



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**CARRERA DE INGENIERÍA FINANCIERA**

Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Ingeniera Financiera

**Tema:**

---

**“Relación entre la gestión de la calidad de los procesos de producción y la rentabilidad de la empresa Agroargentina Cía. Ltda., en el año 2014”.**

---

**Autora:** Estrella Chiluisa, Jessica Belén

**Tutor:** Eco. Ortiz Román, Hermel David

Ambato – Ecuador

2016

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

Yo, Eco. Hermel David Ortiz Román, con cédula de identidad No. 180352665-4, en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación sobre el tema: **“RELACIÓN ENTRE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA AGROARGENTINA CÍA. LTDA., EN EL AÑO 2014”**, desarrollado por Jéssica Belén Estrella Chiluisa, de la carrera de Ingeniería Financiera, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Octubre del 2016

### **EL TUTOR**



Eco. Hermel David Ortiz Román

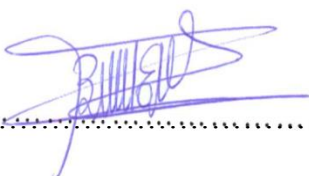
C.I. 180352665-4

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Jéssica Belén Estrella Chiluisa, con cédula de identidad No. 050386547-9, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el proyecto de investigación, bajo el tema **“RELACIÓN ENTRE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA AGROARGENTINA CÍA. LTDA., EN EL AÑO 2014”**, así como también los contenidos presentados, ideas, síntesis de datos; conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora del presente proyecto de investigación.

Ambato, Octubre del 2016

**AUTORA**



.....

Jéssica Belén Estrella Chiluisa

C.I. 050386547-9

## **CESIÓN DE DERECHOS**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este proyecto de investigación, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

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

Ambato, Octubre del 2016

**AUTORA**



**Jéssica Belén Estrella Chiluisa**

C.I. 050386547-9

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el proyecto de investigación, sobre el tema: **“RELACIÓN ENTRE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA AGROARGENTINA CÍA. LTDA., EN EL AÑO 2014”**, elaborado por Jéssica Belén Estrella Chiluisa, estudiante de la Carrera de Ingeniería Financiera, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad de Técnica de Ambato.

Ambato, Octubre del 2016

Eco. Mg. Diego Proaño

**PRÉSIDENTE**

Ing. Mg. Janet Urrutia

**MIEMBRO CALIFICADOR**

Éco. Mg. Elsy Álvarez

**MIEMBRO CALIFICADOR**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de titulación va dedicado en primer lugar a Dios por haberme dado la vida y junto a ella la sabiduría, el entendimiento y la capacidad para llevar a cabo el proyecto, por darme una hermosa familia que permanece unida guiándome por el camino correcto y siempre me han ayudado a tomar las mejores decisiones para mi vida; a mi hija Dancie que es un angelito en cielo y desde ahí me dado la fuerzas suficiente para seguir luchando cada día de mi vida; a mis padres Rafael y Carmen, quienes con su esfuerzo, apoyo y sacrificio contribuyeron para que sea posible la terminación de mis estudios universitarios.

Jéssica Belén Estrella C.

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar agradezco a mi querida y prestigiosa institución “Universidad Técnica de Ambato”, por darme la oportunidad de ser parte de ella, en especial a los docentes de la Facultad de Contabilidad y Auditoría por haber compartido sus conocimientos y experiencias durante mis años de formación profesional; al Econ. David Ortiz, por brindarme su apoyo, comprensión y paciencia con lo cual hizo posible la realización del presente trabajo de investigación; a mis padres por brindarme su apoyo incondicional durante mis estudios; finalmente a mi hermano que ha estado junto a mí en el transcurso de mi vida estudiantil, siendo un ejemplo a seguir y un pilar fundamental en esta etapa de mi vida.

Jéssica Belén Estrella C

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**  
**CARRERA INGENIERÍA FINANCIERA**

**TEMA:** “RELACIÓN ENTRE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA AGROARGENTINA CÍA. LTDA., EN EL AÑO 2014”.

**AUTOR:** Estrella Chiluisa, Jéssica Belén.

**TUTOR:** Eco. Ortiz Román, Hermel David.

**FECHA:** Octubre de 2016.

**RESUMEN EJECUTIVO**

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo estudiar la relación entre la gestión de la calidad de los procesos de producción y la rentabilidad de la empresa Agroargentina Cía. Ltda., por lo cual la problemática de investigación consiste en la baja calidad de la producción lo cual afecta a la rentabilidad de la empresa, debido a la ausencia de un sistema de gestión de calidad que actué como guía en las actividades de producción estableciendo pautas a seguir en cada uno de los procesos de producción, como se puede evidenciar mediante la utilización de los indicadores financieros en el año 2014 se produjo un rendimiento menor con relación a los otros años de estudio, ocasionando que la empresa enfrente problemas económicos por tener castigos por parte de su cliente, el castigo se denomina a la producción que no es pagada, es un momento crítico para la empresa debido a que pierde en su totalidad la producción ya que no se recupera ni siquiera los costos de producción esto sucede cuando la producción no cumple con los estándares de calidad establecidos por “Ecofroz” S.A, quien es el único cliente que absorbe la totalidad de la producción.

Luego de haber obtenido los resultados mediante la aplicación de encuestas realizadas al personal que colabora con la empresa se plantea como solución la implementación de un sistema de gestión de la calidad el cual ayude a mejorar la calidad de la producción estableciendo estándares a seguir y con ello mejorar la rentabilidad, puesto que será de gran utilidad en cada área de producción, permitiendo corregir los errores a tiempo es decir que el producto final salga a la venta con excelente calidad, con el fin de satisfacer al cliente.

**PALABRAS DESCRIPTORAS:** GESTIÓN DE CALIDAD, CLIENTE, RENTABILIDAD, INDICADORES FINANCIEROS, PROCESOS DE PRODUCCIÓN.



**TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO  
FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDITING  
CAREER FINANCIAL ENGINEERING**

**TOPIC:** "RELATIONSHIP BETWEEN QUALITY MANAGEMENT OF PRODUCTION PROCESSES AND THE PROFITABILITY OF THE COMPANY AGROARGENTINA CIA. LTDA., IN 2014".

**AUTHOR:** Estrella Chiluisa, Jessica Belén.

**TUTOR:** Eco. Román Ortiz, Hermel David.

**DATE:** October, 2016.

**ABSTRACT**

This research project aims to study the relationship between quality management of production processes and the profitability of the company Agroargentina Cia. Ltda., So the research problem is the low quality of production which affects the profitability of the company, due to the absence of a system of quality management that acted as a guide in production activities by establishing guidelines to follow in each of the production processes, as can be evidenced by the use of financial indicators in 2014 there was a lower yield compared to the other years of study, causing the company facing economic problems have punishments by his client, the punishment is called production that is not paid, it is a critical time for the company because it loses the entire production because it does not recover even production costs this happens when production does not meet the quality standards set by "Ecofroz" SA, who is the only customer that absorbs the entire production.

After obtaining the results by applying staff surveys collaborating with the company poses as a solution to implement a quality management system which helps improve production quality by setting standards to follow and thus improve profitability, since it will be useful in every area of production, allowing correct errors in time is the final product goes on sale with excellent quality, in order to satisfy the customer.

**KEYWORDS:** QUALITY MANAGEMENT, CUSTOMER, PROFITABILITY, FINANCIAL INDICATORS, PROCESS OF PRODUCTION.

## ÍNDICE GENERAL

<b>CONTENIDO</b>	<b>PÁGINA</b>
<b>PÁGINAS PRELIMINARES</b>	
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
APROBACION DEL TRIBUNAL DE GRADO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	viii
ABSTRACT.....	ix
ÍNDICE GENERAL .....	x
ÍNDICE DE TABLAS .....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xiv

INTRODUCCIÓN .....	1
--------------------	---

### CAPÍTULO I

1. Análisis y descripción del problema de investigación.....	3
a. Descripción y formulación del problema.....	3
Formulación del problema .....	7
b. Justificación.....	7
c. Objetivos.....	8
Objetivo General .....	8
Objetivos Específicos.....	8

### CAPÍTULO II

2. Marco teórico.....	9
a. Antecedentes investigativos.....	9
b. Fundamentación científico-técnica.....	14

c.	Hipótesis.....	49
----	----------------	----

### **CAPÍTULO III**

3.	Metodología.....	50
a.	Modalidad, enfoque, nivel de investigación.....	50
	Modalidad básica de la investigación.....	50
	Investigación de bibliográfica - documental.....	50
	Investigación de campo.....	50
	Enfoque.....	51
	Nivel de la investigación.....	52
b.	Población, muestra, unidad de investigación.....	54
	Población.....	54
	Muestra.....	54
c.	Operacionalización de variables.....	55
	Variable independiente gestión de calidad.....	55
	Variable dependiente rentabilidad.....	56
d.	Descripción detallada del tratamiento de la información de fuentes primarias y secundarias.....	57

### **CAPÍTULO IV**

4.	Resultados.....	59
a.	Principales resultados.....	59
	Mapa de procesos.....	61
	Gestión de la calidad.....	62
	Rentabilidad.....	76
	Rentabilidad económica.....	76
	Rentabilidad financiera.....	83
	Verificación de hipótesis.....	88
b.	Conclusiones.....	91
c.	Recomendaciones.....	92
	Propuesta de solución.....	93
	Referencias Bibliográficas.....	98
	Anexos.....	103

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>CONTENIDO</b>	<b>PÁGINA</b>
<b>Tabla N° 1.</b> Evolución y características de la calidad .....	11
<b>Tabla N° 2.</b> Evolución del análisis financiero y la rentabilidad. ....	13
<b>Tabla N° 3.</b> Principales indicadores de rentabilidad .....	14
<b>Tabla N° 4.</b> Componentes de la rentabilidad del activo .....	42
<b>Tabla N° 5.</b> Componentes de la rentabilidad del activo naviera de Monterrey.....	43
<b>Tabla N° 6.</b> Estrategia de rentabilidad con relación al producto.....	49
<b>Tabla N° 7.</b> Unidades de Observación .....	54
<b>Tabla N° 8.</b> Variable independiente .....	55
<b>Tabla N° 9.</b> Variable dependiente .....	56
<b>Tabla N° 10.</b> Pregunta # 1 Satisfacción del cliente .....	62
<b>Tabla N° 11.</b> Pregunta # 2 Trabajo en metas y objetivos.....	63
<b>Tabla N° 12.</b> Pregunta # 3 Capacitación al personal.....	64
<b>Tabla N° 13.</b> Pregunta # 4 Manual de procesos documentado.....	65
<b>Tabla N° 14.</b> Pregunta # 5 Castigos del cliente.....	66
<b>Tabla N° 15.</b> Pregunta # 6 Factores perdida de la producción.....	67
<b>Tabla N° 16.</b> Pregunta # 7 Defectos del Producto .....	68
<b>Tabla N° 17.</b> Pregunta # 8 Estándares de Calidad .....	69
<b>Tabla N° 18.</b> Pregunta # 9 Análisis de proveedores.....	70
<b>Tabla N° 19.</b> Pregunta # 10 Estructura Organizacional .....	71
<b>Tabla N° 20.</b> Pregunta # 11 Equipos y Maquinaria .....	72
<b>Tabla N° 21.</b> Pregunta # 12 Materia Prima.....	73
<b>Tabla N° 22.</b> Pregunta # 13 Recursos en la gestión de la calidad .....	74
<b>Tabla N° 23.</b> Pregunta # 14 Implementación de un sistema de gestión de la calidad.....	75
<b>Tabla N° 24.</b> Análisis de la información para la triangulación hermenéutica.....	89
<b>Tabla N° 25.</b> Recursos materiales .....	94
<b>Tabla N° 26.</b> Recursos humanos .....	94
<b>Tabla N° 27.</b> Modelo operativo.....	97

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
<b>Gráfico N° 1.</b> Mejora Continua del sistema de gestión de la Calidad.....	19
<b>Gráfico N° 2.</b> Componentes de la Estructura Organizacional.....	23
<b>Gráfico N° 3.</b> La nueva familia de las normas ISO 9000.....	32
<b>Gráfico N° 4.</b> Proceso de producción del Brócoli.....	61
<b>Gráfico N° 5.</b> Satisfacción del cliente.....	62
<b>Gráfico N° 6.</b> Trabajo para cumplir metas y objetivos.....	63
<b>Gráfico N° 7.</b> Capacitación del personal.....	64
<b>Gráfico N° 8.</b> Manual de procesos documentado.....	65
<b>Gráfico N° 9.</b> Castigos del cliente.....	66
<b>Gráfico N° 10.</b> Factores que provocan la pérdida de producción.....	67
<b>Gráfico N° 11.</b> Defectos del producto.....	68
<b>Gráfico N° 12.</b> Estándares de calidad.....	69
<b>Gráfico N° 13.</b> Análisis a los proveedores.....	70
<b>Gráfico N° 14.</b> Estructura Organizacional.....	71
<b>Gráfico N° 15.</b> Equipos y Maquinaria.....	72
<b>Gráfico N° 16.</b> Materia Prima.....	73
<b>Gráfico N° 17.</b> Recursos en la Gestión de la Calidad.....	74
<b>Gráfico N° 18.</b> Implementación Sistema de Gestión de la Calidad.....	75
<b>Gráfico N° 19.</b> Rendimiento del Activo Total.....	78
<b>Gráfico N° 20.</b> Margen de Utilidad Bruta.....	80
<b>Gráfico N° 21.</b> Margen de Utilidad Neta.....	82
<b>Gráfico N° 22.</b> Rendimiento del Patrimonio.....	85
<b>Gráfico N° 23.</b> Rendimiento del Capital.....	87
<b>Gráfico N° 24.</b> Triangulación hermenéutica de las variables.....	90

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>CONTENIDO</b>	<b>PÁGINA</b>
<b>Anexo N° 1.</b> Encuestas .....	103
<b>Anexo N° 2.</b> Balance general.....	108
<b>Anexo N° 3.</b> Estados financieros .....	112
<b>Anexo N° 4.</b> Ley Orgánica del Consumidor .....	116

## INTRODUCCIÓN

Desde los principios el hombre en la tierra siempre se ha buscado satisfacer diferentes necesidades que le permitan sobrevivir las cuales se cubrían con los recursos existentes, pero con el pasar del tiempo el ser humano (cliente) ha ido perfeccionando sus necesidades, es decir ya no se podía satisfacer sus requerimientos fácilmente, lo cual provocó que los proveedores, empresarios, negociantes, etc., buscarán la manera de responder a las necesidades cumpliendo con lo requerido.

En la actualidad los clientes son muy exigentes al momento de complacer sus necesidades; siempre exigen calidad en los productos o servicios que adquieren, lo cual obliga a los proveedores a trabajar siempre enfocados en mejorar la calidad de la producción y con ello satisfacer a los clientes, quienes al adquirir la producción representan los ingresos para las empresas, sin clientes no existirían empresas.

Por lo tanto tener productos de calidad y satisfacer a los clientes puede ayudar a que las ventas crezcan y con ello a que las organizaciones sean rentables, por tal motivo se realizará un estudio relacionado entre la gestión de la calidad y la rentabilidad el cual se detalla a continuación.

La realización del presente trabajo de investigación que tiene como tema: “Relación entre la gestión de la calidad de los procesos de producción y la rentabilidad de la empresa Agro Argentina Cía. Ltda.”, la importancia radica en mejorar la calidad de la producción mediante la implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad, lo cual beneficiará a la empresa en diferentes aspectos entre los cuales podemos mencionar la satisfacción del cliente, productos con calidad y aumentar su rentabilidad.

El trabajo de investigación está estructurado por capítulos de la siguiente manera:

**Capítulo I**, dentro del cual se realiza el análisis y descripción del problema de investigación: la formulación del problema, la justificación y los objetivos tanto objetivo general, como objetivos específicos.

**Capítulo II**, el cual contiene el marco teórico: los antecedentes investigativos; es decir los estudios que se realizaron anteriormente relacionados al tema de

investigación, la fundamentación científico-técnica se refiere a la teoría existente de las variables que son objeto de estudio y la hipótesis la cual se plantea con relación al tema de investigación.

**Capítulo III**, en el cual está la metodología: aquí se detalla la modalidad, el enfoque y el nivel de investigación también se determina la población o muestra y la unidad de investigación, de igual manera se realiza la operacionalización de variables tanto independiente y dependiente, así mismo se describe de forma detallada el tratamiento de la información de fuentes primarias y secundarias.

**Capítulo IV**, está conformado por los resultados: en esta parte se establecen los principales resultados de la investigación, se plantea conclusiones, recomendaciones y la propuesta de solución al problema objeto de estudio.



## **CAPÍTULO I**

### **1. ANÁLISIS Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.**

#### **a. DESCRIPCIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.**

Uno de los retos más ambiciosos del gobierno de la revolución ciudadana, que es liderado por el presidente Rafael Correa, es la transformación de la matriz productiva con el fin de permitir que el país pueda cambiar el modelo actual de generación de riqueza, de ser concentrador y excluyente a ser democrático, incluyente fundamentado en el conocimiento y capacidades de todos los ecuatorianos.

El gobierno ecuatoriano en los últimos años se ha enfocado en dar a conocer el proyecto de cambio de la matriz productiva, el cual es uno de los objetivos del plan nacional del buen vivir, el mismo que tiene como una de las políticas y lineamientos: fortalecer el marco institucional y regulatorio que permita una gestión de calidad en los procesos productivos y garantice los derechos de los consumidores y productores. (Secretaria Nacional de Planificación, 2013).

Al cambiar la matriz productiva lo que se pretende es tener un país más competitivo a nivel mundial que se encuentre en condiciones iguales a los demás países a quienes proveemos materias, los mismos que las utilizan para crear productos con valor agregado que después nos venden a nosotros los ecuatorianos, pudiendo ser nosotros quienes podemos hacer todo el proceso de transformación de las materias primas, con ello dejar de ser un país exportador solo de materias primas para ser un país exportador de productos terminados con un alto nivel de calidad en los productos, como lo menciona:

(Corporación Ecuatoriana de la Calidad, 2014). Con el fin de que el país se más competitivo, gane posicionamiento en el mercado internacional con productos de alta calidad, lo cual conlleva a tener más ingresos económicos que beneficien a todos los

ecuatorianos, tanto empresarios que les permita incrementar sus utilidades y a trabajadores a mejorar sus salarios.

Existe una variedad de productos que Ecuador exporta a diferentes país en el mundo uno de ellos es el brócoli el cual tiene una gran participación dentro de los productos no tradicionales del país.

Dentro de los productos no tradicionales que Ecuador exporta a diferentes países es el brócoli, el cual es una hortaliza muy apetecida en mercados internacionales. (Secretaria Nacional de Planificacion, 2013)

Ecuador inicia la producción del brócoli desde los noventa, con una producción no superior a las 37 toneladas las cuales eran para exportación a diferentes lugares del mundo, con el aumento de la demanda de esta hortaliza a nivel mundial teniendo un desarrollo sostenible en este sector como lo dice:

(Montaya, Orellana, Pinto Mena , & Carvajal, 2014). La producción del brócoli en el Ecuador inicia desde la década de los noventa con una producción mínima para la exportación que no superaba las 37 toneladas de este cultivo, con el pasar de los años el sector ha tenido un crecimiento sostenible y constante, esto se debe al incremento de la demanda del producto por varios países a nivel mundial, con el desarrollo comercial y tecnológico que los productores han tendido se ha logrado posesionar la calidad de la producción ecuatoriana en mercados extranjeros.

Al aumentar la demanda del brócoli a nivel mundial ha provocado que los productores se comprometan a trabajar por cultivar productos con calidad a fin de cumplir con los requisitos de los mercados internacionales.

Las exigencias y tendencias del mercado mundial obligan a los productores de brócoli a trabajar arduamente en mejorar la calidad de la producción, y cumplir con los estándares de calidad internacionales, con el fin de satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores y con ello aumentar su competitividad, mediante la implementación de planes, programas y técnicas que permitan perfeccionar los procesos de producción. (Montaya, Orellana, Pinto Mena , & Carvajal, 2014). La exportación de brócoli desde Ecuador se lo realiza a diferentes lugares del mundo, la

ventaja que tiene el país es que puede producir durante todo el año, lo cual asegura a tener un lugar en las perchas de los supermercados internacionales.

Los principales destinos de exportación de brócoli son: Estados Unidos, La Unión Europea y Japón, siendo el brócoli el producto estrella dentro los no tradicionales ecuatorianos. Dentro de los principales competidores en el mercado Estadounidense esta: México, Guatemala y Colombia. Ecuador es un productor competitivo debido a que somos el único país que puede cultivar brócoli durante todo el año, lo que genera estabilidad en la calidad de la producción y en la cantidad. (Ministerio, de Comercio Exterior, 2014)

En Europa los principales productores de brócoli son: España y Polonia los cuales destinan la mayor parte de su producción al mercado del brócoli fresco; lo que ocasiona que la producción no cubra la demanda del brócoli congelado, por tal motivo este segmento del mercado es muy atractivo para las exportadoras ecuatorianas. Lo que provoca que Ecuador destine la mayoría de su producción a la exportación de forma congelada. (Ministerio, de Comercio Exterior, 2014)

La producción de brócoli en el Ecuador se lo realiza principalmente en tres provincias de la sierra ecuatoriana: Pichincha, Imbabura y Cotopaxi.

El 68% de la producción total de brócoli en el país, es cultivado en la provincia de Cotopaxi, un 16% en la provincia de Pichincha, el 10% en la provincia de Imbabura y el porcentaje restante en la otras provincias del país. (Ministerio de Agricultura, 2014).

Cotopaxi tiene alrededor de 2.500 hectáreas de producción de brócoli, lo cual refleja que el sector productor de esta hortaliza va cada vez va siendo más grande, para lo cual necesita sobresalir con producción de calidad como lo menciona:

(Ministerio, de Comercio Exterior, 2014). En la provincia de Cotopaxi, existen varias empresas dedicadas a la producción y comercialización de brócoli, debido a los estándares de calidad exigidos por los mercados internacionales, las organizaciones deben contar con un sistema de gestión de calidad en los procesos de

producción; lo cual beneficia económicamente a las organizaciones y al crecimiento del sector productivo de brócoli ante otros sectores.

Lo que beneficia a nuestro país para cultivar brócoli es que lo cultivamos a una altura entre los 2.600 y 3.300 metros sobre el nivel del mar.

Por las condiciones climáticas que posee nuestro país, en especial la región sierra; hace que el producto tenga características únicas por su color verde y de mayor compactación, diferente a la producción de otros países que son de color amarillentos y rojizos. (Montaya, Orellana, Pinto Mena , & Carvajal, 2014)

En el año 2014 existió un incremento de la demanda del brócoli con relación al año 2013, así lo menciona:

(Ministerio de Agricultura, 2014). La producción nacional del año 2014 fue de 113.069 toneladas los principales compradores fueron Japón y Estados Unidos. La producción nacional se incrementó de forma considerable en un 59.59% en relación al año 2013 en el cual la producción fue de 70 800 toneladas. Esto se dio por el incremento de la demanda del brócoli por los países de Rusia y Chile.

Una de las empresas Cotopaxenses que se dedican a la producción y comercialización de brócoli tenemos a la empresa “Agroargentina” Cía. Ltda., con más de 14 años dedicada a esta actividad que cuenta con 18 hectáreas cultivables, que se encuentra ubicada en la ciudad de Salcedo Km1 Vía a Cusubamba.

En la empresa “Agroargentina” Cía. Ltda. Se ha logrado evidenciar que existe un inadecuado control de la calidad en la producción; lo cual está afectado al rendimiento económico de la organización, la empresa está desperdiciando sus recursos y su producción al momento de recibir el denominado “Castigo” por su cliente ECOFROZ S.A, dicho castigo es provocado por enviar la producción en malas condiciones por ejemplo: producto quemado, tamaño de corte diferente y producción infectada con insectos o plagas. El castigo consiste en no pagar los kilogramos que están en condiciones diferentes a las requeridas y sin devolución del producto en mal estado, “ECOFROZ S.A” se queda con la producción este en buenas o malas condiciones.

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo incide la gestión de la calidad de los procesos de producción en la rentabilidad de la empresa Agroargentina Cía. Ltda.?

### **b. JUSTIFICACIÓN.**

Desde los inicios de la década de los ochenta hasta la actualidad existe una variedad de investigaciones realizadas acerca de la gestión de la calidad y su importancia en las empresas, las mismas que se han realizado haciendo relación con diferentes factores inmersos en una organización, uno de ellos es la rentabilidad.

Un estudio realizado en la Universidad de Alicante en San Vicente, España se enfocó en explicar las diferencias en los resultados empresariales, identificando diferentes teorías y factores que son determinantes en los resultados y la medida en la que afectan a los mismos, llegando a un consenso que garantizar una calidad superior en un producto puede conducir a obtener unos resultados económicos superiores. (Sellers & Nicolau, 2001).

Todas las empresas deben comprender la importancia de tener una adecuada gestión de la calidad sea en los productos o servicios.

La investigación realizada por catedráticos de varias universidades de Colombia se direccionó a analizar la incidencia de los sistemas de gestión de calidad en el mejoramiento de los indicadores financieros, con el fin de demostrar que la gestión de la calidad es un factor muy importante dentro de los resultados económicos de las empresas. (Herrera, Vergara Schmalbach, & De la Hoz, 2011).

El impacto que genera la gestión de la calidad en las empresas es importante porque ayuda a mejorar sus ventas, su imagen y la competitividad como lo menciona:

(Herrera, Vergara Schmalbach, & De la Hoz, 2011). Analizar el impacto de los sistemas de gestión de calidad en los ingresos y crecimiento de las empresas es

importante para adoptar y mejorar estándares o hacer ajustes en los sistemas organizacionales de manera que reflejen eficiencia, eficacia y calidad.

Existe una relación directa entre la calidad y los ingresos, puesto que los clientes buscan obtener productos y servicios de buena calidad, al sentirse satisfechos serán fieles al proveedor como lo menciona:

(Sellers & Nicolau, 2001): Una relación positiva entre la calidad e ingresos. Las causas que explican esta relación son: una mayor lealtad y fidelidad del cliente y la probabilidad de vender los productos a unos precios más elevados y con ello aumentar sus ventas.

La mejora de la calidad provoca un incremento de la cuota de mercado, lo que ocasiona que mejore la rentabilidad en una empresa. (Sellers & Nicolau, 2001).

Sin embargo es necesario recalcar que las empresas tiene la obligación de estar en constante innovación, ya que los clientes cada día son más exigentes al momento de satisfacer sus necesidades y expectativas. Por tal motivo se justifica la realización del presente trabajo de investigación.

### **c. OBJETIVOS**

#### **OBJETIVO GENERAL**

Estudiar la relación entre la gestión de calidad de los procesos de producción y la rentabilidad de la empresa “Agroargentina” Cía. Ltda., en el año 2014.

#### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Identificar las actividades que se realizan para controlar la calidad de la producción, con la finalidad de mejorarlas.
- Evaluar la rentabilidad de la empresa, utilizando indicadores, para conocer los resultados que genera la organización.
- Proponer una alternativa de solución que permita mejorar la calidad de la producción en la empresa “Agroargentina” Cía. Ltda.

## **CAPITULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO.**

#### **a. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.**

La calidad aparece desde la existencia del hombre sobre la tierra, es decir desde los principios de la especie humana.

El hombre siempre ha buscado satisfacer sus necesidades básicas de sobrevivencia como: la alimentación, armas para defenderse y abrigo para protegerse del frío. (Aldana de la Vega, y otros, 2013)

Al pasar de los años el hombre ha ido perfeccionando la calidad de sus respuestas a sus necesidades, para lo cual ha ido utilizando de mejor manera los recursos que se le han presentado durante la evolución humana.

Con el pasar del tiempo el ser humano ha mejorado la calidad de respuesta a sus necesidades, para lo cual fue apropiándose de prácticas encaminadas al mejoramiento continuo de sus armas, de sus métodos de cultivo, desarrollando su propia tecnología en la edad de la piedra, edad del metal, y otros desarrollos hasta llegar a la edad media. (Aldana de la Vega, y otros, 2013)

Desde los inicios del XIX parece la necesidad de que los productos tengan calidad, que ya no sea solo cantidad, que no se produzca por producir sin sentido sin orientarse primero a las necesidades que los clientes requieren ser satisfechas como lo dice:

(Aldana de la Vega, y otros, 2013). A finales del siglo XVIII y comienzos del siglo XIX comienza la revolución industrial en su primera etapa, la cual impulsa la iniciativa aplicada a la producción, es decir se multiplica la cantidad y la calidad de los productos, a segunda etapa de la revolución industrial se da a comienzos del siglo XX caracterizada por el desarrollo de la industria química, la electricidad, el petróleo y el acero.

Del mismo modo nace la teoría de la calidad, diferentes autores han definido a la calidad desde la perspectiva de cada uno de ellos, pero siempre enfocándose al cliente, ya que la calidad esta relaciona con satisfacer las necesidades y expectativas del cliente.

En la tabla N° 1 se explica por diferentes autores la evolución y características de la calidad, en la cual se establece diferentes criterios de los gurús de la calidad desde sus inicios.

<b>AUTOR</b>	<b>AÑO</b>	<b>CRITERIO/CARACTERISTICAS</b>
Philip Crosby	1926- 2001	Calidad como cumplimiento de requisitos; el sistema de calidad es prevención, el estándar de realización es cero defectos, y la medida de la calidad es el precio del incumplimiento.
Masaaki Imai	1930	Enfoque de mejoramiento continuo, en el gerenciamiento de la rutina en el día a día.
Walter Shewart	1891- 1967	Desarrollo el Ciclo: planeación, ejecución, control y dirección, conocido como el caracol de Shewart.
Kauro Ishikawa	1915- 1989	Desarrollar, diseñar, elaborar y mantener un producto de calidad, que sea el más económico, el más útil y siempre satisfactorio para el consumidor.
Armand Feigenbaum	1922	La calidad significa lo mejor para ciertas condiciones del cliente: uso actual y venta del producto.
Edward Deming	1990- 1993	Adecuar la organización para el cumplimiento de metas.
John S. Oakland	1991	Marco filosófico y cultural en la organización que tiene por centro al hombre para la gestión.
Joseph Juran	1904- 2008	Adecuación para el uso, desglosado en cuatro elementos, calidad de diseño, calidad de conformidad, Disponibilidad y Servicio post Venta.
Vicente Falconi	1940	Gerenciamiento de la rutina, con el hombre como centro del proceso para obtener un cambio cultural.



Genichi Taguchi	1924-2012	Calidad es entender y visualizar el proceso y reducir la variabilidad en el mismo.
Shigeru Mizuno	1992	Calidad es reducir efectos dentro de las actividades de producción, contemplando el concepto más importante, el cual es reconocer que los mismo se origina en el proceso y que las inspecciones solo pueden descubrir esos defectos.
James Harrington	1993	Asume la calidad desde la perspectiva de los clientes, quiénes son la vida de todo negocio. Afirma que si no hay clientes, por ello la empresa debe enfocarse en sus necesidades y tener artículos de calidad para lograr mayores márgenes de utilidad.
David Garvín	1954	Es una simple y no analizable propiedad, que aprendemos a reconocer solo a través de la experiencia, es algo que no se toca, y difiere con el tiempo en relación con una misma cosa.

- En la posguerra, comprendida en la década de 1950 y 1960, los productos de Estados Unidos se consideraban de gran calidad a pesar de sus defectos que pudieran presentar, mientras que los de Japón eran pésimos de muy baja calidad. Durante la década de 1950 se dio un auge hacer las cosas muy bien, en especial en los países involucrados en la guerra, los cuales hoy representan las potencias del mundo.

**Tabla N° 1.** Evolución y características de la calidad

**Fuente:** Aldana, et al, 2013

**Elaborado por:** Estrella, Jessica (2016)

En la década de 1970, Motorola comprendió la importancia de la calidad por la vía difícil, siendo desplazado consistentemente en un mercado muy competitivo, cuando una empresa japonesa se apropió de una fábrica de Motorola, produciendo aparatos de televisión con una vigésima parte de los defectos que tenían con la administración anterior. Bob Galvin condujo a la empresa por la ruta de la calidad, convirtiéndose en un icono de negocios.

La gestión de la calidad es muy importante dentro de cualquier empresa ya que tiene una relación directa con las ventas, si las empresas disponen de productos y servicios de calidad sus ventas serán muy buenas, dándose a reflejar en el estado de resultados, el mismo que nos muestra si la empresa tiene utilidades es rentable o no, si está haciendo bien las cosas, si está haciendo buen uso de los recursos que dispone, al tener calidad en la productos nos aseguramos de tener un cliente satisfecho, puesto que en la actualidad los clientes buscan tener calidad en los productos que adquieren y cada vez son más exigentes.

El realizar un análisis de la rentabilidad de una empresa es indispensable para conocer cuál es el estado en el que se encuentra la empresa, realizar un análisis con cifras reales que permitan conocer el estado económico actual de la empresa el cual permita saber si la empresa va por buen camino o esta de tomar acciones correctivas para mejorar lo que esta incorrecto.

La rentabilidad forma parte de los principales entornos de evaluación financiera, que se realiza en el análisis financiero de cualquier organización empresarial; a través del análisis financiero se puede determinar los niveles de rentabilidad de un negocio ya que permite evaluar la eficiencia de una empresa en la utilización de los activos, el nivel de ventas y la conveniencia de efectuar inversiones, mediante la aplicación de indicadores financieros que muestran los efectos de gestionar en forma efectiva y eficiente los recursos disponibles. (Nava Rosillón, 2009)

En la siguiente tabla de detalla las etapa que ha tenido el análisis financiero y con ello la aparición de la evaluación de la rentabilidad.

<b>Etapa</b>	<b>Evaluación / Contribución</b>
Primera Etapa	Desde los principios empresariales el problema que siempre ha existido en las empresas en la obtención de recursos y la manera de poder manejar los recursos disponibles, por tal motivo constituyeron instrumentos de análisis como: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los índices de la estructura financiera.</li> <li>• Las tasas de rentabilidad, que indican el porcentaje de utilidades sobre el capital o sobre las ventas, la</li> </ul>

utilidad por acción, etc.	
Segunda Etapa	Esta etapa se desarrolló a inicios de 1930, con considerables progresos al independizarse la contabilidad como una profesión, lo cual benefició a que la información sea más precisa, para el uso interno y externo, con lo cual ayuda al avance notorio del análisis de los estados financieros con el uso de diferentes indicadores.
Tercera Etapa	Esta etapa comprende entre 1935 hasta fines de 1940, con el desarrollo de las fuentes básicas que hasta ese momento ayudaban el análisis financiero, en este periodo, la información histórica y las herramientas que fueron creadas inicialmente, comenzaron a utilizarse con mayor frecuencia en las proyecciones y pronósticos económicos.
Cuarta Etapa	Se desarrolla en la década de los 50 y los primeros años de la década de los 60, se puede considerar como una etapa expansiva debido a que hubo nuevos avances en el análisis financiero.
Quinta Etapa	Esta etapa es la actualmente vivimos. Aquí el analista cuenta con muchas herramientas y modelos, lo cual permite al analista afrontar cuantitativamente y cada vez con mayor precisión una creciente variedad de problemas económicos que existen o pueden presentarse a futuro.

**Tabla Nº 2.** Evolución del análisis financiero y la rentabilidad.

**Fuente:** (Reynaga, 2006)

**Elaborado por:** Estrella, Jessica (2016)

El aplicar indicadores de rentabilidad nos refleja la proporción del beneficio que tiene la empresa con un activo, ventas e inversión, es la consecuencia de las decisiones y acciones que se realizan a diario en la empresa.

La rentabilidad es el resultado de las acciones gerenciales, decisiones financieras y las políticas implementadas en la organización, fundamentalmente refleja la proporción de la utilidad o beneficio que un activo aporta en la utilización en el proceso productivo, en un periodo de tiempo determinado, es decir es un valor

porcentual que mide la eficiencia de las operaciones e inversiones que se realizan en las empresas. (Reynaga, 2006)

Entre los principales indicadores de rentabilidad que más se utilizan en el ámbito empresarial tenemos los siguientes: rentabilidad sobre ventas, rentabilidad sobre activos y rentabilidad sobre capital que se explican a continuación en la tabla N° 3.

<b>Indicador</b>	<b>Formula</b>	<b>Concepto</b>
Rentabilidad sobre ventas	Utilidad neta después de impuestos / Ventas Totales	Indica la utilidad que la empresa tiene con relación a sus ventas.
Rentabilidad sobre activos	Utilidad neta después de impuestos/Activos Totales	Enfocado en medir la efectividad de los activos utilizados para la producción.
Rentabilidad sobre capital	Utilidad neta después de impuestos/Capital contable	Muestra las ganancias generadas por el capital aportado.

**Tabla N° 3.** Principales indicadores de rentabilidad

**Fuente:** (Nava Rosillón, 2009)

**Elaborado por:** Estrella, Jessica (2016)

## **b. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO-TÉCNICA.**

### **Variable Independiente**

#### **Gestión de la calidad.**

Como lo dice (Camisón, Boronat, Villar, & Puig, 2009):“La gestión de la calidad se ocupa de coordinar, dirigir y controlar las actividades de la organización partiendo desde un enfoque en el que debe prevalecer una cultura y una orientación hacia la calidad y la mejora continua”. (Pág. 1)

(Durán, Miguel , 1992): “La gestión de calidad está relacionado con dos factores importantes el primero el factor humano que afecta el comportamiento de los trabajadores y el segundo los sistemas de calidad, parte de lo más formal y técnica de está con su implementación.” (Pág. 33).

La gestión de calidad es un conjunto de normas de una empresa para administrar de una manera ordenada la calidad de la producción, buscando la satisfacción de los clientes con productos o servicios de calidad que satisfagan las expectativas de los consumidores.

Los principios que se van a detallar a continuación fueron extraídos de la ISO 9000:2005 fundamentos y vocabulario de sistemas de gestión la calidad.

### **Principios de gestión de la Calidad.**

(López, Susana, 2006):

Para conducir y operar una organización de forma exitosa se requiere que esta se dirija y controle de forma sistemática y transparente. Se puede lograr el éxito implementando y manteniendo un sistema de gestión que este diseñado para mejorar continuamente el desempeño mediante la consideración de todas las partes interesadas. (Pág. 36)

Una organización debe estar controlada de forma sintética y transparente para obtener lo que se quiere o se desea es decir cumplir con los objetivos que tengan establecidos la organización.

Se van analizar los ocho principios de la gestión de la calidad, los mismos que están orientados a mejorar el desempeño dentro de las organizaciones como lo menciona (López, Susana, 2006): “Se han identificado ocho principios de la gestión de la calidad que pueden ser utilizados por la alta dirección, con el fin de conducir a la organización hacia una mejora continua del desempeño” (Pág. 36).

Conocer de qué se tratan los principios de la gestión de la calidad es importante para los directivos de las organizaciones ya que cada uno de ellos es esencial en las empresas que disponen de un sistema de gestión de la calidad. Los cuales detallamos a continuación:

#### **a. Enfoque del cliente.**

Los clientes son las personas o empresas que compran los bienes o servicios que se producen, por lo tanto es esencial darle la importancia que ellos requieren, ya que el cliente es primero. “Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deberían comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer los

requisitos de los clientes y esforzarse en exceder las expectativas de los clientes”. (Montaño, José , 2016)

Como nos explica el autor debemos entender que los clientes son primordiales para las empresas ya que sin clientes no existirían empresas, no hubiera a quien atender, por lo tanto al cliente hay que darle el trato que se merece siempre enfocados en buscar la satisfacción del mismo, así lo menciona (Gutierrez, Humberto, 2010):

Las organizaciones se deben a sus clientes por lo que son el primer elemento en el que se debe basar su gestión. No hacerlo así y perder la brújula de sus necesidades conduce casi seguramente a que estos se alejen de la empresa y con ello su prestigio y viabilidad se pongan en serios cuestionamientos. (Pág.62)

Los beneficios de enfocarse en el cliente las empresas son los siguientes: incrementan sus ingresos, es reconocida en el mercado y tiene una óptima utilización de los recursos y da satisfacción a los clientes quienes adquieren la producción.

El autor (Montaño, José , 2016) menciona algunos de los beneficios:

- Aumento de los ingresos y de la cuota de mercado a través de una respuesta rápida y flexible a las oportunidades del mercado.
- Aumento en la eficiencia en el uso de los recursos de una organización tomando como meta aumentar la satisfacción del cliente.
- Mejora de la fidelidad del cliente, lo cual conduce a la continuidad en los negocios. (S/P)

#### **b. Liderazgo.**

Así lo menciona (Montaño, José , 2016): “Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización”. (S/P)

Es imprescindible el nombramiento de un líder que sea una persona responsable, honesta que cumpla con los valores éticos y profesionales, el cual pueda guiar a los demás indicando el camino o las actividades que se deben realizar para que la organización prospere.

Como lo menciona (Gutierrez, Humberto, 2010): “El liderazgo en una organización es la capacidad de conseguir resultados sostenibles a lo largo del tiempo, entonces los líderes deben definir la unidad de propósito y la orientación (rumbo) de la empresa de forma tal que posibilite su éxito”. (Pág.63).

En las empresas debe existir una persona que lidera a los demás integrantes del grupo, tiene que estar involucrada con las metas y objetivos que la organización desea alcanzar para que su trabajo se enfoque en ello y pueda guiar a los demás para cumplir con lo establecido.

Los beneficios de nombrar un líder dentro de la organización son tener una persona que comunique lo que la empresa quiere lograr, y así mismo indique el desempeño de cada trabajador, para que exista comunicación en toda la empresa, como lo menciona (Summers, Donna, 2006): “El personal entenderá y estar motivado hacia los objetivos y metas de la organización, las actividades se evalúan, alinean e implementan de una manera integrada finalmente una buena comunicación entre los niveles de la organización”. (Pág. 25)

### **c. Participación del personal.**

Como lo dice (López, Susana, 2006): “El personal, con independencia de la organización en la que se encuentre, es a todos los niveles la esencia de la misma y su total implicación posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de dicha organización”. (Pag.38)

Es importante que los trabajadores de la empresa se involucren activamente con todo lo referente a la organización y se comprometan a dar lo mejor de cada uno, con el fin de que la empresa progrese con ella también el personal, (Gutierrez, Humberto, 2010) menciona lo siguiente:

Este principio reconoce la importancia de buscar que las personas se comprometan con los proyectos de la empresa. Es evidente que esto será posible en la medida en la que la gente, desde el ámbito de su responsabilidad, se involucre y se comprometa en mejorar la organización. (Pág. 64).

De alguna forma lograr que el personal que colabora con la empresa se involucre totalmente con los objetivos establecidos a fin de que exista un compromiso para cumplir y con ello obtener los objetivos deseados.

Los beneficios que se pueden obtener con una participación del personal es cumplir las metas deseadas de la organización, también que el personal se va a sentir motivado para realizar sus actividades diarias, un personal que sentirá que es importante dentro de la organización y que su trabajo es valorado, cumplirá con sus obligaciones de la mejor manera.

(Summers, Donna, 2006) Menciona: “Personal motivado, involucrado y comprometido con la organización, un Personal innovador y creativo para promover y alcanzar los objetivos de la organización, que se sentirá valorado por su trabajo y será motivado para participar en los programas de mejora continua”. (Pag.22)

#### **d. Enfoque orientado a procesos.**

Así lo menciona (International Standardization Organization, 2005): “Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso”. (Pág. 6)

La organización debe tener muy bien identificados sus procesos para poderlos gestionar con el fin de alcanzar sus metas y objetivos de una manera eficiente.

Entendemos por gestión orientada a procesos el conjunto de varias actividades, donde se utilizan recursos tanto materiales, humanos y capital para transformar ciertos elementos, esto es más conocido como procesos, que deben ser identificados para analizar cómo se están desarrollando las actividades y tratarlas de mejor a fin de optimizar los recursos de la empresa.

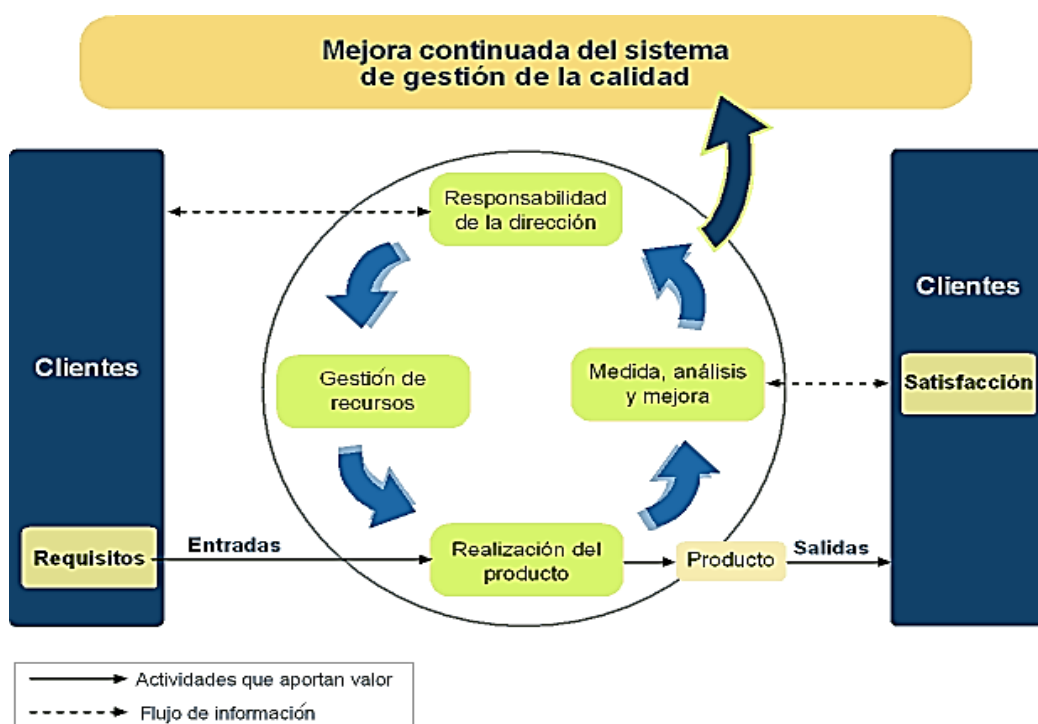
El autor (Álvarez, Ignacion, 2006) afirma:

Una organización tiene varios procesos para al final producir o entregar un producto o servicio, de tal forma que los elementos de entrada para un proceso son generalmente resultado de otros procesos. Por ello es importante enfocarse en las actividades que producen los resultados, en lugar de limitarse a los resultados finales. (Pág. 89).



Los beneficios de tener una gestión orientada a los procesos son evitar tener tiempo improductivos, reducción de los costos y mejorar la identificación de oportunidades. Como (Pérez, José Antonio, 2010) lo menciona: “Posibilidad de reducción de los costes y los tiempos, mediante una utilización efectiva de los recursos de la organización y la posibilidad de que las oportunidades de mejorar estén centradas y priorizadas”. (Pág. 69)

A continuación se presenta el modelo de Sistema de Gestión de la Calidad basado en procesos.



**Gráfico N° 1.** Mejora Continua del sistema de gestión de la Calidad  
**Fuente:** (López, Susana, 2006)

**e. Enfoque de sistema para la gestión.**

(International Organization for Standardization, 2005): “Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos.”. (Pág.6)

Identificar y gestionar los procesos relacionados entre sí en un sistema, es importante para el logro de los objetivos establecidos por la empresa de una manera eficiente y eficaz.

Tener bien identificados los procesos será importante para la gestión de los mismos, con el fin de mejorarlos y que en cada etapa las actividades se realicen con eficacia y eficiencia, es decir haciendo bien las cosas y optimizando la utilización de los recursos. “Una empresa es un sistema, es decir, un conjunto de elementos mutuamente relacionados que interactúan frecuentemente”. (Gutiérrez Humberto, 2010, Pág. 66).

Entre sus principales beneficios tenemos que se puede alcanzar los objetivos deseados por la organización si se logra integrar los procesos y que los grupos que están inmersos a la empresa tienen más confianza.

(Pérez, José Antonio, 2010): menciona algunos de los beneficios: “Integrar los procesos, ya que permitirá alcanzar mejor los resultados deseados de igual manera puede ofrecer facilidades para orientar los esfuerzos en los procesos principales y los grupos de interés ganan en confianza”. (Pág., 71).

#### **f. Mejora Continua.**

El mejorar continuamente debería ser un objetivo primordial de las organizaciones, se deben enfocar siempre con una visión al futuro.

La autora (Guerra, Ingrid, 2007) menciona:

La mejora continua depende del conocimiento de hacia dónde vamos, y el monitoreo continuo de nuestro curso para llegar desde donde estamos hasta donde queremos estar. Nosotros hacemos esto formulando las preguntas correctas, recolectando datos en forma continua y luego aplicando los datos para tomar decisiones importantes o los cambios requeridos o necesarios. (Pág. 193)

Enfocarse en ser mejores cada día, debe ser primordial para todas las empresas, debido a las nuevas exigencias que se van dando según el pasar del tiempo, las organizaciones deben estar mejorando continuamente ya que brindar un servicio o producto con calidad significa tener clientes satisfechos con nuestro trabajo.

Los beneficios principales de la mejora continua son: perfeccionar la capacidad de la organización, se pueden integrar las actividades de los distintos niveles y poder reaccionar rápidamente ante oportunidades que se presenten cada día en cualquier

área que se puede mejor ayudar a tener una mayor probabilidad de alta calidad así lo menciona (Guerra, Ingrid, 2007)

- Aumentando de esta forma la ventaja competitiva.
- Integración de las actividades de mejora de los distintos niveles de la organización y orientación de las mismas de acuerdo con la estrategia de la organización. (Pag.193)

**g. Enfoque basado en hechos para toma de decisiones.**

Para tomar decisiones de una manera eficaz es necesario analizar los datos e información, (Álvarez, Ignacion, 2006) menciona: “Las decisiones tomadas por la organización deben basarse en el análisis detallado de los datos y la información precisa y fiable. Los datos, así como los métodos de análisis, deben ser accesibles a todos aquellos miembros que lo soliciten”. (Pág. 90)

Las decisiones dentro de las organizaciones se deben tomar según la realidad de la empresa, en ocasiones se toman empíricamente o a base de la metodología de ciertos libros, es mejor ajustarse a la realidad de la empresa, ya que será la única de manera de tomar una decisión más apegada a la realidad con información que genera la empresa, (International Organization for Standardization, 2005) menciona: “Las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y la información. (Pág. 7).

El beneficio del enfoque basado en hechos para toma de decisiones es que las decisiones se toman a base de la realidad,

Como lo dice (Summers, Donna, 2006): “Las decisiones tomadas a base de una información, facilidad de demostrar mediante registros objetivos la eficacia de las decisiones anteriores y capacidad para revisar”. (Pag.33)

**h. Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor.**

(International Organization for Standardization, 2005) Afirma: “Una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor “(Pag.7).

Por lo general las empresas tienen más de dos proveedores del mismo producto, esto sucede porque buscan las mejores condiciones de créditos, trato, calidad de la mercadería, etc. Es muy importante tener una excelente comunicación con los proveedores ya que son los que nos abastecen para la producción, al tener un buen trato se puede hacer negociaciones, al tener materia prima de calidad existe más probabilidad que el producto terminado sea de calidad.

(Álvarez, Ignacion, 2006) Afirma: “Los proveedores son la primera etapa de los procesos de la organización, por lo que si en ellos no hay calidad, se presentan retrasos o no existe mejora, eso afecta a mejorar la empresa”. (Pág. 97).

Uno de los beneficios de las Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor es que existe más confianza entre ambas partes en el momento de una negociación y en la exigencia de ciertas expectativas. (Pérez, José Antonio, 2010): “Aumento de la capacidad de crear valor para todos los involucrados, flexibilidad y rapidez de respuesta de forma conjunta a un mercado cambiante o a las necesidades y expectativas del cliente. (Pág. 63).

### **Elementos de la Gestión de la Calidad**

Los elementos que están inmersos en la gestión de calidad son los que son parte activa de la organización, es decir todas las áreas, actividades, personal y recursos, los mismos que se analizan a continuación:

#### **Estructura organizacional.**

Es la forma que la organización establece las responsabilidades a cada persona dentro de la misma, es decir es la manera que la empresa organiza al personal de acuerdo a sus funciones con el fin de alcanzar los objetivos y metas planteadas.

Así lo menciona Lusthaus, Charles (2002):

Es la capacidad de una organización de dividir el trabajo y asignar funciones y responsabilidades a personas y grupos de la organización, así como el proceso mediante el cual la organización trata de coordinar su labor y sus grupos. También se refiere a las relaciones relativas entre las divisiones del trabajo. ¿Quién tiene autoridad sobre quién?, ¿Cómo y porque debe una organización dividir el trabajo individualmente y agrupando a personas? y ¿Cómo deben coordinar las organizaciones su trabajo? (Pág. 53)

La estructura de la organización depende mucho de cómo la alta gerencia divide las responsabilidades o crea los puestos de trabajo, pues se debe tener en cuenta que lo que se busca es optimizar los recursos con el fin de prosperar mediante una buena organización. “Es la distribución formal de los empleos dentro de una organización”. (Robbins, Stephen 2005, Pág. 234)

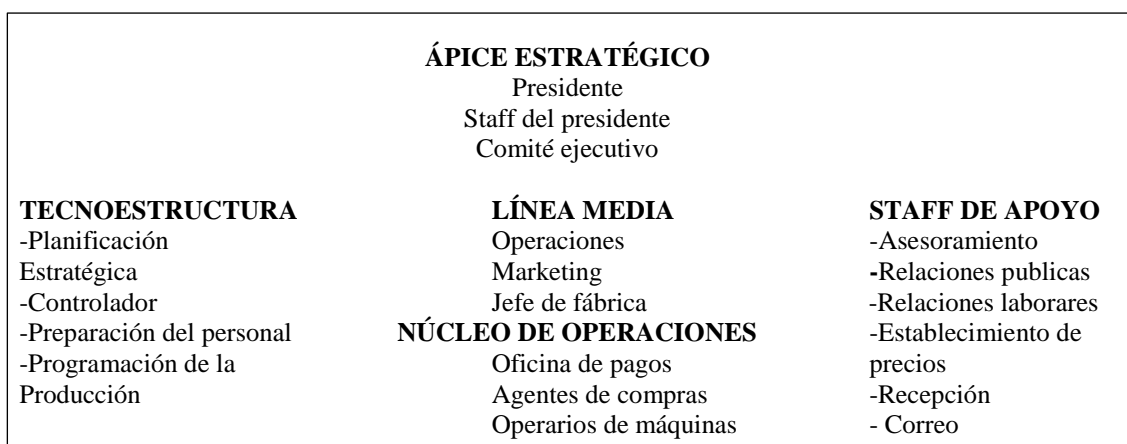
### **Jerarquía de funciones.**

La jerarquía de funciones es el nivel de importancia que tiene cada uno de los puestos dentro de las organizaciones desde el más importante hasta el poco importante dentro del mando, porque en relación al trabajo todos en la empresa son esenciales.

El autor (De la Peña, Alberto, 2005) menciona lo siguiente: “Principio de la jerarquía y autoridad en las empresas la autoridad, entendida como la facultad de mandar o corregir a otras personas, que son delegados según la propiedad del capital”. (Pág. 206).

### **Componentes de la estructura organizacional**

Los componentes de la estructura organizacional están establecidos mediante la designación jerárquica o de importancia de cada puesto en la organización como cita Vértice, Editorial (2007): “La organización efectiva es aquella que logra coherencia entre sus componentes y que no cambia un elemento sin evaluar las consecuencias en los otros”. (Pág. 3).



**Gráfico N° 2.** Componentes de la Estructura Organizacional

**Fuente:** (Vértice, Editorial, 2007)

### **Ápice estratégico**

Es la máxima autoridad encargada de velar que se cumplan los objetivos establecidos. (Jack, Guido, 2012) Afirma: “Es el órgano encargado en supervisar el funcionamiento de la organización que se cumplan sus objetivos”. (Pág.123).

### **Línea Media**

Son los administrativos quienes están en el centro entre los altos directivos y los trabajadores.

(Jack, Guido, 2012) “Abarca a los administradores intermedios entre el ejecutivo superior y los operarios, su misión principal consiste en enlazar el ápice estratégico con el núcleo de operaciones”. (Pag.126).

### **Núcleo de operaciones**

Se relaciona con todos los miembros de la organización que se dedican a la producción de bienes o servicios.

(Vértice, Editorial, 2007) Que menciona: “Comprende a los miembros de la organización que desarrollan tareas de carácter básico relacionado con la producción de bienes y servicios”. (Pag.6)

### **Estructura Técnica**

Está conformado por el personal que analiza las actividades y controla el trabajo realizado por cada empleo, así lo menciona Vértice, Editorial (2007): “Está conformada por los analistas que diseñan y planifican sistemas referidos al planteamiento formal y al control del trabajo”. (Pag.6)

### **Staff de Apoyo**

El personal de esta área se enfoca en prestar asistencia a la empresa, en cualquier área y el momento que se requiera para solucionar o ayudar en algún problema que se presente dentro de la empresa (Jack, Guido, 2012): “Cuya función es proporcionar asistencia a la organización al margen del flujo de trabajo de las operaciones corrientes”. (Pag.6).

## **Procesos.**

Cervera, Josep (2002) menciona: “Conjunto de actividades mutuamente relacionadas que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados”. (Pág. 29).

Todas las empresas tienen procesos, a pesar que no siempre están identificados ya que son una serie de actividades que se realizan y tiene un inicio y un final, que se realizan para transformar y generar bienes o servicios.

Los procesos son una serie de actividades con las cuales se esperan transformar materias primas en artículos terminados que cumplan con las especificaciones del cliente.

Así lo dice (Fúquene, Carlos, 2007):

Un proceso productivo ha estado siempre relacionado con un conjunto de operaciones y actividades que se ejecutan para crear valor. Este conjunto de operaciones busca satisfacer las necesidades de los clientes mediante la transformación de unos insumos o materias primas en un producto o servicio. (Pág.37)

## **Productos**

Es el resultado de un proceso de transformación o de producción, un producto es un bien, artículo o cosa que sirve para satisfacer necesidades.

Rivera, Jaime & Garcillán, Mencía (2007):

El producto es cualquier bien, servicio o idea que posea valor para el consumidor o usuario ya sea susceptible de satisfacer una necesidad o un deseo. Un producto es un grupo de atributos físicos tangibles que se reúne en una sola forma identificable. Los consumidores no quieren comprar productos si no soluciones. (Pág. 268)

Un producto es un conjunto de atributos elaborado por las empresas con el fin de crear satisfacción en quienes lo compran o adquieren. Rivera, Jaime & Garcillán, Mencía (2007) cita a Stanton: “El producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que incluyen también el embalaje, que el comprador acepta como algo que satisface sus deseos y necesidades” (Pág. 268).

El producto debe ser fabricado con el fin de satisfacer a los clientes, cumplido con sus necesidades o deseos, que deben tener calidad, un diseño y una marca, el producto está formado por tres componentes.

Así lo menciona Rivera, Jaime & Garcillán, Mencía (2007) cita a Kloter:

**Producto Básico:** consiste en la necesidad que ese producto va a cubrir (por ejemplo: el descanso en un hotel).

**Producto tangible:** se trata de todos los aspectos formales del producto (calidad, marca, envase, estilo y diseño)

**Producto ampliado aumentado:** consiste en todos los aspectos añadidos al producto real, como son el servicio post venta, el mantenimiento, la garantía, instalación, entrega y financiación. (Pág. 268).

## **Servicios**

En el mercado existen dos tipos de empresas las que se dedican a la fabricación de productos y las empresas de servicios, en cualquiera de los dos tipos deben comercializar productos y servicios con calidad. Como lo dice (Lamata, Fernando, 1998): “Los productos de contexto económico se clasifican en bienes y servicios. Al hablar de bienes señalamos objetos, cosas que se puedan tocar, tangibles. Al hablar de servicios nos referimos a procesos, actividades que no se pueden tocar”. (Pág. 582).

Todos los productos bienes y servicios deben tener una buena calidad, y satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores, como lo dice (Denton, D. Keith, 1991): “Para el éxito como proveedor de un servicio de calidad, es necesario alcanzar por lo menos, y quizá sobre pasar las expectativas del cliente”. (Pág. 105)

## **Procedimientos.**

Como lo menciona (Torres, Martin , 2006):

Un procedimiento es la guía detallada que muestra secuencial y ordenadamente como dos o más personas realizan un trabajo. Todas las actividades que realiza el hombre están de manera natural regidas por métodos y procedimientos. Es a través de ellos que se documentan los conocimientos y experiencia de las generaciones anteriores. (Pág. 35).



Los procedimientos son un detalle de las actividades que se realizan con frecuencia de manera ordenada, que sirve como guía para realizar una actividad.

Es la manera de ejecutar los procesos, es una serie de actividades detalladas que se realizan para transformar materias primas en productos terminados, en muchas ocasiones los procedimientos están documentados en otros no, cuando está documentado se lo denomina proceso escrito.

(International Standardization Organization, 2005): “El procedimiento es la forma especificada para llevar a cabo una actividad o un proceso, los procedimientos pueden estar documentados o no, cuando un procedimiento está documentado, se utiliza con frecuencia el término (procedimiento escrito) o (procedimiento documentado)”. (Pág. 13)

Los procedimientos en las organizaciones cuando no están documentados, los podemos observar en las actividades diarias, es decir son costumbres o hábitos.

El autor (Torres, Martín, 2006) menciona:

Los procedimientos que se usan dentro de una organización, generalmente son informales y los podemos observar fácilmente a través de las costumbres y hábitos de las personas. Los métodos y procedimientos que son escritos, además de asegurar la repetitividad de un trabajo, permiten que el usuario siga tranquilamente por un camino seguro previamente probado, al usarlo continuamente podrá estar capacitado para irlo mejorando. (Pág. 35).

### **Transformar elementos (materias primas)**

Así lo afirman los autores (Sánchez, Teresa; De las Infantas, Pineda, 2003):

Se realizará la transformación de las materias primas con los equipos industriales correspondientes para obtener el producto elaborado. Una vez elegido cual va a ser el proceso de transformación a seguir, los productos necesarios se seleccionaran en función de las producciones esperadas y en base a ello se determinaran las necesidades de personal. (Pág. 197).

Los procesos y procedimientos se realizan con el fin de transformar las materias primas utilizando los recursos: humano, capital, y tecnológico para conseguir un producto final listo para ser comercializado.

En el sector agroindustrial realizan actividades para transformar materias primas en productos terminados.

Como lo menciona: (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 2000)

El concepto de agroindustria comprende los procesos de almacenamiento, manejo, preservación, beneficio y transformación industrial de materias primas de origen agrícola, pecuario, forestal y pesquero. Implica la idea de una integración entre la producción, el abastecimiento de materias primas y su transformación y la instalación de unidades o plantas de transformación cercanas a la zona de producción. (Pág. 4)

Existen tres grupos de Agroindustrias:

**Nivel de transformación cero (0):** Productos conservados sin cambios. Así menciona (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 2000): “En el cual los productos son conservados sin sufrir cambios en sus tejidos o estructura”. (Pág.6)

**Nivel de transformación uno (1):** Productos transformados. (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 2000). “En el cual los productos son transformados en una etapa primaria”. (Pág.6)

**Nivel de transformación dos (2):** Productos transformados con combinaciones, como menciona (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 2000). “En el que la modificación del producto va acompañada de combinaciones de productos transformados y semi-procesados” (Pág.6).

### **Recursos.**

Son todos los artículos, infraestructura, personal, materiales, etc., que la empresa dispone para la realización de sus actividades cotidianas. (Boland, Gismano, Stancatti, Bancheri, & Carro, 2007) Cita a Solana, Ricardo:

Las empresas son aquellas organizaciones que se dedican a los negocios. Desarrollan actividades económicas a partir de ciertos recursos (humanos, materiales, financieros, etc.) que aplican a procesos de producción de bienes y/o prestación de servicios, los que a su vez se comercializan con vistas a satisfacer la demanda de los consumidores. (Pág. 14)

Todas las empresas necesitan de recursos para realizar su normal funcionamiento y la realización de cada actividad así lo dice Barquero, Alfredo (2005): “Fundamentalmente para su funcionamiento y subsistencia, toda organización necesita de los siguientes elementos: Recursos humanos, financieros, materiales”. (Pág. 21)

Una adecuada administración de los recursos significa para la empresa, optimización de los mismos y con ello tener éxito como organización.

### **Recursos humanos**

Son todas las personas que son parte de una organización las cuales realizan actividades, tareas o labores encomendadas según lo requerido por las empresas, es decir son una parte esencial de la empresa ya que mediante ellos puede funcionar una organización. Barquero, Alfredo (2005) menciona:

Los recursos humanos, empero, el activo más importante y, por ende, el que más atención demanda: en la actualidad la administración del recurso humano, la gente, significa, por su naturaleza e implicaciones para la organización, una responsabilidad medular. El elemento humano está presente en todas las actividades de la empresa y el gerente o director que desee obtener resultados positivos necesita, de manera imprescindible de la colaboración y el esfuerzo productivo de sus subordinados. (Pag.21)

El contar con un recurso humano bien capacitado e instruido beneficia directamente a la empresa ya que gracias al trabajo de ellos puede la empresa prosperar.

Como lo menciona (Montalván, César, 2009). “Recurso humano es la herramienta más valiosa y efectiva con que cuentan las empresas que quieren alcanzar sus objetivos fundamentales. Las grandes empresas suelen contar con áreas muy bien estructuradas para manejar este importante aspecto”. (Pag.17)

### **Capacitación al Personal.**

Como lo dice (Gutierrez, Enrique, 2004):

La capacitación es el proceso mediante el cual la empresa proporciona educación a sus recursos humanos, con el objetivo de desarrollar aquellos conocimientos, habilidades y aptitudes que les permita contribuir en forma efectiva al logro de sus objetivos institucionales. (Pág. 59)

Tener un personal capacitado en cada una de las áreas de la empresa es esencial para que puedan desempeñar de buena manera todas las actividades diarias.

Los beneficios de una capacitación son diversos, entre los que menciona (Gutierrez, Enrique, 2004) exponemos algunos:

- Mejora del conocimiento del puesto a todos los niveles.
  - Eleva la moral de la fuerza de trabajo.
  - Mejora la relación jefes-subordinados
  - Incrementa la productividad y la calidad del trabajo.
  - Alimenta la confianza, la posición asertiva y el desarrollo.
  - Elimina los temores de la incompetencia o la ignorancia individual.
- (Pág. 56)

### **Recursos Financieros**

Es todo con lo que la empresa dispone en lo económico y monetario recursos propios como dinero en efectivo, utilidades y aportaciones de los socios; recursos ajenos: préstamos, créditos bancarios, bonos etc., necesarios para las actividades diarias. Así lo dice (Fernández, José Luis; Casado, Manuel, 2011) menciona:

La empresa adquiere recursos financieros (dinero) para invertir en su actividad mercantil y para ello, puede obtener recursos provenientes tanto de sus socios o accionistas (recursos propios) como de entidades financieras suministradores de dinero a corto plazo o largo plazo (recursos ajenos o deudas de terceros). (Pág. 24).

### **Recursos materiales.**

El autor (Montalván, César, 2009) menciona: “Se refieren a todo lo que constituye infraestructura, insumos, bienes patrimoniales de la empresa”. (Pag.14).

Los recursos materiales son todos los bienes que dispone la empresa maquinarias, insumos, infraestructura, productos terminados, herramientas, instrumentos, útiles de oficina, etc., todo lo necesario para la realización de las actividades diarias.

Una correcta gestión de los recursos materiales, financieros y humanos, beneficia a que la empresa pueda prosperar y tener óptima utilización de los mismos generando beneficios económicos a la organización. Así lo menciona (Martínez, Joaquín , 2002):

La organización gestiona sus activos fijos, entendiendo como tales los edificios, instalaciones y equipos de producción y proceso de datos, materiales, etc. La correcta gestión de los mismos tiene como objetivo el proteger los intereses de los propietarios y accionistas de la organización, los de los clientes ya que se pretende evitar paradas imprevistas y los de los trabajadores ya que se protege sus condiciones de trabajo. (Pág.103).

Los recursos materiales de una empresa son muy importantes ya que con ellos se puede realizar las actividades productivas, por lo cual es necesario tener un uso adecuado para no ocasionar daños a los mismos.

### **Sistema de Gestión de la Calidad**

(Berlinches, Andres, 2008) menciona “Un sistema de la calidad es la estructura organizativa, las responsabilidades, los procedimientos, los procesos y los recursos necesarios para llevar a cabo gestión de la calidad”.

Un sistema de gestión de la calidad es un instrumento el cual permite a cualquier empresa u organización a planear, ejecutar, y controlar todas las actividades en todos sus elementos: recursos, procesos, procedimientos, estructura de la organización, etc., con el fin de lograr un excelente calidad en los bienes o servicios producidos, cumpliendo con las necesidades y expectativas de los consumidores.

### **Normativa de la Gestión de la Calidad**

La (International Standardization Organization) es una federación de organizaciones internacionales entre las cuales están:

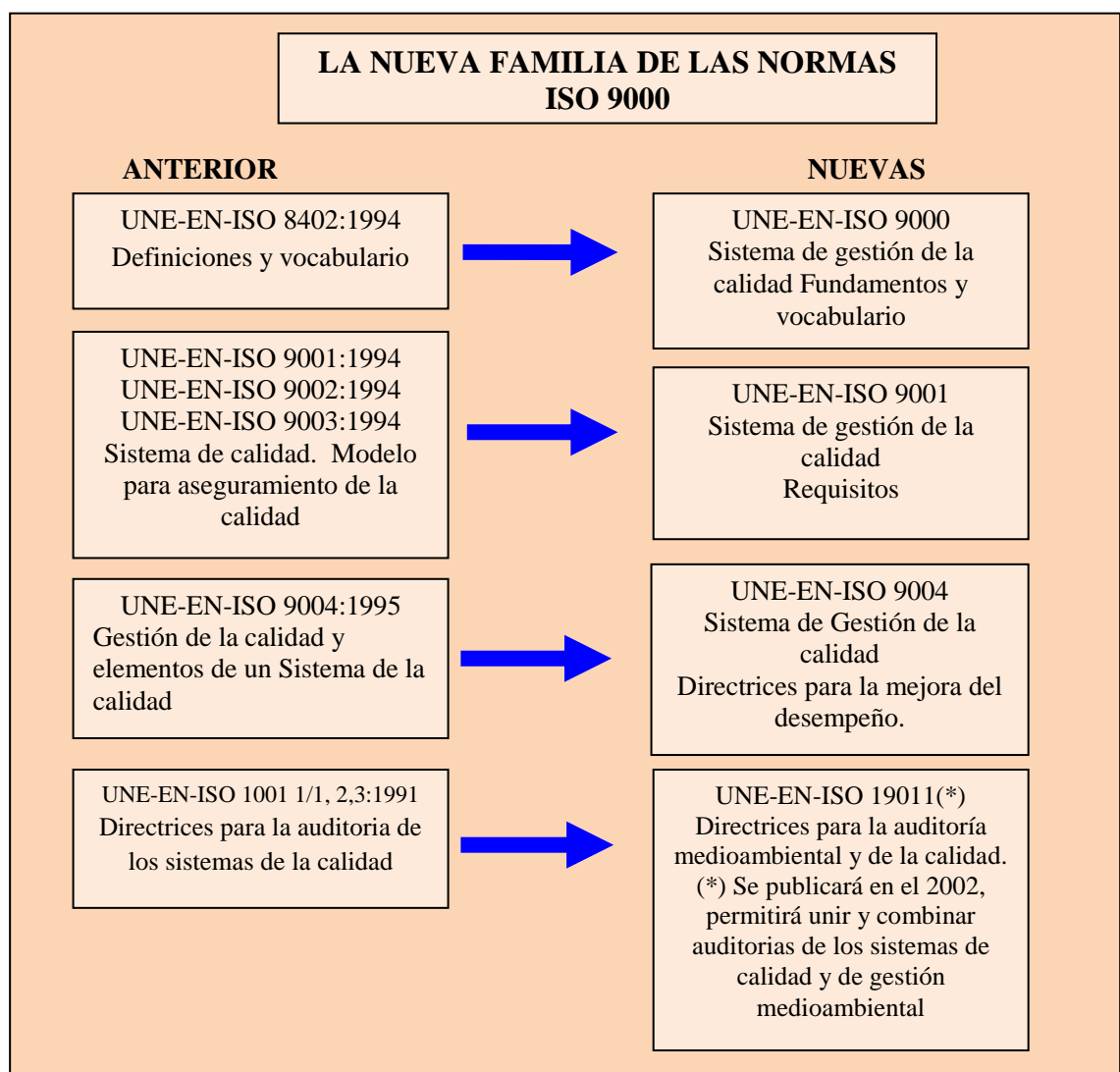
- AENOR en España.
- DIN en Alemania.
- AFNOR en Francia.

Se encarga de emitir las normas para comercializar, comunicar y fabricar en todo el mundo, por tal motivo se denominan las normas ISO en sus diferentes versiones:

- ISO (9000, 9001 y 9004) Sistemas de Calidad
- ISO 14000 Gestión Ambiental
- ISO 5775 Marcar Neumáticos y llantas de bicicletas. Etc.,  
(Berlinches, 2008, Pág. 12)

Para la realización del presente trabajo nos guiaremos de las normas ISO 9000, 9001 y 9004 que son Normas de Sistemas de Calidad. Berlinches, Andrés (2008) dice que:

Las normas ISO 9000 son un conjunto de normas y directrices internacionales para la gestión de la calidad que, desde su publicación inicial en 1987, han obtenido una reputación global como base para el establecimiento de sistemas de gestión de la calidad. (Pág. 8).



**Gráfico N°3.** La nueva familia de las normas ISO 9000  
**Fuente:** (Berlinches, Andres, 2008)

## **Campo de aplicación.**

### **La organización.**

(Calvo, Miguel, 2005): “Una empresa es una unidad de producción económica compuesta por elementos de carácter material (capital) y humano (trabajadores) que se organizan entorno a la consecución de su principal objetivo que es la creación de riqueza.” (Pág. 22).

Es una unidad de producción que utiliza recursos financieros, humanos y materiales con el fin de tener ganancias económicas para sus accionistas o socio, como lo mencionó anteriormente el autor.

Una empresa es la organización de personas que invierten sus recursos económicos con el fin de obtener ganancias mediante la fabricación de productos o la prestación de servicios, como lo dice (Sánchez, Óscar; Domingo, Ricardo; Valdeande, Ángeles, 2013):

Una entidad es una organización de recursos materiales (oficinas, maquinas) y humano (empleados) para producir bienes o prestar servicios con los cuales se puede conseguir un interés particular cuando se trata de entidades privadas, o social cuando se trata de publicas. (Pág. 1)

### **Proveedores**

Como lo menciona (Rebollo, Javier, 2005):

Es el conjunto de empresarios que producen bienes y servicios para satisfacer las necesidades del consumidor. A los proveedores se les agrupa en: Productores de bienes de capital, Productores de bienes de consumo y Productores de servicios.

Las necesidades de la empresa están determinadas en función de los requerimientos del grupo de consumidores que desea atender. (Pag.28).

Los proveedores son las personas naturales o jurídicas que se encargan de abastecer de materia prima o de productos necesarios para poder producir y realizar las actividades diarias en las empresas,

Las empresas necesitan tener proveedores que les proporcionen bienes y servicios de calidad, ya que de eso dependerá que se pueda cumplir con los requerimientos del

consumidor. Al tener una materia prima de calidad existe más probabilidad que el producto final sea de excelente calidad. Como lo menciona Stern L, El-Ansary A, Coughlan A, & Cruz I (1999):

“Es necesario elegir y mantener una cantidad limitada de proveedores de alta fiabilidad y establecer con ellos relaciones a largo plazo, eficaces y mutuamente beneficiosas. En especial deben ser proveedores muy fiables en cuanto a los plazos de entrega y la calidad”. (Pág. 160)

### **Clientes.**

El cliente es la persona que adquiere los servicios y productos que realiza una empresa de forma ocasional o frecuente (Bastos, Ana Isabel, 2007):

El cliente es la persona que adquiere un bien o servicio para uso propio o ajeno a cambio de un precio determinado por la empresa y aceptado socialmente. Constituye el elemento fundamental por y para el cual se crean productos en las empresas. (Pág. 2)

Los clientes buscan satisfacer sus necesidades y expectativas, una empresa tiene dos tipos de clientes: internos y externos a los clientes internos entendemos que son las personas que trabajan para la empresa, es decir los trabajadores, nos referiremos a los clientes externos que son las personas que tienen deseos, necesidades y expectativas los cuales buscan la manera de satisfacer sus necesidades mediante la adquisición de bienes o servicios.

Así como lo dice (Sánchez, Pilar, 2012): “Clientes externos. En términos comerciales, es la persona que adquiere bienes o servicios. Al conjunto de todos los clientes se le conoce como clientela”. (Pág. 338)

### **Necesidades y Expectativas**

(Díaz, Ana; Sellers, Ricardo, 2010): “Una necesidad es una sensación de carencia física, fisiológica o psicológica que posee una persona. De hecho las necesidades son inherentes a la propia naturaleza humana y todos los seres humanos tienen necesidades”. (Pág. 16)

Las empresas deben estar orientadas a satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, una necesidad es la carencia de un bien o servicio que sustituya la sensación de carencia por la falta de algo.



Los clientes tienen expectativas de los bienes o servicios, es decir las expectativas son lo que esperan de un bien o un servicio.

(Pérez, José, 1994): “Las expectativas que por su propia naturaleza son principalmente subjetivas y que determinan en gran medida la percepción por el cliente de la calidad del servicio o producto recibido, ya que necesita satisfacerlas”. (Pág. 91)

Las empresas deben enfocarse en la necesidad de los clientes porque son ellos los que decidirán si comprar o no en determinado lugar, también son los que darán los estándares para la fabricación de bienes o servicios, se entiende que las empresas deben buscar de cualquier manera satisfacer los requerimientos de los clientes, ya que de ellos depende que las empresas sigan en el mercado o desaparezcan, así lo menciona (Abascal, Francisco, 2002):

El conocimiento de las necesidades del cliente, permite organizar de forma concreta el negocio y de forma general la empresa para coordinar la producción de tal forma que lleve a la empresa a satisfacer las diferentes necesidades del consumidor. Por supuesto que esas cambiantes necesidades del cliente pueden ser satisfechas, pero siempre sujetas a un coste mínimo para la obtención de un beneficio justificable. (Pág. 30)

### **Satisfacción.**

Como lo menciona Vavra, Terry. G (2003): “La satisfacción se define como el grado que experimenta el cliente después de haber consumido un determinado producto o servicio”. (Pág. 25).

La satisfacción es el estado de sentirse bien, es decir el bienestar de no sentir una carencia, es sentir plenitud, alegría, confort, etc.

En la actualidad las empresas a nivel mundial están orientadas a satisfacer a los clientes para que una u otra manera puedan ser los promotores de que sus clientes sientan un estado emocional alegre.

La importancia de la satisfacción de un cliente para las empresas radica en que un cliente satisfecho para la organización es como un activo, porque se espera que el cliente satisfecho regrese a la empresa a comprar los productos o servicios y será un buen publicista de nuestra empresa ya que dará una buena opinión a cerca de

nosotros, lo que representa ingresos para la empresa, como lo dice (Vavra, Terry G., 2003):

La satisfacción es una respuesta emocional del cliente ante su evaluación de la discrepancia percibida entre su experiencia previa/expectativas de nuestro producto y organización y el verdadero rendimiento experimentado una vez establecido el contacto con nuestra organización, una vez que ha probado nuestro producto. Creemos que la satisfacción de los cliente influirá en sus futuras relaciones con nuestra organización (ganad de volver a comprar, interés en recomendarnos, deseo de comprar nuestro producto sin tener que buscar un proveedor que venda más barato). (Pág. 25)

Para cualquier empresa, sin importar a que se dedique sea de producción o servicio, grande, mediana o pequeña, pública o privada, debe estar consciente que el cliente es muy importante ya que de la aceptación de los clientes dependerá que la empresa siga existiendo o desaparezca, por ello es esencial que las empresas analicen a los cliente para encontrar sus necesidades y expectativas lo cual ayudara a las organizaciones a tener una orientación así donde tienen que dirigir todos los recursos y esfuerzo, a fin de satisfacer las necesidades sus clientes; buscando ser cada día mejores y entregando productos y servicios de buena calidad.

La gestión de calidad es uno de los factores que indican en la rentabilidad de las empresas ya que para poder medir la rentabilidad es necesario tener estados financieros donde se ven plasmadas las ventas que realiza la empresa tanto como sus costos y gastos, es decir es una cadena, ya que las empresas para tener rentabilidad requieren que sus ventas sean superiores a las inversiones, por lo tanto la ventas dependen de que la productos sean de calidad para que pueda ganar un puesto en el mercado en el cual desarrollan sus actividades, tener clientes fijos que pueden adquirir la producción.

Si la empresa tiene calidad en sus productos es un valor agregado que le permitirá tener facilidad de vender su producción, más probabilidad de tener nuevos clientes, ser competitivo en el sector que se desarrolla y tener las ingresos.

### **Variable Dependiente**

La rentabilidad es parte de la evaluación financiera que se realiza mediante el análisis financiero en las organizaciones empresariales, el cual nos permite determinar los

niveles de rentabilidad de las empresas, debido a que evalúa la eficiencia de la empresa con relación a las ventas e inversiones mediante la utilización de indicadores financieros de rentabilidad lo cual es necesario para determinar si la gestión de los administrativos es efectiva y eficiente también nos ayuda para tomar decisiones, las cuales se encuentran enfocadas en mejorar la rentabilidad empresarial; con el fin de que la empresa prospere económicamente para el beneficio de todos quienes son parte de la misma.

## **Finanzas**

Las finanzas son todas las actividades que se hacen con el fin de obtener y gestionar recursos económicos, financieros y humanos de una empresa.

Como lo dice Zvi, Bodie Robert & Merton, C (2003) “Las finanzas estudian la manera en que los recursos escasos se asignan a través del tiempo tratando de satisfacer las necesidades de la sociedad”. (Pág. 2)

Mientras que el doctor (Haime, Luis, 2005) afirma: “Las finanzas tienen como objetivo la maximización de los recursos de la empresa, la consecución de las fuentes de recursos baratos disponibles” (Pág. 39)

Las finanzas es la ciencia de cómo administrar el dinero ya que todas las empresas tienen ingresos y egresos los cuales se deben relacionar para que no afecte negativamente a la organización, igual es la forma de obtener y gestionar para tener dinero para las operaciones de la organización o de las personas.

## **Administración Financiera**

La administración financiera es una parte muy importante en una empresa ya que es la que se enfoca en la adquisición, financiamiento y administración de los activos. Como lo dice James, C & Van, Home (2002) “La administración financiera se refiere a la adquisición, el financiamiento y la administración de activos con algún propósito general en mente” (Pág. 2).

De igual manera lo sostiene (Finnerty, Stowe, & Emery, 2000): “La administración financiera es importante para la toma de decisiones de inversión y decisiones de financiamiento las cuales definen el futuro de la empresa” (Pág. 4)

La administración financiera se enfoca en la adquisición de financiamiento y en la inversión con el fin de tener ingresos a largo tiempo, es el rendimiento que se puede obtener de una inversión o de un financiamiento buscando obtener la mejor rentabilidad.

### **Análisis Financiero**

El análisis financiero consiste en aplicar herramientas y técnicas analíticas a los datos financieros con el fin de obtener medidas y relaciones que sean útiles para la toma de decisiones como lo dice Rubio, Pedro(s/a):

El proceso de análisis consiste en la aplicación de un conjunto de técnicas e instrumentos analíticos a los estados financieros para deducir una serie de medidas y relaciones que son significativas y útiles para la toma de decisiones. La función esencial del análisis de estados financieros, es convertir los datos en información útil, razón por la que el análisis de estados financieros debe ser básicamente decisional. (Pág. 2).

El análisis financiero tiene como fin el realizar un diagnóstico financiero de las organizaciones dando a conocer la situación en que se encuentra la empresa en aspectos como rentabilidad, liquidez y solvencia.

Así lo afirma (Sánchez, Óscar, 2011): “El objetivo perseguido por el análisis financiero es la realización de un diagnóstico financiero de la empresa, destacando los aspectos relativos a rentabilidad, liquidez y solvencia”. (Pág. 69).

### **Indicadores financieros**

Los indicadores financieros sirven para medir el estado de las organizaciones aplicando diferentes tipos de ratios los principales son: liquidez, actividad, endeudamiento y rentabilidad.

“Los indicadores financieros o ratios financieros son ratios o medidas que tratan de analizar el estado de la empresa desde un punto de vista individual, comparativamente con la competencia o con el líder del mercado”. (Pérez, Alejandro Buján, 2014)

Para la realización del presente trabajo se estudiará los indicadores de rentabilidad que indican el rendimiento que la empresa tiene con relación a inversiones y utilización de activos.

### **Rentabilidad**

Como lo dice Faga, Alberto (2006) “Rentabilidad es, en principio, sinónimo de ganancia, de utilidad, de beneficio de lucro. Presupone la realización de negocios con márgenes positivos”. (Pág. 14)

La rentabilidad es un resultado que nos da en porcentaje el cual nos indica el rendimiento que está teniendo la empresa, con relación a su inversión y sus activos fijos.

La rentabilidad nos permite determinar si las actividades que la empresa realiza son correctas ya que nos indica si es rentable o no, lo cual nos permite tomar decisiones.

Como lo dice (Rodriguez, Leopoldo, 2012)

La rentabilidad es uno de los factores claves para que la empresa logre su permanencia en el largo plazo, además la rentabilidad puede traducirse en un indicador de eficiencia de como la administración está haciendo su trabajo. Si la administración maneja con eficiencia las inversiones, la rentabilidad crecerá y como resultado los accionistas aumentaran sus beneficios. La rentabilidad también puede considerarse como un parámetro que puede servir para comparar los resultados entre diferentes empresas. (Pág. 164)

También es importante mencionar lo que dice: (Camino, Sabine Müller & Ronnie de, 2001) “La rentabilidad es una expresión económica de la productividad que relaciona no los insumos con los productos, sino los costos con los ingresos. Es la productividad del capital invertido”. (pág. 23).

### **Cuando existe rentabilidad**

Existe rentabilidad en un negocio, cuando se compara los ingresos con los egresos; cuando los ingresos son superiores a los egresos podemos decir que la empresa es rentable, si sucede lo contrario que los egresos superen a los ingresos la no es rentable.

Una medición simple de la rentabilidad de una empresa la obtenemos al comparar sus ingresos con sus egresos. Cuando los ingresos que genera son mayores que sus gastos podemos decir que la empresa es rentable, mientras que cuando sus gastos son mayores que sus ingresos podemos decir que no es rentable. (Crece Negocio, 2012)

Para disponer de información sobre los ingresos y egresos de la empresa acudimos a sus estados financieros, específicamente a su estado de resultados, si en este se muestran beneficios y utilidades (los ingresos son mayores que los gastos) por lo tanto se puede decir que la empresa es rentable, pero si demuestra pérdidas (los gastos son mayores que los ingresos) podemos afirmar que no es rentable. (Crece Negocio, 2012)

Es muy importante medir la rentabilidad para el desarrollo de la economía empresarial porque nos da a conocer el cómo se encuentra la empresa, si se está utilizando bien los recursos de la misma. (Benavidez, Pablo 2012).

### **Tipos de Rentabilidad.**

Para calcular la rentabilidad disponemos de los siguientes índices de rentabilidad:

#### **Rentabilidad Económica**

(Córdoba, Marcial, 2012): “Relacionada con los negocios y corresponde al rendimiento operativo de la empresa. Se mide por la relación entre la utilidad operativa, antes de intereses e impuestos, y el activo o la inversión operativa”. (Pág. 15)

La rentabilidad económica mide el rendimiento de la empresa con relación a la inversión en activos, para lo cual es necesario tener el valor de la utilidad neta; es decir valor después de intereses e impuestos.

Es importante que las empresas periódicamente midan el rendimiento de las inversiones para saber si están siendo rentables o no, en caso de no serlo tomar acciones correctivas para mejorar el índice de rentabilidad con relación a la inversión (Activos Totales de la empresa).

De llanos, Pablo & Pinero, Carlos (2007):

La rentabilidad económica, refleja la capacidad de generación del beneficio por parte de las inversiones realizadas por la empresa. Es la rentabilidad del activo independientemente de cómo está financiado ese activo. Muy importante, la matiz de que es independientemente de la fuente financiera que ha generado ese rendimiento. (Pág. 33)

### **Rentabilidad con Relación a la Inversión.-**

Evalúa el rendimiento que tiene la empresa en la utilización del total de sus activos en la realización de cada una de las actividades que se ejecuta en la empresa.

### **Rendimiento del Activo Total**

(Córdoba, Marcial, 2012) Menciona: “Determina la efectividad total de la administración para producir utilidades con los activos disponibles.” (Pág. 106).

Mide el rendimiento sobre la inversión total que la empresa realiza para la ejecución de sus actividades diarias. Determina la eficacia de la gerencia para obtener utilidades con sus activos disponibles.

Mide la efectividad de la administración como lo dice (Gitman, Lawrence J; Ramos, E. N., 2003)

El rendimiento sobre activos (RSA o ROA, por sus siglas en ingles), también conocido como rendimiento sobre la inversión (RSI o ROI, por sus siglas en ingles), mide la efectividad total de la administración en la generación de utilidades con sus activos disponibles. Cuanto más alto sea el rendimiento de sus activos, mejor. (Pág.59).

Los activos totales son todos los recursos que dispone la empresa y las utilidades es el resultado que tiene después de un ejercicio contable la empresa como lo menciona: (Rodriguez, Leopoldo, 2012): “El Activo se toma del balance general, que son todos los recursos que tiene la empresa y se relaciona con las utilidades netas del ejercicio”. (Pag.169)

### **Utilidad neta.**

Para calcular la utilidad neta es necesario primero calcular la utilidad bruta ya que es la diferencia de: utilidad bruta menos los gastos operativos e impuestos. Así como lo menciona Horngren, Charles T. & Harrison, Walter T. (2003): “Exceso del total de ingresos sobre el total de gastos. También llamada ganancia neta”. (Pág. 4)

La utilidad neta lo obtenemos el total de los ingresos menos el todos los egresos que presentan en la actividades empresariasles.

**Activos Totales.**

Los activos totales son todos los recursos con los que dispone la empresa, tanto activos corrientes y activos no corrientes.

Los cuales son importantes para la realización de las actividades diarias de la organización.

Así lo menciona Stern L, El-Ansary A, Coughlan A, & Cruz I (1999): “Activos totales: Recursos económicos bajo el control de la empresa, como las cuentas a cobrar, el inventario y el dinero al contado”. (Pág. 397)

**Fórmula:**

$$\text{Rendimiento Activo Total: } \frac{\text{Utilidad neta después de impuestos}}{\text{Activos Totales Promedio}} * 100$$

**Análisis de los Componentes de la rentabilidad del activo**

La rentabilidad de los activos se compone de los factores que se detallan a continuación, para saber dónde hay problemas y tomar decisiones de una manera eficaz y analizando todos los elementos de la rentabilidad del activo de una empresa como lo podemos observar que la utilidad neta depende de las ventas y estas de los activos toales.. (Rodríguez, Leopoldo, 2012)

<b>Rentabilidad de los activos Totales = Margen = Rotación</b>		
$\frac{\text{Utilidades Netas}}{\text{Activos Totales}}$	$\frac{\text{Utilidades Netas}}{\text{Ventas}}$	$* \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos Totales}}$
(Los activos Totales son promedios)		

**Tabla N° 4.** Componentes de la rentabilidad del activo  
**Fuente:** Rodríguez, Leopoldo (2012)



Se presenta un ejemplo del análisis de rentabilidad de los activos totales tomando en cuenta la información de los estados financieros de Naviera de Monterrey, los mismos que sirven para analizar la rentabilidad. (Rodríguez, Leopoldo, 2012)

Años		1	2
Margen	(utilidad neta/ventas)	6.7%	7.4%
=			
Rotación	(Ventas/Activos Totales promedio)	1.061%	1.064%
Rentabilidad	(Utilidad neta/Activos totales promedio)	7.1%	7.9%
Activos Totales Promedio		7.755%	8.010%

**Tabla N°5.** Componentes de la rentabilidad del activo naviera de Monterrey.

**Fuente:** Rodríguez, Leopoldo (2012)

### **Interpretación de la fórmula.**

El resultado se expresa en porcentaje. Esta razón muestra la utilidad por cada dólar invertido en la empresa, (propio y ajeno). (Rojas, Maria de Lourdes, 2014).

Cuanto más alto el ratio, más rentables son los activos. Un ratio elevado es sinónimo de activos muy eficientes y productivos, en tanto que uno bajo se asocia a la baja productividad o a la ineficiencia en su manejo. Las instalaciones sobredimensionadas, en las que se convive con una elevada capacidad instalada ociosa, son un claro ejemplo de esto último. Una empresa así tendrá, muy probablemente, un ratio modesto. (Bustamante, Caballero, 2008).

Es decir entre más alto sea el porcentaje es más rentable la empresa, entendiendo que los activos están siendo bien utilizados.

### **Rentabilidad con Relación a las ventas.**

Mide el rendimiento sobre las ventas que ha efectuado la empresa, con el fin de conocer la eficiencia de las operaciones que realiza la empresa.

### **Margen de utilidad bruta.-**

Este índice muestra la utilidad generada en relación con las ventas efectuadas una vez reducido el valor de interés e impuestos, es decir la utilidad neta. Así lo

menciona Córdoba, Marcial (2012): “Indica el porcentaje que queda sobre las ventas después que la empresa ha pagado sus existencias.” (Pág. 106)

De igual manera es importante mencionar lo que dice: Finnerty John D., &Stowe John D. (2000): “El margen de utilidad bruta es la cantidad de cada dólar de ventas que queda después de pagar el costo de ventas”. (Pág.: 94)

## **Ventas**

De igual manera lo afirma Llamas, José María (1994) “Es una ciencia que se encarga de intercambiar un bien o servicio por una unidad monetaria que recompense los gastos de producción.” (Pág. 69)

Las ventas son los principales ingresos que tiene una empresa, la cual está establecido mediante los costos de producción más las utilidades. Como lo dice (De la Parra, Eric, 2004)“Ventas es una ciencia que se encarga de intercambiar un bien o servicio por un equivalente previamente pactado”. (Pág. 33)

Las ventas es el principal ingreso económico de una empresa o negocio, este se lo puede establecer de acuerdo a los costos de producción realizados y las utilidades.

## **Costo de Ventas.**

El costo de ventas es el valor que suman los costos directos en indirectos que la empresa incurrió para realizar la producción, el mismo que se encuentra reflejado en el Estado de Costo de Producción. Así lo menciona Horngren, Charles T. , SundemGary L. ,& StrattonWilliam O. (2007): “El costo de mercadería que adquiere o produce una compañía y que después vende”. (Pág. 62).

## **Fórmula**

$$\text{Margen de Utilidad Bruta: } \frac{\text{Ventas} - \text{Costos de ventas}}{\text{Ventas}} * 100$$

## **Interpretación de la Formula.**

El resultado se expresa en porcentaje.

Este indicador nos muestra la capacidad que tiene la empresa para poder cubrir sus gastos y costos de ventas.

Cuanto más elevado sea el margen, más elevada será la capacidad de la empresa para cubrir sus costos operativos, establecer sus precios de venta y obtener una utilidad neta. (Bustamante, Caballero, 2008)

### **Margen de utilidad neta.-**

Al calcular este índice se obtiene el porcentaje que a la empresa le queda por cada dólar que vende, como lo menciona Córdoba, Marcial (2012): “Determina el porcentaje que queda en cada venta después de deducir todos los gastos incluyendo los impuestos.” (Pág. 106).

Finnerty John D., & Stowe John D. (2000) afirma:

El margen de utilidad neta mide las utilidades que se obtienen de cada dólar de ventas después de pagar todos los gastos, incluidos el costo de ventas, los gastos de ventas (generales y administrativos), la depreciación, los intereses y los impuestos. (Pág. 94)

Como lo afirma (Rojas, Maria de Lourdes, 2014):

Es posible que la empresa se encuentre vendiendo mucho, pero que el margen de utilidad que las ventas arrojen sea pequeño, y viceversa: tal vez no se esté vendiendo mucho, pero el margen de utilidad por dólar vendido sea grande, con lo cual la empresa seguirá siendo rentable. (Pág. 65)

### **Utilidad Bruta.**

La utilidad bruta es la diferencia entre el total de ingresos de la empresa por la venta de su producción y el costo de ventas es decir lo que cuesta producir durante un tiempo determinado, normalmente se lo calcula cada año.

Finnerty John D., & Stowe John D. (2000) afirma:

La utilidad bruta es la diferencia entre las ventas y el costo de ventas, y es crucial porque representa la cantidad de dinero que queda para pagar los costos operativos,

los costos de financiamiento de los impuestos, y la necesaria para tener utilidades.  
(Pág. 94)

### **Fórmula**

$$\text{Margen de Utilidad Neta} : \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} * 100$$

### **Interpretación de la formula.**

El resultado se expresa en porcentaje, es el porcentaje que le queda a la empresa por cada dólar que vende.

El ratio, pues, mide qué porcentaje de cada dólar vendido se convierte en ganancia. Idealmente, cada dólar vendido debería transformarse en un dólar de utilidades. Pero sabemos que eso es imposible, pues las ventas tienen que hacer frente a una gran diversidad de costos. Entonces, uno de los objetivos debe ser minimizar los costos, procurando que la mayor parte posible de los ingresos por ventas se transforme en utilidades. (Bustamante, Caballero, 2008).

### **Rentabilidad financiera**

La rentabilidad financiera mide el rendimiento sobre los capitales propios de la empresa, es decir sobre el patrimonio y el capital común.

Como lo dice Córdoba, Marcial (2012): “Es la rentabilidad del negocio desde el punto del accionista, o sea cuanto se obtiene sobre el capital propio después de descontar el pago de la carga financiera”. (Pág. 15)

### **Rendimiento sobre el Patrimonio.-**

Mide el rendimiento sobre el patrimonio neto de la empresa con el fin de saber la eficiencia de las actividades de la misma.

Así lo menciona Amat, Oriol (1999): “Es un indicador muy utilizado para medir el éxito alcanzado por una empresa y para cuantificar la riqueza generada”. (Pág. 24)

## **Patrimonio.**

Es el conjunto de bienes y derechos que tiene una empresa menos sus obligaciones, es decir es lo que la empresa tiene en su totalidad entre aportaciones y adquisiciones.

Delgado, S & Ventura, B (2008): “Conjunto de bienes, derechos y obligaciones que permite a una entidad satisfacer sus necesidades y/o realizar una actividad productiva”. (Pág. 18) Es la diferencia del activo total menos el pasivo total.

## **Fórmula**

$$\text{Rendimiento del patrimonio: } \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}} * 100$$

## **Interpretación de la Formula.**

El resultado se expresa en porcentaje mientras más alto sea el porcentaje nos demostrar que se está utilizando bien el patrimonio de la empresa.

Si el indicador es positivo podemos decir que la empresa es rentable pues está utilizando eficientemente su patrimonio en la generación de utilidades. Mientras mayor sea el indicador más rentable es considerada la empresa pues genera más utilidades con un menor uso del capital invertido en ella y el dinero que ha generado. (Crece Negocio, 2012)

## **Rendimiento sobre Capital.-**

Mide la tasa de rendimiento sobre la inversión de los accionistas.

Este índice mide el rendimiento sobre la inversión que los accionistas han realizado en la empresa. Como lo dice (Córdoba, Marcial, 2012): “Indica el rendimiento que se obtiene sobre el valor en libros del capital contable.” (Pág. 106).

## **Capital Social**

El capital social de una empresa son los valores en dinero o los bienes que los accionistas de la organización ponen a disposición de la misma, en algunas ocasiones sin derecho a una devolución. Así lo menciona Aznar, Víctor (2002): “Pagado por

los socios más las reservas y las utilidades o pérdidas obtenidas a través del tiempo”.  
(Pág. 21)

### **Fórmula**

$$\text{Rendimiento del capital: } \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital social}} * 100$$

### **Interpretación de la fórmula**

El resultado se expresa en porcentaje, nos demuestra el porcentaje que gana los accionistas por cada dólar invertido. Esta razón nos muestra la utilidad por cada dólar invertido por los accionistas (como capital contribuido). Rojas, María de Lourdes (2014).

### **Estrategia de Rentabilidad.**

La estrategia de Rentabilidad define las expectativas de la empresa con relación a los beneficios que espera generar y el tiempo en el cual deberán ser generados, para lo cual plantea tres opciones básicas. (De Manuales Practicos De Marketing, 1990)

### **Explotación.**

Lograr el máximo de beneficios en el más breve lapso de tiempo posible.

### **Estabilidad**

Lograr los beneficios estables durante un largo periodo de tiempo.

### **Inversión.**

Logro de altos beneficios futuros. (De Manuales Practicos De Marketing, 1990)

El siguiente cuadro hace relación la estrategia de rentabilidad con el producto, entendiendo que el producto es importante para obtener una mayor rentabilidad.

<b>Estrategia de Rentabilidad</b>	<b>Efecto sobre el Producto</b>	<b>Acciones</b>
<b>EXPLOTACIÓN.</b> (Beneficios)	Reducción de Costos	<ul style="list-style-type: none"><li>• Análisis de Costos</li><li>• Reducción de la Variedad de</li></ul>

Inmediatos)		los ítems mediante eliminación.
	Perfeccionamiento del producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovación</li> <li>• Calidad</li> <li>• Estilos</li> </ul>
<b>ESTABILIDAD</b> (Beneficios Estables)	Perfeccionamiento del producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovación</li> <li>• Calidad</li> <li>• Estilos</li> </ul>
	Ampliación de la Línea de Producción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variedad de la Gama</li> <li>• Modificaciones a medida del cliente “Específicos”</li> </ul>
<b>INVERSIÓN.</b> (Beneficios Crecientes en el Futuro)	Productos Nuevos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Totalmente nuevos en el mundo.</li> <li>• Nueva línea de productos</li> </ul>

**Tabla N° 6.** Estrategia de rentabilidad con relación al producto  
**Fuente:** (Center, M. P, 2010)

Realizar el estudio de los indicadores de rentabilidad nos permite conocer cómo se encuentra la empresa con relación a la inversión y sus ventas, reflejando si es efectiva o no la administración de los mismos; lo cual permite tomar decisiones y acciones correctivas en caso de ser necesario. Siempre enfocados en mejorar la rentabilidad económica y financiera.

### **c. HIPÓTESIS.**

La gestión de la calidad de los procesos de producción afecta a la rentabilidad de la empresa “Agroargentina” Cía. Ltda.

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **a. MODALIDAD, ENFOQUE, NIVEL DE INVESTIGACIÓN**

##### **MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN**

Para la realización del presente trabajo de investigación se utilizará la investigación bibliográfica - documental y de campo.

##### **INVESTIGACIÓN DE BIBLIOGRÁFICA - DOCUMENTAL.**

La investigación bibliográfica es una fuente de información secundaria y es de carácter documental:

Muñoz, Carlos (1998) afirma:

Investigación bibliográfica. En este tipo de trabajos la recopilación de información y el análisis de los resultados tienen un grado de carácter documental muy alto (80 a 90 por ciento), apoyando lo encontrado con muy poca investigación de campo (10 a 20 por ciento). La investigación de este tipo son teóricas por lo general, y poco susceptibles de comparar. (Pág. 93).

La investigación tendrá la modalidad bibliográfica porque se apoyará en fuentes de información secundaria como libros, revistas, ensayos, publicaciones, tesis con temas similares; lo cual permitirá fundamentar, analizar, profundizar y sustentar la realidad de proyecto investigativo

##### **INVESTIGACIÓN DE CAMPO**

De igual manera se utilizará la investigación de campo ya que la persona investigadora acudirá al lugar en donde se realizan las actividades diarias lo que facilitará a recolectar información primaria utilizando diferentes técnicas como: entrevistas, cuestionarios, encuestas y observación; las cuales ayudarán a tener información de la realidad, referente al problema que se está analizando.

La investigación de campo levanta información como lo dice Muñoz, Carlos (1998):



Investigación de campo. En la ejecución de los trabajos de este tipo, tanto el levantamiento de información como el análisis, comprobaciones, aplicaciones prácticas, conocimientos y métodos utilizados para obtener conclusiones, se realizan en el medio en el que se desenvuelve el fenómeno o hecho en estudio. (Pág. 93)

## **ENFOQUE**

El enfoque cualitativo expresa cualidad como lo dice (Rojas, Rafael, 2008): “Denota cualidad que en su aceptación más elemental es cada una de las circunstancias o caracteres naturales o adquiridos que distinguen a las personas o cosas”. (Pág.116)

La realización del presente trabajo de investigación tiene un enfoque cuali-cuantitativo; cualitativo porque tiene la característica natural del problema y se utilizará un estudio de tipo subjetivo.

Es decir el investigador estuvo en el lugar donde se genera el problema objeto de estudio, en la Empresa Agroargentina Cía. Ltda., aquí se pudo identificar el problema que está afectando a la rentabilidad de la empresa en su contexto natural, de igual manera las causas que provocan la problemática y sus efectos, para poder plantear posibles soluciones para mejorar la rentabilidad de la organización y eliminar el problema que impide el crecimiento económico de la empresa “Agroargentina Cía. Ltda.”.

La investigación cualitativa se enfoca en proporcionar conocimiento y entendimiento del problema en un contexto real.

Torres, César (2006) afirma:

Los investigadores que utilizan el método cualitativo buscan entender una situación social como un todo, teniendo en cuenta sus propiedades y su dinámica, la investigación cualitativa busca conceptualizar sobre la realidad, con base en información obtenida de la población o las personas estudiadas. (Pág. 57).

La investigación también se basa en el enfoque cuantitativo porque se utiliza la característica del problema numérica o de medición y un estudio de tipo subjetivo.

El enfoque cuantitativo busca cuantificar datos como lo menciona (Malhotra, Martinez, & Rosales, 2004): “La investigación cuantitativa busca cuantificar los datos y en general algún tipo de análisis estadístico, siempre que se tiene un

problema de investigación, debe ser precedida por la investigación cualitativa”. (Pág.: 137)

Para el desarrollo de la presente investigación es necesario el uso del enfoque cuantitativo ya que indispensable la recopilación de datos en cantidades de la empresa “Agroargentina” Cía. Ltda. De sus diferentes áreas que están relacionadas con el problema de estudio las cuales son: área de producción, área de floreteo y área financiera, de las mismas que requerimos información mediante entrevistas a los trabajadores y directivos de la empresa, también se utilizó la técnica de observación con lo cual se logró tener información real . Los mismos que son de gran utilidad para realizar un análisis y conocer si el rendimiento de la es el adecuado, lo que nos permitirá tomar decisiones para solucionar el problema fundamentado en datos reales de la organización.

El enfoque cuali-cuantitativo que utilizará en la presente investigación es una mezcla del estudio cualitativo y cuantitativo porque se recoge información de un problema determinado utilizando técnicas de recolección de información como entrevistas, encuentros y observación, para tabular, analizar y dar posibles soluciones que ayuden a la empresa erradicar el problema.

## **NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN.**

### **Investigación Descriptiva**

La investigación descriptiva realiza un análisis detallando de la problemática a estudiar como lo dice (Ruiz, Francisco, 2010): “La investigación descriptiva tiene como objetivo primordial la realidad, siendo sus principales métodos de recogida información la encuesta e incluso la observación”. (Pág. 191).

El autor (Tamayo, Mario, 2004) mención:

La investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hechos y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta.

La tarea del investigador en este tipo de investigación tiene las siguientes etapas.

- Descripción del problema
- Definición y formulación de la hipótesis.

- Supuestos en que se basan la hipótesis.
- Marco teórico.
- Selección de técnicas de recolección de datos.
  - Población
  - Muestra.
- Verificación de validez de instrumentos.
- Descripción, análisis e interpretación de datos. (Pág. 46)

La presente investigación cumple con todas las etapas de la investigación descriptiva puesto que se realizó la descripción del problema que tiene la empresa “Agroargentina” Cía. Ltda., y con ello se formuló un hipótesis con la misma se comprueba la teoría que la gestión de la calidad incide en la rentabilidad de la empresa, para lo cual se recolecto información la misma que fue sometida a un análisis e interpretación

### **Investigación Explicativa.**

La investigación explicativa se enfoca que buscar las causas o motivos del problema objeto de estudio como lo dice (Bernal, Cesar Augusto, 2009): “Es aquella que tiene relación causal; no sólo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta encontrar las causas del mismo.”

Como lo dice (Martinez, Juan Carlos) s/f: “Mediante este tipo de investigación, que requiere combinación de métodos analítico y sistemático, en conjugación con el deductivo y el inductivo, se trata de responder o dar cuenta de los porqué del objeto que se investiga” (s/p)

La investigación exploratoria busca por qué suceden los problemas es decir las causas que lo provocan, es así que en el problema que es objeto de estudio en la presente investigación se pudo obtener las causas que afectan a la rentabilidad de la empresa “Agroargentina” Cía. Ltda., mediante la utilización de encuestas al personal de la empresa la misma que nos ayudó para encontrar los motivos que afectan a la empresa y con ello poder buscar una solución.

### **Investigación Correlacional.**

En el trabajo de investigación se utilizará la investigación relacional ya que el estudio es bivariado que cuenta con una variable de estudio y una variable analítica.

La variable de estudio es la rentabilidad de la Empresa “Agroargentina Cía. Ltda.” y la variable analítica es la gestión de la calidad en los procesos de producción.

La investigación relacional tiene como objetivo medir el grado de relación que existe entre dos o más variables, en un contexto en particular. La utilidad de este tipo de investigación es saber cómo se puede comportar una variable conociendo el comportamiento de otra y otras variables relacionadas.

Osuna, Eduardo (2010). “Se caracteriza por querer conocer el grado de relación que existe entre dos variables para analizar su situación y la influencia en los resultados.” (Pág. 43).

## **b. POBLACIÓN, MUESTRA, UNIDAD DE INVESTIGACIÓN**

### **POBLACIÓN**

La población que será parte del trabajo de investigación es de sesenta y nueve personas distribuidas de la siguiente manera:

<b>POBLACIONES</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE (%)</b>
Personal Administrativo	7	10.15 %
Personal de producción	35	50.72 %
Personal de Campo	27	39.13 %
<b>TOTAL</b>	<b>69</b>	<b>100%</b>

**Tabla N° 7.** Unidades de Observación

**Fuente:** Empresa “Agro Argentina” Cía. Ltda.

**Elaborado Por:** Estrella, Jessica (2016)

### **MUESTRA**

Para el presente proyecto de investigación no se ha considerado ninguna muestra, debido a que el marco muestral es demasiado pequeño y es factible trabajar con la totalidad de la población.

### c. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

#### VARIABLE INDEPENDIENTE GESTIÓN DE CALIDAD

**Tabla N° 8. VARIABLE INDEPENDIENTE**

CONCEPTO	DIMENSION/ CATEGORIA	INDICADOR	ITEMS BASICO	TECNICAS E INTRUMENTOS
La gestión de calidad es un conjunto de normas para administrar una empresa vinculada entre ellas de una manera organizada la calidad de los procedimientos. La organización siempre se enfocara hacia la mejora continua de la calidad de los productos y en los procesos de producción a fin de satisfacer las necesidades de los clientes.	Principios de la gestión de calidad	Cliente	¿Con que frecuencia se satisface las expectativas del cliente?	Encuesta destinada al personal de producción, campo y administrativos.
		Liderazgo	¿Los jefes de área trabajan para generar un ambiente interno centrado en cumplir con las metas y objetivos?	
		Participación Personal Procesos Procedimientos	¿El personal de cada área se encuentra capacitado en las actividades que deben realizar? ¿Existe un manual de procesos documentado? ¿Por qué considera usted que la empresa tiene Castigos (producción sin pago) parte del cliente? ¿Cuáles factores son los que provocan la perdida de la producción? ¿Cuáles son los principales defectos que tiene el producto? ¿Cómo considera la implementación de un Plan de Mejora Continua dentro de la empresa?	
	Elementos de la Gestión de la Calidad	Mejora continua	¿Se realiza un análisis de los proveedores previo la adquisición de insumos químicos?	Encuesta destinada al personal de producción, campo y administrativos.
		Proveedores	¿Dispone la empresa de una estructura organizacional que detalle las responsabilidades de cada colaborador?	
		Estructura Organizacional Recursos	¿Cuál recurso considera usted más importante en la gestión de la calidad? ¿Cómo califica la materia Prima (Planta de Brócoli)? ¿Los equipos y maquinaria utilizados para la producción son los adecuados?	
		Normativa	¿Los estándares de calidad por los que pasan los productos antes de salir a la venta?	

## VARIABLE DEPENDIENTE RENTABILIDAD

Tabla N° 9. VARIABLE DEPENDIENTE

CONCEPTO	DIMENSION/ CATEGORIA	INDICADOR	ITEMS BASICO	TECNICAS E INTRUMENTOS
La rentabilidad es la capacidad que tiene una empresa para generar capital de trabajo, utilizando índices de rentabilidad para medir la relación entre las utilidades o beneficios y la inversión o los recursos que fueron utilizados para obtenerlos.	Rentabilidad Económica	Rendimiento del Activo Total	¿Con que frecuencia se analiza la rentabilidad económica de la empresa?  ¿Cuál es el rendimiento del activo total con relación a la utilidad neta de la empresa?	Entrevista destinada al gerente general.
		Margen de Utilidad Bruta	¿Cuál es el porcentaje del Margen de Utilidad Bruta?	
		Margen de utilidad Neta	¿Cuál es el porcentaje del Margen de Utilidad Neta de la empresa?	
	Rentabilidad Financiera	Rendimiento del Patrimonio	¿Se realiza periódicamente análisis de la rentabilidad financiera de la empresa?  ¿La rentabilidad con relación al patrimonio tiene buen rendimiento?	Entrevista destinada al gerente general.
	Rendimiento sobre el Capital	¿La rentabilidad es la indicada según el capital invertido?		

Elaborado Por: Estrella, Jessica (2016)

#### **d. DESCRIPCIÓN DETALLADA DEL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DE FUENTES PRIMARIAS Y SECUNDARIAS.**

Para la realización de la presente investigación se ha utilizado información de fuentes primarias, que se obtuvo a través de la aplicación de encuestas y mediante el análisis de la información financiera de la empresa.

Para la aplicación de los cuestionarios el investigador se trasladó hasta las instalaciones de la empresa “Agroargentina” Cía. Ltda., con el fin de tener contacto directo con el personal que es parte de la empresa (trabajadores y directivos) para quienes fueron destinadas las encuestas, con el fin de obtener información verídica y real de la empresa.

El tiempo de duración estimado de cada cuestionario fue de 8 a 10 minutos, en algunos casos el tiempo fue un poco más debido que se despejaba cualquier duda o inquietud que los encuestados tenían al momento de responder las preguntas.

Una vez finalizada la recolección de la información se procedió de la siguiente manera:

Revisión de la información recogida, donde se verifico que todas las preguntas hayan sido respondidas.

Después se organizó la información para proceder a tabular y someterla en un proceso de datos, con la utilización de la estadística descriptiva.

Inmediatamente se procedió a analizar la información con ayuda del programa Microsoft Excel el mismo que nos permitió elaborar tablas de manera sencilla y ordenada, a fin de realizar el cálculo de la frecuencia absoluta (Sumatoria) y frecuencia relativa (cálculo de porcentajes).

Posteriormente se realizó la elaboración de gráficos, que son esenciales para realizar el análisis de las variables de estudio.

Finalmente se concluye con el análisis e interpretación de los resultados obtenidos en la realización de las encuestas.

De igual manera para la obtención de la información financiera el investigador se movilizó hasta la empresa “Agroargentina” Cía. Ltda., para solicitar al gerente general los estados financieros de los periodos comprendidos entre 2011-2014.

Al momento en que se obtuvo los estados financieros se realizó el siguiente procedimiento:

Se organizaron los estados financieros de manera ascendente para poder revisarlos.

Después se analizó los estados financieros con la utilización de los indicadores de rentabilidad, mediante la ayuda de Microsoft Excel se realizaron los cálculos.

Al final se procedió a graficar los resultados.



## **CAPITULO IV**

### **4. RESULTADOS**

#### **a. PRINCIPALES RESULTADOS**

Los principales resultados que se encontraron en la presente investigación es mediante la realización de la encuesta la misma que nos sirve para analizar la variable independiente que es la gestión de la calidad, mientras que para analizar la variable dependiente se utiliza estados financieros de la empresa que sirven para aplicar los indicadores de rentabilidad, los resultados se detallan a continuación.

#### **PROCESO DE PRODUCCIÓN**

Las actividades de producción de la empresa “Agroargentina” Cía. Ltda., se realiza de la siguiente manera:

##### **Departamento compras.**

- Análisis de los diferentes proveedores en diferentes ámbitos como calidad, tiempo de entrega, precios y plazos de pago.
- Adquisidores de materia prima.
- Se realiza periódicamente controles de calidad a la materia prima, en caso de no pasar el control la materia prima es devuelta al proveedor, de lo contrario esta lista para ser utilizada en el siguiente proceso.

##### **Área de Producción**

##### **Preparación del Suelo.**

- Deshacerse de cualquier desecho existente en la tierra.
- Examinar

##### **Siembra.**

La planta se cubre ligeramente con una capa de tierra de 1.5 cm y se coloca la cinta de goteo para riegos frecuentes para conseguir un producto desarrollado en unos 45-

55 días, es importante tener materia prima de calidad en este caso la planta del brócoli debe cumplir con diferentes requisitos como color, tamaño y peso.

### **Fertilización.**

- El control de malezas se realiza manualmente, y se recomienda no utilizar productos insumos químicos debido a que el brócoli es sensible a estos tipos de sustancias.
- La aplicación de fertilizantes se lo realizada cada 25 días.

Todos los insumos químicos deben ser esencialmente de calidad, debido a que un contenido inadecuado pueden provocar la pérdida total de la producción porque no da los resultados que se espera.

### **Cosecha.**

La recolección comienza cuando la planta se encuentra dentro de los 45-55 días.

- Preparación del personal y maquinaria.
- Corte de la pella del brócoli a unos 5-6 cm del tallo, dejando a un lado todas las hojas.
- Recolección de las pellas.
- Traslado de la producción al área de floreteo.

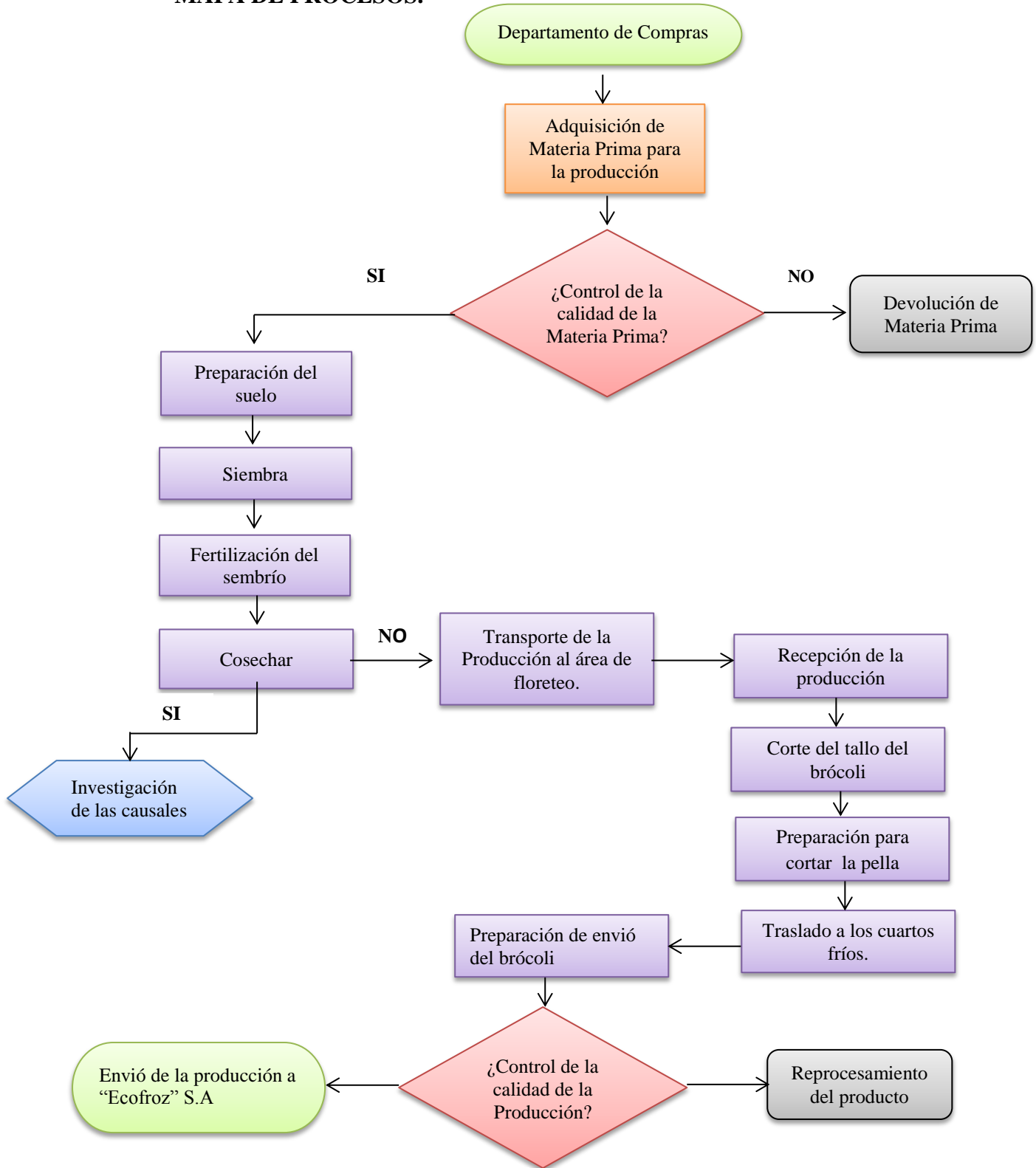
En caso no existir producto para cosechar en el tiempo normalmente establecido se procede a realizar un análisis para conocer las causas y dar solución.

### **Área de floreteo.**

- Recepción de la producción luego de ser cosechada.
- Corte del tallo del brócoli a fin de que quede la pella limpia.
- Proceso de corte de la pella en pequeños pedazos es decir hacer floretes.
- Traslado de la producción floreteada a los cuartos fríos para que se mantenga fresca.
- Preparación para que el brócoli sea pesado y con ello realizar el embarque para enviar a “Ecofroz” S.A

Se realiza un control de la calidad de la producción, si pasa el control la producción está listo para ser trasladado hasta el cliente, caso contrario vuelve a reprocesarse.

**MAPA DE PROCESOS.**



**Gráfico N° 4.** Proceso de producción del Brócoli  
**Fuente:** Empresa “Agroargentina” Cía. Ltda.  
**Elaborado por:** Estrella, Jéssica (2016)

## DETALLE DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN.

La empresa tiene escasos controles en los procesos de producción lo cual está afectando a la rentabilidad de la misma puesto que cuando el brócoli no está adecuado para salir al mercado es reprocesado y se pierde el tiempo y en los peores casos se desperdicia el producto. Al existir en cada proceso un control se podría evitar mezclar la producción en buen estado con la que está adecuada ya que al tener contacto se contamina la totalidad, es el caso cuando el producto se encuentra quemado, con insectos o deformaciones.

## GESTIÓN DE LA CALIDAD

Para realizar el análisis de la gestión de la calidad de la empresa “Agro Argentina” Cía. Ltda., se aplicaron encuestas al personal de la empresa las mismas que se detallan de la siguiente manera.

**PREGUNTA N° 1** ¿Con que frecuencia se satisface las expectativas del cliente?

Tabla N° 10: Pregunta # 1

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Siempre	7	10,14
Frecuentemente	35	50,72
Casi Siempre	15	21,74
A Veces	12	17,39
Nunca	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>69</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta a empleados de la empresa  
Elaborado Por: Estrella, Jessica (2016)

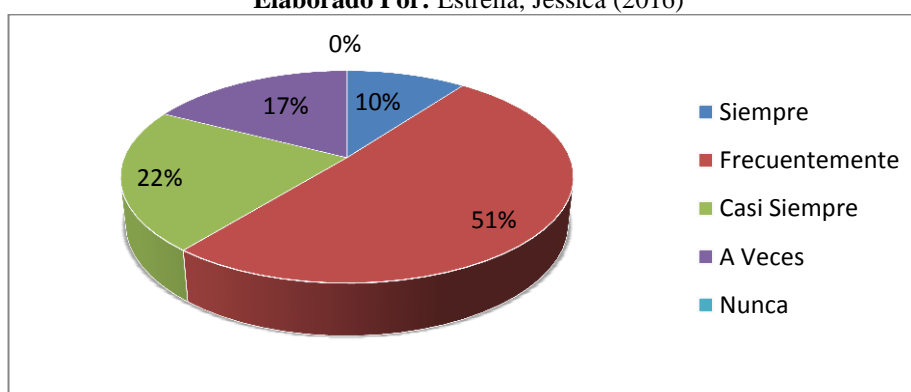


Gráfico N° 5. Satisfacción del cliente  
Fuente: Encuesta a empleados de la empresa  
Elaborado Por: Estrella, Jessica (2016)

### Análisis e interpretación.

Una vez realizada la encuesta se puede determinar que del 100% del personal encuestado el 50.72% afirma que la empresa satisface frecuentemente al cliente, en este caso a “Ecofroz S.A”, mientras que el 21.74% opina que casi siempre se satisface al cliente, seguido por el 17.39% que considera que a veces la empresa satisface al cliente por último el 10.14% nos dice que el cliente es satisfecho siempre. Lo que nos indica que la empresa “Agro Argentina” Cía. Ltda.,

La mayor parte representa la satisfacción del cliente de manera frecuente, esto sucede porque el producto no cumple con las especificaciones del cliente lo que ocasiona insatisfacción en el mismo provocando los castigos, es decir producción sin pago; solamente el 10.14% nos indica que siempre es satisfecho el cliente puesto que en su mayoría la satisfacción del cliente se los estima entre a veces y casi siempre.

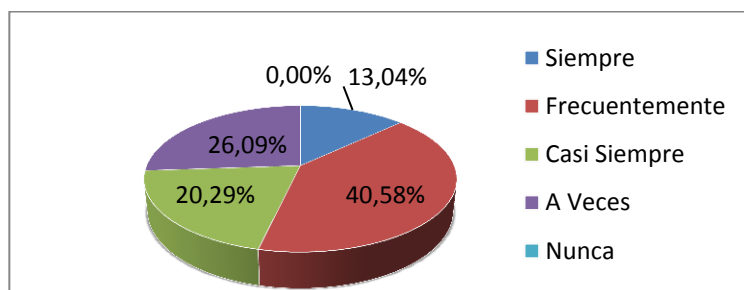
**PREGUNTA N°. 2** ¿Los jefes de área trabajan para generar un ambiente interno centrado en cumplir con las metas y objetivos?

**Tabla N°11:** Pregunta # 2

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Siempre	9	13,04
Frecuentemente	28	40,58
Casi Siempre	14	20,29
A Veces	18	26,09
Nunca	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>69</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a empleados de la empresa

**Elaborado Por:** Estrella, Jessica (2016)



**Gráfico N° 6.** Trabajo para cumplir metas y objetivos

**Fuente:** Encuesta a empleados de la empresa

**Elaborado Por:** Estrella, Jessica (2016)

### Análisis e interpretación.

Con los resultados obtenidos de las encuestas, se puede determinar que el 40.58% de los encuestados opinan que frecuentemente los jefes de cada área trabajan en cumplir con las metas y objetivos de la empresa, seguido por un 26.09% que representa a que a veces trabajan los jefes de área en cumplir con metas y objetivos, mientras que un 20.29% que afirman que el trabajo es casi siempre, tan solo un 13.04% nos dice que siempre los jefes de área trabajan enfocados en alcanzar con las metas y objetivos de la empresa.

La mayoría del personal estima que los jefes de área trabajan frecuentemente en cumplir metas y objetivos de la empresa, debido a que no son visibles o de conocimiento general el trabajo que realizan los jefes de área, ocasionando que se estime que el trabajo en alcanzar metas y objetos sea casi siempre o a veces, y tan solo un 13.04% considera que siempre el trabajo es enfocado en metas y objetivos.

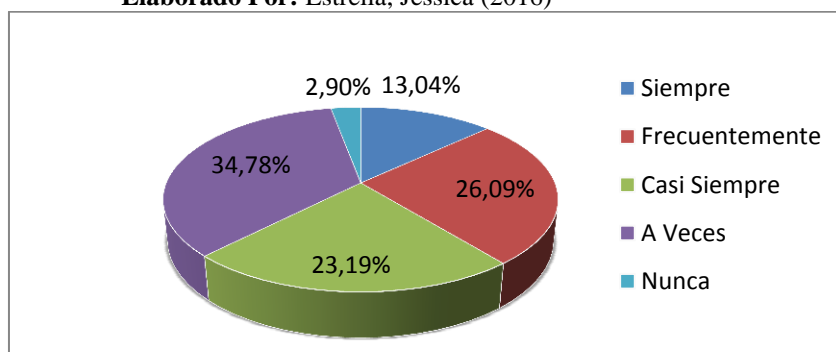
**PREGUNTA N°. 3** ¿El personal de cada área se encuentra capacitado en las actividades que deben realizar?

**Tabla N°12.** Pregunta # 3

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Siempre	9	13,04
Frecuentemente	18	26,09
Casi Siempre	16	23,19
A Veces	24	34,78
Nunca	2	2,90
<b>TOTAL</b>	<b>69</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a empleados de la empresa

**Elaborado Por:** Estrella, Jessica (2016)



**Gráfico N°7.** Capacitación del personal

**Fuente:** Encuesta a empleados de la empresa

**Elaborado Por:** Estrella, Jessica (2016)

### Análisis e interpretación.

Con la información obtenida luego de la realización de la encuesta podemos determinar que 34.78% del personal de la empresa en pocas ocasiones, es decir a veces se encuentra capacitado en las actividades que debe realizar, el 26.09% nos indica que frecuentemente el personal es capacitado, el 23.19% muestra que casi siempre el personal es capacitado en las actividades diarias, mientras que el 13.04% nos dice que siempre está capacitado el personal, sin embargo existe un 2.90% que demuestra que nunca se encuentran capacitados los trabajadores.

Podemos concluir que los trabajadores se encuentran a veces capacitados, es decir en pocas ocasiones, únicamente el 2.90% manifiesta nunca haber sido capacitado, la mayor parte ha sido capacitado de manera frecuente o casi siempre, lo ideal debería ser que el personal se encuentre capacitado siempre, ya que de ello depende su desempeño laboral.

### PREGUNTA N°. 4 ¿Existe un manual de procesos documentado?

Tabla N°13. Pregunta # 4

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	0	0,00
No	69	100,00
<b>TOTAL</b>	<b>69</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta a empleados de la empresa  
Elaborado Por: Estrella, Jessica (2016)

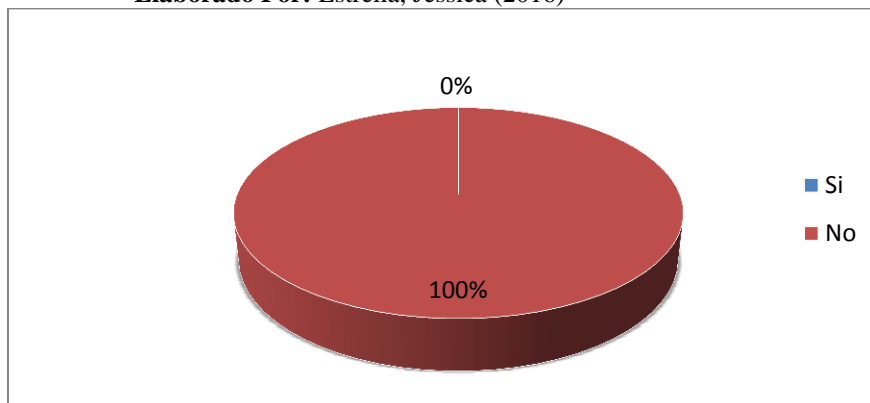


Gráfico N° 8. Manual de procesos documentado  
Fuente: Encuesta a empleados de la empresa  
Elaborado Por: Estrella, Jessica (2016)

### Análisis e interpretación.

Después de haber realizado la pregunta sobre la existencia de un manual de procesos documentado, el 100% de los encuestados afirmaron que la empresa no cuenta con dicho manual es decir los 69 trabajadores.

La empresa no dispone de un manual de procesos documentado, es decir que los procesos se realizan de manera frecuente o diariamente pero no están escritos en un papel, documentar los procesos cual sería importante para poder realizar de mejor manera las actividades dentro de la empresa por parte de cada uno de los colaboradores.

**PREGUNTA N°. 5** ¿Por qué considera usted que la empresa tiene Castigos (producción sin pago) de parte del cliente?

Tabla N°14. Pregunta # 5

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Mala Calidad del producto	52	75,36
Entrega Tardía	5	7,25
Incumplimiento del Pedido	12	17,39
<b>TOTAL</b>	<b>69</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta a empleados de la empresa

Elaborado Por: Estrella, Jessica (2016)

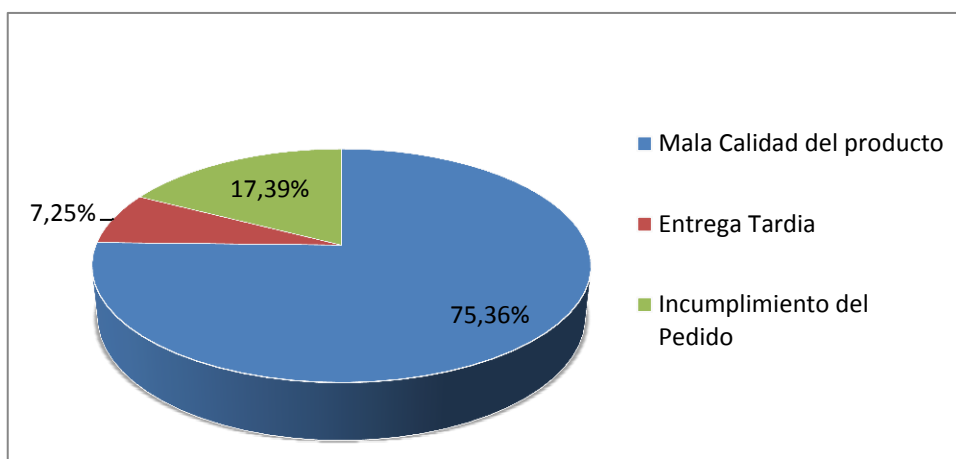


Gráfico N° 9. Castigos del cliente

Fuente: Encuesta a empleados de la empresa

Elaborado Por: Estrella, Jessica (2016)



### **Análisis e interpretación.**

Luego de realizarse la encuesta podemos determinar que la empresa tiene castigos por parte de su cliente “Ecofroz S.A”, debido a la mala calidad de la producción que representa el 75.36%, mientras que un 17.39% ocurre por incumplir con el pedido y un 7.25% sucede por la entrega tardía del producto.

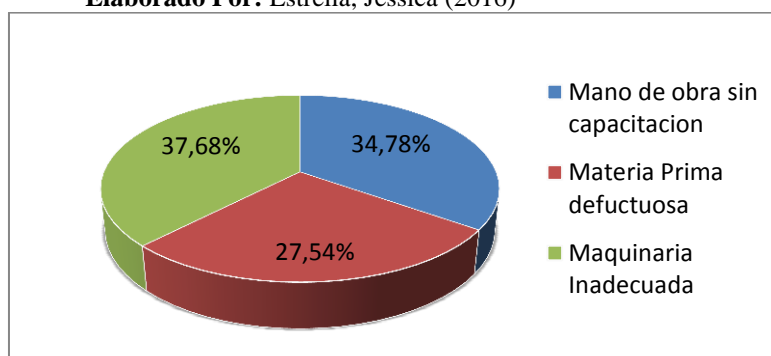
La empresa recibe castigos es por entregar la producción en mala calidad, otro motivo es el incumplimiento del pedido, esto sucede cuando en cada embarque se envía más producción de la requerida por el cliente “Ecofroz S. A” y finalmente en un porcentaje menor por entregar tarde el pedido.

**PREGUNTA N°. 6** ¿Cuáles factores son los que provocan la perdida de la producción?

**Tabla N°15.** Pregunta # 6

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>FRECUENCIA ABSOLUTA</b>	<b>FRECUENCIA RELATIVA</b>
Mano de obra sin capacitación	24	34,78
Materia Prima defectuosa	19	27,54
Maquinaria Inadecuada	26	37,68
<b>TOTAL</b>	<b>69</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a empleados de la empresa  
**Elaborado Por:** Estrella, Jessica (2016)



**Gráfico N°10.** Factores que provocan la pérdida de producción

**Fuente:** Encuesta a empleados de la empresa  
**Elaborado Por:** Estrella, Jessica (2016)

### **Análisis e interpretación.**

Una vez realizada la pregunta de los factores que indican en la perdida de la producción se puede determinar que el 37.68% corresponde a la maquinaria

inadecuada, el 34.78% demuestra que la mano de obra sin capacitación provoca la pérdida de la producción y el 27.54% nos dice que la materia prima defectuosa es la causante de la perder la producción.

Uno de los principales motivos por el cual la empresa pierde su producción es la maquinaria inadecuada dentro de este ítem se encuentran todos los materiales necesarios para proceso de floreteo brócoli, también otro motivo es la mano de obra sin capacitación que afecta a la producción final, aquí se puede tener una discrepancia porque al existir personal sin capacitación puede ser la causa por la cual se considera que la maquinaria es la incorrecta, es decir no les indicaron como es la utilización correcta de cada material, por otro lado tener materia prima defectuosa también provocar tener perdida en la producción, ya que si la materia prima es de calidad existirá más probabilidad de que el producto final tenga calidad.

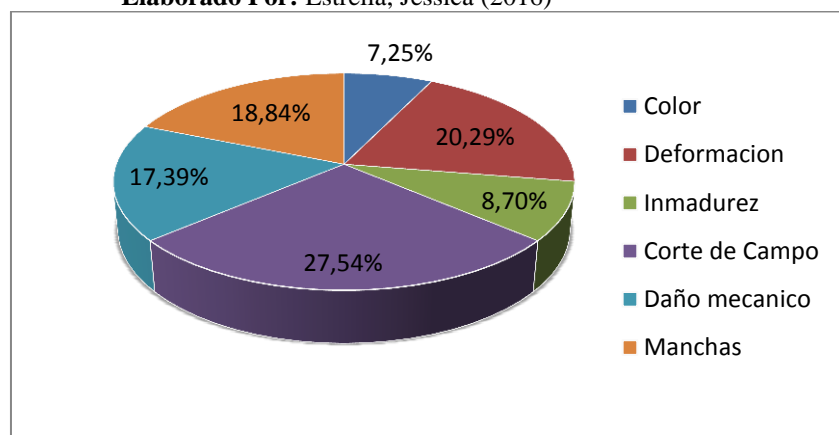
**PREGUNTA N°. 7** ¿Cuáles son los principales defectos que tiene el producto?

**Tabla N°16.** Pregunta # 7

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Color	5	7,25
Deformación	14	20,29
Inmadurez	6	8,70
Corte de Campo	19	27,54
Daño mecánico	12	17,39
Manchas	13	18,84
<b>TOTAL</b>	<b>69</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a empleados de la empresa

**Elaborado Por:** Estrella, Jessica (2016)



**Gráfico N° 11.** Defectos del producto

**Fuente:** Encuesta a empleados de la empresa

**Elaborado Por:** Estrella, Jessica (2016)

### Análisis e interpretación.

Del 100% de los encuestados el 27.54% nos indica que uno de los principales defectos que tiene el producto es el corte del campo, mientras que el 20.29% es por la deformación del brócoli, seguido con el 18.84% que son las manchas que existen el producto, continuando con un 17.39% que corresponde al daño mecánico y finalmente el 7.25% que representa al color del producto.

Uno de los principales defectos que tiene el brócoli es el corte de campo, el mismo que es provocado por diferentes motivos: la falta de conocimiento del corte o el uso de materiales de forma incorrecta, otros defectos son las machas, deformación, color, inmadurez e incluso el daño mecánico que puede existir dentro del área de floreteo, tres de los defectos no pueden ser controlados (machas, deformación, color), los demás defectos si se pueden controlar mediante un riguroso control de los responsables del área de floreteo.

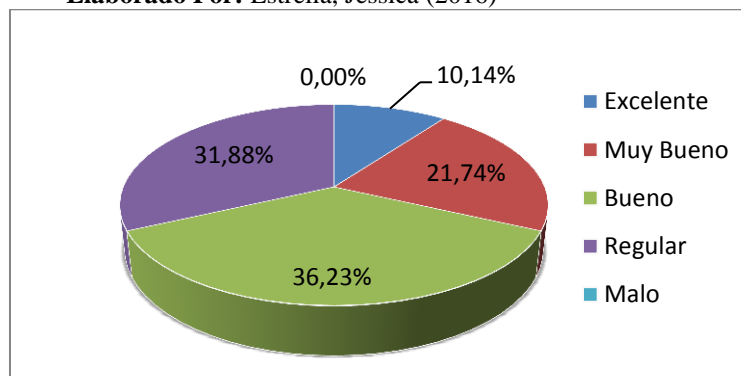
**PREGUNTA N°. 8** ¿Los estándares de calidad por los que pasan los productos antes de salir a la venta son?

**Tabla N° 17.** Pregunta # 8

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Excelente	7	10,14
Muy Bueno	15	21,74
Bueno	25	36,23
Regular	22	31,88
Malo	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>69</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a empleados de la empresa

**Elaborado Por:** Estrella, Jessica (2016)



**Gráfico N° 12.** Estándares de calidad

**Fuente:** Encuesta a empleados de la empresa

**Elaborado Por:** Estrella, Jessica (2016)

### Análisis e interpretación.

De los 69 trabajadores encuestados 25 opinan que los estándares de calidad son buenos, es decir un 36.23%, mientras que 22 trabajadores afirman que los estándares de calidad son regulares lo cual representa un 31.88%, también 15 colaboradores consideran que los estándares de calidad son muy buenos, es decir el 21.74% y 7 trabajadores estiman que los estándares son excelentes, es decir el 10.14%.

Los estándares de calidad por los que pasan los productos antes de salir a la venta son buenos en bajo porcentaje, parte de trabajadores nos indicaron que los estándares son regulares solamente un pequeño porcentaje de trabajadores opinan que los estándares son excelentes, la empresa debería tener estándares de calidad calificados entre muy buenos y excelentes para tener un producto un producto de calidad y con ello tener a su cliente “Ecofroz S.A” satisfecho y evitar recibir castigos.

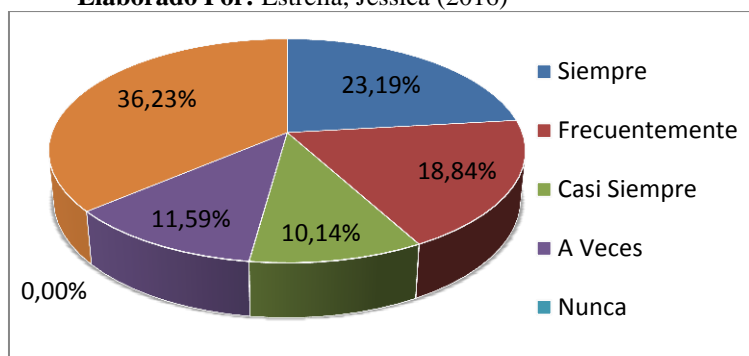
**PREGUNTA N°. 9** ¿Se realiza un análisis de los proveedores previo la adquisición de insumos químicos?

**Tabla N°18.** Pregunta # 9

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Siempre	16	23,19
Frecuentemente	13	18,84
Casi Siempre	7	10,14
A Veces	8	11,59
Nunca	0	0,00
No tiene conocimiento	25	36,23
<b>TOTAL</b>	<b>69</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a empleados de la empresa

**Elaborado Por:** Estrella, Jessica (2016)



**Gráfico N° 13.** Análisis a los proveedores

**Fuente:** Encuesta a empleados de la empresa

**Elaborado Por:** Estrella, Jessica (2016)

### **Análisis e interpretación.**

Luego de realizar la encuesta y responder la pregunta sobre la frecuencia que se analiza a los proveedores el 23.19% de los encuestados nos indican que siempre se analiza, el 18.84% nos dijeron que frecuentemente se realiza un análisis, mientras que 11.59% opina que a veces se realiza es decir en pocas ocasiones, y 10.14% nos afirman que casi siempre se realiza un análisis a los proveedores, el 36.23% desconoce de esta información ya que la mayoría de trabajadores del campo no tiene acceso a dicha información.

Se puede determinar que la mayoría de los encuestados desconoce de la información ya que es personal del campo, sin embargo existe un porcentaje alto que indica que siempre se realiza un análisis a los proveedores lo cual es importante ya que se puede conocer los plazos que crédito, calidad de los productos, tiempo de entrega que son esenciales para las negociaciones, se estima que casi siempre y frecuentemente se realiza esta actividad.

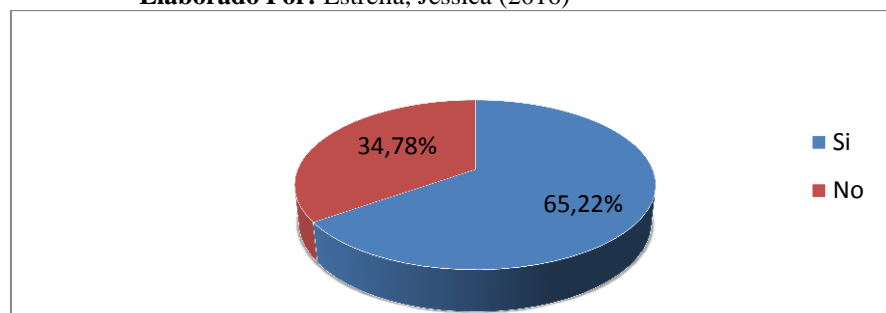
**PREGUNTA N°. 10** ¿Dispone la empresa de una estructura organizacional que detalle las responsabilidades de cada colaborador?

**Tabla N° 19.** Pregunta # 10

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>FRECUENCIA ABSOLUTA</b>	<b>FRECUENCIA RELATIVA</b>
Si	45	65,22
No	24	34,78
<b>TOTAL</b>	<b>69</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a empleados de la empresa

**Elaborado Por:** Estrella, Jessica (2016)



**Gráfico N° 14.** Estructura Organizacional

**Fuente:** Encuesta a empleados de la empresa

**Elaborado Por:** Estrella, Jessica (2016)

### Análisis e interpretación.

De las 69 personas encuestadas 45 personas indicaron que la empresa si dispone de una estructura organizacional, es decir 65.22% y 24 trabajadores dijeron que la empresa no dispone de una estructura organizacional, con una participación del 34.78%.

Los resultados arrojados en esta pregunta nos da a conocer que 65.22% del personal tiene conocimiento que existe una estructura organizacional, es decir que un porcentaje considerable de la empresa tiene desconocimiento lo cual puede influir en el desempeño de cada trabajador ya que desconoce cada una de las responsabilidades que tiene a su cargo afectando así a los resultados de la empresa.

### PREGUNTA N°. 11

¿Los equipos y maquinaria utilizados para la producción son los adecuados?

Tabla N° 20. Pregunta # 11

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	43	62,32
No	26	37,68
<b>TOTAL</b>	<b>69</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta a empleados de la empresa  
Elaborado Por: Estrella, Jessica (2016)

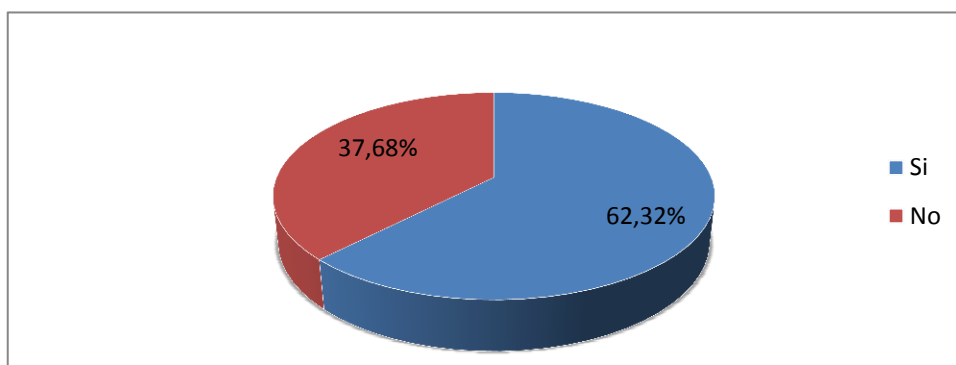


Gráfico N° 15. Equipos y Maquinaria  
Fuente: Encuesta a empleados de la empresa  
Elaborado Por: Estrella, Jessica (2016)

### Análisis e interpretación.

De acuerdo a la información que obtuvimos con la realización de la encuesta podemos determinar que 43 personas encuestadas afirman que los equipos y maquinarias son los adecuados para la producción con una participación 62.32% de los cuales aproximadamente 25 trabajadores conocen la correcta utilización, mientras que 26 trabajadores opinaron que los equipos y maquina no son los correctos para la producción, es decir el 37.68% de la totalidad.

Nos podemos dar cuenta la mayoría de trabajadores opinan que los equipos y maquinarias que dispone la empresa son los adecuados para la producción, se estima que es el personal que tiene conocimientos básicos del uso de los mismos, sin embargo el porcentaje restante afirman que no son los correctos, esto puede ser por la falta de capacitación al personal.

### PREGUNTA N°. 12 ¿Cómo califica la materia Prima (Planta de Brócoli)?

Tabla N°21. Pregunta # 12

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Excelente	11	15,94
Muy Bueno	23	33,33
Bueno	19	27,54
Regular	16	23,19
Malo	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>69</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta a empleados de la empresa

Elaborado Por: Estrella, Jessica (2016)

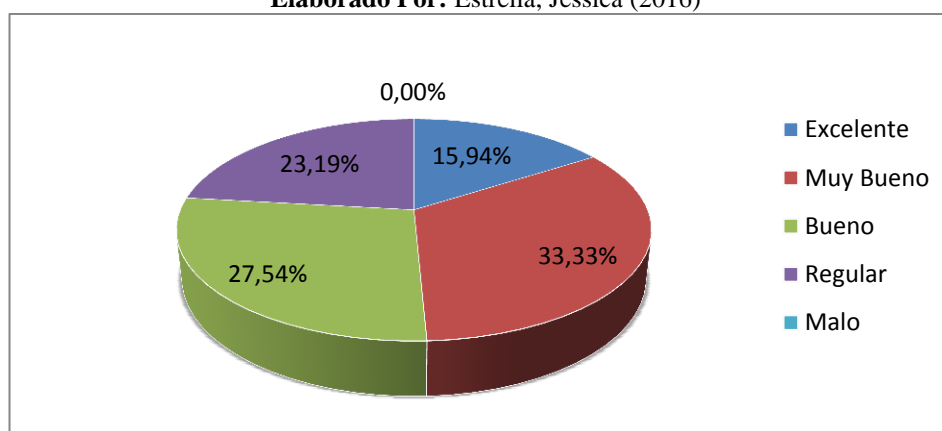


Gráfico N°16. Materia Prima

Fuente: Encuesta a empleados de la empresa

Elaborado Por: Estrella, Jessica (2016)

### Análisis e interpretación.

Después de haber realizado la encuesta y respondido la pregunta sobre la calidad de la materia prima específicamente la planta del brócoli del 100% de los encuestados, el 33.33% califica la materia prima como muy buena, el 27.54% opina que la materia prima es buena, mientras que el 23.19% califica la materia prima como Regular y el 15.94% de los encuestados califica la materia prima como excelente.

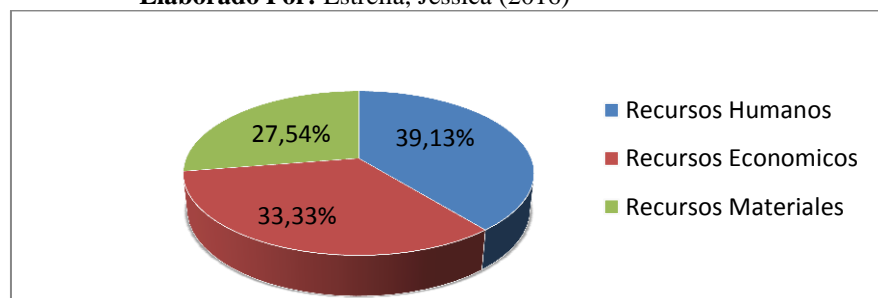
Podemos concluir que la mayoría de encuestados califica a la planta de brócoli como muy buena, seguida de una calificación buena y regular, mientras que un porcentaje 15.94% que la califica como excelente, el rango de calificación se puede decir que está bien, pero lo que le conviene a la empresa es adquirir materia prima de calidad lo que puede ayudar a tener mayor probabilidad de tener un producto final con calidad, por lo tanto la materia prima sin calidad difícilmente producirá brócoli con calidad.

**PREGUNTA N°. 13** ¿Cuál recurso considera usted más importante en la gestión de la calidad?

**Tabla N°22.** Pregunta # 13

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Recursos Humanos	27	39,13
Recursos Económicos	23	33,33
Recursos Materiales	19	27,54
<b>TOTAL</b>	<b>69</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a empleados de la empresa  
**Elaborado Por:** Estrella, Jessica (2016)



**Gráfico N° 17.** Recursos en la Gestión de la Calidad

**Fuente:** Encuesta a empleados de la empresa  
**Elaborado Por:** Estrella, Jessica (2016)



### Análisis e interpretación.

Del 100% de las personas encuestadas el 39.13% afirmaron que los recursos humanos son parte importante de la gestión de la calidad, seguido del 33.33% que dijeron que los recursos económicos son importantes y finalmente el 27.54% representa a las personas que opinaron que los recursos materiales son importantes en la gestión de la calidad.

podemos concluir que de los tres recursos existentes el personal de la empresa estima que recurso humano es primeramente importante para la gestión de la calidad, ya que de ellos depende la utilización de materiales los cuales son adquiridos con el recurso económico, por tal motivo asignan el segundo lugar a recursos económicos y en tercer lugar a los recursos materiales.

**PREGUNTA N°. 14** ¿Cómo considera la implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad dentro de la empresa?

Tabla N°23. Pregunta # 14

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Muy Importante	22	31,88
Importante	19	27,54
Medio Importante	15	21,74
Poco Importante	13	18,84
Nada Importante	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>69</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta a empleados de la empresa

Elaborado Por: Estrella, Jessica (2016)

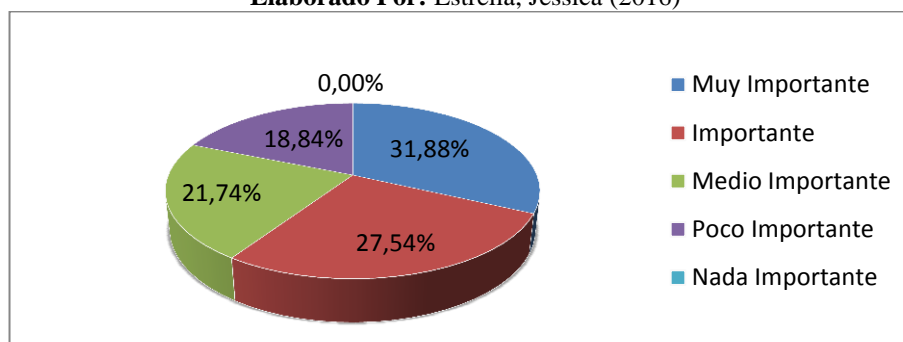


Gráfico N°18. Implementación Sistema de Gestión de la Calidad

Fuente: Encuesta a empleados de la empresa

Elaborado Por: Estrella, Jessica (2016)

### **Análisis e interpretación.**

Con la información obtenida luego de terminar las encuestas del total de 69 personas, 22 dijeron que la implementación de un sistema de gestión de la calidad, sería muy importante para la empresa, es decir el 31.88% del total, mientras que 19 personas opinaron que es importante con el 27.54% participación, seguido de 15 personas que afirmaron que sería medio importante, lo cual representa el 21.74% y finalmente 13 personas dijeron que es poco importante es decir con el 18.14%.

Podemos determinar que el porcentaje más alto considera que es muy importante la implantación de un sistema de gestión de la calidad, lo cual sería verdaderamente esencial para la empresa debido a que ayudaría a controlar en las diferentes áreas de la empresa para combatir los puntos débiles dela misma, únicamente el 18.14% estima que es poco importante eso se debe al desconocimiento de los beneficios de la implementación de un sistema de gestión de la calidad.

### **RENTABILIDAD**

Para realizar los cálculos de la rentabilidad se utilizó el balance general y el estado de resultados de la empresa “Agro Argentina” Cía. Ltda., de los periodos comprendidos entre 2011 al 2014, los cuales se analizan a continuación.

### **RENTABILIDAD ECONÓMICA.**

La rentabilidad económica está conformada por tres indicadores: el rendimiento del activo total, el margen de utilidad bruta y el margen de utilidad neta los mismo que se proceden a calcular en la presente investigación de los años 2012, 2013 y 2014 de la empresa “Agro Argentina” Cía. Ltda., como se detalla a continuación:

#### **Rendimiento del Activo Total**

#### **Fórmula.**

$$\text{Rendimiento Activo Total: } \frac{\text{Utilidad neta después de impuestos}}{\text{Activos Totales Promedio}} * 100$$

#### **Pregunta N°1.**

¿Cuál es el rendimiento del activo total con relación a la utilidad neta de la empresa?

### **Año 2012**

$$\text{Rendimiento Activo Total: } \frac{111.786,86}{\left(\frac{4.919.642,64 + 4.907.786,84}{2}\right)} * 100$$

$$\text{Rendimiento Activo Total: } \frac{111.786,86}{4.913.714,74} * 100$$

**Rendimiento Activo Total:** 0.0227  $\approx$  2.27%

### **Interpretación.**

En el año 2012 la empresa invirtió alrededor de 4.913.714,74 teniendo un rendimiento de 0.0227 por cada dólar invertido es decir recibido más o menos 111.541,32 por la inversión que realizó.

### **Año 2013**

$$\text{Rendimiento Activo Total: } \frac{117.688,84}{\left(\frac{4.907.786,86 + 4.905.178,58}{2}\right)} * 100$$

$$\text{Rendimiento Activo Total: } \frac{117.688,64}{4.906.482,71} * 100$$

**Rendimiento Activo Total:** 0.024  $\approx$  2.40%

### **Interpretación.**

La empresa en el año 2013 invirtió en activos alrededor de 4.906.482,71, lo cual permitió a la empresa tener un rendimiento de 0.024 por cada dólar invertido es decir ganó aproximadamente 117.755,58 por la inversión realizada.

### **Año 2014**

$$\text{Rendimiento Activo Total: } \frac{109.927,63}{\left(\frac{4.905.178,58 + 4.563.034,35}{2}\right)} * 100$$

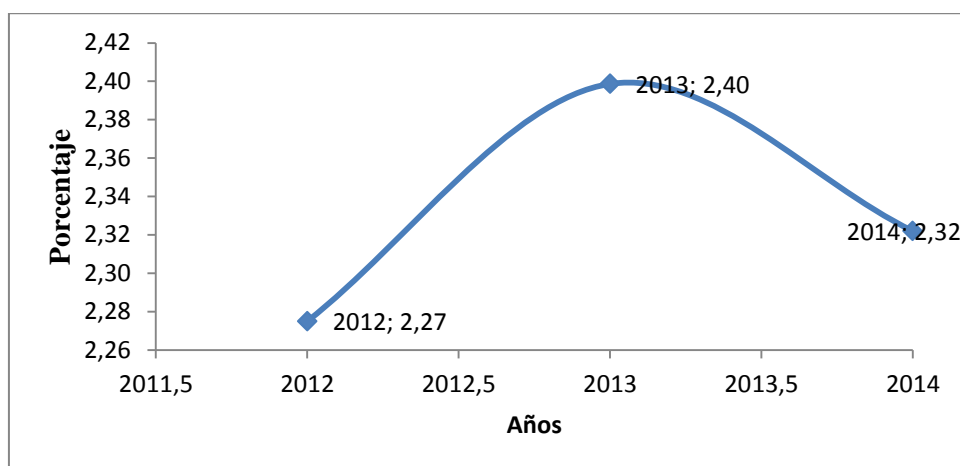
$$\text{Rendimiento Activo Total: } \frac{109.927,63}{4.734.106,47} * 100$$

**Rendimiento Activo Total:** 0.0232  $\approx$  2.32%

### Interpretación.

La empresa en el año 2014 invirtió en sus activos aproximadamente 4.734.106.47, por lo cual se generó una ganancia de 0.0232 por cada dólar invertido, es decir obtuvo un rendimiento alrededor de 109.831,27 por la inversión que realizó.

A continuación se puede observar el gráfico del rendimiento del activo total de los años analizados anteriormente.



**Gráfico N° 19.** Rendimiento del Activo Total  
**Fuente:** Encuesta a empleados de la empresa  
**Elaborado por:** Estrella, Jéssica (2016)

### Análisis e Interpretación.

La rentabilidad que la empresa recibió por cada dólar de inversión en los activos en el año 2012 fue del 2.27%, mientras que en el año 2013 fue el 2.40% y en el año 2014 el rendimiento fue del 2.32% con relación a los activos.

Entre los años que son objeto de estudio podemos observar que en el año 2013 la empresa “Agro Argentina” Cía. Ltda., obtuvo un porcentaje de rendimiento de los activos totales alto con relación al año 2014 que existió una ligera reducción pasando del 2.40% al 2.32%, esto fue provocado por la disminución de la utilidad neta lo cual fue el resultado de la reducción de las ventas de la empresa, mientras tanto en el año 2012 su porcentaje fue del 2.27% es decir obtuvo un rendimiento bajo con relación a los años que están siendo analizados. Cabe mencionar que mientras más alto sea el rendimiento será mejor para la empresa.

## Margen de Utilidad Bruta

**Fórmula.**

$$\text{Margen de Utilidad Bruta: } \frac{\text{Ventas} - \text{Costos de ventas}}{\text{Ventas}} * 100$$

**Pregunta N°2.**

¿Cuál es el porcentaje del Margen de Utilidad Bruta?

**Año 2012**

$$\text{Margen de Utilidad Bruta: } \frac{1.645.480,66 - 978.845,84}{1.645.480,66} * 100$$

$$\text{Margen de Utilidad Bruta: } \frac{666.634,82}{1.645.480,66} * 100$$

**Margen de Utilidad Bruta:** 0.4051  $\approx$  40,51%

**Interpretación.**

En el año 2012 el margen de utilidad bruta que la empresa recibió por cada dólar que vendió fue de 0.4051 centavos, es decir aproximadamente ganó 666.584,22 con relación a las ventas.

**Año 2013**

$$\text{Margen de Utilidad Bruta: } \frac{1.630.074,00 - 969.398,00}{1.630.074,00} * 100$$

$$\text{Margen de Utilidad Bruta: } \frac{660.676,00}{1.630.074,00} * 100$$

**Margen de Utilidad Bruta:** 0.4053  $\approx$  40,53%

**Interpretación.**

La empresa en el año 2013 obtuvo un margen de utilidad bruta de 0.4053centavos, por cada dólar que vendió, es decir sus ventas le generaron alrededor de 660.668,99 de ganancia.

## Año 2014

$$\text{Margen de Utilidad Bruta: } \frac{1.626.387,79 - 977.297,00}{1.626.387,79} * 100$$

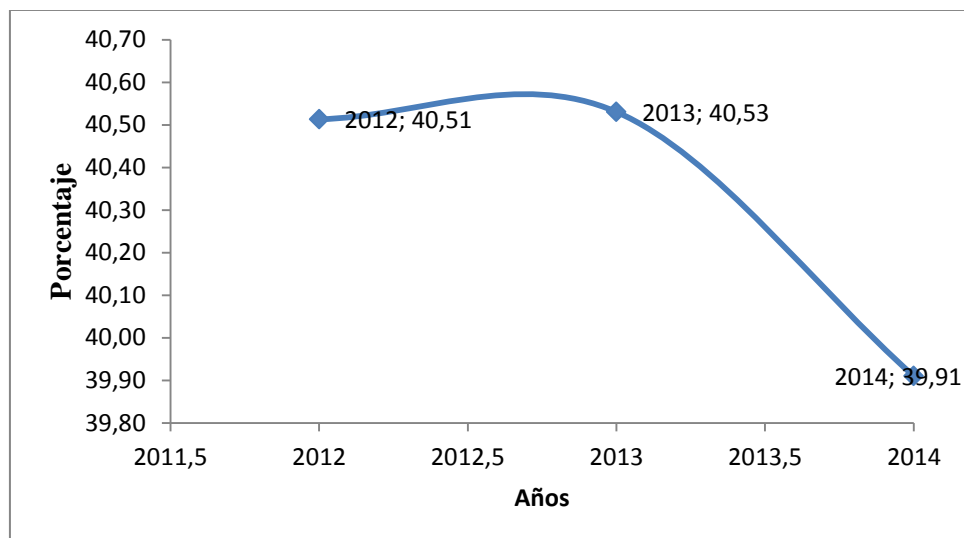
$$\text{Margen de Utilidad Bruta: } \frac{649.090,79}{1.626.387,79} * 100$$

**Margen de Utilidad Bruta:** 0.3991  $\approx$  39,91%

### Interpretación.

En el año 2014 la empresa generó un margen de utilidad bruta de 0.3991 centavos, con relación a sus ventas, es decir obtuvo aproximadamente una ganancia de 649.091,37 por las ventas que realizó.

En el siguiente gráfico se puede observar el margen de utilidad bruta de la empresa de los años que son objeto de estudio.



**Gráfico N° 20.** Margen de Utilidad Bruta  
**Fuente:** Encuesta a empleados de la empresa  
**Elaborado por:** Estrella, Jéssica (2016)

### Análisis e Interpretación

El margen de utilidad bruta en el año 2012 fue de 40.51%, por cada dólar que se vendió la empresa, mientras que en el año 2013 el margen de utilidad bruta fue de 40.53% y en el año 2014 se obtuvo un margen del 39.91% por las ventas realizadas.

La empresa tiene un alto margen de utilidad bruta en el año 2013, con relación a los otros años de estudio, es así que en el año 2012 el margen fue menor en un bajo porcentaje, pero en el año 2014 se puede observar que el margen de utilidad bruta es muy bajo, es decir del 40.53% disminuyó al 39.91% lo cual fue provocado por la disminución de las ventas y el aumento de los costos de producción afectando considerablemente a la utilidad neta, ya que el año 2014 fue menor con relación a los años pasados.

### **Margen de Utilidad Neta**

#### **Fórmula.**

$$\text{Margen de Utilidad Neta} : \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} * 100$$

#### **Pregunta N°3.**

¿Cuál es el porcentaje del Margen de Utilidad Neta de la empresa?

#### **Año 2012**

$$\text{Margen de Utilidad Neta} : \frac{111.786,86}{1.645.480,66} * 100$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta} : 0.0679 \approx 6,79\%$$

#### **Interpretación.**

En el año 2012 la empresa obtuvo una utilidad neta de 0.0679 centavos, con relación a sus ventas, es decir después de cumplir con todas sus obligaciones empresariales y tributarias, obtuvo una ganancia de alrededor de 111.728,14.

#### **Año 2013**

$$\text{Margen de Utilidad Neta} : \frac{117.688,84}{1.630.074,00} * 100$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta} : 0.0722 \approx 7,22\%$$

#### **Interpretación.**

Para el año 2013 el margen de utilidad neta para la empresa “Agro argentina” Cía. Ltda., fue de 0.0722 centavos por cada dólar que vendió, es decir recibió una

ganancia de alrededor de 117.619,34 después de haber cumplido con todas sus obligaciones.

#### **Año 2014**

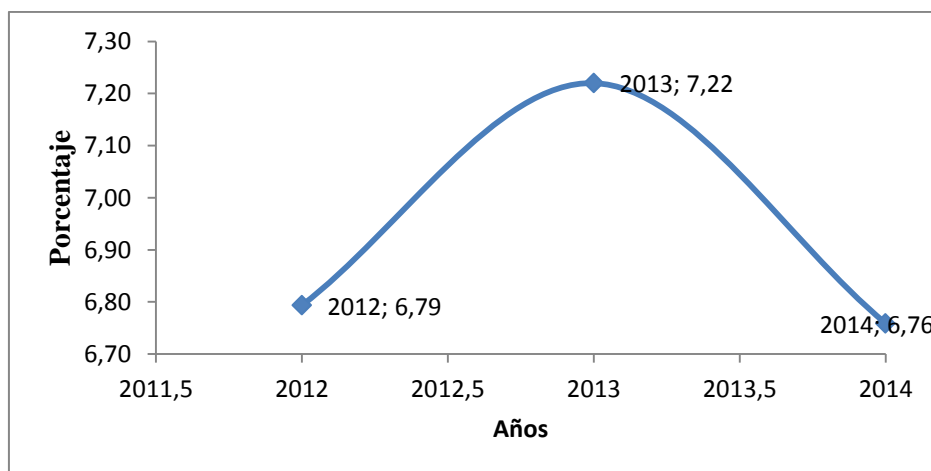
$$\text{Margen de Utilidad Neta} : \frac{109.927,63}{1.626.387,79} * 100$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta} : 0.0676 \approx 6,76\%$$

#### **Interpretación.**

En el año 2014 la empresa obtuvo un margen de utilidad neta de 0.0676 centavos por cada dólar vendido, después de haber cumplido con todas sus obligaciones empresariales y tributarias recibió una ganancia de alrededor de 109.943,81.

A continuación se puede observar las variaciones que ha tenido en margen de utilidad neta de la empresa “Agro Argentina” Cía. Ltda., en los diferentes años analizados.



**Gráfico N° 21.** Margen de Utilidad Neta  
**Fuente:** Encuesta a empleados de la empresa  
**Elaborado por:** Estrella, Jéssica (2016)

#### **Análisis e Interpretación**

El margen de utilidad neta de la empresa en el año 2012 fue de 6.79%, seguido por un 7.27% en el año 2013 y finalmente en el año 2014 la empresa tiene un margen de



utilidad neta de 6.76%, con relación a las ventas realizadas y después de haber cumplido con todas sus obligaciones empresariales y tributarias, es decir pago de la participación de los trabajadores e impuestos.

La empresa “Agro Argentina” Cía. Ltda., en el año 2013 obtuvo un alto porcentaje del margen de utilidad neta con relación a los años analizados, mientras en el año 2012 el rendimiento fue bajo, pasando del 7.27% al 6.79%, de igual manera en el año 2014 sucedió lo mismo el margen de utilidad neta fue bajo, esto ocurre porque los costos de producción y gastos aumentaron, mientras que las ventas decayeron provocando una disminución en la utilidad neta; es necesario recalcar que mientras más alto sea el porcentaje de rendimiento más rentable es la empresa.

### **RENTABILIDAD FINANCIERA**

Para analizar la rentabilidad financiera se calcula dos indicadores: el rendimiento del patrimonio y el rendimiento del capital, de los años 2012, 2013 y 2014 de la empresa “Agro Argentina” Cía. Ltda.

#### **Rendimiento del Patrimonio**

**Fórmula.**

$$\text{Rendimiento del patrimonio: } \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio Promedio}} * 100$$

#### **Pregunta N°4.**

¿La rentabilidad con relación al patrimonio tiene buen rendimiento?

#### **Año 2012**

$$\text{Rendimiento del patrimonio: } \frac{111.786,86}{\left(\frac{4.455.757,39 + 4.451.762,38}{2}\right)} * 100$$

$$\text{Rendimiento del patrimonio: } \frac{111.786,86}{4.453.759,89} * 100$$

$$\text{Rendimiento del patrimonio: } 0.0251 \approx 2,51\%$$

**Interpretación.**

En el año 2012 la empresa obtuvo un rendimiento del patrimonio de 0.0251 centavos por cada dólar que es parte del patrimonio de la empresa, es decir el patrimonio generó una ganancia de alrededor de 113.125,50.

### **Año 2013**

$$\text{Rendimiento del patrimonio: } \frac{117.688,84}{\left(\frac{4.534.640,20 + 4.451.762,38}{2}\right)} * 100$$

$$\text{Rendimiento del patrimonio: } \frac{117.688,84}{4.493.201,29} * 100$$

**Rendimiento del patrimonio:** 0.0262  $\approx$  2,62%

### **Interpretación.**

La empresa en el año 2013 generó un rendimiento de 0.0262 centavos por cada dólar que es parte del patrimonio de la empresa, es decir ganó aproximadamente 117.721,87 con relación al patrimonio.

### **Año 2014**

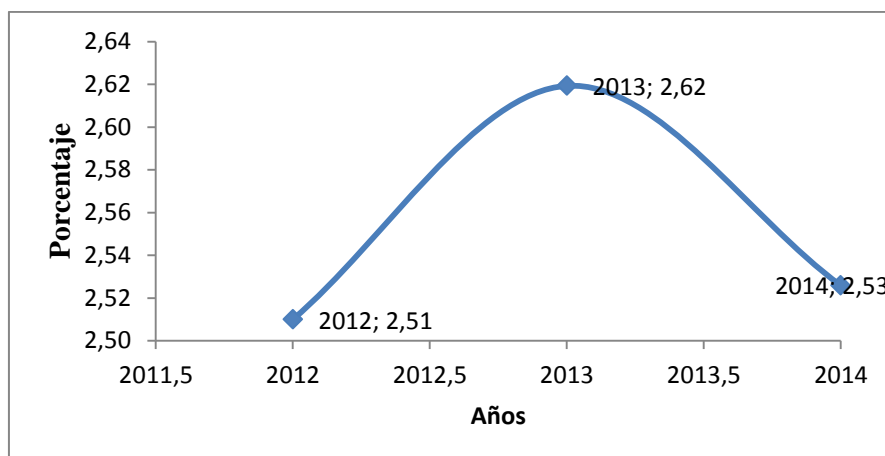
$$\text{Rendimiento del patrimonio: } \frac{109.927,63}{\left(\frac{4.169.412,57 + 4.534.640,20}{2}\right)} * 100$$

$$\text{Rendimiento del patrimonio: } \frac{109.927,63}{4.352.026,39} * 100$$

**Rendimiento del patrimonio:** 0.0253  $\approx$  2,53%

### **Interpretación.**

Para el año 2014 la empresa “Agro Argentina” Cía. Ltda., recibió un rendimiento del patrimonio de 0.0253 centavos por cada dólar que es parte del mismo, podemos decir que la empresa generó una ganancia de 110.106,27.



**Gráfico N° 22.** Rendimiento del Patrimonio  
**Fuente:** Encuesta a empleados de la empresa  
**Elaborado por:** Estrella, Jéssica (2016)

### **Análisis e Interpretación**

El rendimiento sobre el patrimonio en el año 2012 es de 2.51%, mientras que en el año 2013 el rendimiento fue del 2.62% y en el año 2014 el porcentaje fue de 2.53% por cada dólar que es parte del patrimonio de la empresa se obtuvieron dichas retribuciones.

La empresa en el año 2013 obtuvo un mayor porcentaje del rendimiento sobre el patrimonio con relación a los otros años de estudio, sin embargo en el año 2012 el rendimiento fue bajo, disminuyendo de un 2.62% a 2.51% respectivamente, de igual forma en el año 2014 el porcentaje de rendimiento fue bajo con relación al 2013 y ligeramente alto con relación al 2012, eso sucedió debido a que la utilidad neta se redujo lo cual fue resultado de unas ventas bajas y el aumento de los gastos y costos de producción; es importante tener en cuenta que mientras más alto sea el porcentaje de rendimiento más rentable será la empresa.

### **Rendimiento del Capital**

**Fórmula.**

$$\text{Rendimiento del capital: } \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Social Promedio}} * 100$$

**Pregunta N°5.** ¿La rentabilidad es la indicada según el capital invertido?

### **Año 2012**

$$\text{Rendimiento del capital: } \frac{111.786,86}{\left(\frac{321.876,89 + 321.876,89}{2}\right)} * 100$$

$$\text{Rendimiento del capital: } \frac{111.786,86}{643.753,78} * 100$$

**Rendimiento del capital:** 0.3473  $\approx$  34,73%

### **Interpretación.**

En el año 2012 la empresa generó un rendimiento sobre el capital de 0.3473 centavos por cada dólar invertido por los socios, es decir se obtuvo una ganancia alrededor de 223.575,69 por el capital invertido.

### **Año 2013**

$$\text{Rendimiento del capital: } \frac{117.688,84}{\left(\frac{321.876,89 + 321.876,89}{2}\right)} * 100$$

$$\text{Rendimiento del capital: } \frac{117.688,84}{643.753,78} * 100$$

**Rendimiento del capital:** 0.3656  $\approx$  36,56%

### **Interpretación.**

La empresa en el año 2013 generó un rendimiento de 0.3656 centavos por cada dólar que los socios invirtieron en la misma, por lo cual se puede determinar que la organización recibió más o menos 235.356,38 por el capital que fue invertido.

### **Año 2014**

$$\text{Rendimiento del capital: } \frac{109.927,63}{\left(\frac{321.876,89 + 321.876,89}{2}\right)} * 100$$

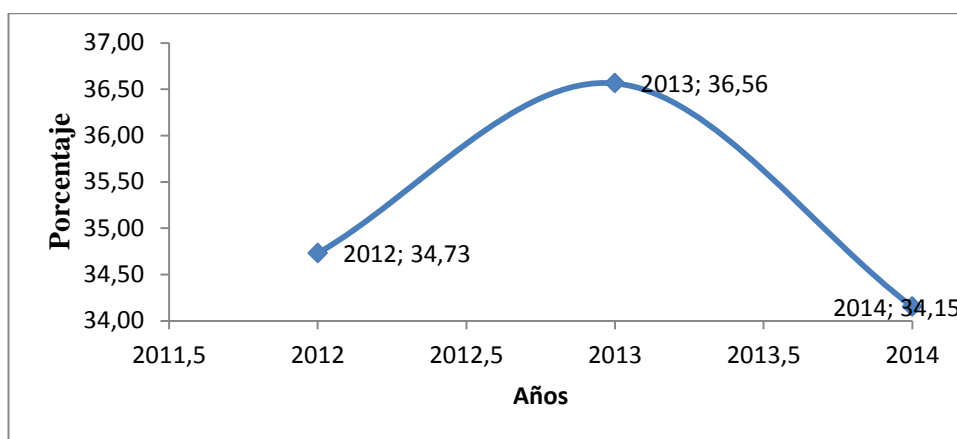
$$\text{Rendimiento del capital: } \frac{109.927,63}{643.753,78} * 100$$

**Rendimiento del capital:** 0.3415  $\approx$  34,15%

### Interpretación.

Los socios de la empresa “Agro Argentina” Cía. Ltda., por cada dólar que invirtieron en el año 2014 tuvieron retribución de 0.3415 centavos es decir la empresa generó una ganancia de aproximadamente de 219.841,92 por su capital invertido.

A continuación podemos observar la gráfica de los porcentajes del rendimiento del capital invertido por los socios de la empresa en los años 2012, 2013 y 2014.



**Gráfico N° 23.** Rendimiento del Capital  
**Fuente:** Encuesta a empleados de la empresa  
**Elaborado por:** Estrella, Jéssica (2016)

### Análisis e Interpretación.

El rendimiento sobre el capital invertido en el año 2012 fue de 34.73%, mientras que en el año 2013 el rendimiento fue de 36.56%, y en el año 2014 el rendimiento fue 34.15% los cuales se generaron por la inversión que realizaron los socios de la empresa para contribuir con el capital social de la misma.

Entre los años que son objeto de estudio en el 2012 la empresa obtuvo un bajo rendimiento con relación al capital social, mientras que en el año 2013 el porcentaje subió pasando de 34.73% a 36.56% esto sucedió debido a que la utilidad neta es mayor que el año anterior, lo cual beneficio a los socios ya que tuvieron una mayor porcentaje de retribución a la inversión realizada, pero en el año 2014 el rendimiento tiende a descender a 34.15% es decir es bajo lo cual sucedió por la disminución de la utilidad neta, siempre será importante que la empresa obtenga los rendimientos más altos ya que con ello será más rentable.

## VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Una vez analizados e interpretados los datos obtenidos mediante la aplicación de encuestas, continuamos con la verificación de hipótesis para lo cual es necesario tomar en cuenta a las dos variables que son objeto de estudio, lo cual nos permitirá asegurarnos de la viabilidad del trabajo de investigación.

Para la verificación de hipótesis se utilizará la triangulación hermenéutica de la información, lo cual nos ayudará a aceptar o rechazar la hipótesis nula.

### Formulación de la Hipótesis

#### Ho. Hipótesis Nula.

La gestión de la calidad de los procesos de producción no afecta a la rentabilidad de la empresa “Agro Argentina” Cía. Ltda.

#### Hi. Hipótesis Alterna.

La gestión de la calidad de los procesos de producción afecta a la rentabilidad de la empresa “Agro Argentina” Cía. Ltda.

#### Análisis.

Preguntas	Indicadores de Rentabilidad
5. ¿Por qué considera usted que la empresa tiene Castigos (producción sin pago) de parte del cliente?	En el 2014 el margen de utilidad bruta generó un porcentaje del 39.91% debido a los castigos.
<b>Mala calidad del producto 75.36%</b>	
Análisis: El 75.36% de los encuestados consideran que los castigos (producción sin pago) es ocasionado por la mala calidad del brócoli, es decir porque no cumple con los requerimientos del cliente lo cual se evidencia en el margen de utilidad bruta que tiene un porcentaje del 39.91% en el año 2014 el cual se estima que es bajo, por esta razón es evidente la necesidad de implementar un sistema de gestión de la calidad que sirva como guía para controlar la calidad de la producción.	
6. ¿Cuáles factores son los que	Margen de utilidad neta en el 2014 fue del

provocan la pérdida de la 6.76%, por diferentes factores.  
producción?

**Mano de obra sin capacitación  
34.78%**

Análisis: La escasa capacitación al personal de la empresa afecta al desempeño laboral de cada trabajador porque no se realizan las actividades correctamente provocando que la producción salga de la venta sin cumplir con los requerimientos y necesidades del cliente, como lo muestra la encuesta el 34,78% afirma que la pérdida de la producción es por disponer de mano de obra sin capacitación lo cual se refleja en el margen de utilidad neta del año 2014 que tiene un porcentaje del 6.76%, por este motivo es necesario la implementación de un sistema de gestión de la calidad que permita mejorar la calidad de la producción mediante la creación de programas de capacitación periódicamente en el cual se pueda compartir experiencias, conocimientos e información importante.

11. ¿Los equipos y maquinaria utilizados para la producción son los adecuados? El rendimiento del activo total que obtuvo la empresa en el año 2014 fue del 2.32%.

**Sí. 62.32%**

Análisis: El 62.32% de las personas encuestadas afirman que los equipos y maquinaria que la empresa dispone son los adecuados para la producción, sin embargo desconocen la correcta utilización de los mismos, evidenciándose en un 2.53% del rendimiento del activo total de la empresa, reiterando una vez más la escasa capacitación al personal y la necesidad de un sistema de gestión de calidad.

14. ¿Cómo considera la implementación de un sistema de gestión de la calidad dentro de la empresa? El rendimiento del patrimonio de la empresa en el 2014 fue de 2.53%.

**Muy importante 31.88%**

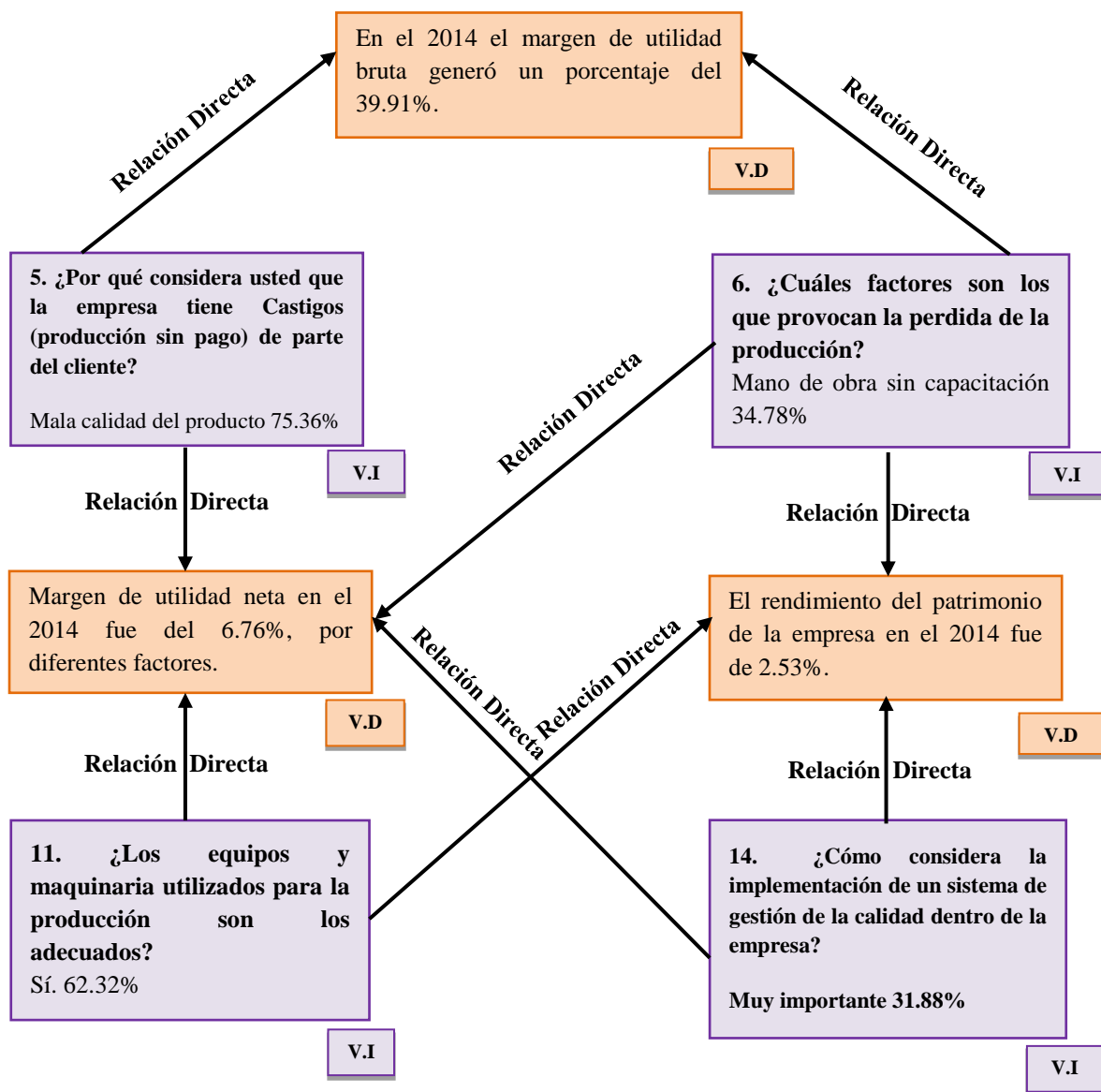
Análisis: La ausencia de un sistema de gestión de la calidad provoca pérdidas económicas en la empresa reflejadas en el rendimiento del patrimonio del año 2014 que tiene un porcentaje del 2.53% debido a que no existen normas establecidas que guíen las actividades de producción, por lo cual es muy importante la implantación de un SGC como lo afirman el 31.88% de los encuestados.

---

**Tabla N° 24.** Análisis de la información para la triangulación hermenéutica

**Fuente:** Encuesta a empleados de la empresa

**Elaborado por:** Estrella, Jéssica (2016)



**Gráfico N° 24.** Triangulación hermenéutica de las variables.

**Fuente:** Encuesta a empleados de la empresa

**Elaborado por:** Estrella, Jéssica (2016)

### Decisión.

Una vez realizado el análisis de las variables se puede concluir que la gestión de la calidad de los procesos de producción se encuentra directamente relacionada con la rentabilidad de la empresa, por ende se rechaza la hipótesis nula (Ho), y se acepta la hipótesis alterna (Hi) la cual dice: La gestión de la calidad de los procesos de producción afecta a la rentabilidad de la empresa “Agro Argentina” Cía. Ltda.



## **b. CONCLUSIONES**

Luego de haber realizado el presente trabajo de investigación se determina las siguientes conclusiones:

- Existen falencias en el momento de controlar que la producción cumpla con las especificaciones del cliente; es decir el color, la deformación, la inmadurez, el corte del campo y manchas son algunos de los factores que provocan insatisfacción en el cliente, lo cual ocasiona que existan castigos (producción sin pago) por parte de “Ecofroz” S.A quien adquiere la totalidad de la producción, lo cual afecta a la rentabilidad de la empresa debido a que los costos y gastos no son recuperados de la producción que no tiene pago.
- Los trabajadores que colaboran con la empresa no se encuentran debidamente capacitados en las actividades diarias que deben realizar, lo cual contribuye a la baja calidad de la producción debido a que desconocen los procedimientos que se deben seguir en cada área, de igual manera no tienen el suficiente conocimiento sobre la correcta utilización de los materiales y la maquinaria, por lo cual se cometen equivocaciones en el proceso productivo.
- La realización del análisis de los proveedores ayuda a la empresa para adquirir materia prima e insumos de calidad lo cual es importante ya que existe más posibilidad de tener un producto final de calidad.
- La rentabilidad de la empresa ha variado acorde pasa el tiempo es así que en el año 2013 se demostró una rentabilidad más alta, con relación a las ventas y a la inversión, esto se dio por qué la utilidad neta fue mayor que los otros años objetos de estudio.
- La empresa tiene una baja rentabilidad con relación a la inversión y las ventas, lo cual es provocado por la falta de calidad en la producción, ya que es el motivo principal por el cual existen castigos afectando directamente a la utilidad neta del ejercicio.

### **c. RECOMENDACIONES**

Una vez establecidas las conclusiones que son los resultados de la investigación se pueden determinar las siguientes recomendaciones:

- Mejorar la manera de controlar la calidad de la producción ya que la calidad es uno de los factores más importantes que determinan la satisfacción del cliente; estableciendo estándares por lo que debe pasar el producto en cada una de las áreas de producción las cuales son cosecha, destallado y floreteo, mediante la utilización de hojas de registro que sirvan para examinar el estado del producto donde se evalué el color, la deformación, la inmadurez, el corte de campo y las manchas para lo cual se debería al menos asignar a dos supervisores para cada área.
- Realizar programas de capacitación de manera continua para el personal que colabora en la empresa con el fin de dar a conocer sus responsabilidades y obligaciones mediante charlas en las cuales se explique cómo realizar cada actividad a sus cargo, también será útil para corregir errores que se vayan presentado con el pasar del tiempo.
- Continuar con la realización del análisis de materias primas antes de la adquisición debido a que es esencial porque aumenta la probabilidad de cosechar sin defectos y con una excelente calidad.
- Todas las personas que son parte de la empresa deben tener en cuenta que disponer de producción con calidad disminuye los castigos incrementando el valor de las ventas y con ello aumentado los porcentajes de rentabilidad, lo cual beneficia a la estabilidad económica y financiera de la empresa asegurando su continuidad en el mercado.
- Finalmente se puede recomendar la implementación de un modelo de gestión de la calidad el cual garantizará en gran parte el correcto funcionamiento de la empresa mejorando la calidad de la producción, el desempeño de los

trabajadores mediante e incrementado los controles en la revisión del producto antes de salir a la venta.

## **PROPUESTA DE SOLUCIÓN.**

### **Tema de la propuesta.**

Implementación de un sistema de gestión de la Calidad ISO 9004:2009, para incrementar la rentabilidad de la empresa “Agro Argentina” Cía. Ltda.

### **Beneficiarios.**

Los beneficiarios de la propuesta de la implantación de la ISO 9004:2009 va a ser la empresa “Agro Argentina” Cía. Ltda., y todos quienes son parte de la empresa tanto cliente interno como externos, la alta gerencia y socios.

### **Institución Ejecutora:**

La institución ejecutora del presente proyecto es la empresa “Agro Argentina” Cía. Ltda.

### **Ubicación**

- **Provincia:** Cotopaxi
- **Cantón:** Salcedo
- **Dirección:** Barrio la Argentina Km1 vía a Cusubamba, en el paso lateral Quito-Ambato E35.

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

La propuesta tendrá una duración aproximada de 6 meses desde el mes de Octubre de 2016 hasta Abril de 2017.

### **Personal Responsable**

El personal responsable de la ejecución es el Ing. Gustavo Moreno quien es el Jefe de producción de la empresa quien tiene conocimiento de cada área de trabajo, puesto que toda la producción está a su cargo.

## Costo de la implementación de la ISO 9004:2008.

### Recursos Materiales.

Para la ejecución del proyecto se utilizará diferentes materiales, los cuales son importantes dentro de la etapa de implementación.

N°	DENOMINACION	TIEMPO	CANTIDAD	C/U	TOTAL
1	Internet	450		0,80	360,00
2	Hojas tamaño INEN		1000	0,01	10,00
3	Calculadora		1	15,00	15,00
4	Celular		1	280,00	280,00
5	Computadora		1	750,00	750,00
6	Carpetas		5	0,30	1,50
7	Memory Flash		1	15,00	15,00
8	Útiles de oficina			10,00	10,00
9	Varios			15,00	15,00
SUBTOTAL					<b>1456,50</b>

**Tabla N° 25.** Recursos materiales

**Fuente:** Empresa "Agroargentina" Cía. Ltda.

**Elaborado por:** Estrella, Jéssica (2016)

### Recursos Humanos

Para la realización del proyecto es necesaria la participación del recurso humano que en este caso es el personal de la empresa.

N°	DENOMINACION	TIEMPO	C/U	TOTAL
7	Personal Administrativo	6 meses	27.00	189.00
35	Personal de producción	6 meses	50.40	1764.00
27	Personal de campo	6 meses	25.20	680.40
SUBTOTAL				<b>2633.40</b>

**Tabla N° 26.** Recursos humanos

**Fuente:** Empresa "Agroargentina" Cía. Ltda.

**Elaborado por:** Estrella, Jéssica (2016)

El costo total de la implementación de la ISO 9004:2009 es de 4089.90 ya que se está tomando en cuenta los materiales que se van a utilizar y el tiempo del personal que va a ser parte del proyecto.

## **Antecedentes**

Luego de haber realizado el trabajo de investigación se pudo determinar que:

La empresa “Agroargentina” Cía. Ltda., no cuenta con un sistema de gestión de la calidad por tal motivo la empresa tiene bajos porcentajes de rentabilidad ya que no se cumple al 100% con las necesidades y expectativas que el cliente solicita.

De igual manera se puede concluir que los pocos controles que tiene la empresa no son rigurosos y tampoco se lo realiza de una manera frecuente, lo cual perjudica a la empresa al momento de enviar producción con baja calidad ya que es castigada sin recibir pago alguno del producto, esto sucede debido a que existe poco conocimiento de la importancia de disponer de producción con calidad.

## **Justificación**

La gestión de la calidad es muy importante en las empresas sin importar el sector en el cual realizan sus actividades, los clientes siempre buscamos lo mejor cada día somos más exigentes es por eso que las grandes empresas se encuentran en constante innovación ya que de ello depende tener clientes satisfechos; y con ello tener una alta competitividad con relación a la competencia, además de esto las empresas tienen más ingresos económicos lo cual es beneficioso para su economía.

Es por eso que la empresa se ve en la necesidad de buscar una solución para combatir el problema identificado que está acusando malestar a los clientes tanto internos como externos y afectando a la economía de la empresa.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Implementar la ISO 9004: 2009 para mejorar la calidad de la producción y con ello aumentar la rentabilidad de la empresa.

### **Objetivos específicos**

- Identificar a las necesidades y expectativas del cliente.

- Capacitar el personal de la empresa sobre la importancia de la gestión de la calidad.
- Trabajar enfocados a la satisfacción del cliente.

### **Modelo operativo de la propuesta.**

<b>Fases</b>	<b>Aspecto</b>	<b>Detalle</b>
<b>Fase N° 1.</b> Identificación de necesidades y expectativas.	Análisis del cliente.	Calidad, precio y desempeño en la entrega de los productos.
<b>Fase N° 2.</b> Cap. 4 Gestión para el éxito sostenido de una organización	Uso de recursos	Se hace un uso eficiente de los recursos, la toma de decisiones se basa en evidencias objetivas, y se orienta a la satisfacción del cliente, así como a las necesidades y expectativas de otras partes interesadas pertinentes.
<b>Fase N° 3.</b> Cap. 5 Estrategia y política	Establecer misión, visión y valores de la organización.	La alta dirección debería establecer claramente la estrategia y las políticas de la organización, para que sus partes interesadas acepten y apoyen la misión, la visión y los valores.
<b>Fase N° 4.</b> Cap. 6 Gestión de los recursos	Identificación de los recursos que se requiere.	La organización debería identificar los recursos internos y externos necesarios para lograr sus objetivos a corto y largo plazo. Las políticas y los métodos de la organización

		para la gestión de los recursos deberían ser coherentes con su estrategia.
<b>Fase N° 5.</b> Cap. 7 Gestión de los procesos	Identificación de procesos.	Los procesos son específicos para una organización y varían dependiendo del tipo, el tamaño y el nivel de madurez de la misma. Las actividades de cada proceso deberían determinarse y adaptarse al tamaño y a las características distintivas de la organización.
<b>Fase N° 6.</b> Cap. 8 Seguimiento, medición, análisis y revisión	Evaluación del desempeño de la empresa.	Para lograr el éxito sostenido en un entorno siempre cambiante e incierto, es necesario que la organización realice el seguimiento, mida, analice y revise de manera regular su desempeño
<b>Fase N° 7.</b> Cap. 9 Mejora, innovación y aprendizaje	El aprendizaje proporciona la base para una mejora e innovación que sean eficaces y eficientes.	Para la mejora, la innovación y el aprendizaje eficaces y eficientes es fundamental que las personas de la organización tengan la aptitud y estén habilitadas para hacer juicios basados en el análisis de datos y la incorporación de las lecciones aprendidas.

**Tabla N° 27.** Modelo operativo

**Fuente:** Empresa “Agroargentina” Cía. Ltda.

**Elaborado por:** Estrella, Jéssica (2016)

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abascal, Francisco. (2002). *Consumidor, Clientela y Distribución: Para la Economía Del Futuro: Estudio Del Consumidor, Análisis y Valoración de la Clientela: Su Política y Política de la Distribución*. Madrid, España: ESIC Editorial.
- Aldana de la Vega, L. A., Alvarez Builes, M. P., Bernal Torres, C. A., Diaz Becerra, M. I., Gonzales Soler, C. E., Galindo Uribe, O. D., & Villegas Cortés, A. (2013). *Administracion por Calidad* (Primera ed.). México: Editorial Alfaomega.
- Álvarez, Ignacion. (2006). *Introducción a la Calidad*. España: Ideaspropias Editorial S.L.
- Amat, O. (1999). *Valor Economico Agregado. Un nuevo enfoque para optimizar la gestión empresarial, motivar a los empleados y crear valor*. Barcelona, España: Lito Camargo Ltda.
- Aznar, V. E. (2002). *Contabilidad para No Contadores*. Ediciones Fiscales ISEF.
- Barquero, A. (2005). *Administración de recursos humanos I Parte*. San José, Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.
- Bastos, Ana Isabel. (2007). *Fidelización Del Cliente. Introducción a la venta personal y a la dirección de ventas* (Primera ed.). España: Ideaspropias Editorial Vigo.
- Bernal, Cesar Augusto. (2009). *Metodos investigativos*. FLARSON.
- Berlinches, Andres. (2008). *Calidad* (Primera ed.). Madris, España: PARANINFO.
- Boland, I., Gismano, Y., Stancatti, M., Bancheri, L., & Carro, F. (2007). *Funciones de la Administracion*. Bahia Blanca, Argentina: EdiUNS.
- Bustamante, Caballero. (2008). *NOVEDADES WEB*. Obtenido de NOVEDADES WEB: [http://www.caballerobustamante.com.pe/plantilla/lab/Liquidez\\_y\\_Rentabilidad.pdf](http://www.caballerobustamante.com.pe/plantilla/lab/Liquidez_y_Rentabilidad.pdf)
- Calvo, Miguel. (2005). *Formador ocupacional: formador de formadores : formación profesional ocupacional : temario, test y casos prácticos*. España: MAD-Eduforma.
- Camino, Sabine Müller & Ronnie de. (2001). *La Definicion de Sostenibilidad, Las Variables Principales Y Bases Para Establecer Indicadores*. Bib. Orton IICA / CATIE.
- Camisón, C., Boronat, M., Villar, A., & Puig, A. (2009). Sistemas de gestión de la calidad y desempeño: importancia de las prácticas de gestión del conocimiento y de I+D. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 18, 134.
- Center, M. P. (2010). *Instrumentos de análisis del marketing estratégico*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.
- Cervera, J. (2002). *La transición a las nuevas ISO 9000:2000 y su implantación: un plan sencillo y práctico con ejemplos*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.
- Córdoba, Marcial. (2012). *Gestión Financiera* (Primera ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.



- Corporacion Ecuatoriana de la Calidad, T. (2014). *Futuro de Calidad*. Recuperado el 29 de Mayo de 2016, de <http://www.calidadtotal.org/images/Revistas/REVISTAFUTURODECALIDAD.pdf>
- Crece Negocio. (7 de Noviembre de 2012). *Crece Negocio*. Recuperado el 05 de Junio de 2016, de <http://www.crecenegocios.com/como-saber-si-una-empresa-es-rentable/>
- De la Parra, Eric. (2004). *El Poder De Ventas y Servicios* (Primera ed.). Mexico: Panorama Editorial.
- De la Peña, Alberto. (2005). *Proyecto empresarial*. Editorial Paraninfo.
- De Manuales Practicos De Marketing, B. (1990). *Dirección estratégica de vendedores*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.
- Denton, D. Keith. (1991). *Calidad en el servicio a los clientes*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.
- Díaz, Ana; Sellers, Ricardo. (2010). *Introducción al Marketing*. España: Editorial Club Universitario.
- Durán, Miguel . (1992). *Gestión de calidad* (Primera ed.). España: Ediciones Díaz de Santos.
- Faga, H. A. (2006). *Cómo conocer y manejar sus costos para tomar decisiones rentables* (Segunda ed.). Mexico D.F: Ediciones Granica S.A.
- Fernández, José Luis; Casado, Manuel. (2011). *Contabilidad financiera para directivos* (Séptima ed.). Madrid, España: ESIC Editorial.
- Finnerty, J. D., Stowe, J. D., & Emery, D. R. (2000). *Fundamentos de administración financiera*. Pearson Educación.
- Fúquene, Carlos. (2007). *Producción limpia, contaminación y gestión ambiental*. Pontificia Universidad Javeriana.
- Guerra, Ingrid. (2007). *Evaluacion y Mejora Continua*. AuthorHouse, 2007.
- Gitman, Lawrence J; Ramos, E. N. (2003). *Principios de Administración Financiera* (Décima ed.). México: Pearson Educación.
- González, S. D., & Ventura, B. E. (2008). *CONTABILIDAD GENERAL Y TESORERÍA* (Cuarta ed.). España: Editorial Paraninfo S.A.
- Gutierrez, Enrique. (Agosto de 2004). Diagnostico de las necesidades de capacitacion de los barman de los hoteles de cinco estrellas de Toluca y Metepec. 117. Recuperado el 24 de Enero de 2016
- Gutierrez, Humberto. (2010). *Calidad Total y Proctividad* (Tercera ed.). Mexico D.F: Programas Educativos S.A E C.V.
- Haime, Luis. (2005). *Planeacion Financiera en la Empresa Modera*. España: Ediciones Fiscales ISEF.

- Herrera, T. F., Vergara Schmalbach, J., & De la Hoz, E. (2011). Evolucion del impacto de los Sistemas de Gestion de Calidad en la liquidez, y rentabilidad de las empresas de la zona industrial Via 40. *Evolucion del impacto de los Sistemas de Gestion de Calidad en la liquidez, y rentabilidad de las empresas de la zona industrial Via 40*.
- Horngren, C. T., & Harrison, W. T. (2003). *Contabilidad* (Quinta ed.). México: Pearson Educación.
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (Enero de 2000). *Situación y Perspectivas de la Agroindustria y la Microempresa Rural en el Ecuador*, 45. Quito, Pichincha, Ecuador: IICA.
- International Standarization Organization. (2005). ISO 9000:2005 Sistemas de gestión de la calidad - Fundamentos y vocabulario traducción oficial en español. *ISO 9000:2005 Sistemas de gestión de la calidad - Fundamentos y vocabulario*, 42. Ginebra, Suiza.
- James C. Van Horne, J. M. (2002). *Fundamentos de administración financiera* (Primera ed.). Mexico: Pearson Educación.
- Lamata, Fernando. (1998). *Manual de administración y gestión sanitaria*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.
- Llamas, J. M. (1994). *Estructura científica de la venta: técnicas profesionales de ventas* (Segunda ed.). Mexico: Editorial Limusa.
- López, Susana. (2006). *Implementacion de un Sistema de Calidad. Los diferentes sistemas de calidad existentes en la organizaciòn* (Primera ed.). España: Ideas propias editorial, Vigo,. Recuperado el 23 de Enero de 2016
- Lusthaus, C. (2002). *Evaluación organizacional: marco para mejorar el desempeño*. (IDRC, Ed.) Canadá.
- Malhotra, N. K., Martinez, J., & Rosales, M. (2004). *Investigación de mercados* (Cuarta ed.). México: Pearson Educación.
- Martínez, Joaquín . (2002). *Innovación y mejora continua según el modelo EFQM de excelencia* (Segunda ed.). Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos.
- Martinez, Juan Carlos. (s.f.). *Importancia de la incorporacion temprana a la investigacion cientifica en la universidad de Guadalajara*. México.
- Ministerio de Agricultura, G. A. (2014). *Boletín Situacional Brocoli 2014*. Boletín , Ministerio de Agricultura, Ganaderia, Acuacultura y Pesca, Quito.
- Ministerio, de Comercio Exterior. (2014). *INSTITUTO DE PROMOCION DE EXPORTACIONES E INVERSIONES PROECUADOR*. Recuperado el 8 de Mayo de 2016, de <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/agroindustria/>
- Montalván, César. (2009). *Los recursos humanos para la pequeña y mediana empresa*. (U. Iberoamericana, Ed.) Santa Fe, México: Ediciones Granica S.A.
- Montaño, José . (2016). *La calidad es más que ISO 9000*. (Palibrio, Ed.)

- Montaya, W., Orellana, J., Pinto Mena, M., & Carvajal, M. (Enero de 2014). El Brocoli: Segundo producto no tradicional mas importante de la Sierra Ecuatoriana. (A. Zambrano, Ed.) *ElAgro*, 29.
- Muñoz, C. (1998). *Cómo elaborar y asesorar una investigación de tesis*. Pearson Educación. Recuperado el 15 de Julio de 2015, de [https://books.google.com.ec/books?id=1ycDGW3ph1UC&dq=investigacion+de+campo&hl=es&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.ec/books?id=1ycDGW3ph1UC&dq=investigacion+de+campo&hl=es&source=gbs_navlinks_s)
- Naresh, M. (2004). *Guia para la formulacion y ejecucion de proyectos*. Pearson. Recuperado el 15 de Julio de 2015
- Nava Rosillón, M. A. (Diciembre de 2009). *Scielo*. Recuperado el 2016 de Mayo de 31, de Scielo: [http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-99842009000400009](http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842009000400009)
- Osuna, E. (2010). *Normas para la elaboracion presentacion y evaluacion de los trabajos especiales de grado: Manual* (Primera ed.). Pearson Education. Recuperado el 15 de Julio de 2015
- Pérez, Alejandro Buján. (2014). *ENCICLOPEDIA FINANCIERA*. Obtenido de ENCICLOPEDIA FINANCIERA: <http://www.encyclopediainanciera.com/indicadores-financieros.htm>
- Pérez, José. (1994). *Gestión de la calidad empresarial: calidad en los servicios y atención al cliente. Calidad total*. Madrid, España: ESIC Editorial.
- Pérez, José Antonio. (2010). *Gestión por procesos* (Cuarta ed.). Madrid: ESIC Editorial.
- Rebollo, Javier. (2005). *Diagnóstico de operaciones de las PyMES* (Primera ed.). México D.F: Editorial Trillas, S.A. de C.V.
- Reynaga, C. G. (2006). *Finanzas I*. Tecnológico de Estudios Superiores del Oriente Del Estado de Mexico, Mexico.
- Rivera, J., & De Garcillán, M. (2007). *Dirección de marketing: fundamentos y aplicaciones*. Madrid, España: ESIC Editorial.
- Robbins, S. P. (2005). *Administración* (Octava ed.). México: Pearson Educación.
- Rodriguez, Leopoldo. (2012). *Análisis de Estados Financieros*. Mexico: Edamsa Impresiones S.a de C.V.
- Rojas, Maria de Lourdes. (2014). *Fundamentos de Analisis de Estados Financieros* (Cuarta ed.). Mexico: Instituto Mexicano de Contadores Publicos.
- Rojas, Rafael. (2008). *Herramientas para elaborar tesis y proyectos*. Mexico: Pearson. Recuperado el 15 de Julio de 2015
- Rubio, Pedro. (s.f.). *Manual de Analisis Financiero*. Juan Carlos Martínez Coll.
- Ruiz, Francisco. (2010). *Temas de investigación comercial* (Quinta ed.). San Vicente (Alicante): Editorial Club Universitario.

- S.A, E. D. de S, & Santos, D. (1996). *Gestión de la calidad total*. Madrid, España: Díaz de Santos.
- Sánchez, Óscar. (2011). *ANALISIS CONTABLE Y FINANCIERO*. España: Editorial Paraninfo.
- Sánchez, Óscar; Domingo, Ricardo; Valdeande, Ángeles. (2013). *ORGANIZACION EMPRESARIAL Y DE RECURSOS HUMANOS*. España: Editorial Paraninfo.
- Sánchez, Pilar. (2012). *Comunicación y atención al cliente*. Editex.
- Sánchez, Teresa; De las Infantas, Pineda. (2003). *Procesos de elaboración de alimentos y bebidas* (Primera ed.). Madrid, España: Mundi-Prensa Libros.
- Secretaria Nacional de Planificacion, D. (2013). Plan Nacional del Buen Vivir. *Objetivos Nacionales para el Buen Vivir*, 300. Quito, Pichincha.
- Sellers, R., & Nicolau, J. (Septiembre de 2001). La Calidad y su Impacto sobre la Rentabilidad y Volatilidad. *La Calidad y su Impacto sobre la Rentabilidad y Volatilidad, Primera*. (S. Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, Ed.) San Vicente del Raspeig, España.
- Stern, L. W., El- Ansary, A., Coughlan, A., & Cruz, I. (1999). *Canales de Comercialización* (Quinta ed.). Madrid, España: Pearson Educación.
- Summers, Donna. (2006). *Administración de la calidad*. México: Pearson Educación.
- Tamayo, Mario. (2004). *El proceso de la investigación científica*. México: Editorial Limusa.
- Torres, C. A. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (Segunda ed.). México: Pearson Educación.
- Torres, Martin . (2006). *Manual para elaborar manuales de políticas y procedimientos* (Primera ed.). México D.F.: Panorama Editorial S.A De C.V.
- Vavra, Terry G. (2003). *Cómo medir la satisfacción del cliente según la ISO 9001:2000* (Segunda ed.). FC Editorial.
- Vértice, Editorial. (2007). *Estructuras organizativas*. Publicaciones Vértice, S.L.
- Zvi Bodie, R. C. (2003). *Finanzas*. Mexico: Pearson Educación.

## ANEXOS

### ANEXO N° 1. ENCUESTAS

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**  
**CARRERA DE INGENIERÍA FINANCIERA**

Encuesta realizada para el personal de producción, campo y administrativos de la empresa “Agro Argentina” Cía. Ltda.

**TEMA:** Relación entre la gestión de calidad de los procesos de producción y la rentabilidad.

**OBJETIVO:** Determinar cómo incide la gestión de calidad en el proceso de producción de la empresa “Agro Argentina” Cía. Ltda.

#### INSTRUCCIONES

- Lea detenidamente cada una de las preguntas.
- Marque con una x la respuesta que más se acerque a la realidad.

#### PREGUNTAS.

**1. ¿Con que frecuencia se satisface las expectativas del cliente?**

Siempre
Frecuentemente
Casi siempre
A Veces
Nunca

**2. ¿Los jefes de área trabajan para generar un ambiente interno centrado en cumplir con las metas y objetivos?**

Siempre
Frecuentemente
Casi siempre
A Veces
Nunca

**3. ¿El personal de cada área se encuentra capacitado en las actividades que deben realizar?**

Siempre

Frecuentemente

Casi siempre

A Veces

Nunca

**4. ¿Existe un manual de procesos documentado?**

Si

No

**5. ¿Por qué considera usted que la empresa tiene Castigos (producción sin pago) de parte del cliente?**

Mala calidad del producto

Entrega Tardía

Incumplimiento del Pedido

**6. ¿Cuáles factores son los que provocan la perdida de la producción?**

Mano de obra sin capacitación

Materia prima defectuosa

Maquinaria inadecuada

**7. ¿Cuáles son los principales defectos que tiene el producto?**

Color

Deformación

Inmadurez

Corte de Campo

Daño mecánico

Manchas

**8. ¿Los estándares de calidad por los que pasan los productos antes de salir a la venta son?**

Excelente

Muy bueno

---

Bueno

Regular

Malo

---

**9. ¿Se realiza un análisis de los proveedores previo la adquisición de insumos químicos?**

---

Siempre

Frecuentemente

Casi siempre

A Veces

Nunca

---

**10. ¿Dispone la empresa de una estructura organizacional que detalle las responsabilidades de cada colaborador?**

---

Si

No

---

**11. ¿Los equipos y maquinaria utilizados para la producción son los adecuados?**

---

Si

No

---

**12. ¿Cómo califica la materia Prima (Planta de Brócoli)?**

---

Excelente

Muy bueno

Bueno

Regular

Malo

---

**13. ¿Cuál recurso considera usted más importante en la gestión de la calidad?**

---

Recursos Humanos

Recursos Económicos

Recursos Materiales

---

**14. ¿Cómo considera la implementación de un sistema de gestión de la calidad dentro de la empresa?**

---

Muy Importante

Importante

Medio Importante

Poco Importante

Nada Importante

---

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**  
**CARRERA DE INGENIERÍA FINANCIERA**

Encuesta realizada para el personal de producción, campo y administrativos de la empresa “Agro Argentina” Cía. Ltda.

**TEMA:** Relación entre la gestión de calidad de los procesos de producción y la rentabilidad.

**OBJETIVO:** Determinar cómo incide la gestión de calidad en el proceso de producción de la empresa “Agro Argentina” Cía. Ltda.

**INSTRUCCIONES**

- Lea detenidamente cada una de las preguntas.
- Marque con una x la respuesta que más se acerque a la realidad.

**PREGUNTAS.**

**1. ¿Con que frecuencia se analiza la rentabilidad económica de la empresa?**

Siempre

Frecuentemente

Casi siempre

A Veces

Nunca

**2. ¿Considera usted que el rendimiento del activo total es el adecuado para la inversión de la empresa?**

Si

No

**3. ¿El Margen de Utilidad Bruta es el correcto de acuerdo a sus ventas?**

Si

No



**4. ¿Ha realizado un análisis del Margen de Utilidad Neta de la empresa?**

Si

No

**5. ¿Se realiza periódicamente análisis de la rentabilidad financiera de la empresa?**

Si

No

**6. ¿La rentabilidad con relación al patrimonio tiene buen rendimiento?**

Si

No

**7. ¿La rentabilidad es la indicada según el capital invertido?**

Si

No

**ANEXO N° 2.****BALANCE GENERAL  
AGROARGENTINA CÍA. LTDA  
BALANCE GENERAL  
Al 31 de Diciembre del 2011**

<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		920.630,88
Disponible	31.151,69	
Exigible	196.002,30	
Inversiones	150.000,00	
Inventarios	<u>543.476,89</u>	
Inventarios de materias primas	86.222,89	
Plantas	258.634,00	
Productos en proceso	<u>198.620,00</u>	
<b>ACTIVO FIJO</b>		3.999.011,76
Maquinaria y Equipo	228.123,01	
Equipo de oficina	8.015,25	
Muebles y Enseres	7.885,22	
Equipo de Computación	3.986,25	
Edificaciones Generales	901.002,03	
Terrenos Hacienda Argentina	2.100.000,00	
Hacienda El Huerto	<u>750.000,00</u>	
<b>TOTAL ACTIVO</b>		<b>4.919.642,64</b>
<b>PASIVOS</b>		463.885,25
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>		
Cuentas por Pagar	49.508,05	
Cuentas por Proveedores	32.693,33	
Impuestos Acumulados por Pagar	1.525,36	
Otras Cuentas por Pagar	<u>15.289,36</u>	
<b>LARGO PLAZO</b>		
Entidades Financieras	<u>414.377,20</u>	
<b>PATRIMONIO</b>		4.455.757,39
Capital Social+ Resultados	<u>4.455.757,39</u>	
Capital Suscrito	300.400,00	
Aportes Futuros capitalizaciones	21.476,89	
Reserva de Capital	<u>4.133.880,50</u>	
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>		<b>4.919.642,64</b>

**GERENTE GENERAL****CONTADOR**

**AGROARGENTINA CÍA. LTDA**  
**BALANCE GENERAL**  
**Al 31 de Diciembre del 2012**

<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		911.399,97
Disponible	29.673,91	
Exigible	193.875,30	
Inversiones	150.000,00	
Inventarios	<u>537.850,76</u>	
Inventarios de materias primas	84.920,76	
Plantas	273.250,00	
Productos en proceso	<u>179.680,00</u>	
<b>ACTIVO FIJO</b>		3.996.386,87
Maquinaria y Equipo	226.941,45	
Equipo de oficina	7.085,20	
Muebles y Enseres	7.689,93	
Equipo de Computación	3.835,63	
Edificaciones Generales	900.834,66	
Terrenos Hacienda Argentina	2.100.000,00	
Hacienda El Huerto	<u>750.000,00</u>	
<b>TOTAL ACTIVO</b>		<b>4.907.786,84</b>
<b>PASIVOS</b>		456.024,46
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>		
Cuentas por Pagar	44.666,03	
Cuentas por Proveedores	29.054,82	
Impuestos Acumulados por Pagar	1.234,67	
Otras Cuentas por Pagar	<u>14.376,54</u>	
<b>LARGO PLAZO</b>		
Entidades Financieras	<u>411.358,43</u>	
<b>PATRIMONIO</b>		4.451.762,38
Capital Social+ Resultados	<u>4.451.762,38</u>	
Capital Suscrito	300.400,00	
Aportes Futuros capitalizaciones	21.476,89	
Reserva de Capital	<u>4.129.885,49</u>	
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>		<b>4.907.786,84</b>

**GERENTE GENERAL**

**CONTADOR**

**AGROARGENTINA CÍA. LTDA**  
**BALANCE GENERAL**  
**Al 31 de Diciembre del 2013**

<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		966.111,05
Disponible	74.382,76	
Exigible	155.637,21	
Inversiones	150.000,00	
Inventarios	<u>586.091,08</u>	
Inventarios de materias primas	83.961,08	
Plantas	282.850,00	
Productos en proceso	<u>219.280,00</u>	
Aves		
<b>ACTIVO FIJO</b>		3.939.067,53
Maquinaria y Equipo	215.594,38	
Equipo de oficina	6.730,94	
Muebles y Enseres	7.305,43	
Equipo de Computación	3.643,85	
Edificaciones Generales	855.792,93	
Terrenos Hacienda Argentina	2.100.000,00	
Hacienda El Huerto	<u>750.000,00</u>	
<b>TOTAL ACTIVO</b>		<b>4.905.178,58</b>
<b>PASIVOS</b>		370.538,38
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>		
Cuentas por Pagar	68.770,45	
Cuentas por Proveedores	54.973,28	
Impuestos Acumulados por Pagar	714,62	
Otras Cuentas por Pagar	<u>13.082,55</u>	
<b>LARGO PLAZO</b>		
Entidades Financieras	<u>301.767,93</u>	
<b>PATRIMONIO</b>		4.534.640,20
Capital Social+ Resultados	<u>4.534.640,20</u>	
Capital Suscrito	300.400,00	
Aportes Futuros capitalizaciones	21.476,89	
Reserva de Capital	<u>4.212.763,31</u>	
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>		<b>4.905.178,58</b>

**GERENTE GENERAL**

**CONTADOR**

**AGROARGENTINA CÍA. LTDA**  
**BALANCE GENERAL**  
**Al 31 de Diciembre del 2014**

<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		634.857,48
Disponible	52.605,14	
Exigible	99.734,89	
Inversiones	150.000,00	
Inventarios	<u>332.517,45</u>	
Inventarios de materias primas	61.635,45	
Plantas	191.250,00	
Productos en proceso	79.632,00	
<b>ACTIVO FIJO</b>		3.928.176,87
Maquinaria y Equipo	213.438,44	
Equipo de oficina	6.663,64	
Muebles y Enseres	7.232,38	
Equipo de Computación	3.607,41	
Edificaciones Generales	847.235,00	
Terrenos Hacienda Argentina	2.100.000,00	
Hacienda El Huerto	<u>750.000,00</u>	
<b>TOTAL ACTIVO</b>		4.563.034,35
<b>PASIVOS</b>		393.621,78
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>		
Cuentas por Pagar	79.694,63	
Cuentas por Proveedores	69.018,15	
Impuestos Acumulados por Pagar	409,23	
Otras Cuentas por Pagar	<u>10.267,25</u>	
<b>LARGO PLAZO</b>		
Entidades Financieras	<u>313.927,15</u>	
<b>PATRIMONIO</b>		4.169.412,57
Capital Social+ Resultados	<u>4.169.412,57</u>	
Capital Suscrito	300.400,00	
Aportes Futuros capitalizaciones	21.476,89	
Reserva de Capital	<u>3.847.535,68</u>	
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>		4.563.034,35

**GERENTE GENERAL**

**CONTADOR**

### ANEXO N° 3. ESTADOS FINANCIEROS

#### AGROARGENTINA CÍA. LTDA BALANCE DE RESULTADOS Al 31 de Diciembre del 2011

<b>INGRESOS</b>			
<b>OPERACIONALES</b>			1.625.713,22
Ventas		1.625.713,22	
Ventas Brócoli	1.625.713,22		
<b>COSTOS</b>			961.815,35
<b>DE PRODUCCION</b>		961.815,35	
Área de Brócoli	961.815,35		
Plantas y Semillas	122.458,96		
Agroquímicos	256.399,01		
Mano de Obra	298.101,33		
Costos Indirectos	284.856,05		
<b>GASTOS</b>			545.131,91
<b>GENERALES</b>		545.131,91	
Administrativos	250.044,36		
Financieros	174.869,41		
Generales	102.322,13		
Varios	17.896,01		
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>			118.765,96

**GERENTE GENERAL**

**CONTADOR**

**AGROARGENTINA CÍA. LTDA**  
**BALANCE DE RESULTADOS**  
**Al 31 de Diciembre del 2012**

<b>INGRESOS</b>			
<b>OPERACIONALES</b>			1.645.480,66
Ventas		1.645.480,66	
Ventas Brócoli	1.645.480,66		
<b>COSTOS</b>			978.845,84
<b>DE PRODUCCION</b>		978.845,84	
Área de Brócoli	978.845,84		
Plantas y Semillas	144.324,12		
Agroquímicos	264.332,24		
Mano de Obra	287.709,64		
Costos Indirectos	282.479,84		
<b>GASTOS</b>			554.847,96
<b>GENERALES</b>		554.847,96	
Administrativos	249.857,76		
Financieros	186.842,32		
Generales	98.330,60		
Varios	19.817,28		
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>			111.786,86

**GERENTE GENERAL**

**CONTADOR**

**AGROARGENTINA CÍA. LTDA**  
**BALANCE DE RESULTADOS**  
**Al 31 de Diciembre del 2013**

<b>INGRESOS</b>			
<b>OPERACIONALES</b>			1.630.074,00
Ventas		1.630.074,00	
Ventas Brócoli	1.630.074,00		
<b>COSTOS</b>			969.398,00
<b>DE PRODUCCION</b>			969.398,00
Área de Brócoli	969.398,00		
Plantas y Semillas	178.128,80		
Agroquímicos	218.893,08		
Mano de Obra	290.361,72		
Costos Indirectos	282.014,40		
<b>GASTOS</b>			542.987,16
<b>GENERALES</b>			542.987,16
Administrativos	225.589,64		
Financieros	195.012,68		
Generales	95.387,56		
Varios	26.997,28		
<b>UTILIDAD DEL</b>			
<b>EJERCICIO</b>			117.688,84

**GERENTE GENERAL**

**CONTADOR**



**AGROARGENTINA CÍA. LTDA**  
**BALANCE DE RESULTADOS**  
**Al 31 de Diciembre del 2014**

<b>INGRESOS</b>			
<b>OPERACIONALES</b>			1.626.387,79
Ventas		1.626.387,79	
Ventas Brócoli	1.626.387,79		
<b>COSTOS</b>			977.297,00
<b>DE PRODUCCION</b>		977.297,00	
Área de Brócoli	977.297,00		
Plantas y Semillas	176.923,80		
Agroquímicos	220.956,08		
Mano de Obra	292.358,72		
Costos Indirectos	287.058,40		
<b>GASTOS</b>			539.163,16
<b>GENERALES</b>		539.163,16	
Administrativos	223.239,64		
Financieros	194.038,68		
Generales	95.887,56		
Varios	25.997,28		
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>			<b>109.927,63</b>

**GERENTE GENERAL**

**CONTADOR**

## **ANEXO N° 4. LEY ORGANICA DEL CONSUMIDOR**

### **CAPÍTULO II**

#### **DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES**

**Art. 4.-** Derechos del consumidor.- Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar;
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios.

### **CAPÍTULO V**

#### **RESPONSABILIDADES Y OBLIGACIONES DEL PROVEEDOR**

**Art. 20.-** Defectos y vicios ocultos.- El consumidor podrá optar por la rescisión del contrato, la reposición del bien o la reducción del precio, sin perjuicio de la indemnización por daños y perjuicios, cuando la cosa objeto del contrato tenga

defectos o vicios ocultos que la hagan inadecuada o disminuyan de tal modo su calidad o la posibilidad del uso al que habitualmente se le destine, que, de haberlos conocido el consumidor, no la habría adquirido o hubiera dado un menor precio por ella.

## **CAPÍTULO IX**

### **PRÁCTICAS PROHIBIDAS**

**Art. 55.-** Prácticas abusivas.- Constituyen prácticas abusivas de mercado, y están absolutamente prohibidas al proveedor, entre otras, las siguientes:

5. Colocar en el mercado productos u ofertar la prestación de servicios que no cumplan con las normas técnicas y de calidad expedidas por los órganos competentes;

## **CAPITULO XII**

### **CONTROL DE CALIDAD**

**Art. 64.-** Bienes y servicios controlados.- El Instituto Ecuatoriano de Normalización, INEN, determinará la lista de bienes y servicios, provenientes tanto del sector privado como del sector público, que deban someterse al control de calidad y al cumplimiento de normas técnicas, códigos de práctica, regulaciones, acuerdos, instructivos o resoluciones. Además, en base a las informaciones de los diferentes ministerios y de otras instituciones del sector público, el INEN elaborará una lista de productos que consideren peligrosos para el uso industrial o agrícola y para el consumo. Para la importación y /o expendio de dichos bienes, el ministerio correspondiente, bajo su responsabilidad, extenderá la debida autorización.

**Art. 66.-** Normas técnicas.- El control de cantidad y calidad se realizará de conformidad con las normas técnicas establecidas por el Instituto Ecuatoriano de Normalización -INEN-, entidad que también se encargará de su control sin perjuicio de la participación de los demás organismos gubernamentales competentes. De comprobarse técnicamente una defectuosa calidad de dichos bienes y servicios, el INEN no permitirá su comercialización.