



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título  
Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios**

**TEMA: “La calidad del producto y las ventas de la  
Empresa Medias Morales de la ciudad de Ambato”**

**Autor: Diana Ximena Barona López**

**Tutor: Ing. Mg. Edwin Santamaría D.**

**AMBATO – ECUADOR**

**Septiembre 2015**



## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

Ing. Mg. Edwin Santamaría

**CERTIFICA:**

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

**Ambato, 18 de Julio del 2015**



**Ing. Mg. Edwin Cesar Santamaría Díaz**

**C.I. 1801609445**

**TUTOR DE TESIS**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, Diana Ximena Barona López, manifiesto que los resultados obtenidos en la presente investigación previo la obtención del Título de Ingeniera en Marketing y Gestión de Negocios son absolutamente originales, auténticos y personales; a excepción de la citas.



Diana Ximena Barona López

C.I. 1722743828

AUTORA

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

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

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Luis Fabricio Lascano Pérez', written over a dotted line. The signature is stylized and includes a large initial 'L'.

**Econ. Mg. Luis Fabricio Lascano Pérez**

**C.I. 1803521945**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Mario Patricio Padilla Martínez', written over a dotted line. The signature is stylized and includes a large initial 'M'.

**Lcdo. Mg. Mario Patricio Padilla Martínez**

**C.I. 0501298269**

**Ambato, 18 de Agosto del 2015**

## **DERECHO DE AUTOR**

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

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

Atentamente,



Diana Ximena Barona López

C.I. 1722743828

## **DEDICATORIA**

A Dios por su infinita misericordia que día a día me ha guiado y me ha dado.

Una madre que ha luchado por mí cada día de su vida.

A mi querida hija Fernanda Cristina por ser el pilar fundamental en mi vida y por ser fuente de inspiración para seguir adelante, y darle el ejemplo de superación.

A mis hermanos por el apoyo que me han dado, y ser un ejemplo en cada etapa de sus vidas.

*Diana Ximena Barona López*

## **AGRADECIMIENTO**

A mi familia por el apoyo constante e incondicional.

A las autoridades, docentes y personal de la Facultad de Ciencias Administrativas, por permitir que todos los procesos se lleven a cabo y que la Universidad tenga el sitio que ha alcanzado en el Ecuador.

Al Tutor Ing. Edwin Santamaría y los calificadores por su guía, dedicación y asesoría en la elaboración de este proyecto de investigación.

Diana Ximena Barona López

## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

<b>PORTADA</b> .....	<b>i</b>
<b>APROBACIÓN DEL TUTOR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD</b> .....	<b>iii</b>
<b>APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO</b> .....	<b>iv</b>
<b>DERECHO DE AUTOR</b> .....	<b>v</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>vi</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS</b> .....	<b>viii</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>xiv</b>
<b>INDICE DE ANEXOS</b> .....	<b>xv</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>CAPITULO I</b> .....	<b>3</b>
<b>1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>3</b>
<b>1.1. TEMA DE INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>3</b>
<b>1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	<b>3</b>
<b>1.2.1. Contextualización</b> .....	<b>3</b>
<b>1.2.2 Análisis crítico</b> .....	<b>6</b>
<b>1.2.3 Prognosis</b> .....	<b>7</b>
<b>1.2.4 Formulación del problema</b> .....	<b>8</b>
<b>1.2.5 Interrogantes (Subproblemas)</b> .....	<b>8</b>
<b>1.2.6 Delimitación del objeto de la investigación</b> .....	<b>8</b>



1.2.6.1 Delimitación Espacial .....	9
1.2.6.2 Delimitación Temporal .....	9
<b>1.3 JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>9</b>
<b>1.4 OBJETIVOS .....</b>	<b>9</b>
<b>1.4.1 Objetivo General .....</b>	<b>10</b>
<b>1.4.2 Objetivos específicos .....</b>	<b>10</b>
<b>CAPITULO II.....</b>	<b>11</b>
<b>2. MARCO TEORICO .....</b>	<b>11</b>
<b>2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....</b>	<b>11</b>
<b>2.1.1Tema .....</b>	<b>11</b>
<b>2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA .....</b>	<b>20</b>
<b>2.2.1 Fundamentación Ontológica .....</b>	<b>20</b>
<b>2.2.2 Fundamentación epistemológica .....</b>	<b>20</b>
<b>2.2.3 Fundamentación Axiológica .....</b>	<b>20</b>
<b>2.2.4 Fundamentación metodológica.....</b>	<b>21</b>
<b>2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....</b>	<b>21</b>
<b>2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES.....</b>	<b>24</b>
<b>2.4.1 Categorización de las variables .....</b>	<b>25</b>
<b>2.4.2 Categorización de la variable independiente .....</b>	<b>26</b>
<b>2.4.3 Categorización de variable dependiente.....</b>	<b>27</b>
<b>2.4.2.1 Fundamentación Teórica Variable Independiente .....</b>	<b>28</b>
<b>2.4.3.1 Fundamentación Teórica Variable Dependiente.....</b>	<b>39</b>
<b>2.5 HIPÓTESIS.....</b>	<b>47</b>

<b>2.6 SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES</b> .....	<b>47</b>
<b>CAPÍTULO III</b> .....	<b>48</b>
<b>3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>48</b>
<b>3.1 MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>48</b>
<b>3.1.1 Enfoque cualitativo</b> .....	<b>48</b>
<b>3.1.2 Enfoques cuali-cuantitativos</b> .....	<b>48</b>
<b>3.1.3 Investigación bibliográfica</b> .....	<b>49</b>
<b>3.1.4 Investigación de campo</b> .....	<b>49</b>
<b>3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>49</b>
<b>3.2.1 Investigación Explorativa</b> .....	<b>49</b>
<b>3.2.2 Investigación Descriptiva</b> .....	<b>49</b>
<b>3.2.3 Investigación Asociación de variables</b> .....	<b>50</b>
<b>3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA</b> .....	<b>50</b>
<b>3.4 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES</b> .....	<b>51</b>
<b>3.4.1 Variable independiente: Calidad del producto</b> .....	<b>51</b>
<b>3.4.2 Variable Dependiente: Ventas</b> .....	<b>52</b>
<b>3.5 PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN</b> .....	<b>53</b>
<b>3.6 PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN</b> .....	<b>54</b>
<b>CAPÍTULO IV</b> .....	<b>55</b>
<b>4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS</b> .....	<b>55</b>
<b>4.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS</b> .....	<b>55</b>
<b>4.2. INTERPRETACIÓN DE DATOS</b> .....	<b>55</b>
<b>4.3 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS</b> .....	<b>64</b>

<b>5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b> .....	<b>69</b>
<b>5.1 CONCLUSIONES</b> .....	<b>69</b>
<b>5.2 RECOMENDACIONES</b> .....	<b>71</b>
<b>CAPITULO VI</b> .....	<b>73</b>
<b>6. PROPUESTA</b> .....	<b>73</b>
<b>6.1 DATOS INFORMATIVOS</b> .....	<b>73</b>
<b>6.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA</b> .....	<b>74</b>
<b>6.3. JUSTIFICACIÓN</b> .....	<b>74</b>
<b>6.4. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA</b> .....	<b>75</b>
<b>6.4.1. Objetivo General</b> .....	<b>75</b>
<b>6.4.2. Objetivo Específicos</b> .....	<b>75</b>
<b>6.5. ANÁLISIS DE FACTIVILIDAD</b> .....	<b>76</b>
<b>6.6. FUNDAMENTACIÓN</b> .....	<b>76</b>
<b>6.7. METODOLOGÍA. MODELO OPERATIVO</b> .....	<b>77</b>
<b>6.7.1 FODA</b> .....	<b>77</b>
<b>6.7.2 Sistema de control de calidad NTC 6001</b> .....	<b>78</b>
6.7.2.1 Introducción.....	<b>78</b>
6.7.2.3 Objetivos.....	<b>79</b>
6.7.2.4 Alcance.....	<b>79</b>
6.7.2.5 Plan de acción.....	<b>80</b>
6.7.2.6 Desarrollo del plan de acción.....	<b>84</b>
6.7.2.7 Políticas de calidad de la empresa medias morales.....	<b>85</b>
6.7.2.8 Objetivos de calidad.....	<b>86</b>

6.7.2.9 Proceso de producción .....	87
6.7.2.10 Gestión del talento humano .....	91
6.7.2.11 Gestión de infraestructura .....	91
6.7.2.12 Gestión de comunicación .....	91
6.7.2.13 Optimización del diseño del producto .....	93
6.7.2.14 Verificar.....	96
6.7.2.15 Actuar.....	98
<b>6.8. ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA .....</b>	<b>99</b>
<b>6.9 PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN .....</b>	<b>99</b>
<b>6.10 PLAN DE ACCIÓN .....</b>	<b>99</b>
<b>6.11. PRESUPUESTO PARA LA EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA .....</b>	<b>103</b>
<b>C. MATERIALES DE REFERENCIA .....</b>	<b>104</b>
<b>1. Bibliografía .....</b>	<b>104</b>
<b>2. Anexos .....</b>	<b>111</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS O FIGURAS

Grafico N°1. Árbol de problemas .....	6
Grafico N°2.Organizador lógico de las variables .....	25
Grafico N° 3 Sub temas de la variable independiente .....	26
Grafico N° 4 Sub temas de la variable dependiente.....	27
Grafico N°5 Canales de Distribución.....	41
Grafico N°6. Genero de los Clientes.....	56
Grafico N° 7 Estado Civil .....	57
Grafico N°8 Productos que consume .....	58
Grafico N°9 Calidad del producto .....	59
Grafico N° 10Volvería a comprar los productos .....	60
Grafico N° 11 Precios adecuados del producto.....	61
Grafico N°12 Nuevos productos .....	62
Grafico N° 13Frecuencia de compra.....	63
Grafico N°14 Calculo de la densidad.....	68

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1 Variable Independiente.....	51
Tabla N°2 Variable Dependiente .....	52
Tabla N°3 Preguntas Desarrollo de Investigación .....	53
Tabla N°4Técnicas e instrumentos de evaluación .....	54
Tabla N°5 Género de los Clientes.....	56
Tabla N°6 Estado Civil .....	57
Tabla N°7. Productos que Consume .....	58
Tabla N°8. Calidad de producto.....	59
Tabla N°9. Volvería a comprar productos. ....	60
Tabla N°10. Precios adecuados de los productos .....	61
Tabla N°11. Nuevos productos .....	62
Tabla N°12. Frecuencia de Compra.....	63
Tabla N°13. Frecuencia Observada .....	65
Tabla N°14Frecuencias Esperadas.....	65
Tabla N° 15 Frecuencias Observada.....	66
Tabla N°16 Distribución Chi Cuadrado.....	67
Tabla N°17 Análisis Foda.....	77
Tabla N°18. Plan de acción (Objetivo 1) .....	80
Tabla N° 19 Plan de acción (Objetico 2) .....	81
Tabla N°20 Plan de acción (Objetico 3) .....	82
Tabla N°21Plan de acción (Objetico 4) .....	83
Tabla N°22 Elaboración de Medias .....	87
Tabla N°23 Gráfica del proceso de elaboración de medias .....	89
Tabla N°24 Pie del documento .....	91
Tabla N°25 Plan de Acción.....	101
Tabla N°26 Detalle de Egresos .....	103

## INDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1 .....	111
ANEXOS N°2.....	114
ANEXOS N°3 .....	115
ANEXOS N°4.....	116

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La empresa está dedicada a la elaboración de calcetines, y se distingue por los buenos precios en sus productos. Este proyecto de investigación "La calidad del producto y las ventas" está fundamentado en el estudio y análisis del área de producción de la Empresa Medias Morales, la misma que está ubicada en la Provincia del Tungurahua, Cantón Ambato, sector de Huachi Chico.

Medias Morales tiene más de una década en el mercado, sin embargo, actualmente atraviesa un estancamiento en ventas, debido a la calidad de los productos, ya que existe procesos de producción deficientes, carencia de maquinaria, falta de conocimiento del personal, esto a su vez influye en los niveles de venta de la Empresa Medias Morales. La gerencia de la empresa ha buscado diferentes soluciones, motivo por el cual se efectúa el presente estudio.

Conocer los procesos de producción de la empresa ayudara a mejorar esta industria, de manera que dichos procesos puedan ser modificados para elevar los niveles de ventas en la empresa. Por tal motivo, se propone la implementación de un Sistema de Control de Calidad mediante estándares que permitan mejorar los productos, reducir costos, generar precios más competitivos y la simplificación de los procesos; de tal forma que se mejore la calidad del producto.

El Sistema de Control permitirá dar solución a problemas que afectan a esta industria textil, mejorando los niveles de venta y la calidad en su producción. Este es el paso inicial para competir con grandes empresas, tanto a nivel local como a nivel mundial.

### **PALABRAS CLAVES:**

CALIDAD  
VENTAS  
MEDIAS MORALES  
MEDIAS  
CONTROL DE CALIDA



## **EXECUTIVE SUMMARY**

The company is dedicated to the production of socks, which is distinguished by the good prices on their products. The present work investigation Product quality and sales is based on the study and analysis in the production area of “Medias Morales” Company. It is located in the province of Tungurahua, Ambato Canton, Huachi Chico sector.

Medias Morales has more than a decade on the market however; it is currently experiencing stagnating sales because the production process are inefficient, there is a deficit of machinery and lack of knowledge. All of these factors influence in the sales levels in the company. The management has sought different solutions and, as a result, the present study is carried out.

The knowledge of the production processes will help to improve this textile company, in such way that these processes can be modified in order to raise sales levels in the company. For that reason, the implementation of a Quality Management System is proposed. The system takes into account standards that allows cost reductions, more competitive price and simplification of processes in order to enhance the product quality.

The control system will provide solutions to the problems that affect to this industry in order to improve the sales levels and the product quality. This is the starting point to compete with large companies, not only to local level but also to worldwide.

### **KEY WORDS:**

QUALITY  
SALES  
HALF MORALES  
SOCKS  
QUALITY CONTROL

## **INTRODUCCIÓN**

El presente proyecto de investigación, contiene seis capítulos, los cuales están establecidos de acuerdo a los requerimientos de la Universidad Técnica de Ambato.

En el capítulo I, se menciona acerca de la contextualización del problema, especificándose el aspecto macro, meso y micro, la formulación del problema y las preguntas de investigación.

En el capítulo II, se define los antecedentes de la investigación, la fundamentación legal, las conceptualizaciones de acuerdo a las variables de estudio, de diferentes autores, esto sirvió para la presente investigación.

En el capítulo III, se define la metodología de la investigación, utilizando el método crítico-propositivo, también los instrumentos de investigación como es la encuesta a través de cuestionarios de preguntas realizadas en la investigación.

En el capítulo IV, se realiza la encuesta aplicada a los clientes de la empresa, a un total de 168, de estas respuestas se realiza la interpretación y análisis de los resultados, esto nos sirve para realizar la hipótesis para después realizar el chi cuadrado, para aceptar la hipótesis denominada “La implementación de un Sistema de Control SI mejorará el posicionamiento en el mercado para la empresa Medias Morales de la ciudad de Ambato.”

En el capítulo V, se describe las conclusiones y recomendaciones de la investigación, estableciendo la importancia de aplicar un Sistema de Control como estrategia para solucionar los problemas de la empresa Medias Morales.

El capítulo VI, se define la propuesta, la misma que consiste en aplicar un sistema de control bajo la norma colombiana NTC 6001 para así poder con el objetivo planteado que es elevar el nivel de ventas de la empresa medias morales.

## **CAPITULO I**

### **1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

#### **1.1.TEMA DE INVESTIGACIÓN**

La calidad del producto y las ventas de la Empresa Medias Morales en la ciudad de Ambato.

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

##### **1.2.1. Contextualización**

###### **Macro**

Desde el comienzo de la producción industrial a gran escala, la demanda de los productos ha aumentado y a su vez el nivel de competitividad, actualmente la mayor parte de la población, tanto de los países desarrollados como los países en vías de desarrollo, tiene un

nivel de vida superior a siglos pasados, sin embargo, la producción en masa también ha supuesto una serie de retos, como los referidos a la calidad del producto.

Según Deming (1989) la calidad es “un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado”. El control de calidad comprende todas las fases del proceso productivo, desde los primeros análisis de la materia prima utilizada, hasta la revisión completa del producto listo para ser comercializado.

En la mayoría de la empresa existe deficientes procesos productivos esto se genera por no haber detectado previamente alguna insuficiencia en la cadena productiva, es por ello que los fabricantes se han visto obligados a aplicar mayor control en los procesos productivos, empleando Sistemas de Control de Calidad.

En la actualidad las exigencias de los consumidores en los diferentes escenarios económicos son muy relevantes, ya que desempeña un papel importante en el control calidad y es donde, las empresas realizan mayor énfasis para alcanzar ventaja competitiva, que les permita competir en el mercado.

## **Meso**

Ecuador posee una extensa gama de industria textil, esta ha ido mejorando continuamente, hoy en día existen nuevos productos, los cuales poseen diseños novedosos y precios económicos. Nuestro país es exportador de telas, hilos, prendas de vestir etc., esto genera que cada vez más, esta industria crezca a lo largo del país, permitiendo que se fabrique mayor cantidad de productos textiles y genere que esta industria repunte en la región y en el país, esto trae grandes beneficios ya que los compradores se interesan aún más. En el país existe un gran número de fábricas de medias están concentradas en la provincia de Imbabura, estas han ido creciendo en el transcurso de los años, y mejorando a su vez con la

tecnología un vivo ejemplo es Baytex, lleva 50 años en el mercado y ha ido creciendo con el transcurso de los años.

### **Micro**

En la ciudad de Ambato se encuentra ubicada la empresa de Medias Morales sus objetivos son tener una participación activa en el mercado, permitiéndole mantenerse por muchos años en el área textil, la empresa ha detectado que no cuenta con un Sistema de Control de Calidad que le permita mejorar la calidad de los productos y elevar los niveles de venta. Actualmente el taller textil no cuenta con controles de calidad en los procesos de producción, esto es muy importantes para garantizar la calidad de los diferentes productos de la Empresa Medias Morales, además el personal de la empresa no cuenta con la adecuada capacitación esto genera deficiencia en los procesos de producción.

### 1.2.2 Análisis crítico

**Grafico N°1. Árbol de problemas**



Elaborado: Diana Ximena Barona López

Actualmente no existe un Sistema de Control de Calidad basado en la Norma Técnica Colombiana 6001, esto genera productos sin estándares de calidad conduciendo a que la empresa no puede ser competitiva en el mercado, ocasionado por múltiples factores entre ellos, la inadecuada capacitación del personal, debido a que los empleados desconocen sobre sistemas de control de calidad, además la maquinaria es deficiente, por el tiempo que llevan estas en la empresa, las quejas por parte de los clientes es frecuente, los empleados desconocen de las buenas prácticas de atención al cliente, el diseño de los productos es débil, debido a que estos no son llamativos y no contiene el adecuado etiquetado que permita que los clientes identifiquen el producto y lo adquieran con facilidad, todo esto genera que la calidad del producto no sea la adecuada y que los niveles de ventas no sean los esperados por parte de la Empresa Medias Morales.

### **1.2.3 Prognosis**

En caso de no desarrollar un Sistema de Control basado en la Norma Técnica colombiana 6001 seguirá existiendo problemas en la empresa, ya que estos afectan los ingresos, así como también disminuyen la productividad, ocasionando el incumplimiento de las entregas y desechos de los pedidos de los clientes, lo que significa pérdidas económicas importantes y a su vez la pérdida de clientes.

El desconocimiento en el manejo de Instructivos y Registros impresos para el Control de cada uno de los Procesos genera Reprocesos, por lo que se debe elaborar un Sistema de Control de Calidad para mejorar los procesos productivos formados, de acuerdo a estándares.

En caso de no aplicar un Sistema de Control calidad en los procesos productivos los niveles de ventas no serán los esperados, la aceptación de los clientes será deficiente, y se dará el posible cierre de la Empresa Medias Morales.



En caso de la aplicación del Sistema de Control basado en la Norma Técnica Colombiana 6001, la empresa podrá contar con una herramienta muy eficaz, para fabricar productos con estándares de calidad, los empleados tendrán el conocimiento necesario para la implementación del Sistema de Control, además la empresa será más eficiente en todos los procesos productivos y a su vez todos los clientes notarán las mejoras de los productos y existirá mayor aceptación en el mercado, todo esto generara un aumento en el nivel de ventas de la Empresa Medias Morales.

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

¿Cómo influye la Calidad del producto en los niveles de ventas de la Empresa Medias Morales en la ciudad de Ambato?

#### **1.2.5 Interrogantes (Subproblemas)**

¿Qué factores inciden en los niveles de ventas?

¿Cuáles son los procesos de producción que carecen de estándares de calidad en la Empresa Medias Morales?

¿Qué alternativas de implementación se propondría?

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

Campo: Auditoría de Calidad

Área: Gestión de calidad

Aspecto: Calidad del producto

### **1.2.6.1 Delimitación Espacial**

La empresa medias morales está ubicada en las calles Falquezampuerto y Gonzalo Zaldumbide de la parroquia Huachi Chico del cantón Ambato, provincia de Tungurahua.

### **1.2.6.2 Delimitación Temporal**

La investigación se realizó durante en el año 2014-2015.

## **1.3 JUSTIFICACIÓN**

El área textil es una de las más importantes y antiguas en el país y en Tungurahua, su tradición tiene décadas, al inicio las personas se dedicaban al procesamiento de lana, y con este material se dedicaban a fabricar tejidos, en la actualidad con las nuevas tecnologías existe procesamientos más eficientes, los cuales ahorran tiempo y dinero a las empresas.

Ahora el consumo de fibras ha ido evolucionando, existe una amplia variedad tanto para hombres como para mujeres, de toda clase y precio, todos en algún momento hemos usado algún tipo de calcetín ya sea de algodón, poliéster u otros materiales, es un producto necesario, que crea bienestar y confort para quien lo utiliza.

Un Sistema de Control de Calidad, es de gran importancia para las diferentes áreas de la empresa, desde el gerente hasta el área de bodega, este implica ampliar y profundizar los conocimientos ya adquiridos en el área de control, gestión y estándares de calidad.

## **1.4 OBJETIVOS**

### **1.4.1 Objetivo General**

Desarrollar un Sistema de Control de calidad basado en la Norma NTC 6001 para mejorar los procesos productivos de la empresa Medias Morales en la ciudad de Ambato.

### **1.4.2 Objetivos específicos**

- a) Identificar los procesos de producción que carecen de estándares de calidad en la Empresa Medias Morales.
- b) Analizar los factores que inciden en los niveles de ventas.
- c) Proponer el desarrollo a la empresa de la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad.

## **CAPITULO II**

### **2. MARCO TEORICO**

#### **2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

El repositorio de la Universidad Técnica de Ambato a continuación se menciona los siguientes trabajos:

##### **2.1.1 Tema**

“APLICACIÓN DEL MANUAL DE CALIDAD PARA MEJORAR LOS PROCESOS PRODUCTIVOS EN LA "IMPRESA Y ENCUADERNACIÓN GÓMEZ M." DE LA CIUDAD DE AMBATO”.

**Autor:** Francisco Javier Gómez Bermeo

**Año:** 2010

## **Objetivo General**

- Determinar si la carencia de un Manual de Calidad bajo los requisitos establecidos en la Norma NTC 6001 en la empresa "Imprenta y Encuadernación Gómez M." genera ineficiencia en sus Procesos Productivos.

## **Objetivos Específicos**

- Analizar la situación actual de los Procesos en la Imprenta y Encuadernación Gómez.
- Desarrollar el Manual de Calidad basado en las Normas NTC 6001.
- Proponer la implementación del Manual de Calidad basado en las Normas NTC 6001 para mejorar los Procesos Productivos en la empresa.

## **Conclusiones**

- Es imperiosa la necesidad de implantar un Modelo de Gestión de Calidad como lo es la Norma NTC 6001 en nuestra empresa para de esta manera establecer una cultura de superación y mejora continua.
- La elaboración de un Manual de Calidad Total bajo las Normas establecidas en la Norma NTC 6001 es la forma más inteligente de dirigir un negocio.
- Los esfuerzos del Manual de Calidad bajo las Normas NTC 6001 se dirigen a tres áreas principales: mejorar la satisfacción del cliente, reducir el tiempo del ciclo de Producción y a reducir sus defectos.
- Las mejoras en estas áreas representan importantes ahorros de costes, oportunidades para retener a los clientes, capturar a nuevos mercados y construirse una reputación de empresa de excelencia.

- Gracias a las encuestas realizadas se pudo viabilizar la aplicación de un Manual de Calidad bajo los requisitos establecidos en la Norma ISO NTC 6001.
- Las compañías que abordan la tarea de la documentación del Manual de Calidad para el Sistema de Calidad con la suficiente preparación, con una planificación adecuada y con sentido común no tienen problemas, solamente obtienen ventajas de la aplicación del Manual.
- Los documentos son imprescindibles para lograr la Calidad requerida del producto y son útiles como soporte de las actividades de mejora de la Calidad.
- Los trabajadores no deben ser tratados como un recurso o herramienta más de la actividad económica, por el contrario deben ser considerados como verdaderos socios con intereses en la empresa.
- El Manual de Calidad infunde a los proveedores la necesidad de un aseguramiento de la Calidad eficaz en relación con los suministros facilitados.
- El Manual de Calidad asegura que las operaciones se realizan ordenadamente y de forma coordinada.
- El Manual de Calidad sirve como norma autorizada de referencia para la implantación del Sistema de Calidad.
- El Manual de Calidad es importante por formar a los empleados respecto a los elementos del Sistema de Calidad y hacer que sean conscientes del impacto de su trabajo en la Calidad global del producto final, esto ayuda a que los empleados se orienten hacia la Calidad.
- El Manual de Calidad sirve para proyectar una imagen favorable de nuestra empresa, ganar la confianza de los clientes y satisfacer los requisitos contractuales en los casos en que se especifiquen.
- Como Gerente de la Imprenta y Encuadernación Gómez M. creo imperiosa la necesidad de un Mejoramiento Continuo mediante la implantación de un Manual de Calidad bajo los requisitos establecidos en la Norma NTC 6001.

## **Recomendaciones**

- Aplicar el presente Manual de Calidad bajo los requisitos establecidos en la Norma NTC 6001 en la Imprenta y Encuademación Gómez M. de la ciudad de Ambato.
- Todas las personas que participan en la elaboración de documentos deben tener muy en cuenta la condición de realismo, es decir no documentar métodos y operaciones que no se ajustan a la realidad.
- El Gerente de esta empresa debería aprobar el desarrollo tangible de la propuesta del Manual de Calidad.
- Evitar el exceso de detalles en los documentos, salvo que sea absolutamente imprescindible; ya que los documentos excesivamente detallados, además de ser de poca ayuda en muchos casos exigen una actualización casi continua.
- Capacitar de forma permanente sobre los beneficios que posee la implantación de un Manual de Calidad dentro de la empresa al recurso humano existente.
- Es recomendable, también, que toda la documentación referente a órdenes de Producción sea llevada en forma escrita y cronológica.

### **2.1.2 Tema**

“La calidad de la Materia Prima y su incidencia en el Volumen de Producción del Taller de confecciones JHONNY 2 de la ciudad de Ambato”.

**Autor:** Olga Judith Gancino López

**Año:** 2012

## **Objetivo General**

- Determinar la Calidad de la Materia Prima para el incremento del Volumen de Producción de Confecciones JHONNY 2 de la ciudad de Ambato.

## **Objetivos Específicos**

- Diagnosticar cuales son las razones por las que no existe una adecuada calidad de la materia prima en Confecciones JHONNY 2.
- Evaluar el volumen de producción de Confecciones JHONNY 2.
- Proponer métodos de control de Calidad de la Materia Prima, para mejorar el volumen de producción de Confecciones JHONNY 2.

## **Conclusiones**

- Se puede concluir que la empresa utiliza en mayor cantidad la tela Lino para la elaboración de los trajes de bautizo de barón, por formar parte de todas las piezas externas del traje, su calidad y facilidad para su confección, mientras que la popelina inglesa es utilizada solo para la camisa.
- Así como también, se concluye que la empresa adquiere materia prima de calidad; pero existen otros factores que influyen en el descontento, como: la medida exacta, desperfectos, entrega, precio, entre otros; lo que ocasiona que la producción no se desarrolle normalmente.
- Se concluye que la empresa tiene una debilidad en su control y abastecimiento de inventarios, ya que necesita tener un constante registro de cada materia prima e insumos, que ingresa o sale, para determinar de manera exacta y eficiente cuanto necesita abastecerse.



- Se pudo concluir que la empresa normalmente compra mínimo 2 bultos de material en el mes, para el proceso de confección de los trajes, cantidad que comprende 6 piezas de 30 metros cada uno; siendo 360 metros en los dos bultos al mes, mientras que si se compra 180m al mes, no abastecería la producción mínima de la empresa.
- Estos resultados demuestran que la empresa no tiene un nivel óptimo de producción, sino medio a bajo, lo cual perjudica en el volumen de producción. Así también concluimos que la empresa no cuenta con un asesoramiento contable, siendo un paso fundamental que sirve para planificar las ventas, según el comportamiento o variación del mercado, y poder así evaluar la situación económica de la empresa.
- Finalmente se concluye, que la implementación de una hoja de control de inventarios a través de la elaboración de una hoja de control de inventarios para la materia prima e insumos, es una herramienta muy importante para mejorar el desarrollo de la empresa.

### **Recomendaciones**

- Una vez que se ha realizado, las conclusiones de cada resultado de las tablas y gráficos de las frecuencias, se recomienda la herramienta necesaria para dar solución al problema o falencia detectada en la empresa.
- Se recomienda adquirir en mayor cantidad estos dos materiales, ya que son fundamentales para la elaboración de los trajes, para lo cual utilizaremos un modelo de hoja de control de inventarios de la materia prima.
- Se recomienda tomar en consideración todas sus características físicas y económicas para la adquisición de la materia prima, por parte del jefe de adquisición para verificar si es válida la calidad o no. Esto se lograra diseñando un formato de control de inventarios como es una Hoja de control de arribo de materia prima.
- Se recomienda implementar una política dentro de la empresa en que diga que una de las funciones principales dentro de cada área es el registro, control evaluación y

verificación de los productos. Para así motivar a los trabajadores y mantener un contacto más corto con él.

- Se recomienda mejorar la capacidad de producción para llegar a un nivel muy bueno y así poder tener un volumen de ventas adecuado y que satisfaga los diferentes pedidos a realizar por parte de los clientes, para lo cual es necesario capacitar al personal del área de producción, en lo que se refiere al manejo de la maquinaria y la optimización del tiempo.
- Se recomienda aplicar un modelo de control de calidad de la materia prima, enfocándose desde que entra a la empresa, su uso y salida de ella y se logrará el incremento de la calidad del producto terminado por ende mejoran las ventas.
- Será necesario mejorar la capacidad de producción para llegar a un nivel muy bueno y así poder tener un volumen de ventas adecuado y que satisfaga los diferentes pedidos a realizar por parte de los clientes y por lo cual se obtendrá mayores ingresos en el taller.
- Finalmente se recomienda que se utilice la hoja de control de inventarios, basado en las necesidades de la empresa JHONNY # 2. Para llevar las adquisiciones, procesamiento y distribución.

### **2.1.3 Tema**

Sistema de Gestión de la Calidad y su incidencia en las Ventas de la Empresa Lácteos “LEITO” del Cantón Salcedo.

**Autor:** Machuca Calapiña Mayra Janeth

**Año:**2010

## **Objetivo General**

- Proponer un Sistema de Gestión de la Calidad bajo las normas NTC 6001, que permita incrementar el Volumen de Ventas en la Empresa de productos Lácteos “LEITO” del Cantón Salcedo.

## **Objetivos Específicos**

- Identificar los procesos productivos que requiere mejoras.
- Diseñar un Sistema de Gestión de la Calidad, basándonos en las normas NTC 6001 para incrementar el Volumen de Ventas de la Empresa de Productos Lácteos ”LEITO”

## **Conclusiones**

- La empresa Lácteos “LEITO” desconoce lo que es un Sistema de Calidad tenemos un porcentaje de un 71%; y para ello hay que tener en cuenta tres aspectos importantes: dimensión técnica, la que engloba los aspectos científicos y tecnológicos que afectan al producción; dimensión humana, cuida las buenas relaciones entre clientes y empresa; dimensión económica, intenta minimizar costos tanto para el cliente como para la empresa.
- El ambiente de trabajo en la Empresa es aceptable, sin embargo la Empresa requiere la excelencia mediante una buena comunicación para prevenir, mitigar y/o compensar los efectos o impactos ambientales negativos, con ello puede eliminar y prevenir los errores de la producción.
- Ante todo la Empresa Lácteos “LEITO” necesita un óptimo nivel de calidad en la materia prima e insumos y por ende en la empresa, este cambio permite que los clientes se sientan más satisfechos con el producto y así la organización pueda

obtener ventajas frente a los competidores, aumente la participación en el mercado y finalmente gane prestigio y liderazgo en el sector.

- La Empresa Lácteos “LEITO” al tener costos elevados encarece más nuestro producto evitara mejora su rendimiento de ventas y aumenta su rentabilidad.
- El Recurso Humano que posee la Empresa está capacitado para cada puesto ya que cada vez son capacitados y de esta manera tiene un mejoramiento continuo en la producción, identifica todos los procesos productivos que requiere.

### **Recomendaciones**

- Que la empresa para incrementar el Volumen de Ventas, debe tener confiabilidad en cada uno de sus equipos individuales. Esto va a permitir organizar mejor tanto la producción como las actividades de mantenimiento, y entonces el despilfarro de la materia prima, defectos del producto y tiempos de indisponibilidad total en planta no existirán.
- Que la empresa identifique los procesos de producción que requieren mejoras, organizando reuniones con el personal, para que cada responsable de los procesos, explique cómo se desarrollan las actividades y así la Empresa sugiera cambios o ideas para mejora de todos.
- Que la Empresa permanentemente realice controles en la Calidad, desde la adquisición de materia prima hasta la obtención del producto final.
- Que la empresa realice acciones (de innovación, mejoramiento y mantenimiento) en los procesos de control de calidad.
- Describir las funciones por competencias, incluyendo la responsabilidad y autoridad de cada cargo, de forma que contribuya al logro de los objetivos de calidad.

## **2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA**

Para la ejecución de la presente investigación se utilizara el paradigma crítico – propositivo ya que se considera a la ciencia administrativa como una ciencia teórica – humanista el cuál es ideal por que toma distintos puntos de vista para investigar las causas de los problemas, toma elementos importantes del paradigma positivista como las investigaciones, estadísticas y comprobaciones hechas . Por otro lado toma la parte subjetiva del paradigma interpretativo, que suma a la mirada del problema. Esto conlleva a darnos más soluciones desde distintas miradas para resolver el problema encontrado por el investigador. Aparte de estos dos aspectos, se agrega que el investigador es parte activo en la solución de los problemas.

### **2.2.1 Fundamentación Ontológica**

Se aplicara esta fundamentación ya que la presente investigación se caracteriza por el ser en cuanto ser, el interés por estudiar el ser se origina en la historia de la filosofía, cuando esta surge de la necesidad de dar explicaciones racionales, no mitológicas, a los fenómenos del mundo físico, para ser llevados a la práctica concreta en los fenómenos físicos, o sociales.

### **2.2.2 Fundamentación epistemológica**

Corresponde a la investigación del comportamiento humano donde se origina el conocimiento científico y cómo aplica.

### **2.2.3 Fundamentación Axiológica**

Es la investigación cuyos valores ayudan a crecer y hacer posible el desarrollo armonioso de todas las capacidades del ser humano. Estos están ligados a la propia existencia, afectan

a la conducta, configuran y modelan las ideas, sentimientos y los actos. El hombre se construye y crece como persona, en la realización de los valores.

#### **2.2.4 Fundamentación metodológica**

La presente investigación sostiene que es fundamental que el método de enseñanza aprendizaje sea planificado, organizado, dirigido, y controlado; involucrando siempre a padres y maestros aportando así a lograr un desarrollo físico e integral en el estudiante, con lo cual se llegara a construir el conocimiento con el esfuerzo del estudiante poniendo en juego su reflexión y pensamiento propio.

### **2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

Para la presente investigación me he sustentado en las siguientes leyes:

**“Ley Orgánica de Defensa del Consumidor”**

#### **CAPITULO II**

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

**Art. 4.- Derechos del Consumidor.-** Son derechos fundamentales del consumidor los siguientes:

Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima Calidad, y a elegirlos con libertad.

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

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

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

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

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

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

Esta Ley es de vital importancia para el estudio, ya que precisamente la investigación se centrará en los procesos y controles de calidad, mismos que están amparados como se aprecia en la Ley de Defensa del Consumidor.

## **SECCIÓN NOVENA**

### **PERSONAS USUARIAS Y CONSUMIDORAS**

**Art. 52.-** Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y



por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

#### **2.4. CATEGORÍAS FUNDAMENTALES**

La incidencia de la calidad del producto y las ventas de la Empresa Medias Morales de la ciudad de Ambato.

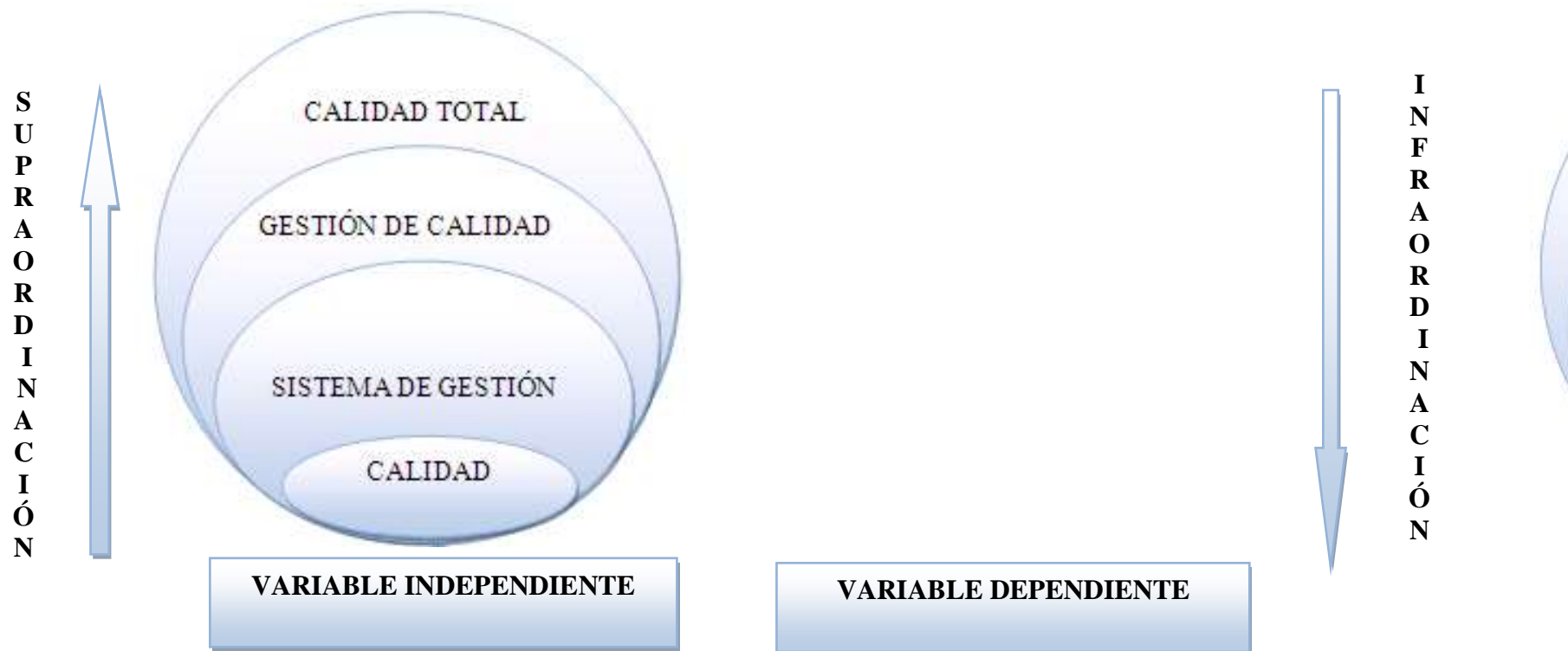
**Variable independiente:** La calidad del producto

**Variable dependiente:** Las ventas.

## 2.4 Categorías Fundamentales

### 2.4.1 Categorización de las variables

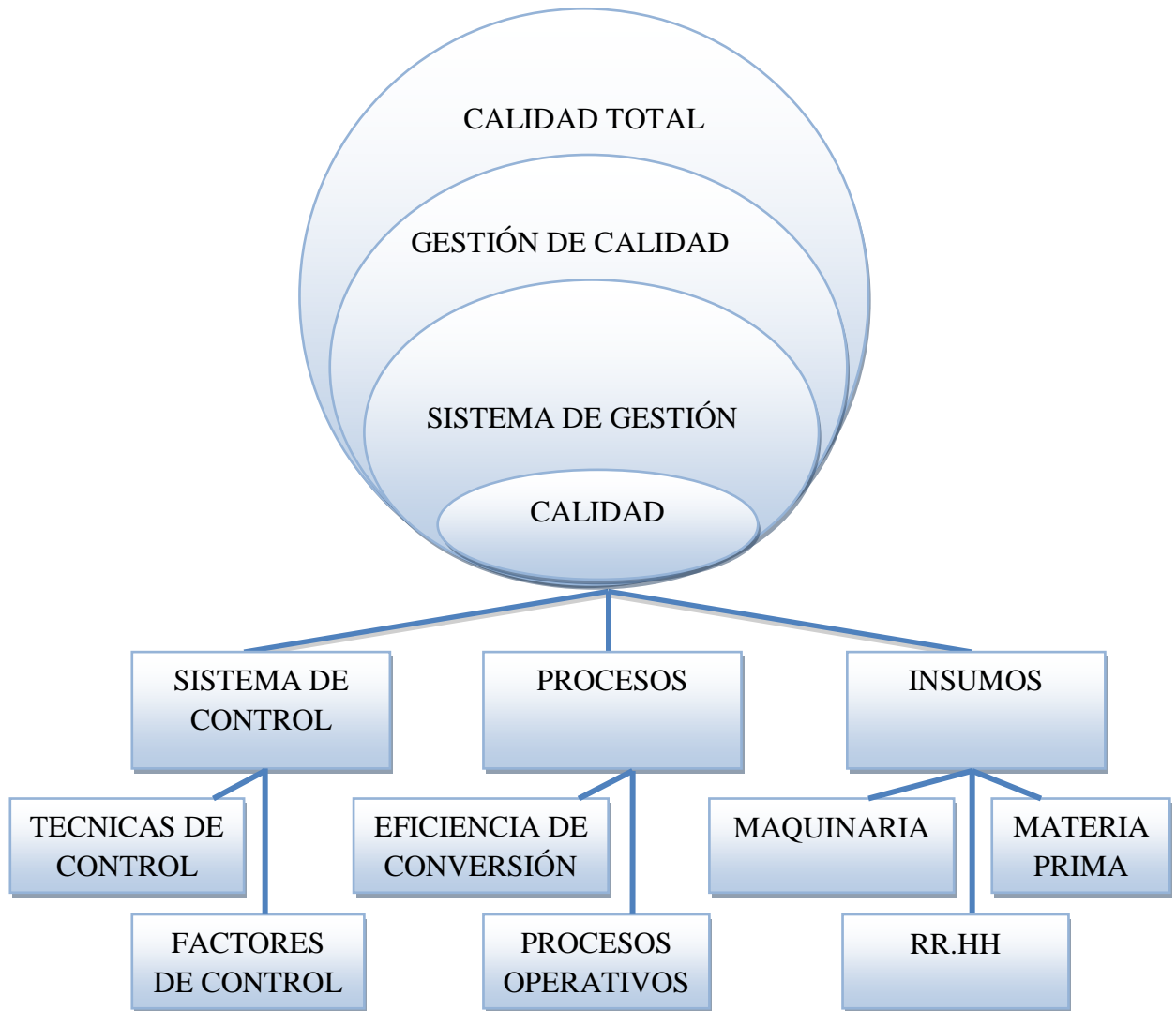
Grafico N°2. Organizador lógico de las variables



Elaborado: Diana Ximena Barona López

## 2.4.2 Categorización de la variable independiente

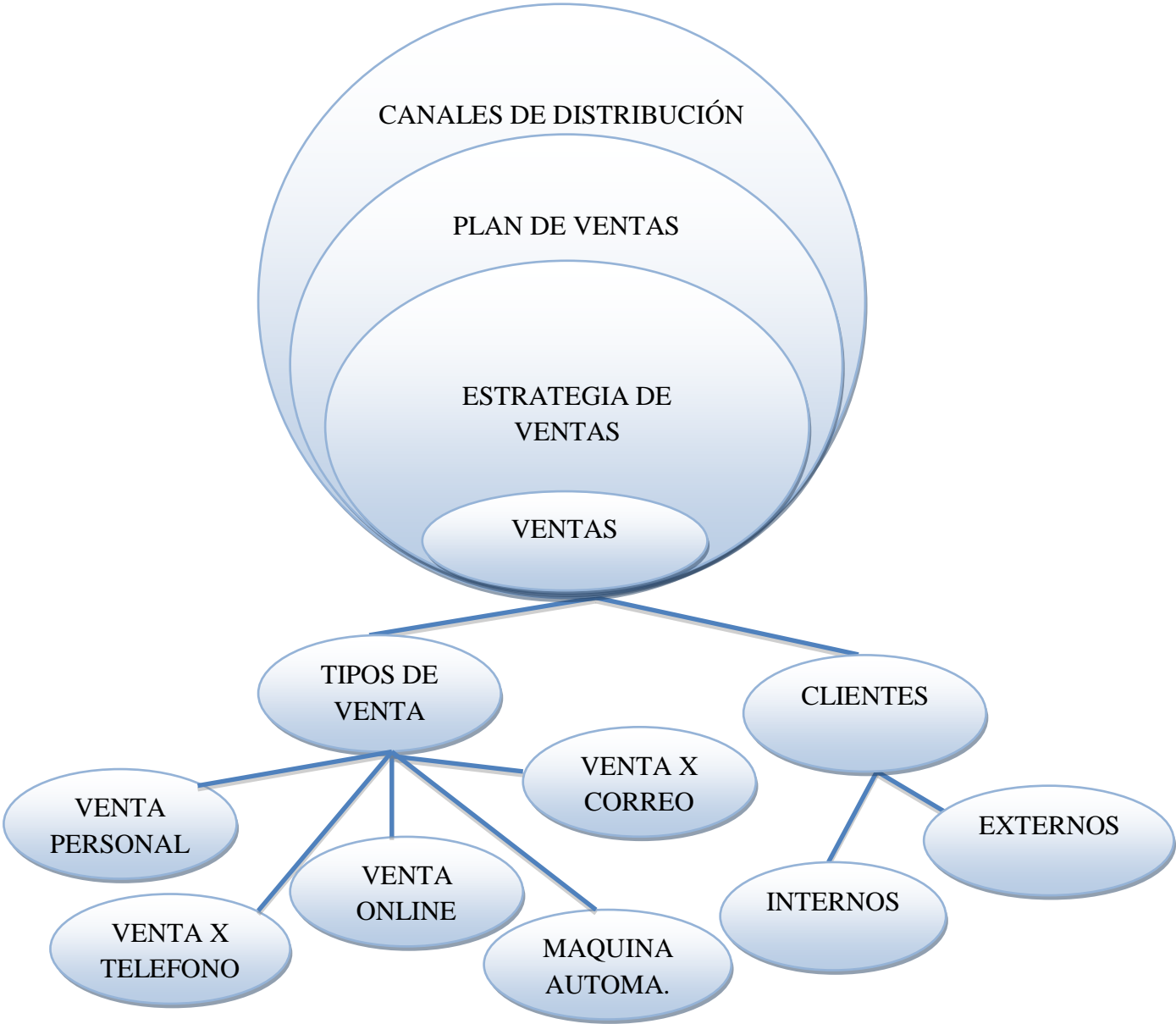
Grafico N°3 Sub temas de la variable independiente



Elaborado: Diana Ximena Barona López

2.4.3 Categorización de variable dependiente

Grafico N°4 Sub temas de la variable dependiente



Elaborado: Diana Ximena Barona López

### **2.4.2.1 Fundamentación Teórica Variable Independiente**

#### **Calidad total**

(England, 2007) la define como: “la que mejor responde a una necesidad”. Mientras que para (Deming, 2007) Calidad es “satisfacer las necesidades del cliente”.

Por otro lado (Mecinas, 2007) afirma que, “para las empresas fabriles, la calidad en materias primas la determina el departamento de producción e ingeniería. Por lo tanto al momento de adquirir determinados materiales, el responsable del departamento de compras debe tomar en cuenta los precios más bajos posibles, pero sin descuidar la calidad, disponibilidad, condiciones de entrega y pago para la adquisición de ellos”.

Coss (1987) señala que la calidad no cuesta, lo que cuesta son las cosas que no tienen calidad. Coss define calidad como “conformidad con las especificaciones o cumplimiento de los requisitos y entiende que la principal motivación de la empresa es el alcanzar la cifra de cero defectos” es "Hacerlo bien a la primera vez y conseguir cero defectos".

#### **Gestión de Calidad.**

La gestión de la calidad total es la forma de dirigir las organizaciones, en todos los niveles, para lograr el aumento constante de la satisfacción de los clientes (externos, internos e indirectos), con una disminución permanente de los costes reales. Para conseguirlo, hace falta la involucración de todo el personal de la organización, especialmente la dirección (Tummala y Tang, 1996, pp. 420-425). Esta mejora continua será necesaria para cumplir con las expectativas y necesidades de los clientes cambiantes con el tiempo (Black y Porter, 1995, pp. 149–164).

Armand V. Feigenbaum(2006) define como “un sistema eficaz para integrar los esfuerzos en el desarrollo y mantenimiento de la calidad, realizados por los diversos grupos de la organización, de modo que sea posible producir bienes y servicios a los niveles más económicos, y que sean compatibles con la plena satisfacción de los clientes”.

Joseph M. Juran señala que “para un sistema de gestión de calidad, es necesario que todos participen desde el principio. Si únicamente se hicieran inspecciones de la calidad, sólo estaríamos impidiendo que salieran productos defectuosos, pero no evitaríamos que se produjeran defectos”.

### **Sistema de la calidad**

Se ha definido el sistema de calidad como “un proceso sistemático de cubrir la brecha entre el desempeño real y los resultados ideales esperados, de acuerdo con el conjunto de límites tecnológicos en cualquier sistema en particular” (Salazar J, [s.a]); “el conjunto de actividades que se llevan a cabo para fijar normas, vigilar y mejorar el desempeño, de tal manera que los resultados obtenidos sean los más eficaces y seguros posibles ”(Serrano N, [s.a]); “un ciclo en espiral que no tiene término y que se puede aplicar al sistema como un todo, a los diferentes subsistemas y a los procesos en particular” (Salazar N, [s.a]); “el conjunto de actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la calidad” (Betancourt Agüero, 2009); sistema de gestión de la calidad son “las actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la calidad” (Reyes Benítez, 2010).

## **Calidad**

Según, (Philip, 2010 pág. 7) “es la capacidad de un producto, para desempeñar sus funciones, incluye la durabilidad del producto, confiabilidad, precisión, facilidad de operación y reparación”. Por su parte (Varo, 2009) define a la “calidad como las características del producto o servicio como la idoneidad, aptitud o adecuación del uso que satisfacen las expectativas del cliente. Como conclusión la calidad es el conjunto de características o cualidades de un producto o servicio que satisface las necesidades y se adecua al uso que le dará el consumidor, es la interacción entre lo que el cliente quiere y lo que la empresa ofrece”.

Philip Crosby afirma que “Calidad es el cumplimiento de los requerimientos, donde el sistema es la prevención, el estándar es cero defectos y la medida es el precio del incumplimiento”.

Según Deming (1989) la calidad es “un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado”.

## **Sistema de control**

Para Amat (2004, p. 35), el Sistema de Control es “el conjunto de mecanismos que puede utilizar la dirección que permiten aumentar la probabilidad de que el comportamiento de las personas que forman parte de la organización sea coherente con los objetivos de ésta”.

Según (Ishikawa, 1981): “Practicar el control de la calidad es desarrollar, diseñar, manufacturar, y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el más útil y siempre satisfactorio para el consumidor”.

Control es “dirigir las acciones que constituyan la puesta en marcha concreta de la política general de la empresa, es tomar decisiones orientadas a alcanzar los objetivos marcados” (Boris Avgrafoff 2001).

### **Técnicas de control**

Según, Valdivieso P.(2007) “Control es el proceso por el cual los procesos se aseguran que la obtención y el empleo de los recursos se efectúen en forma efectiva y eficiente, en el logro de los objetivos de la organización. El proceso de control tiende a ser rítmico, sigue una pauta y es recurrente mes tras mes y año tras año”.

Vásquez (2007) “Las técnicas de control son herramientas de las que se ayuda el administrador para llevar a cabo los procesos”.

Control por (Redondo, 1993:267), es: “se debe hacer un estudio y una evaluación adecuada de control existente, como base para determinar la amplitud de las pruebas a las cuales se limitarán los procedimientos de auditorías”.

- **Presupuesto**

Según Jorge Burbano (1995). El presupuesto es la estimación programada, de manera sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un periodo determinado. También dice que el presupuesto es una expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la administración de la empresa en un periodo, con la adopción de las estrategias necesarias para lograrlos.



Pere, N. (2000) sostiene que un presupuesto es “un plan detallado en el que figuran explícitas tanto las previsiones de ingresos como las necesidades de adquisición y consumo de recursos materiales y financieros para un determinado período de tiempo”.

Allen y Rachlin (2001) definen el presupuesto como el resultado de un proceso gerencial que consiste en establecer objetivos, estrategias y elaboración de planes que forman parte del proceso de administración.

- **Normas NTC 6001**

NTC (6001) Las normas son un modelo a seguir, también es un patrón, este tiene paso a seguir, tiene como objeto definir características que sean compatibles para ser usados a nivel internacional.

La serie NTC 6001 es un conjunto de normas orientadas a ordenar la gestión de la empresa que han ganado reconocimiento y aceptación internacional debido al mayor poder que tienen los consumidores y a la alta competencia internacional acentuada por los procesos integracionistas. Algunas de estas normas especifican requisitos para sistemas de calidad (NTC 6001) y otras dan una guía para ayudar en la interpretación e implementación del sistema de calidad (NTC 6001)

- **Competitividad**

Cebreros (1993) “la competitividad es un proceso de creación de ventajas competitivas, donde es importante la capacidad de innovar para obtener saltos tecnológicos, al tener la capacidad de innovar en aspectos tecnológicos y además anticipar las necesidades de los consumidores; se obtiene la capacidad de organización, infraestructura y un marco jurídico”, “No sólo es un problema de tipo tecnológico y económico, sino involucra una

gran variedad de aspectos como: territorio, elementos sociales, ambientales y políticas” (Díaz-Bautista, 2006).

La capacidad de las empresas de un país dado para diseñar, desarrollar, producir y colocar sus productos en el mercado en medio de la competencia con empresas (Allen, 1997).

- **Estrategia competitiva**

Porter (1985) define la estrategia competitiva como aquella estrategia que supone una acción ofensiva o defensiva con el fin de crear una posición defendible frente a las cinco fuerzas competitivas, de tal modo que se obtenga un resultado superior al promedio de las empresas competidoras del sector industrial. La estrategia competitiva implica posicionar a una empresa para maximizar el valor de las capacidades que la distinguen de sus competidores, a la vez el objetivo de cualquier estrategia genérica es “crear valor para los compradores” (Porter, 1985:36).

Para Aulakh y Baldauf (2000) “el interés principal de estas estrategias genéricas son aspectos de la competencia, tales como la creación y sostenimiento de ventajas distintivas”.

Porter (1980) “La ventaja competitiva crece fundamentalmente en razón del valor que una empresa es capaz de generar”. El concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecer precios más bajos en relación a los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados.

## **Factores Del Control**

Existen cuatro factores que deben ser considerados al aplicar el proceso de control.

### **Cantidad**

Para Philip Kotler y Gary Armstrong (2006) “Cantidad es todo aquello que es medible y susceptible de expresarse numéricamente, pues es capaz de aumentar o disminuir”

Patricio Bonta y Mario Farber mencionan que “La cantidad de movimiento de un cuerpo es una magnitud que resulta del producto de su masa por la velocidad que lo anima”

Ricardo Rosero habla también de cantidad para referirse a algo que existe en abundancia (por ejemplo “hay gran cantidad de gente” o “tanta cantidad de objetos no cabe en el camión”, o “tiene una gran cantidad de dinero”).

### **Tiempo**

Para Robert M(1984) tiempo es “una magnitud de carácter físico que se emplea para realizar la medición de lo que dura algo que es susceptible de cambio”.

Costa A. define al tiempo como algo que nos permite ordenar los sucesos en secuencias, estableciendo un pasado, un futuro y un tercer conjunto de eventos ni pasados ni futuros respecto a otro.

Michele Angelo (2009) nos dice que el tiempos son los hechos simultáneos ("presente") son relativos al observador, salvo que se produzcan en el mismo lugar del espacio; por ejemplo, un choque entre dos partículas.

## **Costo**

Según Leturia (2002) el costo es “el conjunto de cargas incorporables, necesarias para la transformación de los productos. Están referidas a una fase intermedia, función u operación”.

Hornsgren (2000), indica que por lo general, los contadores definen el costo como los recursos sacrificados o perdidos para alcanzar un objetivo específico.

Para Leturia (2002), viene a ser el conjunto de elementos componentes de los costos de una determinada actividad

## **Calidad**

Según, (Philip, 2010 pág. 7) “es la capacidad de un producto, para desempeñar sus funciones, incluye la durabilidad del producto, confiabilidad, precisión, facilidad de operación y reparación”. Por su parte (Varo, 2009) define a la “calidad como las características del producto o servicio como la idoneidad, aptitud o adecuación del uso que satisfacen las expectativas del cliente. Como conclusión la calidad es el conjunto de características o cualidades de un producto o servicio que satisface las necesidades y se adecua al uso que le dará el consumidor, es la interacción entre lo que el cliente quiere y lo que la empresa ofrece”.

Philip Crosby afirma que “Calidad es el cumplimiento de los requerimientos, donde el sistema es la prevención, el estándar es cero defectos y la medida es el precio del incumplimiento”.

Según Deming (1989) la calidad es “un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado”.

## **Proceso**

Dyba y Moe (2006) definen al proceso como una "secuencia de tareas o el conjunto de actividades y decisiones para producir un producto final".

NTC (6001) define: "Conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados".

Miner (2001) Define el proceso administrativo con 5 elementos, planeación, organización, dirección, coordinación, control.

## **Eficiencia de Conversión**

Según Esker (2001) la eficiencia de la conversión conduce a un intercambio más eficiente de información en la empresa.

Nos menciona también que la mayor velocidad y precisión de la automatización documental ayuda a las empresas a servir al cliente de forma más rápida, a recuperar el pago antes, a optimizar la gestión financiera y a maximizar la eficiencia en la cadena de suministros.

- **Eficiencia**

Según Idalberto Chiavenato "significa utilización correcta de los recursos (medios de producción) disponibles. Puede definirse mediante la ecuación  $E=P/R$ , donde P son los productos resultantes y R los recursos utilizados".

## **Procesos Operativos**

ISO 900 define como “Conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman elementos de entrada en resultados”

Chiavenato (2001) dice que es una “Forma especificada para llevar a cabo una actividad o proceso”.

Koontz y O’ Donnell(2000) Define que los procesos operacionales se concentran en asuntos específicos de operación y ejecución a corto plazo. Mientras el proceso de la estrategia define hacia dónde va una empresa y el proceso humano define quién lo lleva en esa dirección; el plan operativo provee el rumbo para estas personas.

## **Insumos**

Barraza (2005, p.45) menciona que “Insumo es un bien que se utiliza para la producción de otros bienes, se utiliza como sinónimo de materia prima o factor de producción”.

Clark (1964) nos dice que “los insumos suelen transformarse y pasan a formar parte del producto final, además el insumo se utiliza en el proceso productivo para la elaboración de un bien, este esta sometido a técnicas determinadas”.

Para Angles Cipriano (1995) “son aquellos factores que intervienen en la creación o fabricación de un producto. Son básicamente recursos que, en su mayoría, se transforman en bienes durante el proceso productivo”.

## **Maquinaria**

Según Reulaux (2002, p. 124) maquinaria es la "combinación de cuerpos resistentes de manera que, por mediode ellos, las fuerzas mecánicas de la naturaleza se pueden encauzar para realizar un trabajo acompañado de movimientos determinados".

Para Colmenares y Saavedra (2001) todas aquellas piezas o elementos más sencillos que correctamente ensamblados constituyen una máquina completa y en funcionamiento.

Moreno Garciano (1995) la maquina es un "conjunto de piezas ajustadas entre sí que se usa para facilitar o realizar un trabajo determinado, generalmente transformando una forma de energía en movimiento o trabajo".

## **Materia prima**

Según Torre y Lacasa (2008, p.2) "la materia es una sustancia que compone los cuerpos físicos, la misma está conformada por partículas elementales".

Barley S. (2001) menciona que la materia prima es cada una de las materias que emplea la industria para la convertir a un elemento en productos elaborados, estas son extraídas de la naturaleza, para luego ser sometidas a un proceso de transformación para elaboración de productos.

Según Dwellings Santiago (2008; p.101) define la materia prima como "todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto".

## **Recursos Humano**

Aristos(1987) “Es el conjunto de capital humano que está bajo el control de la empresa en una relación directa de empleo, en este caso personas, para resolver una necesidad o llevar a cabo cualquier actividad en una empresa”.

WERTHER, Jr y DAVIS, Keith. (2000) lo define como un “Conjunto de personas encaminadas a proporcionar conocimientos, desarrollar habilidades y modificar actitudes del personal de todos los niveles para que desempeñen mejor su trabajo”.

CHRUDEN y SHERMAN (1987) “Es el proceso de ayudar a los empleados a alcanzar un nivel de desempeño y una calidad de conducta personal y social que cubra sus necesidades y las de su organización”.

### **2.4.3.1Fundamentación Teórica Variable Dependiente**

#### **Canales de Distribución**

“Medios por los que un producto físicamente llega al usuario final” Iniesta (2004, p.51).

“Cada uno de los diferentes caminos, circuitos o escalones que de forma independiente intervienen en el proceso de hacer llegar los bienes y servicios desde el productor hasta el usuario o consumidor final” Pujol (2001, p. 42).

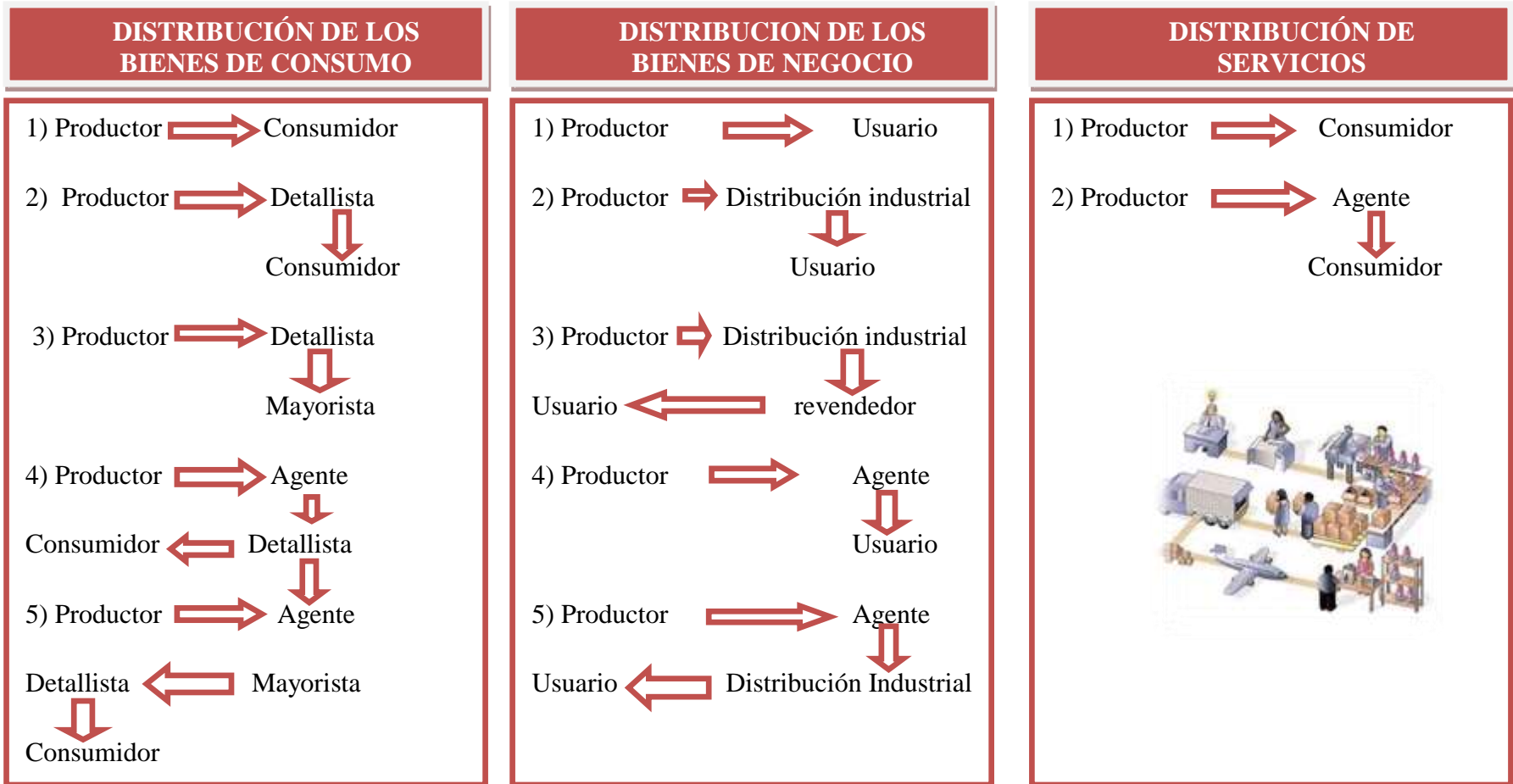
“Consiste en el conjunto de personas y empresas comprendidas en la transferencia de derechos de un producto al paso de éste, del productor al consumidor o usuario de negocios final” Stanton et al (2007, p.404).



## **Canales de Distribución Principales**

En la actualidad hay varios canales de distribución, los más comunes son los bienes de consumo, que va del productor al consumidor, al detallista, al mayorista, y al agente vendedor de negocios, el canal de distribución de los bienes de negocios va del productor al usuario, a la distribución industrial, y al revendedor, mientras que el canal de servicios, va del productor al consumidor y al agente como se describen a continuación:

**Grafico N°5 Canales de Distribución**



Elaborado: Diana Ximena Barona López  
Fuente: Investigación Propia

## **Plan de Ventas**

“Consiste en la realización de una prospección de los posibles compradores” Pujol (2001, p. 252).

El pronóstico de ventas que queda registrado dentro del plan, es por ello considerado como “la proyección a futuro más importante que tiene una empresa, del cual derivan los planes de los demás departamentos de la organización” (Kotler, 2006).

Longenecker (2007) “Es una herramienta para identificar los requerimientos de los clientes y satisfacer sus necesidades a través de la venta de los productos que oferta la empresa”

Según Fleitman Jack (2000) un plan de ventas es un instrumento clave y fundamental del éxito, el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí”.

## **Estrategias de ventas**

“Plan diseñado para alcanzar los objetivos de venta, además es una parte del plan de ventas y suele incluir los objetivos de cada vendedor, material promocional a usar, presupuesto de gastos asignados al departamento de venta y tiempo a dedicar a cada producto” Pujol (2001, p. 131).

Según Stanton (1969) “Una estrategia de ventas es la forma en cómo vamos a generar impulsos y satisfacer las necesidades mediante el pago de un precio por una transferencia de un producto, servicio, idea, etc. hacia nuestros clientes actuales y potenciales.

“Es un tipo de estrategia que se diseña para alcanzar los objetivos de venta. Suele incluir los objetivos de cada vendedor, el material promocional a usar, el número de clientes a visitar por día, semana o mes, el presupuesto de gastos asignados al departamento de

ventas, el tiempo a dedicar a cada producto, la información a proporcionar a los clientes (slogan o frase promocional, características, ventajas y beneficios del producto), etc.” (Thompson, 1999, pág. 131).

## **Ventas**

“Cesión, mediante un precio de un bien o un servicio” Rabassa B. y García R. (2000, p.145).

“Es un contrato en el que el vendedor se obliga a transmitir una cosa o un derecho al comprador, a cambio de una determinada cantidad de dinero” Pujol (2001, p. 340).

“Es la ciencia de interpretar características del producto o servicio, en términos de satisfacción del consumidor, para actuar después mediante técnicas adecuadas, sobre los convencimientos de sus beneficios y la persuasión de la conveniencia de su posición o disfrute inmediatos”. Llamas (1994, p.70).

“Es el proceso que permite que el vendedor identifique, active y satisfaga las necesidades o los requerimientos del comprador, para beneficio mutuo y permanente tanto del comprador como del vendedor”. Pederson (1985, p.4).

- **Comercialización**

“Proceso por el cual, los productos pasan de los centros de producción a sus destinos de consumo, a través de diferentes fases u operaciones de compra venta de mayoristas o minoristas” Pujol (2001, p. 57).

“Son actividades que aceleran el movimiento de bienes y servicios desde el fabricante hasta el consumidor, que incluye todo lo relacionado con publicidad, distribución, técnicas

de mercado, planificación del producto, promoción, investigación y desarrollo, ventas, transportes y almacenamiento de bienes y servicios”. Rosenberg (1983, p.85).

Rosenberg (1983, p.85). “La comercialización es un conjunto de actividades realizadas por la empresa destinada a proporcionar a los consumidores los bienes y servicios que satisfacen sus necesidades por una ganancia”.

### **Tipos de ventas**

Las ventas son el intercambio de bienes o servicios, las mismas que se clasifican en:

#### **Venta Personal**

“Forma de venta en la que existe una relación directa entre comprador y vendedor” Pujol (2001, p. 344).

“Es una comunicación directa de información y se enfoca en individuos o empresas que se saben y son clientes posibles, logrando concretar una venta” Stanton W. y Otros (2000, p.595).

“Consiste en una comunicación verbal entre un vendedor (o un equipo de ventas) y uno o más compradores potenciales con el objetivo de hacer o influir en una venta” Cravens D. y Piercy N. (2007, p.318).

#### **Venta por teléfono**

“Es una de las principales herramientas de venta directa tanto en venta a consumidores como a empresas” Pujol (2001, p. 345).

“Este tipo de venta consiste en iniciar el contacto con el cliente potencial por teléfono y cerrar la venta por ese mismo medio”

### **Venta Online**

Es conocida como venta en línea o venta en internet de un producto o servicio, aquí se ofertar y se realiza el pago acordado, este ahorra tiempo, ofrece más variedad de productos, precios más bajos, y permite comodidad al comprador.

Richard L. Sandhusen, (2014) “la transferencia online de un producto, servicio, idea u otro a un comprador mediante el pago de un precio convenido”.

### **Venta por Máquinas Automáticas**

“Es la venta que se realiza por medio de máquinas” Rabassa B. y García R. (2000, p.145)

“Es la venta de productos por medio de una máquina sin contacto personal entre comprador y vendedor”.

### **Venta por correo**

“Método de venta, en general a base de un catálogo y de ofertas especiales que se ofrecen al consumidor en su propia casa para mayor comodidad” Rabassa B. y García R. (2000, p.145).

“Venta realizada a través de un canal de distribución único, los consumidores reciben la publicidad y pedidos por correo, tanto en el caso de la venta por correo a particulares como a empresas” Pujol (2001, p.302).

“Técnica de venta que se aplica cada vez con mayor frecuencia, como una oportunidad de compra que es ofrecida por grandes almacenes u otros establecimientos comerciales como

fórmula de ganar clientela cuando existe una gran guerra. Pujol (2001, p.344). “Este tipo de venta consiste en el envío de cartas de venta, folletos, catálogos, vídeos, Cds y/o muestras del producto a los clientes mediante el correo postal, pero con la característica adicional de que se incluye un "formulario de pedido" para que la persona interesada pueda efectuar la compra”.

### **Cientes**

“Persona u Organización que realiza una compra” Pujol (2001, p. 54).

“Es quien accede a un producto o servicio por medio de una transacción financiera (dinero) u otro medio de pago”.

“Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios”.

### **Cientes Internos**

Según la norma NTC 6001 “Son personas grupos o departamentos internos vinculados directamente con la gestión de la institución, ya que los clientes internos demandan; liderazgo, comunicación, servicios y productos a tiempo, cumplimiento de metas y objetivos, estímulos.

“Son aquellos que se encuentran en estrecha relación con la empresa, son consumidores también de productos y servicios y se les debe tomar en cuenta en la toma de decisiones.”

## **Clientes Externos**

Según la norma NTC 6001 “Son aquellas personas o entidades externas a la empresa que adquieren productos o servicios ofrecidos por esta”

“Son todos aquellos clientes con los cuales las empresas en el desarrollo de su gestión empresarial tienen oportunidad de tratar o contactar o establecer negocios”

“Son la sociedad en general, cada individuo y grupo que se encuentra o no en situación de ser consumidor”.

## **2.5 HIPÓTESIS**

La calidad del producto si influye en el nivel de ventas de la Empresa Medias Morales de la ciudad de Ambato.

## **2.6 SEÑALAMIENTO DE LAS VARIABLES**

**Variables Independientes** = La calidad del producto

**Variables Dependiente** = Las ventas



## **CAPÍTULO III**

### **3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

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

##### **3.1.1 Enfoque cualitativo**

En la investigación se utilizara este enfoque ya nos permite comprender las actitudes, creencias, motivos y comportamientos de la población estudiada, además esta técnica se utiliza de manera interrelacionada y complementada, nos ayuda a entender las respuestas de los consumidores.

##### **3.1.2 Enfoques cuali-cuantitativos**

Se determinó que se utilizara, los enfoques cuali-cuantitativos para el siguiente estudio, ya que la hipótesis está antes de los datos, la recolección de datos se realiza según el procedimiento empleado, el análisis resulta de los estudios y materiales usados como apoyo de la investigación, los datos son confiables, las conclusiones generan conocimiento,

además se utiliza lógica y razonamiento deductivo, y los conceptos parten de datos para la evaluación de teorías ya utilizadas por otros investigadores.

### **3.1.3 Investigación bibliográfica**

Se utiliza esta modalidad ya que se contará con fuentes de recolección de la información en ambas variables tanto la independiente como la dependiente, esto nos servirá de ayuda para la sustentar la siguiente investigación, además la se obtuvo de libros, revistas, tesis de grado.

### **3.1.4 Investigación de campo**

Esta técnica de investigación nos ayudará a recopilar la información necesaria en la empresa, a través de preguntas a los empleados, esto nos permitirá recolectar datos y registrarlos para poder tener la realidad del objeto de estudio.

## **3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

### **3.2.1 Investigación Explorativa**

Nos sirve para resolver problemas que nos claros, para sondear a la investigación, para conocer el contexto de la investigación y para poder reconocer las variables del problema.

### **3.2.2 Investigación Descriptiva**

Se aplicará para comparar y clasificar elementos, analizar las características de los mismos, situaciones y fenómenos que se encuentran en la investigación.

### 3.2.3 Investigación Asociación de variables

Para determinar la relación entre las variables motivo de estudio: La calidad del producto y las ventas de la Empresa Medias Morales de la ciudad de Ambato.

### 3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

La población para la siguiente investigación se determinó mediante los clientes externos, siendo un total de 300.

Aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza 95% (1.96)

P = Probabilidad favor 50%

Q = Probabilidad en contra de la ocurrencia 50%

N = Población o universo (MERCADO META) 300

e = Nivel de error 5%

Remplazando:

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

$$n = \frac{(0.96)(300)}{0.96 + 0.75}$$

$$n = \frac{288}{1.71}$$

n = 168 encuestas aplicarse a clientes externos.

### 3.4 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

#### 3.4.1 Variable independiente: Calidad del producto

Tabla N°1 Variable Independiente

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p><b>Calidad del producto</b></p> <p>Conjunto de características o propiedades, que tiene un producto o servicio las cuales satisfacen las necesidades del cliente.</p> <p>La calidad se mide a través de la percepción del cliente.</p>	<p>Sistema de control.</p> <p>Producto</p> <p>Insumos</p>	<p>Checklist</p> <p>Inventarios</p> <p>Fichas Operativas</p> <p>Talla</p> <p>Color</p> <p>Modelo</p> <p>Fichas de Control de Insumos</p>	<p>¿Cómo describe la Calidad de los productos adquiridos?</p> <p>¿Usted volvería a comprar nuestros productos?</p>	<p>Encuestas dirigidas a los clientes externos de la empresa Medias Morales.</p>

Elaborado: Diana Ximena Barona López

### 3.4.2 Variable Dependiente: Ventas

Tabla N°2 Variable Dependiente

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS	TECNICAS E INSTRUMENTOS
<p><b>Ventas</b></p> <p>Proceso en el cual interviene un intercambio de productos o servicios a cambio de dinero, las empresas utilizan tanto las ventas directas como las indirectas para convencer que adquiera el producto.</p>	<p>Productos</p> <p>Tipos</p> <p>Clientes</p>	<p>Tobilleras</p> <p>Canilleras</p> <p>Escolares</p> <p>Ejecutivas</p> <p>Niños</p> <p>Personal</p> <p>Telefónica</p> <p>Online</p> <p>Correo</p> <p>Máquinas Automáticas</p> <p>Internos</p> <p>Externos</p>	<p>¿Considera usted que los precios de nuestros productos son los adecuados?</p> <p>¿Con que frecuencia compra los productos de nuestra empresa?</p>	<p>Encuestas dirigidas a los clientes externos de la empresa Medias Morales.</p>

Elaborado: Diana Ximena Barona López

### 3.5 PLAN DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Para la investigación se realizó las siguientes preguntas:

Tabla N°3 Preguntas Desarrollo de Investigación

<b>PREGUNTAS</b>	<b>ESPECIFICACIONES</b>
1. Para qué sirve	Para solucionar el problema
2. Personas a encuestar	Clientes externos de la empresa Medias Morales.
3. Aspectos importantes	Control de Calidad
4. Persona que investiga	Diana Barona
5. Tiempo	Año 2015-2016
6. Lugar	En el cantón Ambato
7. Cantidad	Depende de la investigación
8. Técnica de investigación	Encuesta
9. Instrumento	Cuestionario
10. Situación	Recolección directa.

Elaborado: Diana Ximena Barona López

Se aplicó los siguientes instrumentos de investigación:

Tabla N°4 Técnicas e instrumentos de evaluación

Técnicas de la investigación	Instrumentos de recolección de la información
<b>1. Información primaria</b> <b>1.1 Clientes externos</b>	1.1.1 Encuestas
<b>2. Información secundaria</b> <b>2.1 Observación</b>	2.1.1 Libros relacionados con el control, gestión y manuales de calidad. 2.1.2 Tesis de grado de la Facultad de Administración que se encuentran el repositorio del mismo.

Elaborado: Diana Ximena Barona López

### **3.6 PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN**

Aquí se detalla el procesamiento de la información a través de los siguientes pasos:

- 1) Analizar la información de los 168 encuestados, que se obtuvieron mediante el muestreo de la población.
- 2) Tabular las 8 preguntas de la encuesta en el programa Excel con sus respectivas tablas y gráficos para poder realizar la interpretación respectiva.
- 3) Analizar los resultados obtenidos por las encuestas tabuladas para realizar la verificación de la hipótesis planteada.
- 4) Codificar la información para obtener los resultados esperados.
- 5) Analizar los resultados obtenidos y plantearnos las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

## **CAPÍTULO IV**

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

#### **4.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS**

Como primer paso se aplica los instrumentos de recolección de información, después se procese a analizar e interpretar dicha información, se realiza la encuesta a los clientes externos, para luego realizar las conclusiones de la investigación, con el fin de proponer el Control de Calidad para elevar el nivel de ventas de la empresa Medias Morales.

#### **4.2. INTERPRETACIÓN DE DATOS**

Aquí se detalla gráficamente los resultados y se realiza el análisis e interpretación de cada una de las preguntas formuladas.



## Datos generales de los clientes

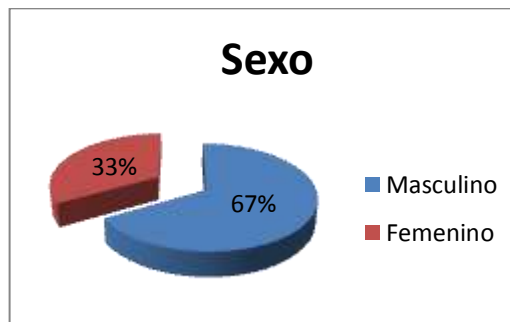
### 1. Genero

Tabla N°5 Género de los Clientes

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	112	67%
Femenino	56	33%
Total	168	100%

Fuente: Encuestas aplicadas en la investigación de campo.  
Elaborado: Diana Ximena Barona López.

Grafico 6. Genero de los Clientes



Fuente: Tabla N°5 Género de los Clientes  
Elaborado: Diana Ximena Barona López.

### Análisis e interpretación de resultados

De los resultados obtenidos, se observa que el 67% de los clientes de la empresa son de sexo masculino y el 33% son de sexo femenino. De acuerdo a los resultados de la empresa existe mayor número de clientes internos debido a que el personal tiene solo hombres en el área de producción, además los clientes externos son mayoritariamente hombres.

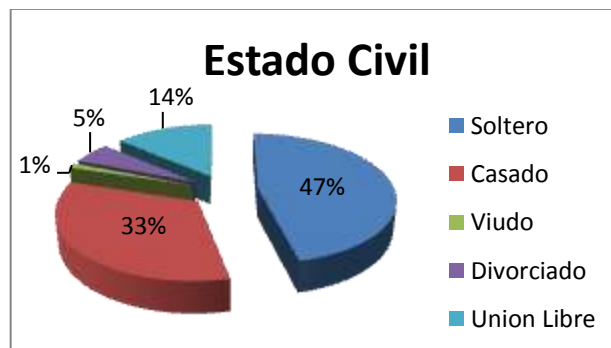
## 2. Estado Civil

Tabla N°6 Estado Civil

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	78	46%
Casado	56	33%
Viudo	2	1%
Divorciado	9	5%
Unión Libre	23	14%
Total	168	100%

Fuente: Encuestas aplicadas en la investigación de campo  
Elaborado: Diana Ximena Barona López

Grafico N° 7 Estado Civil



Fuente: Tabla N°6 Estado Civil  
Elaborado: Diana Ximena Barona López.

### Análisis e interpretación de resultados

De los resultados obtenidos el 44% son solteros, el 35% son casados, el 7% son divorciados, el 7% bien en unión libre y el 1% son viudos. De acuerdo a los resultados obtenidos la mayor parte de los clientes son solteros debido a que en la empresa 2 de cada 3 trabajadores son solteros, además de acuerdo a este análisis existen hombres casados debido a que los compradores son casados.

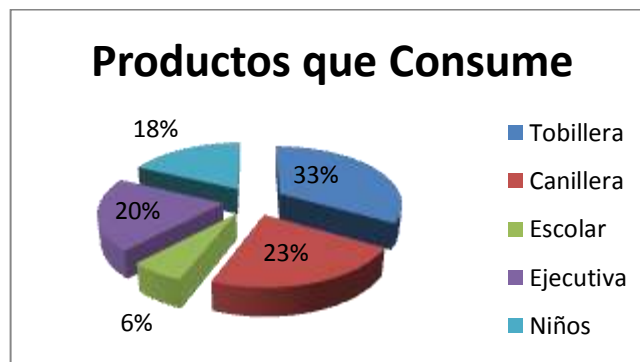
### 3.- ¿Qué producto es el que más consume?

Tabla N°7. Productos que Consume

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Tobillera	56	33%
Canillera	38	23%
Escolar	10	6%
Ejecutiva	34	20%
Niños	30	18%
Total	168	100%

Fuente: Encuestas aplicadas en la investigación de campo  
Elaborado: Diana Ximena Barona López

Grafico N°8 Productos que consume



Fuente: Tabla N°7 Productos que consume  
Elaborado: Diana Ximena Barona López

### Análisis e interpretación de resultados

De los resultados obtenidos el 33 % de los clientes adquiere medias tobilleras, el 20% adquiere medias ejecutivas, el 23% medias canilleras, también otro 18% adquiere medias de niños y un 6% adquiere medias escolares, se determinó que los clientes adquieren medias tobilleras debido a que estas son de mayor comodidad, durabilidad y ajuste.

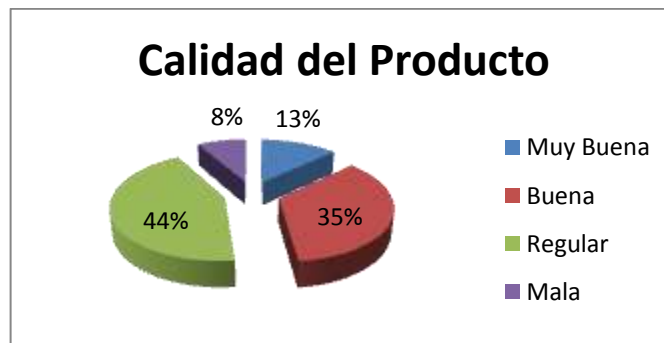
#### 4.- ¿Cómo describe la calidad de los productos adquiridos?

Tabla N°8. Calidad de producto

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Muy Buena	22	13%
Buena	59	35%
Regular	73	43%
Mala	14	8%
Total	168	100%

Fuente: Encuestas aplicadas en la investigación de campo  
Elaborado: Diana Ximena Barona López

Grafico N°9 Calidad del producto



Fuente: Tabla N°8 Calidad del producto  
Elaborado: Diana Ximena Barona López

#### Análisis e interpretación de resultados

De los resultados obtenidos el 44% piensa que la calidad del producto es regular, el 35% piensa que la calidades buena, el 13% piensa que es muy buena y el 8% piensa que es mala, se determinó que la mayoría piensa que los productos son de regular calidad, por lo tanto se debería mejorar el mismo para poder elevar el nivel de ventas de la Empresa Medias Morales.

## 5.- ¿Usted volvería a comprar nuestros productos?

Tabla N°9. Volvería a comprar productos.

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	103	61%
NO	65	39%
Total	168	100%

Fuente: Encuestas aplicadas en la investigación de campo  
Elaborado: Diana Ximena Barona López

Grafico N° 10 Volvería a comprar los productos



Fuente: Tabla N°9 Volvería a comprar los productos  
Elaborado: Diana Ximena Barona López

### Análisis e interpretación de resultados

De los resultados obtenidos el 61% volvería a comprar los productos, mientras que el 39% no volvería a comprar, se determinó que las personas si volverían a comprar Medias Morales, ya que no son muy costosas y estas están al alcance de las personas de clase media.

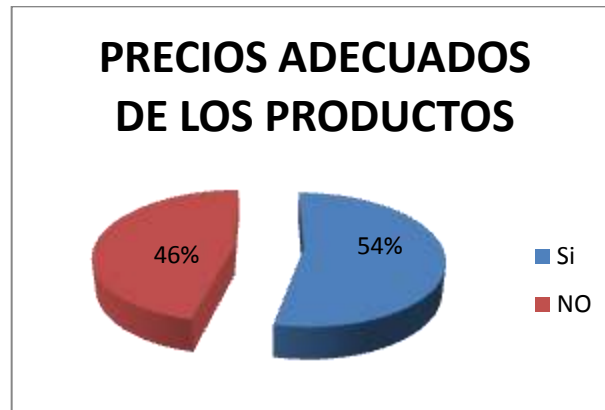
## 6.- ¿Considera usted que los precios de nuestros productos son los adecuados?

Tabla N°10. Precios adecuados de los productos

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
SI	90	54%
NO	78	46%
Total	168	100%

Fuente: Encuestas aplicadas en la investigación de campo  
Elaborado: Diana Ximena Barona López

Grafico N° 11 Precios adecuados del producto



Fuente: Tabla N°10 Precios adecuados de los productos  
Elaborado: Diana Ximena Barona López

### Análisis e interpretación de resultados

De los resultados obtenidos el 54% consideran que los productos tienen el precio adecuado, mientras que el 46% considera que no, se determinó que los precios están al alcance de los clientes, pero un porcentaje alto considera que no debido a varios factores entre ellos la calidad, por tal motivo es necesaria la implementación del Sistema de Control.

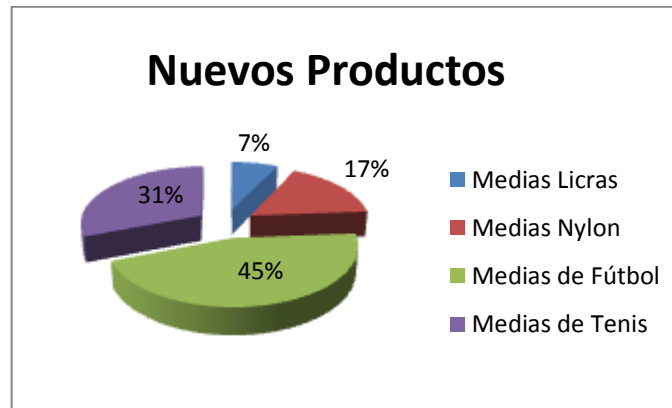
## 7.- ¿Desearía usted que exista nuevos productos cómo?

Tabla N°11. Nuevos productos

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Medias Licras	12	7%
Medias Nylon	28	17%
Medias de Fútbol	76	45%
Medias de Tenis	52	31%
Total	168	100%

Fuente: Encuestas aplicadas en la investigación de campo  
Elaborado: Diana Ximena Barona López

Grafico N°12 Nuevos productos



Fuente: Tabla N°11 Nuevos Productos  
Elaborado: Diana Ximena Barona López

### Análisis e interpretación de resultados

De acuerdo a los resultados obtenido el 45% piensa que se debe elaborar Medias de Fútbol, el 31% piensa que se debe elaborar Medias de Tenis, un 17% Medias Nylon y un 7% Medias Licras, por lo tanto se determinó que la empresa debería extender su gama de productos para poder brindar mayores beneficios a los clientes.

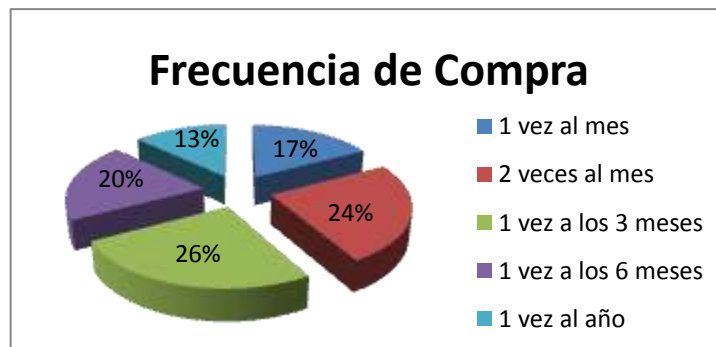
## 8.- ¿Con que frecuencia compra los productos de nuestra empresa?

Tabla N°12. Frecuencia de Compra

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1 vez al mes	29	17%
2 veces al mes	41	24%
1 vez a los 3 meses	43	26%
1 vez a los 6 meses	33	20%
1 vez al año	22	13%
Total	168	100%

Fuente: Encuestas aplicadas en la investigación de campo  
Elaborado: Diana Ximena Barona López

Grafico N° 13 Frecuencia de compra



Fuente: Tabla N°12 Frecuencia de Compra  
Elaborado: Diana Ximena Barona López

### Análisis e interpretación de resultados

De acuerdo a los resultados obtenidos el 26% de los clientes compran 1 vez a los 3 meses, 24% de los clientes 2 veces al mes, el 20% una vez a los 6 meses, el 17% una vez al mes, y el 13% una vez al año, se determinó que la empresa Medias Morales debe mejorar la calidad de los productos para de esta manera exista mayor frecuencia de compra de los productos.



### **4.3 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS**

Para la verificación de la hipótesis planteada se efectuara a partir de los resultados obtenidos en las encuestas a los clientes para ello se utilizará el método del Chi – cuadrado, atreves de los siguientes pasos:

#### **Paso 1: Formulación de la hipótesis alternativa y la hipótesis nula**

**H<sub>0</sub>** = La implementación de un Sistema de Control NO mejorará el posicionamiento en el mercado para la empresa Medias Morales de la ciudad de Ambato.

**H<sub>1</sub>**= La implementación de un Sistema de Control SI mejorará el posicionamiento en el mercado para la empresa Medias Morales de la ciudad de Ambato.

#### **Paso 2: Determinar el nivel de significancia.**

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

#### **Paso 3: Determinar el estadístico de prueba**

Para la comprobación de la hipótesis se tomaron en cuenta las preguntas de la encuesta a los clientes externos de Medias Morales.

#### **Preguntas**

4)¿Cómo describe la calidad de los productos adquiridos?

6) ¿Considera usted que los precios de nuestros productos son los adecuados?

Se tomaron en cuenta las preguntas 4 y 6 de la encuesta ya que mediante estas se puede determinar si la hipótesis es aceptada o rechazada, además estas determinan las variables del proyecto de investigación.

## FRECUENCIA OBSERVADA

. Frecuencias Observadas

Tabla N°13. Frecuencia Observada

Preguntas		VD= ¿Cómo describe la calidad de los productos adquiridos?				
		Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Total
<b>VI= ¿Considera usted que los precios de nuestros productos son los adecuado?</b>	SI	8	10	70	2	<b>90</b>
	NO	14	49	3	12	<b>78</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>22</b>	<b>59</b>	<b>73</b>	<b>14</b>	<b>168</b>

Fuente: Encuestas aplicadas en la investigación de campo

Elaborado: Diana Barona

## FRECUENCIA ESPERADA

Tabla N°14 Frecuencias Esperadas

Preguntas		VD= ¿Cómo describe la calidad de los productos adquiridos?				
		Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Total
<b>VI= ¿Considera usted que los precios de nuestros productos son los adecuado?</b>	SI	11.79	31.61	39.11	7.50	<b>90</b>
	NO	10.21	27.39	33.89	6.50	<b>78</b>
	<b>TOTAL</b>	<b>22</b>	<b>59</b>	<b>73</b>	<b>14</b>	<b>168</b>

Fuente: Encuestas aplicadas en la investigación de campo

Elaborado: Diana Barona

La prueba de Chi Cuadrado se basa en la comparación entre la frecuencia observada y frecuencia esperada, esta prueba se aplicó debido a que son un grupo de contrastes de hipótesis que sirven para comprobar afirmaciones, de una o dos variables aleatorias, además la prueba chi-cuadrada proporciona los medios apropiados para analizar este tipo de tablas.

El valor tabular Chi-cuadrado se determina a partir de la tabla N°16, en función de los grados de libertad y del nivel de significación elegido, esto es, la probabilidad de exceder el valor extremo.

El Chi-Cuadrado es recomendable para distribuciones discretas o continuas cuando existe gran cantidad de datos. Se recomienda trabajar con datos agrupados.

### CÁLCULO DEL CHI CUADRADO

Tabla N° 15 Frecuencias Observada

PREGUNTA	Fo	fe	fo-fe	(fo-fe) <sup>2</sup>	(fo-fe) <sup>2</sup> /fe
SI/MB	10	11.79	-1.79	3.19	0.27
NO/MB	12	10.21	1.79	3.19	0.31
SI/B	7	31.61	-24.61	605.51	19.16
NO/B	52	27.39	24.61	605.51	22.10
SI/R	73	39.11	33.89	1148.73	29.37
NO/R	0	33.89	-33.89	1148.73	33.89
SI/M	0	7.50	-7.50	56.25	7.50
NO/M	14	6.50	7.50	56.25	8.65
	Total del chi cuadrado				<b>121.27</b>

Fuente: Encuestas aplicadas en la investigación de campo

Elaborado: Diana Barona

#### Grado de libertad

$$(g) = (\text{Filas} - 1) (\text{Columnas} - 1) = (2 - 1) (4 - 1) = (1) (3) = 3$$

Se verifico en la tabla del Chi cuadrado, con un valor de 7.81 con un nivel de significancia de 0.05.

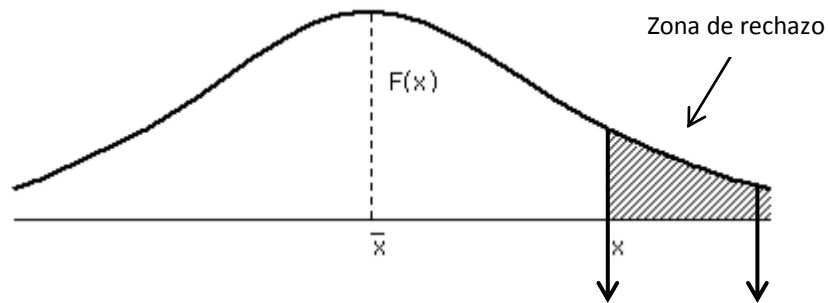
Tabla N°16 Distribución Chi Cuadrado

$\nu$	0.10	0.05	0.025	0.01	0.001
1	2.706	3.841	5.024	6.635	10.828
2	4.605	5.991	7.378	9.210	13.816
3	6.251	7.815	9.348	11.345	16.266
4	7.779	9.488	11.143	13.277	18.467
5	9.236	11.070	12.833	15.086	20.515
6	10.645	12.592	14.449	16.812	22.458
7	12.017	14.067	16.013	18.475	24.322
8	13.362	15.507	17.535	20.090	26.125
9	14.684	16.919	19.023	21.666	27.877
10	15.987	18.307	20.483	23.209	29.588
11	17.275	19.675	21.920	24.725	31.264
12	18.549	21.026	23.337	26.217	32.910
13	19.812	22.362	24.736	27.688	34.528
14	21.064	23.685	26.119	29.141	36.123
15	22.307	24.996	27.488	30.578	37.697
16	23.542	26.296	28.845	32.000	39.252
17	24.769	27.587	30.191	33.409	40.790
18	25.989	28.869	31.526	34.805	42.312
19	27.204	30.144	32.852	36.191	43.820
20	28.412	31.410	34.170	37.566	45.315
21	29.615	32.671	35.479	38.932	46.797
22	30.813	33.924	36.781	40.289	48.268

Fuente: Universidad Nacional de Cajamarca - Mexico

#### Paso 4: Calcular el estadístico de prueba

Grafico N°14 Calculo de la densidad



**7.81    121.27**

Elaborado por: Diana Barona

#### Paso 5: Toma de decisión

Chi Cuadrado Calculado  $\dashrightarrow$  121.27  $>$  7.81  $\dashleftarrow$  Chi Cuadrado Tabular

Si el chi cuadrado tabular 7.81 es mayor que el chi cuadrado calculado 121.27, entonces se procede a rechazar la hipótesis nula o  $H_0$  "La implementación de un Sistema de Control NO mejorará el posicionamiento en el mercado para la empresa Medias Morales de la ciudad de Ambato" y se acepta la hipótesis alternativa o  $H_1$  "La implementación de un Sistema de Control SI mejorará el posicionamiento en el mercado para la empresa Medias Morales de la ciudad de Ambato" concluyendo que la investigación es factible a desarrollar.

## **CAPITULO V**

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

#### **5.1 CONCLUSIONES**

- La empresa medias morales no posee un Sistema de Control ya que en la mayoría de áreas existe desconocimiento de las herramientas que existen actualmente en el mercado para elevar la calidad de los productos, otros factores que disminuyen la calidad son: la falta de personal adecuado, no existe la debida capacitación, y la maquinaria no es la necesaria para cumplir las respectivas normas de calidad.
- Actualmente no existe un buen ambiente de trabajo, es por ello que se requiere mejorar el mismo, esto se logra mediante una buena comunicación, para así poder evitar inconformidad con el personal y que estos realicen su trabajo eficientemente y se pueda eliminar y corregir los errores en la calidad de la producción.
- La empresa no posee estándares de calidad en todos sus productos, además necesita eficiencia en el área de producción y al mismo tiempo mejorar la capacidad de la

misma, para de esta manera elevar el nivel de ventas y abarcar más al mercado actual y por consiguiente obtener un cliente satisfecho.

- El bajo nivel de ventas que actualmente existe se debe a la baja calidad de los productos por tal razón la empresa requiere un Sistema de Control de Calidad, para de esta manera ser competitivos frente a otras empresas, y generar nuevos clientes, creado prestigio para la empresa.
- Los costos mal estructurados en la empresa provoca que los productos tengan mayores precios, se debe realizar un análisis y evaluación de los costos, para generar rendimiento en las ventas y aumentar la rentabilidad.
- El personal que posee la Empresa no es el adecuado para las diferentes áreas de producción, es necesario crear un plan de capacitación para que los empleados adquieran conocimientos y competencias de esta manera mejorar los procesos productivos de la empresa.
- La empresa genera desperdicios en la materia prima, pero es necesario optimizar los recursos para generar mayores beneficios para la empresa, garantizando un producto de buena calidad.
- El revisión de la materia prima, la compra de la maquinaria, control de proceso en producción, el embalaje final, y su empaque, son procesos de gran importancia para el mejoramiento de la calidad.

- Los productos de la empresa Media Morales actualmente son menos comercializados debido a los precios y calidad poco competitivos que generan por lo que provocan que la empresa no crezca y exista menores beneficios para la misma.
- Los productos que se comercializan actualmente no cumplen con las expectativas de los clientes se debe generar estrategias para mejorar la calidad, y posicionar a la empresa de manera eficiente con relación a la competencia.
- La implementación de un Sistema de Control basado en las normas NTC 6001 genera muchos beneficios como: facilitar la salida de productos, asegurar la calidad de los mismos, potencializar la imagen de la empresa, mejorar los procesos, incrementar la rentabilidad, mejorar la capacidad, reforzar la confianza de los clientes entre muchos más beneficios que se puede obtener con la aplicación del Sistema.

## **5.2 RECOMENDACIONES**

Se recomienda:

- Mejorar el ambiente de trabajo para obtener mejores resultados en los procesos productivos. Esto permitirá que la empresa se organice adecuadamente en sus actividades, además los tiempos muertos en planta no existirán.
- Identificar adecuadamente los procesos de producción, realizando reuniones con el personal de cada área de la empresa, para que a su vez estos identifiquen los procesos correspondientes a cada empleado, y establecer cambios que generen mejoras en la empresa.
- Realizar controles de Calidad desde la adquisición de la materia prima, manejo de la misma, control en los insumos, hasta obtener el producto final.



- Desarrollar políticas dentro de la empresa para cumplir con los objetivos planteados.
- Mejorar la maquinaria con que se fabrica las medias para ampliar la gama de productos para así poder ser más competitivos en el mercado.
- Realizar organigramas funcionales para que el personal de la empresa tenga en claro cuáles son sus actividades a cargo.
- Designar a una persona para que realice control de calidad en los productos, así se garantizara a los mismos.
- Planificar un horario de capacitación del personal sobre el Sistema de Control y la normativa NTC 6001.
- Implementar Normas de Calidad en la empresa Medias Morales, a través de un auditor de calidad para que de esta manera sea más efectivo el proceso de mejoramiento de la empresa.
- Comprometerse desde la alta dirección de la empresa con el proceso de implementación del Sistema de Control de Calidad.
- Fomentar el cumplimiento de la política de venta y cobro de los clientes tanto internos como externos en la empresa.

## **CAPITULO VI**

### **6. PROPUESTA**

#### **6.1 DATOS INFORMATIVOS**

**Tema:** Sistema de Control de calidad basado en las Normas Internacionales NTC 6001.

**Beneficiario:** Gerente, trabajadores, clientes.

**Teléfono:** 0984484417/032823236

**Ubicación:** Falquezampuerto y Gonzalo Zaldumbide

**Gerente:** Sr. Juan Morales

**Email:** ximenanaid@hotmail.com

**Nombre de la empresa:** Media Morales

**Financiamiento:** Recursos de la empresa

**Tiempo estimado para la ejecución:** Septiembre 2015 – Agosto 2016

### **Área específica de trabajo:**

El proyecto aplicado se desarrollara principalmente en tres áreas específicas de la empresa: área administrativa, operativa y recursos humanos puesto que la documentación de la norma NTC 6001 abarca principalmente estos pilares de la organización.

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

En la Empresa Medias Morales no existe ningún estudio acerca del Sistema de Control de la Calidad basado en las Normas Internacionales NTC 6001.

De acuerdo a la NTC 6001 se diseñar un Sistema de Control de Calidad el cual ayude a crear procesos más eficientes en las diferentes áreas.

Es necesaria la creación de este Sistema para asegurar la calidad en los procedimientos, y a su vez el éxito de la misma, para poder cumplir con los objetivos esperados.

La empresa tienes varios años en el mercado, pero no ha podido crecer debido a que existe mayor competencia en el mercado y esto a su vez genera mayores exigencias como son mayor calidad en los productos, mejores precios, pero el propietario desconoce de los sistemas de gestión de calidad que le permitan generar mejoras para su empresa.

### **6.3. JUSTIFICACIÓN**

Cada vez más son mayores las exigencias de los consumidores en los actuales escenarios económicos es muy relevante, especialmente por el rol que desempeña la calidad y en donde, las empresas exitosas están plenamente identificadas que ello constituye un buena ventaja competitiva, si se le sabe gerenciar y utilizar.

Es necesario, la adopción de un sistema gerencial con orientación a la calidad que favorezca a los logros, objetivos establecidos y haga más competitivas a las empresas.

La calidad de los productos es de importancia crítica en el mundo de los negocios porque ayuda a garantizar la satisfacción del cliente y mejora la percepción de una marca de la organización.

Es necesaria la implementación de un Sistema de Control de Calidad para la empresa Medias Morales, ya que permitirá identificar los procesos deficientes y a su vez corregirlos con la finalidad de optimizar recursos, así poder mejorar continuamente y aumentar los niveles de venta de la empresa.

## **6.4. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA**

### **6.4.1. Objetivo General**

Desarrollar un Sistema de Control de la Calidad basado en las normas NTC 6001, para incrementar el Volumen de Ventas de la empresa Medias Morales.

### **6.4.2. Objetivo Específicos**

- Capacitar al personal de la empresa.
- Diseñar un esquema para mejorar los procesos de la empresa.
- Documentar los procesos de cada área para mejorar la calidad de los productos.
- Poner en práctica los procesos en cada área para elevar el volumen de ventas de la empresa Medias Morales.
- Evaluar la implementación de un Sistema de Control de Calidad.

## **6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD**

Medias Morales tiene la infraestructura ideal para el Sistema de Control de Calidad, esto es necesario para que exista productos de calidad, y una buena atención al cliente, también ayuda a que el recurso humano de la empresa sea más eficiente.

La empresa tiene la maquinaria elemental para una empresa de esas características, pero es necesario adquirir una de mayor tecnología, para ir mejorando más los procesos de producción.

Los empleados juegan un papel muy importante en la implementación del Sistema de Control, es por ello que desde el alto ejecutivo debe adoptar la aplicación de estas normas de la manera más idónea para cumplir con los objetivos.

La empresa correrá con los gastos de la implementación, al igual que la capacitación del personal y todo requerimiento adicional que sea necesario.

## **6.6. FUNDAMENTACIÓN**

### **Sistema de Control**

A lo largo de la historia la implementación de un sistema de control es las organizaciones e vital para su funcionamiento, actualmente tanto las medianas como las pequeñas empresas buscan este tipo de herramientas para general eficiencia.

La medición de calidad es posible mediante la existencia de la organización, las cuales conllevan a que el desempeño de las mismas vaya mejorando día con día, con la ayuda de procedimientos, estandarización de procesos, inspecciones de calidad hacen que la empresa

tenga un valor agregado en sus productos, y puedan cumplir sus metas para su buen desempeño en el mercado.

## 6.7. METODOLOGÍA. MODELO OPERATIVO

### 6.7.1 FODA

Tabla N°17 Análisis Foda

<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La publicidad es deficiente en la empresa.</li> <li>• No poseen estrategias de negociación.</li> <li>• La imagen corporativa es deficiente.</li> <li>• El posicionamiento en el mercado es débil.</li> <li>• Falta de definición de los correctos canales de distribución.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No están bien estructurados legalmente.</li> <li>• Los factores políticos que podrían influir en el país.</li> <li>• La economía del país es inestable.</li> <li>• La competencia se incrementa cada vez más.</li> </ul>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El precio es muy competente con relación al mercado.</li> <li>• El talento humano tiene la pre disposición para mejorar.</li> <li>• Existe buen trato entre empleados</li> <li>• Existe mucho conocimiento del producto por parte de gerente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El espacio físico es idóneo para realizar las mejoras respectivas.</li> <li>• Ambato tiene crecimiento poblacional continuo.</li> <li>• El mercado es uno de los mejores del país.</li> <li>• La economía del sector es muy importante.</li> </ul>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Diana Ximena Barona López

## **6.7.2 Sistema de control de calidad NTC 6001**

### **6.7.2.1 Introducción**

La investigación a desarrollar será un proyecto de tipo aplicado, debido a que se centrará en la reunión de todos los requisitos necesarios para la implementación de la norma técnica Colombiana NTC 6001, la cual busca la aplicación de calidad en microempresas y pequeñas empresas, es una alternativa muy funcional para este tipo de empresas ya que se presenta de manera resumida y es de muy fácil aplicación, nos permite desarrollar una estructura interna sólida, con altos estándares de calidad, para poder ser más competitivos en el mercado, a través de la Norma NTC 6001 obtendremos muchos logros como son : fortalecimiento de estratégico de la empresa, cambio cultural por parte del personal la conforma, la sostenibilidad del negocio, mejoramiento de la imagen corporativa, satisfacción de los clientes, entendimiento por parte de la organización, estandarización de procesos, competitividad y productividad en todas las áreas, y nos facilita la toma de decisiones fundamentada.

Este proceso será realizado en la empresa Medias Morales de la ciudad de Ambato, mediante el diseño y documentación necesaria para la implementación de la norma anteriormente mencionada.

A través de la implementación del proyecto, se podrá beneficiar a la empresa Medias Morales en múltiples aspectos como lo son, el establecimiento de una planeación estratégica, la disminución en costos productivos y administrativos así como el aumento de su competitividad y liderazgo en el mercado, al igual que el establecimiento de una organización guía en la implementación de la norma NTC 6001.

### **6.7.2.3Objetivos**

#### **Objetivo General**

- Implantar un Sistema de Control de Calidad de manera eficiente, cumpliendo con las exigencias del mercado.

#### **Objetivos Específicos**

- Crear políticas de calidad para la empresa.
- Realizar el organigrama de recursos humanos de la empresa.
- Realizar los procesos bajo la Norma Colombiana NTC 6001.
- Medición y mejoramiento de las actividades dentro de la empresa.

### **6.7.2.4 Alcance**

Está diseñada para las diferentes áreas de la empresa Medias Morales.



### 6.7.2.5 Plan de acción

Tabla N°18. Plan de acción (Objetivo 1)

<b>PLAN DE ACCIÓN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS NORMAS INTERNACIONALES NTC 6001</b>			
<b>OBJETIVO ESPECÍFICO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSO</b>	<b>RESPONSABLE</b>
<b>1. Crear políticas de calidad para la empresa.</b>	Crea políticas de calidad para la empresa Medias Morales.	Talento Humano	Gerente General
	Fomentar las políticas en la empresa para que se cumpla los objetivos	Talento Humano	Gerente General
	Enseñar el Manual de Calidad	Talento Humano	Gerente General
	Realizar los procedimientos en documentos.	Talento Humano	Gerente General
	Revisar los documentos creados.	Talento Humano	Gerente General
	Verificar si se cumple con los requisitos de la Norma Técnica 6001	Talento Humano	Gerente General

Fuente: Investigación

Elaborado por: Diana Ximena Barona López

Tabla N°19 Plan de acción (Objetivo 2)

<b>OBJETIVO ESPECÍFICO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSO</b>	<b>RESPONSABLE</b>
<b>2. Realizar el organigrama de recurso humanos de la empresa.</b>	Realizar el organigrama de recursos humano.	Talento Humano	Jefe de Recursos Humanos
	Esquematizar la infraestructura.	Talento Humano	Jefe de Producción
	Realizar el esquema del ambiente laboral.	Talento Humano	Jefe de Recursos Humanos

Fuente: Encuestas aplicadas en la investigación de campo  
 Elaborado por: Diana Ximena Barona López

Tabla N°20 Plan de acción (Objetivo 3)

<b>OBJETIVO ESPECÍFICO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RECURSO</b>	<b>RESPONSABLE</b>
<b>3. Realizar los procesos bajo la Norma Colombiana NTC 6001</b>	Crear los diferentes procesos.	Talento Humano	Jefe de ventas
	Analizar el diseño y actividades.	Talento Humano	Jefe de Producción
	Realizar cambios en el diseño y actividades.	Humano y Financiero	Jefe de Producción
	Verificar la el proceso de adquisición de materia prima.	Talento Humano	Jefe de Producción
	Revisión de la entrega de la materia prima	Talento Humano	Jefe de Producción
	Creación de la atención al cliente.	Talento Humano	Jefe de Ventas

Fuente: Encuestas aplicadas en la investigación de campo  
 Elaborado por: Diana Ximena Barona López

Tabla N°21 Plan de acción (Objetivo 4)

OBJETIVO ESPECÍFICO	ACTIVIDADES	RECURSO	RESPONSABLE
<b>4. Medición y mejora de las actividades dentro de la empresa</b>	Realizar controles en las diferentes áreas.	Humano y Financiero	Gerente general
	Verificar que se realice los controles respectivos.	Talento Humano	Técnico Industrial
	Inspección del producto que no está conforme.	Talento Humano	Jefe de Producción y el Jefe de Ventas.

Fuente: Encuestas aplicadas en la investigación de campo  
 Elaborado por: Diana Ximena Barona

### **6.7.2.6 Desarrollo del plan de acción**

Cualquier objetivo, debe ser inteligente. Que a su vez significa lo siguiente:

#### **Que debe ser específicos:**

Lo más concreto posible, debes hacer una definición precisa del objetivo.

#### **Medibles:**

Es decir, debe ser cuantificable. La medición de un objetivo nos permite poder compararlo con la planificación y así, en caso de desviaciones, tomar las medidas necesarias para su logro.

#### **Alcanzables:**

Si tu objetivo involucra a varias personas tienes que hablar con cada una de ellas e involucrarlas en el proyecto, es fundamental que logres el compromiso de cada uno de los miembros. En los objetivos grupales, si no consigues el compromiso de todos, tu objetivo tiene el fracaso garantizado

#### **Realistas:**

Es decir, debe ser posible, proponer un objetivo irrealizable tiene las puertas abiertas al fracaso.

#### **Limitados en el tiempo:**

Es decir, el Objetivo tiene que tener un plazo máximo para su logro. De no contar con dicho límite se puede caer en la relajación y postergar el objetivo de forma indefinida.

### **6.7.2.7 Políticas de calidad de la empresa medias morales**

#### **INTEGRIDAD PERSONAL**

La empresa posee disciplina, orden, respeto, honestidad y entusiasmo.

Raúl Canosadice “la Integridad Personal es la efectividad de una persona, basada en un proyecto personal anclado en valores sociales y trascendentes, que se expresa en un actuar coherente con otros, en todos los dominios de la vida.”

#### **CREATIVIDAD E INNOVACIÓN**

Forma parte de nuestro reto diario para el mejoramiento continuo.

Guilford (1952): "La creatividad, en sentido limitado, se refiere a las aptitudes que son características de los individuos creadores, como la fluidez, la flexibilidad, la originalidad y el pensamiento divergente". En esta definición el autor hace referencia a los factores de la creatividad.

#### **PRODUCTIVIDAD**

Aplicada al trabajo y en el empleo de los recursos materiales.

Toro Fernando (1990) nos dice que la productividad es la capacidad de lograr objetivos y de generar respuestas de máxima calidad con el menor esfuerzo humano, físico y financiero, en beneficio de todos, al permitir a las personas desarrollar su potencial y obtener a cambio un mejor nivel en su calidad de vida.

## **CONCIENCIA**

En la práctica de un trabajo libre de errores y en el compromiso leal con la institución y con las realizaciones de calidad


Según la Real Academia de la lengua (2007), la palabra consciencia viene del término latino conscientia y es definido como el “conocimiento inmediato que el sujeto tiene de sí mismo, de sus actos y reflexiones”, y como la “capacidad de los seres humanos de verse y reconocerse a sí mismos y de juzgar sobre esa visión y reconocimiento”

### **6.7.2.8 Objetivos de calidad**

- Obtener un alto grado de satisfacción de nuestros Clientes.
- Contar con personal capacitado, consciente y comprometido con la calidad y la excelencia.
- Cumplir satisfactoriamente los requisitos del cliente, los legales, reglamentarios y normativos.
- Mejorar continuamente nuestros procesos de manera de lograr ser un referente en la industria textil.
- Contar con proveedores que brinden insumos de calidad y excelencia logrando desarrollar compromisos mutuos.

### 6.7.2.9 Proceso de producción

Tabla N°22 Elaboración de Medias

	<b>MEDIAS MORALES</b> <b>ÁREA DE PRODUCCIÓN</b> <b>MEDIAS</b>	<b>FECHA DE ORIGEN:</b> <b>REVISION:</b> <b>FECHA DE REVISION:</b> <b>PÁG:</b>
<b>1</b>	<b>ELABORACION DE MEDIAS</b>	
<b>Objetivos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluar y seleccionar la materia prima, insumos para la elaboración de las medias.</li> </ul>	
<b>Alcance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Este procedimiento es aplicable al Producto a elaborarse: Medias tobillera, canillera, escolar, ejecutiva, niños.</li> </ul>	
<b>Descripción</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los Rollos grandes de hilos sintéticos, naturales y elásticos son colocados en la máquina de tejer de acuerdo a los tipos y colores de medias que se van a producir.</li> <li>2. Un grupo de agujas tejerá los hilos en una serie de rizos entrelazados entre sí.</li> <li>3. Después, las piezas individuales son volteadas e inspeccionadas para seleccionar las medias defectuosas.</li> <li>4. Las medias semiformados son insertadas en la máquina de costura automática para formar la punta de las medias y completar así la producción.</li> <li>5. Las medias son volteados a su lado derecho antes de ser lavados y secados en el separador centrífugo.</li> <li>6. Después de secados, los calcetines son inspeccionados, colocados en pares, empaquetados, quedando listo para su comercialización.</li> </ol>	
<b>Responsable</b>	El departamento de Producción	

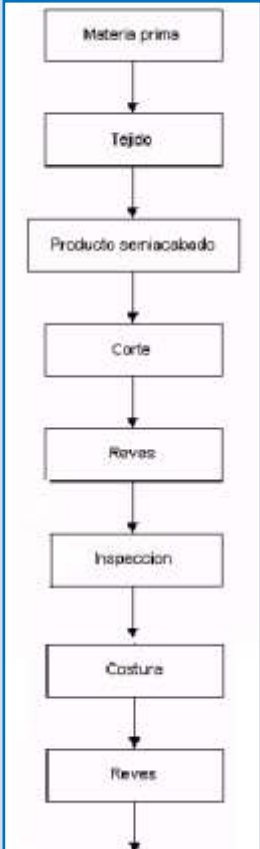


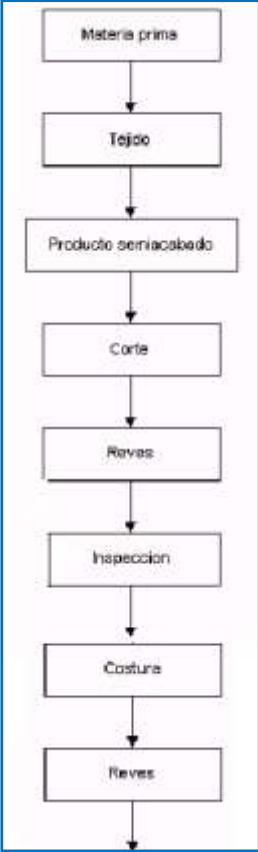
<b>Recomendaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Verificar diariamente que los procesos de fabricación de las medias se realicen de acuerdo al proceso indicado.</li><li>• Controlar que los productos estén en óptima calidad antes de ser etiquetados y empacados.</li><li>• Realizar el mantenimiento oportuno a las distintas maquinarias del área de producción.</li></ul>
------------------------	--

Fuente: Norma NTC 6001

Elaborado por: Diana Ximena Barona

Tabla N°23 Gráfica del proceso de elaboración de medias

Proceso en la elaboración de Medias	Gráficamente	Sub -procesos en la elaboración de Medias	Registros																																																														
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Materia Prima</b></li> <li>2. <b>Tejer</b></li> <li>3. <b>Producto semiacabado</b></li> <li>4. <b>Corte</b></li> <li>5. <b>Revés</b></li> <li>6. <b>Inspección</b></li> <li>7. <b>Costura</b></li> <li>8. <b>Revés</b></li> </ol>	 <pre> graph TD     A[Materia prima] --&gt; B[Tejido]     B --&gt; C[Producto semiacabado]     C --&gt; D[Corte]     D --&gt; E[Revés]     E --&gt; F[Inspeccion]     F --&gt; G[Costura]     G --&gt; H[Revés]     </pre>	<p>Se inspecciona la calidad y que sea la indicada.</p> <p>Se chequea que no exista trabas en la máquina.</p> <p>Se realiza de manera exacta que no exista fallas.</p> <p>Se controla que no haya hilos.</p> <p>Se cierra exactamente para qué tomo forma la media.</p> <p>Se analiza la media.</p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">                 Nombre Proveedor: _____                  Tipo de Producto/Servicio: _____                  Fecha Evaluación: _____             </div> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Parámetro</th> <th colspan="6">Departamentos</th> <th rowspan="2">Total</th> </tr> <tr> <th colspan="2">Compras</th> <th colspan="2">Producción</th> <th colspan="2">Ventas</th> </tr> <tr> <th></th> <th>Piso</th> <th>Valor</th> <th>Piso</th> <th>Valor</th> <th>Piso</th> <th>Valor</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Disponibilidad</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>Calidad/precio histórico</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>Servicio</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>Sist. Calidad</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>Inf. Sector</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </tbody> </table> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 5px;">                 Conclusión: _____             </div>	Parámetro	Departamentos						Total	Compras		Producción		Ventas			Piso	Valor	Piso	Valor	Piso	Valor		Disponibilidad								Calidad/precio histórico								Servicio								Sist. Calidad								Inf. Sector							
Parámetro	Departamentos						Total																																																										
	Compras		Producción		Ventas																																																												
	Piso	Valor	Piso	Valor	Piso	Valor																																																											
Disponibilidad																																																																	
Calidad/precio histórico																																																																	
Servicio																																																																	
Sist. Calidad																																																																	
Inf. Sector																																																																	

Proceso en la elaboración de Medias	Gráficamente	Sub -procesos en la elaboración de Medias	Registros																																																																										
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Materia Prima</b></li> <li>2. <b>Tejer</b></li> <li>3. <b>Producto semiacabado</b></li> <li>4. <b>Corte</b></li> <li>5. <b>Revés</b></li> <li>6. <b>Inspección</b></li> <li>7. <b>Costura</b></li> <li>8. <b>Revés</b></li> </ol>	 <pre> graph TD     A[Materia prima] --&gt; B[Tejido]     B --&gt; C[Producto semiacabado]     C --&gt; D[Corte]     D --&gt; E[Revés]     E --&gt; F[Inspeccion]     F --&gt; G[Costura]     G --&gt; H[Revés]     </pre>	<p>Se inspecciona la calidad y que sea la indicada.</p> <p>Se chequea que no exista trabas en la máquina.</p> <p>Se realiza de manera exacta que no exista fallas.</p> <p>Se controla que no haya hilos.</p> <p>Se cierra exactamente para qué tomo forma la media.</p> <p>Se analiza la media.</p>	<table border="1" data-bbox="1612 532 1965 613"> <tr><td>Nombre Proveedor:</td></tr> <tr><td>Tipo de Producto/Servicio:</td></tr> <tr><td>Fecha Evaluación:</td></tr> </table> <table border="1" data-bbox="1612 638 1965 870"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Parámetro</th> <th colspan="6">Departamentos</th> </tr> <tr> <th colspan="2">Compras</th> <th colspan="2">Producción</th> <th colspan="2">Ventas</th> <th rowspan="2">Total</th> </tr> <tr> <td></td> <td>Plas.</td> <td>Valor</td> <td>Plas.</td> <td>Valor</td> <td>Plas.</td> <td>Valor</td> <td></td> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Disponibilidad</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Calidad/precio</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Histórico</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Servicio</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Sist. Calidad</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Inf. Sector</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table> <table border="1" data-bbox="1612 894 1965 1003"> <tr><td>Conclusión:</td></tr> </table>	Nombre Proveedor:	Tipo de Producto/Servicio:	Fecha Evaluación:	Parámetro	Departamentos						Compras		Producción		Ventas		Total		Plas.	Valor	Plas.	Valor	Plas.	Valor		Disponibilidad								Calidad/precio								Histórico								Servicio								Sist. Calidad								Inf. Sector								Conclusión:
Nombre Proveedor:																																																																													
Tipo de Producto/Servicio:																																																																													
Fecha Evaluación:																																																																													
Parámetro	Departamentos																																																																												
	Compras		Producción		Ventas		Total																																																																						
	Plas.	Valor	Plas.	Valor	Plas.	Valor																																																																							
Disponibilidad																																																																													
Calidad/precio																																																																													
Histórico																																																																													
Servicio																																																																													
Sist. Calidad																																																																													
Inf. Sector																																																																													
Conclusión:																																																																													

Fuente: Norma NTC 6001

Elaborado por: Diana Ximena Barona

Tabla N°24Pie del documento

<b>Fecha de Implantación</b>	<b>Edición</b>	<b>Fecha revisión</b>	<b>Elaborado por</b>	<b>Aprobado por</b>	<b>Pág. No</b>
01-09-2015	00	01-10-2015	Diana Barona	Empresa Medias Morales	1

Fuente: Norma NTC 6001

Elaborado por: Diana Ximena Barona

#### **6.7.2.10 Gestión del talento humano**

La Empresa Medias Morales considera indispensable el recurso humano en las diferentes áreas de la empresa, este debe tener la suficiente motivación para que sea eficiente y se logre la mayor productividad, en ellos se debe poner mucho énfasis ya que los empleados forman la parte principal de la empresa, se debe adquirir compromiso hacia ellos, escuchando sus necesidades para de esta manera cumplir con los objetivos que es plantea la empresa.

#### **6.7.2.11 Gestión de infraestructura**

La Empresa Medias Morales cuenta con la infraestructura adecuada debido a que recientemente se trasladaron a un sector donde las diferentes áreas poseen mayor amplitud.

#### **6.7.2.12 Gestión de comunicación**

La Comunicación es importante ya que atraviesa transversalmente a la institución en todas sus dimensiones. Se debe considera varios ámbitos de la comunicación en la empresa.

**Ámbito de la información:**

- Dar a conocer normas y datos que permiten que la organización funciones de acuerdo al objetivo definido.

**Ámbito de divulgación:**

- Conocer acerca de las novedades y elementos que buscan captar a las personas, convenrserlos, persuadirlos y sumar su voluntad a los fines de la organización. Los boletines, las publicaciones, son algunos de los elementos que se pueden implementar.

**Ámbito de formación y socialización:**

- Reforzar en forma explícita la cultura institucional. En este marco se insertan las actividades de capacitación, las actividades recreativas y las celebraciones.

**Ámbito de participación:**

- Fomentar la participación destinada a que cada uno se exprese, darle la palabra y ofrecerle el reconocimiento. Puede incluirse el trabajo en equipo, el reconocimiento a las iniciativas, las sugerencias y las propuestas.

**Pertinencia:**

- Ajustar la identidad y los objetivos de la organización.

**Sinergia:**

- Apoyar recíprocamente los mensajes. Uno corrobora al otro. Una sinergia clásica se da entre la publicidad y la prensa de una empresa.

**Síntesis:**

- Concentración y especificidad. La comunicación eficaz tiene alto grado de concentración y especificidad. Concentración en contenido y especificidad en contenido y en oportunidades. El contexto del mensaje define al mensaje, aporta significación.

**Dinamicidad**

- La comunicación debe estar adaptándose permanentemente en la institución.

**6.7.2.13 Optimización del diseño del producto****Se debe seguir los siguientes pasos:**

- Definir y configurar de forma rápida tareas de optimización estructural.
- Conseguir automáticamente los conceptos de diseño óptimos relacionados con los parámetros.
- Mejorar el diseño de forma rápida y sencilla sin una parametrización compleja o una simplificación del modelo con tendencia a que se generen errores.
- Reducir los costes y el tiempo de desarrollo de manera significativa.

## **Inspección de la materia prima, e insumos en la Empresa Medias.**

Aquí se detalla la inspección de las compras de los insumos y materia prima:

- Para optimizar es necesario planificar, de esta manera el gasto que suma valor agregado será más rentable.
- Realizar la coordinación de ventas, producción, almacenes y compras.
- **Programar** el cronograma de producción.
- Controlar stock de MP, insumos y materiales, se pide lo necesario para producir en tiempo y forma.

## **Diseño del servicio al cliente**

Un proceso de diseño de servicios incorpora estas fases:

- **Observar** cómo los usuarios utilizan el servicio.
- **Involucrar** a los usuarios en el proceso, conseguir su ayuda, ideas y propuestas.
- Analizar cómo se entrega el servicio, cómo se relacionan los actores, dónde se entrega el valor, etc.
- **Analizar la calidad**, no sólo a través de los usuarios sino del uso de otros parámetros (costo-efectividad, posibilidades de mejora.).
- Desarrollar y crear un **mapa de ideas** con las posibilidades de mejora identificadas.
- **Prototipar** el nuevo servicio y conseguir que este sea mejor alineado con los parámetros establecidos tras varias iteraciones
- Convertir el diseño en parte integral de los procesos de la empresa.

## **Servicio al cliente.**

Niveles del Servicio al cliente:

- Servicio ofrecido.
- Servicio proporcionado.
- Servicio percibido por el cliente.

Componentes del servicio al cliente en el producto:

- Calidad
- Variedad
- Características
- Fiabilidad
- Servicio de posventa
- Costo
- Disponibilidad
- Tiempo de respuesta
- Tiempo de entrega
- Actitud

Maneras de medir el nivel de servicio al cliente

- Capacidad de respuesta



- Calidad en la atención
- Comunicación.
- Accesibilidad.
- Amabilidad.
- Capacidad de resolución a la primera.

#### **6.7.2.14 Verificar**

##### **Auditorías Internas**

El alcance comprende el examen y valoración de lo adecuado y efectivo de los sistemas de control interno y de la calidad de la ejecución al llevar a cabo las responsabilidades asignadas. Incluye:

- Revisión de la fiabilidad e integridad de la información financiera y operativa y de los juicios utilizados para identificar, medir, clasificar e informar sobre la misma.
- Revisar los sistemas establecidos para asegurar el cumplimiento con aquellas políticas, planes, procedimientos, leyes y regulaciones, que pueden tener un impacto significativo en las operaciones e informes, y determinar si la organización los cumple.
- Revisar las medidas de salvaguarda de activos y, cuando sea apropiado, verificar la existencia de los mismos.
- Valorar la economía y eficacia con que se emplean los recursos.
- Revisar si los resultados son coherentes con los objetivos y las metas establecidas, y que las operaciones y programas han sido llevados a cabo como estaba previsto.

##### **Control de los equipos de medición**

Se esquematizaremos estas exigencias para facilitar su tratamiento y aplicación:

- Determinar las medidas que deben realizarse y la exactitud requerida.
- Seleccionar los equipos adecuados.
- Asegurar a los equipos de manera indicada.
- Establecer y mantener procedimientos para controlar, calibrar y realizar el mantenimiento de los equipos.
- Calibrar y ajustar los equipos para mayor eficiencia.
- Ajustar o reajustarlos cuando sea necesario.
- Identificar los equipos defectuosos.
- Protegerlos frente a ajustes que pudieran dañar a la producción.
- Protegerlos contra daños y deterioro durante la manipulación, actividades de mantenimiento y almacenamiento.
- Tomar las acciones correctivas ante equipos defectuosos y sobre cualquier producto afectado.
- Conservar los registros de calibración y/o verificación.
- Confirmar que los programas informáticos que se utilicen para seguimiento y medición de los requisitos especificados, tienen capacidad para satisfacer su aplicación prevista.

### **Control del equipo y/o servicio no conforme**

Registrar las no conformidades detectadas.

- Analizar la situación presentada y definir el tratamiento adecuado.
- Verificar la eficacia de las acciones tomadas para eliminar las causas de las no conformidades.
- Liberar el Producto y/o Servicio No Conforme.
- Elaborar análisis estadístico de las No Conformidades registrada.

### **6.7.2.15 Actuar**

#### **Acciones correctivas**

Se debe incluir:

- Analizar si existen no conformidades, de productos, procesos, sistema de control de calidad y las quejas de clientes.
- Investigar las no conformidades y registrarlas.
- Proponer las acciones correctivas necesarias.
- Implementar las acciones correctivas.
- Realizar el seguimiento correspondiente para efectivizar el proceso.

#### **Acciones preventivas**

- Usar registros del Sistema de Control y resultados de datos.
- Establecer responsabilidades al personal.
- Verificar productos que existan no conformidades.
- Analizar las causa de las no conformadas en los productos.
- Proponer de las acciones preventivas correspondientes
- Realizar las acciones preventivas en el personal.
- Seguimiento de la acción preventiva.

## **Procesos de mejora continúa**

La base de la mejora continua es la autoevaluación. En ella se debe detectar puntos fuertes, que hay que tratar de mantener y áreas de mejora, cuyo objetivo deberá ser un proyecto de mejora.

### **6.8. ADMINISTRACIÓN DE LA PROPUESTA**

Medias Morales tiene como objetivo implementar un Sistema De Control a través del sistema NTC 6001, para esto es necesario la colaboración de toda la empresa, y así poder mejorar en todos los aspectos deficientes que posee la empresa, para la administración de la propuesta es necesario la colaboración del Gerente de Medias Morales.

### **6.9 PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN**

La implementación de la propuesta puede verse afectada si la empresa no transfiere los recursos necesarios para diseñar un sistema de implementación de Norma NTC 6001, y a su vez permitir incrementar la participación en el mercado que tiene la empresa, generando empleo, desarrollo social y económico.

Es Fundamental disponer de un plan de monitoreo y evaluación de la propuesta para tomar decisiones oportunas que permita mejorar la calidad del producto e incrementa el nivel de ventas.

### **6.10 PLAN DE ACCIÓN**

Se realizara las siguientes actividades:

- Diagnóstico de la empresa
- Capacitación de las normas NTC

- Capacitación de SGC
- Capacitación del Manual de Calidad
- Capacitación del Manual de Procesos
- Procedimiento de Control de Documentos
- Procedimiento de Control de Registros
- Difusión de la políticas de Calidad
- Estudio de los objetivos de Calidad
- Revisión del Manual de Funciones
- Reestructura del organigrama empresarial
- Realización del Presupuesto de SGC
- Detección de la necesidades de capacitación
- Plan anual de capacitación
- Procedimiento de mantenimiento
- Procediendo de Gestión de compras
- Evaluación a los proveedores
- Medición de análisis y mejora
- Instructivo para reclamo de clientes
- Procedimiento de auditoria interna
- Seguimiento y medición de procesos
- Control de productos en proceso
- Metodología para mejoramiento continuo
- Plan de mejoramiento continuo
- Auditoria Interna
- Evaluación certificadora

## PLAN DE ACCIÓN

Tabla N°25 Plan de Acción

	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO
Diagnóstico de la empresa												
Capacitación de las NTC												
Capacitación de SGC												
Capacitación del Manual de Calidad												
Capacitación del Manual de Procesos												
Procedimiento de Control de Documentos												
Procedimiento de Control de Registros												
Difusión de la políticas de Calidad												
Estudio de los objetivos de Calidad												
Revisión del Manual de Funciones												
Reestructura del organigrama empresarial												
Realización del Presupuesto de SGC												
Detección de la necesidades de capacitación												
Plan anual de capacitación												

Procedimiento de mantenimiento													
Procediendo de Gestión de compras													
Evaluación a los proveedores													
Medición de análisis y mejora													
Instructivo para reclamo de clientes													
Procedimiento de auditoria interna													
Seguimiento y medición de procesos													
Control de productos en proceso													
Metodología para mejoramiento continuo													
Plan de mejoramiento continuo													
Auditoria Interna													
Evaluación certificadora													

Fuente: NormaNTC 6001

Elaborado por: Diana Ximena Barona

## 6.11. PRESUPUESTO PARA LA EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA

Tabla N°26Detalle de Egresos

<b>DETALLE DE EGRESOS</b>	<b>PRIMERA REVISION DEL MC.</b>	<b>SEGUNDA REVISION DEL MC</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>Asesoría para Implementar el SG C</b>	350	350	35	700
<b>20 Refrigerios a personal de asesoría</b>	80	80	8	160
<b>20 fichas de procesamiento MC</b>	50	50	5	100
<b>Material de oficina</b>	42	36	3.9	78
<b>20 Manuales de calidad</b>	76	76	7.6	152
<b>20 Formularios de evaluación</b>	20	20	2	40
<b>Capacitación del personal</b>	300	300	33	600
<b>SUBTOTAL \$</b>				1830
<b>(+)10% Imprevistos</b>				183
<b>TOTAL \$</b>				2013

Fuente: Estudio Aplicado a la empresa  
Elaborado por: Diana Ximena Barona

Los gastos que demandan para la elaboración de un Sistema de Control de la Calidad NTC 2006 para incrementar el Volumen de Ventas en la Empresa Medias Morales de la ciudad de Ambato.



## C. MATERIALES DE REFERENCIA

### 1. Bibliografía

Allen, Robert. Manual de Presupuestos. Editorial MC Graw Hill 1era ed. México.

Angles, Cipriano. (1995). Rendimiento de la Producción. Lima. Editorial Universo, S.A.

Aristos 3; Diccionario Ilustrado de lengua española, Editorial Sopena; Barcelona, pág. 497

Armand V. Feigenbaum, (2006). Control total de la calidad, Ed. CECSA. Estados Unidos.

ARMIJOS VALDIVIESO, P. R. Gestión de la calidad. Guía didáctica, 2007.

Avgrafoff, Boris, Sistemas de gestión de la producción, Procesos de gestión de la producción, 1ª Edición, Editorial Ibérico Europa de ediciones S.A., Madrid, 1997.

BAIN.D. (1991).Productividad la solución a los problemas empresariales. Editorial miembro de la cámara nacional de la industria 1rg.San Andrés Atoto (México).

BARLEY, S. Éxito empresarial. Éxito sostenido en la organización. ¿reto inalcanzable?, CIGESTI, 2008

Barraza Macías, Arturo, Una conceptualización comprehensiva de la innovación educativa, en la Revista Innovación Educativa No. 28, Vol. 5, 2005, México.

Batista, Alejandro, “Los determinantes del crecimiento económico” .PLAZA Y VALDES. Mexico 2001

BERNILLON, A. (2001). *Implantar y Gestionar la Calidad*. 3da. Edición. Editorial Gestión. Barcelona.

BERRY, T. (2005). *Calidad Total*. Editorial Mc Graw - Hill. Colombia.

BETANCOURT AGÜERO, Y. *Procedimiento para la evaluación de la calidad percibida*. Centro de Estudios de Dirección de Las Tunas. Las Tunas, Universidad de Las Tunas 2009.

BLACK, S. y PORTER, L.J. (1995): “Modelo Empírico para una Gestión de Calidad”, *Administración de la Calidad Total*, Vol. 6, No. 2, pp. 149-164.

BURBANO, Ruiz. *Presupuestos, Un enfoque Moderno de Planeación y Control*. Editorial Mc Graw Hill, 1996. *Calidad*, 2002. 88.

Cebreros, A. (1993). *La Competitividad Agropecuaria en Condiciones de Apertura Comercial*. Comercio Exterior.

CHRUDEN, HERBERT J. y. SHERMAN, ARTHUR W Jr.: “Administración de personal”; Cia. Editorial Continental S.A. (C.E.C.S.A.); México; 1982.

CLARK, J.M: *Bioquímica Experimental*, 1<sup>a</sup> Ed, Editorial Acribia, Zaragoza, 1966.

COHEN, D. y ASIN, E. (2004). *Sistemas de Información para los Negocios. Un Enfoque de Toma de Decisiones*. 4a. Edición. Editorial McGraw - Hill. México.

COLMENARES D., O. A. y J. L. SAAVEDRA T. *Aproximación teórica de los modelos conceptuales de la calidad del servicio*, [s.a].Continental, México 2002.

Coss, B. R. (2005). Analisis y Evaluacion de Proyectos de Inversion. En B.R. Coss, Analisis y Evaluacion de Proyectos de Inversion(pág. 375).México: Limusa S. A.

Crosby, Philip.La Calidad no Cuesta. C.E.C.S.A. 1991.

Costa A., Gangi A., Glavich E., Levinas M. L., Lindman A., Onna A., Rieznik M., Sauro S. y Szapiro A. (2008). La naturaleza del tiempo. Usos y representaciones del tiempo en la historia. México.

Deming (2007). La nuevaEconomíaMassachussets Institute of Technology Press. Massachussets. USA.

Díaz A. (1993) Producción: Gestión y Control. Ed.Ariel, Economía S.A. España.

Díez de Castro, J. & Redondo López, C. (1996). Administración de empresas. Ediciones Pirámide, España.

DONNA.C. (2006).Administración de la Calidad, editorial Pearson educación. México.

ECHAGARAY MORENO, F. 100 mejoras tecnológicas inmediatas para pymes. educación superior, [s.a].

England, Wilbur B. 2007.Organización Departamento de compras. Madrid: s.n., 2007.

Feigenbaun A.V.” Total Quality Control”, Cuarta Edición. Mc Graw Hill, EE.UU. 1990.

Fleitman S. Jack, Negocios exitosos. McGraw-Hill, 2000

GARCÍA, J. (1994). Informatización de Empresas. Sistematización, Control, Gestión. Editorial McGraw - Hill. México.

GÓMEZ, V. y SUAREZ, C. (2004). Sistemas de Información. Herramientas Prácticas para la Gestión Empresarial. Editorial Alfaomega. México, D.F.

HORNGREN Charles T. y Sundem Gary L. 1994. Contabilidad Administrativa. Prentice may Hispanoamericana S.A. México.

INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS. Guía de implementación de la NTC-6001. Bogotá D.C., 2010. 51P.

ISHIKAWA, K. ¿Qué es el control total de calidad?"Ed. Norma.1991

Juran J. M. "Manual de Control de la Calidad". Cuarta Edición, Mc Graw Hill, Interamericana de España S.A, España, 1993.

Joy Paul Guilford, 1950, Creativity, American Psychologist 5 (9): 444–454.EE.UU

Kotler, Philip (2010). Introducción al marketing. trad. María Teresa Pintado Blanco. Pearson Educación, S.A

Kotler y Armstrong, Fundamentos de Marketing, 6ta. Edición Prentice Hall, Pág. 353.

KUSTER I. y ROMAN, S. (2006). Venta Personal y Dirección de Venta. La Fidelización del Cliente. Editorial Limusa. España. 87. p.

LAUDON, K. y LAUDON, J. (2004). Sistemas de Información Gerencia! 8a. Edición. Editorial Pearson. México.

Ley Orgánica de defensa al consumidor (Ley No. 2000-21).

LETURIA PODESTA, Carlos. 2002. Introducción al análisis, previsión y control del modelo costo-volumen-rentabilidad. Edición a cargo del autor. Lima. Perú.

Longenercher, Moore (2007) “Administración de Pequeñas Empresas” Enfoque Emprendedor, 13ª Edición Editorial Thomson. México .D.F.

MARQUÈS; Pere(2000). La pizarra digital (kit Internet en el aula) en los contextos educativos. España

MAS, M. P.; I. TORRE y C. LACASA. Gestión de la calidad, 2008.

Mecinas, L. (2007). Compras un enfoque estratégico. México DF: McGraw-Hill Interamericana.

MORENO, M. (2002). Gestión de la calidad y Diseño de las Organizaciones. Editorial Prentice Hall. Madrid, España.

Murgia, Michele Angelo (2009). Qu'est-ce que le temps?. In Libro Veritas.

Norma Ishikawa, K. (1981). ¿Qué es el Control Total de la calidad? Colombia: Editorial.

Porter, M. (2001): “Estrategias y ventaja competitiva”. Ediciones Deusto, Barcelona, España.

PUJOL. (1999). Diccionario de la Real Academia Española. España.

RABASSA, B. y GARCÍA, R.: Diccionario de Marketing, Pirámide, Madrid, 1978.

Raúl Canosa Usera, El derecho a la integridad personal, págs. 274-285.España

REYES BENÍTEZ, S. Evaluación de la calidad del servicio de la sucursal 6432 del bpa

Real Academia Española. Diccionario de la Lengua Española. 2007. 23ª Edición.

Salazar, J. J. (2002). Sistema de gestión de calidad al servicio de la cooperación técnica en México.México: IICA.

Ricardo Romero, Marketing de Hoy. Editora Palmir E.I.R.L., Pág. 130.

Robert M. Wald, (1984): General Relativity, Chicago University Press.USA.

SANDHUSEN L., Richard y otros, Mercadotecnia, Primera Edición, Editorial

SERRANO N, C. R. Gestión estratégica de calidad de la formación en instituciones de

SINGH, S. (2000). Control de la Calidad. Editorial McGraw -Hill. México.

Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce, “Fundamentos de Marketing” 13va. Edición Mc Graw Hill, 2004.

Toro Alvarez, Fernando. Desempeño y Productividad ., marzo 1990, p. 257.

T. Dyba, N. B. Moe, and E. M. Mikkelsen. An empirical investigation on factors affecting software developer acceptance and utilization of electronic process guides. In Proc. 10th Int Software Metrics Symp, pages 220–231, 2004.

Thompson, G., y Turk, J., 2005. Earth Science and the Environment, 3 th Edit. Thomson Brook Cole.

Tummala, V.M. y Tang, C.L. (1996). "Strategic quality management, malcom Baldrige and European qualitu Awards and ISO 9000 certification. Core conceps and comparative análisis" International Jornal of Quality and reliability management. Vol. 13 n° 4.

VARO, J.: Gestión estratégica de la calidad de servicios. Madrid. Díaz de Santos, 2009.

Vasquez, E. (2007). Seis - Sigma Metodología y técnicas. México: Limusa.

WERTHER Jr., William B. y DAVIS Keith: "Administración de Personal y Recursos Humanos". México D.F. 2000. 5ta. Edición. Ed. Mc Graw-Hill de México.

## 2. Anexos

### Anexo N°1

#### ENCUESTA



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE MARKETING Y GESTIÓN DE NEGOCIOS**  
**MODALIDAD SEMIPRESENCIAL**



Cuestionario N°.....

**TEMA:**“La calidad del producto y las ventas de la Empresa Medias Morales de la ciudad de Ambato”.

#### **OBJETIVO:**

Investigar la calidad de los productos y su incidencia en el Volumen de Ventas, de la Empresa Medias Morales de la ciudad de Ambato.

#### **INSTRUCCIONES:**

- Marque con una x la respuesta que considera que es la correcta.



## **PREGUNTAS**

### **1.- Genero**

1.1 Masculino

1.2 Femenino

### **2.- Estado Civil**

2.1 Soltero

2.2 Casado

2.3 Viudo

2.4 Divorciado

2.5 Unión Libre

### **3.- ¿Qué producto es el que más consume?**

3.1 Tobilleras

3.2 Canilleras

3.3 Escolares

3.4 Ejecutivas

3.5 Niños

### **4.- ¿Cómo describe la Calidad de los productos adquiridos?**

4.1 Muy buena

4.2 Buena

4.3 Regular

4.4 Mala

**5.- ¿Usted volvería a comprar nuestros productos?**

5.1 Si

5.2 No

**6.- ¿Considera usted que los precios de nuestros productos son los adecuados?**

6.1 Si

6.2 No

**7.- ¿Desearía usted que exista nuevos productos cómo?**

7.1 Media Licras

7.2 Medias Nylon

7.3 Medias Futbol

7.4 Medias Tenis

**8.- ¿Con que frecuencia compra los productos de nuestra empresa?**

8.1. 1 vez al mes

8.2. 2 veces al mes

8.3. 1 vez a los 3 meses

8.4. 1 vez a los 6 meses

8.5. 1 vez al año

**Nombre del Encuestador:.....**

**Fecha de aplicación:.....**

## AnexoN°2



Máquina ANGE 13.2



Software ANGE 13.2

**AnexoN°3**

**PRODUCTOS**



**MEDIA TOBILLERA**

AnexoN°4



LOGOTIPO



SLOGAN