



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de
investigación previo a la obtención del Título de
Ingenieras de Empresas**

**TEMA: “Modelos de gestión de la calidad y la
competitividad del sector textil de la provincia de
Tungurahua”**

AUTORAS:

**Tania Raquel Duque Moya
Cinthya Germania Oñate Núñez**

TUTOR: Ing. Edwin Alberto Lara Flores, MBA.

AMBATO – ECUADOR

Julio 2019



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. MBA Edwin Alberto Lara Flores

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Modelos de gestión de la calidad y la competitividad del sector textil de la provincia de Tungurahua**” presentado por las señoritas **Tania Raquel Duque Moya y Cinthya Germania Oñate Núñez** para optar por el Título de Ingenieras de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 24 de julio del 2019



Ing. MBA Edwin Alberto Lara Flores

C.I. 0200721553

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotras, **Tania Raquel Duque Moya** y **Cintha Germania Oñate Núñez** declaramos que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingenieras de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Tania Raquel Duque Moya

C.I. 1804644712



Cintha Germania Oñate Núñez

C.I. 1804615308

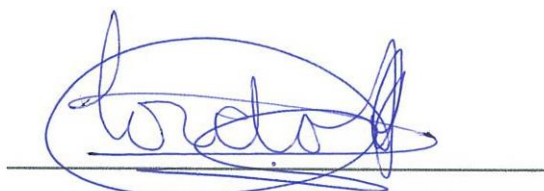
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

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



Ing. Andrés Francisco López Gómez MBA.

C.I. 1804225629



Dr. Víctor Hugo Córdova Aldás

C.I. 1802301562

Ambato, 24 de julio del 2019

DERECHOS DE AUTORAS

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

Cedemos los derechos en línea patrimoniales de nuestro proyecto, con fines de difusión pública, además aprobamos 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 nuestros derechos de autoras.



Tania Raquel Duque Moya

C.I. 1804644712



Cinthya Germania Oñate Núñez

C.I. 1804615308

DEDICATORIA

La presente investigación dedico a **Dios, al Dr. San Buenaventura y a la Virgencita de las Mercedes**, por bendecirme y guiarme siempre por el camino del bien, por mantenerme con buena salud y protegerme en mi trayectoria estudiantil.

A mis padres Juan y Susana, por ser mi pilar fundamental, mi apoyo incondicional, por estar siempre pendientes de mí en los buenos y malos momentos, por guiarme siempre con sus buenos consejos, por las noches de desvelo junto a mí, por consentirme y corregirme cuando ha sido necesario y sobre todo por su sacrificio diario para poder darme mis estudios.

A mi hermano Washington, por ser mi segundo padre, por su apoyo, por estar pendiente de mí y haberme brindado muchos consejos para poder salir adelante.

A mis adorables sobrinos Angie y Julián por siempre alegrarme la vida con cada sonrisa y ocurrencia y por ser mi motivación para seguir adelante.

A mis primas Rosita Duque y Estefanía Moya por ser mi ejemplo de superación y siempre apoyarme con sus palabras de alimento, sus consejos y por tanto cariño recibido.

A toda mi familia por brindarme tanto cariño y apoyarme cuando más lo he necesitado.

Tania Duque

DEDICATORIA

A Dios por darme la fuerza necesaria para seguir adelante ya que a pesar de los obstáculos que se han presentado durante mi vida pude lograr el anhelo de ser profesional.

A mi madre Leonela Núñez por darme la vida, ser mi pilar fundamental, por ser una mujer ejemplar, por darme su amor y apoyo incondicional en todo momento y siempre guiarme con sus buenos consejos.

A mi esposo Vinicio Aldás por ser el complemento perfecto en mi vida, por ser mi aliento, mi apoyo y por brindarme su amor incondicional ya que así el camino fue más fácil recorrer.

A mi abuelito Alonso Núñez que está en el cielo, quien fue mi padre de crianza, y antes de su triste partida compartió mi felicidad de ingresar a la Universidad y estaba muy orgulloso y hoy comparte conmigo este logro tan grande desde el cielo.

A mi abuelita Mérida Núñez por haberme criado como una hija más, por sus consejos y su apoyo incondicional y sobre todo porque que aún tengo la dicha de que comparta esta alegría junto a mí.

A mi mejor amiga Josefina Chalán que está en el cielo, por esa amistad incondicional que teníamos y por el sueño que compartíamos de culminar juntas la universidad, te fuiste a temprana edad, pero sé que desde el cielo compartes esta felicidad conmigo.

A mi hermana de corazón Tania Duque por compartir muchos años de amistad en este largo camino, por sus consejos, por sus ocurrencias y locuras, pero sobre todo por ser mi mejor amiga quien estuvo en todo momento junto a mí.

A mis suegros por ser unos segundos padres, por con sus consejos, por apoyarme en todo momento, y por ser unas personas ejemplares, ya que este triunfo también es para ellos.

Cinthya Oñate

AGRADECIMIENTO

A Dios por las bendiciones recibidas y por cuidarme durante todo el trayecto de mi vida.

A mis padres Juan y Susana y a mi hermano quienes estuvieron siempre pendientes de mí y poyándome durante toda mi vida.

A la Universidad Técnica de Ambato, en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Organización de Empresas, por haberme abierto las puertas para poder realizar y cumplir mis estudios, por el aprendizaje adquirido día a día por medio de todos quienes fueron mis docentes quienes me enseñaron a desempeñarme con éxito en mi vida.

A mi tutor Ing. Alberto Lara por compartir su excelente conocimiento para la realización de este proyecto.

Al Ing. Fernando Jiménez por su apoyo incondicional, por compartir su valioso conocimiento y por ser nuestra guía durante el desarrollo de este proyecto de investigación.

Al Ing. Arturo Montenegro por su colaboración y aporte de sus conocimientos en el desarrollo del proyecto.

A mi mejor amiga Alexandra Moposita por siempre estar a mi lado apoyándome en los buenos y malos momentos, por brindarme consejos y muchas palabras de aliento, por creer siempre en mí, por apoyarme en mis decisiones, porque más que una amiga es mi hermana.

A mi compañera, mejor amiga y mucho más que eso mi hermana de corazón **Cinthya Oñate**, por haber compartido sus conocimientos durante toda nuestra carrera estudiantil, por sus consejos y sobre todo por haber llegado juntas a cumplir nuestro sueño de ser profesionales.

A los docentes calificadores Ing. Andrés López y Dr. Víctor Córdova por el aporte de sus conocimientos en la revisión de nuestra tesis.

Tania Duque

AGRADECIMIENTO

A Dios por mantenerme con vida, por ser mi fortaleza, mi apoyo en este camino tan largo que recorrí, por no dejarme sola en los momentos más difíciles que pasé, por enseñarme a sobrellevar todos los obstáculos que atravesé, por cuidarme, protegerme siempre y sobre todo por darme la sabiduría para cumplir mi anhelo.

A la Universidad Técnica de Ambato y en especial a mi querida Facultad de Ciencias Administrativas por todos estos años donde compartí muchas alegrías y tristezas, por el aprendizaje adquirido por medio de todos quienes fueros mis docentes, por permitirme adquirir conocimientos y experiencias, forjando mi futuro profesional y personal.

A mi tutor Ing. Alberto Lara por su aporte en este proyecto de investigación ya que no hubiese sido posible con su ayuda.

Al Ing. Fernando Jiménez por el valioso tiempo brindado, por contribuir sus conocimientos, y por ser guía durante el desarrollo de este proyecto de investigación.

Al Ing. Arturo Montenegro por su tiempo y por aportar con sus conocimientos en este proyecto de investigación.

A los docentes calificadores Ing. Andrés López y Dr. Víctor Córdova por el aporte de sus conocimientos en la revisión de nuestra tesis

Cinthya Oñate

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO.....	iv
DERECHOS DE AUTORAS.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	viii
ÍNDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xiv
RESUMEN EJECUTIVO.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
CAPÍTULO I.....	1
1. MARCO TEÓRICO.....	1
1.1. Antecedentes Investigativos.....	1
1.2. Modelos de Gestión de la Calidad.....	3
1.2.1. Gestión de la calidad.....	3
1.2.2. Modelo de Excelencia European Foundation for Quality Management (EFQM).....	3
1.2.3. Modelo Iberoamericano.....	6
1.2.4. Modelo Malcolm Baldrige.....	11
1.2.5. Modelo Deming Prize.....	16
1.3. Competitividad.....	24
1.3.1. Capacidad de la producción.....	24
1.3.2. Capacidad de ventas.....	26
1.3.3. Posicionamiento de las empresas.....	29
1.3.4. Rentabilidad en las Empresas.....	31
1.3.5. Medición de la competitividad empresarial.....	34
1.4. Objetivos.....	37
1.4.1. Objetivo General.....	37
1.4.2. Objetivos Específicos.....	37
CAPÍTULO II.....	38
2. METODOLOGÍA.....	38

2.1. Materiales.....	38
2.2. Métodos.....	38
2.2.1. Método Teórico	38
2.2.2. Métodos empíricos.....	39
2.3. Población.....	39
2.4. Muestra	40
2.5. Recolección de información	41
2.6. Validación del Instrumento	42
CAPÍTULO III	44
3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	44
3.1. Análisis y discusión de los resultados.....	44
3.2. Verificación de Hipótesis.....	70
COMPARACIÓN DE LOS LINEAMIENTOS DE LOS MODELOS DE GESTIÓN PARA LAS EMPRESAS TEXTILES DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA	78
LINEAMIENTOS PARA LA APLICACIÓN DEL MODELO DEMING PRIZE ...	85
CAPÍTULO IV	114
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	114
4.1. Conclusiones	114
4.2. Recomendaciones	115
5. MATERIALES DE REFERENCIA	116
5.1. Referencias Bibliográficas	116
5.2. Anexos	122

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Recolección de Información	42
Tabla 2: Alfa de Cronbach	43
Tabla 3: Herramientas	44
Tabla 4: Procesos de producción textil	46
Tabla 5: Cumplimiento de los requerimientos del cliente	47
Tabla 6: Herramientas y equipos para la producción.....	48
Tabla 7: Información relativa a sus productos y servicios	50
Tabla 8: Control de los procesos	51
Tabla 9: Consultas, proformas o pedidos de los clientes	52
Tabla 10: Los procesos, productos y servicios suministrados conforme a los requerimientos del cliente	54
Tabla 11: Los procesos suministrados permanezcan dentro del control.....	55
Tabla 12: Aplicación de medios apropiados para identificar las salidas	56
Tabla 13: Requerimientos específicos para las acciones de contingencia dentro de la empresa	58
Tabla 14: Requisitos legales y reglamentarios para la fabricación de los productos	59
Tabla 15: La satisfacción del cliente con los productos.....	60
Tabla 16: Control de calidad de los procesos.....	62
Tabla 17: Implementando un modelo de gestión de la calidad mejorará la competitividad en el sector textil	63
Tabla 18: Rango de ventas anuales de la empresa	64
Tabla 19: Número de colaboradores	66
Tabla 20: Uso de la materia prima	67
Tabla 21: Uso de la maquinaria	68
Tabla 22: Modelo y Rango de Ventas.....	69
Tabla 23: Frecuencia Observada	72
Tabla 24: Frecuencia Esperada	74
Tabla 25: Chi-cuadrado.....	74
Tabla 26: Prueba de Chi-cuadrado SPSS	75
Tabla 27: Tabla de Chi-cuadrado	76
Tabla 28: Criterios en los que se basan los modelos.....	78

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Herramientas.....	45
Gráfico N° 2: Procesos de producción textil.....	46
Gráfico N° 3: Cumplimiento de los requerimientos del cliente.....	47
Gráfico N° 4: Herramientas y equipos para la producción.....	49
Gráfico N° 5: Información relativa a sus productos y servicios.....	50
Gráfico N° 6: Control de los procesos.....	51
Gráfico N° 7: Consultas, proformas o pedidos de los clientes.....	53
Gráfico N° 8: Los procesos, productos y servicios suministrados conforme a los requerimientos del cliente.....	54
Gráfico N° 9: Los procesos suministrados permanezcan dentro del control.....	55
Gráfico N° 10: Aplicación de medios apropiados para identificar las salidas.....	57
Gráfico N° 11: Requerimientos específicos para las acciones de contingencia dentro de la empresa.....	58
Gráfico N° 12: Requisitos legales y reglamentarios para la fabricación de los productos.....	59
Gráfico N° 13: La satisfacción del cliente con los productos.....	61
Gráfico N° 14: Control de calidad de los procesos.....	62
Gráfico N° 15: Implementando un modelo de gestión de la calidad mejorará la competitividad en el sector textil.....	63
Gráfico N° 16: Rango de la empresa.....	65
Gráfico N° 17: Número de Colaboradores.....	66
Gráfico N° 18: Uso de la materia prima.....	67
Gráfico N° 19: Uso de la maquinaria.....	68

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Modelo Iberoamericano de Excelencia en la Gestión	7
Ilustración 2: Ciclo de Deming.....	22
Ilustración 3: Factores externos que afectan al éxito de las ventas	29
Ilustración 4: Diamante de la competitividad.....	35
Ilustración 5: Representación de la estructura de esta Norma Internacional con el ciclo PHVA.....	83

RESUMEN EJECUTIVO

Las empresas textiles se dedican a la creación de hilos, telas, fibra, diseños y bordados de productos que son de consumo masivo en cuanto a prendas de vestir, telas para decorar, entre otros, los mismos que están dirigidos a cualquier sector de la sociedad, siendo uno de los principales objetivos la satisfacción de los clientes.

Es por esta razón que el presente trabajo de investigación tiene como objetivo proponer un modelo de gestión de la calidad que sea adecuado para mejorar la competitividad de las empresas del sector textil de la provincia de Tungurahua.

El proyecto de investigación se realizó a 378 empresas del sector textil de la provincia de Tungurahua a las mismas que se aplicó una encuesta. Es así que se pudo evidenciar que la mayoría de empresas del sector textil no aplican ningún modelo de gestión de la calidad.

Por ello mediante un proceso de análisis de los modelos de gestión de calidad se determina que el modelo más aplicable a las empresas, es el modelo de Deming Prize basado en la norma Internacional ISO 9001-2015 ya que así las empresas pueden cumplir con los requisitos que estipula la norma y tener una mejor competitividad en el mercado, además mejoraría los procesos de gestión administrativa, las ventajas competitivas y el control de calidad en las áreas de la empresa.

PALABRAS CLAVES: INVESTIGACIÓN, SECTOR TEXTIL, MODELOS DE GESTIÓN DE CALIDAD, COMPETITIVIDAD.

ABSTRACT

Textile companies are dedicated to the creation of threads, fabrics, fiber, designs and embroidery of products that are of mass consumption in terms of clothing, fabrics to decorate, among others, the same that are aimed at any sector of society, being one of the main objectives customer satisfaction.

It is for this reason that this research work aims to propose a quality management model that is adequate to improve the competitiveness of companies in the textile sector of the province of Tungurahua.

The research project was carried out to 378 companies in the textile sector of the province of Tungurahua to which a survey was applied. Thus, it could be evidenced that most companies in the textile sector do not apply any quality management model.

Therefore, through a process of analysis of quality management models, it is determined that the most applicable model for companies is the Deming Prize model based on the International Standard ISO 9001-2015, since companies can thus meet the requirements which stipulates the standard and have a better competitiveness in the market, also improve the administrative management processes, competitive advantages and quality control in the areas of the company.

KEY WORDS: RESEARCH, TEXTILE SECTOR, QUALITY MANAGEMENT MODELS, COMPETITIVENESS

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes Investigativos

A nivel mundial en el estado de México en la Universidad de México en la Facultad de Ciencias Administrativas, se realizó un artículo Científico con una investigación similar a nuestro tema de Investigación realizado por la Autora Jessica Nájera Ochoa con el tema “MODELO DE COMPETITIVIDAD PARA LA INDUSTRIA TEXTIL Y DEL VESTIDO EN MÉXICO” realizada en México y publicada el 18 de diciembre del 2014.

Dicha investigación se realizó con el fin de diseñar un modelo que ayude a determinar el nivel de productividad que tienen los factores como la calidad, la innovación los recursos y la capacidad de la empresa y analizar su incidencia con la competitividad para poder generar ventajas competitivas, ya que se enfocan en la situación actual de dicho sector pues los indicadores económicos han generado perdida en la competitividad constantemente. **(Nájera Ochoa, 2014)**

A nivel nacional en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador en la Facultad de Economía existen investigaciones similares a través de una tesis en la autoría Francisco Humberto Holguín Colina con el tema de graduación: “EL MARCO DE LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TEXTIL CONFECCIONES DE TEJIDOS DE PUNTO EN LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”, realizada en la ciudad de quito en el año 2009.

El propósito de esta investigación es analizar la competitividad que existe en el sector textil identificando sus fortalezas y debilidades y así proponer un sistema que ayude a aumentar el grado de competitividad en el mercado, ya que el sector textil tiene como problemática que existen varias empresas de tipo artesanal y familiar las mismas que no están capacitadas ya que poseen conocimientos empíricos lo cual no les ayuda a crecer ya que su nivel de competitividad en el mercado es muy débil, a más de ello otra de las problemáticas del sector es que aun poseen maquinarias obsoletas y no se

encuentran incentivados por adquirir innovación tecnológica lo que no les permite producir productos de buena calidad. **(Holguín Colina, 2009)**

De igual manera a nivel micro se realizó un estudio en la Universidad Técnica de Ambato en la Facultad de Ciencias Administrativas en la Carrera de Organización de Empresas previo a la obtención del título a través de una tesis por la autoría de Marco Sebastián Altamirano Díaz y su directora de tesis la Ing. María Soledad Sevilla Galarza. MBA con el tema de graduación “METODOLOGÍA DE MEDICIÓN DE COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TEXTIL DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA”, realizada en la ciudad de Ambato el 3 de mayo del 2018.

Dicha investigación propone la implementación de un modelo metodológico de medición el cual ayude a determinar el nivel de competitividad de las empresas del sector textil de la Provincia de Tungurahua., a más de ello buscan la optimización de los recursos productivos y a lograr un mayor nivel de competitividad ya que tiene como problemática la baja competitividad del sector textil es decir varias empresas del sector no cuentan con la capacidad de producir productos nuevos y a más de ellos no poseen personal capacitado lo cual provoca un límite tanto personal y empresarial. **(Altamirano Díaz, 2018)**

Mediante los datos obtenidos del **Instituto nacional de estadística y censos (2016)** se pudo evidenciar que en la Provincia de Tungurahua en el transcurso de los años se ha incrementado el número de empresas del sector textil. Para lo cual la comparación se realizó basándonos desde el año 2012 hasta el 2016, es por ello que en el año 2012 existían un total de 2693 empresas, en cuanto al año 2013 hubo 2950 empresas, en el 2014 un total de 3424 empresas, en el 2015 el total de empresas fue de 3893 y en el año 2016 un total de 4092 empresas textiles, es decir que cada año aumentaron las empresas.

Con respecto a **La Hora (2019)** Durante el primer trimestre de este año se ha registrado un 30% de pérdidas en los negocios textiles, esto se debe al precio de la materia prima, el contrabando y la situación económica en la que se encuentra el país.

El precio de los productos no ha tenido variación, pero sin embargo las ganancias para estos negocios ya no representan rentabilidad, es por ello que el sector textil se encuentra mal lo que ha ocasionado que empresas pequeñas cierren.

Así también se menciona que, si las empresas del sector textil no buscan mercados externos, la confección de los productos no tendrá futuro.

Por otra parte, se mencionó que desde el 2016 los negocios han disminuido sus ingresos. Esto se da por que los ingresos de la ciudadanía son bajos y no realizan compras frecuentes de los productos.

1.2. Modelos de Gestión de la Calidad

1.2.1. Gestión de la calidad

Definición

Para **Camisón (2006)** la Gestión de la Calidad es un conjunto de actividades que ayuda a la organización a alcanzar el éxito cumpliendo las actividades y los objetivos planteados de una manera eficaz y eficiente, para así poder producir y entregar productos de buena calidad que puedan satisfacer a los clientes o grupos de interés.

A continuación, se detallarán los modelos aplicados en la Gestión de la Calidad.

1.2.2. Modelo de Excelencia European Foundation for Quality Management (EFQM)

Como señala **Camisón (2006)** la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad con sus siglas (EFQM) fue creada en el año de 1988 por 14 empresas líderes europeas, dicho premio se empezó a entregar cada año a las empresas reconocidas por su excelencia a partir del año 1992 con la finalidad de ayudar a que todas las empresas europeas sean más competitivas en el mercado.

Este modelo fue desarrollado en 1990 por la European Foundation for Quality Management, que sirvió como base para la valoración de las organizaciones que fueron candidatas para el European Quality Award, un reconocimiento para la excelencia.

Según **Maderuelo Fernández (2002)** menciona que a este se le considera como un modelo básico fundamentado en la premisa de que a las personas se les debe involucrar en la constante evolución de los procesos para así obtener los mayores resultados de la empresa. En 1997 se lo conoció como el Modelo de Excelencia Empresarial,

desarrollándose hasta llegar a ser un modelo más general en 1999 conocido como Modelo de Excelencia de la EFQM.

Estructura y criterios

Según **Martínez (2008)** menciona que dicho modelo tiene como finalidad reconocer tanto los puntos débiles como los puntos fuertes que posee una empresa, analizando la relación que existe entre los diferentes procesos, el personal y los resultados. Este modelo se enfoca en conservar el liderazgo para una buena calidad dentro de la organización es decir se enmarca en todo lo que tiene que ver con la formulación correcta de estrategias, políticas, así también asignar adecuadamente los recursos y el personal que realizara las actividades, para así poder brindar unos resultados eficientes que puedan satisfacer tanto las necesidades del cliente como las del propio personal que labora dentro de la empresa, todo esto con el propósito de lograr una ventaja competitiva en el mercado.

El modelo EFQM a diferencia de otros modelos de gestión de la calidad, se fundamenta en la autoevaluación, ya que no es un modelo que certifica.

Conforme a **Arranz Peña & Rivas (2018)** menciona que los procesos y el personal son los Agentes principales que ayudan a proporcionar buenos resultados los cuales hacen referencia a lo que consigue la empresa en sus clientes, personal, sociedad y en el rendimiento de la organización en general.

El modelo está constituido por nueve criterios los cuales están divididos en dos grupos: los Agentes Facilitadores los cuales hace referencia a lo que la organización realiza, por otra parte, tenemos los Resultados es decir lo que la organización logra.

Cada uno de los criterios están descritos por un conjunto de subcriterios los cuales forman un total de 32.

Según **Maderuelo Fernández (2002)** Los criterios que presenta el Modelo EFQM son los siguientes.

1. Liderazgo (100)

Se refiere a que los líderes de la organización como son los equipos directivos se encargan de desarrollar la misión, visión, valores que son necesarios para que la organización tenga éxito. Los líderes deben ser responsables y

comprometidos con el propósito que pretende cumplir la empresa para así propiciar la mejora continua dentro de la misma.

2. Política y Estrategia (80)

Aquí se examina la medida en que la misión, visión y valores están siendo cumplidas por medio de una estrategia la cual se centra en los grupos de interés. Así también desarrollando políticas las cuales ayuden a que las estrategias se cumplan dentro de la organización.

3. Personas (90)

Se enfoca en los recursos humanos que posee la organización y los planes que se llevan a cabo para que exista comunicación y motivación entre todas las personas, con la finalidad que desarrollen sus capacidades, habilidades y conocimientos en beneficio de la empresa, incrementando así su compromiso y responsabilidad.

4. Alianzas y recursos (90)

Evalúa y analiza como la organización gestiona los diferentes recursos necesarios como son materiales, financieros y tecnológicos. Y así también como puede establecer vínculos colaborativos con organizaciones que sean externas.

5. Procesos (140)

Se refiere al diseño, gestión y mejora de los procesos de la empresa con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes.

6. Resultados en los clientes (200)

Hace referencia a la percepción que tienen los clientes acerca de la empresa que satisface sus necesidades, para así poder verificar si los objetivos se han cumplido.

7. Resultados en las personas (90)

Se enmarca a la percepción que tienen los colaboradores acerca de la empresa que la integran y en la cual realizan sus actividades.

8. Resultados en la sociedad (60)

Examina los logros que la empresa ha cumplido con la sociedad, es decir referente al medio ambiente, bienestar de las personas, la economía, entre otros.

9. Resultados claves (150)

Analiza si la organización ha cumplido cada una de las actividades y objetivos que ha planificado tanto financieros y así también si se ha cumplido con los recursos, procesos, tecnología que debe poseer la empresa.

Proceso de evaluación REDER

Según **Martínez Mediano & Riopérez Losada (2005)** La herramienta que se utiliza para la evaluación es la logia REDER (por sus siglas en inglés RADAR) la cual está compuesta por 4 elementos que son: Resultados (Results), Enfoque (Approach), Despliegue (Deployment) y Evaluación (Assess), Revisión (Review).

Los Resultados:

Se refiere a los logros que se han obtenido dentro de la organización, es decir logran los objetivos propuestos.

El Enfoque:

Mide si la planificación desarrollada por la organización cumple con las necesidades de los clientes, apoyando las estrategias y políticas de la empresa.

El despliegue:

Se refiere a los recursos que ha empleado la empresa para poder desarrollar lo planificado y así también la forma en que se ha llevado a cabo.

La evaluación y revisión:

Cubre como la organización mide y analiza el enfoque y como este se está aplicando, para ello la empresa debe realizar un análisis de todos los resultados que se han alcanzado con el fin de establecer nuevas mejoras.

1.2.3. Modelo Iberoamericano

El modelo y el Premio Iberoamericano a la Calidad

Para **Martínez Moreno (2012)** Dicho modelo fue creado por la Fundación Iberoamericana para la Gestión de la Calidad (FUNDIBEQ) fundado en 1999 dicha convención se llevó a cabo en Cartagena de Indias en Colombia, destacando que la

última versión de dicho modelo fue aprobada en el 2005 para reforzar el uso en los países iberoamericanos y así incluir los criterios de la gestión como la responsabilidad Social Corporativa y de sostenibilidad, tomando en cuenta que este modelo es un documento de referencia del Premio Iberoamericano a la Calidad el cual puede ser aplicado a cualquier tipo de organización tanto pública y privada mediante un método de evaluación, una hoja REDER (resultados, enfoque, despliegue, evaluación-revisión) y un glosario Iberoamericano de términos de Calidad y Excelencia.

El modelo tiene como objetivo evaluar la gestión de cada una de las organizaciones identificando así sus puntos fuertes y si existe alguna mejora para así poder establecer nuevos planes que ayude al progreso de la empresa.

Estructura y criterios

Desde el punto de vista de **Martín Cuesta (2005)** Este modelo es algo similar al modelo EFQM el cual se considera como una adaptación. Este modelo posee 9 criterios que están divididos en: 5 procesos facilitadores y 4 criterios de resultado. Los Procesos Facilitadores comprenden lo que una organización realiza y a su vez la forma en que realiza las cosas. Mientras que los criterios de Resultados se refieren a lo que la empresa ha logrado.

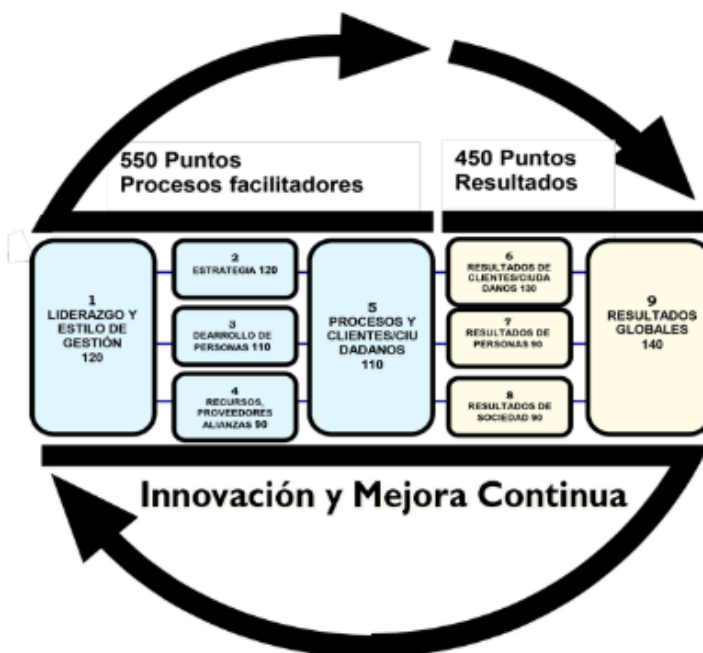


Ilustración 1. Modelo Iberoamericano de Excelencia en la Gestión

Fuente: Fundación Iberoamericana para la Gestión de la Calidad (FUNDIBEQ, 2015)

Procesos Facilitadores

- **Liderazgo y estilo de gestión (120 puntos)**

Como señala **Ruiz Afanador (2013)** en dicho proceso se verifica la manera en que se van desarrollando los valores que son importantes para que la organización sea exitosa, esto se realiza mediante buenas actitudes que desarrollan cada uno de los líderes. Así también analiza cada uno de los procesos y de las estructuras que conforman la organización ya que son necesarios para una buena ejecución tanto política y estratégica dentro de las empresas.

Según **Pastor Tejedor & Pastor Tejedor (2013)** Los líderes desarrollan contestemente una cultura de excelencia la cual ayuda s mantener una buena relación entre los colaboradores que integran la organización. Por lo tanto, los líderes examinan y corrigen los sistemas de gestión y así también los resultados obtenidos dentro de las empresas. Con ello demuestran su responsabilidad y su compromiso permanente para mantener una buena cultura de excelencia satisfaciendo las necesidades y expectativas de cada uno de los grupos de interés.

- **Política y estrategia (120 puntos)**

Con base en **FUNDIBEQ (2015)** Se conocen los objetivos que la organización otorga y a su vez los utiliza para proyectos los cuales tiene que ver con la visión y misión de la empresa, que ayudan en el cumplimiento de las necesidades de los clientes. Para que esto se haga realizad se debe identificar claramente quienes serán los clientes o los grupos de interés que recibirán los servicios otorgados por la organización.

- **Desarrollo de las personas (110 puntos)**

En cuanto a **FUNDIBEQ (2015)** Analiza como la organización conduce el desarrollo de las actitudes de cada uno de los colaboradores que la integran con el propósito de fomentar la responsabilidad que tienen con la organización, esto se desarrolla por medio de la motivación a cada una de las personas, creando así un buen ambiente de trabajo.

- **Recursos y asociados (90 puntos)**

Examina como la organización negocia los recursos internos, así como también a los proveedores y posibles alianzas que se den dentro de empresa con el fin de mantener

una gestión más eficiente. Dentro de los recursos que se gestionan tenemos los financieros, información, tecnología, materiales, equipos, entre otros.

- **Clientes (110 puntos)**

A criterio de **Calderón Guerrero (2015)** Examina como la organización produce, suministra y mantiene tanto productos como servicios y a su vez como los gestiona con el propósito de satisfacer las necesidades de los clientes actuales y futuros y lograr sobrepasar las expectativas de los mismos. Así también se encarga de mejorar las relaciones entre la organización y los clientes.

Criterios de resultado

- **Resultados de clientes (130 puntos)**

Como señala **Nieto (2006)** se refiere a lo que la organización está obteniendo gracias a sus clientes externos por medio del cumplimiento permanente de los compromisos y así consiguiendo resultados positivos incluso sobrepasando las expectativas.

- **Resultados del desarrollo de las personas (90 puntos)**

Tiene que ver con lo que la organización obtiene por medio de la relación que mantiene con las personas

- **Resultados de sociedad (90 puntos)**

Lo que la organización consigue referente a la satisfacción de la sociedad tanto local, regional, nacional e internacional si es que así la empresa brinda su producto o servicio.

- **Resultados globales (140 puntos)**

Se refiere a lo que la empresa obtiene por medio de los objetivos que fueron establecidos al inicio de las actividades y así también a la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés para así verificar cuantos muestran interés en la organización.

Proceso de evaluación

Según **Camisón (2006)** manifiesta que para que una empresa obtenga el Premio Iberoamericano de Calidad debe regirse a las siguientes cuatro fases del proceso de evaluación:

Fase 1: Evaluación del Relatorio

Las personas encargadas de evaluar examinarán el informe presentado por las empresas. Dentro de esto lo que se toma en cuenta son los aspectos fuertes de la empresa, así también las áreas de mejora, para lo cual se utiliza una escala de 0 a 1000 según lo indicado por el Modelo FUNDIBEQ. Las organizaciones que obtienen la puntuación máxima pasarán a la siguiente fase mientras que las que no obtengan la puntuación adecuada recibirán un informe de retorno.

Fase 2: Visita de Evaluación

Las organizaciones que hayan pasado la primera fase podrán recibir una visita en su propia instalación con el propósito de verificar si la información que emitieron en el informe sea la correcta. Para lo cual los evaluadores podrán solicitar documentos que valide la información que se encuentra en el informe. Los resultados obtenidos serán entregados inmediatamente al Jurado en la tercera fase.

Fase 3: Reunión del Jurado Internacional

En esta fase se entrega al Jurado todos los documentos que los evaluadores han recolectado para que así pueden examinar y decidir quiénes se harán acreedores al premio es decir a los ganadores. Cabe recalcar que la decisión tomada por el jurado no se podrá apelar.

Fase 4: Entrega del Premio Iberoamericano de la Calidad

Una vez que se estableció a la organización ganadora la ceremonia en la cual se entregará el Premio se realiza en el marco de la Cumbre Iberoamericana.

Beneficios de la aplicación

Según **FUNDIBEQ (2015)** establece que dentro del Premio Iberoamericano existen beneficios como:

Los beneficios que consiguen las organizaciones son las siguientes:

- Las organizaciones que son acreedoras del Premio Iberoamericano obtienen un reconocimiento que puede ser utilizado a nivel mundial.
- Las empresas ganadoras podrán ser reconocidas por medio de publicaciones que serán colocados en los medios de prensa más importantes internacionalmente.

- Tienen la oportunidad de hacer uso del sello del Premio en cualquiera de sus documentos a utilizar.

1.2.4. Modelo Malcolm Baldrige

Según **Camisón (2006)** manifiesta que al Modelo Malcolm Baldrige también se lo conoce como el Premio Nacional de la Calidad, este modelo fue creado por el presidente Reagan el 20 de agosto de 1987 en estados Unidos en memoria del secretario del comité impulsor del mismo, Malcolm Baldrige es poco conocido y usado, se lo utiliza como un instrumento de evaluación y de mejora, en la aplicación de este modelo solo pueden participar empresas norteamericanas o empresas extranjeras que tengan actividades empresariales que se desarrollen en Estados Unidos, que posean el 50% de empleados y un 50% de sus activos inmovilizados en el territorio de los Estados Unidos

A más de ello **National Quality (2010)** manifiesta que este modelo es un instrumento de suma importancia el cual permite evaluar la excelencia en la gestión empresarial, el mismo que está relacionado entre el cliente y la satisfacción del mismo, este modelo se ha convertido importante ya que es un estándar que es utilizado para realizar el seguimiento de cómo ha ido evolucionando el sistema de gestión dentro de las empresas. Dicho modelo es estadounidense el mismo que se encuentra aplicado en la Gestión Calidad Total y se encuentra conformado por varios criterios, de Malcolm Baldrige National Quality Award, el cual posee un reconocimiento encaminado a la excelencia dentro de las organizaciones de Estados Unidos. Estos criterios que fueron establecidos por una ley fundadora mediante la preparación y la colaboración de los colaboradores de todas las áreas con el fin de que exista mejoras en la empresa.

Este modelo mantiene una norma la misma que establece que el líder de la empresa debe enfocarse a los clientes y a la dirección estratégica, además de ser el responsable de dirigir, hacer gestiones y responder ante las necesidades de sus subordinados, y así lograr los resultados esperados, además cabe recalcar que mediante este modelo aplicando las estrategias las cuales deben estar relacionadas con todos los procesos claves se conseguirá una mejora sobre el desempeño general así como la satisfacción de los consumidores y de los grupos de interés.

Estructura y los criterios

Así también **Gutiérrez (2014)** aporta que la estructura y los criterios del modelo antes mencionado se basa en las metas y las mejoras alcanzadas dentro de la organización mediante este modelo de Malcolm Baldrige, dichos criterios constituyen una herramienta muy indispensable para las organizaciones ya que permite realizar una autoevaluación y de igual manera mediante aquello brindan una retroalimentación a las empresas, los criterios que se basan en el modelo antes mencionado permiten mejorar lo que es la competitividad de las organizaciones en Estados Unidos fundamentados en tres aspectos importantes detallados a continuación:

1. Permiten la mejora de las prácticas del desempeño organizacional, así como de las habilidades y los resultados obtenidos mediante dicha implementación del modelo mencionado.
2. Facilita interpretar y compartir la información sobre las buenas prácticas entre las empresas estadounidenses.
3. Además, es utilizada como una herramienta de trabajo para una mejor comprensión empresarial y aprovechar las oportunidades de aprendizaje.

Mientras **Villagra (2006)** destaca que el Modelo Malcolm Baldrige está compuesto por tres elementos detallados a continuación:

➤ **Prefacio: EL perfil organizacional, el entorno, las relaciones y desafíos**

Dentro del perfil específico de cada una de las organizaciones propone un modelo en el que se desenvuelve la organización, así también el entorno, las relaciones laborales y los desafíos son utilizados como guía para la gestión del desempeño organizativo.

➤ **Las operaciones del sistema**

Mediante estas operaciones del sistema se desarrollan en 7 criterios que se encuentran situados a continuación:

- El liderazgo
- La Planificación estratégica
- La medida, el análisis y la gestión del conocimiento
- El enfoque dentro de los recursos humanos
- Enfoque de los Recursos Humanos
- La Gestión por procesos

- Y los resultados

➤ **Los fundamentos del sistema**

Son los elementos críticos de una gestión eficaz de la organización, para la ejecución de un sistema fundamentado en hechos para mejorar el desempeño y la competitividad.

Por otra parte, **Martínez (2011)** da a conocer los siguientes criterios que intervienen en el modelo Malcolm Baldrige:

Criterio 1: Liderazgo (120)

Esta categoría está compuesta por los líderes serios dentro de las empresas ya que ellos son los responsables de guiar a sus subordinados, un líder es visionario, practica valores y posee expectativas de desempeño y de mejora en las empresas, así también en esta categoría incluye el sistema del gobierno, las responsabilidades legales que posee el líder y las éticas manejadas con el público.

Dentro de este criterio se subdivide En subcriterios como:

- El Liderazgo
- El gobierno y la responsabilidad social

Criterio 2: La Planificación estratégica (85)

En esta categoría se realiza una evaluación para verificar como se está desarrollando la organización mediante los objetivos estratégicos planteados, así también se verifican los planes a ver si estos están modificados y de esa manera medir su progreso, además mediante este criterio se examina para ver como la organización está realizando la planificación, a ver si los planes desarrollados son los correctos, o poder medir los logros obtenidos.

En este criterio se plantean dos subcriterios:

- El desarrollo estratégico
- El despliegue de la estrategia

Criterio 3: Enfoque al cliente (85)

Mediante esta categoría se puede examinar como las distintas organizaciones están desarrollando un enfoque al consumidor y al mercado, es decir las organizaciones están comprendidas por las necesidades de los consumidores y del mercado, además este criterio propone una excelente relación con los clientes mediante las prácticas que se basan en la escucha activa y el aprendizaje captado ya que son aspectos importantes para lograr su satisfacción.

A la vez este criterio se divide en dos subcriterios:

- El conocimiento del cliente conjuntamente con el mercado
- Las relaciones del cliente y la satisfacción del mismo

Criterio 4: La medida, el análisis y la gestión del conocimiento (90)

Este criterio ayuda a verificar si las organizaciones están realizando una gestión efectiva, un análisis correcto, una mejora de los datos, y la información sobre los procesos de la organización, es decir este criterio es de suma importancia ya que mediante el modelo antes mencionado se podrá tener almacenados los datos de la empresa así como la información para que estos puedan estar disponibles en cualquier lugar, puesto que son fuentes de ventajas competitivas y ayudan a obtener un crecimiento de productividad.

El criterio se subdivide en dos subcriterios:

- La medida, el análisis y la revisión del desempeño de las organizaciones
- La información y la gestión

Criterio 5: Enfoque de los Recursos Humanos (85)

Esta categoría se enfoca en el área de recursos humanos para verificar el sistema de cómo trabajan los colaboradores en las organizaciones, la captación del aprendizaje de los colaboradores, la influencia de motivación a cada uno de ellos, además se examinan los esfuerzos aplicados en la organización para de esa manera crear y mantener un clima laboral de excelencia y así lograr el crecimiento tanto personal y organizacional.

A la vez este criterio se subdivide en tres subcriterios:

- El sistema de trabajo
- La captación de aprendizaje de los colaboradores
- El bienestar de los colaboradores y su satisfacción

Criterio 6: Gestión por Procesos (85)

En esta categoría se examinan los distintos aspectos claves de los procesos de gestión, y así crear valor agregado a los consumidores y a la misma organización, además estos criterios ayudan a verificar si la gestión por procesos poseen un diseño eficaz y eficiente, una orientación de prevención, la relación entre clientes proveedores y los colaboradores y la aportación de los grupos de interés, el ciclo del tiempo, el desempeño operacional y la evaluación de cómo ha ido mejorando la organización.

Los subcriterios en los que se divide son:

- Los procesos de valor agregado
- Los procesos de apoyo y planes operativos

Criterio 7: Resultados (450)

Se evalúa como se ha desempeñado la organización y su mejora continua en cada una de sus áreas, tales como la satisfacción al cliente, la relación y comunicación entre clientes y proveedores, su desempeño financiero, de recursos humanos, el operativo y de responsabilidad social, en cada una de las áreas se trata de evaluar cómo se desempeñan en cuanto a su competencia.

Este criterio se divide en 6 subcriterios de resultados tales como:

- De producto o servicio
- Orientados a los clientes
- Financieros y de Mercado
- De Recursos Humanos
- Los resultados de eficacia
- De Liderazgo y Responsabilidad Social

Beneficios del modelo

Así **Moreno (2013)** también manifiesta que al aplicar este modelo dentro de las organizaciones se obtienen los siguientes beneficios:

- ✓ Mediante la aplicación de este modelo ayuda a mejorar las relaciones laborales dentro de las organizaciones
- ✓ Aumenta la productividad de las organizaciones
- ✓ Brinda una mayor satisfacción del cliente
- ✓ Ayuda a obtener una mayor rentabilidad
- ✓ Permiten identificar las fortalezas y oportunidades con el propósito de obtener una mejora continua dentro de las organizaciones.

1.2.5. Modelo Deming Prize

Según **Camisón (2006)** manifiesta que el modelo Deming Prize apareció en el año de 1951 en Japón, el cual fue creado por la JUSE (Union Japanese Scientists and Engineers/ Unión Japonesa de Científicos e Ingenieros) en homenaje al Dr. Edward Deming por su contribución al desarrollo y control total de la calidad, desde ahí tiene gran importancia en cuanto al desarrollo de la organización y a la gestión de calidad, este modelo tiene como objetivo ser una herramienta eficaz con el fin de poder mejorar y dar un cambio radical a la gestión de la organización de manera significativa contribuyendo a un correcto control de calidad.

Deming Prize también es conocido como el premio global el cual se otorga a las empresas que sobresalen por su alta dirección y control de calidad, a más de ello se entrega el premio global a las empresas que impulsan la gestión de calidad como un modelo de oportunidad y excelencia.

De igual manera **Silva (2013)** manifiesta que este modelo Deming propone que los líderes de las organizaciones deben estar preparados y orientados con una visión de dirección estratégica, ya que son los encargados de dirigir y de realizar las correcciones necesarias con el fin de obtener buenos resultados, además deben establecer estrategias que sean una clave de éxito basadas en indicadores de conocimiento organizacional, además cabe recalcar que este fue el primer modelo desarrollado en Japón mediante este modelo las organizaciones pueden obtener una

mejor forma de aplicar la calidad total, logrando una exitosa cultura de calidad en Japón.

Por otra parte, **Terán (2017)** establece que dentro del modelo Deming Prize los procesos de producción son entendidos como un sistema en la cual la mejora continua está compuesta por toda la línea de producción, desde una recepción de la materia prima, hasta que el producto llegue a su consumidor final. De esta manera la calidad está orientado siempre a las necesidades de los clientes.

Beneficios mediante la aplicación del modelo

En cuanto **Llarena (2014)** refiere que La Unión Japones Scientists and Engineers, manifiestan que existen 10 beneficios los cuales se detallan a continuación:

1. Obtener estabilidad y lograr una mejora de calidad

Mediante la implementación de métodos de control, el aseguramiento de la calidad, las organizaciones podrán optimizar sus actividades y de esta manera poder satisfacer las expectativas de los consumidores.

2. Mejorar la productividad y reducir costos

Al aplicar el modelo de Deming las empresas logran reducir sus errores en el proceso de producción, y así poder incrementar la satisfacción de los clientes y a la vez se logrará mejorar el sistema de control en el proceso de producción.

3. Incrementar las ventas

Al momento de lograr una mayor satisfacción al cliente existirá un incremento de ventas.

4. Mayores beneficios

Si se implementa el modelo Deming Prize de la gestión de calidad, reflejara resultados como la disminución de los costos y un aumento de la productividad tanto empresarial como personal.

5. Planes directivos de negocio seguros y eficaz

La gestión de calidad total en las organizaciones permite determinar, eh implementar nuevas políticas y metas, tomando en cuenta la realidad del tiempo pasado y del tiempo real de la empresa permitiendo obtener como beneficio una mejora de la calidad.

6. Cumplimiento de los sueños del equipo de trabajo de las organizaciones

Mediante este modelo se puede conseguir que los colaboradores de la empresa se sensibilicen y se relacionen con la gestión de calidad total y poder comprender los esfuerzos en cuanto al funcionamiento y los procesos de la organización.

7. La gestión de calidad total con una mejora en la constitución organizativa

Los integrantes de cada departamento dentro de la organización deben trabajar por equipo y todos con una misma visión en común la cual es una mejora continua y lograr una calidad total consiguiendo que los colaboradores de la empresa se sientan partícipes y seguros en su puesto de trabajo.

8. Máxima motivación con el fin de motivar dirigir y promover la estandarización

Se logrará que los colaboradores mejoren su rendimiento laboral encaminándoles a que ellos sean más proactivos y así aumentar los estándares y por ende los beneficios empresariales.

9. Un poder total de la empresa y la mejora de la moral

Permite obtener un personal con habilidades los mismos que estén preocupados por el cumplimiento de sus tareas de trabajo diarias, también se logra una disminución del ausentismo laboral, aumenta su moral, les hace más competitivos a los trabajadores, y cada uno de ellos tiene claro sus roles a desempeñar en las empresas.

10. Establecimientos de distintos sistemas de dirección total y dirección.

Aquí se logra definir con claridad las responsabilidades, autoridades y las obligaciones individuales, con el fin de mejorar su efectividad.

Importancia del modelo

Por otra parte **Andrade (2013)** aporta que dentro del modelo de Deming se han propuesto que las empresas utilicen criterios los mismos que se pueden dar uso como guía de establecimiento de un sistema de gestión de calidad para llevar a la organización a la excelencia o para establecer una mejora continua en cuanto al desempeño laboral de la organización, además estos criterios ayudan a llevar al éxito a las organizaciones ya que al ser usados permiten hacer una autoevaluación empresarial y así poder hacer una medición del progreso que alcanzado la organización y también determinar las oportunidades sobresalientes.

Ciclo de Deming Prize

Por otra parte **Vayas (2015)** manifiesta que el modelo Deming Prize tiene una gran influencia en cuanto al desarrollo del control y a la gestión de calidad en Japón, ya que tenían como principal objetivo ser un instrumento útil para poder mejorar y hacer una transformación de gestión en las organizaciones de todo Japón, y es así como entregaban premios a las empresas que más se destacaban por su dirección y control de calidad exitosa, promoviendo la gestión en organizaciones que tenían oportunidades de excelencia, además tenían como objetivo principal evaluar y comprobar si con la implementación del control de calidad en las organizaciones hay logrado obtener resultados positivos, y logrando satisfacer al cliente mediante el cumplimiento de las metas.

Así también **Vayas (2015)** establece que en el ciclo de Deming es una estrategia de mejora de la calidad, en cual también es denominado como un espiral de mejora el cual es demandado por varios sistemas que son usados en las organizaciones con el fin de hacer gestiones de calidad, medio ambientales, salud y seguridad ocupacional, la importancia de este se refleja en el compromiso que tiene con cada uno de los niveles de la alta dirección en donde le permite desarrollar políticas, plantear objetivos, nuevos procesos y así de esa manera tomar acciones correctivas con el fin de mejorar y obtener un rendimiento en la organización, además en el ciclo de Deming se debe cumplir con varias fases, y etapas para lograr resultados efectivos, y así poder aprovechar los recursos en las distintas áreas de cada una de las organizaciones

Criterios

- **Contexto de la Organización**

Con base en la **Norma Internacional ISO 9001 (2015)** menciona que la organización debe determinar las cuestiones externas e internas que son pertinentes para su propósito y su dirección estratégica, y que afectan a su capacidad para lograr los resultados previstos de su sistema de gestión de la calidad. La organización debe realizar el seguimiento y la revisión de la información sobre estas cuestiones externas e internas.

Así también la organización debe establecer, efectuar, conservar y mejorar permanentemente un sistema de gestión de la calidad, así como también los procesos que son inevitables de acuerdo con los requisitos.

- **Liderazgo**

Dentro de la **Norma Internacional ISO 9001 (2015)** tenemos que la alta dirección dentro de las empresas debe demostrar liderazgo y así también el compromiso con relación al sistema de gestión de la calidad. Esto se debe dar por medio de la rendición de cuentas y con una buena responsabilidad con respecto a la eficacia del sistema de gestión de la calidad.

Por otra parte, se debe demostrar el liderazgo con relación al cliente asegurando así que se establezca, y se cumpla a cabalidad todos los requisitos del cliente, así como también los requisitos legales y reglamentarios dentro de la empresa.

- **Planificación**

La **Norma Internacional ISO 9001 (2015)** manifiesta que la empresa al momento de planificar el sistema de gestión de la calidad debe tomar muy en cuenta los riesgos y oportunidades los cuales puedan asegurar que el sistema de gestión logre los resultados esperados reduciendo cualquier tipo de efectos no deseados para poder lograr la mejora dentro de la empresa.

La empresa debe crear objetivos de la calidad para los procesos necesarios para conformar el sistema de gestión de la calidad.

Así también si dentro de la empresa se dan cambios en el sistema de gestión de calidad, estos deben dar de una forma planificada.

- **Apoyo**

La **Norma Internacional ISO 9001 (2015)** menciona que la empresa debe establecer y brindar los recursos que sean necesarios para la mejora continua del sistema de gestión de la calidad. Así como también se debe proporcionar los individuos necesarios para que puedan implementar el sistema de gestión y a su vez puedan controlar todos los procesos.

- **Operación**

Así también la **Norma Internacional ISO 9001 (2015)** aporta que las organizaciones deben planear, ejecutar y llevar un control de los procesos para cumplir con los requerimientos de productos y servicios, así también deben determinar los requisitos para los productos y servicios con especificadores únicas a diseñar y a desarrollar, por otra parte las organizaciones deben controlar los cambios que se planifiquen para poder tomar acciones cuando sea necesario, además la comunicación con los clientes es un punto muy importante ya que debe proporcionar información sobre los productos y servicios, tomar en cuenta las consultas, o pedidos mediante los requerimientos del cliente ya que de esa manera se ganara la fidelidad del mismo.

- **Evaluación del desempeño**

En cuanto la **Norma Internacional ISO 9001 (2015)** establece que las organizaciones deben realizar un seguimiento sobre los procedimientos aplicados, la medición, sobre la percepción del cliente es decir sobre el nivel de satisfacción del cliente y las expectativas del mismo y así asegurar que se obtendrán buenos resultados, esa así como la organización está en el deber de controlar y evaluar el desempeño dentro del sistema de la gestión de la calidad, también es importante archivar la información documentada para tener una evidencia sobre los resultados obtenidos, por otra parte la organización debe ejecutar auditorias previamente planificadas las cuales incluyan procedimientos, responsabilidades los requisitos de la planificación y los informes pertinentes los mismos que servirán para definir el alcance de cada auditoria.

- **Mejora**

La **Norma Internacional ISO 9001 (2015)** manifiesta que las organizaciones deben establecer las oportunidades de mejora y si es necesario ejecutar cualquier acción para cumplir con los requerimientos del cliente y así aumentar el nivel de satisfacción del cliente, cabe recalcar que es indispensable que la organización considere los resultados obtenidos a través del análisis y una evaluación para así llegar a la conclusión sobre qué es lo que se debe mejorar.

Ciclo de Deming

Ilustración 2: Ciclo de Deming



Fuente: (Badreddine, Romdhane, & Ben, 2009)

Como señala **Moreno López & Jiménez Builes (2012)** La aplicación de un sistema de gestión de calidad es una decisión clave dentro de las empresas pues esta le permite tener un mejor rendimiento laboral y un buen desarrollo sostenible en la misma, en cuanto al enfoque de procesos permite a que la organización pueda planificar ya sea sus procesos o sus interacciones, es así como el ciclo PHVA ayuda a las empresas a mejorar sus procesos para estos sean de calidad para que puedan ser gestionados de mejor manera y poder llevar una secuencia lógica de todos estos procesos, dando una mejora en la obtención de información y en la evaluación de los datos, a más de ello permiten tener una mejor comprensión el cuanto al cumplimiento de requisitos, dando un valor agregado a los procesos, y logrando un desempeño eficaz dentro de las empresas.

En cuanto a **COPANT & INLAC (2003)** señala que el ciclo de Deming está conformado por:

Ciclo Planificar-Hacer-Verificar-Actuar

El ciclo de Deming PHVA es aplicable a todos los procesos y en especial al sistema de gestión de la calidad, a continuación, se presenta la secuencia lógica de este ciclo que puede ser aplicado en las empresas:

Planificar: en este primer ciclo se establecen los objetivos del sistema, los procesos y todos los recursos necesarios con el fin de poder generar y obtener buenos resultados de acuerdo a los requerimientos del cliente, al cumplimiento legal y reglamentario, y a las políticas dentro de la organización.

Hacer: este punto refiere a la implementación de lo planificado es decir se ejecuta el plan estratégico como el organizar, asignar los recursos, y controlar la ejecución de un nuevo plan.

Verificar: transcurrido un periodo de tiempo se debe monitorear y hacer un seguimiento de las actividades para analizar los datos siempre y cuando el plan haya sido ejecutado.

Actuar: en este último paso se obtiene los resultados del plan ejecutado es decir saber si se existen errores en la aplicación y en caso de que si existan se debe de tomar acciones con el propósito de ofrecer una retroalimentación o una mejora de la planificación ejecutada y así poder mejorar el desempeño empresarial.

El ciclo de Deming es un método dinámico el cual puede ser aplicado en cada uno de las áreas dentro de la empresa ya que está vinculado con la planificación, la implementación, la verificación y así dar una mejora continua a dichos procesos, a más de ello se puede lograr un mejor desempeño tanto en los procesos estratégicos de alto nivel como en actividades con operaciones sencillas.

Al momento de aplicar el Modelo de Deming Prize las empresas estarían cumpliendo con los requisitos basados en la norma Internacional ISO 9001-2015, y se podría integrar un sistema de gestión de calidad eficaz.

1.3.Competitividad

A criterio de **Labarca (2012)** La competitividad es la capacidad que tiene la empresa ya sea pública o privada, de obtener rentabilidad en el mercado y de alcanzar una determinada posición en el entorno socioeconómico.

1.3.1. Capacidad de la producción

Definición

Para **Ingenio Empresa (2016)** la capacidad de la producción es la cantidad de producción que una empresa almacena, recibe o produce en un determinado tiempo, de acuerdo a sus capacidades de elaboración.

Según **Urgal Gonzáles & García Vázquez (2006)** son actividades que una organización puede desarrollar a diferencia de sus competidores, estas se realizan dentro de la empresa con el fin de que no puedan ser imitadas por las demás empresas. Es por ello que la capacidad de producción proviene de la infraestructura de producción.

Importancia

Mientras que **Londoño (2015)** menciona que la capacidad de producción es muy importante dentro de las empresas por varios motivos como los siguientes:

- Se pretende mantener una capacidad suficiente para poder abastecer la cantidad y el tiempo adecuado de producción que sea necesaria para satisfacer la demanda del cliente.
- La capacidad que se dispone puede afectar la factibilidad que se tiene para poder planificar la producción y a su vez los costos de mantenimiento de la maquinaria.
- Para la empresa es una inversión la obtención de capacidad, para ello se debe evaluar los costos y los ingresos que se utilizan dentro de la capacidad de producción.

Tipos de capacidad de producción

Según **Arias Montoya (2010)** manifiesta que los tipos de capacidad de producción son:

- Capacidad proyectada o diseñada: se refiere a la producción ideal que se puede alcanzar, es decir la máxima producción teórica.
- Capacidad efectiva: Es considerada como la capacidad que las organizaciones pretenden alcanzar de acuerdo a sus limitaciones entre ellas se encuentra las falencias que pueden tener el personal y así también el mantenimiento de la maquinaria.
- Capacidad Real: Se refiere a lo que en realidad la empresa puede producir en un tiempo determinado.

Planificación de la capacidad

Según **Arias Montoya (2010)** Para poder realizar una planificación efectiva se deben tener en cuenta dos preguntas importantes que ayudaran a diseñar objetivos y metas que se puedan alcanzar a lo largo del tiempo. Las preguntas son: ¿Cuanta capacidad se requiere? y ¿Para cuándo se necesita?

La empresa tiene como objetivo primordial satisfacer la demanda del mercado de una manera beneficiosa.

Por lo tanto, **Carro Paz & Gonzáles Gómez (2015)** menciona que: para que una empresa tenga éxito a largo plazo es importante que se realice una planificación de la capacidad. Si existe una capacidad excesiva, esta puede ser perjudicial para la empresa así también como la insuficiencia de capacidad. La capacidad se entiende como la medida de los productos que salen o así también como la medida de los insumos. Para una planificación de la capacidad es de vital importancia conocer la capacidad actual con la que cuenta la empresa y la utilización de la misma.

Se llama capacidad pico a la producción máxima que se puede obtener dentro de una instalación o de un proceso. Mientras que una capacidad efectiva se le conoce a la salida máxima de producción que una empresa puede lograr manteniéndose estable económicamente.

Pasos para la planificación de la capacidad de producción

1. Predecir las ventas que se darán para cada línea de productos.
2. Predecir las ventas para cada uno de los productos de las diferentes líneas.
3. Estimar los requisitos necesarios como son el personal y la maquinaria que serán utilizados para desarrollar la producción pronosticada.
4. Programar la disponibilidad tanto del personal como de la maquinaria de acuerdo a lo planificado por la empresa.

Por otra parte, **Carro Paz & Gonzáles Gómez (2015)** indica que para la creación de una empresa se debe tomar muy en cuenta una decisión inicial la cual ayudara a que no existan problemas al momento del desarrollo de sus activadas. Mientras que cuando la empresa ya está instalada se debe tomar decisiones referentes a la capacidad de producción con la finalidad de satisfacer la demanda actual y futura.

1.3.2. Capacidad de ventas

- **Fuerza de ventas**

Según **León Valbuena (2013)** El vendedor es la parte clave de las ventas dentro de la empresa, ya que al momento de realizar su trabajo ayuda a aumentar las utilidades de la empresa y así también logra satisfacer las necesidades de los clientes. La fuerza de ventas es el componente humano quien realiza la distribución adecuada de los productos de la empresa, así también este gestiona las ventas por medio de la información que recibe acerca del cliente y sus necesidades.

- **Proceso de las Ventas**

Para **Johnston & Marshall, (2009)** Las habilidades que se emplean al realizar las ventas varían de acuerdo a la empresa, ya que el nivel de compra y las necesidades de los clientes son diferentes en el mercado, por otra parte, también hay productos con un nivel de complejidad para su venta, es por ello que cada empresa tiene su propio proceso de ventas la cual le hace más eficiente tratando de cumplir las metas propuestas.

- **Importancia de la función de ventas**

Según **Torres Morales (2014)** toda empresa posee la oportunidad de vender sus productos de distintas maneras, estas lo pueden hacer de manera directa o a su vez utilizando los llamados canales de distribución. Así también esto conlleva a que en ocasiones utilicen la publicidad para poder obtener mayor desempeño de las ventas, dando a conocer a los clientes de los productos que la empresa ofrece.

El proceso de la administración de ventas

Dentro de una empresa existen 3 pasos fundamentales que se deben seguir para obtener un buen proceso de la administración de ventas, entre ellos tenemos:

1. **Formulación:** Para realizar una buena planificación de las ventas se debe tomar muy en cuenta los factores del entorno a los cuales se enfrentan las empresas. Los encargados de las ventas planean las diferentes actividades que ayudaran a cada una de las personas a realizar con éxito las ventas.
2. **Aplicación:** Dentro de este proceso se realiza la selección del personal que este apto para las ventas, así también se desarrollan las políticas de venta que ayuda al cumplimiento de los objetivos deseados.
3. **Evaluación y control:** aquí se elaboran métodos que ayuden a la observación y evaluación de las ventas. En caso de que los objetivos no se hayan alcanzado, la evaluación ayudara a realizar ajustes a las políticas de ventas con el fin de mejorarlas.

Etapas del proceso de ventas

Como señala **Johnston & Marshall (2009)** existe seis pasos para que intervienen en el proceso de ventas entre ellos tenemos:

1. Buscar clientes que deseen comprar el producto
2. Empezar una relación con el cliente
3. Calificar al cliente según su perspectiva
4. Dar a conocer el producto de venta
5. Finalizar la venta
6. Dar servicio a la cuenta

Organización de las ventas

Con base en **Navarro Mejía (2013)** La fuerza de ventas se puede organizar por líneas de productos, por zonas geográficas, por funciones o por clientes. Pero para la determinación de la más adecuada para la empresa se debe identificar los siguientes aspectos:

- **El volumen de la empresa:** es decir que cuando más vendedores tenga, se debe tener mayor esfuerzo para poder controlar y hacerles su respectivo seguimiento.
- **Diversificación de productos:** si la empresa cuenta con un número mayor de productos se deben contratar vendedores que estén especializados para que puedan lograr una mejor distribución de los productos satisfaciendo así al cliente.
- **Los medios de distribución:** estos se deberán escoger de acuerdo a la infraestructura con la que cuente la empresa.

Factores internos y externos que influyen en el desempeño de la fuerza de ventas

Mientras que **León Valbuena (2013)** menciona que dentro de la organización los factores que afectan a los colaboradores son: el trato que se da dentro de la empresa, las normas aplicadas, los valores, políticas que se rigen en la organización. Dichos factores determinan la capacidad y el esfuerzo realizado por cada uno de los trabajadores, con la finalidad de que sus tareas se ejecuten de manera eficiente, utilizando de manera correcta sus recursos del tiempo.

Dichos factores afectan directamente a la organización, dando a notar en el cumplimiento de las tareas y metas. Si las personas aceptan su comportamiento interno y lo enfrentan de manera positiva, pues este ayuda a que desarrollen un cambio para su perfeccionamiento. La motivación es una de las herramientas que dirige todos los esfuerzos internos de los colaboradores haciendo que las actitudes cambien de manera efectiva.

Así también las aptitudes son capacidades que cada uno tenemos y que influye en la eficiencia de la organización. Esta depende del conocimiento de sí mismo cuando nos miramos nuestro interior y nos damos cuenta de nuestras habilidades.

Mientras tanto para **Johnston & Marshall (2009)** existen factores externos que afectan al éxito de las ventas entre ellos tenemos:

- Marco Económico
- Marco legal y político
- Marco técnico
- Marco sociocultural: ética
- Marco ambiental

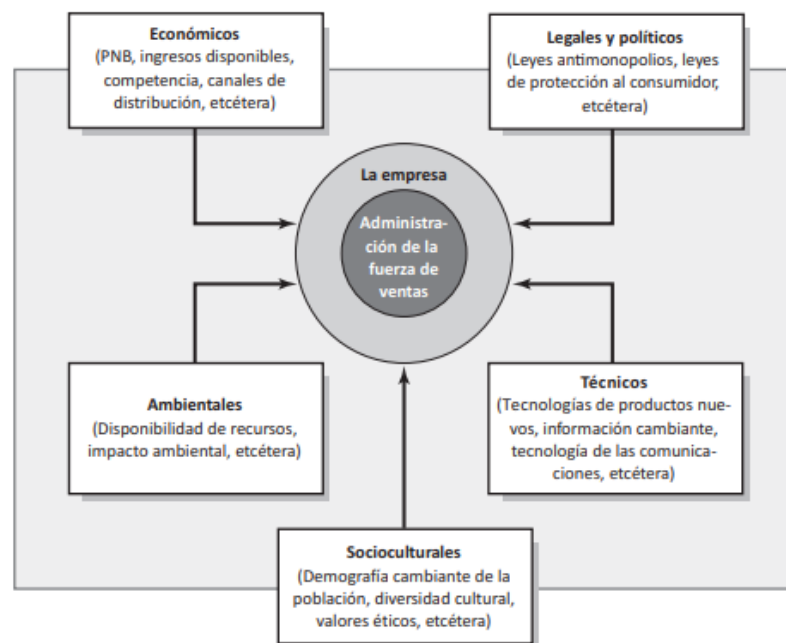


Ilustración 3: Factores externos que afectan al éxito de las ventas
Fuente: (Johnston & Marshall, 2009)

1.3.3. Posicionamiento de las empresas

Para **Ayala (2013)** manifiesta que el posicionamiento se refiere a ocupar un lugar en la mente del consumidor, que en otras palabras implica que el consumidor pueda reconocer las características del producto, comparar y diferenciar con los de la competencia, encontrando un elemento distinto, superior y único en el producto. El origen del posicionamiento en las empresas es a lo que juega la gente en el actual mercado es decir es el proceso de posicionar el producto en la mente de los consumidores, también se puede decir que es la decisión de la empresa de elegir el o los beneficios que la marca debe presentar para ganar un lugar distintivo en el mercado, siendo el énfasis en el mercado.

En cuanto **Kotler (2013)** establece que dentro del proceso de desarrollo de las estrategias del posicionamiento de las empresas están conformadas por los siguientes pasos:

1. Identificación de los productos en competencia para una determinación del ámbito del posicionamiento.
2. Identificación de los aspectos más relevantes de cada producto a través de una investigación cualitativa.
3. Recolección de datos sobre las percepciones de los consumidores de los productos en competencia.
4. Realizar un análisis sobre el ranking actual de los productos en competencia mediante mapas conceptuales o red del posicionamiento.
5. Determinación del posible ajuste sobre las posiciones de acuerdo a los requerimientos del consumidor y su atractivo segmento.
6. Redacción de los resultados del posicionamiento para guiar el desarrollo de una estrategia de marketing.

Mientras **Orihuela (2014)** refiere que para un producto este altamente posicionado debe cumplir con los aspectos tangibles del producto, una plaza, un precio y una promoción y así poder competir y para ello se aplican algunas alternativas de posicionamiento.

1. Fortalecer los aspectos del producto para una posición actual en la mente del consumidor.
2. Lograr una posición desocupada.
3. Reposicionar a la competencia.

Por otra parte, **Orihuela (2014)** establece los siguientes tipos de posicionamiento que posee una empresa:

- Posicionamiento por atributo: la empresa está posicionada de acuerdo a las características y cualidades que posee es decir dependiendo su tamaño y el tiempo de trayectoria de la misma.

- Posicionamiento por beneficio: La empresa y en especial el marketing busca que el consumidor se informe sobre el beneficio de adquirir algún producto en particular y que otras empresas no lo ofrecen.
- Posicionamiento por uso: Es decir el producto está posicionado por el buen uso que posee respecto al resto de la oferta en competencia.
- Posicionamiento por competencia: se refiere a que la empresa logra que la marca se posicione en la mente del consumidor por poseer productos con algún valor agregado la misma que le da una ventaja competitiva.
- Posicionamiento por categoría de productos: se refiere a que un producto puede posicionarse como líder en categorías de productos.
- Posicionamiento por calidad y el precio: la empresa se puede posicionar por ofrecer productos de calidad, precios cómodos y competitivos lo que hace que esté vinculado a una exclusividad o al lujo.

1.3.4. Rentabilidad en las Empresas

Como señala **Suárez (2013)** la rentabilidad dentro de una empresa es el conocimiento aplicado a cualquier actividad económica en la cual están los recursos humanos, materiales y tecnológicos, con el propósito de obtener buenos resultados, así también la rentabilidad esta denominada como la medida del rendimiento de lo que se invierte al momento de realizar una serie de actividades en la empresa, así también es definido como el resultado que refleja de una toma de decisiones, cabe recalcar que es importante realizar un análisis sobre la rentabilidad para verificar que la empresa este en crecimiento, si mantiene estable o si esta está arrojando perdidas a la empresa.

Tipos de Rentabilidad

Por otra parte, **Ríos (2014)** refiere que para medir la competitividad existen diversos tipos de financiamiento los cuales se detallan a continuación:

1. Rentabilidad Económica

Este tipo de rentabilidad económica logra medir la tasa de devolución es decir la capacidad que posee los activos totales de la empresa para obtener beneficios que se produce por un beneficiario respecto al capital total, en este se incluyen los préstamos y el patrimonio neto que sumados todos estos forman el activo total.

2. Rentabilidad Financiera

Se refiere a la capacidad individual de inversión y de poseer ganancias mediante financiamiento propio, la cual se obtiene mediante el beneficiario y el patrimonio neto de la empresa, si esta asume un alto riesgo es común tener una rentabilidad financiera más alta la cual va a servir para cubrir el riesgo de inversión que asumen los inversionistas o propietarios.

3. Rentabilidad sobre ventas

Este tipo de rentabilidad trata de medir la capacidad al momento de obtener una rentabilidad por medio de las ventas que realiza la empresa en sus actividades empresariales, para poder calcular la rentabilidad de ventas de la empresa se puede realizar mediante el margen de utilidad bruta o el margen de utilidad neta.

4. Rentabilidad de un proyecto (o de un producto)

Para obtener la rentabilidad de un proyecto o de un producto se lo logra mediante la mediación de la relación de la utilidad proyectada o real y con una inversión por parte de los socios para llevar a cabo el proyecto y comercializar el producto.

5. Rentabilidad Social

Este tipo de rentabilidad se refiere al beneficio que se logra con el aporte de la sociedad que son parte de un proyecto de inversión o de una empresa, destinando así los recursos a los mejores beneficios posibles mediante la estimación de precios sociales y criterios que se aplican para la evolución del proyecto.

Factores de Rentabilidad en las decisiones financieras

Por otra parte, **Cabrera (2014)** establece que existen algunos factores que intervienen en las decisiones financieras respecto a la rentabilidad a continuación se detallan los siguientes factores:

- La intensidad del capital: trata de medir la capacidad que poseen las empresas para utilizar de manera eficiente sus activos, es decir la cantidad de inversión de los activos dependerá de la intensidad de la inversión del capital, la cual se necesita durante un determinado periodo para poder generar utilidades.

- Modificar las bases de la diferencia: una empresa se diferencia del resto por poseer ventajas competitivas tales como los atributos que tenga lo cual hace que sea atractivo para el consumidor, es decir si existe mayor grado de diferenciación se tendrá menor competencia y mayores ganancias.
- Ampliación del alcance de los productos y mercado: se refiere a que las empresas deben innovar y aplicar su gama de productos para mejorar el desempeño de la empresa, estos cambios siempre están enfocados en determinados clientes y un segmento de mercado en especial.
- Aplicación de capacidades básicas en otros negocios: se refiere a las habilidades, actitudes aptitudes y destrezas desarrolladas dentro de una empresa.
- Reutilizar los activos estratégicos: es decir los bienes que poseen las empresas estas son tangibles como las maquinas, los terrenos, e intangibles como las patentes, marcas, y base de datos de clientes, estos se pueden utilizar para desarrollar nuevas oportunidades comerciales.
- Modificar la ejecución y apoyo hacia clientes: refiere a la forma en que la empresa llega a los posibles clientes, los canales de distribución que utiliza, y el apoyo que brinda a sus clientes, si se modifica estos factores la empresa ampliará su mercado y obtendrá mayor rentabilidad.
- Aprovechar la base de datos de los clientes: el conocimiento que se obtenga de los clientes podría ser muy importante para la empresa en términos económicos.
- Modificar la estructura de precios: para conservar el posicionamiento del producto en el mercado y seguir en competencia se debe tomar en cuenta los precios estos deben ser coherentes dependiendo el segmento de mercado.
- Incorporar proveedores al modelo de negocio de la empresa: siempre se debe elegir a los mejores proveedores y mantener una buena relación con ellos, ya que eso dará una ventaja competitiva a la empresa.
- Integración vertical: se refiere a las decisiones que se presentan en la organización, estas ayudan a definir los límites que la empresa debe plantear en cuanto a la cadena de valor de la producción, establecer una relación dinámica de la empresa con los proveedores, distribuidores y clientes, y observar que se debería cambiar para mantener la ventaja competitiva en la empresa.

1.3.5. Medición de la competitividad empresarial

Definición

En cuanto **Suñol (2006)** refiere que si una empresa se encuentra en un alto rango de competitividad en el mercado también tendrá mayor inversión y una apertura comercial superior y de igual manera su capacidad de participación entre empresas aumentará.

Estrategia competitiva

Según **Echeverría Sevilla (2007)** Para que una empresa sea excelente debe considerar su posición dentro del mercado, ya que según su utilidad que genera se verifica si está por encima o debajo de las demás empresas de su sector.

Es decir que la estrategia clave para la competitividad es la calidad total, ya que esta se refiere a la mejora continua de la organización, aquí cada trabajador aporta con sus actividades y así también cada uno de los miembros que conforman la empresa desde el gerente hasta el nivel jerárquico más bajo, con el fin de cumplir con responsabilidad los objetivos planteados por la empresa.

Para que la calidad total puede desarrollarse en su totalidad es de vital importancia que se quiten los valores morales de la sociedad. Es decir que dentro de la empresa se debe fomentar la motivación de cada uno de los trabajadores para así conseguir una colaboración laboral responsable, con una mejor capacidad para enfrentar situaciones negativas dentro de la empresa.

Factores que inciden en el nivel de competitividad

Como **señala Ibarra Cisneros (2017)** en el entorno de la organización existen factores que afectan tanto directa como indirectamente en la competitividad entre ellos tenemos: los niveles educativos, el clima laboral, la infraestructura, el medio ambiente, entre otros. Para esto existen indicadores de la competitividad empresarial y estos se basan en:

- La administración correcta de los flujos de producción, así también de los inventarios.

- La integración positiva de la planeación de mercado, así como actividades que impulsen el desarrollo y la investigación
- Capacidad de realizar cambios en la demanda, generando un ambiente positivo para los negocios.
- Desarrollo de programas productivos, con la finalidad de una integración entre empresas.

A juicio de **Lombana (2009)** la competitividad se analiza por medio del “Diamante de la Competitividad” que fue diseñado por Porter, aquí existen cuatro determinantes (condiciones de los factores de producción; condiciones de la demanda; estrategia, estructura y rivalidad; sectores conexos y de apoyo) y dos elementos exógenos (gobierno y azar) determinan el potencial competitivo de una empresa.

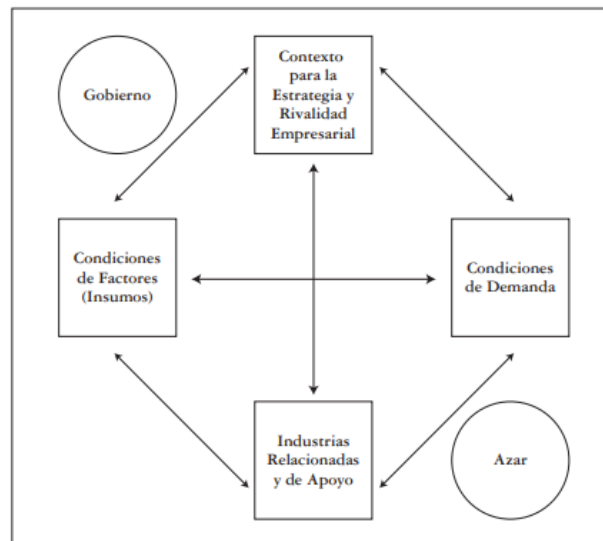


Ilustración 4: Diamante de la competitividad
Fuente: (Lombana, 2009)

Capacidad de Innovación y Mejora

Como manifiesta **Urbina (2014)** No cabe duda que la innovación mejora la competitividad de las empresas para hacer frente a un entorno cada vez más competitivo y global y que esta afecta a todas las empresas, no importa que estas sean grandes o pequeñas, industriales o de servicios. Si pretendemos que sean más competitivas para crear más riqueza y empleo es necesario este compromiso con la innovación y las nuevas tecnologías. (Innovación sinónimo de progreso).

Evaluación de la Competitividad

En cuanto a **L. Saavedra (2013)** manifiesta que un análisis competitivo es una evaluación de la competencia en un determinado mercado orientado a informar las decisiones empresariales. Una evaluación suele implicar la creación de una lista de competidores y de un perfil para cada uno de ellos que incluya información tal como el tipo de productos y servicios que venden, su participación del mercado, las estrategias de comercialización y las fortalezas y debilidades más notables. Esta evaluación también puede incluir comparaciones entre productos y Servicios específicos de una empresa y las ofertas de los competidores.

Medición de la Competitividad

En la opinión de **Cabrera (2014)** Todo sistema de gestión ha de incorporar un sistema de control coherente, compuesto por una serie de elementos interrelacionados entre sí y que tengan un objetivo común: aumentar la eficacia de la gestión al tiempo que satisfacer más y mejor al cliente a través de la gestión de las variables que en ella influyen (calidad, precio, servicio y tiempo). Como una parte del sistema corporativo de información, el sistema control ha de facilitar la toma de decisiones (preventivas, correctivas o de mejora).

El control de gestión tradicional suele limitarse a la medición de variables financieras; proporciona información cuantificada sobre la situación de los departamentos de la empresa y permite a los directivos tomar decisiones para mejorar la competitividad tomando como principal eje de actuación de reducción de los costos internos.

Recursos Humanos:

Como señala **Urbina (2014)** En los negocios y en la gestión de recursos humanos es ventaja competitiva que puede ser alcanzada por las organizaciones a través de sus empleados.

Empleados contentos y que trabajan duro es mucho más probable que produzca un trabajo excelente que le agregue valor a la organización.

La estabilidad de una compañía donde los empleados tienen buenas relaciones interpersonales, es bien vista por inversiones externos.

Al momento que existan valores en común se facilitara un desarrollo de estrategias a largo plazo, y estos recursos organizacionales serán utilizados de una manera más efectiva, a través de un reclutamiento más eficaz.

La cultura organizacional será más conducente hacia un desempeño de calidad. El cambio podrá implementarse con menos conflictos.

1.4.Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Determinar el modelo de gestión de calidad más adecuado que ayude a medir la competitividad en el sector textil de la provincia de Tungurahua.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente los modelos de gestión de la calidad que contribuyen al mejoramiento de la competitividad del sector textil.
- Caracterizar la situación actual de los modelos de gestión de la calidad que ocupa el sector textil de la Provincia de Tungurahua.
- Proponer qué modelo de gestión de calidad aportará para mejorar la competitividad de las empresas del sector textil de la Provincia de Tungurahua.

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA

2.1. Materiales

Encuesta

El instrumento de recolección de la información está conformado por dos factores el primero en el que consta el objetivo y las instrucciones y el segundo el cual servirá para nuestro proyecto de investigación en donde consta de 19 preguntas las mismas que están compuestas por preguntas de escala de Likert con el propósito de obtener resultados relevantes para nuestra investigación.

2.2. Métodos

2.2.1. Método Teórico

✓ **Descriptivo**

Según **Baena (2017)** manifiesta que la investigación descriptiva comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente.

✓ **Inductivo - Deductivo**

Para **Bernal (2010)** El Método inductivo-deductivo es método de inferencia se basa en la lógica y estudia hechos particulares, aunque es deductivo en un sentido (parte de lo general a lo particular) e inductivo en sentido contrario (va de lo particular a lo general).

✓ **Histórico - Lógico**

Por otra parte, para **Bernal (2010)** el Método histórico-lógico son los procedimientos de investigación y esclarecimiento de los fenómenos culturales que consiste en establecer la semejanza de esos fenómenos, infiriendo una conclusión acerca de su parentesco genético, es decir, de su origen común.

✓ **Métodos Cuantitativos**

En cuanto **Hernández Sampieri (2010)** manifiesta que el enfoque cuantitativo es utilizado para la recolección y el análisis de los resultados obtenidos mediante las encuestas aplicadas en los distintos establecimientos, a más de ello el enfoque cuantitativo permite probar la hipótesis mediante una medición numérica, y un conteo frecuente estadístico para obtener con exactitud el comportamiento de la población.

✓ **No experimental**

Así también **Hernández Sampieri (2010)** aporta que en este tipo de Investigación no experimental está basada en la observación de los fenómenos tales como surgen en el contexto natural y así poder analizarlos después, a más de ello en este tipo de investigación no existe condiciones de variables independientes para que sean manipuladas.

2.2.2. Métodos empíricos

✓ **Observación**

Para **Polo (2015)** manifiesta que la observación se basa en el procedimiento en el cual se puede percibir algunos rasgos que existen en la realidad, además es la capacidad de describir y tratar de explicar cómo es el comportamiento de ciertos eventualidades o situaciones dentro del campo investigativo.

✓ **Encuesta**

Para **Polo (2015)** establece que la encuesta se refiere a una técnica que se utiliza para la recolección de datos la cual consiste en realizar una serie de preguntas con el fin de poder conocer la opinión del encuestado y así tratar de verificar la hipótesis planteada.

2.3.Población

Para **Hernández Sampieri (2010)** define a la población como un conjunto que abarca todos los casos en estudio.

- **Población Finita**

Este tipo de población es la que se conoce como un total de la población en estudio para la investigación y por ello los datos de estudio se obtuvieron del **Instituto nacional de estadística y censos (2016)** (Anexo 2)

- **Población Infinita**

La población infinita se refiere cuando es muy grande y se desconoce el total de la población.

2.4.Muestra

En cuanto **Hernández Sampieri (2010)** establece que la muestra es un subconjunto de la población en estudio en la cual se hace la recolección de los datos y se procede a definir o delimitar con precisión los datos.

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + (N - 1) * e^2}$$

Donde:

n: Tamaño de muestra

Z: Nivel de confianza 96% ____ 2,04

P: Probabilidad a favor 50%

Q: Probabilidad en contra **50%**

N: Población o Universo

E: Nivel de error 5%

Formula Población

Tamaño del universo N= 4092

Probabilidad que el evento P ocurra = 0,5

Probabilidad que el evento Q fracase = 0,5

Nivel de confianza (alfa) = 5%

Margen de confiabilidad (Z) =2,04

Error de estimación (E) = 0,05

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + (N - 1) * e^2}$$

$$\frac{(2,04)^2 * (0,50) * (0,50) * (4092)}{[(2,04)^2 * (0,50) * (0,50)] + [(4092 - 1) * (0,05)^2]}$$

$$\frac{(4,1616) * (0,25) * (4092)}{(4,1616) * (0,25) + [(4092 - 1) * (0,0025)]}$$

$$\frac{4257,32}{1,0404 + 10,2275}$$

$$\frac{4257,32}{11,2679}$$

$$n = 377,83 \approx 378$$

El resultado para aplicar como instrumento es de 378 empresas del sector textil de la Provincia de Tungurahua.

2.5.Recolección de información

Selección de la muestra

Se la realizó por medio del muestreo aleatorio simple.

- **Muestreo Aleatorio Simple**

En cuanto **Hernández Sampieri (2010)** manifiesta que la muestra aleatoria es una parte del universo o de la población y se lo realiza tomando en cuenta todos los elementos de la población ya que tienen la misma probabilidad de ser seleccionados para formar parte de la muestra.

Para proceder a la aplicación se lo realiza en base a un plan de Recolección de la información en la que esta detallada a continuación:

Tabla 1: Recolección de Información

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1. ¿Para qué?	Para recolectar información y cumplir los objetivos planteados en el presente proyecto de investigación
2. ¿De qué personas?	La investigación se procederá a realizar a los representantes de las empresas de la provincia de Tungurahua
3. ¿Sobre qué aspectos?	La capacidad de profesionalismo y la relación directa con la generación de competencias
4. ¿Quién lo realiza?	Investigadoras: Tania Raquel Duque Moya-Cintha Germania Oñate Núñez
5. ¿Cuándo lo realiza?	De marzo a junio 2019
6. ¿Dónde?	Empresas del sector textil de la Provincia de Tungurahua
7. ¿Cuántas veces?	Se realizó una sola vez a los representantes de las empresas textiles
8. ¿Qué técnica de recolección?	Encuesta
9. ¿Con que instrumento?	Cuestionario
10. ¿En qué situación?	Se aplicó de acuerdo a la disponibilidad de tiempo de los encuestados, en horarios normales de trabajo de las empresas

Elaborado por: Tania Duque y Cintha Oñate (2019)

2.6. Validación del Instrumento

Alfa de Cronbach

Dentro de las investigaciones que se realizan, el instrumento de recolección de datos tiene mayor capacidad dependiendo de la validez y confiabilidad, es por ello que para la validación del instrumento de investigación se aplicó el coeficiente de alfa de Cronbach.

Con base en **Hernández Sampieri (2014)** El coeficiente de alfa de Cronbach toma valores de 0 a 1, es decir que si se obtiene 0,25 esto significa que hay baja confiabilidad; si se obtiene 0,50 la fiabilidad es regular o media; pero si sobrepasa el 0,75 es aceptable y si el resultado es mayor a 0,90 quiere decir que hay consistencia

total. Es decir que, si el coeficiente se acerca más a la unidad, habrá mayor consistencia interna.

Antes de aplicar el cuestionario, primero se procede a desarrollar la validación del instrumento, para lo cual se aplicó una prueba piloto a 40 empresas textiles de la provincia de Tungurahua, esta prueba se la realizó con la finalidad de conocer el nivel de confiabilidad del instrumento que aplicaremos para la recolección de información.

A continuación, se aplica el método estadístico de alfa de Cronbach, realizado en SPSS.

Tabla 2: Alfa de Cronbach

Resumen del procesamiento de los casos		
	N	%
Válidos	40	100,0
Casos Excluidos ^a	0	,0
Total	40	100,0

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,785	15

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta SPSS

Se obtuvo como resultado 0,785, esto quiere decir que el instrumento de investigación es aceptable y tiene consistencia interna y así también validez para ser aplicado en las empresas textiles de la provincia de Tungurahua.

CAPÍTULO III

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Análisis y discusión de los resultados

Pregunta 1.- La empresa realiza un seguimiento y revisión a través de la aplicación de herramientas como:

Análisis PESTEL: Factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales.

Análisis FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

Matriz EFE: Matriz de Evaluación de Factores Externos

Matriz POAM: Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio

Matriz EFI: Matriz de Evaluación de Factores Internos

Tabla 3: Herramientas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	54	14,3	14,3
	Casi Siempre	90	23,8	38,1
	Ocasionalmente	95	25,1	63,2
	Casi Nunca	61	16,1	79,4
	Nunca	78	20,6	100,0
	Total	378	100,0	100,0

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

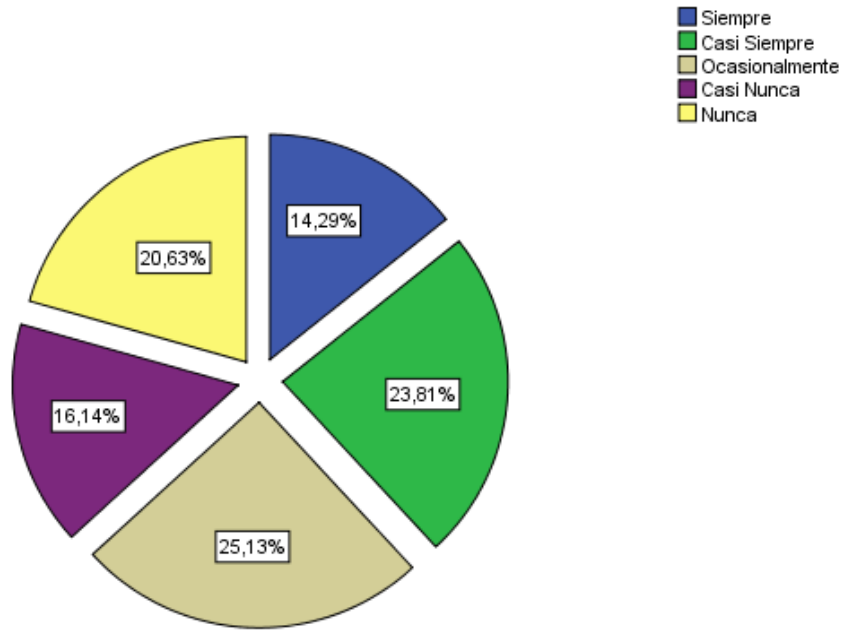


Gráfico N° 1: Herramientas
Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)
Fuente: Encuesta

Análisis:

En las encuestas realizadas a las empresas textiles de la provincia de Tungurahua, se obtuvo como resultado que del total del 100% de las empresas textiles; el 25,13% realizan ocasionalmente un seguimiento y revisión a través de la aplicación de herramientas como PESTEL, FODA, EFE, POAM Y EFI, el 23,8% casi siempre realizan el seguimiento y revisión, el 20,63% nunca realizan dicha actividad, el 16,14% casi nunca realizan la actividad y el 14,29% menciona que siempre realizan el seguimiento y revisión dentro de las empresas.

Interpretación:

Esto indica que las empresas textiles de la provincia de Tungurahua la mayor parte realizan un seguimiento y revisión a través de la aplicación de herramientas como son el PESTEL, FODA, EFE, POAM, EFI ocasionalmente para que las empresas puedan identificar los aspectos positivos y negativos que influenciarán en las mismas.

Pregunta 2.- Los procesos de producción textil que están establecidos en su empresa son:

Tabla 4: Procesos de producción textil

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Extremadamente útil	101	26,7	26,7
	Muy útil	220	58,2	84,9
	Algo útil	48	12,7	97,6
	No tan útil	8	2,1	99,7
	Para nada útil	1	,3	100,0
	Total	378	100,0	100,0

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

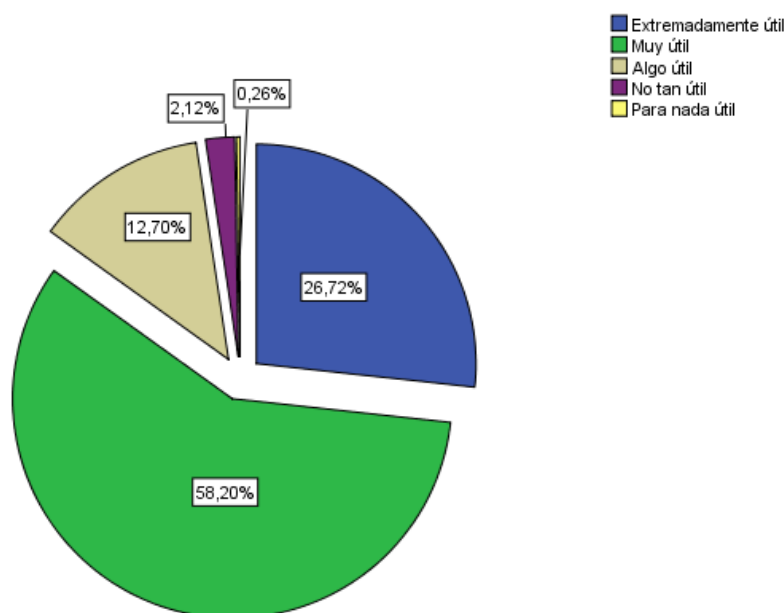


Gráfico N° 2: Procesos de producción textil

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis:

Del total del 100% de las empresas textiles encuestadas de la provincia de Tungurahua, se obtuvo como resultado que el 58,20 % manifiestan que los procesos de producción textil establecidos en la empresa son muy útiles, el 26,72% indican que los procesos de producción son extremadamente útiles, el 12,70% mencionan que son algo útiles, el 2,12% indican que no son tan útiles y el 0,26% menciona que no son para nada útiles.

Interpretación:

Se puede identificar que la mayor parte de las empresas textiles manifiestan que los procesos de producción textil que están establecidos en su empresa son muy útiles esto quiere decir que las empresas cuentan con procesos adecuados para poder realizar sus actividades y así fabricar productos de buena calidad que satisfagan a los clientes.

Pregunta 3.- ¿Se cumplen regularmente los requerimientos del cliente, las obligaciones legales y administrativas?

Tabla 5: Cumplimiento de los requerimientos del cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	235	62,2	62,2
	Casi Siempre	93	24,6	86,8
	Ocasionalmente	44	11,6	98,4
	Casi Nunca	6	1,6	100,0
	Total	378	100,0	100,0

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

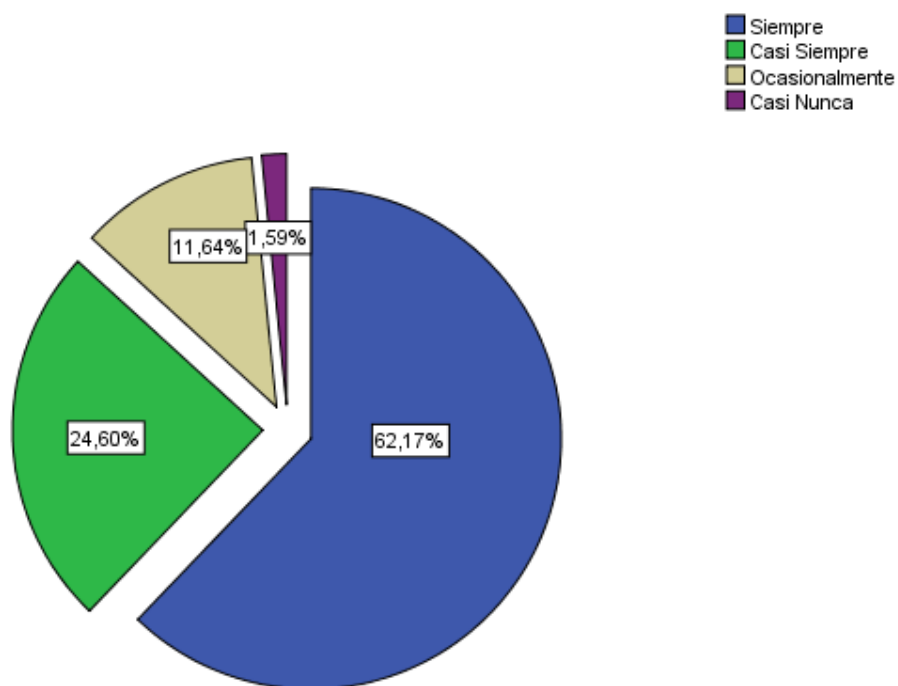


Gráfico N° 3: Cumplimiento de los requerimientos del cliente

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis:

En las encuestas realizadas a las empresas textiles de la provincia de Tungurahua, se obtuvo como resultado que del total del 100% de las empresas textiles; el 62,17% manifestaron que siempre se cumplen los requerimientos del cliente, las obligaciones legales y administrativas, el 24,60% indicaron que casi siempre se cumplen dichos requerimientos, mientras que el 11,64% dan a conocer que ocasionalmente se cumple y el 1,59% menciona que casi nunca se cumple lo mencionado anteriormente.

Interpretación:

Gran parte de las empresas textiles de la provincia de Tungurahua manifiestan cumplir siempre con los requisitos del cliente, las obligaciones legales y administrativas para así poder trabajar correctamente dando una buena atención a los clientes y a su vez también siendo responsable con cada una de sus obligaciones para su funcionamiento en el mercado laboral.

Pregunta 4.- ¿La empresa proporciona las herramientas y equipos necesarios para la producción?**Tabla 6:** Herramientas y equipos para la producción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	233	61,6	61,6	61,6
Casi Siempre	98	25,9	25,9	87,6
Ocasionalmente	46	12,2	12,2	99,7
Casi Nunca	1	,3	,3	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

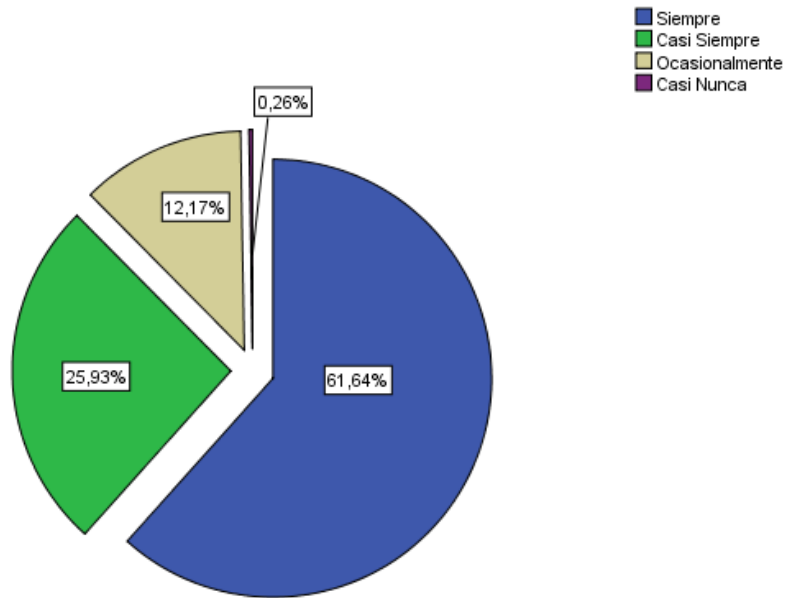


Gráfico N° 4: Herramientas y equipos para la producción
Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)
Fuente: Encuesta

Análisis:

Del total del 100% de las empresas textiles encuestadas de la provincia de Tungurahua, se obtuvo como resultado que el 61,64% manifiestan que siempre se proporciona las herramientas y equipos necesarios para la producción dentro de las empresas, mientras que el 25,93% indican que casi siempre proporcionan las herramientas y equipo, el 12,17% ocasionalmente proporciona y el 0,26% casi nunca realiza esta actividad.

Interpretación:

Gran parte de las empresas textiles de Tungurahua proporcionan las herramientas y equipos necesarios para la producción ya que esta es una actividad de vital importancia para que los trabajadores puedan laborar cada día correctamente y así realizar productos de buena calidad y entregarlos a tiempo conforme los pedidos del cliente.

Pregunta 5.- ¿La empresa proporciona a los clientes información relativa a sus productos y servicios?

Tabla 7: Información relativa a sus productos y servicios

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	201	53,2	53,2
	Casi Siempre	117	31,0	84,1
	Ocasionalmente	57	15,1	99,2
	Casi Nunca	3	,8	100,0
	Total	378	100,0	100,0

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

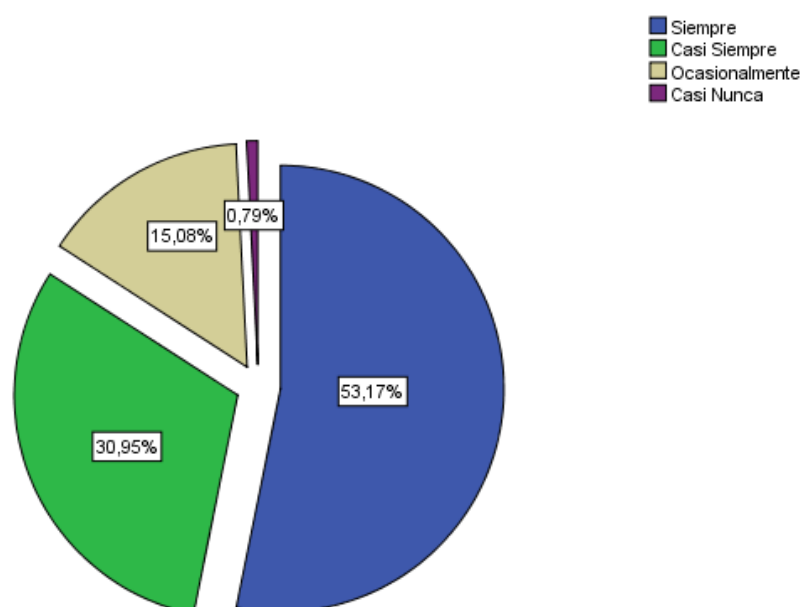


Gráfico N° 5: Información relativa a sus productos y servicios

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis:

En las encuestas realizadas a las empresas textiles de la provincia de Tungurahua, se obtuvo como resultado que del total del 100% de las empresas textiles; el 53,17% siempre proporcionan a los clientes la información relativa a sus productos y servicios, el 30,95% casi siempre facilitan la información, el 15,08% ocasionalmente realizan esta actividad y el 0,79% casi nunca proveen la información a los clientes.

Interpretación:

Las empresas textiles de la provincia de Tungurahua en su mayoría optan en proporcionar siempre una información clara y precisa a los clientes acerca de los productos que ofrecen, ya que esto ayuda a que los clientes tengan facilidad para poder elegir y adquirir los productos acordes a su necesidad y esto ayudara a una mejor satisfacción tanto para la empresa como para el cliente.

Pregunta 6.- La organización ha implementado un control de los procesos de acuerdo con sus indicadores de gestión de manera:

Tabla 8: Control de los procesos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy Satisfactoria	136	36,0	36,0
	Parcialmente Satisfactoria	112	29,6	65,6
	Satisfactoria	113	29,9	95,5
	Poco Satisfactoria	13	3,4	98,9
	Insatisfactoria	4	1,1	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

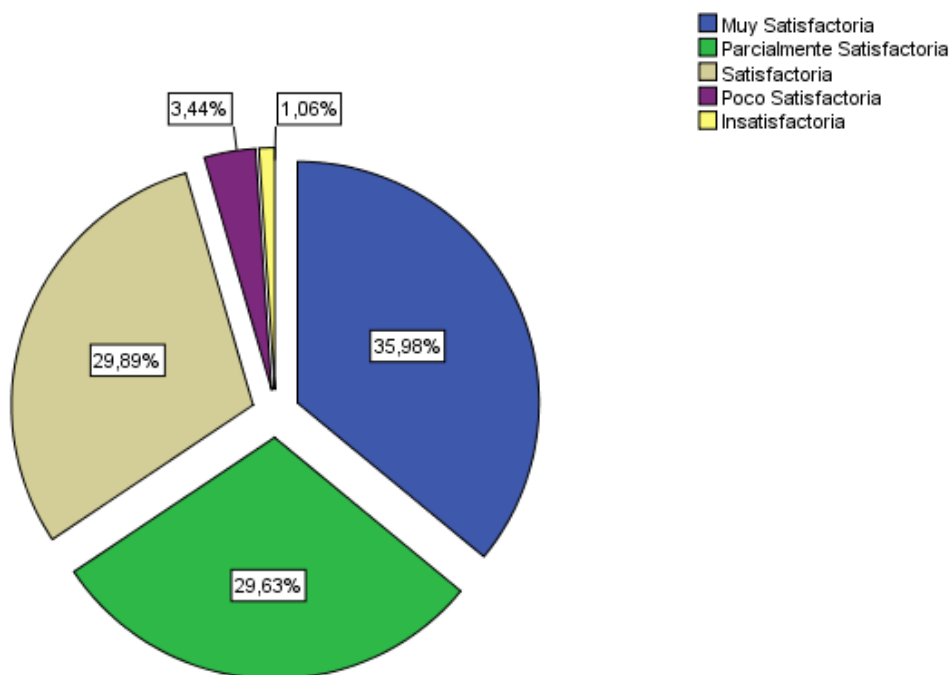


Gráfico N° 6: Control de los procesos

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis:

Del total del 100% de las empresas textiles encuestadas de la provincia de Tungurahua, se obtuvo como resultado que el 35,98% ha implementado de manera muy satisfactoria un control de los procesos de acuerdo con sus indicadores de gestión, el 29,89% de manera satisfactoria, el 29,63% parcialmente satisfactoria, el 3,44% de manera poco satisfactoria y el 1,06% menciona que la implementación de un control de manera insatisfactoria.

Interpretación:

Gran parte de las empresas textiles han implementado un control de los procesos de acuerdo con sus indicadores de gestión de manera muy satisfactoria ya que esto ayuda asegurar que los objetivos planteados se cumplan, es por ello que las empresas que no aplican dicho control deben tomar muy en cuenta que eso puede perjudicar al rendimiento económico, por lo tanto, deben implementar dicho control todas las empresas textiles de la provincia de Tungurahua.

Pregunta 7.- ¿La empresa acoge las consultas, proformas o pedidos de los clientes?**Tabla 9:** Consultas, proformas o pedidos de los clientes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	208	55,0	55,0
	Casi Siempre	130	34,4	89,4
	Ocasionalmente	34	9,0	98,4
	Casi Nunca	6	1,6	100,0
	Total	378	100,0	100,0

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

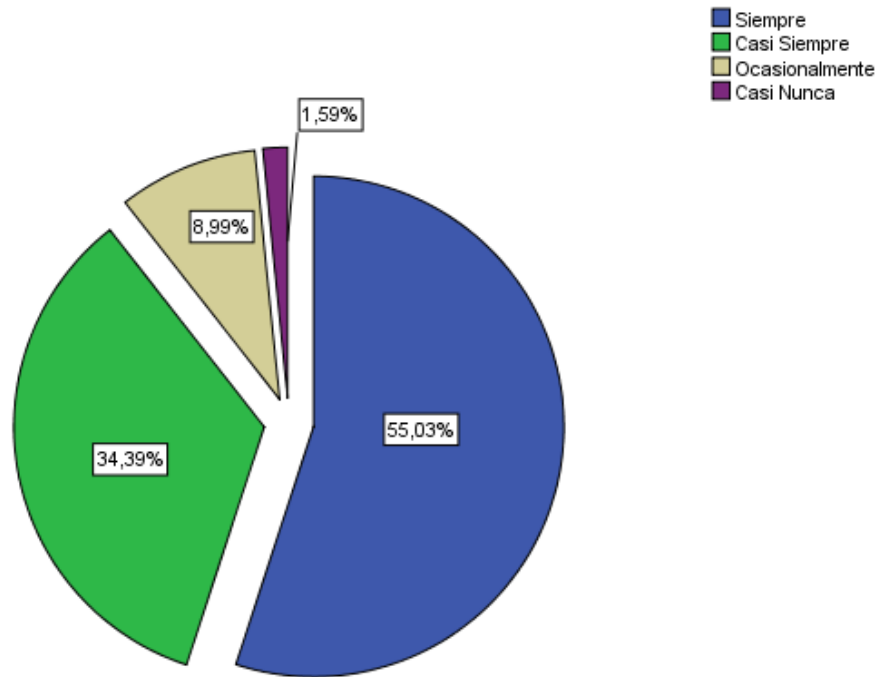


Gráfico N° 7: Consultas, proformas o pedidos de los clientes
Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)
Fuente: Encuesta

Análisis:

En las encuestas realizadas a las empresas textiles de la provincia de Tungurahua, se obtuvo como resultado que del total del 100% de las empresas textiles; el 55,03% de las empresas siempre acogen las consultas, proformas o pedidos de los clientes, el 34,39% casi siempre realizan esta actividad, el 8,99% ocasionalmente, mientras que el 1,59% casi nunca acoge este tipo de situaciones del cliente.

Interpretación:

Se puede interpretar que la mayoría de las empresas del sector textil de la provincia de Tungurahua siempre acogen las consultas, proformas o pedidos de los clientes ya que esto ayuda a que se pueda identificar los aspectos negativos que la empresa tiene ya que es fundamental para el éxito de cualquier negocio por ello hay que empatizar con los clientes para desarrollando un negocio rentable y viable.

Pregunta 8.- ¿La empresa se asegura que los procesos, productos y servicios suministrados sean conforme a los requerimientos del cliente?

Tabla 10: Los procesos, productos y servicios suministrados conforme a los requerimientos del cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	217	57,4	57,4	57,4
Casi Siempre	126	33,3	33,3	90,7
Ocasionalmente	30	7,9	7,9	98,7
Casi Nunca	5	1,3	1,3	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

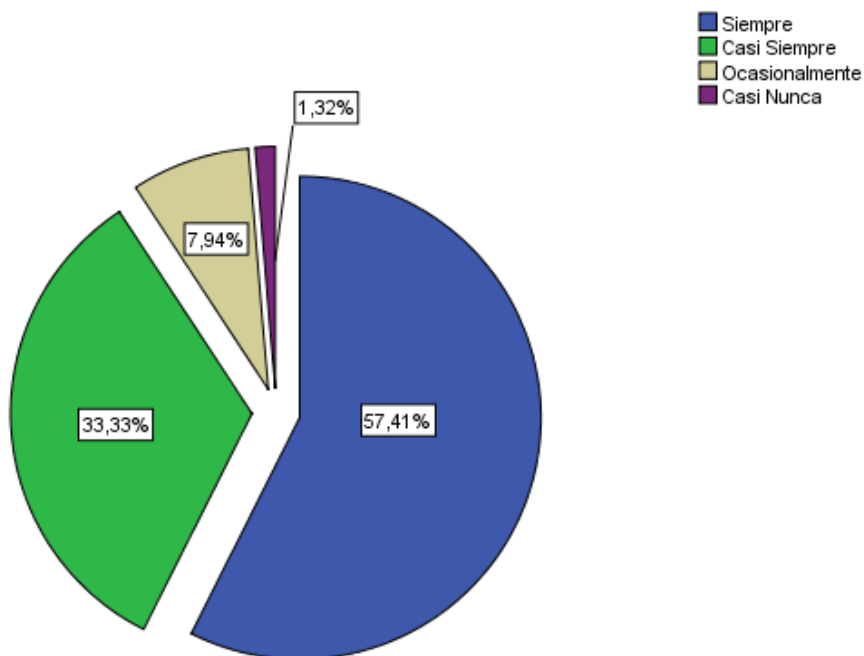


Gráfico N° 8: Los procesos, productos y servicios suministrados conforme a los requerimientos del cliente

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis:

Del total del 100% de las empresas textiles encuestadas de la provincia de Tungurahua, se obtuvo como resultado que el 57,41% siempre se aseguran que los procesos, productos y servicios suministrados sean conforme a los requerimientos del cliente, el 33,33% casi siempre se asegura que se cumpla lo mencionado, el 7,94% ocasionalmente, mientras que el 1,32% menciona que casi nunca toma en cuenta que sus actividades sean de acuerdo a lo que pida el cliente.

Interpretación:

Gran parte de las empresas textiles se aseguran que los procesos, productos y servicios suministrados sean conforme a los requerimientos del cliente ya que esto ayuda en gran parte a que la empresa sea exitosa por satisfacer las necesidades de sus clientes, es por ello que se busca lograrlo con la mayor eficiencia posible.

Pregunta 9.- ¿La empresa se asegura de que los procesos suministrados externamente permanezcan dentro del control del sistema de gestión de calidad?

Tabla 11: Los procesos suministrados permanezcan dentro del control

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	190	50,3	50,3
	Casi Siempre	116	30,7	81,0
	Ocasionalmente	48	12,7	93,7
	Casi Nunca	11	2,9	96,6
	Nunca	13	3,4	100,0
	Total	378	100,0	100,0

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

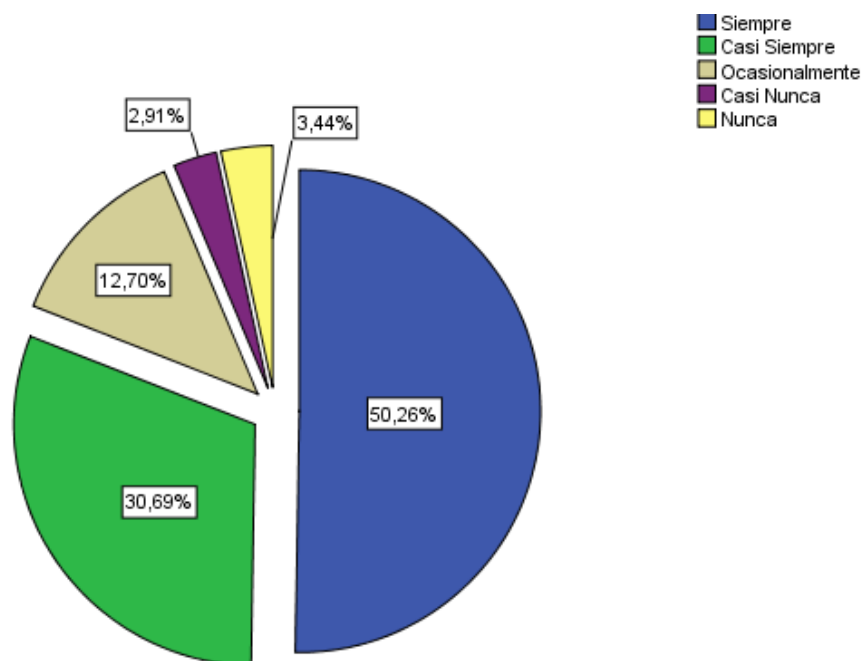


Gráfico N° 9: Los procesos suministrados permanezcan dentro del control

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis:

En las encuestas realizadas a las empresas textiles de la provincia de Tungurahua, se obtuvo como resultado que del total del 100% de las empresas textiles; el 50,26% siempre se aseguran de que los procesos suministrados externamente permanezcan dentro del control del sistema de gestión de calidad, el 30,69% casi siempre se aseguran, el 12,70% ocasionalmente, mientras que el 3,44% nunca se asegura de dicha actividad y el 2,91% casi nunca cumple con lo mencionado.

Interpretación:

Las empresas textiles en su mayoría siempre se aseguran de que los procesos suministrados externamente permanezcan dentro del control del sistema de gestión de calidad, al hablar de los procesos suministrados se refiere a la gestión de los proveedores, identificación de necesidades, el seguimiento y evaluación al desempeño de la empresa, la información documentada y las acciones que se toman para la empresa, es decir las empresas textiles cumplen con el sistema de gestión de la calidad para poder llegar al éxito dentro del mercado laboral.

Pregunta 10.- ¿La empresa aplica los medios apropiados para identificar las salidas, y así asegurar la conformidad de los productos y servicios?

Tabla 12: Aplicación de medios apropiados para identificar las salidas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Siempre	190	50,3	50,3	50,3
Casi Siempre	125	33,1	33,1	83,3
Ocasionalmente	47	12,4	12,4	95,8
Casi Nunca	6	1,6	1,6	97,4
Nunca	10	2,6	2,6	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

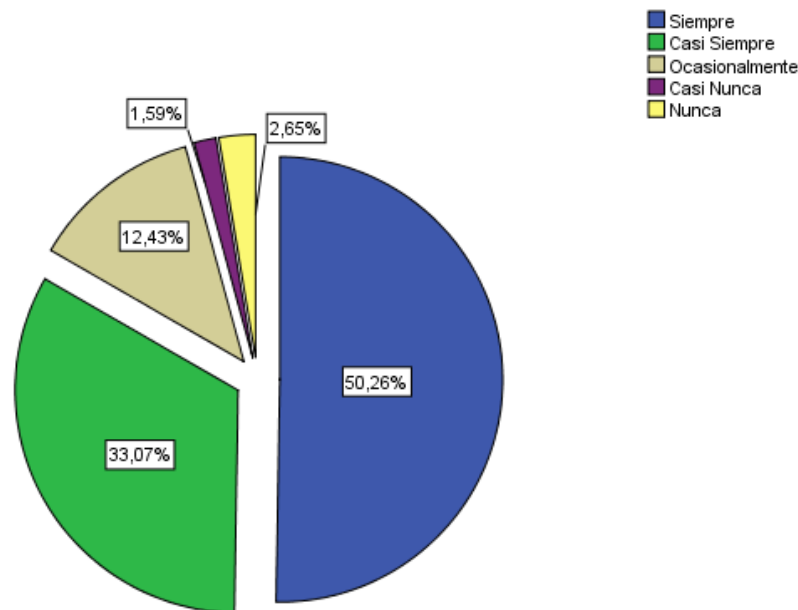


Gráfico N° 10: Aplicación de medios apropiados para identificar las salidas
Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)
Fuente: Encuesta

Análisis:

En las encuestas realizadas a las empresas textiles de la provincia de Tungurahua, se obtuvo como resultado que del total del 100% de las empresas textiles; el 50,26% siempre aplica los medios apropiados para identificar las salidas, y así asegurar la conformidad de los productos y servicios, de igual manera el 33,07% casi siempre aplican, así también el 12,43 % aplican ocasionalmente, mientras que el 2,65% nunca aplica dicha actividad y el 1,59% casi nunca cumple con dicha aplicación.

Interpretación:

Se puede identificar que en las empresas del sector textil la mayor parte de empresas siempre aplican los medios apropiados para identificar las salidas, y así asegurar la conformidad de los productos y servicios, es decir llevan una descripción de los productos o servicios, los mecanismos de identificación, el responsable de la aplicación, tratamiento de salida y responsable del tratamiento de salida y por ende aplican un control adecuado sobre las salidas de los productos hacia los clientes, ya que verificando si los productos están conforme a los requerimientos del cliente, obtienen la satisfacción del mismo.

Pregunta 11.- ¿Se establece los requerimientos específicos para las acciones de contingencia dentro de la empresa?

Tabla 13: Requerimientos específicos para las acciones de contingencia dentro de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre	168	44,4	44,4	44,4
Casi Siempre	112	29,6	29,6	74,1
Ocasionalmente	68	18,0	18,0	92,1
Casi Nunca	13	3,4	3,4	95,5
Nunca	17	4,5	4,5	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

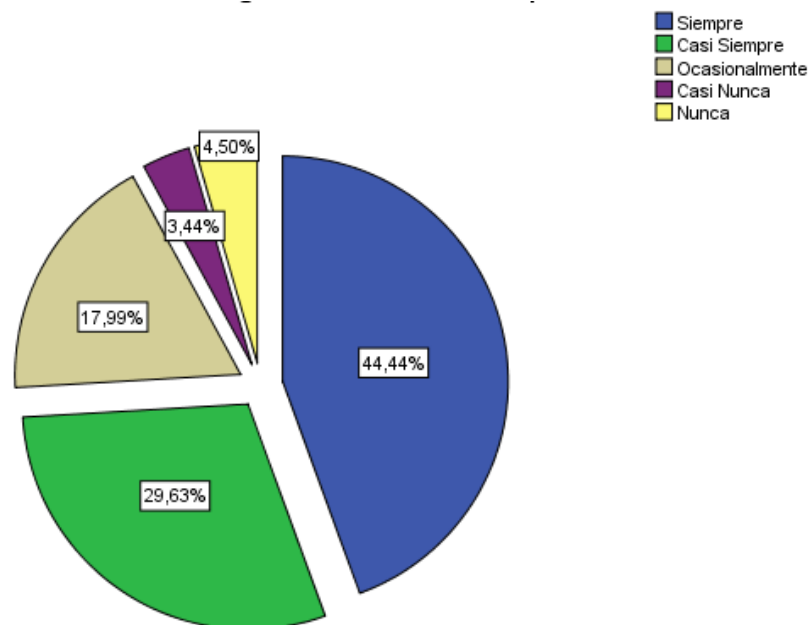


Gráfico N° 11: Requerimientos específicos para las acciones de contingencia dentro de la empresa

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis:

Del total del 100% de las empresas textiles encuestadas de la provincia de Tungurahua, se obtuvo como resultado que el 44,44% siempre establecen los requerimientos específicos para las acciones de contingencia, de igual manera el 29,63% casi siempre establecen planes de contingencia, así también el 17,99 % establecen ocasionalmente, mientras que el 4,50% nunca establecen ningún plan de contingencia y el 3,44% casi nunca cumple con dicho requerimiento específico.

Interpretación:

En el sector textil la mayor de empresas siempre establece los requerimientos específicos para las acciones de contingencia ya que siempre están al pendiente de acoger sus consultas, sus quejas, aclarar sus dudas, anotar sus pedidos realizar contratos, a más de ello toman en cuenta cuales son los requerimientos específicos del cliente para poder satisfacer al momento de entregar sus pedidos.

Pregunta 12.- ¿La empresa cumple con los requisitos legales y reglamentarios para la fabricación de los productos o servicios?

Tabla 14: Requisitos legales y reglamentarios para la fabricación de los productos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Siempre	253	66,9	66,9
	Casi Siempre	89	23,5	90,5
	Ocasionalmente	29	7,7	98,1
	Casi Nunca	5	1,3	99,5
	Nunca	2	,5	100,0
	Total	378	100,0	100,0

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

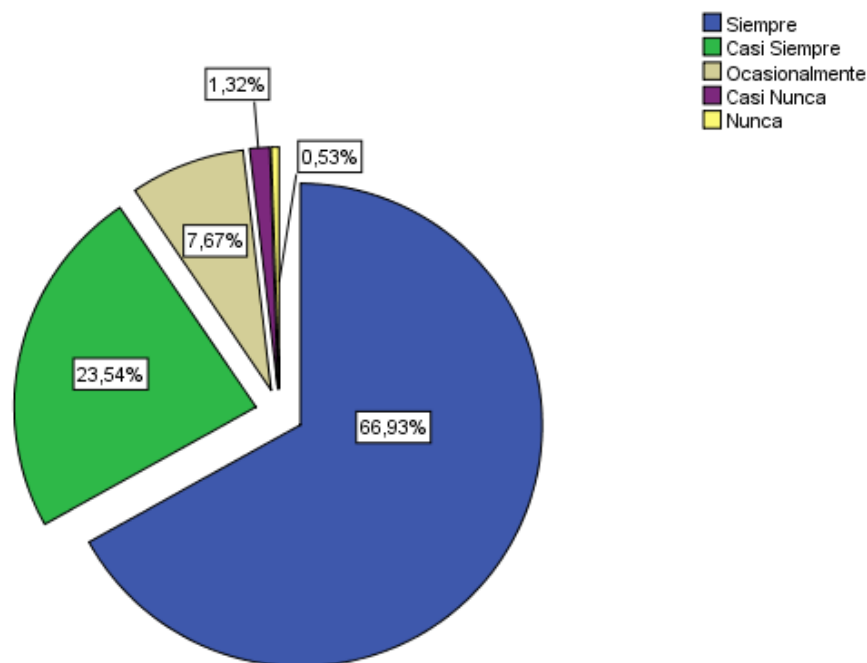


Gráfico N° 12: Requisitos legales y reglamentarios para la fabricación de los productos

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis:

En las encuestas realizadas a las empresas textiles de la provincia de Tungurahua, se obtuvo como resultado que del total del 100% de las empresas textiles; el 66,93% siempre cumplen con los requisitos legales y reglamentarios para la fabricación de los productos o servicios, en cuanto el 23,54% manifiestan que casi siempre cumplen la parte legal dentro de su empresa, así también el 7,67 % dicen cumplir dicho requerimiento ocasionalmente, mientras que el 1,32% aportan que casi nunca cumplen con la parte legal y apenas el 0,53% manifiestan que nunca cumplen con los requisitos legales en su empresa.

Interpretación:

Se puede identificar que la mayor parte de las empresas del sector textil siempre tratan de cumplir con los requisitos legales y mantener en regla todo tipo de documentación con todos los clientes, por ello las empresas siempre lleven a cabo una revisión de los contratos, pedidos o requisitos antes de proporcionar los productos o servicios a los clientes y de esa manera les garantizan productos legales y de buena calidad.

Pregunta 13.- ¿La percepción de la satisfacción del cliente con los productos elaborados es?

Tabla 15: La satisfacción del cliente con los productos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy Satisfactoria	182	48,1	48,1
	Parcialmente Satisfactoria	129	34,1	82,3
	Satisfactoria	57	15,1	97,4
	Poco Satisfactoria	10	2,6	100,0
	Total	378	100,0	100,0

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

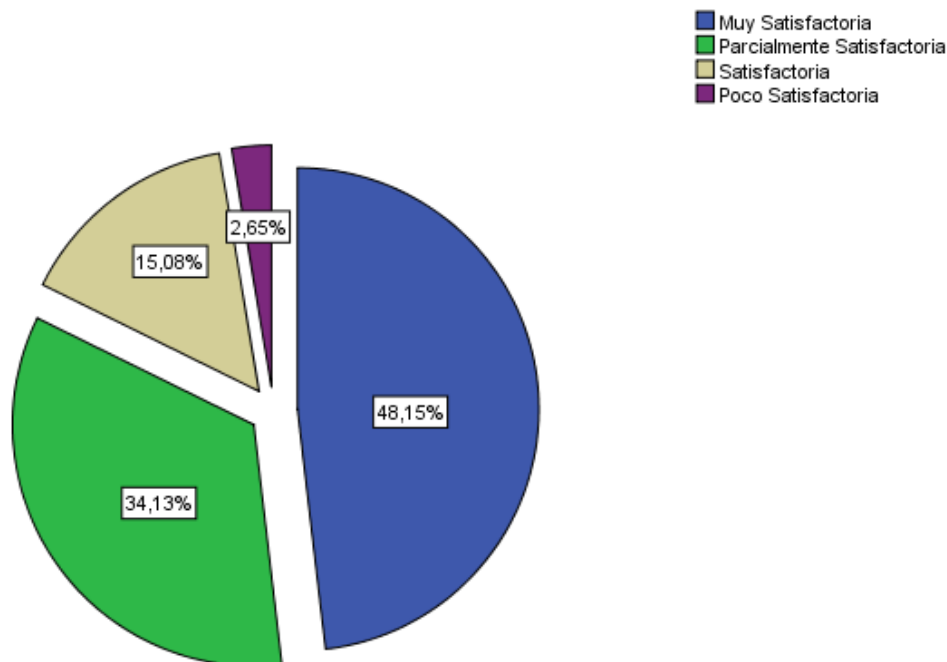


Gráfico N° 13: La satisfacción del cliente con los productos
Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)
Fuente: Encuesta

Análisis:

Del total del 100% de las empresas textiles encuestadas de la provincia de Tungurahua, se obtuvo como resultado que el 48,15% manifiestan que la percepción de la satisfacción del cliente con los productos elaborados es muy satisfactoria, en cuanto el 34,13% manifiestan que su percepción con los productos es parcialmente satisfactoria, así también el 15,08% dicen que su percepción es satisfactoria, y apenas el 2,65% manifiestan que su percepción es poco satisfactoria.

Interpretación:

Las empresas del sector textil en su mayoría se aseguran de que sus clientes se sientan muy satisfechos con la entrega de sus productos o servicios ya que siempre entregan a tiempo sus pedidos de acuerdo a sus requerimientos y a la parte legal y reglamentaria del contrato.

Pregunta 14.- La empresa realiza el control de calidad de los procesos de manera:

Tabla 16: Control de calidad de los procesos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Satisfactoria	163	43,1	43,1	43,1
Parcialmente Satisfactoria	108	28,6	28,6	71,7
Satisfactoria	85	22,5	22,5	94,2
Poco Satisfactoria	22	5,8	5,8	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

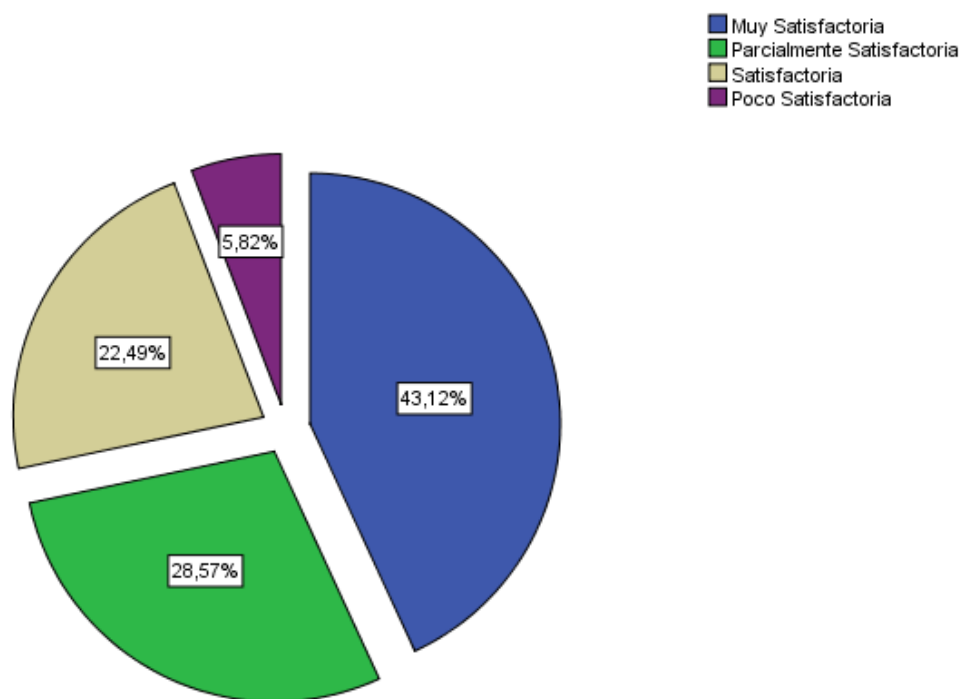


Gráfico N° 14: Control de calidad de los procesos

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis:

En las encuestas realizadas a las empresas textiles de la provincia de Tungurahua, se obtuvo como resultado que del total del 100% de las empresas textiles; el 43,12% dicen realizar el control de calidad de los procesos de manera muy satisfactoria, en cuanto el 28,57% realizan el control de calidad de manera parcialmente satisfactoria, así también el 22,49% dicen realizar el control de calidad de manera satisfactoria, y apenas el 5,82% manifiestan que el control de calidad es realizado de manera poco satisfactoria.

Interpretación:

La mayoría de las empresas textiles realizan el control de calidad de todos los procesos de manera muy satisfactoria asegurándose de obtener buenos resultados desde el proceso de producción hasta la entrega de los productos suministrados conformes a los requerimientos del cliente.

Pregunta 15.- ¿Considera usted que implementando un modelo de gestión de la calidad mejorará la competitividad en el sector textil?

Tabla 17: Implementando un modelo de gestión de la calidad mejorará la competitividad en el sector textil

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	258	68,3	68,3	68,3
Muy de acuerdo	97	25,7	25,7	93,9
Parcialmente de acuerdo	14	3,7	3,7	97,6
De acuerdo	9	2,4	2,4	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

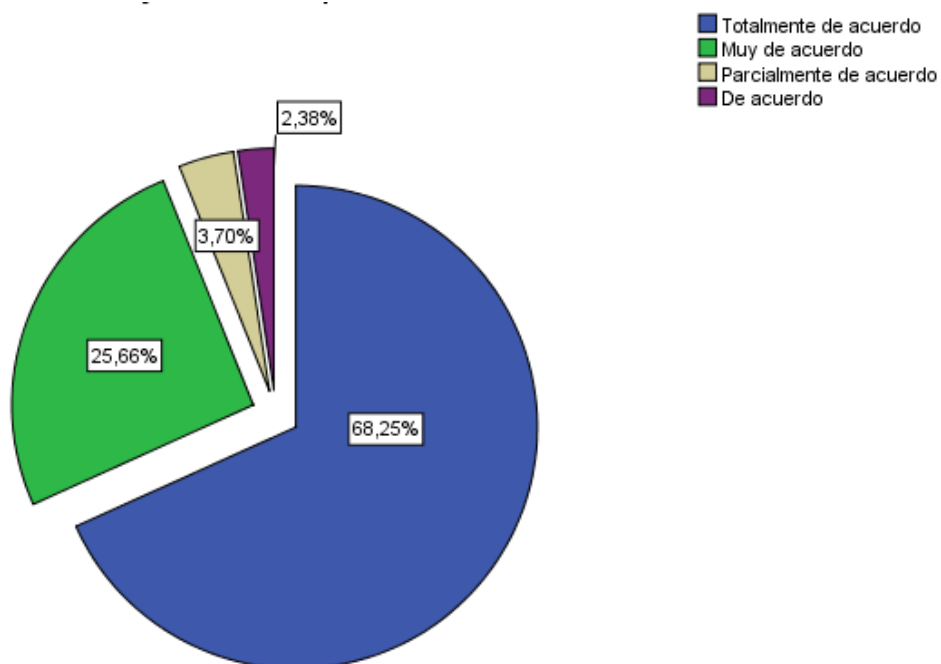


Gráfico N° 15: Implementando un modelo de gestión de la calidad mejorará la competitividad en el sector textil

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis:

Del total del 100% de las empresas textiles encuestadas de la provincia de Tungurahua, se obtuvo como resultado que el 68,25% manifiestan estar totalmente de acuerdo que implementando un modelo de gestión de la calidad mejorará la competitividad en el sector textil, en cuanto el 22,66% dicen estar muy de acuerdo, así también el 3,70% dicen parcialmente de acuerdo en la implementación, y apenas el 2,38% manifiestan estar de acuerdo con la implementación de un modelo de gestión de la calidad para mejorar la competitividad en el sector textil.

Interpretación:

Mayor parte de las empresas del sector textil manifiestan estar totalmente de acuerdo en que se implemente un modelo de gestión de la calidad ya que les permitirá demostrar su capacidad para brindar productos y servicios de calidad a sus clientes y así aumentara la satisfacción del mismo siempre y cuando se aplique un sistema eficaz para mejorar y asegurar la conformidad ya sea con los requisitos del cliente y los requerimientos legales y reglamentarios aplicables, es decir así se podría mejorar la competitividad en el sector textil.

Pregunta 16.- Dentro de que rango de ventas anuales se encuentra su empresa**Tabla 18:** Rango de ventas anuales de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Microempresa de \$ 1 a \$ 100.000	308	81,5	81,5	81,5
Pequeña empresa de \$ 100.001 a \$ 1'000.000	55	14,6	14,6	96,0
Mediana empresa "A" de \$ 1'000.001 a \$ 2'000.000	5	1,3	1,3	97,4
Mediana empresa "B" de \$ 2'000.001 a \$ 5'000.000	6	1,6	1,6	98,9
Grande empresa de \$ 5'000.001 en adelante	4	1,1	1,1	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

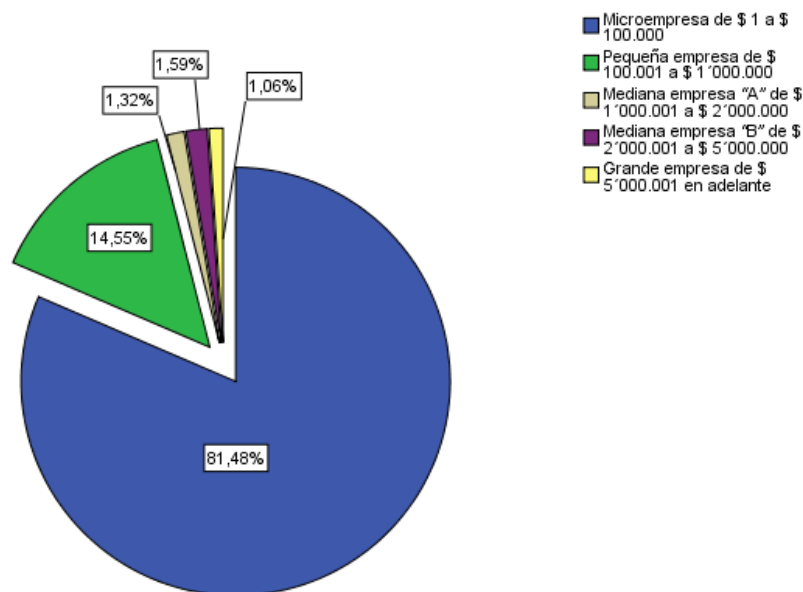


Gráfico N° 16: Rango de la empresa
Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)
Fuente: Encuesta

Análisis:

En las encuestas realizadas a las empresas textiles de la provincia de Tungurahua, se obtuvo como resultado que del total del 100% de las empresas textiles; el 81,48% son microempresas con un rango de ventas anuales de \$1 a \$ 100.000, en cuanto el 14,55% son pequeñas empresas con un rango de ventas anuales de \$ 100.001 a \$ 1'000.000, así también el 1,59% son medianas empresas “B” con un rango de ventas anuales \$ 2'000.01 a \$ 5'000.000, mientras que el 1,32% son medianas empresas “A” con un rango de ventas anuales de \$ 1'000.001 a \$ 2'000.000 y finalmente el 1,06% son grandes empresas con un rango de ventas anuales \$ 5'000.01 en adelante.

Interpretación:

La mayor parte de las empresas textiles de Tungurahua son microempresas ya que poseen un rango de ventas anuales menores, es decir la mayor parte de las empresas textiles se dedican a negocios familiares, artesanales estos negocios pertenecen a los denominados micro emprendimientos las cuales no tienen mayor incidencia en el mercado y no poseen grandes sumas de capital a diferencia de las grandes empresas que cuentan con un rango de ventas mayor.

Pregunta 17.- Indique el número de colaboradores con el que cuenta su empresa

Tabla 19: Número de colaboradores

Colaboradores					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Hombres	2667	48,1	48,1	48,1
	Mujeres	2874	51,9	51,9	100,0
	Total	5541	100,0	100,0	

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

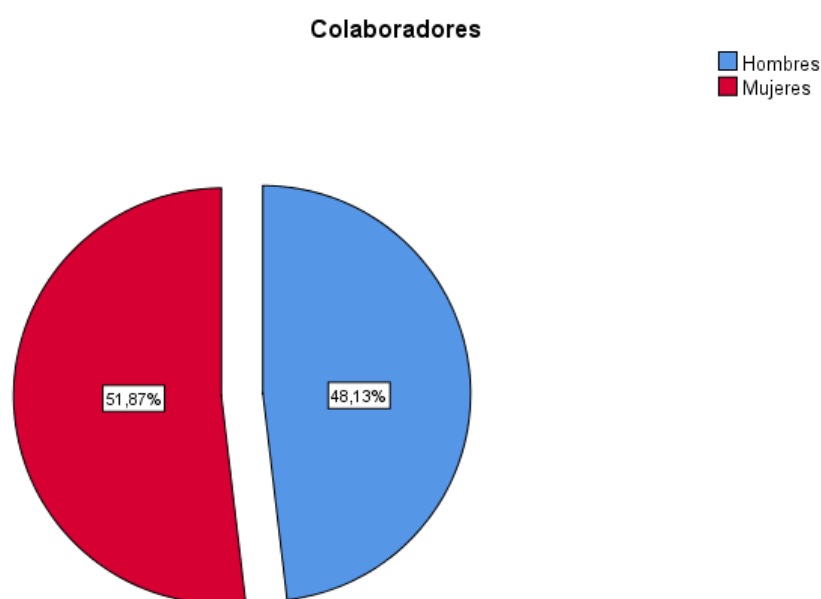


Gráfico N° 17: Número de Colaboradores

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis:

En las encuestas realizadas a las empresas textiles de la provincia de Tungurahua, se obtuvo como resultado que del total del 100% de las empresas textiles; el 48,1% son hombres mientras que el 51,9% son mujeres.

Interpretación:

Se puede interpretar que la mayor parte de las empresas del sector textil están conformados por colaboradores de género femenino, pues la mayoría de mujeres se dedican a la confección, mientras que los colaboradores hombres se dedican a distintas actividades como por ejemplo al empaque de mercadería, comercializar y a transportar la misma.

Pregunta 18.- El uso de la materia prima está en el rango de:

Tabla 20: Uso de la materia prima

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
10% - 20%	4	1,1	1,1	1,1
21% - 40%	38	10,1	10,1	11,1
41% - 60%	81	21,4	21,4	32,5
61% - 80%	124	32,8	32,8	65,3
81% - 100%	131	34,7	34,7	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

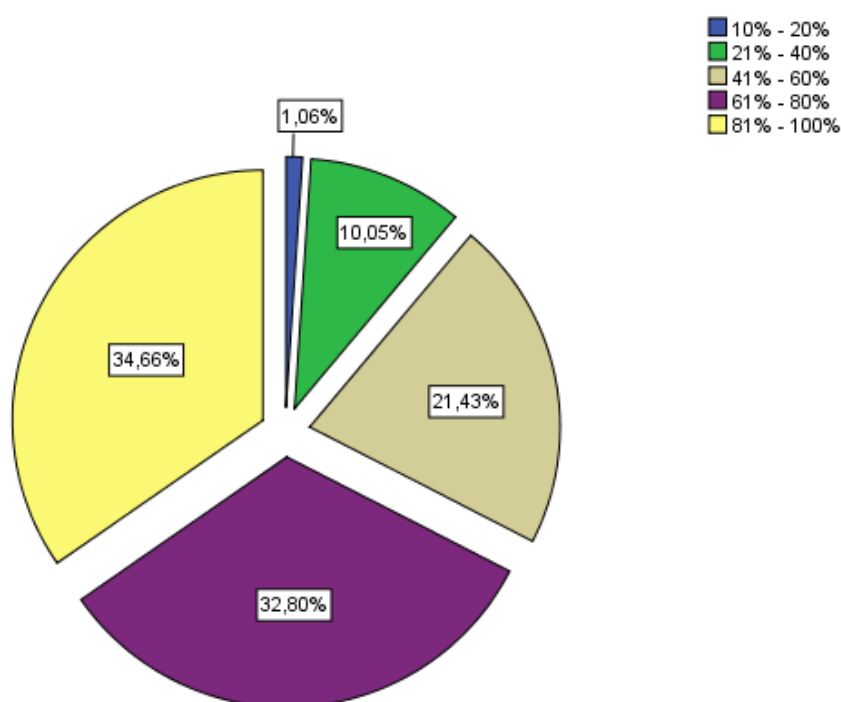


Gráfico N° 18: Uso de la materia prima

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis:

En las encuestas realizadas a las empresas textiles de la provincia de Tungurahua, se obtuvo como resultado que del total del 100% de las empresas textiles; el 34,66% utilizan la materia prima en un rango del 81%-100%, en cuanto el 32,80% utilizan en un rango del 61%-80%, así también el 21,43% utilizan su materia prima en un rango del 41% -60%, mientras que el 10,05% dicen que el uso de la materia prima está en un rango del 21% -40%, y apenas el 1,06% manifiestan que utilizan la materia prima en un rango del 10% -20%.

Interpretación:

En gran parte de las empresas del sector textil se pudo identificar que la materia prima es utilizada casi en su totalidad es decir existe menos desperdicio y se puede aprovechar de mejor manera la materia prima ya que mediante la eficiencia de los procesos en la transformación de la materia prima ayuda a garantizar a que se obtenga productos terminados de buena calidad.

Pregunta 19.- ¿Cuál es el uso de la maquinaria dentro de la empresa?

Tabla 21: Uso de la maquinaria

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
4 horas	29	7,7	7,7	7,7
6 horas	76	20,1	20,1	27,8
Válidos 8 horas	215	56,9	56,9	84,7
10 horas	58	15,3	15,3	100,0
Total	378	100,0	100,0	

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

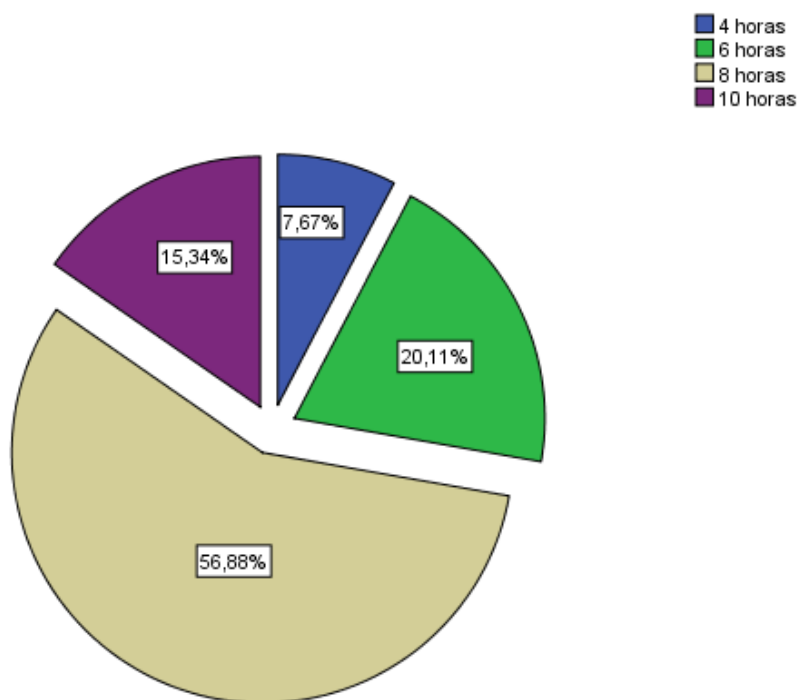


Gráfico N° 19: Uso de la maquinaria

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis:

Del total del 100% de las empresas textiles encuestadas de la provincia de Tungurahua, se obtuvo como resultado que el 56,88% utilizan la maquinaria 8 horas, en cuanto el 20,11% utilizan su maquinaria 6 horas, así también el 15,34% le dan uso a la maquina por 10 horas en un rango del 41% -60%, mientras que el 10,05% dicen que el uso de la maquinaria está en un rango del 21% -40%, y apenas el 7,67% utilizan la maquinaria por 4 horas.

Interpretación:

Gran parte de las empresas textiles coinciden en utilizar la maquinaria por 8 horas diarias es decir el uso de la misma ayuda a las empresas a optimizar el tiempo y a producir mayor cantidad y de mejor calidad con el fin de acrecentar las ganancias y así satisfacer las necesidades de un mercado creciente.

Tabla 22: Modelo y Rango de Ventas

		15. ¿Considera usted que implementando un modelo de gestión de la calidad mejorará la competitividad en el sector textil?				Total
		Totalmente de acuerdo	Muy de acuerdo	Parcialmente de acuerdo	De acuerdo	
16. Dentro de que rango de ventas anuales se encuentra su empresa:	Microempresa de \$ 1 a \$ 100.000	211	77	14	6	308
	Pequeña empresa de \$ 100.001 a \$ 1'000.000	41	13	0	1	55
	Mediana empresa "A" de \$ 1'000.001 a \$ 2'000.000	0	5	0	0	5
	Mediana empresa "B" de \$ 2'000.001 a \$ 5'000.000	2	2	0	2	6
	Grande empresa de \$ 5'000.001 en adelante	4	0	0	0	4
Total		258	97	14	9	378

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

Análisis:

Del total del 100% de las empresas textiles encuestadas de la provincia de Tungurahua, se obtuvo como resultado que 211 microempresas, 41 pequeñas empresas, 4 grandes empresas, 2 medianas empresas “B” están totalmente de acuerdo en que implementando un modelo de gestión de calidad mejorara la competitividad en dicho sector, mientras que 77 microempresas, 13 pequeñas empresas, 5 medianas empresas “A” y 2 medianas empresas “B” coinciden en estar muy de acuerdo en implementar un modelo dicho modelo, por otra parte solo 14 microempresas estaban parcialmente de acuerdo en implementar el modelo antes mencionado, y finalmente 6 microempresas, 1 pequeña empresa, y 2 medianas empresas “B” manifiestan en estar de acuerdo.

Interpretación:

Se puede interpretar que la mayor parte de microempresas del sector textil están totalmente de acuerdo en que implementando un modelo de gestión de la calidad mejorará la competitividad en el sector textil, ya que mediante esta implementación ayudará a las empresas a que sean más productivas, también facilitará la toma de decisiones, los productos serán de mejor calidad y así aumentara la satisfacción del cliente.

3.2.Verificación de Hipótesis

La verificación de la hipótesis se ha realizado mediante el Chi-cuadrado, para lo cual se ha tomado como referencia los resultados de las preguntas 10 y 15 de la encuesta dirigida a las empresas del sector textil de la provincia de Tungurahua.

Pregunta 10.- ¿La empresa aplica los medios apropiados para identificar las salidas, y así asegurar la conformidad de los productos y servicios?

Pregunta 15.- ¿Considera usted que implementando un modelo de gestión de la calidad mejorará la competitividad en el sector textil?

Análisis del Chi-cuadrado

El cálculo de este método se lo realiza de la siguiente manera: Planteamiento de hipótesis

Aplicación de métodos estadísticos y matemáticos

Verificación de la hipótesis nula y alternativa.

H₀= Hipótesis nula

“El modelo de gestión de la calidad NO contribuirá a la competitividad del sector textil de la provincia de Tungurahua”.

H₁= Hipótesis alternativa

“El modelo de gestión de la calidad SI contribuirá a la competitividad del sector textil de la provincia de Tungurahua”

Nivel de significancia

Se utiliza un nivel de significancia de 5 %

$\alpha=0,05$

Fórmula estadística

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

Donde:

X^2 = Chi-cuadrado

O= Frecuencia Observada

E= Frecuencia esperada

Frecuencia Observada

Tabla 23: Frecuencia Observada

		10.- ¿La empresa aplica los medios apropiados para identificar las salidas, y así asegurar la conformidad de los productos y servicios?					Total	
		Siempre	Casi Siempre	Ocasionalmente	Casi Nunca	Nunca		
15.	¿Considera usted que implementando un modelo de gestión de la calidad mejorará la competitividad en el sector textil?	Totalmente de acuerdo	158	72	15	4	9	258
		Muy de acuerdo	27	46	23	0	1	97
		Parcialmente de acuerdo	1	6	6	1	0	14
		De acuerdo	4	1	3	1	0	9
Total			190	125	47	6	10	378

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta SPSS

Frecuencia Teórica o Esperada

$$F_e = \frac{\text{Total de cada columna} \times \text{Total de cada fila}}{n}$$

Cálculo de las frecuencias esperadas

$$F_e(1.1) = \frac{258 * 190}{378} = 129,68$$

$$F_e(2.1) = \frac{97 * 190}{378} = 48,76$$

$$F_e(3.1) = \frac{14 * 190}{378} = 7,04$$

$$F_e(4.1) = \frac{9 * 190}{378} = 4,52$$

$$F_e(1.2) = \frac{258 * 125}{378} = 85,32$$

$$F_e(2.2) = \frac{97 * 125}{378} = 32,08$$

$$F_e(3.2) = \frac{14 * 125}{378} = 4,63$$

$$F_e(4.2) = \frac{9 * 125}{378} = 2,98$$

$$F_e(1.3) = \frac{258 * 47}{378} = 32,08$$

$$F_e(2.3) = \frac{97 * 47}{378} = 12,06$$

$$F_e(3.3) = \frac{14 * 47}{378} = 1,74$$

$$F_e(4.3) = \frac{9 * 47}{378} = 1,12$$

$$F_e(1.4) = \frac{258 * 6}{378} = 4,10$$

$$F_e(2.4) = \frac{97 * 6}{378} = 1,54$$

$$F_e(3.4) = \frac{14 * 6}{378} = 0,22$$

$$F_e(4.4) = \frac{9 * 6}{378} = 0,14$$

$$F_e(1.5) = \frac{258 * 10}{378} = 6,83$$

$$F_e(2.5) = \frac{9 * 10}{378} = 2,57$$

$$F_e(3.5) = \frac{9 * 10}{378} = 0,37$$

$$F_e(4.5) = \frac{9 * 10}{378} = 0,24$$

Frecuencia Esperada

Tabla 24: Frecuencia Esperada

		10.- ¿La empresa aplica los medios apropiados para identificar las salidas, y así asegurar la conformidad de los productos y servicios?					Total
		Siempre	Casi Siempre	Ocasionalmente	Casi Nunca	Nunca	
15. ¿Considera usted que implementando un modelo de gestión de la calidad mejorará la competitividad en el sector textil?	Totalmente de acuerdo	129,68	85,32	32,08	4,10	6,83	258
	Muy de acuerdo	48,76	32,08	12,06	1,54	2,57	97
	Parcialmente de acuerdo	7,04	4,63	1,74	0,22	0,37	14
	De acuerdo	4,52	2,98	1,12	0,14	0,24	9
	Total	190	125	47	6	10	378

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

Cálculo del Chi- cuadrado

Tabla 25: Chi-cuadrado

Pregunta	Frecuencia observada F_o	Frecuencia Esperada F_e	Diferencia $(F_o - F_e)$	Cuadrado de la diferencia $(F_o - F_e)^2$	Cuadrado de la diferencia dividido entre la frecuencia esperada $(O-E)^2/E$
Totalmente de acuerdo / Siempre	158	129,68	28,32	801,88	6,18
Muy de acuerdo / Siempre	27	48,76	-21,76	473,35	9,71
Parcialmente de acuerdo / Siempre	1	7,04	-6,04	36,45	5,18
De acuerdo / Siempre	4	4,52	-0,52	0,27	0,06
Totalmente de acuerdo / Casi Siempre	72	85,32	-13,32	177,35	2,08
Muy de acuerdo / Casi Siempre	46	32,08	13,92	193,86	6,04
Parcialmente de acuerdo / Casi Siempre	6	4,63	1,37	1,88	0,41
De acuerdo / Casi Siempre	1	2,98	-1,98	3,91	1,31
Totalmente de acuerdo / Ocasionalmente	15	32,08	-17,08	291,70	9,09
Muy de acuerdo / Ocasionalmente	23	12,06	10,94	119,67	9,92
Parcialmente de acuerdo / Ocasionalmente	6	1,74	4,26	18,14	10,42

De acuerdo / Ocasionalmente	3	1,12	1,88	3,54	3,16
Totalmente de acuerdo / Casi Nunca	4	4,10	-0,10	0,01	0,00
Muy de acuerdo / Casi Nunca	0	1,54	-1,54	2,37	1,54
Parcialmente de acuerdo / Casi Nunca	1	0,22	0,78	0,60	2,72
De acuerdo / Casi Nunca	1	0,14	0,86	0,73	5,14
Totalmente de acuerdo / Nunca	9	6,83	2,17	4,73	0,69
Muy de acuerdo / Nunca	1	2,57	-1,57	2,45	0,96
Parcialmente de acuerdo / Nunca	0	0,37	-0,37	0,14	0,37
De acuerdo / Nunca	0	0,24	-0,24	0,06	0,24
Total Chi-cuadrado					75,23

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta

Tabla 26: Prueba de Chi-cuadrado SPSS

	Valor	Gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	75,234 ^a	12	,000
N de casos válidos	378		

a. 12 casillas (60,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,14.

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Fuente: Encuesta SPSS

Grados de Libertad

$gl = (\text{Número de columna} - 1) * (\text{Número de filas} - 1)$

$gl = (5-1)*(4-1)$

$gl = (4)*(3)$

$gl = 12$

Se verifica en la tabla del Chi-cuadrado que con el valor de los grados de libertad que es 12 y con un nivel de significancia de 0,95, tenemos 21,0261

Tabla 27: Tabla de Chi-cuadrado

p	0,005	0,01	0,025	0,05	0,1	0,9	0,95	0,975	0,99	c 0,995
$\nu= 1$	0,00004	0,0002	0,001	0,004	0,016	2,706	3,841	5,024	6,635	7,879
2	0,010	0,020	0,051	0,103	0,211	4,605	5,991	7,378	9,210	10,597
3	0,072	0,115	0,216	0,352	0,584	6,251	7,815	9,348	11,345	12,838
4	0,207	0,297	0,484	0,711	1,064	7,779	9,488	11,143	13,277	14,860
5	0,412	0,554	0,831	1,145	1,610	9,236	11,070	12,833	15,086	16,750
6	0,676	0,872	1,237	1,635	2,204	10,645	12,592	14,449	16,812	18,548
7	0,989	1,239	1,690	2,167	2,833	12,017	14,067	16,013	18,475	20,278
8	1,344	1,646	2,180	2,733	3,490	13,362	15,507	17,535	20,090	21,955
9	1,735	2,088	2,700	3,325	4,168	14,684	16,919	19,023	21,666	23,589
10	2,156	2,558	3,247	3,940	4,865	15,987	18,307	20,483	23,209	25,188
11	2,603	3,053	3,816	4,575	5,578	17,275	19,675	21,920	24,725	26,757
12	3,074	3,571	4,404	5,226	6,304	18,549	21,026	23,337	26,217	28,300
13	3,565	4,107	5,009	5,892	7,042	19,812	22,362	24,736	27,688	29,819
14	4,075	4,660	5,629	6,571	7,790	21,064	23,685	26,119	29,141	31,319

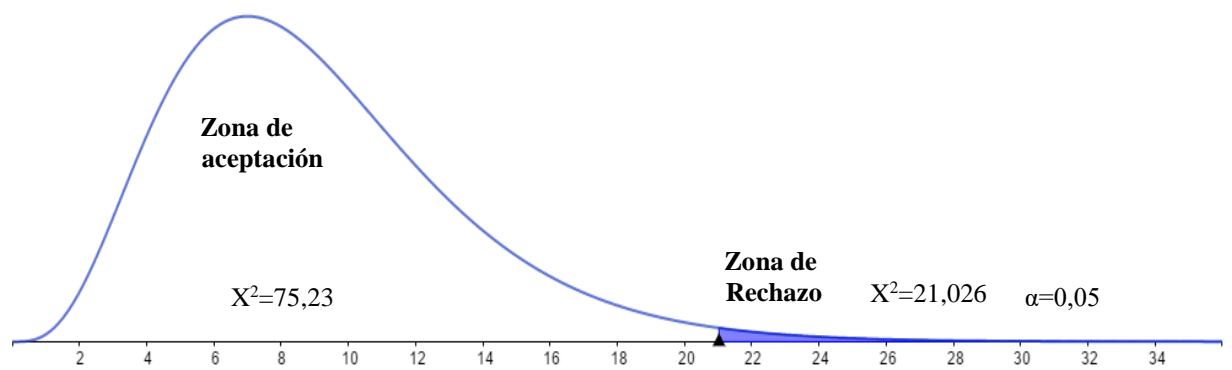
Fuente: (Hernández Sampieri, 2014)

Regla de decisión

1. x^2 Calculado $\geq x^2$ Teórico: Se rechaza H_0
2. x^2 Calculado $\leq x^2$ Teórico: Se rechaza H_1

Toma de decisión:

$$x^2C = 75,23 \geq x^2T = 21,0261$$



Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)
Fuente: Autores

x^2 Calculado = 75,23 \geq x^2 Teorico = 21,0261 por lo tanto se rechaza H_0 y se acepta la H_1 .

Es decir que el modelo de gestión de la calidad si contribuirá a la competitividad del sector textil de la provincia de Tungurahua.

Por lo tanto, existe relación entre la variable independiente y dependiente.

COMPARACIÓN DE LOS LINEAMIENTOS DE LOS MODELOS DE GESTIÓN PARA LAS EMPRESAS TEXTILES DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA

Tabla 28: Criterios en los que se basan los modelos

MODELOS	1		2		3		4		5		6		7		8		9		TOTAL PUNTUACIÓN
MODELO DE EXCELENCIA EUROPEAN FUNDATION FOR QUALITY MANAGEMENT (EFQM)	Liderazgo (100)		Política y Estrategia (80)		Personas (90)		Alianzas y recursos (90)		Procesos (140)		Resultados en los clientes (200)		Resultados en las personas (90)		Resultados en la sociedad (60)		Resultados claves (150)		1000
	Técnica	Legal	Técnica	Legal	Técnica	Legal	Técnica	Legal	Técnica	Legal	Técnica	Legal	Técnica	Legal	Técnica	Legal	Técnica	Legal	
	F	N/A	F	N/A	F	N/A	F	N/A	F	N/A	F	N/A	F	N/A	F	N/A	F	N/A	
MODELO IBEROAMERICANO	Liderazgo y estilo de gestión (120)		Política y estrategia (120)		Desarrollo de las personas (110)		Recursos y asociados (90)		Clientes (110)		Resultados de clientes (130)		Resultados del desarrollo de las personas (90 puntos)		Resultados de sociedad (90 puntos)		Resultados globales (140 puntos)		1000
	Técnica	Legal	Técnica	Legal	Técnica	Legal	Técnica	Legal	Técnica	Legal	Técnica	Legal	Técnica	Legal	Técnica	Legal	Técnica	Legal	
	F	N/A	F	N/A	F	N/A	F	N/A	F	N/A	F	N/A	F	N/A	F	N/A	F	N/A	
MODELO MALCOLM BALDRIGE	Liderazgo (120)		La Planificación estratégica (85)		Enfoque al cliente (85)		La medida, el análisis y la gestión del conocimiento (90)		Enfoque de los Recursos Humanos (85)		Gestión por Procesos (85)		Resultados (450)						1000
	Técnica	Legal	Técnica	Legal	Técnica	Legal	Técnica	Legal	Técnica	Legal	Técnica	Legal	Técnica	Legal					
	I	N/A	I	N/A	I	N/A	I	N/A	I	N/A	I	N/A	I	N/A					
MODELO DEMING PRIZE	Liderazgo		Planificación		Evaluación del desempeño		Apoyo		Mejora		Contexto de la Organización		Operación						
	Técnica	Legal	Técnica	Legal	Técnica	Legal	Técnica	Legal	Técnica	Legal	Técnica	Legal	Técnica	Legal					
	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F					

Elaborado por: Tania Duque y Cinthya Oñate (2019)

Los dos primeros modelos EFQM y el Iberoamericano poseen el mismo número de criterios es decir 9 y sin embargo los dos últimos modelos Malcolm Baldrige y Deming poseen 7 criterios. Cabe mencionar que los Modelos EFQM e Iberoamericano poseen los mismos criterios, mientras que los Modelos de Malcolm Baldrige y Deming tienen algunas diferencias entre sí.

Todos los modelos se basan principalmente en el Liderazgo, Sin embargo, en el modelo EFQM dentro del aspecto técnico podemos analizar que este puede ser aplicado en el Ecuador ya que los líderes son los responsables de conducir la organización hacia la excelencia, así como también se encargan del desarrollo de la misión y visión, valores y principios éticos buscando una mejora continua para la organización interactuando con los clientes y representantes de la sociedad. El siguiente criterio es la política y estrategia dentro del factor técnico si puede ser aplicado ya que este se basa en la revisión de la misión, visión valores y principios de la organización, así como también en las necesidades y expectativas de los grupos de interés. El criterio de personas también puede ser aplicado en la parte técnica porque dentro de este se encuentra la planificación, gestión y mejora de los recursos humanos implicando así las responsabilidades que deben tener los colaboradores dentro de la empresa, así como también el reconocimiento y atención que se les otorga a las personas. A continuación, tenemos el criterio alianzas y recursos el cual, si se lo puede aplicar en su parte técnica ya que este habla acerca de los recursos económicos y financieros, así como también la gestión de los equipos, materiales y la tecnología utilizada en la organización. Por otra parte, tenemos los procesos como criterio el cual si puede ser aplicado técnicamente ya que consta de las mejoras que son necesarias dentro de los procesos para poder llegar a satisfacer plenamente al cliente, así como también se basa en el desarrollo y distribución de los productos acorde a las expectativas y necesidades del cliente. Después podemos encontrar el criterio de resultados en los clientes que también se lo puede aplicar de manera técnica, el cual trata de la medición de la percepción que el cliente tiene acerca de la empresa y de los productos que ofrece. Así también tenemos los resultados en las personas y de la misma manera se lo puede aplicar en Ecuador este criterio mide los logros que la empresa está alcanzando en relación con la satisfacción de los empleos y su rendimiento dentro de la organización. El criterio resultados en la sociedad se lo puede aplicar ya que mide los resultados que la empresa está alcanzando en cuanto a la

satisfacción de las necesidades y expectativas de la sociedad. Y por último tenemos los resultados clave y este de igual manera se lo puede aplicar ya que este criterio evalúa los logros de la empresa respecto al rendimiento financiero y a los relativos con los procesos, tecnología, conocimiento, información y recursos.

En cuanto al aspecto legal en el Modelo EFQM de Excelencia se puede mencionar que ninguno de los criterios es aplicable en el Ecuador ya que para su implementación se debe cumplir una serie de requisitos como por ejemplo las organizaciones ya sean públicas o privadas deben estar registradas en la CAPV (Comunidad Autónoma del País Vasco), es decir en la comunidad autónoma de España, a más de ello las empresas grandes deben disponer la capacidad de gestión suficiente en el Modelo EFQM, por otra parte deben desarrollar más de un 50% de sus actividades en la CAPV, así también el modelo Europeo EFQM está destinado a cumplir todos los requisitos legales que afectan a su actividad tanto la legislación general como la específica de su sector, su entorno local, ambiental, social y laboral donde opere, es decir de Europa, así como las unidades de negocio de grandes organizaciones que dispongan de capacidad de gestión suficiente en todos los elementos del Modelo EFQM de Excelencia, a más de ello deben disponer de un sistema de gestión económica organizado como el balance, cuenta de resultados y tesorería, y el gobierno de dicho país está en la obligación de debe garantizar el correcto funcionamiento con funciones claramente definidas. Es por ello que en nuestro país no es aplicable la parte legal en los criterios del modelo EFQM ya que la legislación del modelo es aplicable solo para su país de origen.

Así también el modelo Iberoamericano es similar al modelo EFQM el cual es considerado como una adaptación ya que este modelo posee 9 criterios los cuales son el liderazgo, política y estrategia, desarrollo de las personas, recursos y asociados, clientes, resultados de clientes, resultados del desarrollo de las personas, resultados de la sociedad y resultados globales. Dichos modelos poseen los aspectos técnicos como el modelo anterior es por ello que estos pueden ser aplicados en Ecuador dentro de las empresas textiles. Pero sin embargo dentro de la parte legal no puede ser aplicado debido a que está relacionado con el modelo EFQM es decir los dos son modelos de excelencia por lo tanto tienen por objeto mejorar la competitividad y la internacionalización de las Pymes a través de la aplicación de sistemas de gestión de la calidad, a dichos modelos los promueve la Secretaría General Iberoamericana

(SEGIB), con financiación de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), está gestionado por FUNDIBEQ con el apoyo de Programa Iberoamericano de Cooperación Institucional para el Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa (IBERPyme), es decir la parte legal de los criterios del modelo Iberoamericano de la excelencia no es aplicable en el Ecuador ya que además su legislación está vigente en España, sus aportaciones por la participación del premio Iberoamericano de las organizaciones están registradas en el territorio español, además el pago de la postulación para dicho premio Iberoamericano es en Euros y su costo es muy alto que va desde 1.570,000 Euros para empresas grandes y 370 Euros para las inferiores.

El modelo Malcolm Baldrige es diferente a los modelos anteriores ya que este posee solo 7 criterios, el liderazgo evalúa como los líderes guían y mantienen estable a la organización estableciendo la visión, misión, valores y expectativas del desempeño. La planificación estratégica, este criterio examina como la organización desarrolla y modifica los objetivos y los planes de actuación. El enfoque en el cliente y el mercado examina como la empresa determina los requisitos, las necesidades y las expectativas de los clientes. Así también tenemos el criterio de Medida, análisis y gestión del conocimiento el cual examina cómo la organización selecciona, recoge, analiza, dirige y mejora sus datos e información, así como también examina como la empresa revisa su desempeño. Siguiendo con los criterios podemos encontrar el enfoque en los recursos humanos el cual examina cómo los sistemas de trabajo de la organización y el aprendizaje de los empleados y la motivación permiten a todos los colaboradores desarrollar su capacidad de trabajo acorde con los objetivos de la empresa. La Gestión por procesos es otro de los criterios de este modelo el cual evalúa si el proceso de gestión es eficaz y eficiente. Y por último tenemos el criterio de resultados el cual examina el desempeño de la organización y su mejora en sus áreas de negocio principales, la evaluación de los clientes, de los productos y servicios, la satisfacción del cliente, el desempeño financiero, de los recursos humanos, de los proveedores y la responsabilidad social. Este modelo puede ser aplicado técnicamente en el Ecuador, pero cabe mencionar que en la ejecución de este modelo solo pueden participar empresas norteamericanas. De igual manera la parte legal en los criterios del Modelo Malcolm Baldrige no es aplicable en el Ecuador ya que este premio está limitado a empresas de los Estados Unidos de Norteamérica, además este modelo es poco

conocido y usado, en la aplicación de este modelo solo pueden participar empresas extranjeras que tengan actividades empresariales que se desarrollen en Estados Unidos, que posean el 50% mínimo de empleados y un 50% de sus activos inmovilizados en el territorio de los Estados Unidos, además otros de los requisitos son realizar un pago de 1000 a 6000 dólares americanos dependiendo en la categoría que se encuentre la empresa, a más de ello se realiza un proceso de exámenes y su revisión va entre 300 a 1000 horas, es decir este modelo es imposible aplicar en nuestro país ya que la legislación del modelo esta direccionada a su país de origen que es Estados Unidos ya que el premio es entregado por el presidente de dicho país.

El modelo Deming Prize consta de 7 criterios el cual es diferente al resto de los modelos ya que este modelo es más accesible y ha sido adoptado por la Norma Internacional ISO 9001-2015 como base fundamental, por lo que se lo puede aplicar técnicamente en las empresas textiles de la Provincia de Tungurahua. Como primer criterio tenemos el liderazgo el cual técnicamente si se puede aplicar en Ecuador ya que este criterio abarca el compromiso con la organización por medio de la rendición de cuentas y con una eficiencia del sistema de gestión de la calidad, así también demostrar el liderazgo con relación al cliente asegurándose que se cumpla todos los requisitos. El segundo criterio es la planificación en la cual la empresa debe crear objetivos de calidad para los procesos necesarios conforme al sistema de gestión. Así también al momento de planificar el sistema de gestión de la calidad debe tomar en cuenta los riesgos y oportunidades para así poder asegurar que el sistema logre los resultados esperados. Como tercer criterio tenemos la evaluación del desempeño el cual permite a las organizaciones realizar un seguimiento sobre los procesos aplicados, la medición sobre la percepción del cliente, es por ello que la organización controla y evalúa el desempeño dentro del sistema de gestión de la calidad. El cuarto criterio es el apoyo el cual trata de que la empresa debe establecer y brindar los recursos necesarios para la mejora continua del sistema de gestión de la calidad. Dentro del quinto criterio tenemos la mejora aquí las organizaciones deben establecer las oportunidades de mejora y si es necesario ejecutar cualquier acción para cumplir con los requerimientos del cliente y así aumentar el nivel de satisfacción. El sexto criterio tenemos el contexto de la organización en la cual se determina las cuestiones externas e internas que son pertinentes para su propósito y así también se da el seguimiento y revisión de la información sobre estas cuestiones. Y como ultimo criterio tenemos la

Operación en el cual las organizaciones deben planear, ejecutar y llevar un control de los procesos para cumplir con los requerimientos de productos y servicios, así también deben determinar los requisitos para los productos y servicios.

Por otra parte el modelo Deming Prize en su parte legal es aplicable en el Ecuador ya que el cumplimiento de los requisitos es un proceso sencillo, dicha implantación suele darse de forma simultánea con el desarrollo de la documentación, aunque es una buena práctica, esto puede resultar mucho más eficiente en empresas de gran tamaño, en empresas de menor tamaño, por lo general la implantación se da en un solo paso, este modelo al estar adoptado por la norma ISO 9001 2015 en las empresas para obtener el premio global se necesita menos requisitos prescritos, menor énfasis en los documentos, tener una buena aplicabilidad a los servicios, requerimientos para definir los límites del Sistema de Gestión de la Calidad, tener mayor hincapié en el contexto organizacional, ya que al aplicar dicho modelo se obtendrá el premio y la empresa va a tener un mayor énfasis en el logro de los resultados deseados para mejorar la satisfacción del cliente.

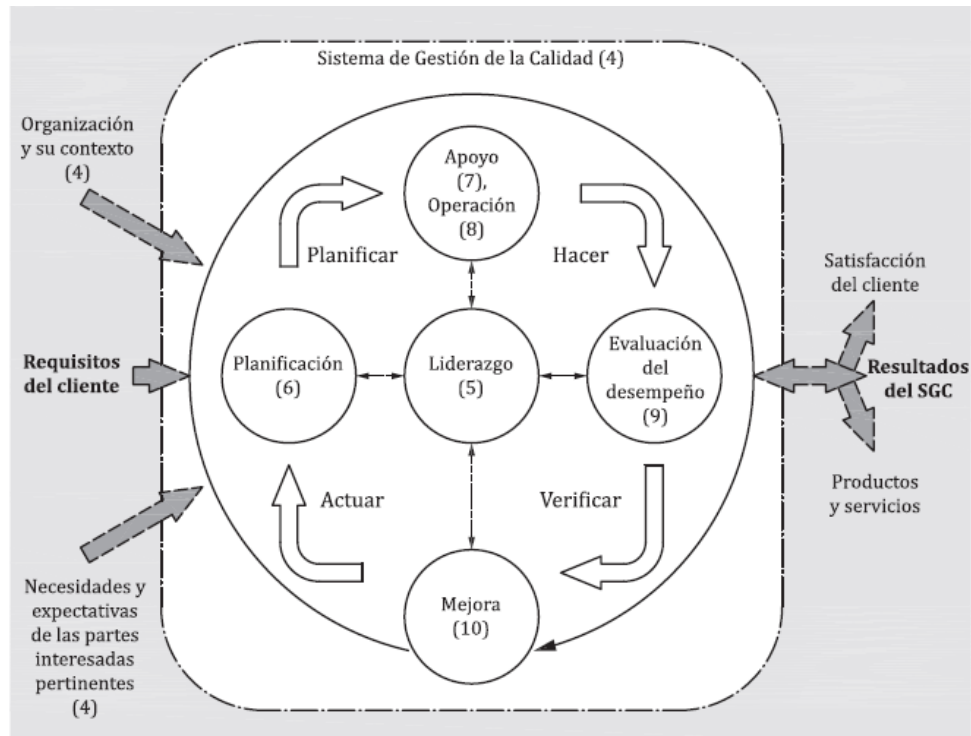


Ilustración 5: Representación de la estructura de esta Norma Internacional con el ciclo PHVA
Fuente: (Norma Internacional ISO 9001, 2015)

En el Ecuador existen entidades que certifican la Norma Internacional ISO 9001 entre ellas tenemos El Servicio de Acreditación Ecuatoriano (SAE) otorga confianza en las certificaciones de una de las normas más populares de la organización internacional ISO: la 9001.

La norma ISO 9001 establece los requisitos de un sistema de gestión de calidad. Todo tipo de empresa u organización puede implementar este estándar y certificarse frente a un organismo acreditado.

El SAE avala la competencia técnica de estos organismos de certificación para que auditen y certifiquen los sistemas de calidad de los interesados.

Así también tenemos otras entidades como:

- BUREAU VERITAS ECUADOR S.A
- CALIDAD INTERNACIONAL DE CERTIFICACIONES C.I.C.S.A
- CERGESTCAL AMÉRICA CERTIFICATION GROUP S.A. – ACG
- COTECNA CERTIFICADORA SERVICES LTDA
- INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS Y CERTIFICACIÓN – ICONTEC
- S.G.S. DEL ECUADOR S.A

Dentro de las empresas textiles del Ecuador quien regula los recursos humanos es el Ministerio de Relaciones Laborales, que es el que determina las escalas remunerativas del sector público

Así también quien regula el mercado es la Superintendencia de Compañías el cual vigila y controla las organizaciones, actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las empresas en el Ecuador.

LINEAMIENTOS PARA LA APLICACIÓN DEL MODELO DEMING PRIZE

Conforme a **Basha SAC Asesores y Consultores (2016)**. Para que las empresas textiles ejecuten el Modelo Deming Prize deben basarse en los siguientes lineamientos el cual permitirá verificar el cumplimiento según los requisitos de la Norma ISO 9001-2015 detallados a continuación



BASHA SAC
ASESORES Y CONSULTORES

Jr. Hatuey N° 205 San Miguel - Lima 32
 (51 1) 4923223 contacto@bashasac.com

www.bashasac.com

**LISTADO DE VERIFICACIÓN DE CUMPLIMIENTO SEGÚN REQUISITOS DE LA
 NORMA ISO 9001:2015
 (ANÁLISIS GAP)**

REVISIÓN		APROBÓ:		FECHA:	
----------	--	---------	--	--------	--

REQUISITOS	PUNTAJE	HALLAZGOS
4.CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN		
4.1. Comprensión de la organización y de su contexto		
1. La organización debe determinar las cuestiones externas e internas que son pertinentes para su propósito y su dirección estratégica, y que afectan a su capacidad para lograr los resultados previstos de su sistema de gestión de la calidad.		
2. La organización debe realizar el seguimiento y la revisión de la información sobre estas cuestiones externas e internas.		
4.2 Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas		
4.2.1. Generalidades		
1. Debido a su efecto o efecto potencial en la capacidad de la organización de proporcionar regularmente productos y servicios que satisfagan los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables, la organización debe determinar:		
a) las partes interesadas que son pertinentes al sistema de gestión de la calidad;		
b) los requisitos pertinentes de estas partes interesadas para el sistema de gestión de la calidad.		
2. La organización debe realizar el seguimiento y la revisión de la información sobre estas partes		

4.3 Determinación del alcance del sistema de gestión de la calidad		
1.-La organización debe determinar los límites y la aplicabilidad del sistema de gestión de la calidad para establecer su alcance.		
Cuando se determina este alcance, la organización debe considerar:		
a) las cuestiones externas e internas indicadas en el apartado 4.1;		
b) los requisitos de las partes interesadas pertinentes indicados en el apartado 4.2;		
c) los productos y servicios de la organización.		
2.-La organización debe aplicar todos los requisitos de esta Norma Internacional si son aplicables en el alcance determinado de su sistema de gestión de la calidad. -El alcance del sistema de gestión de la calidad de la organización debe estar disponible y mantenerse como información documentada. -El alcance debe establecer los tipos de productos y servicios cubiertos, y proporcionar la justificación para cualquier requisito de esta Norma Internacional que la organización determine que no es aplicable para el alcance de su sistema de gestión de la calidad.		
4.4 Sistema de gestión de la calidad y sus procesos		
4.4.1 La organización debe establecer, implementar, mantener y mejorar continuamente un sistema de gestión de la calidad, incluidos los procesos necesarios y sus interacciones, de acuerdo con los requisitos de esta Norma Internacional.		
La organización debe determinar los procesos necesarios para el sistema de gestión de la calidad y su aplicación a través de la organización, y debe:		
a) determinar las entradas requeridas y las salidas esperadas de estos procesos;		
b) determinar la secuencia e interacción de estos procesos;		
c) determinar y aplicar los criterios y los métodos (incluyendo el seguimiento, las mediciones y los indicadores del desempeño relacionados) necesarios para asegurarse de la operación eficaz y el control de estos procesos;		

d) determinar los recursos necesarios para estos procesos y asegurarse de su disponibilidad;		
e) asignar las responsabilidades y autoridades para estos procesos;		
f) abordar los riesgos y oportunidades determinados de acuerdo con los requisitos del apartado 6.1;		
g) evaluar estos procesos e implementar cualquier cambio necesario para asegurarse de que estos procesos logran los resultados previstos;		
h) mejorar los procesos y el sistema de gestión de la calidad.		
4.4.2 En la medida en que sea necesario, la organización debe:		
a) mantener información documentada para apoyar la operación de sus procesos;		
b) conservar la información documentada para tener la confianza de que los procesos se realizan según lo planificado.		
5.LIDERAZGO		
5.1 Liderazgo y compromiso		
5.1.1 Generalidades		
La alta dirección debe demostrar liderazgo y compromiso con respecto al sistema de gestión de la calidad:		
a) asumiendo la responsabilidad y obligación de rendir cuentas con relación a la eficacia del sistema de gestión de la calidad;		
b) asegurándose de que se establezcan la política de la calidad y los objetivos de la calidad para el sistema de gestión de la calidad, y que éstos sean compatibles con el contexto y la dirección estratégica de la organización;		
c) asegurándose de la integración de los requisitos del sistema de gestión de la calidad en los procesos de negocio de la organización;		
d) promoviendo el uso del enfoque a procesos y el pensamiento basado en riesgos;		
e) asegurándose de que los recursos necesarios para el sistema de gestión de la calidad estén disponibles;		

f) comunicando la importancia de una gestión de la calidad eficaz y conforme con los requisitos del sistema de gestión de la calidad;		
5.1.2 Enfoque al cliente		
La alta dirección debe demostrar liderazgo y compromiso con respecto al enfoque al cliente asegurándose de que:		
a) se determinan, se comprenden y se cumplen regularmente los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables;		
b) se determinan y se consideran los riesgos y oportunidades que pueden afectar a la conformidad de		
los productos y servicios y a la capacidad de aumentar la satisfacción del cliente;		
c) se mantiene el enfoque en el aumento de la satisfacción del cliente.		
5.2 Política		
5.2.1 Establecimiento de la política de la calidad		
1. La alta dirección debe establecer, implementar y mantener una política de la calidad que:		
a) sea apropiada al propósito y contexto de la organización y apoye su dirección estratégica;		
b) proporcione un marco de referencia para el establecimiento de los objetivos de la calidad;		
c) incluya un compromiso de cumplir los requisitos aplicables;		
d) incluya un compromiso de mejora continua del sistema de gestión de la calidad.		
5.2.2 Comunicación de la política de la calidad		
La política de la calidad debe:		
a) estar disponible y mantenerse como información documentada;		
b) comunicarse, entenderse y aplicarse dentro de la organización;		

c) estar disponible para las partes interesadas pertinentes, según corresponda.		
5.3 Roles, responsabilidades y autoridades en la organización		
La alta dirección debe asegurarse de que las responsabilidades y autoridades para los roles pertinentes se asignen, se comuniquen y se entiendan en toda la organización.		
La alta dirección debe asignar la responsabilidad y autoridad para: a) asegurarse de que el sistema de gestión de la calidad es conforme con los requisitos de esta Norma Internacional;		
b) asegurarse de que los procesos están generando y proporcionando las salidas previstas;		
c) informar, en particular, a la alta dirección sobre el desempeño del sistema de gestión de la calidad y sobre las oportunidades de mejora (véase 10.1);		
d) asegurarse de que se promueve el enfoque al cliente en toda la organización;		
e) asegurarse de que la integridad del sistema de gestión de la calidad se mantiene cuando se planifican e implementan cambios en el mismo.		
5. PLANIFICACIÓN		
6.1 Acciones para abordar riesgos y oportunidades		
6.1.1 Al planificar el sistema de gestión de la calidad		
la organización debe considerar las cuestiones referidas en el apartado 4.1 y los requisitos referidos en el apartado 4.2, y determinar los riesgos y oportunidades que es necesario abordar con el fin de:		
a) asegurar que el sistema de gestión de la calidad pueda lograr sus resultados previstos;		
b) aumentar los efectos deseables;		
c) prevenir o reducir efectos no deseados;		
d) lograr la mejora.		
6.1.2 La organización debe planificar:		

a) las acciones para abordar estos riesgos y oportunidades		
b) la manera de: 1) integrar e implementar las acciones en sus procesos del sistema de gestión de la calidad (Véase 4.4.); 2) evaluar la eficacia de estas acciones.		
Las acciones tomadas para abordar los riesgos y oportunidades deben ser proporcionales al impacto potencial en la conformidad de los productos y los servicios.		
4.4 Objetivos de la calidad y planificación		
6.2.1 La organización debe establecer objetivos de la calidad par		
1. Los objetivos de la calidad deben		
a) Ser afines con la política de la calidad:		
b) ser medibles;		
c) tener en cuenta los requisitos aplicables;		
d) ser pertinentes para la conformidad de los productos y servicios y para el aumento de la satisfacción del cliente;		
e) ser objeto de seguimiento;		
f) comunicarse;		
g) actualizarse, según corresponda.		
2. La organización debe mantener información documentada sobre los objetivos de la calidad.		
6.2.2 Al planificar cómo lograr sus objetivos de la calidad, la organización debe determinar:		
a) qué se va a hacer;		
b) qué recursos se requerirán;		
c) quién será responsable;		
d) cuándo se finalizará;		

e) cómo se evaluarán los resultados.		
6.3 Planificación de los cambios		
<p>Cuando la organización determine la necesidad de cambios en el sistema de gestión de la calidad, estos cambios se deben llevar a cabo de manera planificada (véase 4.4).</p> <p>La organización debe considerar:</p> <p>a) el propósito de los cambios y sus consecuencias potenciales;</p> <p>b) la integridad del sistema de gestión de la calidad;</p> <p>c) la disponibilidad de recursos;</p> <p>d) la asignación o reasignación de responsabilidades y autoridades.</p>		
7. APOYO		
7.1 Recursos		
7.1.1 Generalidades		
<p>La organización debe determinar y proporcionar los recursos necesarios para el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua del sistema de gestión de la calidad.</p> <p>La organización debe considerar:</p> <p>a) las capacidades y limitaciones de los recursos internos existentes;</p> <p>b) qué se necesita obtener de los proveedores externos.</p>		
7.1.2 Personas		
La organización debe determinar y proporcionar las personas necesarias para la implementación eficaz		
7.1.3 Infraestructura		
La organización debe determinar, proporcionar y mantener la infraestructura		

7.1.4 Ambiente para la operación de los procesos		
1. La organización debe determinar, proporcionar y mantener el ambiente necesario para la operación de sus procesos y para lograr la conformidad de los productos y servicios		
2. Estos factores pueden diferir sustancialmente dependiendo de los productos y servicios suministrados.		
7.1.5 Recursos de seguimiento y medición		
7.1.5.1 Generalidades		
1. La organización debe determinar y proporcionar los recursos necesarios para asegurarse de la validez y		
2. La organización debe asegurarse de que los recursos proporcionados:		
a) son apropiados para el tipo específico de actividades de seguimiento y medición realizadas;		
b) se mantienen para asegurarse de la idoneidad continua para su propósito.		
7.1.5.2 Trazabilidad de las mediciones		
1. Cuando la trazabilidad de las mediciones es un requisito, o es considerada por la organización como parte esencial para proporcionar confianza en la validez de los resultados de la medición, el equipo de medición debe:		
a) calibrarse o verificarse, o ambas, a intervalos especificados, o antes de su utilización, contra patrones de medición trazables a patrones de medición internacionales o nacionales; cuando no existan tales patrones, debe conservarse como información documentada la base utilizada para la calibración o la verificación;		
b) identificarse para determinar su estado;		
c) protegerse contra ajustes, daño o deterioro que pudieran invalidar el estado de calibración y los posteriores resultados de la medición.		
2. La organización debe determinar si la validez de los resultados de medición previos se ha visto afectada de manera adversa cuando el equipo de medición se considere no apto para su propósito previsto, y debe tomar las acciones adecuadas cuando sea necesario.		

7.1.6 Conocimientos de la organización		
La organización debe determinar los conocimientos necesarios para la operación de sus procesos y para lograr la conformidad de los productos y servicios.		
Estos conocimientos deben mantenerse y ponerse a disposición en la medida en que sea necesario.		
Cuando se abordan las necesidades y tendencias cambiantes, la organización debe considerar sus conocimientos actuales y determinar cómo adquirir o acceder a los conocimientos adicionales necesarios y a las actualizaciones requeridas.		
7.2 Competencia		
La organización debe:		
a) determinar la competencia necesaria de las personas que realizan, bajo su control, un trabajo que afecta al desempeño y eficacia del sistema de gestión de la calidad;		
b) asegurarse de que estas personas sean competentes, basándose en la educación, formación o experiencia apropiadas;		
c) cuando sea aplicable, tomar acciones para adquirir la competencia necesaria y evaluar la eficacia de las acciones tomadas;		
d) conservar la información documentada apropiada como evidencia de la competencia.		
7.3 Toma de conciencia		
La organización debe asegurarse de que las personas que realizan el trabajo bajo el control de la organización tomen conciencia de:		
a) la política de la calidad;		
b) los objetivos de la calidad pertinentes;		
c) su contribución a la eficacia del sistema de gestión de la calidad, incluidos los beneficios de una mejora del desempeño;		
d) las implicaciones del incumplimiento de los requisitos del sistema de gestión de la calidad.		

7.4 Comunicación		
La organización debe determinar las comunicaciones internas y externas pertinentes al sistema de gestión de la calidad, que incluyan:		
a) qué comunicar;		
b) cuándo comunicar;		
c) a quién comunicar;		
d) cómo comunicar;		
e) quién comunica.		
7.5 Información documentada		
7.5.1 Generalidades		
El sistema de gestión de la calidad de la organización debe incluir:		
a) la información documentada requerida por esta Norma Internacional;		
b) la información documentada que la organización determina como necesaria para la eficacia del sistema de gestión de la calidad.		
7.5.2 Creación y actualización		
Al crear y actualizar la información documentada, la organización debe asegurarse de que lo siguiente sea apropiado:		
a) la identificación y descripción (por ejemplo, título, fecha, autor o número de referencia);		
b) el formato (por ejemplo, idioma, versión del software, gráficos) y los medios de soporte (por ejemplo, papel, electrónico);		
7.5.3 Control de la información documentada		
7.5.3.1 La información documentada requerida por el sistema de gestión de la calidad y por esta Norma Internacional se debe controlar para asegurarse de que:		

a) esté disponible y sea idónea para su uso, donde y cuando se necesite;		
b) esté protegida adecuadamente (por ejemplo, contra pérdida de la confidencialidad, uso inadecuado o pérdida de integridad).		
7.5.3.2 Para el control de la información documentada, la organización debe abordar las siguientes actividades, según corresponda:		
a) distribución, acceso, recuperación y uso;		
b) almacenamiento y preservación, incluida la preservación de la legibilidad;		
c) control de cambios (por ejemplo, control de versión);		
d) conservación y disposición.		
La información documentada de origen externo, que la organización determina como necesaria		
8. OPERACIÓN		
8.1 Planificación y control operacional		
La organización debe planificar, implementar y controlar los procesos (véase 4.4) necesarios para cumplir los requisitos para la provisión de productos y servicios, y para implementar las acciones determinadas en el capítulo 6, mediante:		
a) la determinación de los requisitos para los productos y servicios;		
b) el establecimiento de criterios para:		
1) los procesos;		
2) la aceptación de los productos y servicios;		
c) la determinación de los recursos necesarios para lograr la conformidad con los requisitos de los productos y servicios;		
d) la implementación del control de los procesos de acuerdo con los criterios;		
e) la determinación, el mantenimiento y la conservación de la información documentada en la extensión necesaria para:		

1) tener confianza en que los procesos se han llevado a cabo según lo planificado;		
2) demostrar la conformidad de los productos y servicios con sus requisitos.		
La salida de esta planificación debe ser adecuada para las operaciones de la organización.		
La organización debe controlar los cambios planificados y revisar las consecuencias de los cambios no previstos, tomando acciones para mitigar cualquier efecto adverso, según sea necesario.		
La organización debe asegurarse de que los procesos contratados externamente estén controlados (véase 8.4).		
8.2 Requisitos para los productos y servicios		
8.2.1 Comunicación con el cliente		
La comunicación con los clientes debe incluir:		
a) proporcionar la información relativa a los productos y servicios;		
b) tratar las consultas, los contratos o los pedidos, incluyendo los cambios;		
c) obtener la retroalimentación de los clientes relativa a los productos y servicios, incluyendo las quejas de los clientes;		
d) manipular o controlar la propiedad del cliente;		
e) establecer los requisitos específicos para las acciones de contingencia, cuando sea pertinente.		
8.2.2 Determinación de los requisitos para los productos y servicios		
Cuando se determinan los requisitos para los productos y servicios que se van a ofrecer a los clientes, la organización debe asegurarse de que:		
a) los requisitos para los productos y servicios se definen, incluyendo:		
1) cualquier requisito legal y reglamentario aplicable;		

2) aquellos considerados necesarios por la organización;		
b) la organización puede cumplir con las declaraciones acerca de los productos y servicios que ofrece.		
8.2.3 Revisión de los requisitos para los productos y servicios		
8.2.3.1 La organización debe asegurarse de que tiene la capacidad de cumplir los requisitos para los productos y servicios que se van a ofrecer a los clientes.		
La organización debe llevar a cabo una revisión antes de comprometerse a suministrar productos y servicios a un cliente, para incluir:		
a) los requisitos especificados por el cliente, incluyendo los requisitos para las actividades de entrega y las posteriores a la misma;		
b) los requisitos no establecidos por el cliente, pero necesarios para el uso especificado o previsto,		
c) los requisitos especificados por la organización;		
d) los requisitos legales y reglamentarios aplicables a los productos y servicios;		
e) las diferencias existentes entre los requisitos del contrato o pedido y los expresados previamente.		
La organización debe asegurarse de que se resuelven las diferencias existentes entre los requisitos del contrato o pedido y los expresados previamente.		
La organización debe confirmar los requisitos del cliente antes de la aceptación, cuando el cliente no proporcione una declaración documentada de sus requisitos.		
8.2.3.2 La organización debe conservar la información documentada, cuando sea aplicable:		
a) sobre los resultados de la revisión;		
b) sobre cualquier requisito nuevo para los productos y servicios.		
8.2.4 Cambios en los requisitos para los productos y servicios		
La organización debe asegurarse de que, cuando se cambien los requisitos para los productos y servicios, la información documentada pertinente sea		

modificada, y de que las personas pertinentes sean conscientes de los requisitos modificados.		
8.3 Diseño y desarrollo de los productos y servicios		
8.3.1 Generalidades		
La organización debe establecer, implementar y mantener un proceso de diseño y desarrollo que sea adecuado para asegurarse de la posterior provisión de productos y servicios.		
8.3.2 Planificación del diseño y desarrollo		
Al determinar las etapas y controles para el diseño y desarrollo, la organización debe considerar:		
a) la naturaleza, duración y complejidad de las actividades de diseño y desarrollo;		
b) las etapas del proceso requeridas, incluyendo las revisiones del diseño y desarrollo aplicables;		
c) las actividades requeridas de verificación y validación del diseño y desarrollo;		
d) las responsabilidades y autoridades involucradas en el proceso de diseño y desarrollo;		
e) las necesidades de recursos internos y externos para el diseño y desarrollo de los productos y servicios;		
f) la necesidad de controlar las interfaces entre las personas que participan activamente en el proceso de diseño y desarrollo;		
g) la necesidad de la participación activa de los clientes y usuarios en el proceso de diseño y desarrollo;		
h) los requisitos para la posterior provisión de productos y servicios;		
i) el nivel de control del proceso de diseño y desarrollo esperado por los clientes y otras partes interesadas pertinentes;		
j) la información documentada necesaria para demostrar que se han cumplido los requisitos del diseño y desarrollo.		
8.3.3 Entradas para el diseño y desarrollo		

1.-La organización debe determinar los requisitos esenciales para los tipos específicos de productos y servicios a diseñar y desarrollar. La organización debe considerar:		
a) los requisitos funcionales y de desempeño;		
b) la información proveniente de actividades previas de diseño y desarrollo similares;		
c) los requisitos legales y reglamentarios;		
d) normas o códigos de prácticas que la organización se ha comprometido a implementar;		
e) las consecuencias potenciales de fallar debido a la naturaleza de los productos y servicios.		
2.-Las entradas deben ser adecuadas para los fines del diseño y desarrollo, estar completas y sin ambigüedades.		
3.-Las entradas del diseño y desarrollo contradictorias deben resolverse.		
4.-La organización debe conservar la información documentada sobre las entradas del diseño y desarrollo.		
8.3.4 Controles del diseño y desarrollo		
La organización debe aplicar controles al proceso de diseño y desarrollo para asegurarse de que:		
a) se definen los resultados a lograr;		
b) se realizan las revisiones para evaluar la capacidad de los resultados del diseño y desarrollo para cumplir los requisitos;		
c) se realizan actividades de verificación para asegurarse de que las salidas del diseño y desarrollo cumplen los requisitos de las entradas;		
d) se realizan actividades de validación para asegurarse de que los productos y servicios resultantes		
e) se toma cualquier acción necesaria sobre los problemas determinados durante las revisiones, o las actividades de verificación y validación;		
f) se conserva la información documentada de estas actividades.		

8.3.5 Elementos de salidas del diseño y desarrollo		
La organización debe asegurarse de que los elementos de salida del diseño y desarrollo:		
b) son adecuadas para los procesos posteriores para la provisión de productos y servicios;		
c) incluyen o hacen referencia a los requisitos de seguimiento y medición, y a los criterios de aceptación.		
d) asegurarse de que los productos a producir, o los servicios a prestar, son adecuados.		
La organización debe mantener información documentada resultante del proceso del diseño y desarrollo.		
8.3.5 Salidas del diseño y desarrollo		
La organización debe asegurarse de que las salidas del diseño y desarrollo:		
b) son adecuadas para los procesos posteriores para la provisión de productos y servicios;		
c) incluyen o hacen referencia a los requisitos de seguimiento y medición, cuando sea apropiado.		
d) especifican las características de los productos y servicios que son esenciales para su propuesta.		
La organización debe conservar información documentada sobre las salidas del diseño y desarrollo.		
8.3.6 Cambios del diseño y desarrollo		
La organización debe identificar, revisar y controlar los cambios hechos durante el diseño y desarrollo de los productos y servicios, o posteriormente en la medida necesaria para asegurarse de que no haya un impacto adverso en la conformidad con los requisitos.		
La organización debe conservar la información documentada sobre:		
a) los cambios del diseño y desarrollo;		
b) los resultados de las revisiones;		

c) la autorización de los cambios;		
d) las acciones tomadas para prevenir los impactos adversos.		
8.4 Control de los procesos, productos y servicios suministrados externamente		
8.4.1 Generalidades		
La organización debe asegurarse de que los procesos, productos y servicios suministrados externamente		
La organización debe determinar los controles a aplicar a los procesos, productos y servicios suministrados externamente cuando:		
a) los productos y servicios de proveedores externos están destinados a incorporarse dentro de los propios productos y servicios de la organización;		
b) los productos y servicios son proporcionados directamente a los clientes por proveedores externos		
c) un proceso, o una parte de un proceso, es proporcionado por un proveedor externo como resultado de una decisión de la organización.		
La organización debe determinar y aplicar criterios para la evaluación, la selección, el seguimiento del desempeño y la reevaluación de los proveedores externos, basándose en su capacidad para proporcionar procesos o productos y servicios de acuerdo con los requisitos.		
La organización debe conservar la información documentada de estas actividades y de cualquier acción necesaria que surja de las evaluaciones.		
8.4.2 Tipo y alcance del control		
La organización debe asegurarse de que los procesos, productos y servicios suministrados externamente no afectan de manera adversa a la capacidad de la organización de entregar productos y servicios conformes de manera coherente a sus clientes.		
La organización debe:		

a) asegurarse de que los procesos suministrados externamente permanecen dentro del control de su sistema de gestión de la calidad;		
b) definir los controles que pretende aplicar a un proveedor externo y los que pretende aplicar a las salidas resultantes;		
c) tener en consideración:		
1) el impacto potencial de los procesos, productos y servicios suministrados externamente en la capacidad de la organización de cumplir regularmente los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables;		
2) la eficacia de los controles aplicados por el proveedor externo;		
d) determinar la verificación, u otras actividades necesarias para asegurarse de que los procesos, productos y servicios suministrados externamente cumplen los requisitos.		
8.4.3 Información para los proveedores externos		
La organización debe asegurarse de la adecuación de los requisitos antes de su comunicación al proveedor externo.		
La organización debe comunicar a los proveedores externos sus requisitos para:		
a) los procesos, productos y servicios a proporcionar;		
b) la aprobación de:		
1) productos y servicios;		
2) métodos, procesos y equipos;		
3) la liberación de productos y servicios;		
c) la competencia, incluyendo cualquier calificación requerida de las personas;		
d) las interacciones del proveedor externo con la organización;		
e) el control y el seguimiento del desempeño del proveedor externo a aplicar por parte de la organización;		
f) las actividades de verificación o validación que la organización, o su cliente, pretende llevar a cabo en las instalaciones del proveedor externo.		

8.5 Producción y provisión del servicio		
8.5.1 Control de la producción y de la provisión del servicio		
La organización debe implementar la producción y provisión del servicio bajo condiciones controladas.		
Las condiciones controladas deben incluir, cuando sea aplicable: a) la disponibilidad de información documentada que defina:		
1) las características de los productos a producir, los servicios a prestar, o las actividades a desempeñar;		
2) los resultados a alcanzar;		
b) la disponibilidad y el uso de los recursos de seguimiento y medición adecuados;		
c) la implementación de actividades de seguimiento y medición en las etapas apropiadas para verificar que se cumplen los criterios para el control de los procesos o sus salidas, y los criterios de aceptación para los productos y servicios;		
d) el uso de la infraestructura y el entorno adecuados para la operación de los procesos;		
e) la designación de personas competentes, incluyendo cualquier calificación requerida;		
f) la validación y revalidación periódica de la capacidad para alcanzar los resultados planificados de los procesos de producción y de prestación del servicio, cuando las salidas resultantes no puedan verificarse mediante actividades de seguimiento o medición posteriores;		
g) la implementación de acciones para prevenir los errores humanos;		
h) la implementación de actividades de liberación, entrega y posteriores a la entrega.		
8.5.2 Identificación y trazabilidad		
La organización debe utilizar los medios apropiados para identificar las salidas, cuando sea necesario, para asegurar la conformidad de los productos y servicios.		

La organización debe identificar el estado de las salidas con respecto a los requisitos de seguimiento y medición a través de la producción y prestación del servicio.		
La organización debe controlar la identificación única de las salidas cuando la trazabilidad sea un requisito, y debe conservar la información documentada necesaria para permitir la trazabilidad.		
8.5.3 Propiedad perteneciente a los clientes o proveedores externos		
La organización debe cuidar la propiedad perteneciente a los clientes o a proveedores externos mientras esté bajo el control de la organización o esté siendo utilizado por la misma.		
La organización debe identificar, verificar, proteger y salvaguardar la propiedad de los clientes o de los proveedores externos suministrada para su utilización o incorporación dentro de los productos y servicios.		
Cuando la propiedad de un cliente o de un proveedor externo se pierda, deteriore o de algún otro modo se considere inadecuada para su uso, la organización debe informar de esto al cliente o proveedor externo y conservar la información documentada sobre lo ocurrido.		
8.5.4 Preservación		
La organización debe preservar las salidas durante la producción y prestación del servicio, en la medida necesaria para asegurarse de la conformidad con los requisitos.		
8.5.5 Actividades posteriores a la entrega		
La organización debe cumplir los requisitos para las actividades posteriores a la entrega asociadas con los productos y servicios.		
Al determinar el alcance de las actividades posteriores a la entrega que se requieren, la organización debe considerar:		
a) los requisitos legales y reglamentarios;		
b) las consecuencias potenciales no deseadas asociadas a sus productos y servicios;		
c) la naturaleza, el uso y la vida útil prevista de sus productos y servicios;		

d) los requisitos del cliente;		
e) la retroalimentación del cliente.		
8.5.6 Control de los cambios		
La organización debe conservar información documentada que describa los resultados de la revisión de los cambios, las personas que autorizan el cambio y de cualquier acción necesaria que surja de la revisión.		
8.6 Liberación de los productos y servicios		
La organización debe implementar las disposiciones planificadas, en las etapas adecuadas, para verificar que se cumplen los requisitos de los productos y servicios.		
La liberación de los productos y servicios al cliente no debe llevarse a cabo hasta que se hayan completado satisfactoriamente las disposiciones planificadas, a menos que sea aprobado de otra manera por una autoridad pertinente y, cuando sea aplicable, por el cliente.		
La organización debe conservar la información documentada sobre la liberación de los productos y servicios. La información documentada debe incluir:		
a) evidencia de la conformidad con los criterios de aceptación;		
b) trazabilidad a las personas que autorizan la liberación.		
8.7 Control de las salidas no conformes		
8.7.1 La organización debe asegurarse de que las salidas que no sean conformes con sus requisitos se identifican y se controlan para prevenir su uso o entrega no intencionada.		
La organización debe tomar las acciones adecuadas basándose en la naturaleza de la no conformidad y en su efecto sobre la conformidad de los productos y servicios. Esto se debe aplicar también a los productos y servicios no conformes detectados después de la entrega de los productos, durante o después de la provisión de los servicios.		
La organización debe tratar las salidas no conformes de una o más de las siguientes maneras:		

a) corrección; b) separación, contención, devolución o suspensión de provisión de productos y servicios;		
c) información al cliente;		
d) obtención de autorización para su aceptación bajo concesión.		
Debe verificarse la conformidad con los requisitos cuando se corrigen las salidas no conformes.		
8.7.2 La organización debe conservar la información documentada que:		
a) describa la no conformidad;		
b) describa las acciones tomadas;		
c) describa todas las concesiones obtenidas;		
d) identifique la autoridad que decide la acción con respecto a la no conformidad.		
9 EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO		
9.1 Seguimiento, medición, análisis y evaluación		
9.1.1 Generalidades		
La organización debe determinar:		
a) qué necesita seguimiento y medición;		
b) los métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación necesarios para asegurar resultados válidos;		
c) cuándo se deben llevar a cabo el seguimiento y la medición;		
d) cuándo se deben analizar y evaluar los resultados del seguimiento y la medición.		

La organización debe evaluar el desempeño y la eficacia del sistema de gestión de la calidad.		
La organización debe conservar la información documentada apropiada como evidencia de los resultados.		
9.1.2 Satisfacción del cliente		
La organización debe realizar el seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplen sus necesidades y expectativas. La organización debe determinar los métodos para obtener, realizar el seguimiento y revisar esta información.		
9.1.3 Análisis y evaluación		
La organización debe analizar y evaluar los datos y la información apropiados que surgen por el seguimiento y la medición.		
Los resultados del análisis deben utilizarse para evaluar:		
a) la conformidad de los productos y servicios;		
b) el grado de satisfacción del cliente;		
c) el desempeño y la eficacia del sistema de gestión de la calidad;		
d) si lo planificado se ha implementado de forma eficaz;		
e) la eficacia de las acciones tomadas para abordar los riesgos y oportunidades;		
f) el desempeño de los proveedores externos;		
g) la necesidad de mejoras en el sistema de gestión de la calidad.		
9.2 Auditoría interna		
9.2.1 La organización debe llevar a cabo auditorías internas a intervalos planificados para proporcionar		
información acerca de si el sistema de gestión de la calidad:		
a) es conforme con:		
1) los requisitos propios de la organización para su sistema de gestión de la calidad;		

2) los requisitos de esta Norma Internacional;		
b) se implementa y mantiene eficazmente.		
9.2.2 La organización debe:		
a) planificar, establecer, implementar y mantener uno o varios programas de auditoría que incluyan la frecuencia, los métodos, las responsabilidades, los requisitos de planificación y la elaboración de informes, que deben tener en consideración la importancia de los procesos involucrados, los cambios que afecten a la organización y los resultados de las auditorías previas;		
b) definir los criterios de la auditoría y el alcance para cada auditoría;		
c) seleccionar los auditores y llevar a cabo auditorías para asegurarse de la objetividad y la imparcialidad del proceso de auditoría;		
d) asegurarse de que los resultados de las auditorías se informen a la dirección pertinente;		
e) realizar las correcciones y tomar las acciones correctivas adecuadas sin demora injustificada;		
f) conservar información documentada como evidencia de la implementación del programa de auditoría y de los resultados de las auditorías.		
9.3 Revisión por la dirección		
9.3.1 Generalidades		
La alta dirección debe revisar el sistema de gestión de la calidad de la organización a intervalos planificados, para asegurarse de su conveniencia, adecuación, eficacia y alineación continuas con la dirección estratégica de la organización.		
9.3.2 Entradas de la revisión por la dirección		
La revisión por la dirección debe planificarse y llevarse a cabo incluyendo consideraciones sobre:		
a) el estado de las acciones de las revisiones por la dirección previas;		
b) los cambios en las cuestiones externas e internas que sean pertinentes al sistema de gestión de la calidad;		

c) la información sobre el desempeño y la eficacia del sistema de gestión de la calidad, incluidas las tendencias relativas a:		
1) la satisfacción del cliente y la retroalimentación de las partes interesadas pertinentes;		
2) el grado en que se han logrado los objetivos de la calidad;		
3) el desempeño de los procesos y conformidad de los productos y servicios;		
4) las no conformidades y acciones correctivas;		
5) los resultados de seguimiento y medición;		
6) los resultados de las auditorías;		
7) el desempeño de los proveedores externos;		
d) la adecuación de los recursos;		
e) la eficacia de las acciones tomadas para abordar los riesgos y las oportunidades (véase 6.1);		
f) las oportunidades de mejora.		
9.3.3 Salidas de la revisión por la dirección		
Las salidas de la revisión por la dirección deben incluir las decisiones y acciones relacionadas con:		
a) las oportunidades de mejora;		
b) cualquier necesidad de cambio en el sistema de gestión de la calidad;		
c) las necesidades de recursos.		
La organización debe conservar información documentada como evidencia de los resultados de las revisiones por la dirección.		
10 MEJORA		
10.1 Generalidades		

<p>La organización debe determinar y seleccionar las oportunidades de mejora e implementar cualquier acción necesaria para cumplir los requisitos del cliente y aumentar la satisfacción del cliente.</p>		
<p>Éstas deben incluir: a) mejorar los productos y servicios para cumplir los requisitos, así como considerar las necesidades y expectativas futuras;</p>		
<p>b) corregir, prevenir o reducir los efectos no deseados;</p>		
<p>c) mejorar el desempeño y la eficacia del sistema de gestión de la calidad.</p>		
<p>10.2 No conformidad y acción correctiva</p>		
<p>10.2.1 Cuando ocurra una no conformidad, incluida cualquiera originada por quejas, la organización debe:</p>		
<p>a) reaccionar ante la no conformidad y, cuando sea aplicable: 1) tomar acciones para controlarla y corregirla;</p>		
<p>2) hacer frente a las consecuencias;</p>		
<p>b) evaluar la necesidad de acciones para eliminar las causas de la no conformidad, con el fin de que no vuelva a ocurrir ni ocurra en otra parte, mediante:</p>		
<p>1) la revisión y el análisis de la no conformidad;</p>		
<p>2) la determinación de las causas de la no conformidad;</p>		
<p>3) la determinación de si existen no conformidades similares, o que potencialmente puedan ocurrir;</p>		
<p>c) implementar cualquier acción necesaria;</p>		
<p>d) revisar la eficacia de cualquier acción correctiva tomada;</p>		
<p>e) si fuera necesario, actualizar los riesgos y oportunidades determinados durante la planificación; y</p>		
<p>f) si fuera necesario, hacer cambios al sistema de gestión de la calidad.</p>		

Las acciones correctivas deben ser apropiadas a los efectos de las no conformidades encontradas.		
10.2.2 La organización debe conservar información documentada como evidencia de:		
a) la naturaleza de las no conformidades y cualquier acción tomada posteriormente;		
b) los resultados de cualquier acción correctiva.		
10.3 Mejora continua		
La organización debe mejorar continuamente la conveniencia, adecuación y eficacia del sistema de gestión de la calidad.		
La organización debe considerar los resultados del análisis y la evaluación, y las salidas de la revisión por la dirección, para determinar si hay necesidades u oportunidades que deben considerarse como parte de la mejora continua.		

REQUISITO	CAPITULO	N° REQUISITOS	CANT. N/A	PUNTAJE MAXIMO	PUNTAJE OBTENIDO	CUMPLIMIENTO %
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN	4	5	0	10	0	0,0%
5 LIDERAZGO	5	5	0	10	0	0,0%
6 PLANIFICACION	6	5	0	10	0	0,0%
7. APOYO	7	13	0	26	0	0,0%
8. OPERACIÓN	8	25	0	50	0	0,0%
9. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO	9	8	0	16	0	0,0%
10. MEJORA	10	3	0	6	0	0,0%
		64	0	128	0	0,0%

REQUISITO	CUMPLIMIENTO %
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN	0,0%
5. LIDERAZGO	0,0%
6. PLANIFICACION	0,0%
7. APOYO	0,0%
8. OPERACIÓN	0,0%
9. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO	0,0%
10. MEJORA	0,0%

0,00%	100,00%
%Cumplimiento	% No Cumplimiento

CAPÍTULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

- ✓ Las empresas del sector textil de la provincia de Tungurahua no aplican modelos de gestión de la calidad.
- ✓ Se puede evidenciar que el 50,26% de las empresas textiles cumplen parcialmente con la normativa PHVA (Planificar-Hacer-Verificar y Actuar).
- ✓ El 32,54% de las empresas del sector textil no utilizan la materia prima en su totalidad para la producción, así como también el 37,83% de las empresas no aprovechan el uso de la maquinaria en base a las horas de trabajo pertinentes.
- ✓ La investigación arroja que las empresas textiles de la provincia de Tungurahua requieren la implementación de un modelo de gestión de calidad ya que aseguran que este ayudará a mejorar la competitividad de este sector.
- ✓ El modelo más adecuado que se puede aplicar es Deming Prize, ya que este modelo es más accesible y ha sido adoptado por la Norma Internacional ISO 9001- 2015 como base fundamental ya que los procesos técnicos y su legislación pueden ser adaptados a nivel Nacional e Internacional.

4.2.Recomendaciones

- ✓ La alta gerencia debe realizar planes de capacitación para los miembros que forman parte de las empresas del sector textil de la provincia de Tungurahua con el fin de que puedan actualizar sus conocimientos sobre la norma Internacional ISO 9001-2015.
- ✓ Las grandes y medianas empresas deben certificarse con la Norma Internacional ISO 9001-2015 y Mi Pymes con Mi Primer Certificado INEC, ya que este es un estándar menor que la ISO.
- ✓ Se recomienda establecer parámetros para el control de los procesos, productos y servicios suministrados externamente, y establecer criterios mínimos para la aceptación de la Materia Prima e Insumos y que pueden cumplir en los procesos internos.
- ✓ Las empresas textiles de la provincia de Tungurahua deben aplicar el Modelo Deming Prize, ya que este se encuentra adoptado por la Norma Internacional ISO 9001-2015, y hace referencia al ciclo de Planificar-Hacer-Verificar y Actuar, el cual ayudará al desempeño global de las empresas.
- ✓ Realizar futuras investigaciones de los Modelos de Gestión de la Calidad en base a los elementos de cultura, política e ideología.

5. MATERIALES DE REFERENCIA

5.1. Referencias Bibliográficas

- Altamirano Díaz, M. (3 de Mayo de 2018). *repositorio uta*. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/27972/1/484%20O.E..pdf>
- Álvarez, B., & Vázquez, R. (2013). *epum*. Obtenido de <http://www.epum2004.ua.es/aceptados/285.pdf>
- Andrade, C. (01 de abril de 2013). Fundamentación teórica de los modelos de gestión de la calidad en el servicio de información en instituciones universitarias. *Omnia*.
- Arias Montoya, F. (2010). *repositorioacademico.upc.edu.pe*. Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/305078/arias_mf-pub-delfos.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arranz Peña, & Rivas, A. (18 de junio de 2018). *UNED Oficina de Planificación y Calidad*. Obtenido de file:///C:/Users/HP/Downloads/Documento%20(2).pdf
- Ayala, F. (2013). Desarrollo de estrategias de posicionamiento. *redalyc*, 23.
- Badreddine, A., Romdhane, T., & Ben, N. (March de 2009). *semantic scholar*. Obtenido de <https://pdfs.semanticscholar.org/8d68/4fc7e17b2f1db08f772785cc28a33639b852.pdf>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la Investigación*. México: Patria.
- Basha SAC Asesores y Consultores. (2016). *Lista de verificación de verificación de cumplimiento*. Lima: BASHA SAC ASESORES Y CONSULTORES.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Pearson.
- Borja Dousdebés, S., & Jijón Albán, J. (Julio de 2014). *repositorio.uide.edu.ec*. Obtenido de <http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/535/1/T-UIDE-0499.pdf>
- Cabrera, M. (2014). La competitividad empresarial. *americaeconomia*, 56.

- Calderón Guerrero, Á. (2015). *Diseño y aplicación del modelo Iberoamericano de Excelencia en la Gestión del Colegio Intisana de la ciudad de Quito en el año académico 2014-2015 y su factibilidad de aplicación en instituciones educativas*. Obtenido de http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/13670/1/Calderon_Guerrero_Alvaro_Cristobal.pdf
- Camisón, C. (2006). *Gestión de la Calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid: PEARSON EDUCACIÓN, S.A.,.
- Carro Paz, R., & Gonzáles Gómez, D. (20 de Enero de 2015). *Nulan*. Obtenido de http://nulan.mdp.edu.ar/1620/1/15_capacidad_distribucion.pdf
- COPANT, & INLAC. (Diciembre de 2003). *file:///C:/Users/ASUS/Downloads/275-Texto%20del%20art%C3%ADculo-957-1-10-20161129.pdf*. Obtenido de Comisión Panamericana de Normas Tècnicas y del Instituto Latinoamericano de Aseguramiento de la Calidad: <file:///C:/Users/ASUS/Downloads/275-Texto%20del%20art%C3%ADculo-957-1-10-20161129.pdf>
- Echeverria Sevilla, D. (10 de Abril de 2007).
- FUNDIBEQ. (2015). *Modelo Iberoamericano de Excelencia en la Gestión para las Administraciones Públicas*. Obtenido de <http://www.fundibeq.org/modelo-excelencia>
- Gitman, L. (2013). *Fundamentos de Administración Financiera*. Mèxico: Harla S.A.
- Guiltinan, J. (2013). *Administración de Mercado, Estrategias y Programas* (Sèptima ed.). Mèxico: McGraw-Hill.
- Gutièrrez, H. (2014). *Calidad total y productividad* (Tercera ed.). Mèxico: McGraw-Hill Interamericana.
- Hernández Sampieri , R. (2010). *Metodología de Investigaciòn* (Quinta ed.). Mèxico D.F: Mc Graw Hill. Obtenido de Esup.
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Santa Fé: Mc Graw Hill. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp->

content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf?fbclid=IwAR1Jq9wMBeKyZlHg
H9xCMTJ71AddPSDtFMhcBqNYq3DgQsVDemILmqoMYmI

Holguín Colina, F. (Marzo de 2009). *repositorio puce*. Obtenido de
<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/2957/T-PUCE-3450.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ibarra Cisneros, M. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Scielo*.

Ingenio Empresa. (11 de Abril de 2016). *Ingenio Empresa*. Obtenido de
<https://ingenioempresa.com/capacidad-produccion-empresa/>

Instituto nacional de estadística y censos. (2016). *INEC*. Obtenido de
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec//directoriodeempresas/>

Johnston, M., & Marshall, G. (2009). *Administración de Ventas*. México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A.

Kotler, P. (2013). Metodología del posicionamiento. *deimon*.

L. Saavedra , G. (2013). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. *Scielo*.

La Hora. (30 de abril de 2019). *La Hora*. Obtenido de
https://www.lahora.com.ec/tungurahua/noticia/1102240097/la-industria-textil-de-tungurahua-con-perdidas-de-hasta-el-30_-?platform=hootsuite&fbclid=IwAR0MIgpkArRfHStyckXc27ThSYxiotBSON7ou7r3BewMYwrAQi4vCmtUq_Q

Labarca , N. (2012). Cultura de innovación como herramienta de competitividad en la gestión directiva universitaria venezolana. *redalyc*, 8. Obtenido de
http://www.redalyc.org/pdf/737/73723402006.pdf?fbclid=IwAR0_S-srQINwxiLIWk_dImvfYuNsdt4E2JUdH7Sat_ARhhU7Tq7IMJZEO6A

León Valbuena, N. (2013). Fuerza de ventas determinante de la competitividad empresarial. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*.

- Llarena, M. (29 de Septiembre de 2014). Modelo de sistema de gestión de calidad para la puesta en marcha de cursos no presenciales: Instrumentos de seguimiento y Evaluación. *Redalyc*.
- Lombana, J. (Mayo de 2009). *Marco analítico de la competitividad: Fundamentos para el estudio de la competitividad regional*. Obtenido de Universidad del Norte:
http://ciruelo.uninorte.edu.co/pdf/pensamiento_gestion/26/1_Marco%20analitico%20de%20la%20competitividad.pdf
- Londoño, C. (2015). *Dialnet-Produccion*. Obtenido de <file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-Produccion-4897792.pdf>
- Maderuelo Fernández, J. (2002). Gestión de la calidad total. El modelo EFQM de excelencia. *Scielo*. Obtenido de http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1131-57682002001000004
- Martín Cuesta, J. (21 de Octubre de 2005). *cdim.esap.edu.co*. Obtenido de <http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/la%20calidad%20en%20la%20administraci%C3%B3n%20p%C3%BAblica.pdf>
- Martínez Mediano , C., & Riopérez Losada , N. (2005). El modelo de excelencia en la EFQM y su aplicación para la mejora de la calidad de los centros educativos. *Redalyc*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/706/70600802.pdf>
- Martínez Moreno, A. (2012). El modelo EFQM, análisis de los criterios resultados en un servicio deportivo municipal con más de 25.000 habitantes. *Scielo*. Obtenido de <http://revistas.um.es/cpd/article/view/177791>
- Martínez, B. (2008). Calidad. ¿Qué es el modelo EFQM (European Foundation for Quality Management)? *elsevier.es*.
- Martínez, B. (2011). *Diseño e implantación de un enfoque de gestión de la calidad basado en las normas ISO 9000: Algunos aspectos relevantes, dirección y organización*. España: Work Study.

- Moreno Lòpez, G., & Jimènez Builes, J. (13 de January de 2012). *Scielo*. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0012-73532012000300022
- Moreno, L. (2013). *Gestión de calidad en pequeñas, medianas empresas y la gestión estratégica*. Nueva York: The Handbook.
- Nàjera Ochoa, J. (2014). Modelo de Competitividad para la Industria Textial del Vestido en Mèxico. *Dialnet*, 32.
- National Quality . (2010). *Criterios para la excelencia en el desempeño*. Washington: American Society for Quality Milwaukee.
- Navarro Mejía, M. (2013). *Técnicas de ventas*. México: Red Tercer Milenio S.C.
- Nieto, C. (2006). Comparación entre los Modelos de Gestión de Calidad Total: EFQM, Gerencial de Deming, Iberoamericano para la Excelencia y Malcom Baldrige. Situación frente a la ISO 9000. *cursos.campusvirtualsp.org*. Obtenido de https://cursos.campusvirtualsp.org/pluginfile.php/2332/mod_resource/content/1/Modulo_4/Semana_4_M4.S4_LB_6.Comparacion_EFQM.ISO.MB._OPS.pdf
- Norma Internacional ISO 9001. (2015). *Sistemas de gestión de la calidad*.
- Orihuela, J. (27 de 04 de 2014). Posicionamiento de la empresa en el mercado. *Murciaeconomia*.
- Pastor Tejedor , A., & Pastor Tejedor , J. (2013). Comparación de los Modelos de Evaluación de la Excelencia Empresarial. *Redalyc*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/3887/388743877002.pdf>
- Polo , M. (2015). Ceremonial y protocolo: métodos y técnicas de investigación científica. *redalyc*, 21.
- Rìos, K. (2014). *Gestión de Procesos y Rentabilidad en las Empresas*. Obtenido de repositorioacademico.usmp: http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1116/1/rios_sk.pdf

- Robledillo Colmenares , A. (2013). Introducción a los Sistemas de Gestión de la Calidad Total: Modelo de Excelencia EFQM y Autoevaluación. *Scielo*. Obtenido de http://scielo.isciii.es/scielo.php?pid=S0465-546X2013000300002&script=sci_arttext&tlng=pt
- Ruiz Afanador, T. (2013). Una mirada hacia los Modelos de Gestión de Calidad. *Investigium Ire*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/323560752_A_LOOK_TOWARDS_QUALITY_MANAGEMENT_MODELS_UNA_MIRADA_HACIA_LOS_MODELOS_DE_GESTION_DE_CALIDAD
- Silva, R. (septiembre de 2013). Obtenido de Repositorio Uam: https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/9300/48695_silva_maranhao_roncalli.pdf?sequence=1
- Suárez, H. (01 de Enero de 2013). Indicadores de rentabilidad: herramientas para la toma decisiones financieras en hoteles de categoría. *redalyc*, 23. Obtenido de Revista de Ciencias Sociales .
- Suñol , S. (2006). Aspectos teóricos de la competitividad. *Ciencia y Sociedad*.
- Teràn, R. (Mayo de 2017). *Repositorio Pucese*. Obtenido de <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1073/1/TER%C3%81N%20GARZ%C3%93N%20KRISTHIAN%20RAFAEL.pdf>
- Torres Morales, V. (2014). *Administración de ventas*. México: Patria, S.A.
- Urbina, G. (2014). *Evolución de Proyectos*. México: McGraw-Hill.
- Urgal Gonzáles, B., & García Vázquez, J. (2006). *Dialnet*. Obtenido de <file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-DecisionesDeProduccionCapacidadesDeProduccionYPrio-2244250.pdf>
- Vayas, P. (julio de 2015). Diseño de un modelo de gestión basado en la calidad total para industrias de la curtiembre. Ambato, Tungurahua, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1662/1/75982.pdf>
- Villagra, J. (2006). *Modelo de Excelencia en la gestión Malcolm Baldrige*. México: Praxis.

5.2.Anexos

Anexo 1: Formato de la Encuesta



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ORGANIZACIÓN DE
EMPRESAS



ENCUESTA

Objetivo: Recopilar información para determinar la aplicabilidad del modelo de gestión de la calidad en el sector textil de la Provincia de Tungurahua.

Con la finalidad de realizar la tesis de graduación en la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato, estamos realizando una investigación del sector textil, cuyo resultado servirá únicamente para fines educativos.

Instrucciones:

- Marque con una "X" la respuesta que usted considere
- Escoja solo una opción por cada pregunta.

1. La empresa realiza un seguimiento y revisión a través de la aplicación de herramientas como:

Análisis PESTEL: Factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales.

Análisis FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

Matriz EFE: Matriz de Evaluación de Factores Externos

Matriz POAM: Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio

Matriz EFI: Matriz de Evaluación de Factores Internos

Siempre _____
Casi siempre _____
Ocasionalmente _____
Casi nunca _____
Nunca _____

2. Los procesos de producción textil que están establecidos en su empresa son:

Extremadamente útil _____
Muy útil _____
Algo útil _____
No tan útil _____
Para nada útil _____

3. ¿Se cumplen regularmente los requerimientos del cliente, las obligaciones legales y administrativas?

Siempre _____
Casi siempre _____
Ocasionalmente _____
Casi nunca _____
Nunca _____

4. ¿La empresa proporciona las herramientas y equipos necesarios para la producción?

Siempre _____
Casi siempre _____
Ocasionalmente _____
Casi nunca _____
Nunca _____

5. ¿La empresa proporciona a los clientes información relativa a sus productos y servicios?

Siempre _____
Casi siempre _____
Ocasionalmente _____
Casi nunca _____
Nunca _____

6. La organización ha implementado un control de los procesos de acuerdo con sus indicadores de gestión de manera:

Muy Satisfactoria _____
Parcialmente Satisfactoria _____
Satisfactoria _____
Poco Satisfactoria _____
Insatisfactoria _____

7. ¿La empresa acoge las consultas, proformas o pedidos de los clientes?

Siempre _____
Casi siempre _____
Ocasionalmente _____
Casi nunca _____
Nunca _____

8. ¿La empresa se asegura que los procesos, productos y servicios suministrados sean conforme a los requerimientos del cliente?

- Siempre _____
- Casi siempre _____
- Ocasionalmente _____
- Casi nunca _____
- Nunca _____

9. ¿La empresa se asegura de que los procesos suministrados externamente permanezcan dentro del control del sistema de gestión de calidad?

- Siempre _____
- Casi siempre _____
- Ocasionalmente _____
- Casi nunca _____
- Nunca _____

Los procesos suministrados externamente son: proveedores, gestión de proveedores, Identificar las necesidades y requisitos, seguimiento al desempeño, evaluación del desempeño, acciones a tomar, Reevaluación, Información documentada

10. ¿La empresa aplica los medios apropiados para identificar las salidas, y así asegurar la conformidad de los productos y servicios?

- Siempre _____
- Casi siempre _____
- Ocasionalmente _____
- Casi nunca _____
- Nunca _____

Medios apropiados: Descripción de Productos y servicios, Mecanismos de Identificación, Responsable de Aplicación, Tratamiento de Salida, y responsable del Tratamiento de Salida

11. ¿Se establece los requerimientos específicos para las acciones de contingencia dentro de la empresa?

- Siempre _____
- Casi siempre _____
- Ocasionalmente _____
- Casi nunca _____
- Nunca _____

12. ¿La empresa cumple con los requisitos legales y reglamentarios para la fabricación de los productos o servicios?

- Siempre _____
- Casi siempre _____
- Ocasionalmente _____
- Casi nunca _____
- Nunca _____

13. ¿La percepción de la satisfacción del cliente con los productos elaborados es?:

- Muy Satisfactoria _____
- Parcialmente Satisfactoria _____
- Satisfactoria _____
- Poco Satisfactoria _____
- Insatisfactoria _____

14. La empresa realiza el control de calidad de los procesos de manera:

- Muy Satisfactoria _____
- Parcialmente Satisfactoria _____
- Satisfactoria _____
- Poco Satisfactoria _____
- Insatisfactoria _____

15. ¿Considera usted que implementando un modelo de gestión de la calidad mejorará la competitividad en el sector textil?

- Totalmente de acuerdo _____
- Muy de acuerdo _____
- Parcialmente de acuerdo _____
- De acuerdo _____
- En desacuerdo _____

16. Dentro de que rango de ventas anuales se encuentra su empresa:

Microempresa	de \$ 1 a \$ 100.000	_____
Pequeña empresa	de \$ 100.001 a \$ 1'000.000	_____
Mediana empresa "A"	de \$ 1'000.001 a \$ 2'000.000	_____
Mediana empresa "B"	de \$ 2'000.001 a \$ 5'000.000	_____
Grande empresa	De \$ 5'000.001 en adelante	_____

17. Indique el número de colaboradores con el que cuenta su empresa

- Hombres _____
- Mujeres _____

18. El uso de la materia prima está en el rango de:

- 10% - 20% _____
- 21% - 40% _____
- 41% - 60% _____
- 61% - 80% _____
- 81% - 100% _____

19. ¿Cuál es el uso de la maquinaria dentro de la empresa?

- 2 horas _____
- 4 horas _____
- 6 horas _____
- 8 horas _____
- 10 horas _____


Anexo 2: Total de empresas textiles de Tungurahua

		Cantón 2016									TOTAL
		Ambato	Baños de Agua Santa	Cevallos	Mocha	Patate	Quero	San Pedro de Pelileo	Santiago de Píllaro	Tisaleo	
Código CIU4 - Clase (4 dígitos) 2016	Preparación e hilatura de fibras textiles.	12	0	0	0	0	0	1	0	0	13
	Tejedura de productos textiles.	22	0	0	0	0	0	6	3	0	31
	Servicio de acabado de productos textiles.	86	2	0	0	0	0	8	1	1	98
	Fabricación de tejidos de punto y ganchillo.	4	0	0	0	1	0	0	0	0	5
	Fabricación de artículos confeccionados de materiales textiles, excepto prendas de vestir.	110	3	1	0	2	0	2	8	1	127
	Fabricación de tapices y alfombras.	6	0	0	1	0	0	0	0	0	7
	Fabricación de cuerdas, cordeles, bramantes y redes.	6	0	0	0	0	0	0	0	0	6
	Fabricación de otros productos textiles n.c.p.	45	3	4	0	0	0	10	3	1	66
	Fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel.	2144	27	38	14	27	47	973	95	57	3422
	Fabricación de artículos de piel.	86	0	0	0	0	0	0	1	0	87
	Fabricación de artículos de punto y ganchillo.	22	0	0	0	0	0	1	2	0	25
	Curtido y adobo de cueros; adobo y teñido de pieles.	42	0	1	0	0	0	0	0	0	43
	Fabricación de maletas, bolsos de mano y artículos similares, artículos de talabartería y guarnicionería.	140	3	1	0	0	0	0	17	1	162
		2725	38	45	15	30	47	1001	130	61	4092

Anexo 3: Comparación de las Empresas Textiles por años

		TOTAL 2012	TOTAL 2013	TOTAL 2014	TOTAL 2015	TOTAL 2016
Código CIIU4 - Clase (4 dígitos)	Preparación e hilatura de fibras textiles.	12	12	12	13	13
	Tejedura de productos textiles.	24	24	28	31	31
	Servicio de acabado de productos textiles.	69	77	78	97	98
	Fabricación de tejidos de punto y ganchillo.	4	4	4	5	5
	Fabricación de artículos confeccionados de materiales textiles, excepto prendas de vestir.	81	80	91	116	127
	Fabricación de tapices y alfombras.	5	6	6	7	7
	Fabricación de cuerdas, cordeles, bramantes y redes.	5	6	6	6	6
	Fabricación de otros productos textiles n.c.p.	51	51	53	63	66
	Fabricación de prendas de vestir, excepto prendas de piel.	2220	2465	2884	3236	3422
	Fabricación de artículos de piel.	3	4	4	98	87
	Fabricación de artículos de punto y ganchillo.	8	8	23	25	25
	Curtido y adobo de cueros; adobo y teñido de pieles.	113	110	112	42	43
Fabricación de maletas, bolsos de mano y artículos similares, artículos de talabartería y guarnicionería.	98	103	123	154	162	
TOTAL		2693	2950	3424	3893	4092

Anexo 4: Ejemplo Modelo Deming

 BASHA SAC ASESORES Y CONSULTORES Jr. Hatuey N° 205 San Miguel - Lima 32 (51 1) 4923223 contacto@bashasac.com www.bashasac.com		LISTA DE VERIFICACIÓN DE CUMPLIMIENTO SEGÚN REQUISITOS DE LA NORMA ISO 9001:2015 (ANÁLISIS GAP)					
		REVISIÓN:	MO	APROBÓ:	MO	FECHA:	01.11.2016
REQUISITOS	PUNTAJE	HALLAZGOS					
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN							
4.1 Comprensión de la Organización y su Contexto							
1. La organización debe determinar las cuestiones externas e internas que son pertinentes para su propósito y su dirección estratégica y que afectan a su capacidad para lograr los resultados previstos de su sistema de gestión de la calidad.	1						
2. La organización debe realizar el seguimiento y la revisión de la información sobre estas cuestiones externas e internas.							
4.2 Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas							
4.2.1 Generalidades							
1. Debido a su efecto o efecto potencial en la capacidad de la organización de proporcionar regularmente productos y servicios que satisfagan los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables, la organización debe determinar: a) las partes interesadas que son pertinentes al sistema de gestión de la calidad; b) los requisitos de estas partes interesadas que son pertinentes para el sistema de gestión de la calidad.	2						
2. La organización debe realizar el seguimiento y la revisión de la información sobre estas partes interesadas y sus requisitos pertinentes.							
4.3 Determinación del alcance del sistema de gestión de la calidad							
1. La organización debe determinar los límites y la aplicabilidad del sistema de gestión de la calidad para establecer su alcance. Cuando se determina este alcance, la organización debe considerar: a) las cuestiones externas e internas referidas en el apartado 4.1; b) los requisitos de las partes interesadas pertinentes indicados en el apartado 4.2; c) los productos y servicios de la organización.	2						
2. La organización debe aplicar todos los requisitos de esta Norma Internacional si son aplicables en el alcance determinado de su sistema de gestión de la calidad. -El alcance del Sistema de Gestión de Calidad de la organización debe estar disponible y mantenerse como información documentada. -El alcance debe establecer los tipos de productos y servicios cubiertos, y facilitar la justificación para cualquier requisito de esta Norma Internacional que la organización determine que no es aplicable para el alcance de su Sistema de Gestión de la Calidad.							
4.4 Sistema de Gestión de la calidad y sus procesos							
4.4.1 La organización debe establecer, implementar, mantener y mejorar continuamente un sistema de gestión de la calidad, incluidos los procesos necesarios y sus interacciones, de acuerdo con los requisitos de esta Norma Internacional. La organización debe determinar los procesos necesarios para el sistema de gestión de la calidad y su aplicación a través de la organización, y debe: a) Determinar las entradas requeridas y las salidas esperadas de tales procesos. b) Determinar la secuencia e interacción de estos procesos. c) determinar y aplicar los criterios y los métodos (incluyendo el seguimiento, las mediciones y los indicadores del desempeño relacionados) necesarios para asegurarse de la operación eficaz y el control de estos procesos; d) determinar los recursos necesarios para estos procesos y asegurarse de su disponibilidad; e) asignar las responsabilidades y autoridades para estos procesos; f) abordar los riesgos y oportunidades determinados de acuerdo con los requisitos del apartado 5.1; g) evaluar estos procesos e implementar cualquier cambio necesario para asegurarse de que estos procesos logran los resultados previstos; h) mejorar los procesos y el sistema de gestión de la calidad.	2						
4.4.2 En la medida en que sea necesario, la organización debe: a) mantener información documentada para apoyar la operación de sus procesos; b) conservar la información documentada para tener la confianza de que los procesos se realizan según lo planificado.							

5 LIDERAZGO		
5.1 Liderazgo y compromiso		
5.1.1 Generalidades		
<p>La alta dirección debe demostrar liderazgo y compromiso con respecto al sistema de gestión de la calidad:</p> <p>a) asumiendo la responsabilidad y obligación de rendir cuentas con relación a la eficacia del sistema de gestión de la calidad;</p> <p>b) asegurándose de que se establezcan la política de la calidad y los objetivos de la calidad para el sistema de gestión de la calidad, y que éstos sean compatibles con el contexto y la dirección estratégica de la organización;</p> <p>c) asegurándose de la integración de los requisitos del sistema de gestión de la calidad en los procesos de negocio de la organización;</p> <p>d) promoviendo el uso del enfoque a procesos y el pensamiento basado en riesgos;</p> <p>e) asegurándose de que los recursos necesarios para el sistema de gestión de la calidad estén disponibles;</p> <p>f) comunicando la importancia de una gestión de la calidad eficaz y conforme con los requisitos del sistema de gestión de la calidad;</p> <p>g) asegurándose de que el sistema de gestión de la calidad logre los resultados previstos;</p> <p>h) comprometiéndose, dirigiendo y apoyando a las personas, para contribuir a la eficacia del sistema de gestión de la calidad;</p> <p>i) promoviendo la mejora;</p> <p>j) apoyando otros roles pertinentes de la dirección, para demostrar su liderazgo en la forma en la que aplique a sus áreas de responsabilidad.</p>	1	
5.1.2 Enfoque al cliente		
<p>1. La alta dirección debe demostrar liderazgo y compromiso con respecto al enfoque al cliente asegurándose de que:</p> <p>a) se determinan, comprenden y se cumplen regularmente los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables;</p> <p>b) se determinan y se consideran los riesgos y oportunidades que pueden afectar a la conformidad de los productos y servicios y a la capacidad de aumentar la satisfacción del cliente;</p> <p>c) se mantiene el enfoque en el aumento de la satisfacción del cliente.;</p>	1	
5.2 Política		
5.2.1 Establecimiento de la política de calidad		
<p>1. La alta dirección es la que debe establecer, implementar y mantener una política de la calidad que:</p> <p>a) Sea apropiada al propósito y contexto de la organización y apoye su dirección estratégica.</p> <p>b) Proporcione un marco de referencia para el establecimiento de los objetivos de la calidad.</p> <p>c) Incluya el compromiso de cumplir los requisitos aplicables;</p> <p>d) Incluya un compromiso de mejora continua del Sistema de Gestión de la Calidad.</p>	2	
5.2.2 Comunicación de la política de calidad		
<p>La política de calidad debe:</p> <p>a) estar disponible como información documentada;</p> <p>b) comunicarse, entenderse y aplicarse dentro de la organización;</p> <p>c) estar disponible para las partes interesadas pertinentes, según corresponda.</p>	2	
5.3 Roles, responsabilidades y autoridades en las organización		
<p>La alta dirección debe asegurarse de que las responsabilidades y autoridades para los roles pertinentes se asignen, se comuniquen y se entiendan en toda la organización.</p> <p>La alta dirección debe asignar la responsabilidad y autoridad para:</p> <p>a) asegurarse de que el sistema de gestión de la calidad es conforme con los requisitos de esta Norma Internacional;</p> <p>b) asegurarse de que los procesos están generando las salidas previstas.</p> <p>c) Informar, en particular, a la alta dirección sobre el desempeño del Sistema de Gestión de la Calidad y sobre las oportunidades de mejora (véase 10.1).</p> <p>d) Asegurarse de que se promueve el enfoque al cliente en toda la organización.</p> <p>e) asegurarse de que la integridad del sistema de gestión de la calidad se mantiene cuando se planifican e implementan cambios en el mismo.</p>	2	

6 PLANIFICACION		
6.1 Acciones para abordar riesgos y oportunidades		
6.1.1 Al planificar el sistema de gestión de la calidad,		
la organización debe considerar las cuestiones referidas en el apartado 4.1 y los requisitos referidos en el apartado 4.2, y determinar los riesgos y oportunidades que es ineludible abordar con el fin de:	1	
a) asegurar que el sistema de gestión de la calidad pueda lograr sus resultados previstos.		
b) aumentar los efectos deseables		
c) prevenir o reducir lo efectos no deseados.		
d) lograr la mejora.		
6.1.2 La organización debe planificar:		
a) Las acciones para abordar estos riesgos y oportunidades,	1	
b) La manera de:		
1) integrar e implementar las acciones en sus procesos del sistema de gestión de la calidad (véase 4.4.);		
2) evaluar la eficacia de estas acciones.		
Las acciones llevadas a cabo para abordar los riesgos y oportunidades deben ser proporcionales al impacto potencial de la conformidad de los productos y servicios.		
6.2 Objetivos de la calidad y planificación		
6.2.1 La organización debe establecer los objetivos de la calidad para las funciones y niveles correspondientes y los procesos necesarios para el Sistema de Gestión de la Calidad		
1. Los objetivos de la calidad deben:	2	
a) ser afines con la política de la calidad;		
b) ser medibles ;		
c) considerar los requisitos aplicables;		
d) ser pertinentes para la conformidad de los productos y servicios y para el aumento de la satisfacción del cliente;		
e) ser objeto de seguimiento;		
f) ser comunicados;		
g) actualizarse, según corresponda.		
2. La organización debe mantener información documentada sobre los objetivos de la calidad.		
6.2.2 Al planificar como lograr sus objetivos de la calidad, la organización debe determinar:		
a) que se va a hacer;	2	
b) qué recursos se requieren;		
c) quién será responsable;		
d) cuándo se finalizará;		
e) como se evaluarán los resultados.		
6.3 Planificación de los cambios.		
Cuando la organización determine la necesidad de los cambios en el sistema de gestión de la calidad, estos cambios deben llevar acabo de manera planificada (véase 4.4).	2	
La organización debe considerar:		
a) el propósito de los cambios y sus consecuencias potenciales;		
b) la integridad del sistema de gestión de la calidad;		
c) la disponibilidad de recursos;		
d) la asignación o reasignación de responsabilidades y autoridades.		
7 APOYO		
7.1 Recursos		
7.1.1 Generalidades		
La organización debe estipular y proporcionar los recursos necesarios para el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua del Sistema de Gestión de la Calidad.	2	
La organización debe considerar:		
a) las capacidades y limitaciones de los recursos internos existentes;		
b) qué se necesita obtener de los proveedores externos.		
7.1.2 Personas		
La organización debe determinar y proporcionar las personas necesarias para la implementación eficaz de su sistema de gestión de la calidad y para la operación y control de sus procesos.	1	
7.1.3 Infraestructura		
La organización debe determinar, proporcionar y mantener la infraestructura para la operación de sus procesos para lograr la conformidad de los productos y servicios.	2	
7.1.4 Ambiente para la operación de los procesos		
1. La organización debe determinar, proporcionar y mantener el ambiente necesario para la operación de sus procesos y para lograr la conformidad de los productos y servicios.	1	
2. Estos factores pueden diferir sustancialmente dependiendo de los productos y servicios suministrados.		

7.1.5 Recursos de seguimiento y medición		
7.1.5.1 Generalidades		
1. La organización debe determinar y proporcionar los recursos necesarios para asegurarse de la validez y fiabilidad de los resultados cuando se realice el seguimiento o la medición para verificar la conformidad de los productos y servicios con los requisitos.	1	
2. La organización debe asegurarse de que los recursos proporcionados:		
a) son adecuados para el tipo de actividades de seguimiento y medición realizadas. b) se mantienen para asegurarse de la idoneidad continua para su propósito.		
7.1.5.2 Trazabilidad de las mediciones		
1. Cuando la trazabilidad de las mediciones es un requisito, o es considerada por la organización como parte esencial para proporcionar confianza en la validez de los resultados de la medición, el equipo de medición debe:	1	
a) calibrarse o verificarse, o ambas, a intervalos especificados, o antes de su utilización, contra patrones de medición trazables a patrones de medición internacionales o nacionales; cuando no existan tales patrones, debe conservarse como información documentada la base utilizada para la calibración o la verificación;		
b) identificarse para determinar su estado;		
c) protegerse contra ajustes, daño o deterioro que pudieran invalidar el estado de calibración y los posteriores resultados de la medición		
2. La organización debe determinar si la validez de los resultados de medición previos se ha visto afectada de manera adversa cuando el equipo de medición se considere no apto para su propósito previsto, y debe tomar las acciones adecuadas cuando sea necesario.		
7.1.6 Conocimientos de la organización		
La organización debe determinar los conocimientos necesarios para la operación de sus procesos y para lograr la conformidad de los productos y servicios.	1	
Estos conocimientos deben mantenerse y ponerse a disposición en la medida en que sea necesario.		
Cuando se abordan las necesidades y tendencias cambiantes, la organización debe considerar sus conocimientos actuales y determinar cómo adquirir o acceder a los conocimientos adicionales necesarios y a las actualizaciones requeridas.		
7.2 Competencia		
La organización debe:	2	
a) determinar la competencia necesaria de las personas que realizan, bajo su control, un trabajo que afecta al desempeño y eficacia del sistema de gestión de la calidad;		
b) asegurarse de que estas personas sean competentes, basándose en la educación, formación o experiencia apropiadas;		
c) cuando sea aplicable, tomar acciones para adquirir la competencia necesaria y evaluar la eficacia de las acciones tomadas;		
d) conservar la información documentada apropiada como evidencia de la competencia.		
7.3 Toma de conciencia		
La organización debe asegurarse de que las personas que realizan el trabajo bajo el control de la organización tomen conciencia de:	2	
a) la política de la calidad;		
b) los objetivos de calidad pertinentes;		
c) su contribución a la eficacia del sistema de gestión de la calidad, incluidos los beneficios de una mejora del desempeño;		
d) las implicaciones del incumplimiento de los requisitos del sistema de gestión de la calidad.		
7.4 Comunicación		
La organización debe determinar las comunicaciones internas y externas pertinentes al sistema de gestión de la calidad, que incluyan:	1	
a) qué comunicar;		
b) cuándo comunicarlo;		
c) a quien comunicar;		
d) cómo comunicar;		
e) quién comunica.		
7.5 Información documentada		
7.5.1 Generalidades		
El sistema de gestión de la calidad de la organización debe incluir:	2	
a) la información documentada requerida por esta Norma Internacional;		
b) la información documentada que la organización determina como necesaria para la eficacia del sistema de gestión de la calidad.		
7.5.2 Creación y actualización		
Al crear y actualizar la información documentada, la organización debe asegurarse de que lo siguiente sea apropiado:	2	
a) la identificación y descripción (por ejemplo, título, fecha, autor o número de referencia);		

<p>b) el formato (por ejemplo, idioma, versión del software, gráficos) y los medios de soporte (por ejemplo, papel, electrónico);</p> <p>c) la revisión y aprobación con respecto a la conveniencia y adecuación.</p>		
7.5.3 Control de la información documentada		
<p>7.5.3.1 La información documentada requerida por el sistema de gestión de la calidad y por esta Norma Internacional se debe controlar para asegurarse de que:</p> <p>a) esté disponible y sea idónea para su uso, donde y cuando se necesite;</p> <p>b) esté protegida adecuadamente (por ejemplo, contra pérdida de la confidencialidad, uso inadecuado o pérdida de integridad).</p>	1	
<p>7.5.3.2 Para el control de la información documentada, la organización debe abordar las siguientes actividades, según corresponda:</p> <p>a) distribución, acceso, recuperación y uso;</p> <p>b) almacenamiento y preservación, incluida la preservación de la legibilidad;</p> <p>c) control de cambios (por ejemplo, control de versión);</p> <p>d) Conservación y disposición</p>	1	
<p>La información documentada de origen externo, que la organización determina como necesaria para la planificación y operación del sistema de gestión de la calidad, se debe identificar, según sea apropiado, y controlar.</p> <p>La información documentada conservada como evidencia de la conformidad no intencionada debe protegerse</p>		
8 OPERACION		
8.1 Planificación y control operacional		
<p>La organización debe planificar, implementar y controlar los procesos (véase 4.4) necesarios para cumplir los requisitos para la provisión de productos y servicios, y para implementar las acciones determinadas en el capítulo 6, mediante:</p> <p>a) la determinación de los requisitos para los productos y servicios;</p> <p>b) el establecimiento de criterios para:</p> <p>1) los procesos;</p> <p>2) la aceptación de los productos y servicios;</p> <p>c) la determinación de los recursos necesarios para lograr la conformidad con los requisitos de los productos y servicios;</p> <p>d) la implementación del control de los procesos de acuerdo con los criterios;</p> <p>e) la determinación, el mantenimiento y la conservación de la información documentada en la extensión necesaria para:</p> <p>1) tener confianza en que los procesos se han llevado a cabo según lo planificado;</p> <p>2) demostrar la conformidad de los productos y servicios con sus requisitos.</p> <p>La salida de esta planificación debe ser adecuada para las operaciones de la organización.</p> <p>La organización debe controlar los cambios planificados y revisar las consecuencias de los cambios no previstos, tomando acciones para mitigar cualquier efecto adverso, según sea necesario.</p> <p>La organización debe asegurarse de que los procesos contratados externamente estén controlados (véase 8.4).</p>	1	
8.2 REQUISITOS PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS		
8.2.1 Comunicación con el cliente		
<p>La comunicación con los clientes debe incluir:</p> <p>a) proporcionar la información relativa a los productos y servicios;</p> <p>b) tratar las consultas, los contratos o los pedidos, incluyendo los cambios;</p> <p>c) obtener la retroalimentación de los clientes relativa a los productos y servicios, incluyendo las quejas de los clientes;</p> <p>d) manipular o controlar la propiedad del cliente;</p> <p>e) establecer los requisitos específicos para las acciones de contingencia, cuando sea pertinente.</p>	1	
8.2.2 Determinación de los requisitos para los productos y servicios		
<p>Cuando se determinan los requisitos para los productos y servicios que se van a ofrecer a los clientes, la organización debe asegurarse de que:</p> <p>a) los requisitos para los productos y servicios se definen, incluyendo:</p> <p>1) cualquier requisito legal y reglamentario aplicable;</p> <p>2) aquellos considerados necesarios por la organización;</p> <p>b) la organización puede cumplir con las declaraciones acerca de los productos y servicios que ofrece.</p>	2	
8.2.3 Revisión de los requisitos para los productos y servicios		
<p>8.2.3.1 La organización debe asegurarse de que tiene la capacidad de cumplir los requisitos para los productos y servicios que se van a ofrecer a los clientes.</p> <p>La organización debe llevar a cabo una revisión antes de comprometerse a suministrar productos y servicios a un cliente, para incluir:</p> <p>a) los requisitos especificados por el cliente, incluyendo los requisitos para las actividades de entrega y las posteriores a la misma;</p> <p>b) los requisitos no establecidos por el cliente, pero necesarios para el uso especificado o previsto, cuando sea conocido;</p>		

c) los requisitos especificados por la organización;	1	
d) los requisitos legales y reglamentarios aplicables a los productos y servicios;		
La organización debe asegurarse de que se resuelven las diferencias existentes entre los requisitos del contrato o pedido y los expresados previamente.		
La organización debe confirmar los requisitos del cliente antes de la aceptación, cuando el cliente no proporcione una declaración documentada de sus requisitos.		
8.2.3.2 La organización debe conservar la información documentada, cuando sea aplicable:		
a) sobre los resultados de la revisión;		
b) sobre cualquier requisito nuevo para los productos y servicios.		
8.2.4 Cambios en los requisitos para los productos y servicios		
La organización debe asegurarse de que, cuando se cambien los requisitos para los productos y servicios, la información documentada pertinente sea modificada, y de que las personas pertinentes sean conscientes de los requisitos modificados.	1	
8.3 DISEÑO Y DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS		
8.3.1 Generalidades		
La organización debe establecer, implementar y mantener un proceso de diseño y desarrollo que sea adecuado para asegurarse de la posterior provisión de productos y servicios.	1	
8.3.2 Planificación del diseño y desarrollo		
Al determinar las etapas y controles para el diseño y desarrollo, la organización debe considerar:	0	
a) la naturaleza, duración y complejidad de las actividades de diseño y desarrollo;		
b) las etapas del proceso requeridas, incluyendo las revisiones del diseño y desarrollo aplicables;		
c) las actividades requeridas de verificación y validación del diseño y desarrollo;		
d) las responsabilidades y autoridades involucradas en el proceso de diseño y desarrollo;		
e) la necesidad de controlar las interfaces entre los individuos y las partes implicadas en el proceso de diseño y desarrollo;		
e) las necesidades de recursos internos y externos para el diseño y desarrollo de los productos y servicios;		
f) la necesidad de controlar las interfaces entre las personas que participan activamente en el proceso de diseño y desarrollo;		
g) la necesidad de la participación activa de los clientes y usuarios en el proceso de diseño y desarrollo;		
h) los requisitos para la posterior provisión de productos y servicios;		
i) el nivel de control del proceso de diseño y desarrollo esperado por los clientes y otras partes interesadas pertinentes;		
j) la información documentada necesaria para demostrar que se han cumplido los requisitos del diseño y desarrollo.		
8.3.3 Entradas para el diseño y desarrollo		
1. La organización debe determinar los requisitos esenciales para los tipos específicos de productos y servicios a diseñar y desarrollar. La organización debe considerar:	0	
a) los requisitos funcionales y de desempeño;		
b) la información proveniente de actividades previas de diseño y desarrollo		
c) los requisitos legales y reglamentarios;		
d) normas o códigos de prácticas que la organización se ha comprometido a implementar;		
e) las consecuencias potenciales de fallar debido a la naturaleza de los productos y servicios.		
2. Las entradas deben ser adecuadas para los fines del diseño y desarrollo, estar completas y sin ambigüedades.		
3. Las entradas del diseño y desarrollo contradictorias deben resolverse.		
4. La organización debe conservar la información documentada sobre las entradas del diseño y desarrollo.		
8.3.4 Controles del diseño y desarrollo		
La organización debe aplicar controles al proceso de diseño y desarrollo para asegurarse de que:	0	
a) se definen los resultados a lograr;		
b) se realizan las revisiones para evaluar la capacidad de los resultados del diseño y desarrollo para cumplir los requisitos;		
c) se realizan actividades de verificación para asegurarse de que las salidas del diseño y desarrollo cumplen los requisitos de las entradas;		
d) se realizan actividades de validación para asegurarse de que los productos y servicios resultantes satisfacen los requisitos para su aplicación especificada o uso previsto;		
e) se toma cualquier acción necesaria sobre los problemas determinados durante las revisiones, o las actividades de verificación y validación;		
f) se conserva la información documentada de estas actividades.		

8.3.5 Elementos de salida del diseño y desarrollo		
<p>La organización debe asegurarse de que los elementos de salida del diseño y desarrollo:</p> <p>a) cumplen los requisitos de los elementos de entrada para el diseño y desarrollo;</p> <p>b) son adecuados para los procesos posteriores para la provisión de productos y servicios;</p> <p>c) incluyen o hacen referencia a los requisitos de seguimiento y medición, y a los criterios de aceptación, cuando sea aplicable;</p> <p>d) asegurarse de que los productos a producir, o los servicios a prestar, son adecuados para el propósito previsto y su uso seguro y correcto.</p> <p>La organización debe mantener la información documentada resultante del proceso de diseño y desarrollo.</p>	0	
8.3.5 Salidas del diseño y desarrollo		
<p>La organización debe asegurarse de que las salidas del diseño y desarrollo:</p> <p>a) cumplen los requisitos de las entradas;</p> <p>b) son adecuadas para los procesos posteriores para la provisión de productos y servicios;</p> <p>c) incluyen o hacen referencia a los requisitos de seguimiento y medición, cuando sea apropiado, y a los criterios de aceptación;</p> <p>d) especifican las características de los productos y servicios que son esenciales para su propósito previsto y su provisión segura y correcta.</p> <p>La organización debe conservar información documentada sobre las salidas del diseño y desarrollo.</p>	1	
8.3.6 Cambios del diseño y desarrollo		
<p>La organización debe identificar, revisar y controlar los cambios hechos durante el diseño y desarrollo de los productos y servicios, o posteriormente en la medida necesaria para asegurarse de que no haya un impacto adverso en la conformidad con los requisitos.</p> <p>La organización debe conservar la información documentada sobre:</p> <p>a) los cambios del diseño y desarrollo;</p> <p>b) los resultados de las revisiones;</p> <p>c) la autorización de los cambios;</p> <p>d) las acciones tomadas para prevenir los impactos adversos.</p>	1	
8.4 CONTROL DE LOS PROCESOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS SUMINISTRADOS EXTERNAMENTE		
8.4.1 Generalidades		
<p>La organización debe asegurarse de que los procesos, productos y servicios suministrados externamente son conformes a los requisitos.</p> <p>La organización debe determinar los controles a aplicar a los procesos, productos y servicios suministrados externamente cuando:</p> <p>a) los productos y servicios de proveedores externos están destinados a incorporarse dentro de los propios productos y servicios de la organización;</p> <p>b) los productos y servicios son proporcionados directamente a los clientes por proveedores externos en nombre de la organización;</p> <p>c) un proceso, o una parte de un proceso, es proporcionado por un proveedor externo como resultado de una decisión de la organización.</p> <p>La organización debe determinar y aplicar criterios para la evaluación, la selección, el seguimiento del desempeño y la reevaluación de los proveedores externos, basándose en su capacidad para proporcionar procesos o productos y servicios de acuerdo con los requisitos.</p> <p>La organización debe conservar la información documentada de estas actividades y de cualquier acción necesaria que surja de las evaluaciones.</p>	1	
8.4.2 Tipo y alcance del control		
<p>La organización debe asegurarse de que los procesos, productos y servicios suministrados externamente no afectan de manera adversa a la capacidad de la organización de entregar productos y servicios conformes de manera coherente a sus clientes.</p> <p>La organización debe:</p> <p>a) asegurarse de que los procesos suministrados externamente permanecen dentro del control de su sistema de gestión de la calidad;</p> <p>b) definir los controles que pretende aplicar a un proveedor externo y los que pretende aplicar a las salidas resultantes;</p> <p>c) tener en consideración:</p> <p>1) el impacto potencial de los procesos, productos y servicios suministrados externamente en la capacidad de la organización de cumplir regularmente los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables;</p> <p>2) la eficacia de los controles aplicados por el proveedor externo;</p> <p>d) determinar la verificación, u otras actividades necesarias para asegurarse de que los procesos, productos y servicios suministrados externamente cumplen los requisitos.</p>	2	

8.4.3 Información para los proveedores externos		
<p>La organización debe asegurarse de la adecuación de los requisitos antes de su comunicación al proveedor externo.</p> <p>La organización debe comunicar a los proveedores externos sus requisitos para:</p> <p>a) los procesos, productos y servicios a proporcionar;</p> <p>b) la aprobación de:</p> <p>1) productos y servicios;</p> <p>2) métodos, procesos y equipos;</p> <p>3) la liberación de productos y servicios;</p> <p>c) la competencia, incluyendo cualquier calificación requerida de las personas;</p> <p>d) las interacciones del proveedor externo con la organización;</p> <p>e) el control y el seguimiento del desempeño del proveedor externo a aplicar por parte de la organización;</p> <p>f) las actividades de verificación o validación que la organización, o su cliente, pretende llevar a cabo en las instalaciones del proveedor externo.</p>	1	
8.5 PRODUCCIÓN Y PROVISIÓN DEL SERVICIO		
8.5.1 Control de la producción y de la provisión del servicio		
<p>La organización debe implementar la producción y provisión del servicio bajo condiciones controladas.</p> <p>Las condiciones controladas deben incluir, cuando sea aplicable:</p> <p>a) la disponibilidad de información documentada que defina:</p> <p>1) las características de los productos a producir, los servicios a prestar, o las actividades a desempeñar;</p> <p>2) los resultados a alcanzar;</p> <p>b) la disponibilidad y el uso de los recursos de seguimiento y medición adecuados;</p> <p>c) la implementación de actividades de seguimiento y medición en las etapas apropiadas para verificar que se cumplen los criterios para el control de los procesos o sus salidas, y los criterios de aceptación para los productos y servicios;</p> <p>d) el uso de la infraestructura y el entorno adecuados para la operación de los procesos;</p> <p>e) la designación de personas competentes, incluyendo cualquier calificación requerida;</p> <p>f) la validación y revalidación periódica de la capacidad para alcanzar los resultados planificados de los procesos de producción y de prestación del servicio, cuando las salidas resultantes no puedan verificarse mediante actividades de seguimiento o medición posteriores;</p> <p>g) la implementación de acciones para prevenir los errores humanos;</p> <p>h) la implementación de actividades de liberación, entrega y posteriores a la entrega.</p>	1	
8.5.2 Identificación y trazabilidad		
<p>La organización debe utilizar los medios apropiados para identificar las salidas, cuando sea necesario, para asegurar la conformidad de los productos y servicios.</p> <p>La organización debe identificar el estado de las salidas con respecto a los requisitos de seguimiento y medición a través de la producción y prestación del servicio.</p> <p>La organización debe controlar la identificación única de las salidas cuando la trazabilidad sea un requisito, y debe conservar la información documentada necesaria para permitir la trazabilidad.</p>	1	
8.5.3 Propiedad perteneciente a los clientes o proveedores externos		
<p>La organización debe cuidar la propiedad perteneciente a los clientes o a proveedores externos mientras esté bajo el control de la organización o esté siendo utilizado por la misma.</p> <p>La organización debe identificar, verificar, proteger y salvaguardar la propiedad de los clientes o de los proveedores externos suministrada para su utilización o incorporación dentro de los productos y servicios.</p> <p>Cuando la propiedad de un cliente o de un proveedor externo se pierda, deteriore o de algún otro modo se considere inadecuada para su uso, la organización debe informar de esto al cliente o proveedor externo y conservar la información documentada sobre lo ocurrido.</p>	1	
8.5.4 Preservación		
<p>La organización debe preservar las salidas durante la producción y prestación del servicio, en la medida necesaria para asegurarse de la conformidad con los requisitos.</p>	2	

8.5.5 Actividades posteriores a la entrega		
La organización debe cumplir los requisitos para las actividades posteriores a la entrega asociadas con los productos y servicios.	1	
Al determinar el alcance de las actividades posteriores a la entrega que se requieren, la organización debe considerar:		
a) los requisitos legales y reglamentarios;		
b) las consecuencias potenciales no deseadas asociadas a sus productos y servicios;		
c) la naturaleza, el uso y la vida útil prevista de sus productos y servicios;		
d) los requisitos del cliente;		
e) la retroalimentación del cliente.		
8.5.6 Control de los cambios		
La organización debe conservar información documentada que describa los resultados de la revisión de los cambios, las personas que autorizan el cambio y de cualquier acción necesaria que surja de la revisión.	0	
8.6 LIBERACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS		
La organización debe implementar las disposiciones planificadas, en las etapas adecuadas, para verificar que se cumplen los requisitos de los productos y servicios.	1	
La liberación de los productos y servicios al cliente no debe llevarse a cabo hasta que se hayan completado satisfactoriamente las disposiciones planificadas, a menos que sea aprobado de otra manera por una autoridad pertinente y, cuando sea aplicable, por el cliente.		
La organización debe conservar la información documentada sobre la liberación de los productos y servicios. La información documentada debe incluir:		
a) evidencia de la conformidad con los criterios de aceptación;		
b) trazabilidad a las personas que autorizan la liberación.		
8.7 CONTROL DE LAS SALIDAS NO CONFORMES		
8.7.1 La organización debe asegurarse de que las salidas que no sean conformes con sus requisitos se identifican y se controlan para prevenir su uso o entrega no intencionada.	1	
La organización debe tomar las acciones adecuadas basándose en la naturaleza de la no conformidad y en su efecto sobre la conformidad de los productos y servicios. Esto se debe aplicar también a los productos y servicios no conformes detectados después de la entrega de los productos, durante o después de la provisión de los servicios.		
La organización debe tratar las salidas no conformes de una o más de las siguientes maneras:		
a) corrección;		
b) separación, contención, devolución o suspensión de provisión de productos y servicios;		
c) información al cliente;		
d) obtención de autorización para su aceptación bajo concesión.		
Debe verificarse la conformidad con los requisitos cuando se corrijen las salidas no conformes.		
8.7.2 La organización debe conservar la información documentada que:	1	
a) describa la no conformidad;		
b) separación, contención, devolución o suspensión de provisión de productos y servicios;		
c) información al cliente;		
d) obtención de autorización para su aceptación bajo concesión.		
Debe verificarse la conformidad con los requisitos cuando se corrijen las salidas no conformes.		
8.7.2 La organización debe conservar la información documentada que:	1	
a) describa la no conformidad;		
b) describa las acciones tomadas;		
c) describa todas las concesiones obtenidas;		
d) identifique la autoridad que decide la acción con respecto a la no conformidad.		
9. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO		
9.1 SEGUIMIENTO, MEDICIÓN, ANÁLISIS Y EVALUACIÓN		
9.1.1 Generalidades		
La organización debe determinar:	1	
a) qué necesita seguimiento y medición;		
b) los métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación necesarios para asegurar resultados válidos;		
c) cuándo se deben llevar a cabo el seguimiento y la medición;		
d) cuándo se deben analizar y evaluar los resultados del seguimiento y la medición.		
La organización debe evaluar el desempeño y la eficacia del sistema de gestión de la calidad.		
La organización debe conservar la información documentada apropiada como evidencia de los resultados.		

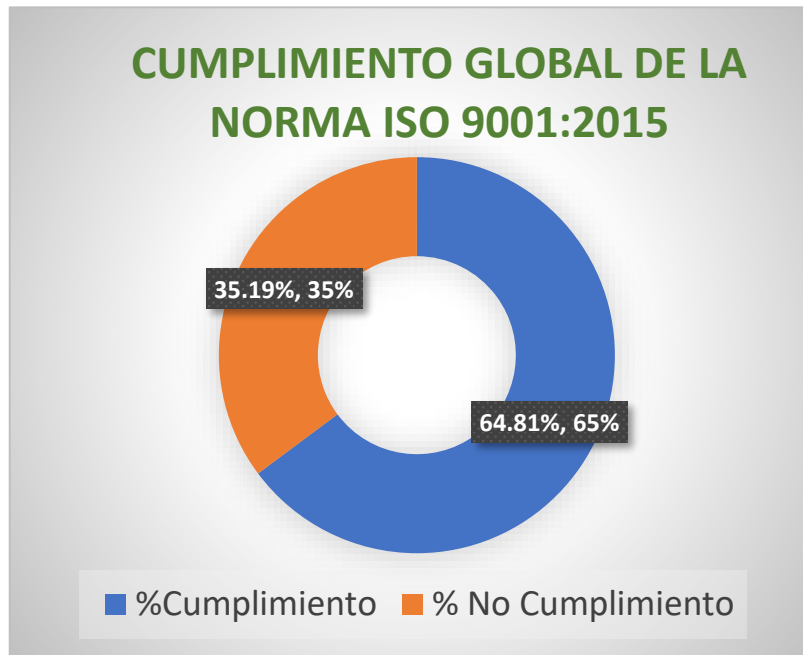
9.1.2 Satisfacción del cliente		
La organización debe realizar el seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplen sus necesidades y expectativas. La organización debe determinar los métodos para obtener, realizar el seguimiento y revisar esta información.	1	
9.1.3 Análisis y evaluación		
La organización debe analizar y evaluar los datos y la información apropiados que surgen por el seguimiento y la medición.	1	
Los resultados del análisis deben utilizarse para evaluar:		
a) la conformidad de los productos y servicios;		
b) el grado de satisfacción del cliente;		
c) el desempeño y la eficacia del sistema de gestión de la calidad;		
d) si lo planificado se ha implementado de forma eficaz;		
e) la eficacia de las acciones tomadas para abordar los riesgos y oportunidades;		
f) el desempeño de los proveedores externos;		
g) la necesidad de mejoras en el sistema de gestión de la calidad.		
9.2 AUDITORÍA INTERNA		
9.2.1 La organización debe llevar a cabo auditorías internas a intervalos planificados para proporcionar información acerca de si el sistema de gestión de la calidad:	0	
a) es conforme con:		
1) los requisitos propios de la organización para su sistema de gestión de la calidad;		
2) los requisitos de esta Norma Internacional;		
b) se implementa y mantiene eficazmente.		
9.2.2 La organización debe:	0	
a) planificar, establecer, implementar y mantener uno o varios programas de auditoría que incluyan la frecuencia, los métodos, las responsabilidades, los requisitos de planificación y la elaboración de informes, que deben tener en consideración la importancia de los procesos involucrados, los cambios que afecten a la organización y los resultados de las auditorías previas;		
b) definir los criterios de la auditoría y el alcance para cada auditoría;		
c) seleccionar los auditores y llevar a cabo auditorías para asegurarse de la objetividad y la imparcialidad del proceso de auditoría;		
d) asegurarse de que los resultados de las auditorías se informen a la dirección pertinente;		
e) realizar las correcciones y tomar las acciones correctivas adecuadas sin demora injustificada;		
f) conservar información documentada como evidencia de la implementación del programa de auditoría y de los resultados de las auditorías.		
9.3 REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN		
9.3.1 Generalidades		
La alta dirección debe revisar el sistema de gestión de la calidad de la organización a intervalos planificados, para asegurarse de su conveniencia, adecuación, eficacia y alineación continuas con la dirección estratégica de la organización.	0	
9.3.2 Entradas de la revisión por la dirección		
La revisión por la dirección debe planificarse y llevarse a cabo incluyendo consideraciones sobre:	1	
a) el estado de las acciones de las revisiones por la dirección previas;		
b) los cambios en las cuestiones externas e internas que sean pertinentes al sistema de gestión de la calidad;		
c) la información sobre el desempeño y la eficacia del sistema de gestión de la calidad, incluidas las tendencias relativas a:		
1) la satisfacción del cliente y la retroalimentación de las partes interesadas pertinentes;		
2) el grado en que se han logrado los objetivos de la calidad;		
3) el desempeño de los procesos y conformidad de los productos y servicios;		
4) las no conformidades y acciones correctivas;		
5) los resultados de seguimiento y medición;		
6) los resultados de las auditorías;		
7) el desempeño de los proveedores externos;		
d) la adecuación de los recursos;		
e) la eficacia de las acciones tomadas para abordar los riesgos y las oportunidades (véase 6.1);		
f) las oportunidades de mejora.		

9.3.3 Salidas de la revisión por la dirección		
Las salidas de la revisión por la dirección deben incluir las decisiones y acciones relacionadas con:	1	
a) las oportunidades de mejora;		
b) cualquier necesidad de cambio en el sistema de gestión de la calidad;		
c) las necesidades de recursos.		
La organización debe conservar información documentada como evidencia de los resultados de las revisiones por la dirección.		
10. MEJORA		
10.1 Generalidades		
La organización debe determinar y seleccionar las oportunidades de mejora e implementar cualquier acción necesaria para cumplir los requisitos del cliente y aumentar la satisfacción del cliente.	2	
Éstas deben incluir:		
a) mejorar los productos y servicios para cumplir los requisitos, así como considerar las necesidades y expectativas futuras;		
b) corregir, prevenir o reducir los efectos no deseados;		
c) mejorar el desempeño y la eficacia del sistema de gestión de la calidad.		
10.2 NO CONFORMIDAD Y ACCIÓN CORRECTIVA		
10.2.1 Cuando ocurra una no conformidad, incluida cualquiera originada por quejas, la organización debe:	1	
a) reaccionar ante la no conformidad y, cuando sea aplicable:		
1) tomar acciones para controlarla y corregirla;		
2) hacer frente a las consecuencias;		
b) evaluar la necesidad de acciones para eliminar las causas de la no conformidad, con el fin de que no vuelva a ocurrir ni ocurra en otra parte, mediante:		
1) la revisión y el análisis de la no conformidad;		
2) la determinación de las causas de la no conformidad;		
3) la determinación de si existen no conformidades similares, o que potencialmente puedan ocurrir;		
c) implementar cualquier acción necesaria;		
d) revisar la eficacia de cualquier acción correctiva tomada;		
e) si fuera necesario, actualizar los riesgos y oportunidades determinados durante la planificación; y		
f) si fuera necesario, hacer cambios al sistema de gestión de la calidad.		
Las acciones correctivas deben ser apropiadas a los efectos de las no conformidades encontradas.		
10.2.2 La organización debe conservar información documentada como evidencia de:		
a) la naturaleza de las no conformidades y cualquier acción tomada posteriormente;		
b) los resultados de cualquier acción correctiva.		
10.3 MEJORA CONTINUA		
La organización debe mejorar continuamente la conveniencia, adecuación y eficacia del sistema de gestión de la calidad.	2	
La organización debe considerar los resultados del análisis y la evaluación, y las salidas de la revisión por la dirección, para determinar si hay necesidades u oportunidades que deben considerarse como parte de la mejora continua.		

REQUISITO	CAPITULO	N° REQUISITOS	CANT. N/A	PUNTAJE MAXIMO	PUNTAJE OBTENIDO	CUMPLIMIENTO %
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN	4	5	0	10	9	90,0%
5. LIDERAZGO	5	5	0	10	8	80,0%
6. PLANIFICACION	6	5	0	10	8	80,0%
7. APOYO	7	13	0	26	19	73,1%
8. OPERACIÓN	8	25	0	50	23	46,0%
9. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO	9	8	0	16	5	31,3%
10. MEJORA	10	3	0	6	5	83,3%
		64	0	128	77	69,1%

REQUISITO	CUMPLIMIENTO %
4. CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN	90,0%
5. LIDERAZGO	80,0%
6. PLANIFICACION	80,0%
7. APOYO	73,1%
8. OPERACIÓN	46,0%
9. EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO	31,3%
10. MEJORA	83,3%

69,09%	30,91%
%Cumplimiento	% No Cumplimiento



Según el diagnóstico de la lista de verificación de cumplimiento realizada en la empresa NEO MODA se evidencia que se cumple el 65% de los requisitos y el 35% no se cumple, esto indica que dicha empresa aun no posee el Modelo de Gestión Deming Prize.

Anexo 5: Validación por expertos



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ORGANIZACIÓN DE
EMPRESAS



ENCUESTA

Objetivo: Recopilar información para determinar la aplicación de los modelos de gestión de la calidad en el sector textil de la Provincia de Tungurahua.

Instrucciones:

- Marque con una "X" la respuesta que usted considere
- Escoja solo una opción por cada pregunta, sea honesto y responda con la verdad.

DATOS DE LA ENCUESTA

1. La empresa realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre las cuestiones externas:

Análisis PESTEL: Factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales.

Análisis FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

Matriz EFE: Matriz de Evaluación de Factores Externos

Matriz POAM: Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio

Matriz EFI: Matriz de Evaluación de Factores Internos

Nunca _____
Casi nunca _____
Ocasionalmente _____
Casi siempre _____
Siempre _____

2. ¿La empresa tiene los procesos necesarios para el sistema de gestión de la calidad y su aplicación a través de la misma? *¿Cuáles? cuenta con*

Nunca _____
Casi nunca _____
Ocasionalmente _____
Casi siempre _____
Siempre _____

3. ¿Se cumplen regularmente los requerimientos del cliente, las obligaciones legales y administrativas?

Nunca _____
Casi nunca _____
Ocasionalmente _____
Casi siempre _____
Siempre _____

4. ¿La empresa proporciona las herramientas y equipos necesarios para la producción?

SI _____ NO _____

5. ¿La empresa proporciona a los clientes información relativa de sus productos y servicios?

Nunca _____
Casi nunca _____
Ocasionalmente _____
Casi siempre _____
Siempre _____

6. La organización ha implementado un control de los procesos de acuerdo con sus indicadores de gestión de manera: *¿En qué momento? _____ / ¿Cebante qué medio? _____*

~~Muy Bueno _____~~
~~Bueno _____~~
~~Regular _____~~
~~Malo _____~~
~~Muy Malo _____~~

Si
 No
¿Cuáles? _____

7. ¿La empresa acoge las consultas, contratos o pedidos de los clientes?

Nunca _____
Casi nunca _____
Ocasionalmente _____
Casi siempre _____
Siempre _____

Teléfono:	_____
Fax:	_____
Email:	_____
Buzón de sugerencia:	_____
Otros:	_____

8. ¿La empresa se asegura de que los procesos, productos y servicios suministrados sean conforme a los requerimientos del cliente?

Nunca _____
Casi nunca _____
Ocasionalmente _____
Casi siempre _____
Siempre _____

9. ¿La empresa se asegura de que los procesos suministrados externamente (proveedores, gestión de proveedores, Identificar las necesidades y requisitos, seguimiento al desempeño, evaluación del desempeño, acciones a tomar, re evaluación, información documentada,) permanezcan dentro del control del sistema de gestión de calidad?

Nunca _____
Casi nunca _____
Ocasionalmente _____
Casi siempre _____
Siempre _____

10. ¿La empresa utiliza los medios apropiados para identificar las salidas, y así asegurar la conformidad de los productos y/o servicios? (Descripción de Productos y/o servicios, Mecanismos de Identificación, Responsable de Aplicación, Tratamiento de Salida, y Responsable del Tratamiento de Salida)

Nunca _____
Casi nunca _____
Ocasionalmente _____
Casi siempre _____
Siempre _____

11. ¿La empresa establece los requerimientos específicos para las acciones de contingencia?

SI _____ NO _____

¿Cuáles? _____ (podría dar opciones)

12. ¿La empresa cumple con los requisitos legales y reglamentarios para los productos?

SI _____ NO _____

13. ¿La empresa implementa un proceso de diseño y desarrollo adecuado para la provisión de productos?

SI _____ NO _____

¿Bread? _____

14. ¿La empresa verifica las salidas durante la producción y prestación de servicios para asegurar la conformidad del cliente?

SI _____ NO _____

15. ¿La empresa con que requisitos cumple para las actividades posteriores a la entrega de los productos y servicios?

• Legales y reglamentarios _____

• Las consecuencias potenciales no deseadas asociadas a sus productos _____

• y servicios _____

• Los requisitos del cliente _____

• La naturaleza, el uso y la vida útil prevista de sus productos y servicios _____

• La retroalimentación del cliente _____

16. La percepción de la satisfacción del cliente con los productos elaborados es:

Satisfactorio _____

Poco Satisfactorio _____

Insatisfactorio _____

17. La empresa realiza el control de calidad de los procesos de manera:

Satisfactoria _____

Poco Satisfactoria _____

Insatisfactoria _____

Anual: _____

Semestral: _____

Trimestral: _____

18. ¿Usted cree que implementando un modelo de gestión de la calidad mejorará la competitividad en el sector textil?

SI _____ NO _____

¿Por qué?

.....

.....

Matriz de aspectos cualitativos del instrumento

Instrumento dirigido a las empresas del sector textil de la provincia de Tungurahua.

Apreciación Cualitativa

CRITERIOS	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Deficiente
Presentación del Instrumento	/				
Claridad en la redacción de los ítems	/				
Pertinencia de las variables con los indicadores	/				
Relevancia del contenido	/				
Factibilidad de aplicación	/				

Observaciones:

Se detalla en los documentos adjuntos las correcciones a realizar.

Validado por:	<i>Ruth Zamora.</i>
Profesión:	<i>Licenciada en Administración y Dirección de Empresas.</i>
Lugar de trabajo:	<i>Universidad Técnica de Ambato.</i>
Cargo que desempeña:	<i>Docente</i>
Tiempo de experiencia desempeñado:	<i>4 años docente / 8 años externa</i>
Lugar y fecha de validación:	<i>Ambato, 2 de abril de 2019.</i>

Firma:





UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS



ENCUESTA

Objetivo: Recopilar información para determinar la aplicación de los modelos de gestión de la calidad en el sector textil de la Provincia de Tungurahua.

Instrucciones:

- Marque con una "X" la respuesta que usted considere
- Escoja solo una opción por cada pregunta, sea honesto y responda con la verdad.

DATOS DE LA ENCUESTA

1. La empresa realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre las cuestiones externas:

Análisis PESTEL: Factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales.

Análisis FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

Matriz EFE: Matriz de Evaluación de Factores Externos

Matriz POAM: Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio

Matriz EFI: Matriz de Evaluación de Factores Internos

- Nunca _____
Casi nunca _____
Ocasionalmente _____
Casi siempre _____
Siempre _____

2. ¿La empresa tiene los procesos necesarios para el sistema de gestión de la calidad y su aplicación a través de la misma?

- Nunca _____
Casi nunca _____
Ocasionalmente _____
Casi siempre _____
Siempre _____

3. ¿Se cumplen regularmente los requerimientos del cliente, las obligaciones legales y administrativas?

- Nunca _____
Casi nunca _____
Ocasionalmente _____
Casi siempre _____
Siempre _____

4. ¿La empresa proporciona las herramientas y equipos necesarios para la producción? *de que'?*

- SI _____ NO _____

5. ¿La empresa proporciona a los clientes información relativa de sus productos y servicios?

- Nunca _____
- Casi nunca _____
- Ocasionalmente _____
- Casi siempre _____
- Siempre _____

6. La organización ha implementado un control de los procesos de acuerdo con sus indicadores de gestión de manera:

- Muy Bueno _____
- Bueno _____
- Regular _____
- Malo _____
- Muy Malo _____

Los procesos que he implementado de acuerdo con sus indicadores son: ✓

7. ¿La empresa acoge las consultas, contratos y pedidos de los clientes?

- Nunca _____
- Casi nunca _____
- Ocasionalmente _____
- Casi siempre _____
- Siempre _____

Teléfono:	_____
Fax:	_____
Email:	_____
Buzón de sugerencia:	_____
Otros:	_____

8. ¿La empresa se asegura de que los procesos, productos y servicios suministrados sean conforme a los requerimientos del cliente?

- Nunca _____ *recomendar los:*
- Casi nunca _____
- Ocasionalmente _____
- Casi siempre _____
- Siempre _____

9. ¿La empresa se asegura de que los procesos suministrados externamente (proveedores, gestión de proveedores, Identificar las necesidades y requisitos, seguimiento al desempeño, evaluación del desempeño, acciones a tomar, re evaluación, información documentada,) permanezcan dentro del control del sistema de gestión de calidad? *cen*

- Nunca _____
- Casi nunca _____
- Ocasionalmente _____
- Casi siempre _____
- Siempre _____

10. ¿La empresa utiliza los medios apropiados para identificar las salidas, y así asegurar la conformidad de los productos y/o servicios? (Descripción de Productos y/o servicios, Mecanismos de Identificación, Responsable de Aplicación, Tratamiento de Salida, y Responsable del Tratamiento de Salida)

- Nunca _____
- Casi nunca _____
- Ocasionalmente _____
- Casi siempre _____
- Siempre _____

11. ¿La empresa establece los requerimientos específicos para las acciones de contingencia? *en la empresa.*

SI NO

12. ¿La empresa cumple con los requisitos legales y reglamentarios para los productos?

SI NO

13. ¿La empresa implementa un proceso de diseño y desarrollo adecuado para la provisión de productos?

SI NO

14. ¿La empresa verifica las salidas durante la producción y prestación de servicios para asegurar la conformidad del cliente?

SI NO

15. ¿La empresa con que requisitos cumple para las actividades posteriores a la entrega de los productos y servicios?

Legales y reglamentarios _____

Las consecuencias potenciales no deseadas asociadas a sus productos y servicios _____

Los requisitos del cliente _____

La naturaleza, el uso y la vida útil prevista de sus productos y servicios _____

La retroalimentación del cliente _____

16. La percepción de la satisfacción del cliente con los productos elaborados es:

Muy Satisfactorio _____

Satisfactorio _____

Poco Satisfactorio _____

Insatisfactorio _____

17. La empresa realiza el control de calidad de los procesos de manera:

Muy Satisfactorio _____

Satisfactoria _____

Poco Satisfactoria _____

Insatisfactoria _____

18. ¿Usted cree que implementando un modelo de gestión de la calidad mejorará la competitividad en el sector textil?

SI NO

¿Por qué?

.....
.....

Matriz de aspectos cualitativos del instrumento

Instrumento dirigido a las empresas del sector textil de la provincia de Tungurahua.


Apreciación Cualitativa

CRITERIOS	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Deficiente
Presentación del Instrumento		✓			
Claridad en la redacción de los ítems		✓			
Pertinencia de las variables con los indicadores	✓				
Relevancia del contenido		✓			
Factibilidad de aplicación		✓			

Observaciones:
 REALIZAN LAS CORRECCIONES EN LA REDACCIÓN DE LOS ÍTEMS

Validado por:	HÉCTOR EMILIO HORTAÑO P.
Profesión:	DOCENTE
Lugar de trabajo:	UTA
Cargo que desempeña:	COORDINADOR UPE
Tiempo de experiencia desempeñado:	32 AÑOS
Lugar y fecha de validación:	AMBATO, 09 DE ABRIL DEL 2019

Firma:





UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA

Objetivo: Recopilar información para determinar la aplicación de los modelos de gestión de la calidad en el sector textil de la Provincia de Tungurahua.

Instrucciones:

- Marque con una "X" la respuesta que usted considere
- Escoja solo una opción por cada pregunta, sea honesto y responda con la verdad.

DATOS DE LA ENCUESTA

1. La empresa realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre las cuestiones externas:

Análisis PESTEL: Factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales.

Análisis FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

Matriz EFE: Matriz de Evaluación de Factores Externos

Matriz POAM: Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio

Matriz EFI: Matriz de Evaluación de Factores Internos

- Nunca _____
Casi nunca _____
Ocasionalmente _____
Casi siempre _____
Siempre _____

2. ¿La empresa tiene los procesos necesarios para el sistema de gestión de la calidad y su aplicación a través de la misma?

- Nunca _____
Casi nunca _____
Ocasionalmente _____
Casi siempre _____
Siempre _____

3. ¿Se cumplen regularmente los requerimientos del cliente, las obligaciones legales y administrativas?

- Nunca _____
Casi nunca _____
Ocasionalmente _____
Casi siempre _____
Siempre _____

4. ¿La empresa proporciona las herramientas y equipos necesarios para la producción?

- SI _____ NO _____

*por qué?
si o no?*

5. ¿La empresa proporciona a los clientes información relativa de sus productos y servicios?

- Nunca _____
- Casi nunca _____
- Ocasionalmente _____
- Casi siempre _____
- Siempre _____

6. La organización ha implementado un control de los procesos de acuerdo con sus indicadores de gestión de manera: *no coincide bien con los operarios*

- Muy Bueno _____
- Bueno _____
- Regular _____
- Malo _____
- Muy Malo _____

7. ¿La empresa acoge las consultas, contratos o pedidos de los clientes?

- Nunca _____
- Casi nunca _____
- Ocasionalmente _____
- Casi siempre _____
- Siempre _____

Teléfono:	_____
Fax:	_____
Email:	_____
Buzón de sugerencia:	_____
Otros:	_____

están 8. ¿La empresa se asegura de que los procesos, productos y servicios suministrados sean conforme a los requerimientos del cliente?

- Nunca _____
- Casi nunca _____
- Ocasionalmente _____
- Casi siempre _____
- Siempre _____

9. ¿La empresa se asegura de que los procesos suministrados externamente (proveedores, gestión de proveedores, identificar las necesidades y requisitos, seguimiento al desempeño, evaluación del desempeño, acciones a tomar, re-evaluación, información documentada) permanezcan dentro del control del sistema de gestión de calidad?

- Nunca _____
- Casi nunca _____
- Ocasionalmente _____
- Casi siempre _____
- Siempre _____

10. ¿La empresa utiliza los medios apropiados para identificar las salidas, y así asegurar la conformidad de los productos y/o servicios? (Descripción de Productos y/o servicios, Mecanismos de Identificación, Responsable de Aplicación, Tratamiento de Salida, y Responsable del Tratamiento de Salida)

- Nunca _____
- Casi nunca _____
- Ocasionalmente _____
- Casi siempre _____
- Siempre _____

11. ¿La empresa establece los requerimientos específicos para las acciones de contingencia?

SI _____ NO _____

12. ¿La empresa cumple con los requisitos legales y reglamentarios para los productos?

SI _____ NO _____

13. ¿La empresa implementa un proceso de diseño y desarrollo adecuado para la provisión de productos?

SI _____ NO _____

14. ¿La empresa verifica las salidas durante la producción y prestación de servicios para asegurar la conformidad del cliente?

SI _____ NO _____

15. ¿La empresa con que requisitos cumple para las actividades posteriores a la entrega de los productos y servicios?

Legales y reglamentarios _____

Las consecuencias potenciales no deseadas asociadas a sus productos y servicios _____

Los requisitos del cliente _____

La naturaleza, el uso y la vida útil prevista de sus productos y servicios _____

La retroalimentación del cliente _____

16. La percepción de la satisfacción del cliente con los productos elaborados es:

Satisfactorio _____

Poco Satisfactorio _____

Insatisfactorio _____

17. La empresa realiza el control de calidad de los procesos de manera:

Satisfactoria _____

Poco Satisfactoria _____

Insatisfactoria _____

18. ¿Usted cree que implementando un modelo de gestión de la calidad mejorará la competitividad en el sector textil?

SI _____ NO _____

¿Por qué?

.....
.....

Matriz de aspectos cualitativos del instrumento

Instrumento dirigido a las empresas del sector textil de la provincia de Tungurahua.

Apreciación Cualitativa

CRITERIOS	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Deficiente
Presentación del Instrumento	✓				
Claridad en la redacción de los ítems		✓			
Pertinencia de las variables con los indicadores		✓			
Relevancia del contenido		✓			
Factibilidad de aplicación		✓			

Observaciones:

Hacer las correcciones que se sugieren. Son pocas.

Validado por:	Diana Morales
Profesión:	Docente
Lugar de trabajo:	UTA
Cargo que desempeña:	Docente
Tiempo de experiencia desempeñado:	2 años
Lugar y fecha de validación:	04-04-19

Firma:

Anexo 6: Fotos de la realización de las encuestas





