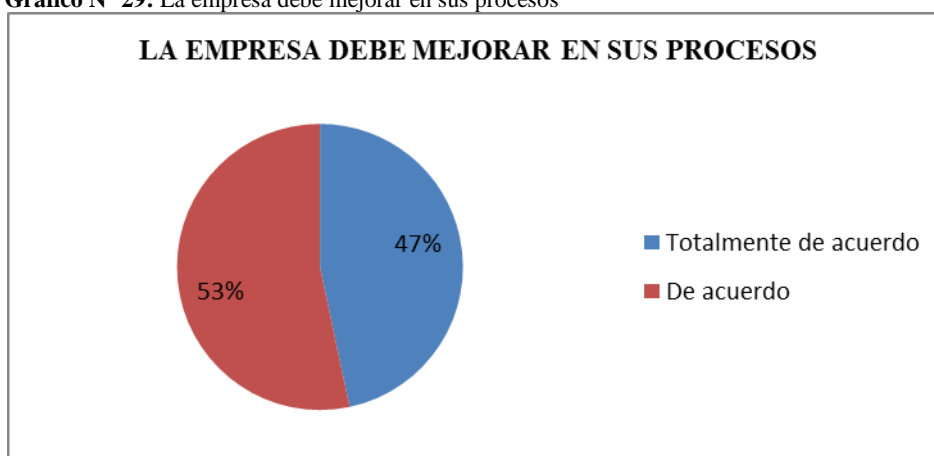
## 9¿Considera que la empresa debe mejorar en sus procesos?

**Tabla N° 23:** La empresa debe mejorar en sus procesos

Descripción	Frecuencia	Porcentaje(%)
Totalmente de acuerdo	7	46,7
De acuerdo	8	53,3
Total	15	100,0

Elaborado por: Jhosimar Manjarres

**Gráfico N° 29:** La empresa debe mejorar en sus procesos



Fuente: Clientes internos

Elaborado por: Jhosimar Manjarres

### Análisis e interpretación

Del 100% de los encuestados el 53% mencionó que están de acuerdo que la empresa debe mejorar los procesos de producción, mientras que el 47% dice estar totalmente de acuerdo.

La mayor parte de los encuestados manifiestan que es necesario mejorar los procesos de producción ya que aporta a la superación de la empresa porque se refiere a la calidad total considerando la optimización de los recursos y de igual se fortalece las capacidades que tiene el personal.

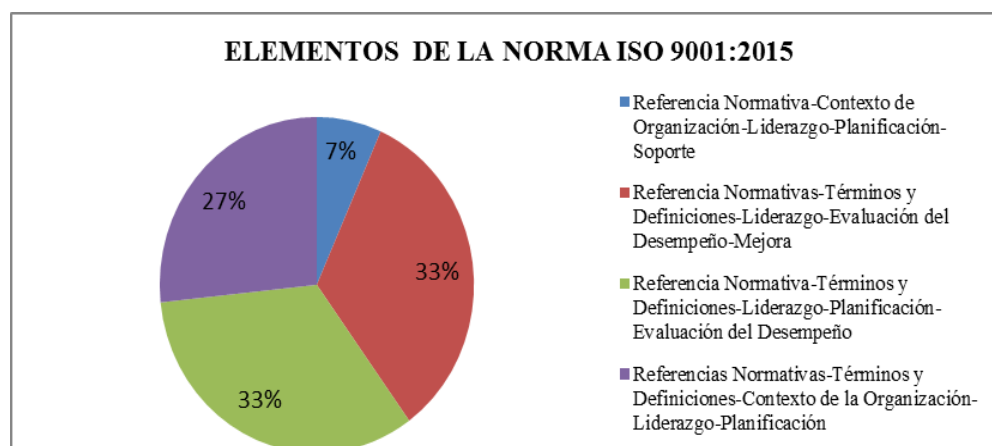
**10. De los elementos abajo señalados, por favor, indique el que Ud. conoce que forman parte de la norma ISO 9001:2015.**

**Tabla N° 24:** Elementos que conoce de la norma ISO 9001:2015

Descripción	Frecuencia	Porcentaje(%)
Referencia Normativa-Contexto de Organización-Liderazgo-Planificación-Soporte	1	6,7
Referencia Normativas-Términos y Definiciones-Liderazgo-Evaluación del Desempeño-Mejora	5	33,3
Referencia Normativa-Términos y Definiciones-Liderazgo-Planificación-Evaluación del Desempeño	5	33,3
Referencias Normativas-Términos y Definiciones-Contexto de la Organización-Liderazgo-Planificación	4	26,7
Total	15	100,0

**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

**Gráfico N° 33:** Elementos que conoce de la norma ISO 9001:2015



**Fuente:** Clientes internos

**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

**Análisis e interpretación**

Se observa que el 33% conoce la Referencia Normativas-Términos y Definiciones-Liderazgo-Evaluación del Desempeño-Mejora, el 33% indica que conoce la Referencia Normativa-Términos y Definiciones-Liderazgo-Planificación-Evaluación del Desempeño, el 27% manifiesta que conoce Referencias Normativas-Términos y Definiciones-Contexto de la Organización-Liderazgo-Planificación y el 7% conoce la Referencia Normativa-Contexto de Organización-Liderazgo-Planificación-Soporte, de acuerdo a las respuestas obtenidas es importante que los directivos de la empresa Creaciones Luigi considere que las más relevantes son la evaluación de desempeño, el liderazgo y la planificación.

## 4.2 Verificación de hipótesis

Para verificar la hipótesis se considera cuatro preguntas relacionadas con el tema en estudio las mismas que fueron realizadas a través de las encuestas a los clientes externos.

### Planteamiento de la hipótesis

**H<sub>0</sub>:** ¿Las normas de calidad ISO 9001:2015, no tiene relación con la competencia de la Empresa Creaciones Luigi de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua?

**H<sub>1</sub>:** ¿Las normas de calidad ISO 9001:2015, tiene relación con la competencia de la Empresa Creaciones Luigi de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua?

### Modelo estadístico

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

$\Sigma$ = Sumatoria

O = Frecuencia observada

E = Frecuencia esperada

$X^2$  = Chi\_Cuadrado

### Nivel de significación

El presente trabajo investigativo tendrá un nivel de confianza del 95% (0,95), por tanto un nivel de riesgo de 5% (0,05).

Se trabajó con la fórmula del chi\_Cuadrado para la verificación de la hipótesis.

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

### Zona de rechazo de la $H_0$

Grados de libertad (Gl) = (fila - 1) (columna - 1)

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

$$Gl = (4 - 1) (2 - 1)$$

$$Gl = (3) (1)$$

$$Gl = 3$$

$$X^2_t = 7.81$$

### Tabla de contingencia

Tabla N° 25: Frecuencias observadas

Tabla de contingencia	ALTERNATIVAS		
	Si	No	SUBTOTAL
P.5	50	119	169
P.6	75	94	169
P.8	80	89	169
P.9	83	86	169
<b>TOTAL</b>	288	388	676

Fuente: Encuesta de clientes externos

Elaborado por: Jhosimar Manjarres



**Tabla N° 26:** Frecuencias esperadas

Tabla de contingencia	ALTERNATIVAS		
	Preguntas	Si	No
P.5	72	97	169
P.6	72	97	169
P.8	72	97	169
P.9	72	97	169
<b>TOTAL</b>	324	388	676

**Fuente:** Encuesta de clientes externos

**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

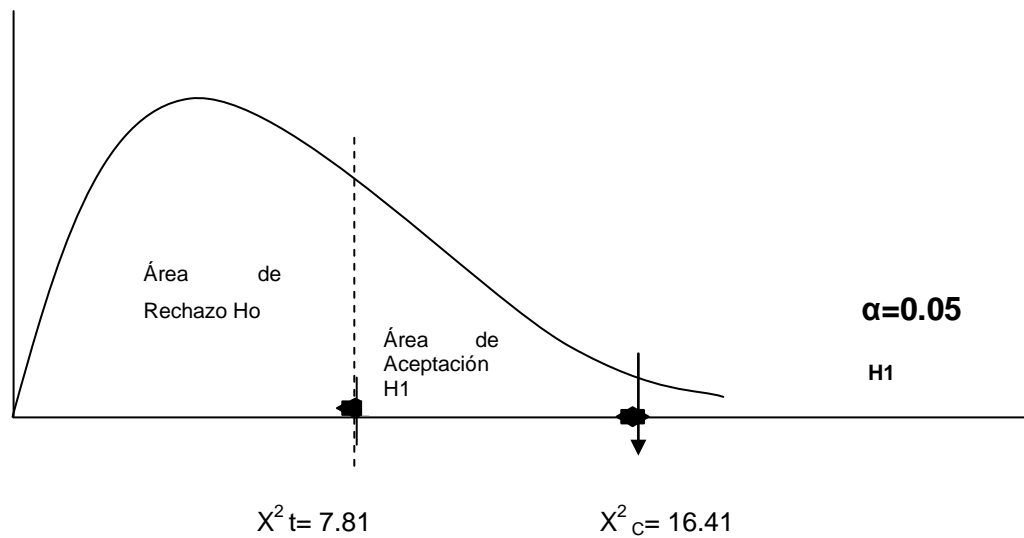
**Tabla N° 27:** Cálculo del Chi cuadrado

Observadas	Esperadas	O-E	(O-E) <sup>2</sup>	(O-E) <sup>2</sup> /E
50	72	-22	484	6.72
119	97	22	484	4.99
75	72	3	9	0.13
94	97	-3	9	0.09
80	72	8	64	0.89
89	97	-8	64	0.66
83	72	11	121	1.68
86	97	-11	121	1.25
<b>X<sup>2</sup>C=</b>				<b>16.41</b>

**Fuente:** Encuesta de clientes externos

**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

**Gráfico N° 30:** Campana de Gauss



**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

## **Validación del chi cuadrado**

### **Conclusión**

El valor de  $X^2_c$  es de 16.41 > (mayor) que  $X^2_t$  7.81 entonces de esta manera se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula, la misma que dice lo siguiente:

**H<sub>1</sub>:** Las normas de calidad ISO 9001:2015, tiene relación con la competencia de la Empresa Creaciones Luigi de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua.

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1. Conclusiones**

- En la empresa “Creaciones Luigi” no siempre se realiza una planificación de los procesos de producción, de igual manera solo a veces se gestiona los procesos es decir que no se da mayor importancia al sistema de gestión de la calidad de los productos y servicios, con esto se puede terminar que la organización de la empresa no es eficiente y por ende los procesos de producción no se está aplicando los tiempos adecuados ni utilizando la cantidad necesaria de los insumos.
- En lo que respecta a la competencia de la empresa se evidencia que no están realizando ninguna actividad para que pueda enfrentar a las diversas empresas quienes realizan las mismas actividades que “Creaciones Luigi”, esto limita a que la empresa compita con las demás e incremente el volumen de las ventas diarias.

- De acuerdo a los resultados obtenidos se puede considerar que en “Creaciones Luigi” es necesario optimizar los procesos de producción para de esta manera aportar al mejoramiento de la calidad del producto y así la empresa pueda competir con las demás.

## **5.2 Recomendaciones**

- Aplicar normas de calidad y dar mayor relevancia a la gestión de calidad en los procesos para que la empresa tenga la capacidad de brindar un producto y servicio de alta calidad ya que la gestión de la calidad es una herramienta de apoyo que garantiza la satisfacción del cliente, debido a que la satisfacción de ellos es difícil de medir e identificar.
- Es necesario que la empresa “Creaciones Luigi” practique la efectividad y eficacia como una estrategia para obtener los mejores resultados para que pueda subsistir en el ambiente en el cual se inserta, para de esta manera mantener y desarrollar las ventajas comparativas. Realizar un estudio con respecto a la competencia en los precios, porque si se quiere que la calidad del producto se aumente hay que tomar en cuenta la calidad de la materia prima, de los materiales, es decir de todos los insumos que se utilizan en el proceso de producción.
- Se sugiere diseñar un Modelo de Mejora Continua del Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001: 2015, para maximizar la producción y mejorar la participación en el mercado de la Empresa Creaciones Luigi de la Ciudad de Ambato, para que la mencionada empresa pueda guiarse al momento de realizar sus operaciones ya sea de servicio como la de producción y mediante la aplicación de un plan se pueda realizar sus actividades de manera sistemática y se pueda también optimizar el tiempo y los recursos que se utilice para la elaboración del producto.

## **CAPÍTULO VI**

### **6.1. Datos Informativos**

#### **6.1.1. Título**

**Tema:** “Modelo de Mejora Continua del Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001: 2015, para maximizar la producción y mejorar la participación en el mercado de la Empresa Creaciones Luigi de la Ciudad de Ambato”

#### **6.1.2. Institución ejecutora**

Nombre de la Institución: Empresa Creaciones Luigi

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

#### **6.1.3 Ubicación**

Dirección: Dolorosa en las Calles Antizana y Caríhuayraza, en la Ciudad de Ambato.

Teléfono: 0992543989

#### **6.1.4 Tiempo estimado para la ejecución**

Fecha de inicio: Enero 2015  
Fecha estimado de finalización: Septiembre 2015

#### **6.1.5. Responsables**

El equipo responsable de ejecutar la propuesta se conforma de la siguiente manera.

Gerente general  
Jefe de producción  
Operarios

#### **6.1.6. Costo**

Esta estimado un valor de \$ 2700.00 dólares americanos.

### **6.2. Antecedentes de la Propuesta**

En función de lo investigado la empresa de Creaciones Luigi no cuenta con un adecuado control de calidad, para la toma de decisiones por parte de la gerencia, con la cual pueda mejorar la producción.

La relación que existe entre la cadena de producción y su participación en el mercado están estrechamente vinculados, siendo este el motivo por el cual el personal que labora en la empresa no se encuentran bien capacitado en el manejo de la maquinaria impidiendo así maximizar la producción y el desarrollo de la empresa.

En una investigación realizada se verifica que la empresa no realiza un control y seguimiento de las actividades de los empleados por tal motivo existe un deficiente control en la cadena de producción; por tanto se aplicara pasos a seguir con un modelo de Mejora Continua del Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001: 2015, los cuales

deben ayudar a mantenerse en el mercado a la empresa, mediante la información y el estímulo a los clientes externos a la compra constante de nuestros productos.

La empresa tiene sus inicios en el año 1989, (25 años atrás), los señores LUIS MANJARRES Y MARIA ELENA STACEY, decidieron iniciar con un negocio de confección, al mismo que lo denominan Creaciones Luigi, como apenas iniciaba su capital no era grande, por lo que empiezan sus actividades con una maquina recta y una zigzag , tenían un empleado que hacía de todo desde portero hasta empacador, así fue como empezó la ahora empresa calificada por la junta general de artesanos, que cuenta con talleres localizados en Alobamba y Pasa, cada uno de estos muy bien equipados y con mano de obra capaz. Sus productos los distribuye en la ciudad de Ambato, Latacunga y Riobamba.

La empresa no cuenta con una norma de calidad que garantice los productos y procesos realizados dentro de la misma, por lo que sería importante que se implemente normas de calidad para así garantizar un producto de calidad tanto final como en los procesos.

### **6.3 Justificación**

La empresa Creaciones Luigi de la Ciudad de Ambato busca una diferenciación en el área de producción con sus clientes cumpliendo las expectativas que pretendan garantizar la confiabilidad del producto y su debido proceso.

Para lo cual la empresa realiza un exhaustivo control en la cadena de producción durante todo el proceso productivo para mejorar la presentación e imagen del producto ofertado.

Por ello el propósito central de este proyecto de investigación es realizar una propuesta para implementar a futuro un modelo de Mejora Continua del Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001: 2015, que permita a la empresa definir una estructura organizativa, mejorar los procesos, procedimientos y los métodos necesarios para mejorar su

participación en el mercado corrigiendo las ineficiencias, mejorando la eficiencia y reduciendo costos.

La finalidad de la empresa creaciones Luigi, consiste en elaborar productos confiables desde el punto de vista de calidad, con buena presentación, que agraden a los consumidores y a precios de acuerdo al mercado y que satisfagan las necesidades de los clientes. De esta forma se garantiza la permanencia y su participación en el mercado, se optimizan las condiciones de competencia y se facilita el aumento en las ventas.

Para lograr estos objetivos es imprescindible poner en marcha un modelo de Mejora Continua del Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001: 2015 de forma que, celosamente, dentro de una metodología de trabajo, permita establecer procedimientos ordenados, que controlen las condiciones sanitarias ambientales, las materias primas, así como las desviaciones de los estándares de producción predeterminados, con el propósito de cumplir con los objetivos y metas de la empresa.

## **6.4. Objetivos**

### **6.4.1. General**

- Diseñar un modelo de producción basado en el modelo de Mejora Continua del Sistema de gestión de Calidad ISO 9001: 2015, para maximizar la producción y mejorar la participación en el mercado de la empresa Creaciones Luigi.

### **6.4.2. Específicos**

- Establecer políticas de Calidad para la empresa Creaciones Luigi.
- Realizar un Diagnóstico del sistema de producción en la empresa Creaciones Luigi en base a la norma ISO 9001:2015.



- Elaborar el Modelo de Gestión basado en el Modelo de Mejora Continua del Sistema de Gestión de la Calidad Norma ISO 9001:2015, para la producción y mejorar la participación en el mercado y el Rediseño de la distribución de la planta de producción de la empresa Creaciones Luigi.

## **6.5. Análisis de factibilidad**

Esta propuesta es factible porque permite mejorar la producción de la empresa Creaciones Luigi mediante un sistema de calidad.

### **Factibilidad organizacional**

La empresa Creaciones Luigi de la ciudad de Ambato mantiene una estructura organizacional que facilita las relaciones entre todos los empleados y empleadores, y así alcanzar resultados de calidad y dando su máximo apoyo a los diferentes recursos encontrados en la empresa logrando un trabajo eficiente y coordinado entre todos los que son parte del talento humano de la empresa.

### **Factibilidad del talento humano**

Este estudio ayuda para que la empresa conjuntamente con los empleados lleguen a conocer sobre el control de calidad y ayuda al desarrollo, ejecución y evaluación de esta propuesta, gracias al apoyo de los trabajadores será posible que se dé un cumplimiento de los objetivos propuestos.

### **Factibilidad socio cultural**

La calidad una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que la misma sea comparada con cualquier otra de su misma especie en la actividad de que se realiza como empresa de elaboración de camisas, camisetas y en ámbito socio – cultural esta

produce y se determina porque tendrá un claro enfoque en el cliente, la gestión de procesos es la parte fundamental para generar resultados positivos y así contribuir al desarrollo de la empresa de esta manera se genera una pertenencia entre toda la sociedad que está siendo parte de la empresa e involucrando a procesos más cercanos con los clientes.

### **Factibilidad financiera**

Se cuenta con el apoyo económico y financiero de la empresa Creaciones Luigi de la ciudad de Ambato de la parroquia Pasa de la provincia Tungurahua y para la presente propuesta, lo que facilita es de una u otra manera mejorar los procesos y procedimientos.

### **6.6. Fundamentación Teórica**

Según la Norma ISO 9001: 2015 menciona que 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 determinar y gestionar numerosas actividades relacionadas entre sí. Una actividad o un conjunto de actividades 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 (Norma Internacional ISO 9001:2008)

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 para producir el

resultado deseado, puede denominarse como "enfoque basado en procesos"(Norma Internacional ISO 9001:2008).

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,

NOTA De manera adicional, puede aplicarse a todos los procesos la metodología conocida como "Planificar-Hacer-Verificar-Actuar" (PHVA). PHVA puede describirse brevemente como: (Norma Internacional ISO 9001:2008).

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

**Hacer:** implementa los procesos.

**Verificar:** realiza 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:** toma acciones para mejorar continuamente el desempeño de los procesos.

Según (Ruiz López, 2004). La Gestión por la Calidad Total en la empresa moderna.

El modelo propuesto por Deming parte de la base del “Principio de la relación en Cadena de Producción” que señala que la Calidad y Productividad son compatibles. A través de una mejora constante en la Cadena de producción y la Calidad del producto en el largo plazo se puede llegar a mejorar la participación en el mercado desplazando e los competidores con un producto de mejor calidad y en menor costo. La mejora constante en la calidad hace decrecer los costos porque se elimina menos retroalimentación, menos equivocaciones, menos retrasos en la producción, se utiliza de mejor manera el tiempo, maquinaria y los materiales.

### **Ventajas del ciclo Deming**

- Hay una rutina diaria de administración del individuo y/o el equipo
- Es un proceso que soluciona problemas
- Gestión de proyecto
- Desarrollo continuo
- Desarrollo del vendedor
- Desarrollo de recursos humanos
- Desarrollo de productos nuevos
- Ensayos de procesos
- Se concentra el esfuerzo en ámbitos organizativos y de procedimientos puntuales.
- Consiguen mejoras en un corto plazo y resultados visibles
- Si existe reducción de productos defectuosos, trae como consecuencia una reducción en los costos, como resultado de un consumo menor de materias primas.
- Incrementa la productividad y dirige a la organización hacia la competitividad, lo cual es de vital importancia para las actuales organizaciones.
- Contribuye a la adaptación de los procesos a los avances tecnológicos.

- Permite eliminar procesos repetitivos.

### **Fases del PHCA consideraciones generales**

- Analiza los datos y verifica los resultados.
- Se centra en todas prioridades.
- Investiga las causas.
- Aplica la estadística.
- Se orienta a la prevención no al remedio.

### **Sistemas de control de calidad**

(Lester, Harry, Norbert, & Mottley, 2000, pág. 25) Se refiere a un sistema organizativo por medio del cual la producción se ajustará a unos parámetros específicos que definen la calidad del producto o servicio. Resulta adecuado examinar con más detalle la naturaleza de la calidad y del control.

### **Calidad**

(Lester, Harry, Norbert, & Mottley, 2000, pág. 25) Al evaluar las características del producto fabricado, el término calidad se utiliza para indicar el nivel de comportamiento del producto. Generalmente, el comportamiento deseado se mide en términos de los requisitos especificados.

### **Los 4 pasos del Ciclo Deming**

Una de las principales herramientas para la mejora continua en las empresas es el ya conocido por todos y poco aplicado Ciclo Deming o también nombrado ciclo **PHVA** (planear, hacer, verificar y actuar).

Sin embargo los japoneses fueron los encargados de darlo a conocer al mundo, nombrándolo así en honor al Dr. William Edwards Deming.

Gráfico N°31: La Rueda de Deming



Fuente: "Rueda de Deming"

Elaborado por: Jhosimar Manjarres

El **ciclo Deming** es utilizado entre otras cosas para la mejora continua de la calidad dentro de una empresa y consiste en cuatro pasos: **Planear, Hacer, Verificar y Actuar**. Dentro de cada uno de los pasos podemos identificar algunas actividades a llevar a cabo, a continuación le sirvan de guía:

## 6.7 Metodología del Modelo Operativo

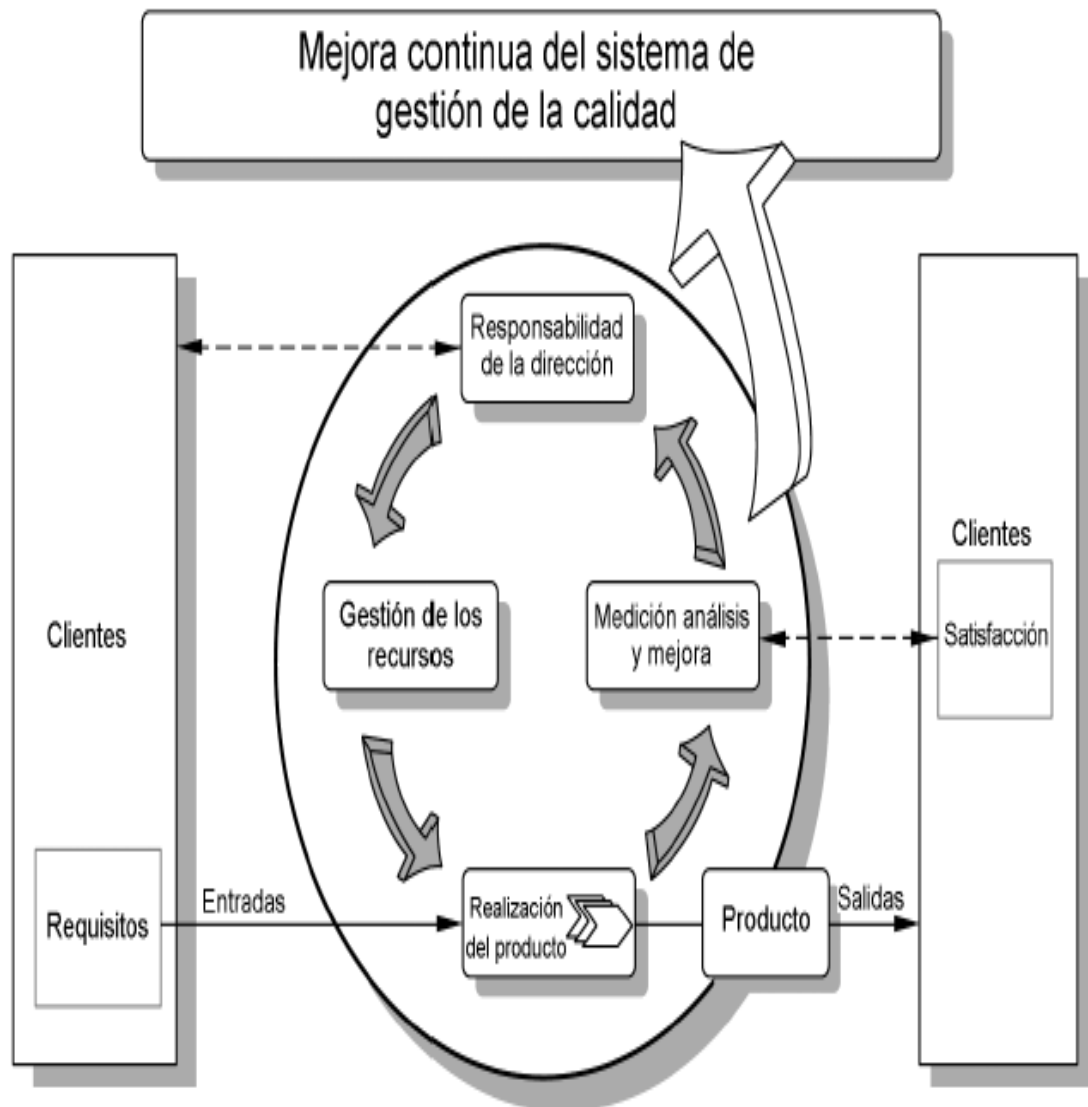
Tabla N° 28: Modelo Operativo

Fases	Actividades	Recursos	Responsable	Tiempo de Ejecución
<b>Fase I: Establecer</b>	Establecer la misión y visión de la Empresa Creaciones Luigi, políticas de calidad. Objetivos de la empresa. Estructura Organizacional	Información entregada por la Empresa Creaciones Luigi.	Investigador	Una semana
<b>Fase II: Diagnóstico</b>	Realizar un Diagnóstico y del sistema de producción de la Empresa Creaciones Luigi. Constituir un sistema de producción actual para la Empresa de Creaciones Luigi de acuerdo a la ISO 9001:2015.	ISO 9001:2015.	Investigador	Una semana
<b>Fase III: Diseño y Rediseño</b>	Implementar el Modelo de Mejora Continua del Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001:2015, para maximizar la producción y mejorar la participación en el mercado y el Rediseño de la planta de producción de la Empresa Creaciones Luigi.	Modelo basado en la Norma ISO 9001: 2015.	Investigador	Un mes

Elaborado por: Jhosimar Manjarres.

## Desarrollo de la propuesta

**Gráfico N° 32:** Modelo del sistema de Gestión de la calidad basado en procesos



### Leyenda

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

**Fuente:** (Norma Internacional ISO 9001:2015)

**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres.



## **Fase I:**

### **Misión**

Somos una empresa textil dedicadas a producir y comercializar camisas de caballeros, trabajando con materia prima de calidad y actuando con responsabilidad social, con la finalidad de satisfacer las expectativas de nuestros clientes y contribuir al desarrollo económico de nuestro país.

### **Visión**

Ser una empresa líder y reconocida a nivel nacional, creativa e innovadora que se distinga por ofrecer camisas de alta calidad y a mejores precios, basándose en la responsabilidad social, el respeto, la dignidad humana, y el compromiso para de esta manera obtener un alto grado de confianza por parte de nuestros clientes.

### **Valores**

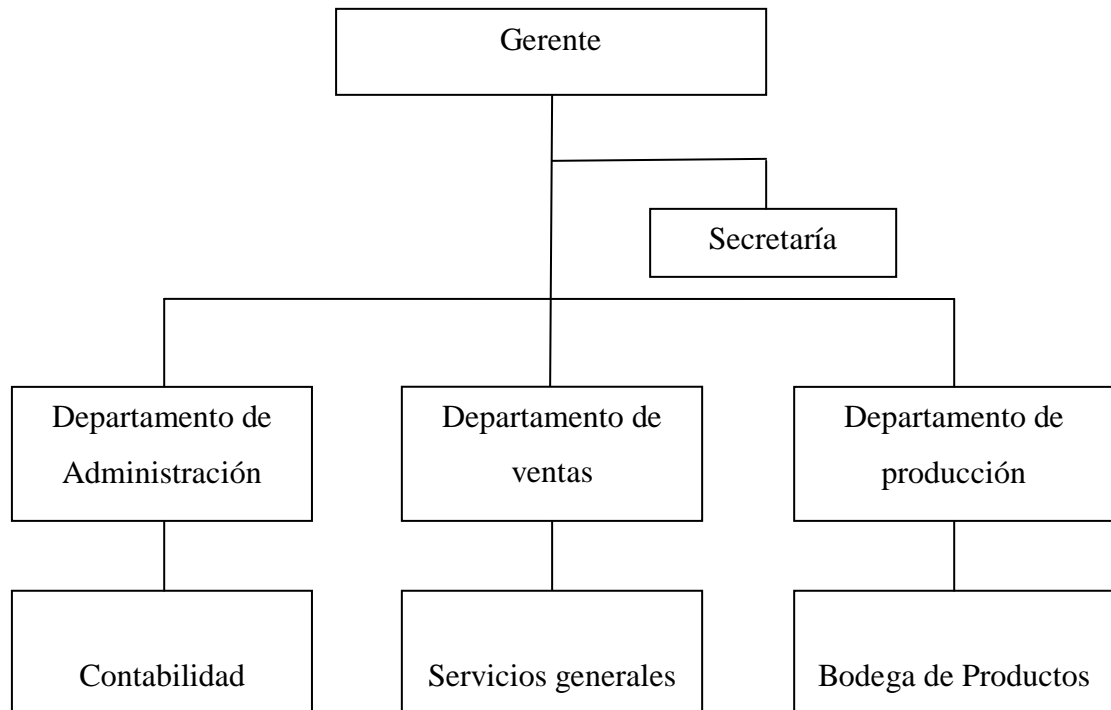
- Trabajo en equipo
- Desarrollo intelectual
- Espíritu de servicio
- Respeto
- Buen uso de tiempo
- Respeto al medio ambiente
- Mejora continua.

### **Objetivos Organizacionales**

- Identificar y priorizar las partes de la empresa Creaciones Luigi
- Mejorar las condiciones de seguridad y salud ocupacional
- Mejorar la productividad en base a un modelo de calidad de la producción

## Organigrama Estructural de la Empresa Creaciones Luigi

Grafica N° 33: Organigrama Estructural de la Empresa” Creaciones Luigi”



**Fuente:** Creaciones Luigi

**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

————— Línea de Autoridad

□ Autoridad

□ Administrativo – Auxiliar o de Apoyo

□ Operativo

## **Funciones de los Departamentos**

### **Gerencia**

- Supervisar y controlar los estados financieros
- Supervisar la compra de materia prima
- Contratar al personal de la empresa
- Coordinar las actividades de la empresa

### **Departamento Administrativo**

- Realizar las compras de materia prima
- Pagar a los proveedores
- Verificar los pedidos de los clientes
- Realizar la entrega de los productos
- Controlar al personal de limpieza
- Controlar a los vendedores
- Realizar el informe mensual de la compras

### **Departamento de producción**

- Recibir y realizar los pedidos
- Verificar el estado de las máquinas y equipos
- Controlar la bodega de productos terminados y en proceso

### **Secretaría**



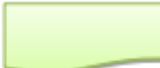




- Archivar los documentos de Gerencia
- Entregar comunicaciones internas a los departamentos
- Coordinar las actividades que planifique la Gerencia

## **Políticas institucionales**

- Conciencia de un trabajo individual y de equipo, libre de errores.
- Polifuncionalidad, asumiendo responsablemente las funciones que demande cumplir un Servicio de calidad.
- Identificación, como sentido de relación y pertenencia con la empresa.
- Creatividad de servicio al cliente.
- Genuino espíritu de servicio como factor cultural.
- Conocimiento pleno de las responsabilidades que el puesto implica.
- Seguridad absoluta en la manipulación de los productos.
- Poseer un sistema de constante mantenimiento de máquina.
- Mantener y actualizar la base de datos de los clientes externos de la empresa.
- Fomentar la cultura de Información personalizada que debe brindar el cliente interno al cliente externo.
- Poseer un personal especializado en supervisión de la producción.
- Contratar constantemente el servicio de publicidad para mantenernos en la mente del mercado.
- Fomentar la cultura de Información personalizada que debe brindar el cliente interno al cliente externo.
- Permanecer en constantes investigación de las nuevas tendencias en la demanda.
- Producir bajo un estudio técnico de demanda y recursos

**Fase II:**

**Tabla N° 29:** Símbolos de las normas ISO 9001:2015 para elaborar diagrama de flujo

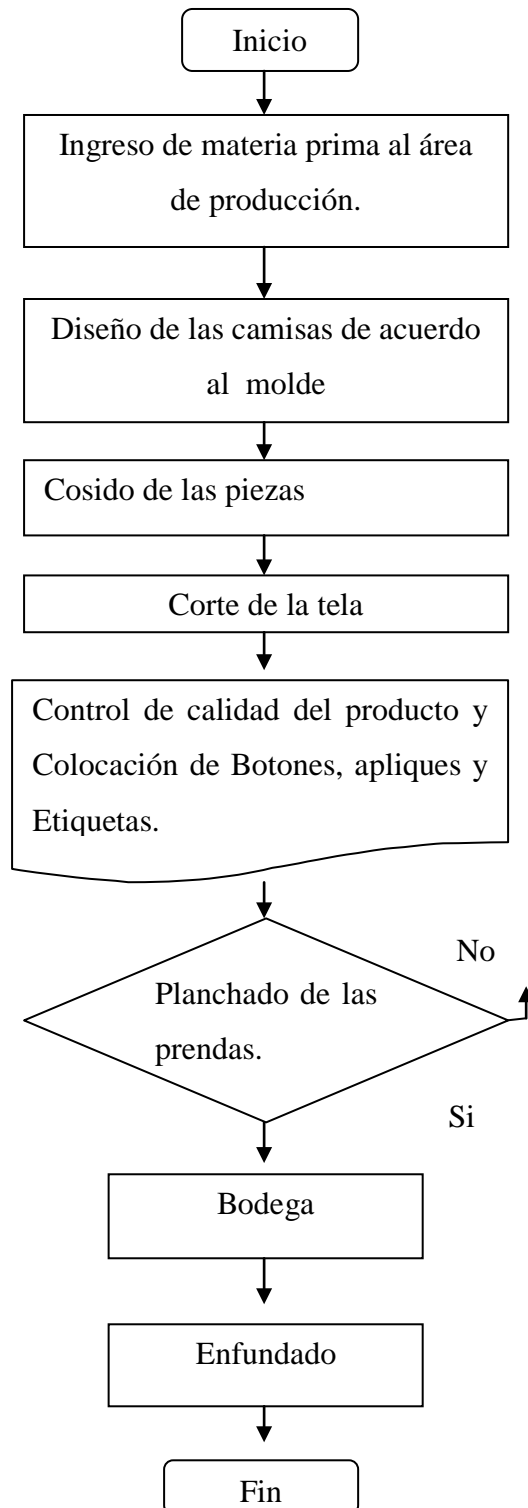
NOMBRE	SÍMBOLO	FUNCIÓN
INICIO O TÉRMINO		Indica el principio o el fin de un flujo. Puede ser acción o lugar.
ACTIVIDAD		Describe las funciones que desempeñan las personas involucradas en el procedimiento.
DOCUMENTO		Représenla cualquier documento que entre, se utilice se genere o salga del procedimiento.
DECISION O ALTERNATIVA		Indica un punto dentro del flujo en donde se debe tomar una decisión entre dos o más opciones.
ARCHIVO		Indica que se guarde un documento en forma temporal o permanente.
CONECTOR DE PÁGINA		Representa un enlace con otra hoja diferente, en la que continúa el diagrama de flujo.
CONECTOR		Representa una conexión o enlace de una parte del diagrama de flujo con otra parte.

**Fuente:** Libro Gestión de la calidad en los servicios ISO 9001:2008 (Vergara & Fontalvo, 2010, pág. 78)

**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

El proceso de producción de camisas se realiza en función a las siguientes etapas.

**Gráfico N° 34:** Procesos de Producción



**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

### **Fase III**

#### **Modelo de Mejora Continua del Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001:2015, para la Empresa Creaciones Luigi.**

El modelo de la ISO 9001:2015, es una de las herramientas vitales para asegurar el mejoramiento continuo, la idea consiste en crear eficiencia y efectividad en la producción en todos y cada uno de los procesos a través del trabajo en equipo y el intercambio de experiencias y conocimientos así como el apoyo recíproco.

Todo ello para el estudio y resolución de problemas que afecten el adecuado desempeño y la calidad en el área de trabajo, proponiendo ideas y alternativas con un enfoque de mejora continua.

#### **Planificar**

Significa que se va a estudiar la situación actual.

La empresa “Creaciones Luigi”, no cuenta con un modelo de Calidad, las actividades se están realizando de forma empírica.

Para tanto la empresa ha planificado elaborar un Modelo de Mejora Continua de Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001:2015.

Para su diseño ya ha tenido la aprobación y la firma del Gerente de la empresa “Creaciones Luigi”

La planificación para realizar esta actividad, fue establecida en el mes de Julio del presente año.

**Tabla N° 30: Planificar**

<b>PASO 1</b>	<b>PLANIFICAR</b>							
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>		<b>PRESUPUESTO</b>	<b>RESPONSABLES</b>	<b>2015</b>			
	<b>HUMANOS</b>	<b>MATERIALES</b>			<b>JUL</b>	<b>AGOS</b>	<b>SEPT</b>	<b>OCT</b>
Elaborar el modelo de mejoramiento continuo	investigador del proyecto	computador, papel Esferos, carpetas	\$ 50,00	Jhosimar Manjarres				
Aprobación del modelo	Asamblea General de la empresa creaciones Luigi.			Jhosimar Manjarres				
Firma el gerente producción	investigador del proyecto			Jhosimar Manjarres				
<b>Total:</b>			<b>\$ 50,00</b>					

Fuente: Propia

Elaborado por: Jhosimar Manjarres



## **Hacer**

Significa ejecutar el plan

La empresa “Creaciones Luigi”, ha realizado:

- La misión
- Visión
- Valores
- Objetivos organizacionales
- Estructura organizacional
- Políticas
- Diseño del proceso de producción a través de la simbología de la Norma ISO 9001:2008.
- Rediseño de la Planta de producción de la empresa “Creaciones Luigi”

Las actividades mencionadas, ya han sido realizadas por el investigador del proyecto, en las dos fases anteriores.

A continuación se va a capacitar a los trabajadores de la empresa, la misma que va a estar a cargo del investigador de proyectos, se va a llevar a cabo en el mes de agosto, con un costo aproximadamente de \$80 dólares.

Se va a realizar la conformación del equipo para la implementación del modelo, el responsable será el gerente de la empresa “Creaciones Luigi”

**Tabla N°31: Hacer**

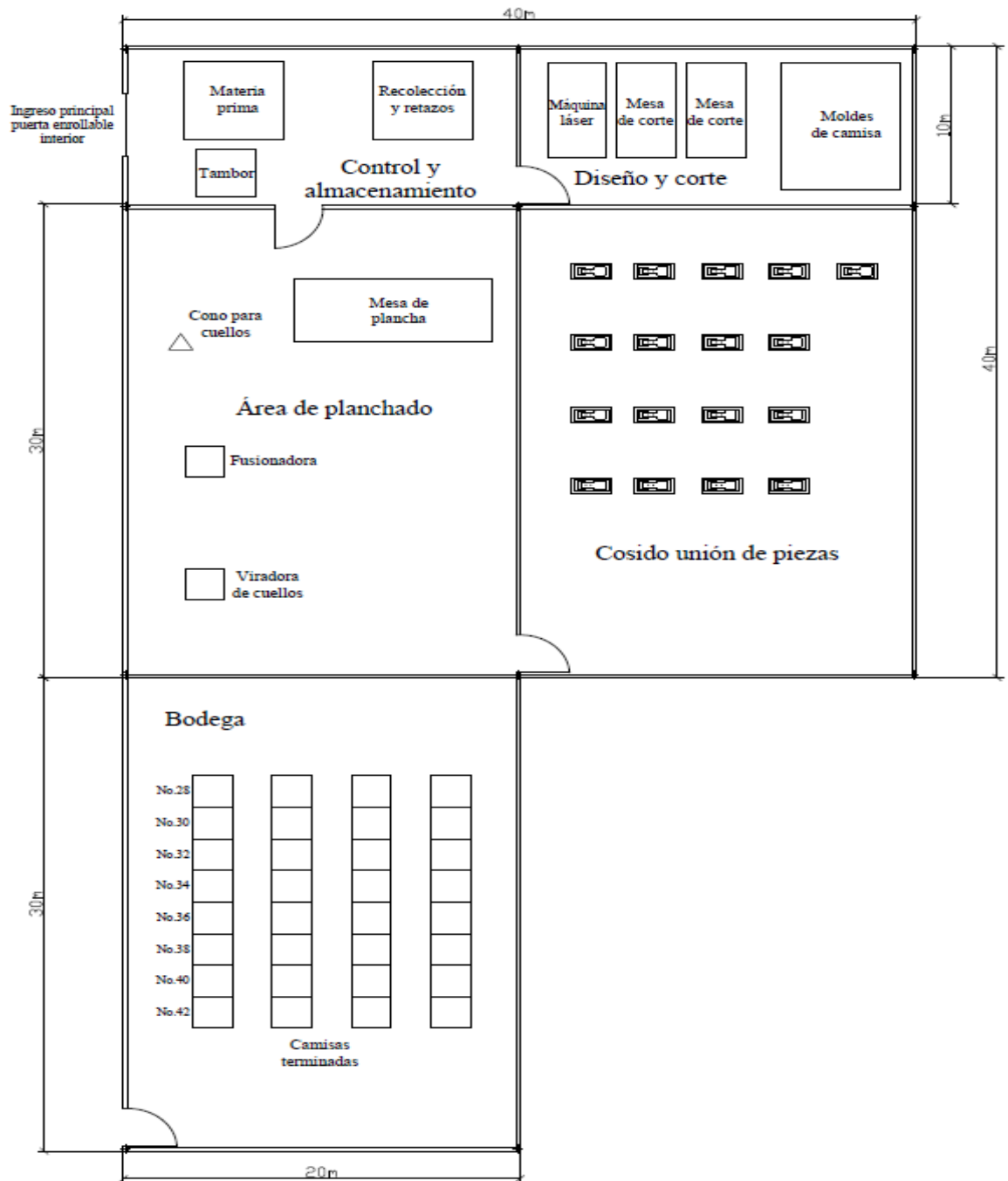
<b>PASO 2</b>	<b>HACER</b>							
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>		<b>PRESUPUESTO</b>	<b>RESPONSABLES</b>	<b>2015</b>			
	<b>HUMANOS</b>	<b>MATERIALES</b>			<b>JUL</b>	<b>AGOS</b>	<b>SEP</b>	<b>OCT</b>
Capacitar a los trabajadores de producción	investigador del proyecto	computador, papel Esferos, carpetas impr. informativos	\$ 80,00	Jhosimar Manjarres				
Conformación del equipo para la implementación	Gerente de la empresa Luigi creaciones	Papel boom, Esferos correctores, lápices Borrada, calculad.	\$ 60,00	Jhosimar Manjarres				
Evaluación y Selección de trabajo. Manejo de maquinas	investigador del proyecto	Papel boom, Esferos carpetas, internet Transporte, maquinaria	\$ 200,00	Jhosimar Manjarres				
<b>Total:</b>			<b>\$ 340,00</b>					

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

## Rediseño de la Planta de producción de la Empresa “Creaciones Luigi”

Gráfico 35: Rediseño de la Planta de producción



Fuente: Propia

Elaborado por: Jhosimar Manjarres

## **Verificar**

Significa ver o confirmar si se ha producido la mejoría deseada.

La Empresa Creaciones Luigi, va a revisar si las actividades de están desarrollando de manera planificada, el responsable será el investigador del proyecto.

Para verificar, se va aplicar indicadores de producción, control e índices de procesos, el mismo que se va a llevar a cabo en el mes de septiembre del presente año.

El objetivo de verificar el cumplimiento del modelo, en la empresa “Creaciones Luigi” es para:

- Aumento de la productividad
- Mejoras en la calidad de procesos
- Reducción en los tiempos de fabricación
- Mejora el manejo y control de la producción
- Mejora los servicios a los clientes
- Desarrolla el concepto de responsabilidad.

**Tabla N° 32: Verificar**

<b>PASO 3</b>	<b>VERIFICAR</b>							
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>		<b>PRESUPUESTO</b>	<b>RESPONSABLES</b>	<b>2015</b>			
	<b>HUMANOS</b>	<b>MATERIALES</b>			<b>JUL</b>	<b>AGOS</b>	<b>SEP</b>	<b>OCT</b>
Revisar si las actividades se están desarrollando de manera planificada	investigador del proyecto	computador, papel Esferos, carpetas	\$ 100,00	Jhosimar Manjarres				
Aplicación de los Indicé. desempeño y de productividad	Gerente de La empresa creaciones Luigi			Jhosimar Manjarres				
<b>Total:</b>			<b>\$ 100,00</b>					

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

**Indicadores para mejorar la producción en la empresa “Creaciones Luigi”**

**Tabla N° 33:** Indicadores de Productividad

<b>Indicador</b>	<b>Formula</b>	<b>Tiempo de Medición</b>	<b>Responsable</b>	<b>Registro</b>
<b>Productividad de maquinaria</b>	$\frac{\text{Producción Nueva} - \text{producción Anterior}}{\text{Producción anterior}} \times 100$	Diario	Operarios	Hoja de control de maquinaria
<b>Producción de materia prima</b>	$\frac{\text{Producción Nueva} - \text{producción anterior}}{\text{Producción anterior}} \times 100$	Diario	Operarios	Hoja de control de materia prima
<b>Productividad de Mano de obra</b>	$\frac{\text{Producción Nueva} - \text{producción anterior}}{\text{Producción anterior}} \times 100$	Diario	Operarios	Control de ingreso

Fuente: Propia

Elaborado por: Jhosimar Manjarres

**Tabla N° 34: Índice de Procesos**

Indicador	Formula	Tiempo de Medición	Responsable	Registro
Índice de producción de la mano de obra	$\frac{\text{Unidades producidas}}{\text{Horas mano de obra}}$	Diario	Operarios	Hoja de producción
Índice de producción de las maquinas	$\frac{\text{Unidades producidas}}{\text{Rendimiento de maquinas}}$	Diario	Supervisor de control	Hoja de control de mantenimiento
Índice de producción materia prima	$\frac{\text{Unidades producidas}}{\text{Materia prima utilizada}}$	Diario	Bodeguero materia prima	Registro de consumos
Índice de producción factor total	$\frac{\text{Producción neta}}{\text{Mano de obra + capital}}$	Diario	Jefe De Producción	Control de Tiempo Productivo

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

**Tabla N° 35:** Indicador de Control

Indicador	Formula	Tiempo de Medición	Responsable	Registro
Nivel de cumplimiento de proveedores	$\frac{\text{Pedidos Rvd. fuera tiempo}}{\text{Total pedidos recibidos}} \times 100$	Diario	Ejecutivo de Ventas	Hoja de Ruta
Cumplimiento entrega a clientes	$\frac{\text{T. P. no entregados a tiempo}}{\text{Total de pedidos despachados}}$	Diario	Bodeguero	Facturación
Índice productividad total	$\frac{\text{Producción total}}{\text{Suma factores insumo}}$	Semanal	Gerente Producción	Registro De Con Sumos

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres



## **Actuar**

Significa institucionalizar el mejoramiento como una nueva práctica para mejorarse, o sea estandarizar.

No puede haber mejoramiento donde no hay estándares, tan pronto como se hace el mejoramiento se convierte en un estándar que será refutado con nuevos planes para más mejoramientos.

La empresa “Creaciones Luigi” en el mes de octubre del presente año aplicara el modelo de Mejora Continua del Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001: 2015.

El objetivo es aplicar el modelo a los trabajadores de producción, el responsable de actuar en esta actividad es el investigador del proyecto.

Por lo tanto la Empresa “Creaciones Luigi”, pretende brindar un producto de calidad, enfocándose a satisfacer las necesidades de cliente y al mismo tiempo aplicar nuevas mejoras si se van detectando nuevos errores.

**Tabla N° 36: Actuar**

<b>PASO 4</b>		<b>ACTUAR</b>							
<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSOS</b>		<b>PRESUPUESTO</b>	<b>RESPONSABLES</b>	<b>2015</b>				
	<b>HUMANOS</b>	<b>MATERIALES</b>			<b>JUL</b>	<b>AGOS</b>	<b>SEP</b>	<b>OCT</b>	
Aplicación a los trabajadores de producción	investigador del proyecto	computador, papel Esferos, carpetas	\$ 500,00	Jhosimar Manjarres					
Aplicar nuevas mejoras si se va detectando errores	investigador del proyecto			Jhosimar Manjarres					
Documentar el proceso	investigador del proyecto			Jhosimar Manjarres					
<b>Total:</b>			<b>\$ 500,00</b>						

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** Jhosimar Manjarres

## 6.8 Administración de la propuesta

El cumplimiento de la propuesta tiene responsables que son los propietarios de la empresa Creaciones Luigi, el investigador como parte de la empresa, para evaluar la misma.

### Previsión de la Evaluación

La propuesta se debe efectuar considerando los siguientes aspectos:

**Tabla N° 37:** Previsión de la Evaluación

<b>PREGUNTAS BASICA</b>	<b>EXPLICACION</b>
<b>¿Quién necesitan evaluar?</b>	Los propietarios de la empresa
<b>¿Por qué evaluar?</b>	Para verificar la aplicabilidad de la propuesta
<b>¿Para qué evaluar?</b>	Para determinar que la propuesta es viable
<b>¿Qué evaluar?</b>	El proceso de producción y de qué forma se puede mejorarlo
<b>¿Quién evalúa?</b>	El Gerente de la empresa Creaciones Luigi
<b>¿Cuándo evaluar?</b>	Al inicio de su aplicación
<b>¿Cómo evaluar?</b>	De acuerdo a los requerimientos de la empresa
<b>¿Con que evaluar?</b>	Con instrumentos técnicos como la aplicación de una encuesta para determinar su aceptación y cumplimiento

Elaborado por: Jhosimar Manjarres

## **Resultados Esperados**

La propuesta dará los siguientes resultados:

- Adecuar de mejor manera el proceso de producción
- Obtener una mejora continua en los procedimientos internos
- Aplicar de manera permanente en la empresa Creaciones Luigi el control de calidad

**Tabla N° 38:** Diagrama de Gantt

Actividad	Julio 2015	Agosto 2015	Septiembre 2015	Octubre 2015	Responsable	Presupuesto en dólares
Realizar el organigrama de la empresa					Gerencia/Investigador	240
Realizar las funciones de los departamentos de la empresa					Gerencia/Investigador	300
Analizar los procesos internos de producción					Gerencia/Investigador	540
Realizar la distribución del espacio físico de la empresa					Gerencia/Investigador	540
Identificar y desarrollar los elementos del Plan de calidad					Gerencia/Investigador	540
Costo total						\$ 2700

\*Es el valor del sueldo del investigador como parte de los colaboradores de la empresa Creaciones Luigi

## BIBLIOGRAFÍA

- Asociación de Industriales Textiles del Ecuador. (2015). *Industria Textil*. Recuperado el 10 de enero de 2015, de <http://www.aite.com.ec/industria-textil.html>
- Bautista, J. (2004). *Calidad del diseño en la construcción*. Madrid: Diaz de Santos.
- Bellón, L. (2001). *Calidad Total Qué la promueve, Qué la Inhibe*. México: Panorama S.A. .
- Chavarría, H. (2002). *Competitividad*. Costa Rica: IICA.
- Climent, S. (2014). *Circulo Deming*. Obtenido de <http://www.uv.es/~scliment/investigacion/2005/aedemexcel2005.pdf>
- Cruz, B. (2014). “*Sistema De Gestión De Calidad Y Normativas De 5s Para La Optimización De La Productividad En La Empresa Ralomtex*”, . Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Cuatrecasas, L. (2010). *Gestión Integral de la Calidad*. Barcelona: Profit.
- Diario La Hora. (3 de septiembre de 2010). *Noticias* . Recuperado el 19 de Enero de 2015, de [ww.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101012261/-1/](http://ww.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101012261/-1/)
- Dolly, B. (2007). *Alimentación de los Servicios de Alimentación* . Medellín Colombia: Universidad de Antioquia.
- Gonzalez, H. (2013 de Noviembre de 2013). *Calidad y Gestión*. Obtenido de <https://calidadgestion.wordpress.com/2013/11/11/nueva-iso-9001-version-2015/>
- Griful, E., & Canela, M. (2005). *Gestión de Calidad*. Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya, S.L.
- Hallo, P. (2011). “*Sistema de Gestión de la Calidad y su Incidencia en la Competitividad de la Empresa Franko’s Sport de la ciudad de Ambato*”, . Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Hernández, E. (2000). *La competitividad industrial en México*. México: Plaza y Valdez .
- IICA. (2000). *Organización institucional para el aseguramiento de la calidad*. Instituto Interamericano para la Cooperación para la Agricultura.

- Juran, J., Frank, M., & Bringham, R. (2005). *Manual de Control de la Calidad*. Barcelona, España: Reverté, S.A.
- Krajewski, L. (2000). *Administración de Operaciones, Estrategia y Análisis*. México: Pearson Educación .
- Lester, R., Harry, E., Norbert, E., & Mottley, J. (2000). *Control de calidad y beneficio empresarial*. Barcelona: Diaz de santos.
- Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad. (22 de Febrero de 2007). Quito, Ecuador: Congreso Nacional.
- Llinares, M. C. (2001). *Economía y Organización de empresas constructoras*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- López, M. (2005). *Capital humano como fuente de ventaja competitiva*. España: Netbiblo.
- López, M. (2011). “*Sistema De Gestion De Calidad Según La Norma Iso 9001-2008 Para La Estandarizacion De Los Procesos De Confecion De Bividis En La Empresa M&B Textiles*”. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- López, S. (2006). *Implantación de un Sistema de Calidad*. España: Ideas Propias Editorial.
- Miranda, F. (2007). *Introducción a la Gestión de Calidad*. Madrid: Delta Publicaciones.
- OCDE. (2008). *La evaluación del desarrollo económico*. México: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.
- Oficina Internacional del Trabajo. (2007). *La promoción de empresas sostenibles*. Ginebra Suiza: Oficina Internacional del Trabajo.
- Ortiz, L., & Vergara, S. (s/f). *Diseño de un Sistema de Gestión de la Calidad Bajo la Norma ISO 9001:2008 en la Empresa Intramet*. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral. Recuperado el 20 de Abril de 2015, de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/6623/1/Dise%C3%B1o%20de%20un%20Sistema%20de%20Gesti%C3%B3n%20de%20la%20Calidad%20bajo%20la%20Norma%20ISO%209001-2008.pdf>
- Overblog. (31 de Mayo de 2011). *Qué es el Desarrollo Empresarial?* Obtenido de [https://es.over-blog.com/Que\\_es\\_el\\_desarrollo\\_empresarial-1228321767-art173750.html](https://es.over-blog.com/Que_es_el_desarrollo_empresarial-1228321767-art173750.html)

- Pachón, E. (2005). *Economía y Política*. Colombia: Norma.
- Pérez, P., & Múnera, F. (2007). *Reflexiones para implementar un sistema de gestión de calidad (ISO 9001:2000) en cooperativas y empresas de economía solidaria*. Bogotá: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Ruiz, B., & López, P. (2001). *La Esencia Del Marketing*. España: UPC.
- Sanz, M. (2010). *Competencias Cognitivas*. Madrid: Narcea.
- Schnaars, S. (1994). *Estrategias de Marketing*. España: Edigrafos.
- Serrano, S. (2005). *Empresas Excelentes Entre las Certificadas en las Normas ISO 9000*. Valencia: Departamento de Análisis Económico Facultad de Economía Universidad de Valencia.
- Servicio de Acreditación Ecuatoriano. (21 de febrero de 2015). *Alcances de Acreditación*. Obtenido de [http://www.acreditacion.gob.ec/alcances-de-acreditacion\\_cert/](http://www.acreditacion.gob.ec/alcances-de-acreditacion_cert/)
- Sosa, D. (2003). *Manual de calidad total para operarios*. México: Limusa.
- TUV Rheinland. (s/f). *Normas ISO 9001:2015*. Recuperado el 9 de febrero de 2015, de [http://www.tuv.com/media/mexico/quienes\\_somos\\_1/Whitepaper\\_Systems\\_ISO\\_9001\\_2015\\_VF\\_low.pdf](http://www.tuv.com/media/mexico/quienes_somos_1/Whitepaper_Systems_ISO_9001_2015_VF_low.pdf)
- Vergara, J. C., & Fontalvo, T. J. (2010). *La gestión de la calidad en los servicio ISO 9001: 2008* (1a ed.). España: EUMED- Universidad de Malaga.
- Vinca, Llc, & All. (2011). *Qué es ISO 9001?* Obtenido de <http://www.normas9000.com/que-es-iso-9000.html>



## INTERNET

- Asociación de Industriales Textiles del Ecuador. (2015). *Industria Textil*. Recuperado el 10 de enero de 2015, de <http://www.aite.com.ec/industria-textil.html>
- Climent, S. (2014). *Circulo Deming*. Obtenido de <http://www.uv.es/~scliment/investigacion/2005/aedemexcel2005.pdf>
- Diario La Hora. (3 de septiembre de 2010). *Noticias*. Recuperado el 19 de Enero de 2015, de [ww.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101012261/-1/](http://ww.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101012261/-1/)
- Gonzalez, H. (2013 de Noviembre de 2013). *Calidad y Gestión*. Obtenido de <https://calidadgestion.wordpress.com/2013/11/11/nueva-iso-9001-version-2015/>
- Overblog. (31 de Mayo de 2011). *Qué es el Desarrollo Empresarial?* Obtenido de [https://es.over-blog.com/Que\\_es\\_el\\_desarrollo\\_empresarial-1228321767-art173750.html](https://es.over-blog.com/Que_es_el_desarrollo_empresarial-1228321767-art173750.html)
- Ortiz, L., & Vergara, S. (s/f). *Diseño de un Sistema de Gestión de la Calidad Bajo la Norma ISO 9001:2008 en la Empresa Intramet*. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral. Recuperado el 20 de Abril de 2015, de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/6623/1/Dise%C3%B1o%20de%20un%20Sistema%20de%20Gesti%C3%B3n%20de%20la%20Calidad%20bajo%20la%20Norma%20ISO%209001-2008.pdf>
- Servicio de Acreditación Ecuatoriano. (21 de febrero de 2015). *Alcances de Acreditación*. Obtenido de [http://www.acreditacion.gob.ec/alcances-de-acreditacion\\_cert/](http://www.acreditacion.gob.ec/alcances-de-acreditacion_cert/)
- TUV Rheinland. (s/f). *Normas ISO 9001:2015*. Recuperado el 9 de febrero de 2015, de [http://www.tuv.com/media/mexico/quienes\\_somos\\_1/Whitepaper\\_Systems\\_ISO\\_9001\\_2015\\_VF\\_low.pdf](http://www.tuv.com/media/mexico/quienes_somos_1/Whitepaper_Systems_ISO_9001_2015_VF_low.pdf)
- Vinca, Llc, & All. (2011). *Qué es ISO 9001?* Obtenido de <http://www.normas9000.com/que-es-iso-9000.html>

## ANEXOS

### Anexo 1. Encuesta dirigida a los clientes externos

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES EXTERNOS DE LA EMPRESA**  
**LUIGI DE LA CIUDAD DE AMBATO**

**Objetivo:** Conocer el criterio de los clientes sobre las normas de calidad y la competencia

#### **Resultado de las encuestas aplicadas a los clientes externos**

##### **1. ¿Ud. adquiere el producto por?**

Precio ( )

Calidad ( )

##### **2. ¿Cómo considera usted la calidad del producto?**

Excelente ( )

Muy bueno ( )

Bueno ( )

##### **3. ¿El precio del producto está acorde al mercado?**

Totalmente de acuerdo ( )

De acuerdo ( )

##### **4. ¿Señale cuanto pagaría por el producto?**

Entre 9 y 14 dólares ( )

Entre 14 y 20 dólares ( )

**5. ¿Considera que está satisfecho con el producto adquirido?**

Si ( )

No ( )

**6. ¿Cree que en la empresa Creaciones Luigi se realiza acciones que contribuyan a mejorar la competencia de la empresa?**

Si ( )

No ( )

**7.¿Cree que la empresa tiene suficiente liderazgo?**

Si ( )

No ( )

**8. ¿Considera que en la empresa existen políticas de calidad en sus procesos internos?**

Si ( )

No ( )

**9. ¿Cree que en la empresa se realiza una planificación de los proceso de producción?**

Si ( )

No ( )

**10.¿Considera que la empresa gestiona los procesos?**

Siempre ( )

A veces ( )

Nunca ( )

## **GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**Anexo 2** Encuesta dirigida a los clientes internos

### **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

#### **ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES INTERNOS DE LA EMPRESA LUIGI DE LA CIUDAD DE AMBATO**

**Objetivo:** Determinar si los empleados de la empresa conocen la norma ISO 9001:2015 de acuerdo a los elementos que contiene la misma

**2. 1¿Considera que en la empresa se gestiona la calidad?**

Totalmente de acuerdo ( )

De acuerdo ( )

**2. ¿Cree que la empresa tiene suficiente liderazgo y compromiso con los empleados y clientes?**

Totalmente de acuerdo ( )

De acuerdo ( )

**3.¿Cree que es necesario que en la empresa exista funciones para cada área con su respectiva autoridad?**

Siempre ( )

A veces ( )

**4. ¿Considera que en la empresa existen políticas de calidad para los procesos producción?**

Totalmente de acuerdo ( )

De acuerdo ( )

Indiferente ( )

**6. ¿Cree que en la empresa se realiza una planificación adecuada?**

Siempre ( )

A veces ( )

Nunca ( )

**6.¿Cómo le considera a la comunicación de los directivos hacia los empleados?**

Excelente ( )

Muy buena ( )

Buena ( )

**7. ¿Considera que en la empresa se utilizan procesos de innovación de desarrollo en el producto?**

Siempre ( )

A veces ( )

**8.¿Cree que la evaluación del desempeño de sus trabajadores debe realizarse en la empresa?**

Totalmente de acuerdo ( )

De acuerdo ( )

**9¿Considera que la empresa debe mejorar en sus procesos?**

Totalmente de acuerdo ( )

De acuerdo ( )

**10. De los elementos abajo señalados, por favor, indique el que Ud. conoce que forman parte de la norma ISO 9001:2015.**

Referencia Normativa-Contexto de Organización-Liderazgo-Planificación-Soporte.

( )

Referencia Normativas-Términos y Definiciones-Liderazgo-Evaluación del Desempeño-Mejora.

( )

Referencia Normativa-Términos y Definiciones-Liderazgo-Planificación-Evaluación del Desempeño.

( )

Referencias Normativas-Términos y Definiciones-Contexto de la Organización-Liderazgo-Planificación.

( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**