



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

**"Calidad y rentabilidad en la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del
distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015."**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
CONTADOR PÚBLICO**

AUTOR(A):

Romani Chiclla Mayra Nohelia

ASESOR:

Dr. Bernardo Artidoro Cojal Loli


LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

LIMA – PERÚ

2016

PÁGINAS PRELIMINARES

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	---------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) **Romani Chicla Mayra Nohelia** cuyo título es: "**Calidad y rentabilidad en la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015**". Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: **17, diecisiete**.

Lima, San Juan de Lurigancho 23 de Noviembre del 2018.



 DR. BERNARDO COJAL LOLI
 X PRESIDENTE



 MG. ESTHER ROSA SAENZ ARENAS
 SECRETARIO



 DR. AMBROCIO TEODORO ESTEVES PAIRAZAMAN
 VOCAL

	 Dirección de Investigación	Revisó	 Presidente del Jurado	 VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN	 Dirección de Investigación
---	---	--------	--	---	---

Dedicatoria

Dedico este trabajo de tesis a mis Padres, mi Familia y amigos, que fueron empuje y motivación para culminar este proyecto, a pesar de las dificultades que se presentaron durante este tiempo. No encuentro palabras que logren expresar mi estima y consideración hacia ustedes.

Agradecimiento

Agradezco a mis Padres y a mi Familia por su infinita paciencia para comprenderme en los momentos difíciles y con su apoyo incondicional y ejemplo permitieron realizarme como persona.

A todos mis profesores que pusieron su confianza en mí y que con su dedicación y entrega me enseñaron a desarrollarme profesionalmente.

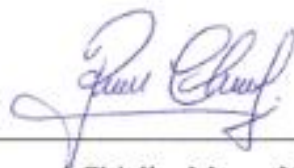
Declaratoria de Autenticidad

Yo, Mayra Nohelia Romani Chiclla, con DNI N° 45757747, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Contabilidad, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 13 de Diciembre del 2016



Romani Chiclla, Mayra Nohelia

Presentación

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada: **“Calidad y rentabilidad en la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015”**, y comprende los capítulos de introducción, metodología, resultados, conclusiones y recomendaciones. El objetivo de la referida tesis fue determinar la relación que existe entre la calidad y rentabilidad de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Contabilidad.

Atte,

Romani Chiclla, Mayra Nohelia

Índice

	Página
PÁGINAS PRELIMINARES	
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de tablas	ix
RESUMEN	xiii
ABSTRACT	xiv
I. INTRODUCCIÓN	
1.1. Realidad problemática	2
1.2. Trabajos previos	4
1.3. Teorías Relacionadas al tema	6
1.4. Formulación al problema	29
1.5. Justificación del estudio	29
1.6. Hipótesis	30
1.7. Objetivo	30
II. MÉTODO	
2.1. Diseño de investigación	32
2.2. Variables, operacionalización	33
2.3. Población y muestra	34
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	34
2.5. Métodos de análisis de datos	37
2.6. Aspectos éticos	38
III. RESULTADOS	39
IV. DISCUSIÓN	102

V.	CONCLUSIONES	105
VI.	RECOMENDACIONES	107
VII.	REFERENCIAS	109
ANEXOS		
Anexo 1:	Instrumentos	113
Anexo 2:	Matriz de consistencia	116
Anexo 3:	Validación de los instrumentos	117
Anexo 4:	Acta de aprobación de originalidad de tesis	121
Anexo 5:	Evaluación de la similitud del instrumento con Turnitin	122
Anexo 6:	Autorización de publicación de tesis	123
Anexo 7:	Autorización de la versión final del trabajo de investigación	124

Índice de Tablas

Tabla 1 Alfa variable1: calidad.....	41
Tabla 2 Alfa variable 2: Rentabilidad	41
Tabla 3 Validación de los expertos	41
Tabla 4 Frecuencia de la Variable Calidad.....	45
Tabla 5 Frecuencia de la Dimensión Mejora Continua.....	46
Tabla 6 Frecuencia de la Dimensión Gestión de Calidad.....	47
Tabla 7 Frecuencia de la Dimensión Herramientas de Calidad.....	48
Tabla 8 Frecuencia de la Variable Rentabilidad	49
Tabla 9 Frecuencia de la Dimensión Margen de Utilidad.....	50
Tabla 10 Frecuencia de la Dimensión Rotación de Activos.....	51
Tabla 11 Frecuencia de la Dimensión Multiplicador de Capital.....	52
Tabla 12 Pruebas de Normalidad	53
Tabla 13 Prueba de correlación de hipótesis general	54
Tabla 14 Prueba de correlación de hipótesis específica N° 1	55
Tabla 15 Prueba de correlación de hipótesis específica N° 2.....	56
Tabla 16 Prueba de correlación de hipótesis específica N° 3.....	57
Tabla 17 Identificar al usuario es importante para el desarrollo económico de la empresa	58
Tabla 18 Es trascendental conocer las necesidades del cliente para diseñar y fabricar un producto de calidad	59
Tabla 19 La evaluación de la calidad del producto es fundamental para la organización.....	60
Tabla 20 La calidad del producto influye en la situación financiera de la empresa	61
Tabla 21 La evaluación pre operacional hace parte de una acción preventiva	62
Tabla 22 La implementación de diseños innovadores contribuye al incremento de la rentabilidad	63
Tabla 23 Conocer las necesidades de los clientes es fundamental para implementar planes de acciones preventivas	64
Tabla 24 Es importante la evaluación de desempeño de los procesos para que la empresa obtenga beneficios	65

Tabla 25 Una óptima gestión en la organización es determinante para evaluar y medir los

66

67

68

69

70

71

72

73

74

75

76

77

78

79

80

81

82

estándares de calidad de una empresa	
Tabla 26 La planificación de la gestión de calidad ayuda a incrementar la rentabilidad en la empresa	
Tabla 27 Una eficiente administración en la dirección, hará efectiva todo lo planeado en la empresa	
Tabla 28 El control de calidad es importante para una producción con cero defectos	
Tabla 29 La gestión de calidad nos conduce al aseguramiento de la buena calidad de un producto en una organización	
Tabla 30 La certificación ISO 9000: 2000 asegura que el sistema de gestión de calidad de la organización garantiza la calidad de los productos.....	
Tabla 31 La realización de un producto debe planificarse bajo ciertos estándares de calidad	
Tabla 32 El comité de calidad debe estar apoyado e integrado por la dirección de la empresa	
Tabla 33 La responsabilidad de la dirección está cubierta en la norma 9001:2000	
Tabla 34 El uso del diagrama de causa – efecto dentro de una organización disminuye los riesgos	
Tabla 35 La plantilla de inspección ayuda a un resultado eficaz dentro de la empresa	
Tabla 36 Para simplificar procesos del producto el uso de diagrama de flujo.....	
Tabla 37 La planilla de inspección facilita la recolección y verificación de datos para un mejor control	
Tabla 38 Se puede analizar las causas de una no conformidad a través de un esquema de causa – efecto	
Tabla 39 Los gráficos de barra sirven para analizar la situación y comportamiento de la empresa	
La herramienta de diagrama de flujo es utilizada para mejorar el diseño de los productos y los procesos de producción.....	
Tabla 41 El gráfico de control nos muestra los límites de control preestablecidos para los procesos marchan bien	

Tabla 42 Los ratios financieros ayudan a tomar decisiones eficaces	83
Tabla 43 El margen de utilidad se mide en función a las ventas de la empresa	84
Tabla 44 Elevar los precios en los productos influye en incrementar la ganancia	85
Tabla 45 Los ratios de rentabilidad miden con que eficacia la administración de la empresa genera utilidades	86
Tabla 46 El margen de utilidad en un índice que proporciona un entendimiento total de la empresa	87
Tabla 47 Reducir los gastos ayuda al incremento de la rentabilidad.....	88
Tabla 48 Manejar un buen margen de utilidad permite a la empresa ser rentable sin vender una gran cantidad de unidades	89
Tabla 49 Es importante potenciar la venta de aquellos productos que tengan mayor margen de ganancia	90
Tabla 50 La rotación de activos es un indicador financiero que mide la eficiencia de la administración y gestión de sus activos	91
Tabla 51 Es importante conocer el nivel de rotación de los activos de la empresa	92
Tabla 52 Es importante implementar mejoras conducentes a maximizar eficiente de los recursos de la empresa	93
Tabla 53 Una rotación de inventarios eficiente, permite a la empresa mejorar la gestión de su capital de trabajo	94
Tabla 54 La rotación ideal debe acercarse al tiempo mínimo necesario para reemplazar los inventarios vendidos	95
Tabla 55 La evaluación permite gestionar de forma más eficiente el capital de trabajo del que dispone la empresa	96
Tabla 56 La rotación de activos no debe ser muy alta que comprometa la disponibilidad de productos, ni tan baja que implique tener productos, ni tan baja que implique tener productos sin vender por mucho tiempo.....	97
Tabla 57 La eficiencia ayuda a identificar falencias en la rotación de activos.....	98
Tabla 58 El apalancamiento financiero consiste en la posibilidad que se tiene de financiar inversiones sin necesidad de contar con sus recursos propios	99
Tabla 59 El multiplicador de capital (apalancamiento financiero), determina la rentabilidad de la empresa.....	100
Tabla 60 La empresa puede analizar cuanto de activos he logrado financiar con el capital aportado por los accionistas	101

Tabla 61 La empresa requiere unos activos que solo pueden ser financiados por aportes de los socios (patrimonio)	102
Para la empresa mientras mayor sea el capital financiero, mayores serán los costos financieros por este capital	103
La empresa por cada inversión en activos, los accionistas obtendrán una ganancia en su capital	104
Tabla 64 Para que las empresas puedan operar también requieren de acceder a créditos con terceros	105
Tabla 65 Todo activo financiero pasivo supone un costo financiero que afecta directamente a la rentabilidad	106
Tabla 66 El multiplicador de capital es el apalancamiento obtenido con el capital del negocio	107

RESUMEN

La necesidad que tiene la empresa Ingeniería del calzado S.A.C, es mejorar la calidad del producto, eficiencia y eficacia en el área producción para cada uno de sus principales clientes (Hush Puppies, Saga Falabella, Passarela, Inversiones Rubin's, etc), ya que de esto depende el incremento de la rentabilidad de la empresa. Para ello el área de producción es el encargado del proceso productivo de la fabricación de calzados para niños y niñas. Sin embargo existen varios factores que no permiten que el área de producción desarrolle los procesos de fabricación de manera eficiente por falta de control de calidad, gestión de calidad, mejora continua y de una buena dirección a cargo del área responsable. Debido a esta necesidad la presente tesis tiene como problema ¿Qué relación existe entre la calidad y rentabilidad de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del Distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015? y el objetivo es mejorar la calidad del producto, eficiencia y eficacia del área de producción que permita obtener un buen proceso operativo y finalmente productos de calidad para garantizar una buena situación económica y financiera dentro de la empresa.

Palabras clave: Eficacia, eficiencia, producción.

ABSTRACT

The need for the company Engineering footwear SAC, is to improve product quality, efficiency and effectiveness in the production area for each of its major customers (Hush Puppies, Saga Falabella, Passarela, Investment Rubin's, etc.) because of this depends on the increased profitability of the company. For this production area it is responsible for the production process of the manufacture of footwear for children. However there are several factors that do not allow the production area develops manufacturing processes efficiently due to lack of quality control, quality management, continuous improvement and good management by the responsible area. Because of this need the present thesis is problem What is the relationship between quality and profitability Footwear Engineering S.A.C of San Juan de Lurigancho, 2015? and the goal is to improve product quality, efficiency and effectiveness of the production area for obtaining a good operational process and ultimately quality products to ensure sound economic and financial situation within the company.

Keywords: quality, effectiveness, efficiency, profitability, production.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Contexto internacional: La competitividad Internacional afecta a las Industrias del sector calzado por ser vulnerables. La situación problemática es por la ineficiencia operativa de las empresas y su abastecimiento de materias primas, manufactura, tecnología, control de calidad, distribución logística y comercialización. (Huerta, 2012, p. 25).

Es decir las empresas del sector calzado son vulnerables a los constantes cambios que se dan en el sector industrial, lo cual impide de alguna forma que desarrollen su proceso productivo de manera eficiente.

La industria del calzado está trabajando en mejorar los procesos productivos para incrementar la competitividad en el sector y también para generar más beneficio económico y financiero, lo que permitirá a diversos países proteger su posición a nivel nacional y beneficiarse de oportunidades en nuevos mercados. Todo lo mencionado anteriormente se logrará realizar mediante la creatividad, diseño, innovación, tecnología, creación de imagen institucional y de marca, profesionalización de las empresas y un mayor enfoque en los clientes. Las alianzas estratégicas y segmentos de producción entre empresas de la industria están interconectadas a nivel mundial, mediante un ciclo de valor. (Huerta, 2012, p. 25).

El sector calzado viene desarrollando mejoras, innovando, implementando tecnologías con el fin de satisfacer las necesidades de todos los clientes, ofreciéndoles un producto con cero defectos y de calidad, así mismo las empresas del sector calzado buscan maximizar su competitividad y lograr el desarrollo económico dentro de la misma.

Contexto nacional: Según Esquivel & Tuesta (2012). Por muchos años las empresas del sector calzado han enfrentado una crisis y han tenido inconvenientes para permanecer en el mercado, el problema no solo se enfoca en la falta de recursos económicos, intelectual y políticas que rigen en el sector industrial, sino también en que no se considera la relación existente entre la calidad de los procesos productivos y su influencia en la rentabilidad de la empresa. Esto se debe, a que las autoridades de la mayoría de las organizaciones de la industria del calzado, continúan ejerciendo su labor mediante un pensamiento habitual y cotidiano (desfasado), obviando los cambios de forma muy constante y acelerada de la economía mundial. (Esquivel y Tuesta, 2012, p. 55).

La consecuencia de la globalización y el desarrollo fomentado por una cultura del consumidor, está ocasionando la exigencia de patrones de calidad para los productos del sector calzado, lo que ha generado que en la actualidad se den diversos cambios de esta cadena productiva, con la finalidad de lograr obtener los patrones mínimos requeridos por las

normas técnicas internacionales y nacionales de sector industria. No obstante, durante los procesos se han presentado retos y adversidades en especial para aquellas pequeñas y medianas empresas que están realizando esfuerzos para ubicar sus productos en el mercado a nivel nacional e internacional. (Esquivéz y Tuesta, 2012, p. 55).

Contexto local: En la empresa Ingeniería del calzado S.A.C, la gestión de calidad es una problemática hoy en día, porque no se está desarrollando y empleando de una forma responsable y eficiente. Esto se manifiesta tras la insatisfacción de los clientes (hush puppies, pasarella, top model, inversiones rubins, tiendas meylin, saga Falabella, etc), por el ensamblado y acabado de los calzados, repercutiendo de una manera considerable a la empresa ya que incrementa sus costos por reelaboración de los calzados, materiales desechados, mano de obra, etc. Lo mencionado anteriormente ha conllevado para el año 2015 obtener una baja rentabilidad por las constantes devoluciones de los productos para su reelaboración y emisiones de notas de crédito por la devolución definitiva de los calzados.

El objetivo fundamental de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C., es obtener beneficio económico y financiero, pero siempre considerando mantener un nivel de calidad, el cual está siendo un punto débil en la empresa y esta última es un punto de suma importancia para no perder la confianza y fidelidad de los clientes. Mencionada esta realidad problemática considero necesario poder contribuir de manera acertada, correcta y elaborada, empleando estrategias como son la innovación, diferenciación, bajo costo, eficiencia y eficacia al desarrollar el producto. La mejora en la gestión de calidad de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C., ayudara a incrementar su nivel de ventas y reducir costos, ambos factores son importantes y contribuyen a obtener una mayor rentabilidad, además de que se puede reducir los precios de venta y consolidar eso que es tan importante en los mercados de hoy día, la reputación e imagen de productos y servicios de calidad. Las organizaciones que se proyectan incrementar la calidad de sus productos, son 3 a 5 veces más productivas y competitivas que las que no han desarrollado este punto en su organización, esto muestra la gran importancia de cuidar e invertir en el nivel de calidad de los productos y servicios. La gestión de calidad ejerce un gran efecto sobre las organizaciones, desde el proveedor hasta el consumidor final, sin embargo, lo bueno es conocer los cambios constantes y estar a la vanguardia de estas interacciones para tener la capacidad de mejorar las estrategias y estructuras y conseguir obtener un nivel alto o muy alto de calidad.

La presente investigación tiene como propósito determinar la relación que existe entre la calidad y rentabilidad de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C. del Distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015. Adquiriendo posibles soluciones que permita a la empresa fortalecerse a fin de lograr los beneficios deseados (rentabilidad, satisfacción de los clientes, mantenerse vigente en el mercado).

1.2. Trabajos previos

El presente estudio se realizó bajo la búsqueda de información e investigaciones en libros, páginas web, tesis, etc., en lo cual no se encontró investigaciones con el mismo tema al que se viene estudiando y desarrollando.

Encontrándose las siguientes investigaciones con temas relacionados:

Andrade (2011). Tesis titulada: *“La producción y rentabilidad de la empresa de construcciones y hormigones ECOHORMIGONES Cía Ltda., en el año 2011”*, desarrollado en la Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Contabilidad y Finanzas-Ecuador, para obtener el título del economista, tuvo como objetivo general estudiar qué impacto tiene la producción en la rentabilidad de la empresa de construcciones y hormigones “ECOHORMIGONES” Cía. Ltda. (p.10).

La población con la que se desarrolla el trabajo consta de cincuenta y cinco personas que son el total de elementos a investigar y la muestra consta de cuarenta y ocho personas entre personal administrativo y personal de producción. (Andrade, 2011, p. 43).

Concluye: La producción, el incremento de la rentabilidad y el desarrollo de la empresa se está siendo afectada debido a las fallas en el control del uso de los recursos (material) por parte de la persona encargada, así como el exceso de producción que finalmente origina desechos y desperdicios de este, mostrando así la ineficiencia en el manejo del material al momento de la producción, mano de obra, materia prima. Tecnología, maquinaria. Debiendo mejorar los factores ya mencionados ya que son de suma importancia para cuidar la imagen e integridad de la empresa. (Andrade, 2011, p.72).

Lascurain (2012). Tesis titulada: *“Diagnostico y propuesta de mejora de calidad en el servicio de una empresa de unidades de energía eléctrica ininterrumpida”*, desarrollado en la Universidad Iberoamericana-México, para optar el título de Ingeniera de calidad, tuvo como objetivo general, diagnosticar los principales factores que tienen influencia sobre la calidad del servicio de la empresa, para establecer una propuesta de mejora viable que incremente la satisfacción y lealtad de los clientes. (p.6).

La población que es objeto de investigación estará formada por los clientes de la empresa, del producto unidades de energía ininterrumpida, que se encuentra en diferentes partes de la República Mexicana. Dada la naturaleza cualitativa de la investigación y el tipo de resultados que busca obtener, el tipo de muestra que se utilizara será no probabilística, o también llamada dirigida. Sera una maestra homogénea combinada con una muestra casos-tipo, en donde las unidades a seleccionar poseerán un mismo perfil, es decir serán parte del grupo de los clientes de la empresa. (Lascurain, 2012, p.7).

Concluye: Empleados sin la adecuada capacitación y sin un perfil enfocado en procesos, no estará alineado con los objetivos de la empresa y no se lograran resultados favorables para ambas partes. Es de suma importancia que cada empleado conozca a detalle sus funciones y entienda sus actividades a desarrollar y estén aptos para resolver cualquier problema presentado, también mostrar eficiencia y eficacia al desenvolverse en la empresa. (Lascurain, 2012, p. 83).

Pérez (2014). Tesis titulada: “*La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa restaurante campestre S.A.C*”, Chiclayo, para optar el título de contador público, tuvo como objetivo general mejorar la calidad del servicio al cliente implementando una adecuada adquisición de los insumos, reestructurando su infraestructura y brindando un correcto servicio; con ello se demuestra que la influencia de la calidad trae consigo un incremento monetario en los resultados económicos y financieros de la empresa. (p.14 -26).

La población en estudio estuvo constituida por 1390 usuarios que acuden al Restaurante Campestre ubicado en la ciudad de Chiclayo. La muestra en estudio estuvo conformada por 228 usuarios que acuden al restaurante campestre de la ciudad de Chiclayo. Para la selección de la muestra de utilizó la técnica del muestreo aleatorio simple. (Pérez, 2014, p. 44).

Concluye: La evaluación económica con respecto a la liquidez general que se realizó en la empresa no es suficiente para que continúe con sus operaciones diarias, la aplicación y evaluación de los ratios indica que la empresa está aprovechando todo sus recursos para incrementar su liquidez y mejorar la situación ya que no hay rentabilidad apropiada por ende la empresa es considerada ineficiente, se encuentra por debajo del sector y no ha generado los ingresos que fueron proyectados. (Pérez, 2014, p. 103).

Sánchez (2013). Tesis titulada: “*Impacto fiscal tributario y sus efectos en la rentabilidad y liquidez para la empresa constructora ABC, Lambayeque*”, desarrollado en la Universidad Católica Santos Toribio de Mogrovejo, en la escuela de contabilidad-

Chiclayo, para optar el título de contador público, tuvo como objetivo de explicar los diferentes aspectos de gastos reparables durante el periodo 2013; además de medir sus efectos de rentabilidad y liquidez de la empresa constructora ABC, y mostrar cómo afecta la determinación de las rentas netas empresariales, originando ello una desatención a su capacidad contributiva, ocasionando un perjuicio económico en la empresa. (p. 42).

Se tomó como población o universo de estudio a todas las transacciones realizadas por la empresa constructora ABC las cuentas 60, 63 y 65 durante el periodo 2013. La muestra está conformada por el análisis de las cuentas de gasto y/o costo durante el periodo. (Sánchez, 2013, p. 48).

Concluye: Los gastos no sustentados con comprobantes de pago, son considerados como gastos no deducibles y fueron incluidos como gastos dentro de la contabilidad de la empresa, estos tendrán que ser reparado, porque la SUNAT, la cual esta empresa tuvo que reparar un total de 317,522 nuevos soles como gastos no deducibles, lo que afecta a la rentabilidad de la empresa. (Sánchez, 2013, p. 90).

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Variable 1: Calidad

Sosa (2015). La calidad es una condición que generalmente se le asigna a los productos, a los que finalmente terminan considerándose de mal o buena calidad. Así mismo se enfoca a la calidad como; calidad de educación, calidad de vida y calidad, entre otras. La calidad no es una característica de los servicios ni mucho menos un atributo de los productos, sino en forma innata de ser de las personas. Los empleados con calidad producen artículos y de calidad y ofrecen servicios de calidad; es así que las empresas deberían contar con empleados de calidad (p. 7).

Este enfoque ha llevado a categorías de modelo de vida y es por ello que las empresas han optado por tomar un modelo de administración. Catalogar a la calidad como un modelo de administración ocasiono que varios estudiosos de la calidad la denominen como calidad integral, calidad total o nombres relacionados. Todas las cosas que queramos lograr en la organización deben alcanzarse mediante el desarrollo de todos los procesos con calidad. Trabajando con calidad lograremos los objetivos y las metas de la organización. La gestión de calidad consiste en lograr buenos resultados habiendo coordinado eficientemente los recursos de la empresa; es así que la calidad es poder lograr los resultados a través de un trabajo de óptimo y eficiente realizado por todo los que forman parte de la empresa. (Sosa, 2015, p.12-15).

Principales modelos de calidad

Según Udaondo (2012). Los principales modelos de calidad, que han tenido éxito en sus países de origen y son usados a nivel mundial son los siguientes:

El modelo de W. Edwards Deming

W. Edwards Deming es conocido como el padre de la calidad en Japón, gracias a los logros que se obtuvieron con sus enseñanzas en estadísticas para la productividad. Aunque Deming nunca trabajó propiamente en el campo de la calidad, hizo importantes contribuciones a través del análisis estadístico. Como experto en estadística, durante su vida Deming tuvo como misión “buscar siempre el mejoramiento”. En vista de que los métodos estadísticos no se difundían con la rapidez que él esperaba, reflexionó en las causas de dicho fracaso y sobre cómo evitarlo en el futuro; y gradualmente llegó a la conclusión de que se necesitaba una filosofía básica sobre administración que fuera compatible con la estadística. Deming creó su modelo de calidad basado en el establecimiento de los que fueron bautizados como los 14 pasos; aunque al principio eran 10, lo fue enriqueciendo al encontrarse con problemas, sobre todo en Occidente. (Udaondo, 2012, p. 24).

Los 14 pasos son los siguientes:

A. Crear constancia en el propósito de mejorar el producto y el servicio: No hacer intentos aislados, tener un firme convencimiento de llevar a cabo todo el proceso de transformación e invertir lo que sea necesario hasta lograrlo, principalmente tiempo y esfuerzo. B. Adoptar la nueva filosofía: Llegar a concebir al trabajo como una forma de autorrealización, donde los errores y el negativismo no tengan cabida. C. Dejar de depender de la inspección masiva: Eliminar la necesidad de la inspección en masa, incorporando el mejoramiento del proceso. D. Acabar con la práctica de adjudicar contratos basándose solamente en el precio: procurar tener un solo proveedor para cada uno de los artículos con una relación de confianza y honestidad. (Udaondo, 2012, p. 26).

E. Mejorar continuamente y por siempre el sistema de producción y servicio: La mejora no se logra de buenas a primeras; la gerencia está obligada a poner el ejemplo y los recursos necesarios para lograrlo, con un plan que contemple los tiempos y las necesidades. F. Instituir la capacitación en el trabajo: Los trabajadores aprenden de otros trabajadores que tampoco han sido entrenados debidamente, y luego son castigados y despedidos por cometer errores. G. Instituir el liderazgo: el verdadero papel de cualquier supervisor no es ordenar y castigar, sino orientar y reconocer lo bien hecho. H. Desterrar el temor: Muchos empleados tienen miedo de hablar o preguntar, piensan que serán castigados o despedidos,

aun cuando no entienden bien su trabajo. I. Derribar las barreras que hay entre las áreas de apoyo: El personal de los diferentes departamentos debe trabajar en equipo para tener verdaderos resultados. (Udaondo, 2012, p. 26).

J. Eliminar el eslogan, las exhortaciones y las metas para la fuerza laboral: Estos nunca han logrado resultados si no se establecen los caminos prácticos y objetivos para que la gente alcance las exhortaciones. Las causas de no lograr calidad y productividad están en el sistema. K. Eliminar las cuotas numéricas: Si no se establecen las condiciones de calidad con que deben ser logradas. L. Eliminar las barreras que impiden el sentimiento de orgullo por hacer un buen trabajo: La gente está ansiosa por hacer un buen trabajo y se siente angustiada cuando no puede hacerlo, y con frecuencia es por causas inherentes al sistema o a la supervisión. M. Establecer un vigoroso programa de educación y entrenamiento: Todos deben ser educados y entrenados tanto en el trabajo en equipo como en los métodos estadísticos. N. Tomar medida para lograr la transformación: Se requerirá un equipo de altos ejecutivos con un plan de acción para llevar a cabo que busca la calidad. (Udaondo, 2012, p. 26).

El modelo de Joseph Juran

Juran define a la calidad como: “educación al uso” Esta definición proporciona una etiqueta breve y comprensible. La contribución más importante de Juran a la calidad se refleja en las aportaciones que se describen a continuación. (Sosa, 2015, p.28).

Planificación de la calidad

Para Juran, planificar para la calidad es simplemente planificar para el cliente; recomienda los siguientes pasos para lograrlo: Determinar quiénes son los clientes, determinar sus necesidades, desarrollar las características del producto que respondan a las necesidades de los clientes, desarrollar los procesos que sean capaces de producir aquellas características del producto y transferir los planes resultantes a las fuerzas operativas. (Sosa, 2015, p. 30).

Control de calidad

Incluye los siguientes pasos: Evaluar el comportamiento real de la calidad, comparar el comportamiento real con los objetivos de la calidad y actuar sobre las diferencias. (Sosa, 2015, p.32).

Mejora de la calidad

La metodología consta de los siguientes pasos:

Establecer la infraestructura necesaria para conseguir una mejora de la calidad anualmente, identificar las necesidades concretas para mejorar los productos, establecer un equipo de personas para cada proyecto con una responsabilidad clara de llevar el proyecto a buen fin, proporcionar los recursos, la motivación y la formación necesarios para que los equipos: Diagnostiquen las causas, fomenten el establecimiento de una solución, establezcan los controles para mantener los beneficios. (Sosa, 2015, p. 33-35).

El modelo de Philip Crosby

Philip Crosby es seguramente el más popular de los tratadistas de la calidad, por si el que más ha comercializado en concepto, ya que tiene oficinas prácticamente en todo el mundo. Sin embargo, en su obra no hemos encontrado conceptos realmente innovadores, más bien un mérito, es haber traducido a un lenguaje sencillo los conceptos técnicos de los demás “gurús de la calidad”. (Sosa, 2015, p. 37).

Cuatro fundamentos de Crosby

Primero: Calidad significa cumplir con los requisitos, no excelencia; **Segundo:** La prevención es lo que da origen a la calidad, no la corrección; **Tercero:** cero defectos es el estándar de desempeño, no “niveles de calidad aceptable”, ni “así está bastante bien”; **Cuarto:** El costo de calidad es la medida correcta de la calidad, no las auditorías operacionales ni los índices estadísticos. (Sosa, 2015, p. 37).

1.3.1.1. Dimensión 1: Calidad total y mejora continua

Según Sosa (2015). Estos dos conceptos han hecho evolucionar a todas las organizaciones que han emprendido el proceso de implementación en su administración y los han convertido en una nueva forma de ser y realizar las actividades. (p. 48).

Calidad total

Según Amat (2012). Es ofrecer productos y servicios con cero defectos y lograr la satisfacción total de todos los clientes. Se requieren 2 enfoques para lograr la calidad total. El primero se deriva de las aseveraciones de los grandes tratadistas de la administración y la calidad: Drucker: Los cuellos de botella en las organizaciones están al igual que en las botellas: arriba, Deming: 85% de los problemas en las organizaciones se deben a la administración, y solo el 15% a la operación, Juran: Los problemas siempre surgen uno o dos niveles debajo de donde se manifiestan. Dicho popular: “las escaleras se barren de arriba para abajo”, Japón: La plantas crecen de abajo hacia arriba y México: Detectar a los agentes

de cambio y con ellos hacer el cambio, no importa en qué nivel se encuentren, funciona, pero requiere el apoyo de la dirección. (p.50).

Por lo tanto, el primer enfoque se basa en las acciones de la gestión, por lo cual se denomina enfoque directivo de la calidad total, que consiste en realizar un diagnóstico de los problemas, necesidades y obstáculos que impiden a la organización llegar a la calidad total, y estructurar los proyectos necesarios para resolver dichas situaciones. Una vez estructurados los proyectos a partir del diagnóstico, es probable que se logre la calidad total. El segundo enfoque enfatiza que la calidad total se logra mediante la participación eficiente del personal en una continua búsqueda de solución de los problemas de su trabajo, para lo cual deberán formar equipos de trabajo efectivos, y aplicar una metodología estadística de detección, análisis y solución de problemas. Sin embargo, la condición para que funcione es que el primer equipo de trabajo efectivo se encuentre en la cúspide de la organización, es decir, que este formado por el grupo gerencial. Esta forma de lograr la calidad total se conoce como el enfoque operativo. (Amat, 2012, p.52-54).

Cuando se refiere a calidad total, se comprende que la satisfacción de los clientes se obtiene bajo 3 niveles:

Satisfacción de sus necesidades:

Según Sosa (2015). Se concreta en el cumplimiento de cuatro requisitos que todo producto y servicio debe cubrir para ser de calidad: Que sirva para el fin al que se destina; todo producto y servicio tiene un uso que cumplir, cuando lo hace plenamente, cumple con el primer requisito; aquí se incluye todas las características del producto o servicio. Que se dé en el momento y en el lugar en que se necesita; de nada sirve un producto o servicio extemporáneo. Nada es más molesto para los clientes que obtener un producto o servicio después del tiempo o el lugar en que ha sido solicitado. Incurrir siempre en el costo justo en nuestro trabajo; el costo justo es hacerlo siempre bien a la primera vez, sin volver a hacerlo, sin reclamaciones ni correcciones posteriores. Que el producto dure el tiempo especificado en su diseño; no producir artículos que fallen y evitar así, las reclamaciones. En cuanto a los servicios, además de cumplir los tres puntos anteriores, debe ofrecer siempre un servicio de calidad, aunque las circunstancias no lo permitan. (p. 55).

Satisfacción de expectativas:

Según Sosa (2015). Cubrir con las expectativas de los clientes dependerá de que las conozcamos. Es muy importante investigar lo que realmente les interesa a los clientes y no darlo por hecho. Las expectativas de los clientes van en dirección de: Atención, cordialidad,

buen trato, amabilidad, orden y limpieza en el lugar, comodidad para adquirir el bien o servicio y sentirse importante al ser atendido. (p. 57).

Superación de sus expectativas:

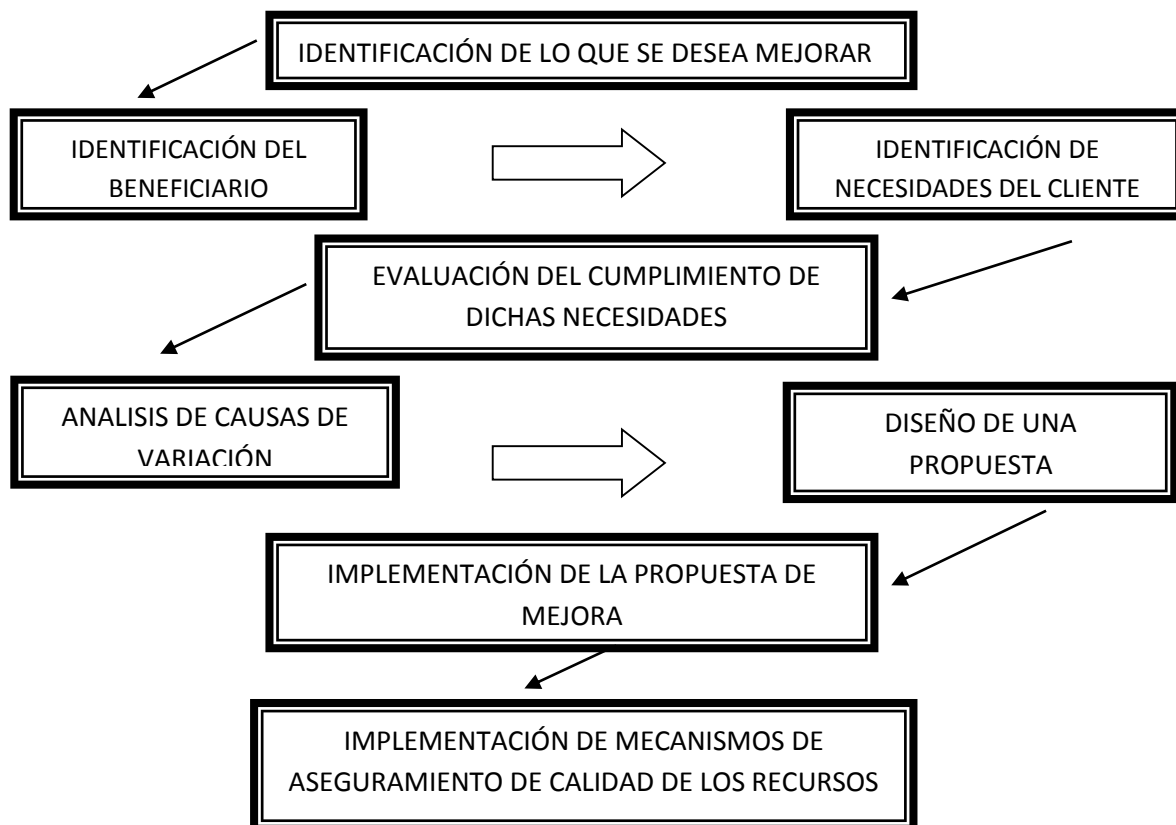
La superación de expectativas está basada en la creatividad del personal y el conocimiento de los clientes. En este aspecto es importante tener cuidado al definir lo que haremos para superar las expectativas de los clientes, porque con frecuencia molestamos más de lo que agradamos. Es esencial analizar a conciencia lo que implementemos para agradar a los clientes; el reto es ofrecer algo que el cliente no espere recibir por lo que paga, pero que le agrade, para ello hay una fórmula: Satisfacer las necesidades produce clientes satisfechos, satisfacer expectativas produce clientes muy satisfechos y superar expectativas produce clientes totalmente satisfechos. (Sosa, 2015, p. 59).

Mejora continua

Según Sosa (2015). El concepto de mejora continua se refiere que nada puede considerarse como algo terminado, mejorado en forma definitiva. Estamos siempre en un proceso de cambio, de desarrollo y con posibilidades de mejorar. La vida no es algo estático, sino más bien un proceso dinámico en constante evolución, como parte de la naturaleza del universo. El esfuerzo de mejora continua, es un ciclo interrumpido, a través de la cual identificamos un área de mejora continua, planeamos como realizarla, la implementación, verificamos los resultados y actuamos de acuerdo a ello, ya sea para corregir desviaciones o para proponer otra meta más retadora. Este ciclo permite la renovación, el desarrollo, el progreso y la posibilidad de responder a las necesidades cambiantes de nuestro entorno, para dar un mejor servicio o producto de calidad a nuestros clientes o usuarios. La mejora continua se logra primero determinando una visión de lo que será la organización en un tiempo determinado, generalmente cinco años. Una vez que se tiene la visión anticipada de la empresa, se procede a estructurar la mejora para alcanzarla. Trabajar en estos proyectos es efectuar la mejora continua de forma planeada y dirigir a la organización hacia donde se haya decidido. (Sosa, 2015, p. 66).

La mejora continua también se logra a través de la participación del personal, es decir, e enfoque operativo. Se desarrolla por medio del trabajo en equipo y círculos de calidad, abordando “proyecto por proyecto”, con el uso de la metodología de análisis y solución de problemas, pero adaptándola al análisis de cada proyecto. (Sosa, 2015, p. 67).

Modelo para seguir un proceso de mejora continua:

Figura 1*Modelo De Mejora Continua*

FUENTE: Aguilar, J. (2011). La Mejora Continua. Network de Psicología Organizacional. México: Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C.

1.3.1.2. Dimensión 2: Gestión de calidad

Según Ishikawa (2014). La gestión de calidad es el conjunto de caminos mediante los cuales se consigue la calidad; incorporándolo por tanto al proceso de gestión, que es como traducimos el término inglés "management", que alude a dirección, gobierno y coordinación de diversas actividades. (p. 69).

Una posible definición sería el modo en que la dirección planifica el futuro, implanta los programas y controla los resultados de la función calidad con vistas a su mejora constante. Mediante la gestión de calidad, la gerencia participa en la definición, garantía y análisis de los productos y servicios ofertados por la empresa, haciendo que se realicen los siguientes tipos de actuaciones: Definir los objetivos de calidad, aunando para ello los intereses de la empresa con las necesidades de los clientes, conseguir que los productos o

servicios estén conformes con dichos objetivos, facilitando todos los medios necesarios para lograrlo, evaluar y vigilar que se alcanza la calidad deseada y mejorarla continuamente, convirtiendo los objetivos y la consecución de la calidad en un proceso dinámico que evoluciona de modo permanente, de acuerdo con las exigencias del mercado. (Ishikawa, 2014, p. 72).

Fundamentos de la gestión de calidad

Su objetivo es el mismo de la empresa: ser competitivos y mejorar continuamente, pretende ayudar a satisfacer las necesidades del cliente, los recursos humanos son su elemento más importante, es preciso el trabajo en equipo para conseguirla, la comunicación, la información y la participación a todos los niveles son elementos imprescindibles, implica fijar objetivos de mejora permanente y realización de un seguimiento periódico de resultados, se busca la disminución de costos mediante la prevención de anomalías y forma parte de la gestión de la empresa, cuya política de actuación constituye un objetivo estratégico fundamental. (Ishikawa, 2014, p. 73).

La obtención de la calidad puede darse en tres tipos, en función de su origen:

Figura 2

Fundamentación De La Calidad



Calidad realizada: La que es capaz de obtener la persona que realiza un trabajo. El ejemplo ms típico es el artesano que trabaja sin especificaciones, pero se refiere también al grado de cumplimiento de la especificación que el responsable de un trabajo es capaz de conseguir. (Sosa, 2015, p. 74).

Calidad programada: La que se ha pretendido obtener es la que aparece descrita en un documento de diseño, en una especificación o en un plano constructivo, la que al responsable de ejecutar el trabajo se le ha encomendado conseguir. (Sosa, 2015, p. 75).

Calidad necesaria: La que el cliente exige con mayor o menor grado de concreción o, al menos, la que él le gustaría decir. La gestión de calidad pretenderá conseguir que estos tres círculos sean concéntricos y que coincidan entre sí. Todo lo que este fuera de dicha coincidencia será motivo de derroche, de gasto superfluo o de insatisfacción. (Sosa, 2015, p. 76).

Diferencias con respecto al antiguo concepto de calidad

Principales diferencias entre el concepto de calidad que podemos llamar clásico, por ser el que se había venido considerando tradicionalmente hasta ahora, y la idea de la gestión de calidad.

Cuadro 1

Conceptos de calidad

Fuente: Sosa (2015). Administración por calidad: Un modelo de calidad total para las empresas.

Aspecto de la Calidad	Según el concepto clásico	Según la Gestión de Calidad
OBJETO	Afecta a productos y servicios	Afecta a todas las actividades de la empresa
ALCANCE	Actividades de control	Gestión y asesoramiento, además de control
MODO DE APLICACIÓN	Impuesta por la Dirección	Por convencimiento y participativa
METODOLOGÍA	Detectar y corregir	Prevenir
RESPONSABILIDAD	Del departamento de calidad	Compromiso de cada miembro de la empresa
CLIENTES	Ajenos a la empresa	Internos y externos

México: Limusa S.A.

Ventajas de Implantar el modelo de Gestión de Calidad

Ayuda a mejorar continuamente la productividad y la competitividad, su fundamento es hacer las cosas bien a la primera, consiste en dar al cliente lo que desea, está basada en el

sentido común, no supone hacer más que lo necesario, todos los niveles de la empresa están involucrados, asegura el espíritu de equipo y el corporativismo y su aplicación es altamente motivante. (Sosa, 2015, p. 76).

Las ventajas más importantes a obtener de su aplicación tienen su raíz en el aspecto humano de la gestión y están relacionadas con todo lo que implica de mentalización, dinamización de las estructuras, satisfacción del personal, coherencia, educación (más que formación). Otras ventajas no menos serias serán la de tipo económico, al reducir el despilfarro originado por modificaciones de diseño, rectificaciones, etc., consiguiendo de este modo aumentar la productividad, la competitividad y la eficacia. (Sosa, 2015, p. 77).

Aseguramiento de calidad

Según Pérez (2011). Asegurar la calidad de los productos y servicios que se ofrecen es indispensable para permanecer como empresa. La calidad ha pasado de una estrategia de competitividad a una estrategia de permanencia que si no se tiene no se puede aspirar a permanecer, pero i se tiene, es necesario asegurarse de crear estrategias propias de competitividad, es decir, pensar en nuevos productos y servicios y tener más oportunidad. (p. 78).

La necesidad de asegurar la calidad surgió con el mismo desarrollo del negocio, cada empresa o cada sector ha buscado la forma de hacerlo. Empezaron haciendo énfasis en la inspección y desarrollaron sistemas de inspección completos y con cierto grado de efectividad, porque nunca evitaron que llegaran partes defectuosas a los clientes, que era su principal objetivo. Para lograr asegurar la calidad en la empresa deben contar con cinco elementos básicos para la producción: La materias primas, la maquinaria y equipos utilizados, las herramientas que aplican, la información técnica y administrativa necesaria y Operadores competentes y motivados. (Pérez, 2011, p. 79).

La norma ISO-9001:2000

Según Laison, Fach y Boyer (2013). En 1987 apareció por primera vez las normas, su creación se originó después de la segunda guerra mundial, cuando la calidad empezó a tomar mayor importancia en el mundo, fue entonces cuando diversas organización comenzaron a implementarla, interpretando tal termino de manera diferente, por tal motivo con el fin de regular estos sucesos, se creó un organismo especializado en normatividad llamado ISO, Termino científico, se define como International Organization for Standarization (Organización Internacional para la Estandarización), creada con esta palabra en Londres en 1946, con integrantes de los organismos d normas nacionales de diversos países, que

desarrollaron una serie de normas de calidad escritas con conceptos y principios mundialmente aceptados. (p. 83).

De aquella forma nacen las normas serie ISO 9000, con el fin de homogenizar lenguajes y bases técnicas a nivel mundial, en los diferentes enfoques de sistemas de calidad existentes en diversos países. ISO 9000 establece disciplina en la organización, con el fin de que esta documente lo que hace y haga lo que documente. Las normas, reflejan el juicio de expertos de todo el mundo para crear un sistema de administración de la calidad, tienen como objetivo principal, mejorar continuamente los productos o servicios acorde con los requisitos del cliente, mejorar la calidad en las operaciones o procesos, dar confianza a la administración interna, y clientes del cumplimiento de los requisitos del sistema de calidad, y de manera general garantizar que se cumplen con los requisitos del sistema de calidad, permitiéndole así a la organización efectuar transacciones en el mundo, con menor riesgo y mayor confianza. (Laison, Fach & Boyer, 2013, p. 85).

Esta serie de normas pueden aplicarse a cualquier industria: producto o servicio, y consta de requisitos y directrices para establecer sistemas de calidad dentro de una organización. La norma ISO-9000 busca generar en las organizaciones cambios orientados a mejorar la calidad de todas las acciones y actividades que desarrollan. Este cambio está basado en los siguientes conceptos básicos detectados como indispensables: Las necesidades del cliente son críticas y se deben satisfacer invariablemente si se quiere permanecer en el mercado, todo puede mejorar con la participación de los que forman la empresa, la calidad es tarea de todos, es esencial asegurar la calidad de nuestro trabajo para asegurar la fuente de trabajo, la persona que hace el trabajo es la que mejor lo conoce, pues lo realiza todo los días y durante todo el turno de trabajo; son los operarios los más valiosos para el cumplimiento de la norma ISO-9000, las personas merecen respeto. (Laison, Fach & Boyer, 2013, p. 89).

No son recursos para la producción ni "mano de obra", sino seres humanos íntegros y como tales deben ser comprendidas y tratadas, el trabajo en equipo da resultado. El trabajo individual ya no debe fomentarse ni premiarse, ahora solo con el trabajo en equipo podremos lograr los resultados que esperamos y la satisfacción de los clientes, la participación desarrolla compromiso. Quien no participa no se compromete; ya no es suficiente con obedecer, es necesario comprometerse con los objetivos y resultados de nuestro trabajo y dar apoyo lleva al éxito. Hay un principio que reza: "Hasta las águilas necesitan un impulso". Todos necesitamos el apoyo de los compañeros, jefes y colaboradores. Para que la norma

ISO-9000 funciones, es preciso implantarla en un ambiente de calidad total, propicio para que se dé todos estos principios. Más de 120 países la han adoptado. (Laison, Fach & Boyer, 2013, p. 92).

Implantación de la norma ISO-9000

Primero: Diseñar el sistema de acuerdo con las características de la empresa y las necesidades y expectativas de sus clientes; debe decidirse cuáles son los requerimientos de la norma que se deben cubrir. **Segundo:** Documentar todo el sistema, escribir el manual de calidad, plan de calidad y los procedimientos e instrucciones de trabajo, recordando que solo se escribe lo que se hace, y se hace lo que se escribe, todo orientado a lograr la satisfacción de los clientes. **Tercero:** Implantar el sistema. Una vez que todo está documentado, debe implantarse en todo el proceso productivo y de inspección y pruebas; esto es asegurarse de que todos estén observando lo que dicen los documentos que se elaboraron; de otra manera todo quedara solamente en escritos y papeles. **Cuarto:** Dar seguimiento al sistema. Asegurarse de que se sigue todo lo que se implanta, es decir, de que todos estén haciendo su trabajo, de otra manera nunca se conseguirá la certificación.

Dar seguimiento es responsabilidad de cada uno de los que forman la empresa; significa asegurarse de que están realizando todos los procedimientos como están documentados, de que siguen los planes de calidad y de que, en general, todos los documentos se observan cómo están escritos. **Quinto:** Certificación de la norma. Una vez implantada, se puede solicitar su certificación, es decir, un organismo autorizado da un certificado avalando que se están cumpliendo los requisitos de la norma; solo así se puede lograr que los clientes crean que se está trabajando con calidad de acuerdo con todos los requisitos de la ISO 9000. (Laison, Fach & Boyer, 2013, p. 95-100).

Principios de la norma ISO 9000

Según Sosa (2015). La norma ISO 9000 año 2000 se basa en ocho principios que conviene comentar brevemente:

Enfoque al cliente

El cliente es el principal motivo de la creación de esta norma, por lo tanto, las empresas dependen de sus clientes y deben comprender sus necesidades actuales y futuras. Satisfacer y exceder sus expectativas, es algo que el cliente no espera recibir por lo que paga. (Sosa, 2015, p. 95-101).

Liderazgo

Los jefes deben ser verdaderos líderes para que el personal se involucre y se comprometa con los objetivos de calidad de la empresa. (Sosa, 2015, p. 95-101).

Participación del personal

El personal de la empresa es lo más importante para lograr los resultados de la calidad y, por consiguiente, para alcanzar la certificación de la norma ISO-9000, por lo cual es preciso lograr su participación ordenada y madura. (Sosa, 2015, p. 95-101).

Enfoque basado en procesos

El enfoque que recomienda la norma es una organización por procesos, con responsables para lograr los objetivos de los procesos y no solo de los puestos. Esto crea un verdadero sentido de trabajo en equipo; el secreto es que el personal se concientice que es importante para lograr los objetivos de calidad de los productos y servicios que ofrece la empresa. (Sosa, 2015, p. 95-103).

Enfoque de sistema para la gestión

La norma sugiere que se entienda al sistema de calidad como un todo, en el cual si se comete un error o se realiza mal un trabajo, afecta a todos; es como cuando un órgano del cuerpo se enferma y afecta el funcionamiento de todo el organismo. (Sosa, 2015, p. 95-103).

Mejora continua

Recomienda que todos piensen en mejorar, que no sigan trabajando como siempre, sino que piensen en cómo hacerlo más fácil, más sencillo, con menos esfuerzo, con menos recursos y con mayor satisfacción del cliente. (Sosa, 2015, p. 95-105).

Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones

No tomar decisiones con base en conjeturas o adivinanzas, sino en hechos y datos que emanen de los procesos, es decir, que se acostumbren a tomar datos, como número de errores, causas, frecuencia en que ocurren, etc., y luego analizarlos para tomar las mejores decisiones; esto significa utilizar herramientas estadísticas sencillas. (Sosa, 2015, p. 95-105).

Relaciones mutuamente benéficas con el proveedor

Este principio recomienda tener buenas relaciones con todos los proveedores, pues del contrario habrá problemas en el suministro de materiales y la empresa no podrá producir con calidad; en cambio, si se tienen buenas relaciones todos salen ganando. (Sosa, 2015, p. 115).

1.3.1.3. Dimensión 3: Las 7 Herramientas básicas de Ishikawa

Según Tari (2012). Las siete herramientas de la calidad por Ishikawa, quien las recopiló para dotar a los operarios japoneses y ser armas apropiadas para luchar contra los problemas que afectan a la calidad de las empresas.

Diagrama de flujo

Existen muchas técnicas para realizar diagramas de flujo. Se recomienda diagramas lo más simples y con una paleta de símbolos reducida, lo que facilita su interpretación por los menos iniciados. En caso de que la empresa no esté estandarizada la modalidad de diagramas de flujo a emplear, se debe acordarse por el grupo de mejora. En el proceso de resolución de problemas se emplean básicamente tres tipos de diagramas: Diagrama de alto nivel: Sirven para centrar el proceso en su contexto; Diagrama de despliegue: Sirven refinar responsabilidades, definiendo las entradas y salidas de cada uno de los pasos del proceso; Diagramas básicos: Sirven para describir con todo detalle una actividad. Puede utilizarse para determinar posibilidades de error, describir pautas de actuación, etc. (Tari, 2012, p. 12).

Diagrama de causa - efecto

Se utiliza para relacionar los efectos con las causas que lo producen. Por su carácter visual, es útil en las tormentas de ideas realizadas por grupos de trabajo y círculos de calidad. El funcionamiento es el siguiente, según los participantes van aportando ideas sobre las causas que pueden producir los efectos se van registrando en el diagrama. Cuando han terminado las aportaciones se reordenan las causas de forma jerárquica y se eliminan las repetidas. A continuación se puede plantear un plan de recogida de datos para contrastar estas hipótesis. (Tari, 2012, p. 13).

Lista de verificación o check lists

Una lista de verificación bien diseñada es una herramienta fantástica para evitar olvidos y asegurarse que las cosas se hacen de acuerdo con el procedimiento rutinario establecido. Una variante es el diseño de formularios adecuados que faciliten la recogida de los datos que se analizarán posteriormente. (Tari, 2012, p. 15).

Histograma

El histograma es muy útil porque permite visualizar una tabla de datos mostrando el aspecto de su distribución en forma de barras. Puede presentarse colocando en ordenadas las frecuencias absolutas o frecuencias relativas. La ordenada puede ser una variable discreta, continua y discretizada. (Tari, 2012, p. 16).

Diagrama de Pareto

El principio de Pareto se enuncia diciendo que el 80% de los problemas están producidos por un 20 % de las causas. Entonces lo lógico es concentrar los esfuerzos en localizar y eliminar esas pocas causas que producen la mayor parte de los problemas. El

diagrama de Pareto no es más que un histograma en el que se han ordenado cada una de las clases o elementos por orden de mayor a menor frecuencia de aparición. A veces sobre este diagrama se superpone un diagrama de frecuencias acumuladas. (Tari, 2012, p. 17).

Diagrama de dispersión

Un diagrama de dispersión consiste simplemente en representar pares de valores para visualizar la correlación que existe entre ambos. Naturalmente estos datos podrán ser objeto de análisis estadístico por procedimiento más sofisticado, pero muy frecuentemente esta imagen visual suele ser suficiente para orientar el problema. (Tari, 2012, p. 19).

Gráficos de control

Los gráficos de control nacieron en los laboratorios de la AT&T en los años 20. Se utilizaron en la industria para el control de procesos de fabricación durante la Segunda Guerra Mundial y fueron una de las causas del éxito norteamericano. Permite observar la evolución de este proceso en el tiempo y compararlo con unos límites de variación fijados de antemano que se usan como base para la toma de decisiones. (Tari, 2012, p. 20).

1.3.2. Variable 2: Rentabilidad

Según, Sánchez (2013). La rentabilidad mide la eficiencia con la cual una empresa utiliza sus recursos financieros. Es decir que una empresa eficiente no desperdicia recursos, cada entidad usa recursos financieros para obtener un beneficio. Dichos beneficios son el capital (que es aportado por los accionistas) y la deuda (que es aportada por los acreedores). A estos se adicionan las reservas: los beneficios que ha retenido la empresa en ejercicios anteriores con la finalidad de autofinanciarse (las reservas con el capital, constituyen los Fondos propios). (p. 11).

Los índices de rentabilidad sirven para medir los resultados de la toma de decisiones de gerencia en la administración de los recursos. Dicho índice de rentabilidad no se pueden analizar de manera independiente, sino relacionar con la eficiencia de la rotación de los activos para saber que factor está contribuyendo a la rentabilidad final. Mide la capacidad de generación de utilidad de la empresa, teniendo como objetivo apreciar el resultado neto obtenido a raíz de ciertas decisiones y políticas en la administración de los fondos de la empresa. La rentabilidad evalúa los resultados económicos de la actividad empresarial, expresa el rendimiento de la empresa en relación a sus ventas, activos o capital. Es de mucha importancia conocer estas cifras, ya que la empresa requiere producir utilidad para poder existir en el mercado. Se relaciona directamente con la capacidad de generar fondos en operaciones de corto plazo. Los indicadores negativos expresan la etapa de desacumulación

que la empresa está atravesando y que afectara toda su estructura al exigir mayores costos financieros o un mayor esfuerzo de los empresarios, para mantener su negocio. (Sánchez, 2013, p. 13).

Para la obtención de utilidades se debe movilizar recursos necesarios para generar este beneficio. Estos recursos reciben el nombre de inversión. Si se quiere medir la eficiencia monetaria de la inversión se hace necesario buscar alguna forma de efectuar esta medición y una de las formas en cómo se define la eficiencia es mediante el uso de ratios y uno de ellos es la "Rentabilidad". Rentabilidad se define por el ratio utilidad: inversión y sirve para evaluar el grado de eficiencia de los recursos invertidos en cuanto a la generación de utilidades. Este concepto tiene validez tanto espacial como temporal, lo que quiere decir que es una medida que adquiere validez cuando se compara dentro de un sector específico y para un tiempo determinado. (Sánchez, 2013, p. 16).

Importancia de la rentabilidad

Parada (2013). Toda empresa es una entidad económica y como tal se deben buscar las formas de evaluar su gestión. La facilidad de cuantificar el beneficio empresarial permite que el concepto de rentabilidad adquiera importancia como elemento que sirve de guía de actuación. La empresa como actividad económica, es lógico que se trate de evaluar la gestión económica - financiera, sin embargo es necesario señalar que además de ser la rentabilidad un objeto también es un medio para materializar otros objetivos empresariales. Además del objetivo económico de la actividad empresarial, existen otros objetivos que pueden tener igual o superior importancia que la rentabilidad en determinados periodos, como pueden ser objetivo de maximizar el crecimiento de activos; objetivos de autonomía y seguridad frente al entorno; objetivo de crecimiento y prestigio, lo que se denomina en conjunto como objetivos de búsqueda de beneficios y poder de autonomía que se da en toda organización. Finalmente la rentabilidad es un elemento medible y cuantificable que permite evaluar la gestión económica financiera de la empresa. (Parada, 2013, p. 25).

1.3.2.1. Rentabilidad financiera

La rentabilidad financiera es la medida del rendimiento que, en un determinado periodo del tiempo (ejercicio), producen las magnitudes utilizadas en el mismo, o sea, la comparación entre el beneficio generado y los recursos empleados invertidos para obtener: Ventas, recursos propios y activos. En general, cuanto más alta sea, mejor (aunque siempre hay que dimensionarla de acuerdo al riesgo que asume). La rentabilidad de una empresa es

dimensionar los beneficios con respecto a diferentes variables. Los ratios proporcionan una visión de rentabilidad de la empresa, relacionándola con diversos conceptos, así como los pesos de los distintos tipos de gasto. En análisis de la rentabilidad permite relacionar lo que se genera a través de las cuentas del estado de resultados. (Parada, 2013, p.29).

La rentabilidad sobre el Patrimonio Neto o rentabilidad financiera, también llamada **ROE (Return on Equity)**. Se define como:

$$\text{ROE} : \frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Fondos Propios}}$$

La rentabilidad financiera es un ratio muy importante, ya que mide el beneficio neto generado con relación a la inversión de los propietarios de la empresa. Sin duda alguna los propietarios de una empresa invierten en ella para obtener una rentabilidad suficiente al riesgo que asume. Por tanto este ratio permite medir la evolución del principal objetivo del inversor. A medida que el valor del ratio de rentabilidad financiera sea mayor, mejor será esta; en cualquiera de los casos, como mínimo, ha de ser positiva y superior a las expectativas de los accionistas. Dichas expectativas suelen estar representadas por el determinado "coste de oportunidad", que indica la rentabilidad que dejan de percibir los accionistas por no invertir en otras alternativas financieras de riesgo similar. También es importante comparar la rentabilidad de las inversiones con riesgo casi nulo, como la deuda pública. A pesar de que es un ratio muy utilizado, se le hacen las siguientes críticas: Está formado partiendo de beneficios, cifras bastante relativas (en el sentido que puede ser manipulable), el patrimonio neto está a menudo a precios históricos, y la rentabilidad del accionista puede venir por otras variables, como, por ejemplo, un aumento de cotización. (Sánchez, 2013, p. 35)

En esta descomposición (que se llama descomposición de Du Pont): El primer ratio es de margen, el segundo de rotación y el tercero de apalancamiento. Si se quiere aumentar la rentabilidad financiera se puede: Aumentar el margen: Elevando el precio, potenciando la venta de aquellos productos que tengan más margen y reduciendo los gastos, aumentar la rotación: Vendiendo más y reduciendo el activo y aumentar el apalancamiento: Esto significa, aunque parezca un contrasentido, que se ha de aumentar la deuda para que la división entre el activo y los recursos propios sea mayor. (Sánchez, 2013, p. 38).

1.3.2.2. Rentabilidad económica

También llamado **ROA** (Return on Assets) o rentabilidad sobre activos. Colom (2013). Lo define como una medida referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una organización con independencia de la financiación de los mismos. Es así que la rentabilidad económica es considerada como una medida de la capacidad de los activos de una empresa para generar valor, lo que permite la comparación de rentabilidad entre empresas, sin que la diferencia en las distintas estructuras financieras, puesta de manifiesto en el pago de intereses, afecte el valor de la rentabilidad. La rentabilidad económica es un indicador básico para juzgar la eficiencia en la gestión empresarial, ya que es precisamente el comportamiento de los activos, con independencia de su financiación, el que determina con carácter general que una empresa sea o no rentable en términos económicos. Además, el no tener en cuenta la manera en que han sido financiados los activos permitirá determinar si una empresa no es rentable por problemas en el desarrollo de su actividad económica o por una deficiente política de financiación. (Colom, 2013, p. 45). Se define como:

$$\text{ROA} : \quad \frac{\text{Resultado antes de intereses e impuestos}}{\text{Activo total a su estado medio}}$$

La rentabilidad económica o rendimiento es la relación entre el beneficio antes de intereses e impuestos y el activo total. El resultado antes de intereses e impuestos suele identificarse con el resultado del ejercicio prescindiendo de los gastos financieros que ocasiona la financiación ajena y del impuesto de sociedades. Al prescindir del gasto por impuesto de sociedades se pretende medir la eficiencia de los medios utilizados con independencia del tipo de impuesto, que además pueden variar según el tipo de sociedad. (Colom, 2013, p. 47).

Análisis de rentabilidad

Según Sánchez (2011). Mide la capacidad de generación de utilidad por parte de la organización. Tiene por objetivo apreciar el resultado neto obteniendo a partir de ciertas decisiones y políticas en la administración de los fondos de la empresa. Evalúan los resultados económicos de la actividad empresarial, expresan el rendimiento de la empresa en relación con sus ventas activos o capital. (p. 55).

Los indicadores de rentabilidad son muy variados, los más importantes y que estudiamos aquí son:

Rendimiento sobre el patrimonio

Según Sánchez (2011). Esta razón lo obtenemos dividiendo la utilidad neta entre el patrimonio neto de la empresa. Mide la rentabilidad de los fondos aportados por el inversionista. (p. 56).

$$\text{Rendimiento sobre el patrimonio: } \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital o Patrimonio}} = \%$$

Rendimiento sobre la inversión

Según Sánchez (2011). Lo obtenemos dividiendo la utilidad neta entre los activos totales de la empresa, para determinar la efectividad total de la administración y producir utilidades sobre los activos totales disponibles. Es una medida de la rentabilidad del negocio como proyecto independiente de los accionistas. (p. 58).

$$\text{Rendimiento sobre la inversión: } \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}} = \%$$

Utilidad activo

Según Slywotzky (2013). Este ratio expresa la utilidad adquirida por la empresa, por cada UM de ventas. Lo obtenemos dividiendo la UAII entre el monto del activo. (p. 60).

$$\text{Utilidad activo: } \frac{\text{Ut. Antes de intereses e impuestos}}{\text{Activo}} = \%$$

Utilidad

Según Slywotzky (2013). Este ratio indica la utilidad adquirida por la empresa, por cada UM de ventas. Se obtiene dividiendo la utilidad antes de intereses e impuestos entre el valor de ventas. (p. 60).

$$\text{Utilidad ventas: } \frac{\text{Ut. Antes de intereses e impuestos}}{\text{Ventas}} = \%$$

Utilidad por acción

Según Slywotzky (2013). Ratio utilizado para determinar las utilidades netas por acción común. (p. 62).

$$\text{Utilidad por acción: } \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Número de Acciones Comunes}} = \text{UM}$$

Margen bruto y neto de utilidad

Según Sánchez (2011). Este ratio relaciona las ventas menos el costo de ventas entre las ventas. Indica la cantidad que se obtiene de utilidad por cada UM de ventas, después de que la empresa ha cubierto el costo de los bienes que produce y/o vende. (p. 70).

$$\text{Margen de utilidad bruta: } \frac{\text{Ventas} - \text{Costo de Ventas}}{\text{Ventas}} = \%$$

Cuanto más grande sea el margen bruto de utilidad, mejor será, pues significa que tiene un bajo costo de las mercancías que produce y/o vende.

Margen Neto

Según Sánchez (2011). Relaciona la utilidad líquida con el nivel de las ventas netas. Mide el porcentaje de cada UM de ventas, que queda después de que todos los gastos, incluyendo los impuestos, han sido deducidos. (p. 72).

Cuanto más grande sea el margen neto de la empresa mucho mejor.

$$\text{Margen Neto de Utilidad: } \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} = \%$$

Modelo

Palacios

ar

la rentabilidad de una compañía que usa las herramientas tradicionales de gestión del desempeño. Para permitir esto, el Modelo Dupont integra los elementos de las declaraciones ingresos con los del balance. Para explicar por ejemplo, los bajos márgenes netos de venta y corregir la distorsión que esto produce, es indispensable combinar esta razón con otra y obtener así una posición más realista de la empresa. A esto ayuda el análisis Dupont. (p. 53).

Definición del Modelo DuPont

El Modelo Dupont es una de las razones financieras de rentabilidad más importantes en el análisis del desempeño económico y operativo de una empresa. El Modelo Dupont integra o combina los principales indicadores financieros con el fin de determinar la eficiencia con que la empresa está utilizando sus activos, su capital de trabajo y el multiplicador de capital (apalancamiento financiero). El principio del Modelo Dupont reúne el margen neto de utilidades, la rotación de los activos totales de la empresa y del apalancamiento financiero. Estas tres variables son las responsables del crecimiento económico de una empresa, la cual obtiene sus recursos o bien de un buen margen de utilidad en las ventas, o de un uso eficiente de sus activos fijos lo que supone una buena rotación de estos, lo mismo que el efecto sobre la rentabilidad que tienen los costos financieros por el uso de capital financiado para desarrollar sus operaciones. (Palacios, 2013, p. 55).

Origen del modelo DuPont

El modelo DuPont de análisis financiero fue hecho por F. Donaldson Brown, un ingeniero técnico eléctrico que integro al departamento de tesorería de una compañía química gigante en 1914. Algunos años más tarde Dupont comprando 23% de las acciones de la corporación general Motors y dio a Brown la tarea de clasificar las enredadas finanzas del fabricante de autos. Este era el primer gran esfuerzo de reingeniería en los EEUU. Mucho del crédito para la ascensión del General Motors pertenece luego a los sistemas de planteamiento y control de Brown, según Alfred Sloan, presidente anterior de GM. El éxito que sobrevino, lanzo el modelo Dupont hacia su preeminencia en todas las corporaciones importantes de los EEUU. Siguió siendo la forma dominante de análisis financiero hasta los años 70. (Palacios, 2013, p. 63-66).

Modelo DuPont para el análisis de la rentabilidad

Solhi (2014). Para medir la rentabilidad de una empresa es necesario realizar varios estudios a los estados financieros y aplicar diferentes métodos de análisis con el objetivo de obtener la mayor información por medio de las diferentes razones que son tomadas como índices de desempeño que sirven de referencia para comparar con otras empresas, uno de estos métodos es el sistema Dupont. (P. 70).

Como el objeto de la administración financiera es la maximización de utilidades, un análisis estructurado como el modelo DuPont deberá ayudar a medir que tan efectivamente se ha logrado el objetivo. Al establecer relaciones entre ciertas partidas de los estados financieros, es posible generar diferentes razones como indicadores de tendencias de desempeño. Además de vigilar las tendencias, estas razones pueden servir tanto como puntos

de referencia para comparaciones con otras empresas del sector como una guía para establecer metas operativas. El logro de estas metas pueden alinearse por medio de un escenario "que pasa si" para determinar de qué manera contribuirán a las metas operativas las mejoras a través de cambios en las ventas, el incremento en la rotación de los activos o la disminución de los niveles de inventarios. (Solhi, 2013, p. 71-79).

Dicho método de medición es útil en los altos niveles de las empresas para establecer objetivos generales. No está diseñado para los niveles bajos, en donde las mediciones financieras tienden a ser menos tangibles. En los niveles bajo de la organización es recomendable utilizar mediciones de desempeño más físicas y tangibles. En términos simples, lo que busca el Modelo Dupont es expresar el **ROE** de la empresa en función de tres componentes, a saber: El margen de utilidad o la eficiencia operativa, la rotación de activos o la eficiencia en el uso de los activos, el multiplicador del capital o el grado de apalancamiento financiero. (Solhi, 2013, p. 85).

El ROE (Return On Equity), es la rentabilidad que obtienen los accionistas sobre el capital aportado.

La fórmula viene determinada por:

$$\text{ROE: } \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}} = \%$$

En castellano, al ROE, se le conoce como rentabilidad sobre el patrimonio.

Margen de utilidad

El margen de utilidad, es el porcentaje de ganancia medido en función a las ventas de la empresa y es, en cierta medida, un indicador de la empresa. Visto de otra manera, este indicador nos dice cuánto gana la empresa por cada sol de ventas. (Palacios, 2013, p. 96).

Se obtiene mediante:

$$\text{Margen de Utilidad: } \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} = \%$$

Rotación de activos

La rotación de activos, es en términos sencillos, cuantos soles de venta se obtiene por cada sol negocio y constituye, también, una medida de eficiencia. (Palacios, 2013, p. 98).

Este ratio se obtiene a través de esta fórmula:

$$\text{Rotación Activos: } \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos}} = \%$$

Multiplicador de capital

El multiplicador de capital, es el apalancamiento obtenido con el capital del negocio. Nos dice, cuanto de activos de ha logrado financiar con el capital aportado por los accionistas. (Rodríguez, 2013, p. 100).

La fórmula para hallarlo es:

$$\text{Multiplicador de Capital: } \frac{\text{Activos}}{\text{Patrimonio}} = \%$$

Identidad completa

$$\text{ROE: } \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} \times \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos}} \times \frac{\text{Activos}}{\text{Patrimonio}}$$

} **Eficiencia Operativa**
} **Eficiencia uso Activos**
} **Apalancamiento**

1.4.]

El problema está delimitado sobre la calidad y su influencia en la rentabilidad de la empresa ingeniería del Calzado S.A.C del Distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015”.

1.4.1. Problema General

¿Qué relación existe entre la calidad y rentabilidad de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015?

1.4.2. Problemas Específicos

¿Qué relación existe entre la mejora Continua y rentabilidad en la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015?

¿Qué relación existe entre la gestión de calidad y rentabilidad en la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015?

¿Qué relación existe entre las herramientas de calidad y rentabilidad en la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015?

1.5. Justificación del estudio

Según Ishikawa (2014). El control de calidad, se caracteriza peculiarmente por la participación de todos, desde los más altos directivos hasta los trabajadores de más bajo nivel jerárquico. El control de calidad en toda empresa no está enfocado solo a la calidad del producto, sino también a la calidad del servicio, calidad administrativa, de la compañía y del ser humano. Los efectos obtenidos son: el mejoramiento de la calidad del producto, muestra uniformidad y cero defectos, mejora la confiabilidad, aminora los costos, se ve incremento en los niveles de producción y se reducen los re-procesos. (p. 15).

El presente trabajo de investigación se realiza ya que en la actualidad la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C., necesita mejoramiento en el proceso productivo enfocado en la gestión de calidad, así esto permitirá a la empresa obtener los beneficios esperados económicamente como es la rentabilidad. Se han detectado las falencias y radica en la ineficiencia de la gestión de calidad, se necesita un plan de estrategia, el mismo que deberá ser productivo para poder estar en capacidad de competir y de esta manera mejorar su situación económica cumpliendo con las expectativas de ser pioneros en el mercado.

En esta investigación se beneficiaran: la empresa Ingeniera del Calzado S.A.C, por que mejorara su proceso de producción y acabado de calzado, los proveedores, ya que a mayor demanda más adquisición de materiales, los empleados, quienes con su colaboración aportan para el desarrollo de la empresa y los clientes ya que obtendrán un producto de calidad. Existe factibilidad para realizar para realizar la investigación porque se dispone con los conocimientos suficientes del investigador y de la empresa, brindándome la facilidad para acceder a la información requerida para culminar el trabajo de grado.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis general

Existe relación entre la calidad y rentabilidad de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C. del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015.

1.6.2. Hipótesis específicas

Existe relación entre la mejora continua y rentabilidad en la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015.

Existe relación entre la gestión de calidad y rentabilidad en la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015.

Existe relación entre las herramientas de calidad y rentabilidad en la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo General

Determinar la relación que existe entre la calidad y rentabilidad de la empresa Ingeniería del calzado S.A.C del Distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015.

1.7.2. Objetivos Específicos

Determinar la relación que existe entre la mejora continua y rentabilidad en la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015.

Identificar la relación que existe entre la gestión de calidad y rentabilidad en la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015.

Analizar la relación que existe entre las herramientas de calidad y rentabilidad en la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015.

II. MÉTODO

2.1. Tipo de investigación

Hernández, Fernández, y Baptista (2014). El trabajo de investigación es de tipo básica, porque busca recolectar datos y describir como es el cumplimiento de la calidad en los procedimientos y la rentabilidad en la Empresa Ingeniería del Calzado S.A.C, y nos e realizara la inserción de algún conocimiento adquirido. (p. 35).

Según, Hernández, Fernández, y Baptista, (2014). “Define que: la investigación básica también llamada pura o fundamental tiene como propósito la aportación de elementos

teóricos al conocimiento científico sin la intención de su corroboración directa en un campo de aplicación”. (p. 37).

Nivel de Investigación

La investigación es de carácter descriptiva correlacional con el objetivo de ver qué relación existe entre la calidad de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C con respecto a la rentabilidad.

También Ñaupas, Mejía, Novoa, y Villagómez, (2014). Afirma que la investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población. (p. 80).

Ñaupas, Mejía, Novoa, y Villagómez, (2014). Señala que la investigación correlacional es un tipo de estudio tiene como propósito evaluar la relación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables (en un contexto particular).

La importancia de investigación radica en describir algunas características fundamentales de conjunto homogéneos de fenómenos; utilizando criterios sistemáticos para destacar los elementos esenciales. Es decir, miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos conceptos (variable), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. En un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada uno de ellas, para así describir lo que se investiga. (p. 50).

Diseño de investigación

Se aplicó el diseño No experimental – Transversal.

Según Ñaupas, Mejía, Novoa, y Villagómez, (2014). “La investigación no experimental son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos”. (p. 149).

Los diseños de tipo transversal o transaccional recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

2.2. Variables, operacionalización

VARIABLES	DEFINICIÓN DE VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO	ESCALA DE MEDICIÓN	
INDEPENDIENTE	Según, Sosa, D. (2015). La calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles, solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagara; la calidad puede estar definida solamente en términos del agente.	Mejora Continua	Identificación del usuario	Cuestionario		
CALIDAD			Gestión de Calidad			Necesidades del cliente
						Evaluación
		Diseño				
		Organización				
		Planificación				
		Dirección				
		Control				
Herramientas de Calidad		Diagrama Causa-Efecto				
		Planilla de inspección				
	Gráficos de control					
DEPENDIENTE	Según, Sánchez, B. (2011). La rentabilidad es la relación entre ingresos y costo generados por el uso de los activos de la empresa en actividades productivas. La rentabilidad de una empresa puede ser evaluada en referencia a las ventas, a los activos, al capital o al valor accionario.	Margen de Utilidad	Utilidad	Escala Ordinal		
			Rotación de Activos		Ventas	
					Ganancia	
		Capital de trabajo				
		Activos				
		Ventas				
		Eficiencia				
		Inventarios				
		Multiplicador de Capital	Patrimonio			
			Apalancamiento			
Activo						
RENTABILIDAD			Capital			

2.3. Población y muestra

2.3.1. La población

El trabajo de investigación consta de 50 trabajadores como su población y que lo conforman el área de producción, administrativa y contable de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C, todos los trabajadores fueron quienes proporcionaron la información pertinente para alcanzar los objetivos planteados en la investigación.

Tamayo (2015). “Afirma que la población es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio”. (p. 81).

2.3.2. Muestra

En esta investigación la muestra consta de 30 trabajadores entre el área administrativa, contable y producción.

Según Tamayo (2015). Afirma que la muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible. (p. 83).

2.3.3. Muestreo

Tamayo (2015). El muestreo regulado es cuando forman parte de la muestra los elementos del universo de los cuales se hace presente el problema de investigación”. El muestreo es no probabilístico.

2.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1. Técnicas de recolección de datos

El presente trabajo de investigación utilizara la encuesta como técnica de recolección de datos, que nos permitirá describir la calidad del producto en la empresa Ingeniería del calzado S.A.C.

La encuesta

Valderrama (2013). Afirma que la encuesta es el método de recopilación de datos acerca de hechos objetivos, opiniones, conocimientos, etc., basado en una interacción directa (la entrevista) o indirecta (el cuestionario) entre el investigador (encuestador) y el encuestado (encuestado). (p. 167).

Según Valderrama (2013). Es un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos.

2.4.2. Instrumento

Para la recolección de información de la presente investigación se utilizó el instrumento cuestionario, donde se formularon una serie de preguntas, que respondían a los indicadores de nuestra variable.

Cuestionario

Según, Velásquez y Rey (2007). “El cuestionario es un formulario impreso que los individuos responden por sí mismo sirviendo de instrumento para obtener la información deseada, sobre todo en escala masiva. El mismo está compuesto por preguntas elaboradas que son significativas para la investigación y se aplica al universo o muestra de las unidades de análisis”. (p. 167).

2.4.3. Validación y confiabilidad

De la Validez

La validez promedio a juicio de expertos para las variable es de **75%**, y de acuerdo a la tabla de especificaciones brindada por la universidad se encuentra en el intervalo de [61%-80%], que le da una calificación de: “Muy bueno”, por lo tanto resulta beneficioso para la investigación, ya que la pertinencia de los instrumentos ha sido validada por los especialistas de la universidad César Vallejo.

CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO POR ALFA DE CROMBACH PARA LA CALIDAD Y RENTABILIDAD DE LA EMPRESA INCAL S.A.C

$\sum V$ = sumatoria de las varianza de los ítems

V_T = varianza de la suma de los ítems

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum V}{V_T} \right] = \text{formula de alfa de combrach}$$

Se aplicó la prueba a 30 Trabajadores del área de contabilidad, administrativa y producción de la empresa Ingeniería del calzado S.A.C dando como resultado el 100% Válidos.

Tabla 1*Alfa variable 1: calidad*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,794	25

Fuente: Base de datos de la investigación.

El resultado obtenido a través del análisis de fiabilidad Alfa de Cronbach fue de 0.794, según la tabla que se muestra, se determina que los datos tienen una consistencia interna alta, que cumple con lo que se pretende demostrar con la investigación.

Tabla 2*Alfa variable 2: Rentabilidad*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,909	25

Fuente: Base de datos de la investigación.

El resultado obtenido a través del análisis de fiabilidad Alfa de Cronbach fue de 0.909, según la tabla que se muestra, se determina que los datos tienen una consistencia interna alta, que cumple con lo que se pretende demostrar con la investigación.

Validación

Se validara la información, utilizando el juicio a los asesores para dar validez a los datos de nuestra investigación.

Tabla 3*Validación de los expertos*

Nº	Expertos	Aplicable
01	Aguilar Culquicondor, Juan Carlos	75%
02	Sáenz Arenas, Esther	70%
03	Altamirano Flores, Ernesto	76%
04	Esteves Pairazaman, Ambrocio Teodoro	80%

Elaborado por: Mayra Romaní, Lima, 2016.

Según Arcos, P. (2009, p 185) define que: Para valorar la fiabilidad de las medidas puede usarse el Coeficiente alfa de Cronbach, que es un indicador más ampliamente

utilizado para tipo de análisis. Este coeficiente determina la consistencia interna de una escala de medida analizando la correlación media de una variable con todas las demás que integren dicha escala.

Confiabilidad

Ha sido sometido a análisis de confiabilidad, utilizando el coeficiente alpha de cronbach. El coeficiente alfa de Cronbach fue desarrollado por J.L. Cronbach requiere una sola administración del instrumento de medición y produce valores que oscilan entre 0 y 1.

Según Malave (2007, p. 5) define que:

La escala de Likert es un tipo de escala que mide actitudes, es decir, que se emplea para medir el grado en que se da una actitud o disposición de los encuestados sujetos o individuos en los contextos sociales particulares. El objetivo es agrupar numéricamente los datos que se expresen en forma verbal, para poder luego operar con ellos, como si se tratará de datos cuantitativos para poder analizarlos correctamente.

2.5. Métodos de análisis de datos

Son herramientas útiles para organizar y analizar los datos recogidos con los instrumentos de investigación.

2.5.1. Seriación

Según Stracuzzi, S. (2012). La seriación es una noción matemática básica, conformando un cimiento principal para el posterior concepto de número, sobre todo en el caso de los ordinales y la cardinalidad. Seriar significa en este caso establecer un orden por jerarquías, muchas veces por tamaño, ya que es la característica más fácil de identificar para este tipo de ejercicios. (p. 15).

2.5.2. Codificación

Según Stracuzzi, S. (2012). Es el proceso mediante el cual la información de una fuente es convertida en símbolos para ser comunicada. Es decir, es la aplicación de las reglas de un código. Es el proceso en un sistema donde el emisor convierte las ideas que quiere transmitir en signos que puedan ser recibidos fácilmente por el receptor. (p. 18).

2.5.3. Tabulación

Según Stracuzzi, S. (2012). Tabular es organizar datos y se expresa por medio de tablas, valores, magnitudes u otros datos. Por ejemplo, se suma la información de cada columna del registro, obteniendo totales y/o porcentajes de cada rubro o tipo de registro o encuesta en un periodo de tiempo determinado o de un valor x, (depende del área temática). (p. 23).

2.6. Aspectos éticos

Confidencialidad: Se asegura la protección de la identidad de la institución y las personas que participen como informantes de la investigación.

Objetividad: El análisis de la situación encontrada se basará en criterios, técnicas e imparciales.

Originalidad: Se citarán las fuentes bibliográficas de la información mostrada, a fin de demostrar la inexistencia del plagio intelectual.

Veracidad: La información mostrada será verdadera, cuidando la confidencialidad de esta.

III. RESULTADOS

3.1. Análisis Descriptivo

Tabla de frecuencia y gráfico de barras

Tabla 4

Frecuencia de la Variable Calidad.

VARIABLE 1. CALIDAD			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	BAJO	5	16,7
	REGULAR	24	80,0
	BUENO	1	3,3
	Total	30	100,0

Fuente SPSS Vs. 23.

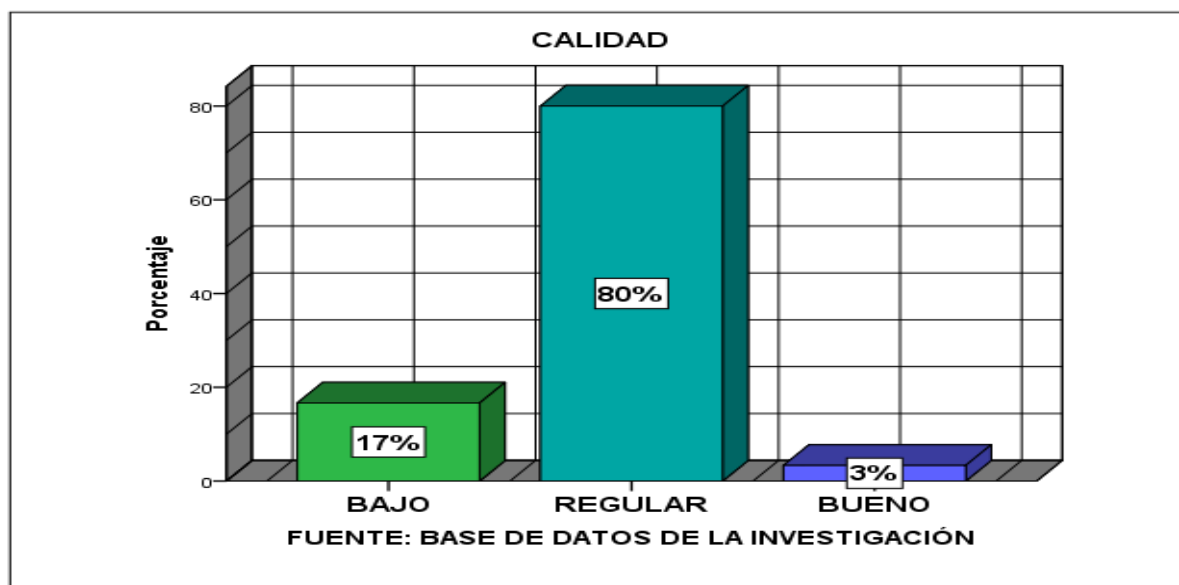


Figura 3. Frecuencia de la Variable Calidad.

Interpretación:

El 80% de los trabajadores encuestados calificaron que la calidad de los productos se da de manera regular debido a una gestión ineficiente, que permitiría tener productos con cero defectos, el 17% de los encuestados calificaron que la calidad de los productos se da en un nivel bajo, además el 3% manifiesta que se encuentra en un nivel alto. Esto quiere decir que la empresa no brinda una buena calidad en sus productos.

Tabla 5
Frecuencia de la Dimensión Mejora Continua.

MEJORA CONTINUA				
		Frecuencia	Porcentaje	
Válido	BAJO	5	16,7	
	REGULAR	23	76,7	
	BUENO	2	6,7	
	Total	30	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

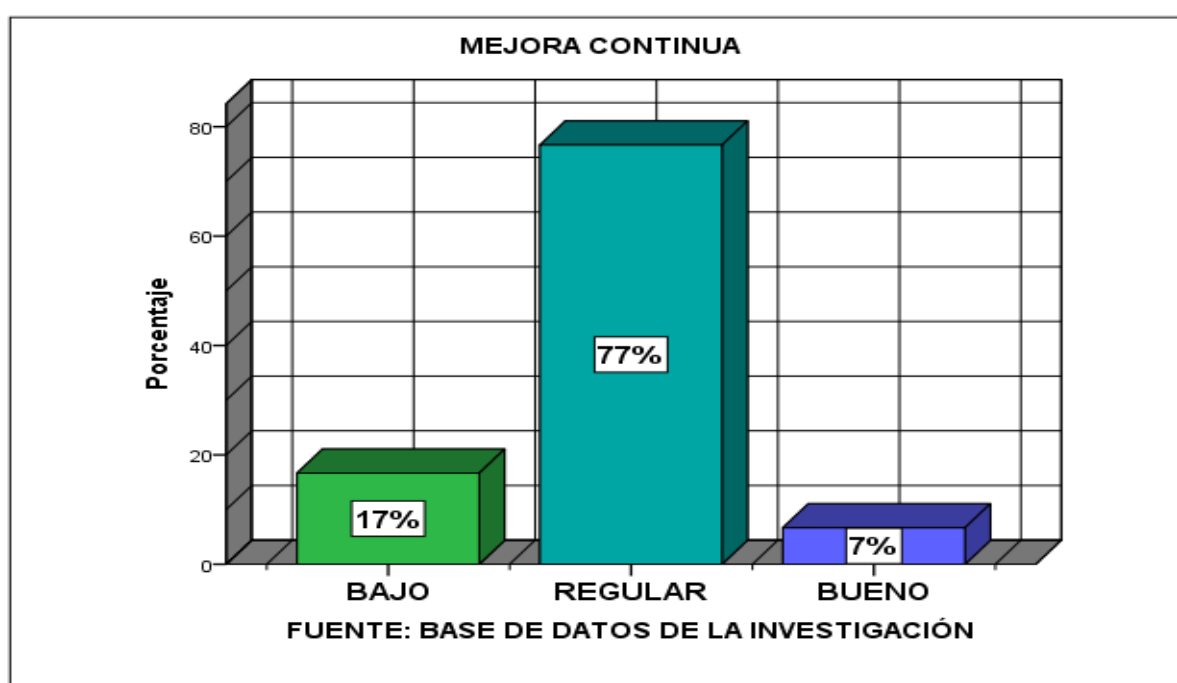


Figura 4. Frecuencia de la Dimensión Mejora Continua.

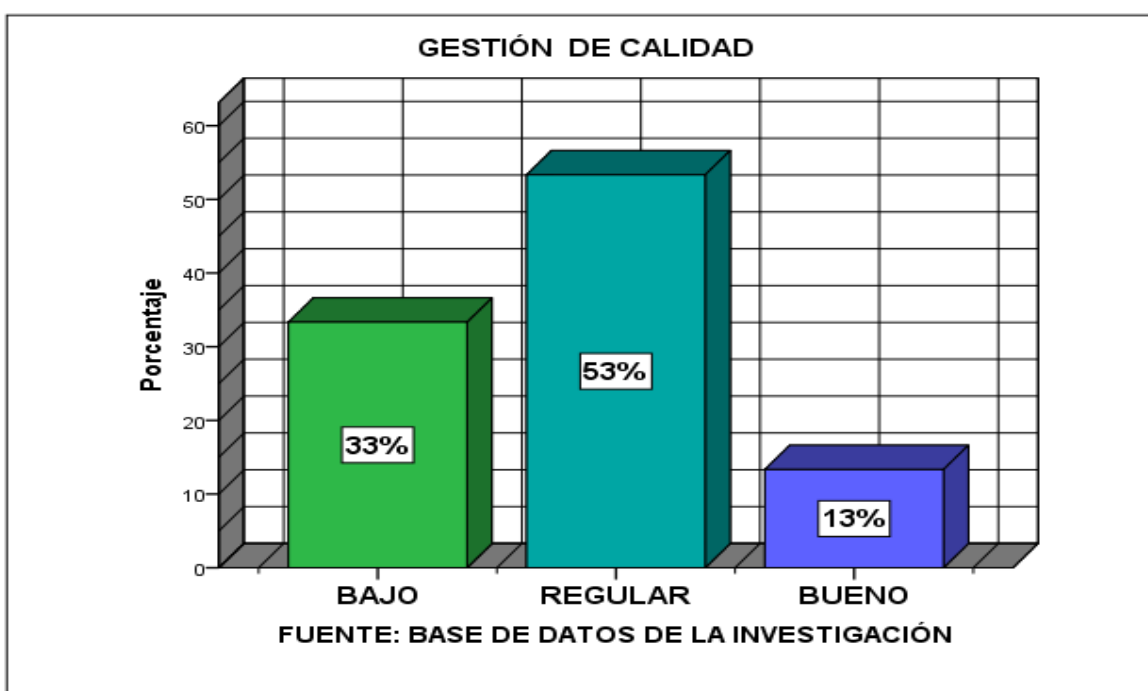
Interpretación:

El 77% de los trabajadores encuestados calificaron que la mejora continua en la calidad de los productos se da de manera regular debido a una gestión ineficiente, que permitiría tener productos con creos defectos, el 17% de los encuestados calificaron que la mejora continua en la calidad de los productos se da en un nivel bajo, además el 7% manifiesta que se encuentra en un nivel alto.

Tabla 6
Frecuencia de la Dimensión Gestión de Calidad.

GESTIÓN DE CALIDAD			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	BAJO	10	33,3
	REGULAR	16	53,3
	BUENO	4	13,3
	Total	30	100,0

Fuente SPSS Vs. 23.



Interpretación:

El 53% de los trabajadores encuestados calificaron que la gestión de calidad se da de manera regular debido a una gestión ineficiente, que permitiría tener productos con creo defectos, el 33% de los encuestados calificaron que la gestión de calidad de los productos se da en un nivel bajo, además el 13% manifiesta que se encuentra en un nivel alto. Esto quiere decir que la empresa no brinda una buena calidad en sus productos.

Tabla 7
Frecuencia de la Dimensión Herramientas de Calidad.

HERRAMIENTAS DE CALIDAD			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	BAJO	3	10,0
	REGULAR	26	86,7
	BUENO	1	3,3
	Total	30	100,0

Fuente SPSS Vs. 23.

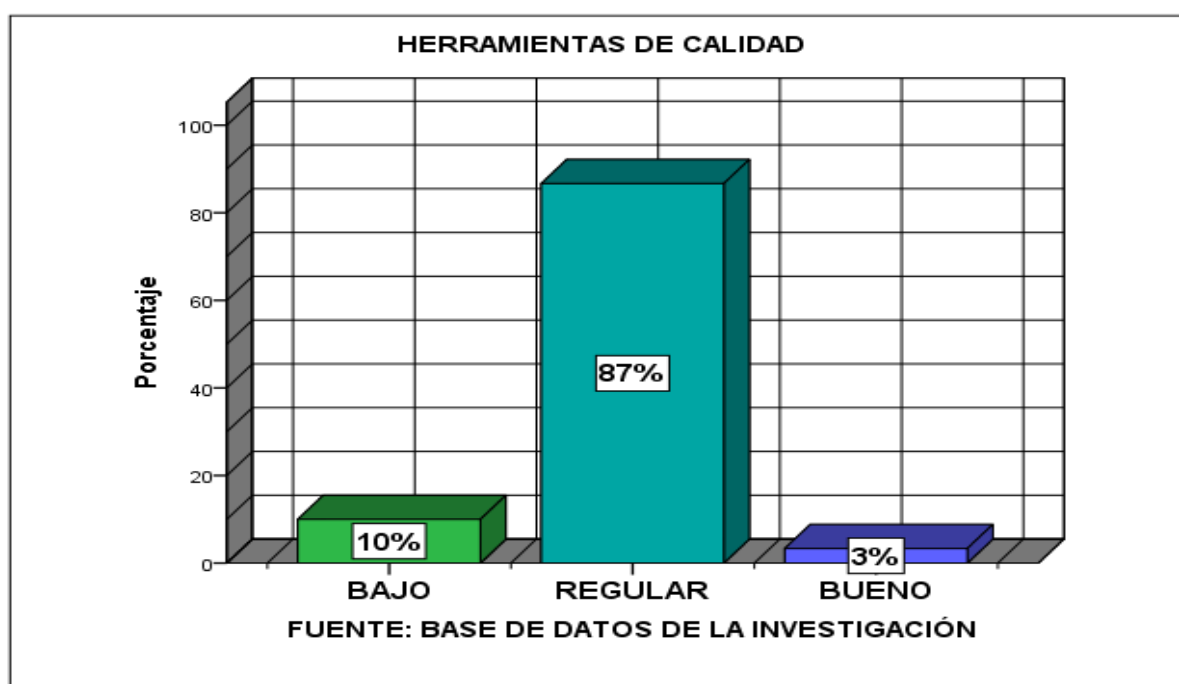


Figura 6. Frecuencia de la Dimensión Herramientas de Calidad.

Interpretación:

El 87% de los trabajadores encuestados calificaron que las herramientas de calidad se emplean de manera regular debido a una gestión ineficiente, que permitiría tener productos con creos defectos, el 10% de los encuestados calificaron que las herramientas de calidad de los productos se emplean en un nivel bajo, además el 3% manifiesta que se emplea en un nivel alto. Esto quiere decir que la empresa no brinda una buena calidad en sus productos.

Tabla 8

Frecuencia de la Variable Rentabilidad.

VARIABLE 2. RENTABILIDAD

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	BAJO	9	30,0
	REGULAR	18	60,0
	BUENO	3	10,0
	Total	30	100,0

Fuente SPSS Vs. 23.

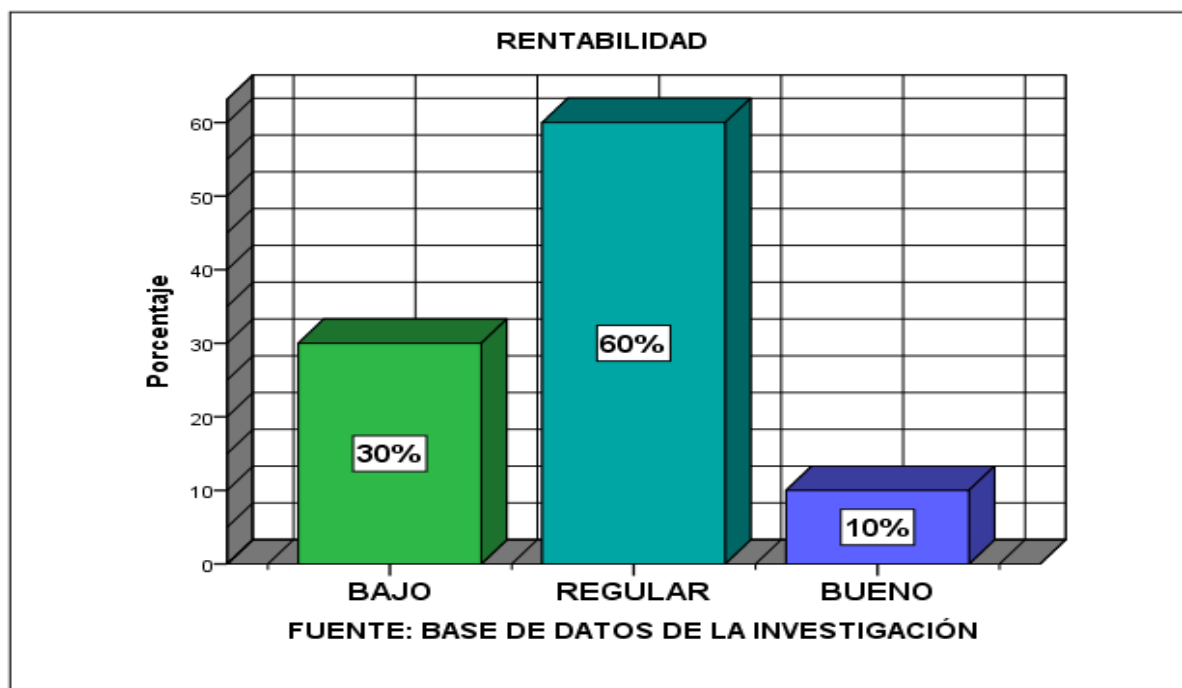


Figura 7. Frecuencia de la Variable Rentabilidad.

Interpretación:

El 60% de los trabajadores encuestados calificaron que la rentabilidad de la empresa se mantiene de manera regular debido a una gestión ineficiente, que permitiría incrementar los resultados económicos y financieros, el 30% de los encuestados calificaron que la rentabilidad de la empresa se mantiene en un nivel bajo, además el 10% manifiesta que se mantiene en un nivel alto

Tabla 9

Frecuencia de la Dimensión Margen de Utilidad.

MARGEN DE UTILIDAD			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	BAJO	9	30,0
	REGULAR	17	56,7
	BUENO	4	13,3
	Total	30	100,0

Fuente SPSS Vs. 23.

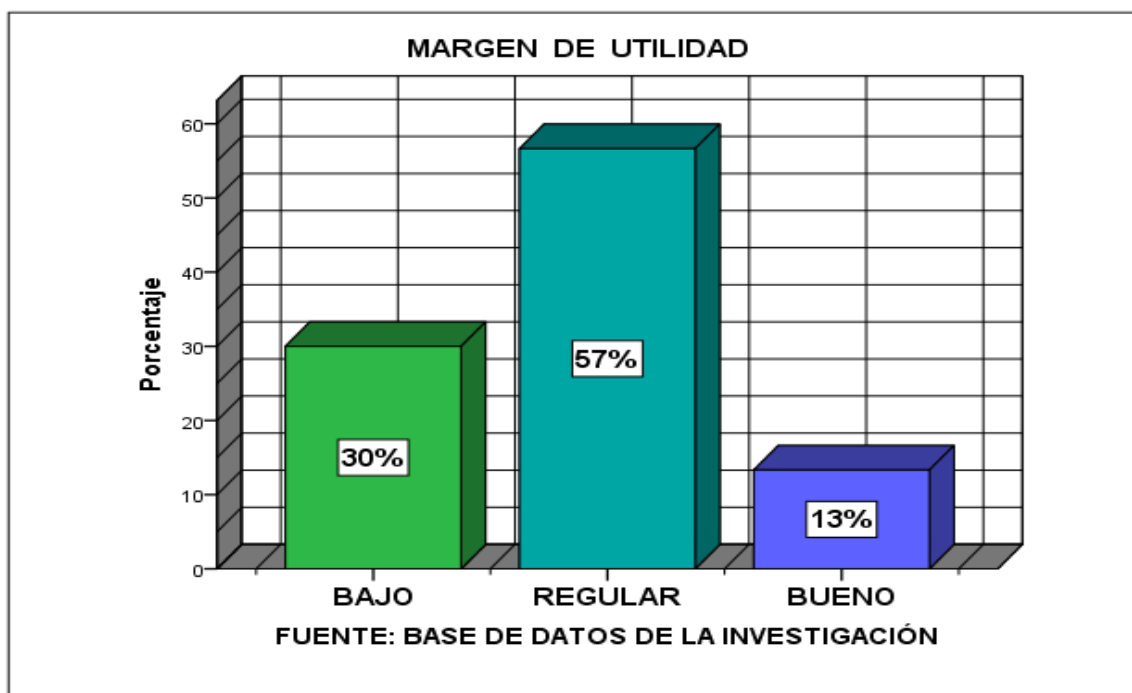


Figura 8. Frecuencia de la Dimensión Margen de Utilidad.

Interpretación:

El 57% de los trabajadores encuestados calificaron que el margen de utilidad de la empresa se mantiene de manera regular debido a una gestión ineficiente, que permitiría incrementar los resultados económicos y financieros, el 30% de los encuestados calificaron que el margen de utilidad de la empresa se mantiene en un nivel bajo, además el 13% manifiesta que se mantiene en un nivel alto.

Tabla 10

Frecuencia de la Dimensión Rotación de Activos.

Fuente SPSS Vs. 23.

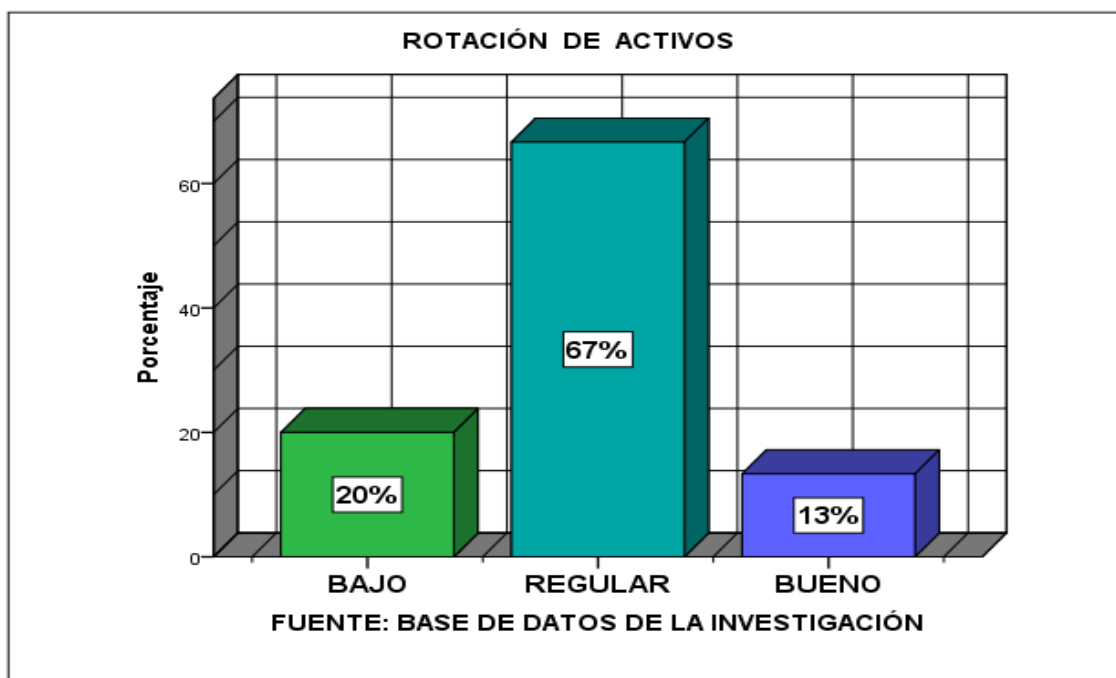


Figura 9. Frecuencia de la Dimensión Rotación de Activos.

Interpretación:

El 67% de los trabajadores encuestados calificaron que la rotación de activos de la empresa se mantiene de manera regular debido a una gestión ineficiente, que permitiría incrementar los resultados económicos y financieros, el 30% de los encuestados calificaron que rotación de activos de la empresa se mantiene en un nivel bajo, además el 13% manifiesta que se mantiene en un nivel alto.

Tabla 11

Frecuencia de la Dimensión Multiplicador de Capital.

MULTIPLICADOR DE CAPITAL			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	BAJO	10	33,3
	REGULAR	14	46,7
	BUENO	6	20,0
	Total	30	100,0

Fuente SPSS Vs. 23.

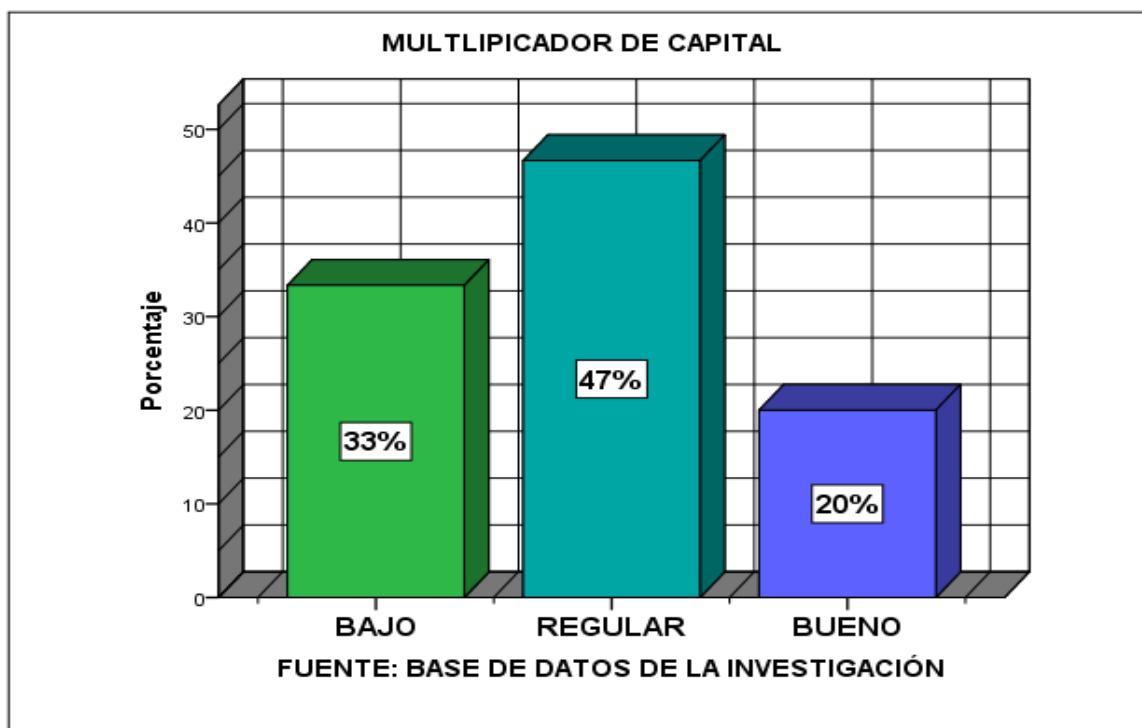


Figura 10. Frecuencia de la Dimensión Multiplicador de Capital.

Interpretación:

El 47% de los trabajadores encuestados calificaron que el multiplicador de capital de la empresa se mantiene de manera regular debido a una gestión ineficiente, que permitiría incrementar los resultados económicos y financieros, el 33% de los encuestados calificaron que multiplicador de capital de la empresa se mantiene en un nivel bajo, además el 20% manifiesta que se mantiene en un nivel alto.

3.2. PUEBAS DE NORMALIDAD

Tabla 12*Pruebas de Normalidad.*

Pruebas de normalidad			
		Shapiro-Wilk	
	Estadístico	Gl	Sig.
CALIDAD	,956	30	,239
MEJORA CONTINUA	,943	30	,111
GESTIÓN DE CALIDAD	,941	30	,100
HERRAMIENTAS DE CALIDAD	,973	30	,638
RENTABILIDAD	,918	30	,024
MARGEN DE UTILIDAD	,918	30	,024
ROTACIÓN DE ACTIVOS	,975	30	,687
MULTIPLICADOR DE CAPITAL	,837	30	,000

Fuente: Base de datos de la investigación.

Se considera la regla de decisión: Si $p = sig < 0.05$, se rechaza la H_0 y si $p = sig > 0.05$, se acepta la H_0 ; es decir, los datos correspondientes a las variables principales y dimensiones las específicas, corresponden a datos con distribución normal y se debe aplicar la prueba de correlación Pearson.

3.2.1. Contrastación de las hipótesis

3.2.1.1 Contrastación de la hipótesis general

H_0 : No Existe relación entre calidad y rentabilidad de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del Distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015.

H_G : Existe relación entre calidad y rentabilidad de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del Distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015.

Tabla 13

Prueba de correlación de hipótesis general.

Correlaciones				
			CALIDAD	RENTABILIDAD
Rho de Spearman	CALIDAD	Coefficiente de correlación	1,000	,684
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	RENTABILIDAD	Coefficiente de correlación	,684	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

*. *La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).*

INTERPRETACIÓN:

Como el nivel de significancia es menor a 0.05 el cual recae en el coeficiente de Spearman. Entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta que existe relación directa entre la calidad y rentabilidad de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del Distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015.

3.2.1.2 Contrastación de la hipótesis específica N° 1

H₀: No Existe relación entre la mejora continua y rentabilidad de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del Distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015.

H₁: Existe relación entre la mejora continua y rentabilidad de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del Distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015.

Tabla 14

Prueba de correlación de hipótesis específica N° 1.

Correlaciones				
		RENTABILIDAD		MEJORA CONTINUA
Rho de Spearman	RENTABILIDAD	Coefficiente de correlación	1,000	,430
		Sig. (bilateral)	.	,018
		N	30	30
	MEJORA CONTINUA	Coefficiente de correlación	,430	1,000
		Sig. (bilateral)	,018	.
		N	30	30

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

INTERPRETACIÓN:

Como el nivel de significancia es menor a 0.05 el cual recae en el coeficiente de Spearman. Entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta que existe relación directa entre la mejora continua y rentabilidad de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del Distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015.

3.2.1.3 Contrastación de la hipótesis específica N° 2

H₀: No Existe relación entre la gestión de calidad y rentabilidad de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del Distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015.

H₁: Existe relación entre la gestión de calidad y rentabilidad de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del Distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015.

Tabla 15

Prueba de correlación de hipótesis específica N° 2.

			GESTIÓN DE CALIDAD
Rho de Spearman	RENTABILIDAD	Coefficiente de correlación	,704
		Sig. (bilateral)	,000
		N	30

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

INTERPRETACIÓN:

Como el nivel de significancia es menor a 0.05 el cual recae en el coeficiente de Spearman. Entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta que existe relación directa entre la gestión de calidad y rentabilidad de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del Distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015.

3.2.1. Contrastación de la hipótesis específica N° 3

H₀: No Existe relación entre las herramientas de calidad y rentabilidad de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del Distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015.

H₁: Existe relación entre las herramientas de calidad y rentabilidad de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del Distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015.

Tabla 16

Prueba de correlación de hipótesis específica N° 3.

		HERRAMIENTAS DE CALIDAD	
Rho de Spearman	RENTABILIDAD	Coefficiente de correlación	,384
		Sig. (bilateral)	,036
		N	30

*. *La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).*

INTERPRETACIÓN:

Como el nivel de significancia es menor a 0.05 el cual recae en el coeficiente de Spearman. Entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta que existe relación directa entre las herramientas de calidad y rentabilidad de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del Distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015.

3.3. LISTA DE COMENTARIOS DE LOS ENCUESTADOS

Tabla 17

Identificar al usuario es importante para el desarrollo económico de la empresa.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	10	33,3	33,3
	CASI NUNCA	4	13,3	46,7
	A VECES	16	53,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0

Fuente SPSS Vs. 23.

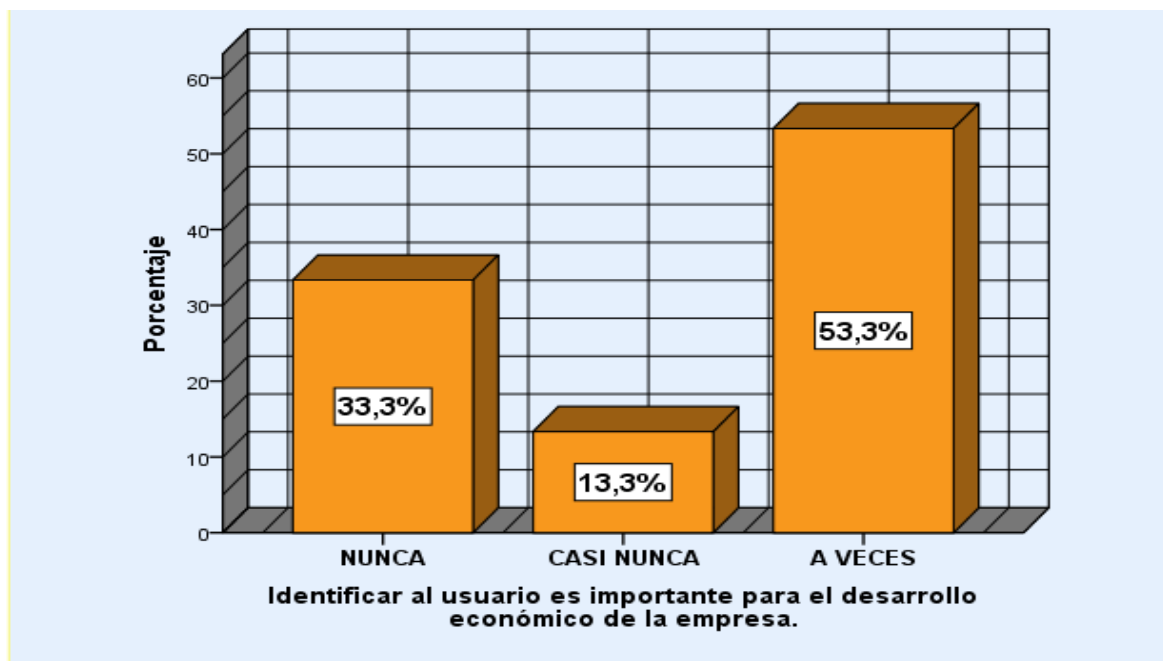


Figura 11. Identificar al usuario es importante para el desarrollo económico de la empresa.

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 53.3% de encuestados respondieron que a veces el identificar al usuario es importante para el desarrollo económico de la empresa.

Tabla 18

Es trascendental conocer las necesidades del cliente para diseñar y fabricar un producto de calidad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	3	10,0	10,0	10,0
	CASI NUNCA	6	20,0	20,0	30,0
	A VECES	8	26,7	26,7	56,7
	CASI SIEMPRE	9	30,0	30,0	86,7
	SIEMPRE	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

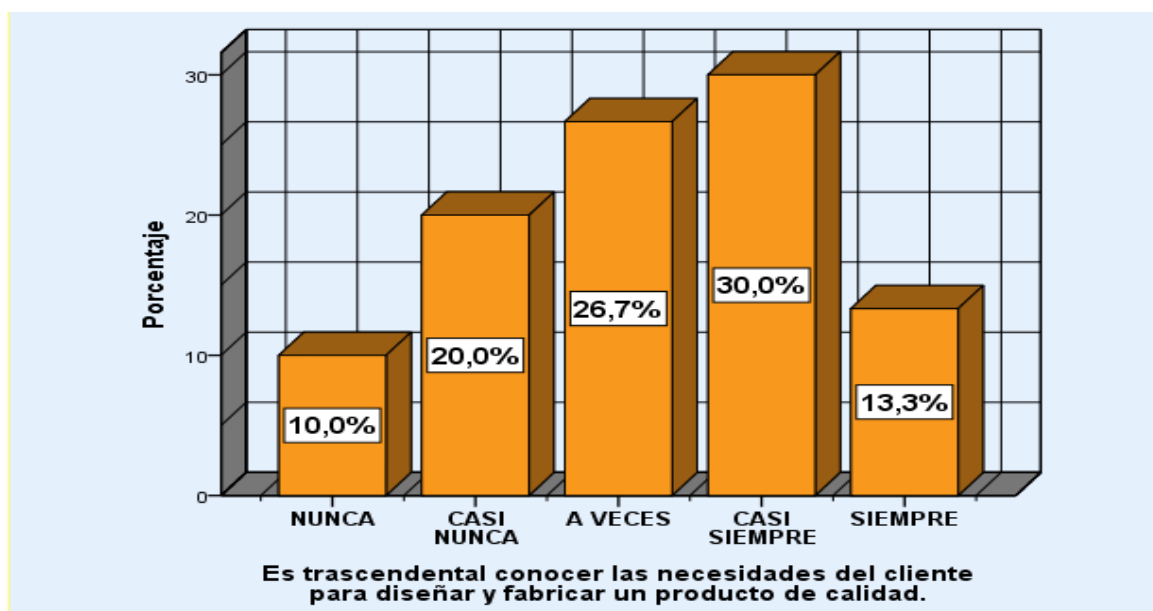


Figura 12. Es trascendental conocer las necesidades del cliente para diseñar y fabricar un producto de calidad.

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 30% de encuestados respondieron que casi siempre es trascendental conocer las necesidades del cliente para diseñar y fabricar un producto de calidad.

La evaluación de la calidad del producto es fundamental para la organización.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	8	26,7	26,7	26,7
CASI NUNCA	10	33,3	33,3	60,0
A VECES	4	13,3	13,3	73,3
CASI SIEMPRE	4	13,3	13,3	86,7
SIEMPRE	4	13,3	13,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

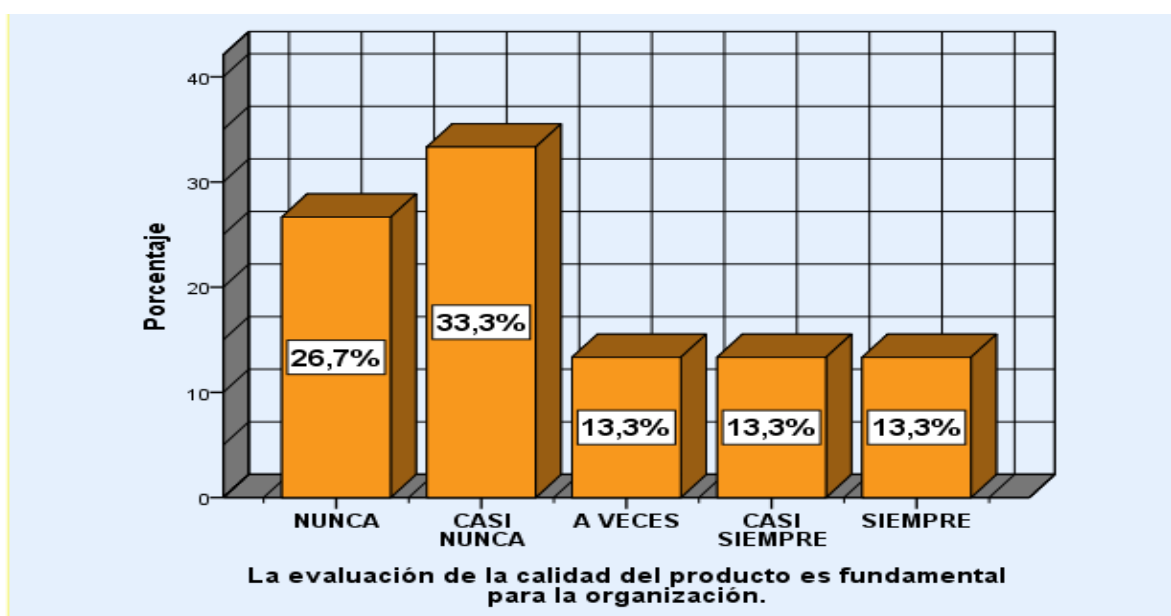


Figura 13. La evaluación de la calidad del producto es fundamental para la organización.

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 33.3% de encuestados respondieron que casi nunca la evaluación de la calidad del producto es fundamental para la organización.

La calidad del producto influye en la situación financiera de la empresa.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	4	13,3	13,3	13,3
CASI NUNCA	4	13,3	13,3	26,7
A VECES	9	30,0	30,0	56,7
CASI SIEMPRE	3	10,0	10,0	66,7
SIEMPRE	10	33,3	33,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

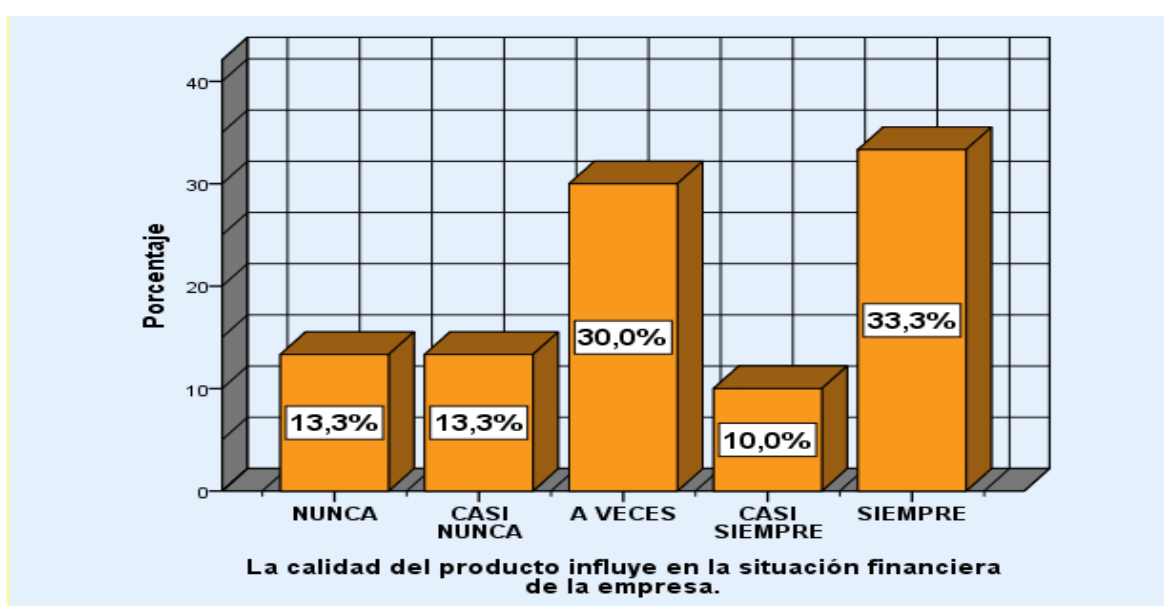


Figura 14. La calidad del producto influye en la situación financiera de la empresa.

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 33.3% de encuestados respondieron que siempre la calidad del producto influye en la situación financiera de la empresa.

La evaluación pre operacional hace parte de una acción preventiva.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	9	30,0	30,0	30,0
CASI NUNCA	7	23,3	23,3	53,3
A VECES	6	20,0	20,0	73,3
CASI SIEMPRE	4	13,3	13,3	86,7
SIEMPRE	4	13,3	13,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

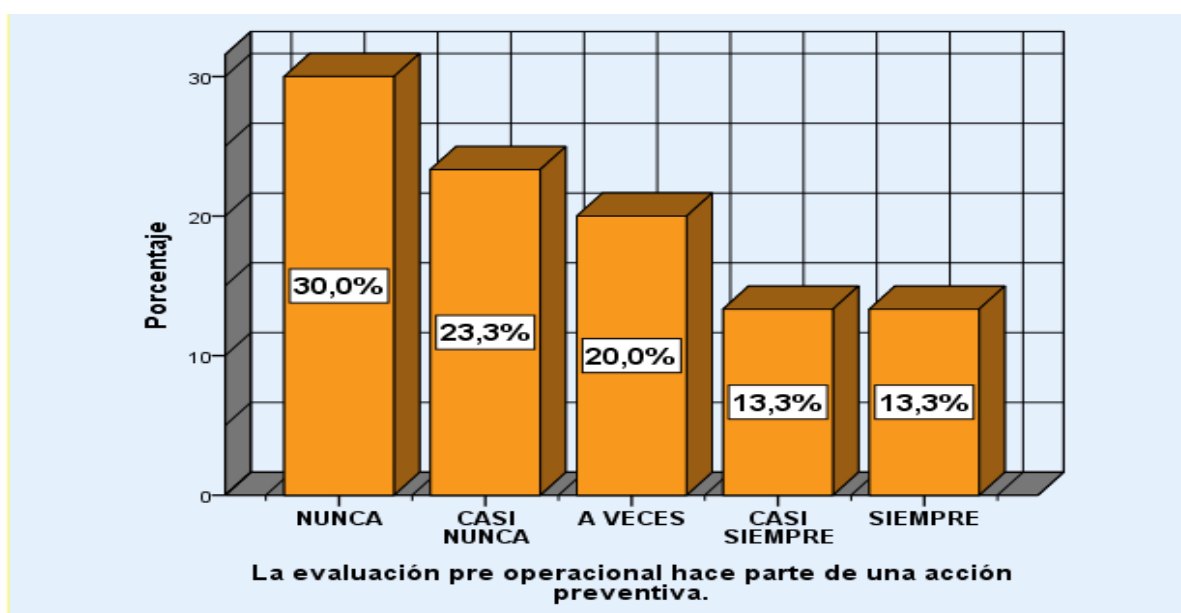


Figura 15. *La evaluación pre operacional hace parte de una acción preventiva.*

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 30% de encuestados respondieron que nunca la evaluación pre operacional hace parte de una acción preventiva.

Tabla 22

La implementación de diseños innovadores contribuye al incremento de la rentabilidad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	4	13,3	13,3	13,3
	CASI NUNCA	1	3,3	3,3	16,7
	A VECES	20	66,7	66,7	83,3
	CASI SIEMPRE	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

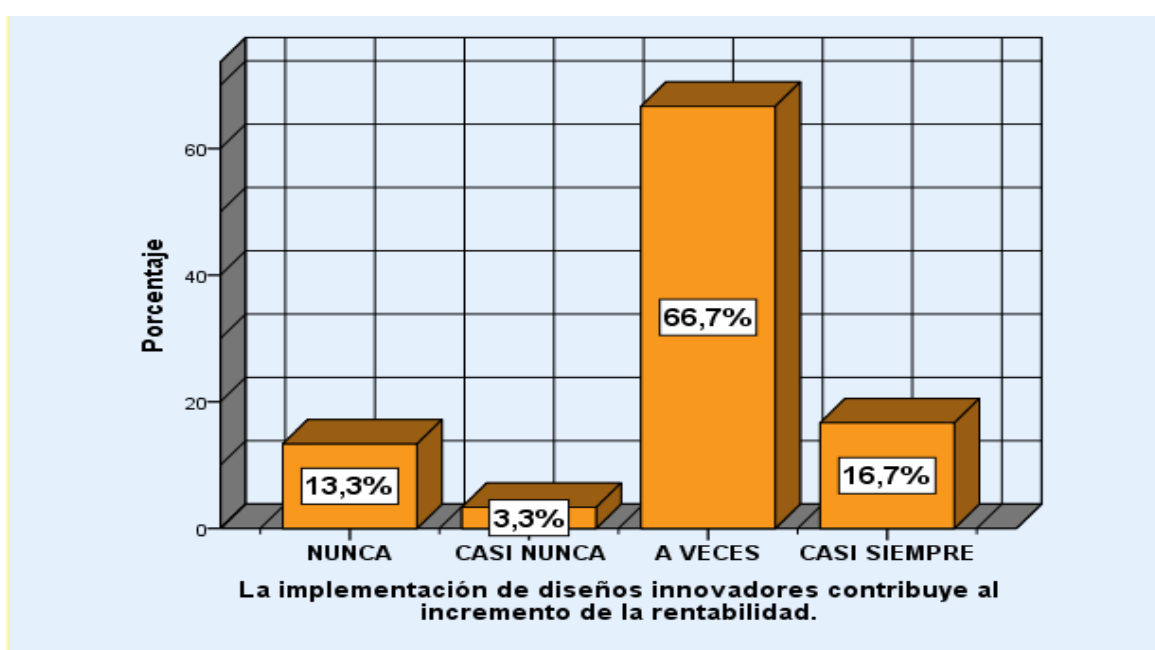


Figura 16. La implementación de diseños innovadores contribuye al incremento de la rentabilidad.

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 66.7% de encuestados respondieron que veces la implementación de diseños contribuye al incremento de la rentabilidad.

Conocer las necesidades de los clientes es fundamental para implementar planes de acciones preventivas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	5	16,7	16,7	16,7
CASI NUNCA	2	6,7	6,7	23,3
Válido A VECES	10	33,3	33,3	56,7
CASI SIEMPRE	13	43,3	43,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

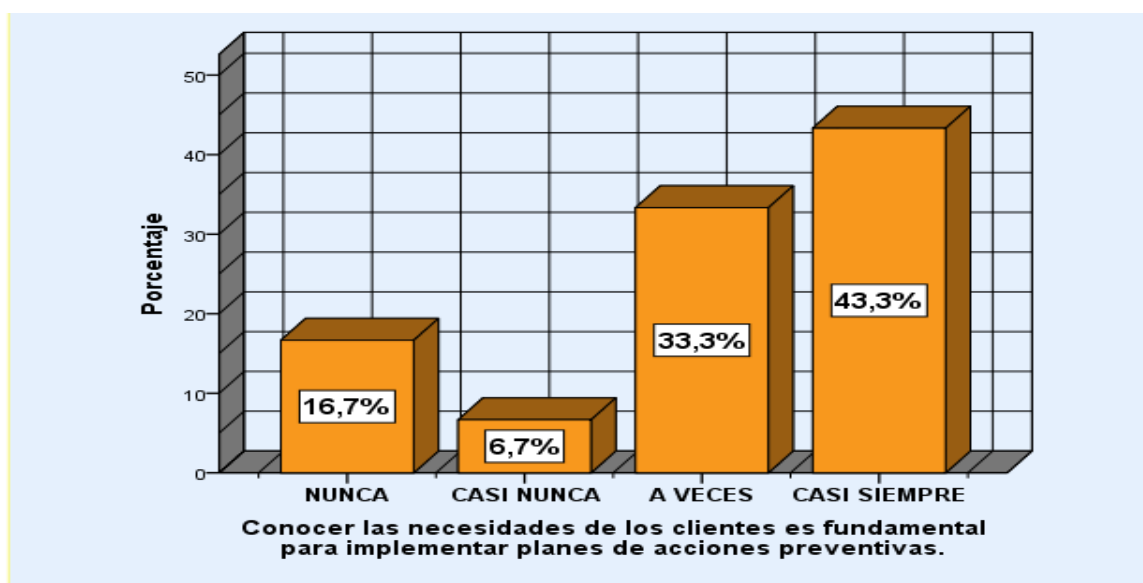


Figura 17. Conocer las necesidades de los clientes es fundamental para implementar planes de acciones preventivas.

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 43.3% de encuestados respondieron que casi siempre conocer las necesidades de los clientes es fundamental para implementar planes de acciones preventivas.

Es importante la evaluación de desempeño de los procesos para que la empresa obtenga beneficios.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	2	6,7	6,7
	CASI NUNCA	5	16,7	23,3
	A VECES	17	56,7	80,0
	CASI SIEMPRE	4	13,3	93,3
	SIEMPRE	2	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0

Fuente SPSS Vs. 23.

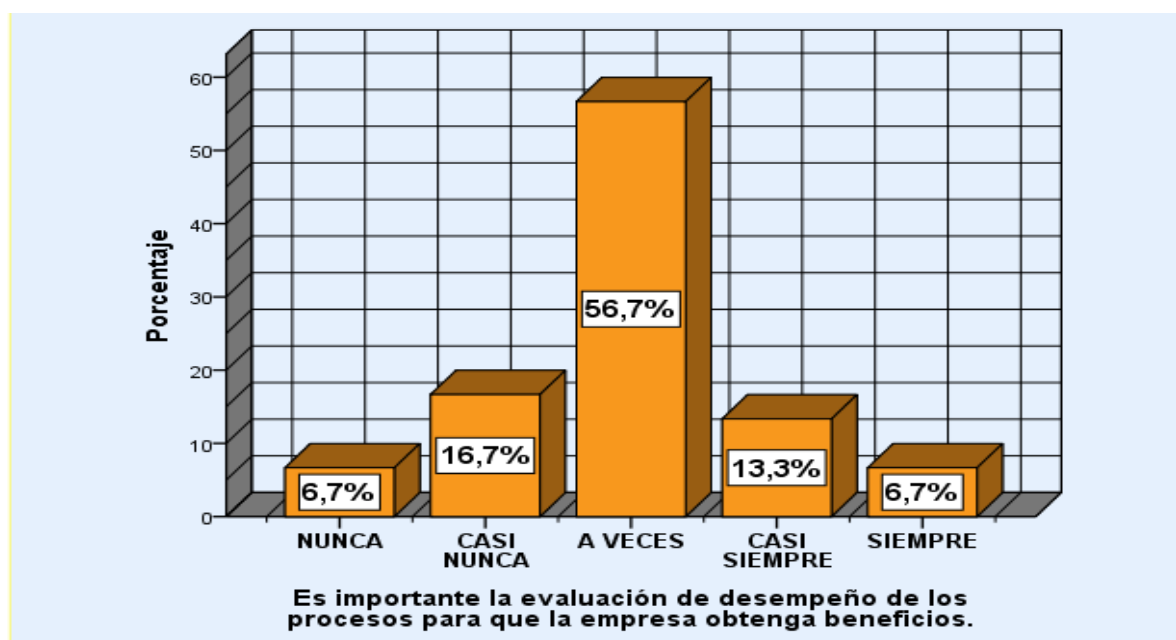


Figura 18. *Es importante la evaluación de desempeño de los procesos para que la empresa obtenga beneficios.*

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 56.7% de encuestados respondieron que a veces es importante la evaluación de desempeño de los procesos para que la empresa obtenga beneficios.

Tabla 25

Una óptima gestión en la organización es determinante para evaluar y medir los estándares de calidad de una empresa.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	6	20,0	20,0	20,0
CASI NUNCA	5	16,7	16,7	36,7
A VECES	7	23,3	23,3	60,0
CASI SIEMPRE	9	30,0	30,0	90,0
SIEMPRE	3	10,0	10,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

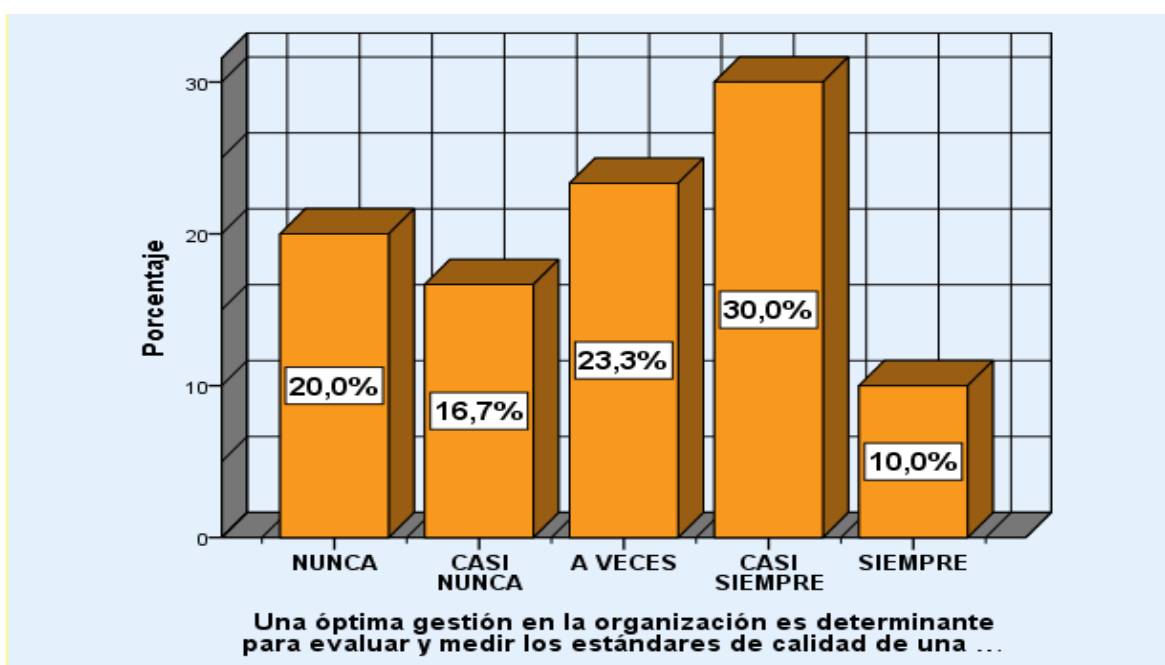


Figura 19. Una óptima gestión en la organización es determinante para evaluar y medir los estándares de calidad de una empresa.

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 30% de encuestados respondieron que casi siempre una óptima gestión en la organización es determinante para evaluar y medir los estándares de calidad de una empresa.

Tabla 26

La planificación de la gestión de calidad ayuda a incrementar la rentabilidad en la empresa.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	1	3,3	3,3	3,3
CASI NUNCA	6	20,0	20,0	23,3
A VECES	17	56,7	56,7	80,0
CASI SIEMPRE	3	10,0	10,0	90,0
SIEMPRE	3	10,0	10,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

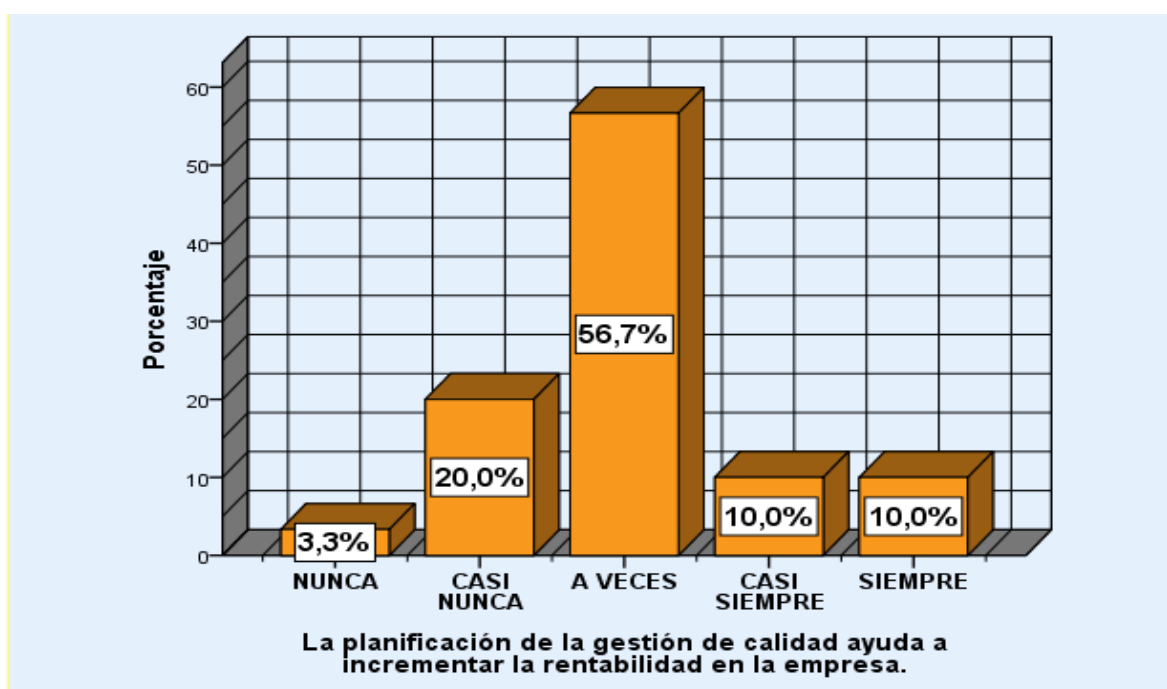


Figura 20. *La planificación de la gestión de calidad ayuda a incrementar la rentabilidad en la empresa.*

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 56.7% de encuestados respondieron que a veces la planificación de la gestión de calidad ayuda a incrementar la rentabilidad en la empresa.

Tabla 27

Una eficiente administración en la dirección, hará efectiva todo lo planeado en la empresa.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
NUNCA	4	13,3	13,3	13,3
CASI NUNCA	10	33,3	33,3	46,7
A VECES	8	26,7	26,7	73,3
CASI SIEMPRE	6	20,0	20,0	93,3
SIEMPRE	2	6,7	6,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

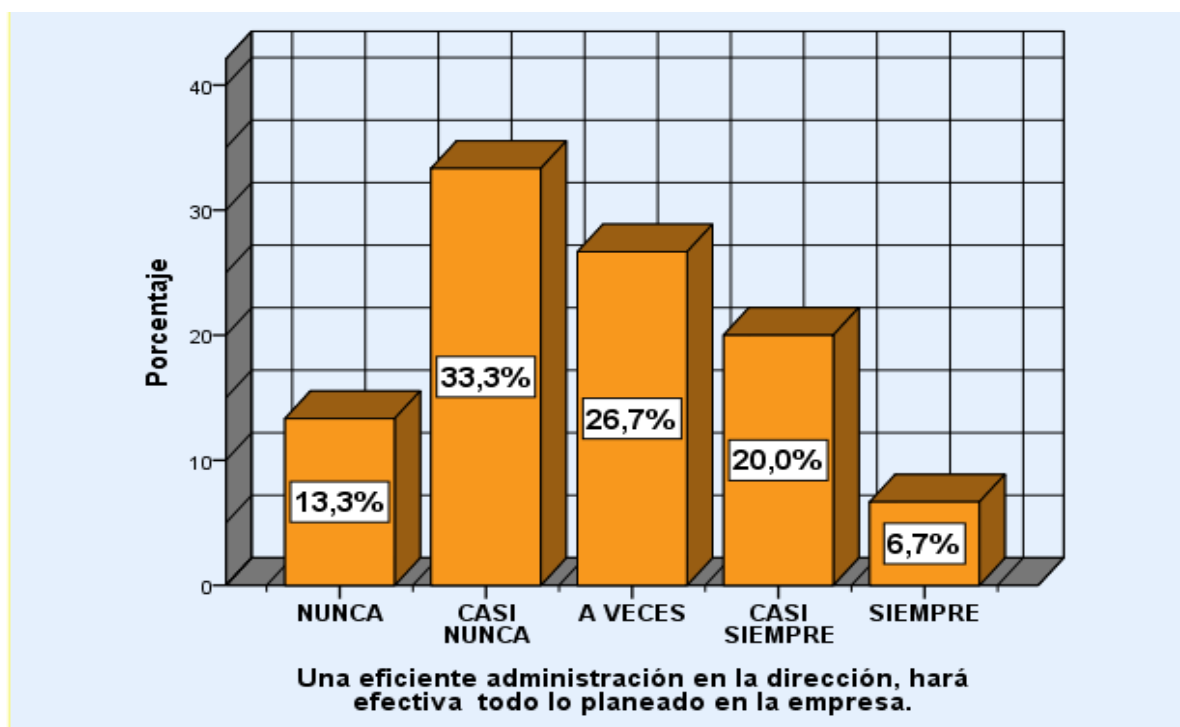


Figura 21. Una eficiente administración en la dirección, hará efectiva todo lo planeado en la empresa.

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 33.3% de encuestados respondieron que casi nunca una eficiente administración en la dirección, hará efectiva todo lo planeado en la empresa.

Tabla 28

El control de calidad es importante para una producción con cero defectos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	5	16,7	16,7	16,7
CASI NUNCA	7	23,3	23,3	40,0
A VECES	8	26,7	26,7	66,7
CASI SIEMPRE	6	20,0	20,0	86,7
SIEMPRE	4	13,3	13,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

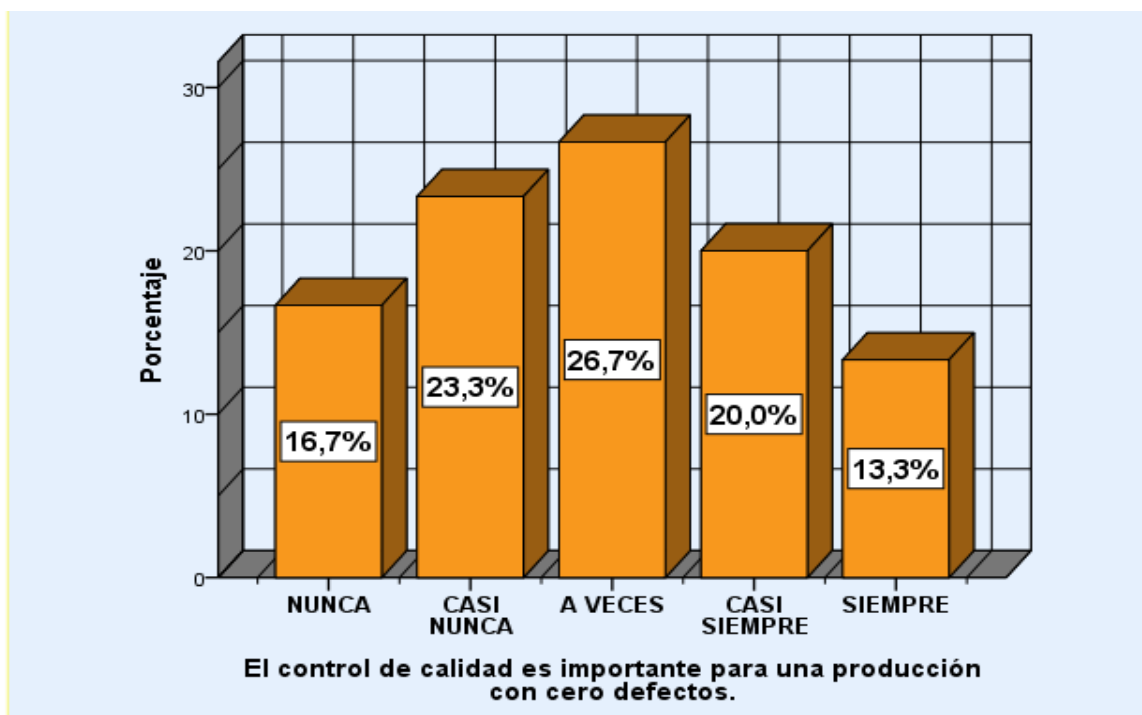


Figura 22. El control de calidad es importante para una producción con cero defectos.

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 26.7% de encuestados respondieron que a veces el control de calidad es importante para una producción con cero defectos.

Tabla 29

La gestión de calidad nos conduce al aseguramiento de la buena calidad de un producto en una organización.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	5	16,7	16,7	16,7
CASI NUNCA	4	13,3	13,3	30,0
A VECES	11	36,7	36,7	66,7
Válido CASI SIEMPRE	5	16,7	16,7	83,3
SIEMPRE	5	16,7	16,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

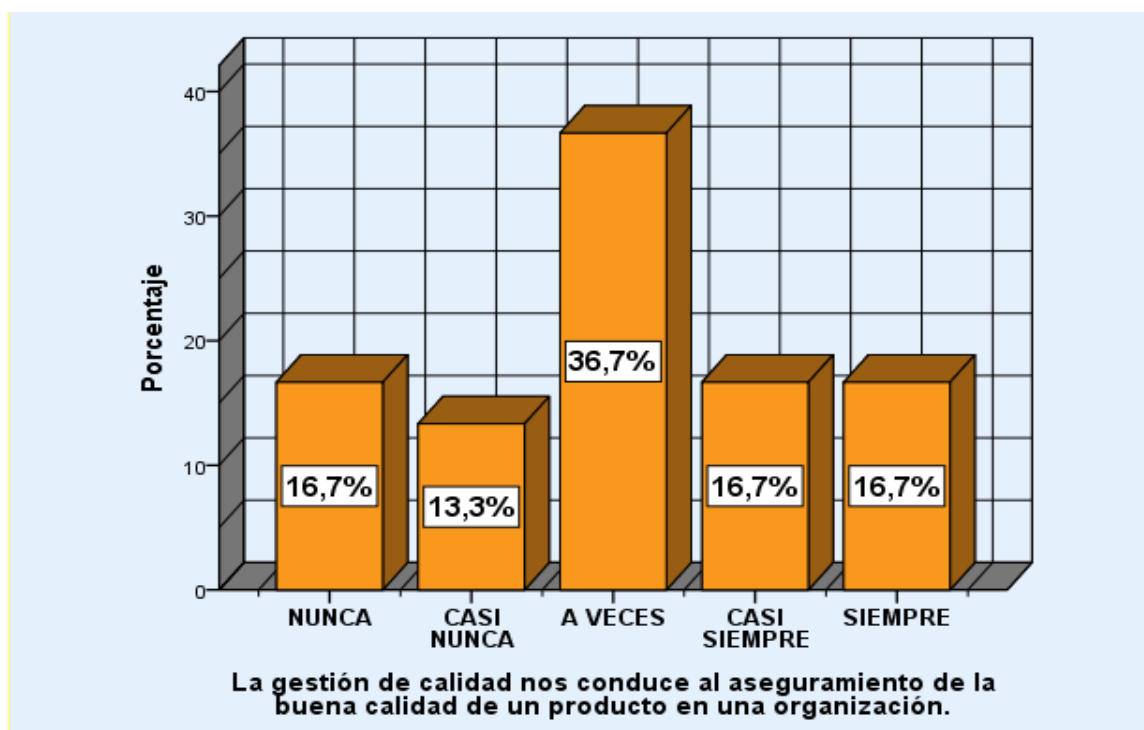


Figura 23. *La gestión de calidad nos conduce al aseguramiento de la buena calidad de un producto en una organización.*

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 36.7% de encuestados respondieron que a veces la gestión de calidad nos conduce al aseguramiento de la buena calidad de un producto en una organización.

Tabla 30

La certificación ISO 9000: 2000 asegura que el sistema de gestión de calidad de la organización garantiza la calidad de los productos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	5	16,7	16,7
	CASI NUNCA	10	33,3	50,0
	A VECES	4	13,3	63,3
	CASI SIEMPRE	2	6,7	70,0
	SIEMPRE	9	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0

Fuente SPSS Vs. 23.

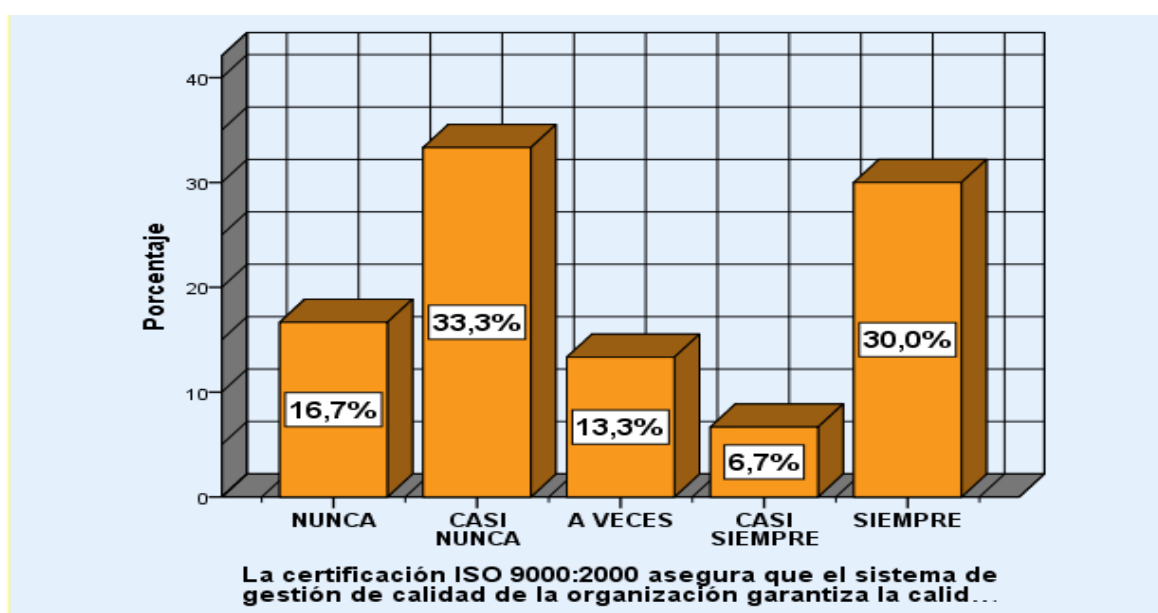


Figura 24. La certificación ISO 9000: 2000 asegura que el sistema de gestión de calidad de la organización garantiza la calidad de los productos.

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 33.3% de encuestados respondieron que casi nunca la certificación ISO 9000: 2000 asegura que el sistema de gestión de calidad de la organización garantiza la calidad de los productos.

Tabla 31

La realización de un producto debe planificarse bajo ciertos estándares de calidad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	6	20,0	20,0	20,0
CASI NUNCA	4	13,3	13,3	33,3
A VECES	5	16,7	16,7	50,0
CASI SIEMPRE	10	33,3	33,3	83,3
SIEMPRE	5	16,7	16,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

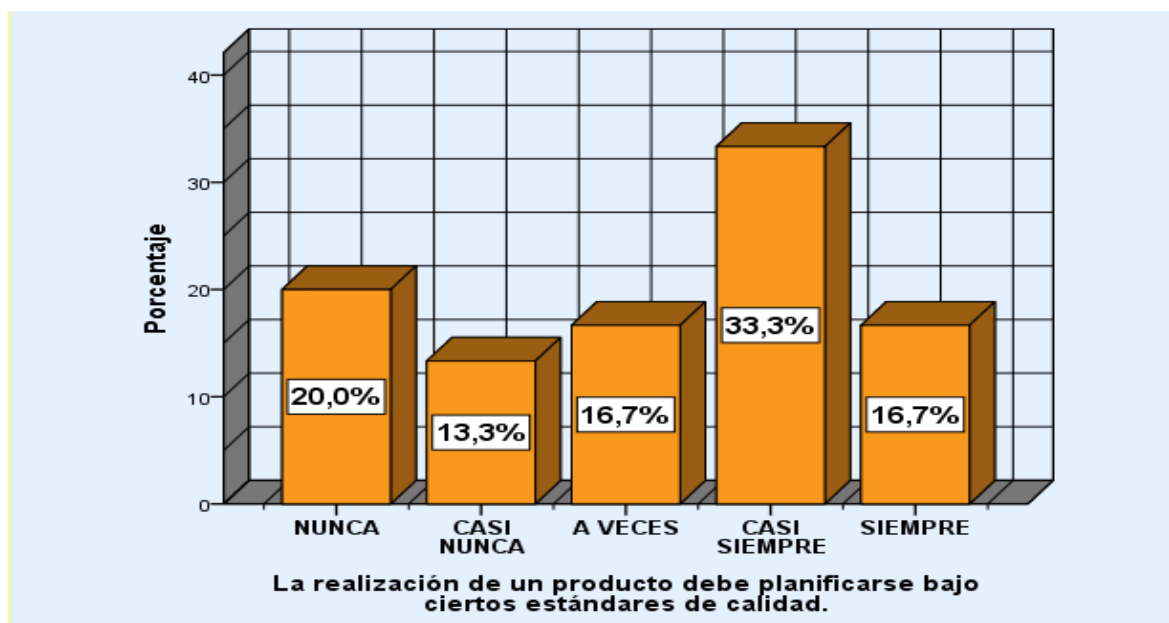


Figura 25. La realización de un producto debe planificarse bajo ciertos estándares de calidad.

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 33.3% de encuestados respondieron que casi siempre la realización de un producto debe planificarse bajo ciertos estándares de calidad.

El comité de calidad debe estar apoyado e integrado por la dirección de la empresa.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	6	20,0	20,0	20,0
CASI NUNCA	9	30,0	30,0	50,0
A VECES	6	20,0	20,0	70,0
CASI SIEMPRE	6	20,0	20,0	90,0
SIEMPRE	3	10,0	10,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

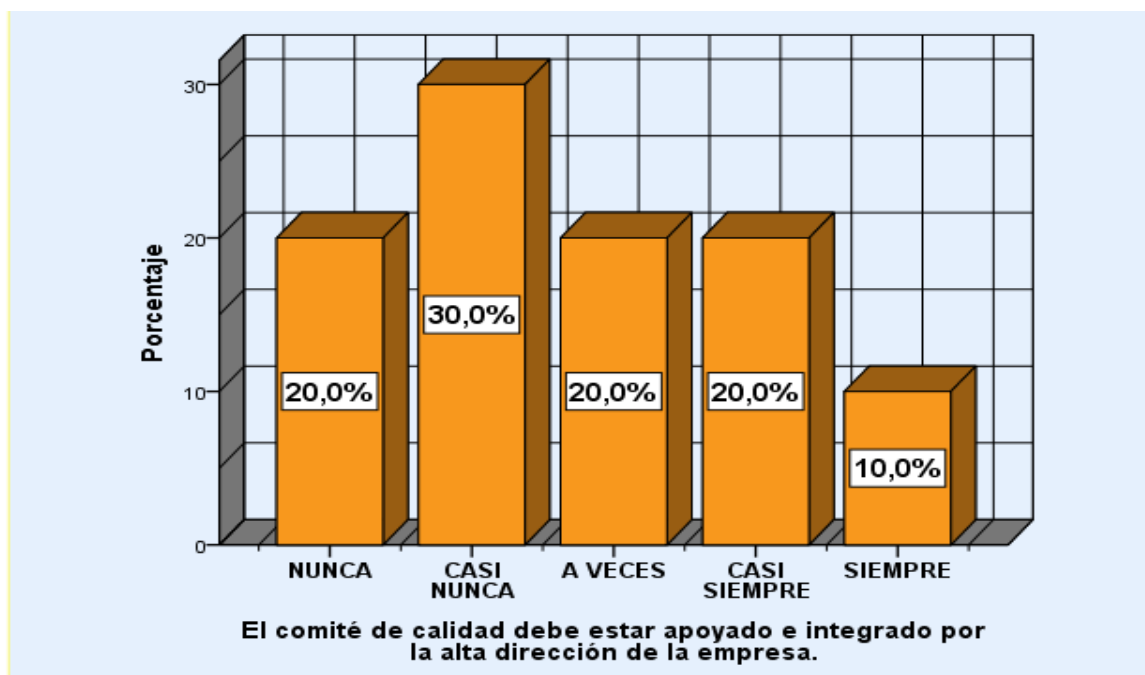


Figura 26. *El comité de calidad debe estar apoyado e integrado por la dirección de la empresa.*

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 30% de encuestados respondieron que casi nunca el comité de calidad debe estar apoyado e integrado por la dirección de la empresa.

Tabla 33

La responsabilidad de la dirección está cubierta en la norma 9001:2000.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	7	23,3	23,3	23,3
CASI NUNCA	10	33,3	33,3	56,7
A VECES	6	20,0	20,0	76,7
CASI SIEMPRE	2	6,7	6,7	83,3
SIEMPRE	5	16,7	16,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

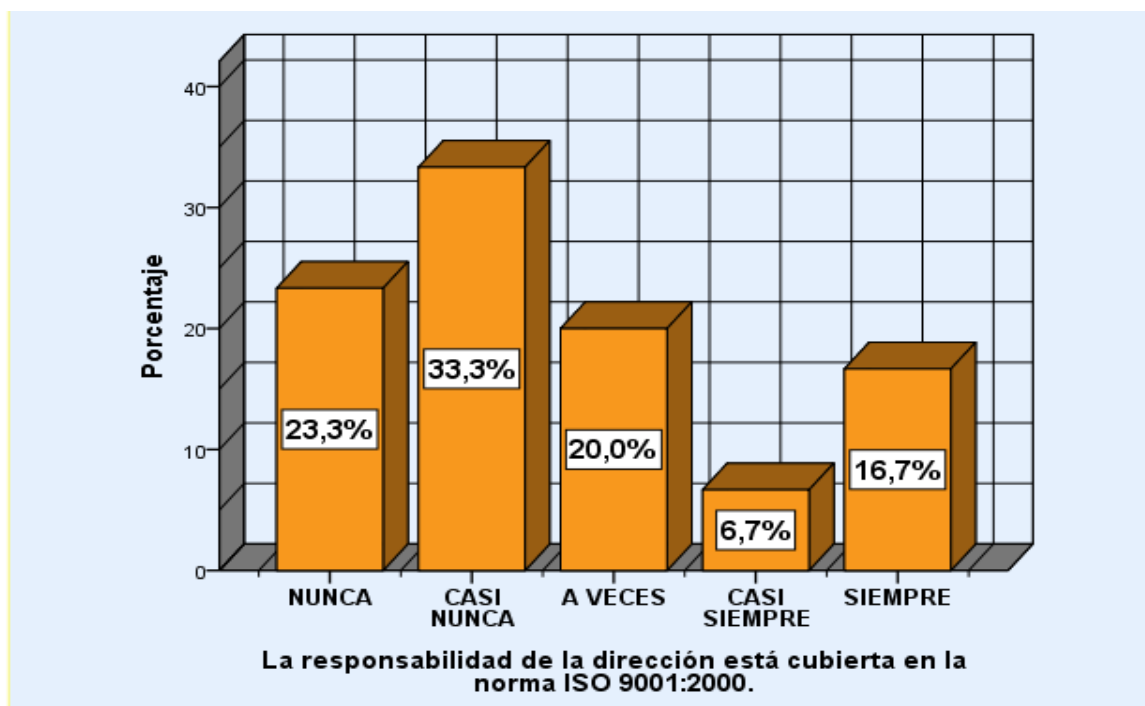


Figura 27. La responsabilidad de la dirección está cubierta en la norma 9001:2000.

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 33.3% de encuestados respondieron que casi nunca la responsabilidad de la dirección está cubierta en la norma 9001:2000.

El uso del diagrama de causa – efecto dentro de una organización disminuye los riesgos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	6	20,0	20,0	20,0
CASI NUNCA	3	10,0	10,0	30,0
A VECES	8	26,7	26,7	56,7
CASI SIEMPRE	7	23,3	23,3	80,0
SIEMPRE	6	20,0	20,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

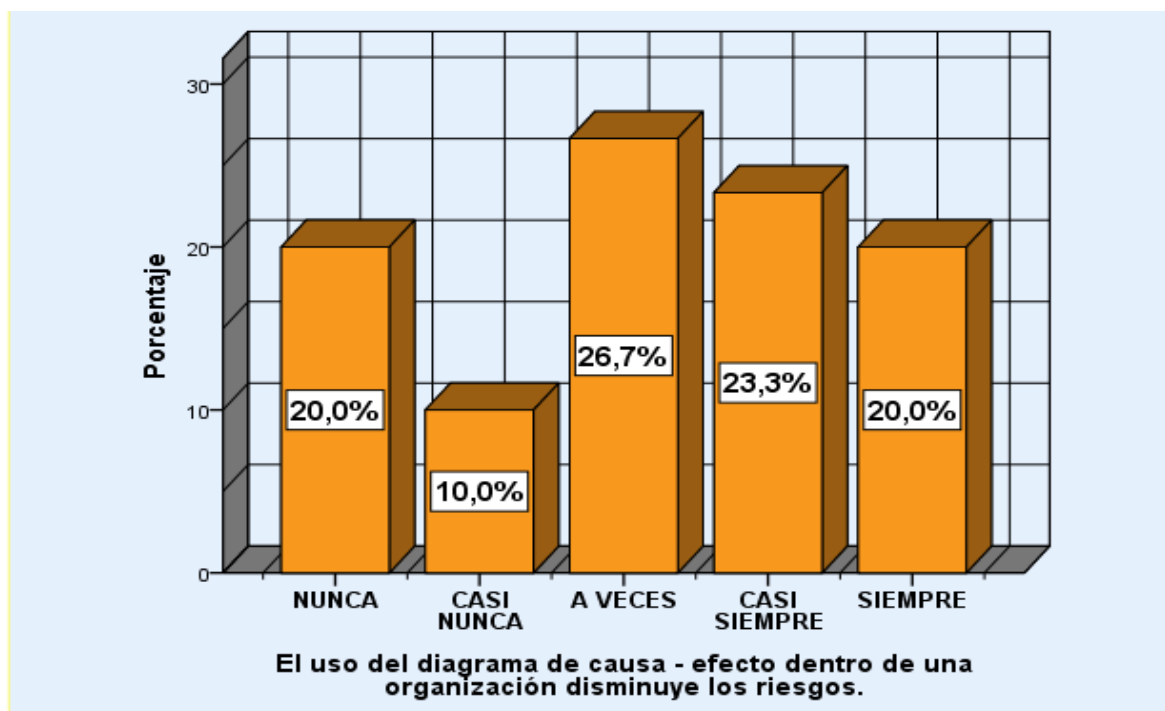


Figura 28. El uso del diagrama de causa – efecto dentro de una organización disminuye los riesgos.

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 26.7% de encuestados respondieron que a veces el uso del diagrama de causa – efecto dentro de una organización disminuye los riesgos.

Tabla 35

La plantilla de inspección ayuda a un resultado eficaz dentro de la empresa.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	7	23,3	23,3	23,3
CASI NUNCA	7	23,3	23,3	46,7
A VECES	7	23,3	23,3	70,0
CASI SIEMPRE	4	13,3	13,3	83,3
SIEMPRE	5	16,7	16,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

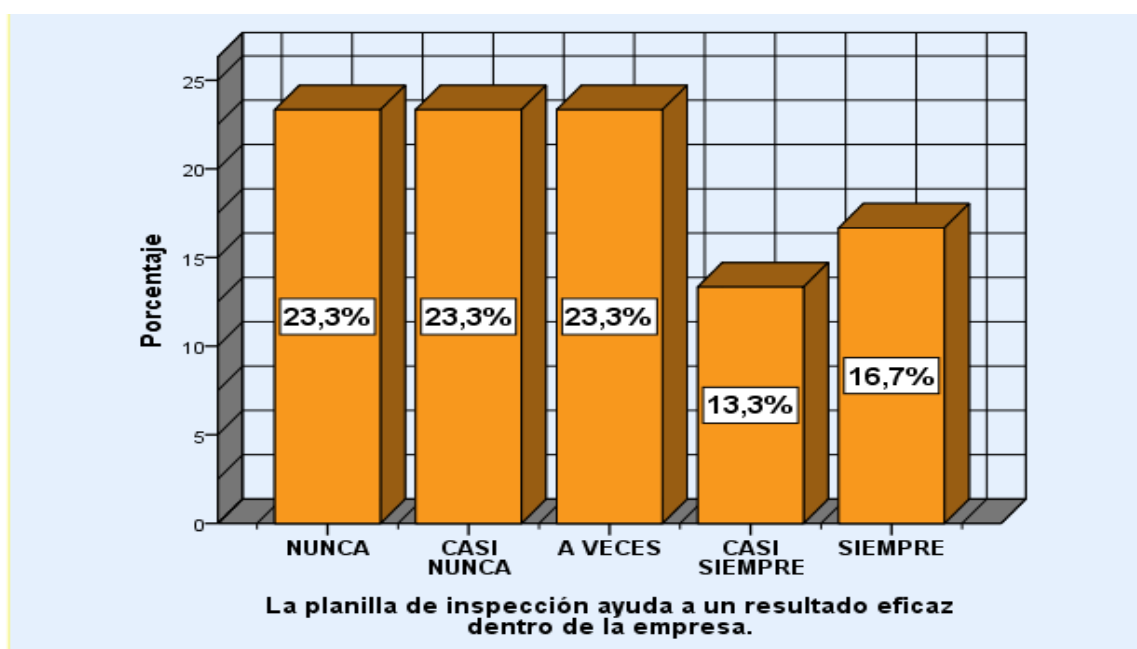


Figura 29. La planilla de inspección ayuda a un resultado eficaz dentro de la empresa.

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 23.3% de encuestados respondieron que a veces la planilla de inspección ayuda a un resultado eficaz dentro de la empresa.

Tabla 36

Para simplificar procesos del producto el uso de diagrama de flujo.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
	NUNCA	10	33,3	33,3
	CASI NUNCA	5	16,7	50,0
	A VECES	6	20,0	70,0
	CASI SIEMPRE	5	16,7	86,7
	SIEMPRE	4	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0

Fuente SPSS Vs. 23.

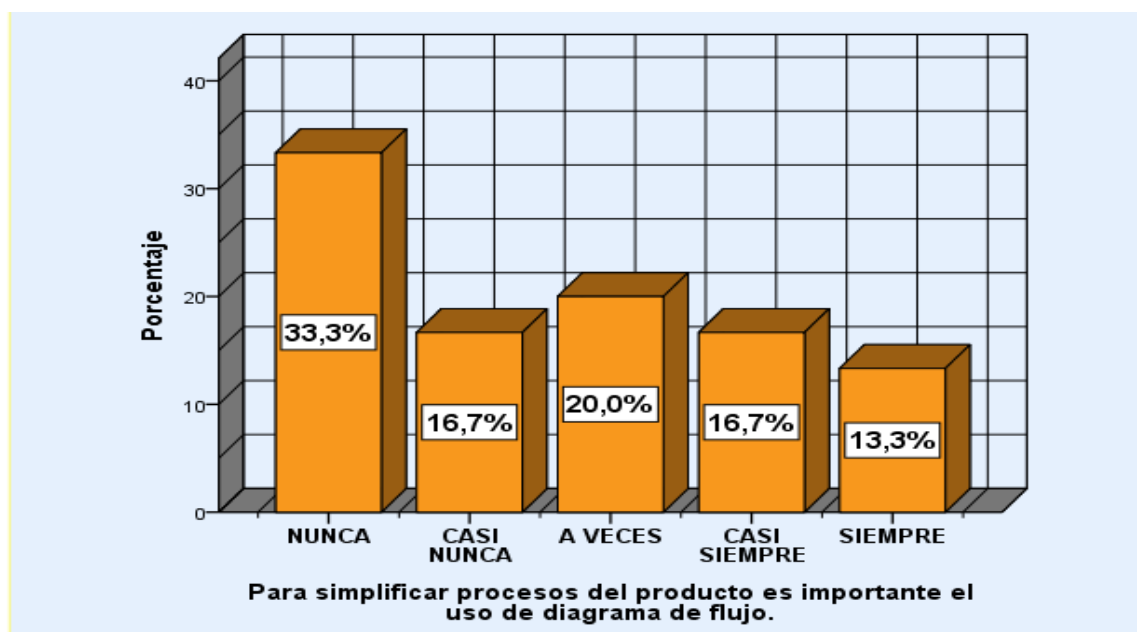


Figura 30. Para simplificar procesos del producto el uso de diagrama de flujo.

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 33.3% de encuestados respondieron que nunca para simplificar procesos del producto el uso de diagrama de flujo.

Tabla 37

La planilla de inspección facilita la recolección y verificación de datos para un mejor control.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	6	20,0	20,0	20,0
CASI NUNCA	6	20,0	20,0	40,0
Válido A VECES	12	40,0	40,0	80,0
CASI SIEMPRE	6	20,0	20,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

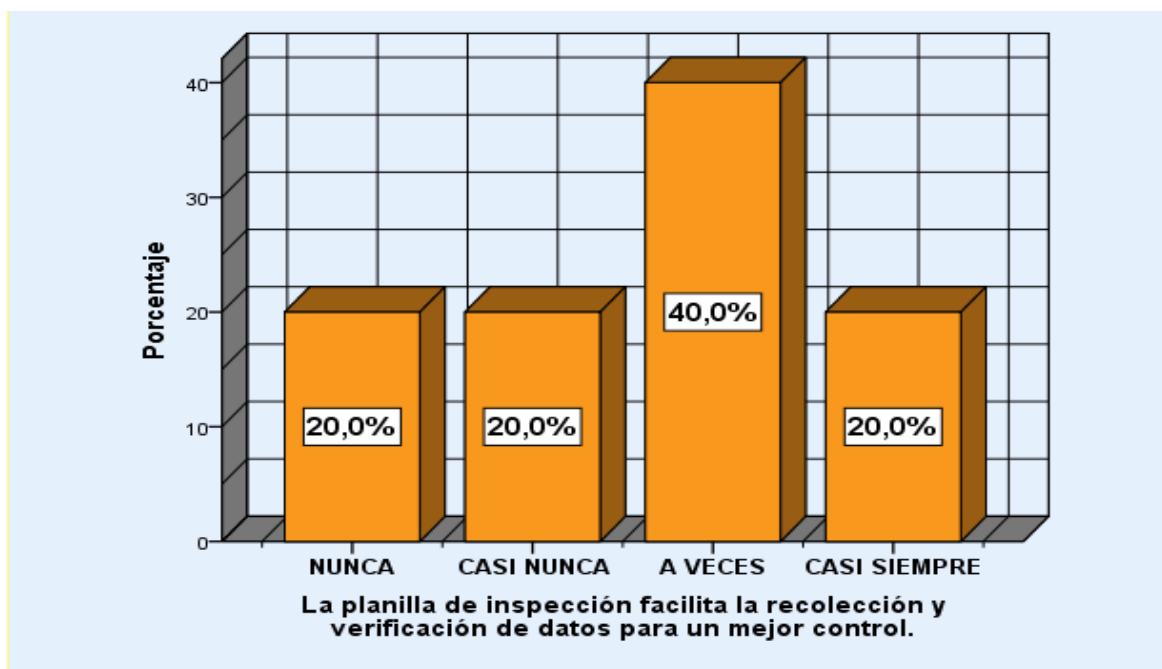


Figura 31. La planilla de inspección facilita la recolección y verificación de datos para un mejor control.

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 40% de encuestados respondieron que a veces la planilla de inspección facilita la recolección y verificación de datos para un mejor control.

Tabla 38

Se puede analizar las causas de una no conformidad a través de un esquema de causa – efecto.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	CASI NUNCA	6	20,0	20,0
	A VECES	15	50,0	70,0
Válido	CASI SIEMPRE	6	20,0	90,0
	SIEMPRE	3	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0

Fuente SPSS Vs. 23.

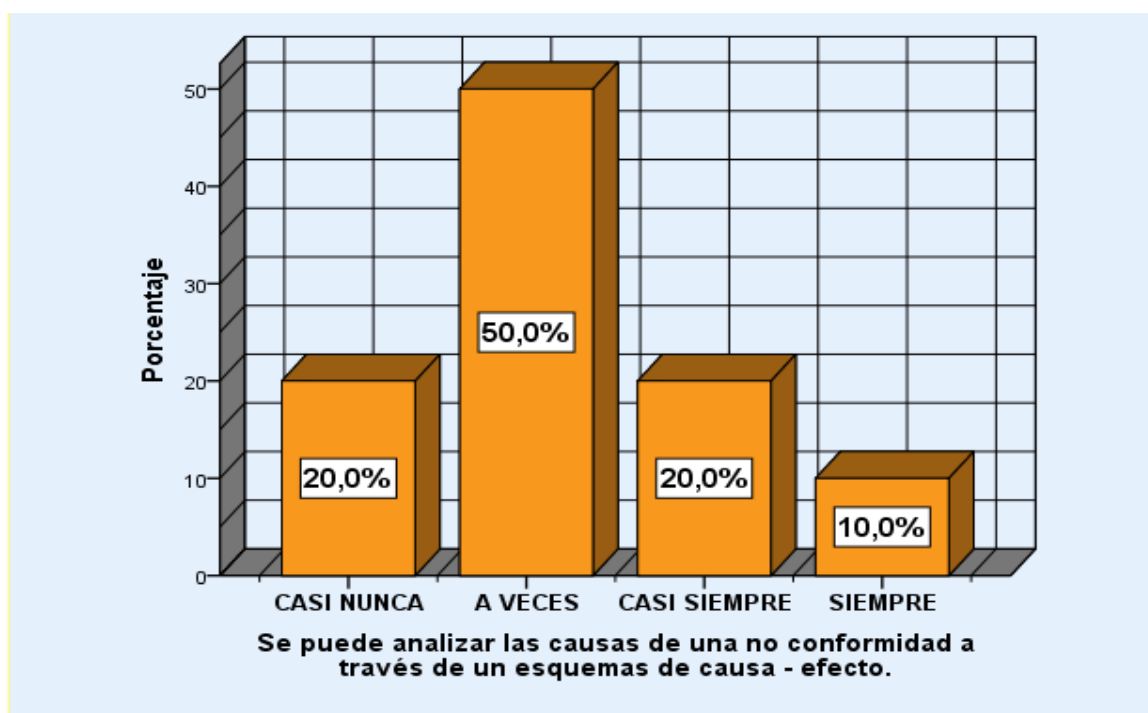


Figura 32. Se puede analizar las causas de una no conformidad a través de un esquema de causa – efecto.

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 50% de encuestados respondieron que a veces se puede analizar las causas de una no conformidad a través de un esquema de causa – efecto.

Tabla 39

Los gráficos de barra sirven para analizar la situación y comportamiento de la empresa.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	7	23,3	23,3	23,3
CASI NUNCA	7	23,3	23,3	46,7
Válid A VECES	6	20,0	20,0	66,7
CASI SIEMPRE	4	13,3	13,3	80,0
SIEMPRE	6	20,0	20,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

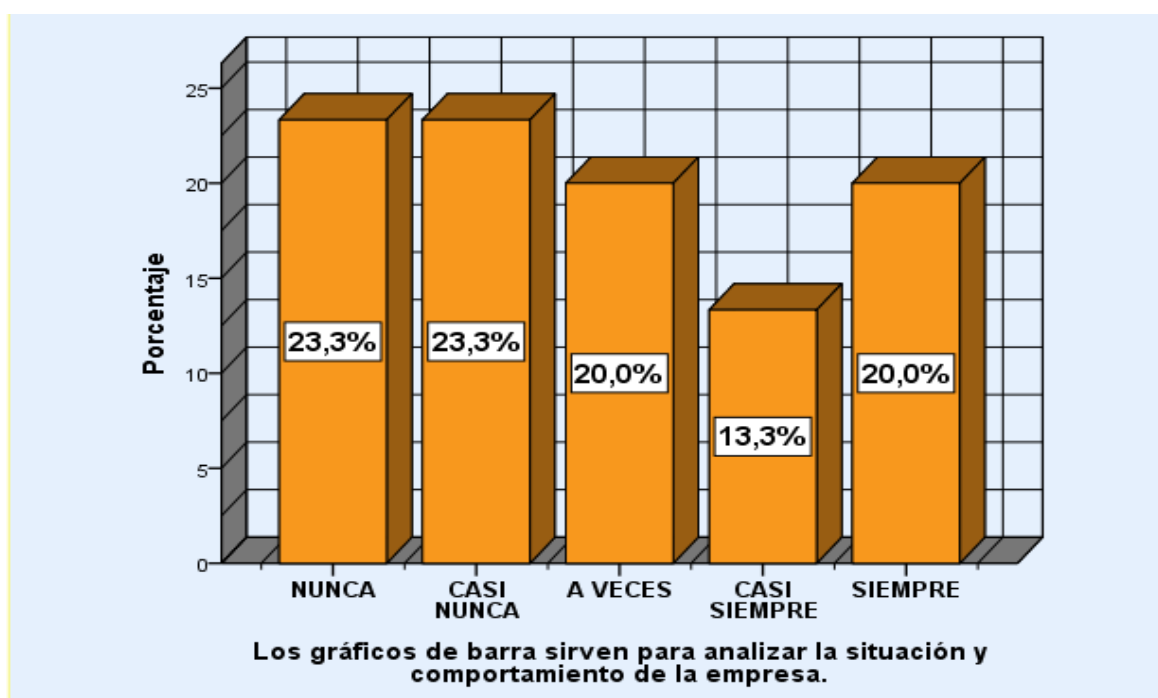


Figura 33. Los gráficos de barra sirven para analizar la situación y comportamiento de la empresa.

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 23,3% de encuestados respondieron que casi nunca. Los gráficos de barra sirven para analizar la situación y comportamiento de la empresa.

Tabla 40

La herramienta de diagrama de flujo es utilizada para mejorar el diseño de los productos y los procesos de producción.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	6	20,0	20,0	20,0
CASI NUNCA	8	26,7	26,7	46,7
A VECES	9	30,0	30,0	76,7
CASI SIEMPRE	2	6,7	6,7	83,3
SIEMPRE	5	16,7	16,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

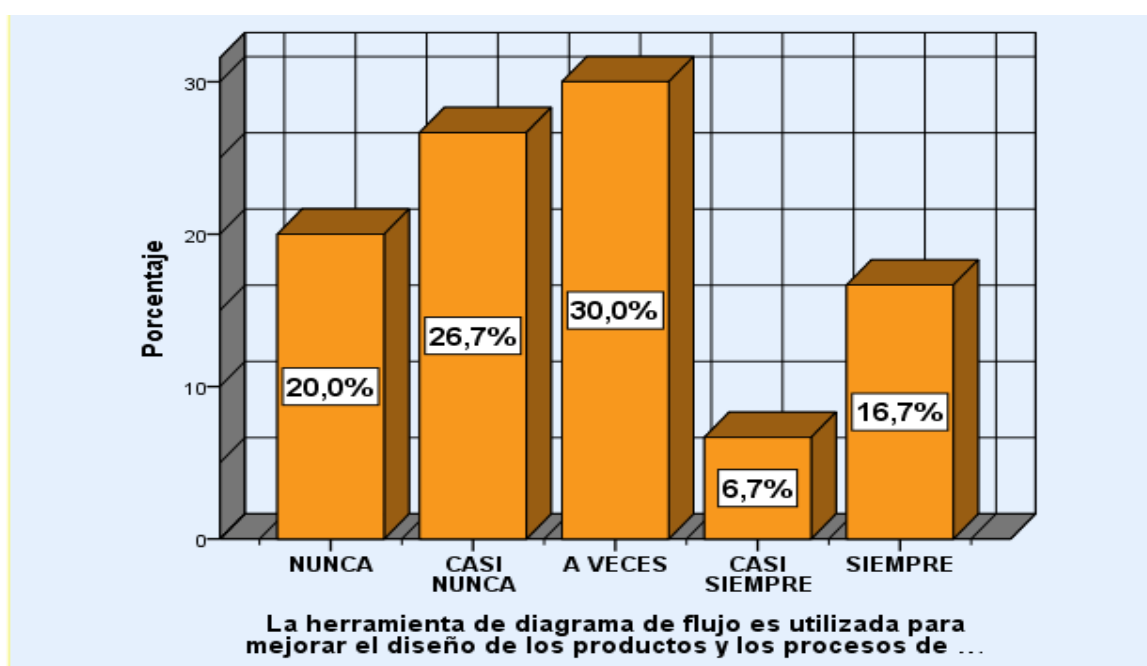


Figura 34. La herramienta de diagrama de flujo es utilizada para mejorar el diseño de los productos y los procesos de producción.

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 30% de encuestados respondieron que a veces la herramienta de diagrama de flujo es utilizada para mejorar el diseño de los productos y los procesos de producción.

El gráfico de control nos muestra los límites de control preestablecidos para los procesos marchan bien.

Fuente SPSS Vs. 23.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	3	10,0	10,0	10,0
CASI NUNCA	7	23,3	23,3	33,3
A VECES	8	26,7	26,7	60,0
CASI SIEMPRE	6	20,0	20,0	80,0
SIEMPRE	6	20,0	20,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

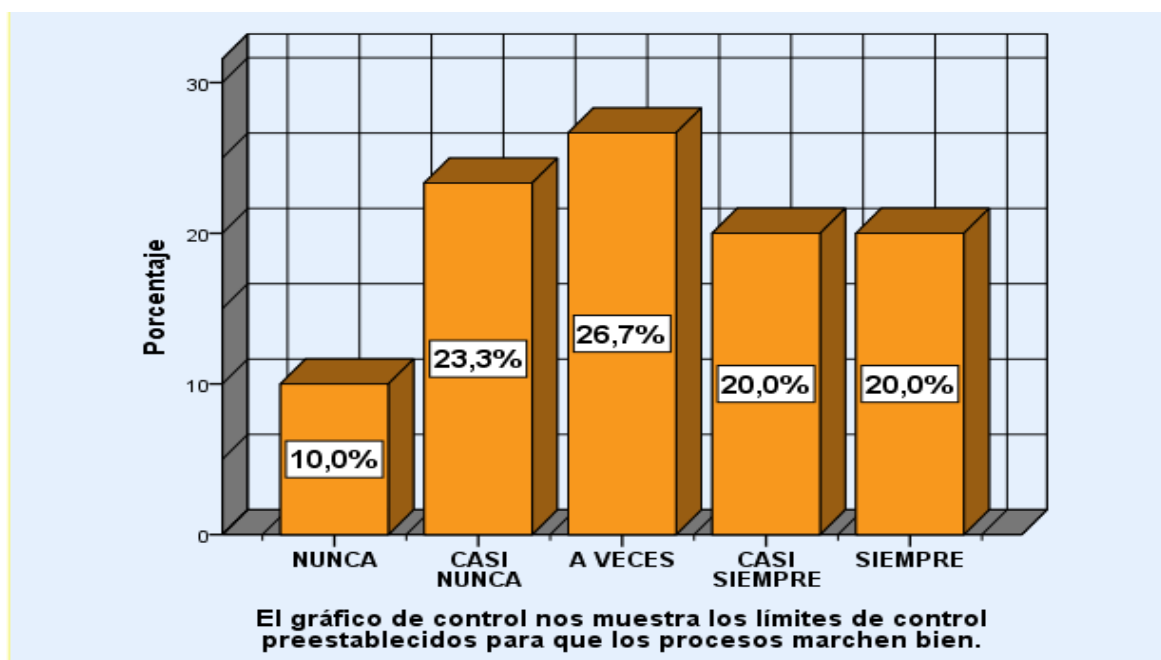


Figura 35. El gráfico de control nos muestra los límites de control preestablecidos para los procesos marchan bien.

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 26.7% de encuestados respondieron que a veces el gráfico de control nos muestra los límites de control preestablecidos para los procesos marchan bien.

Tabla 42

Los ratios financieros ayudan a tomar decisiones eficaces.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid	NUNCA	4	13,3	13,3
	CASI NUNCA	7	23,3	36,7
	A VECES	15	50,0	86,7
	CASI SIEMPRE	4	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0

Fuente SPSS Vs. 23.

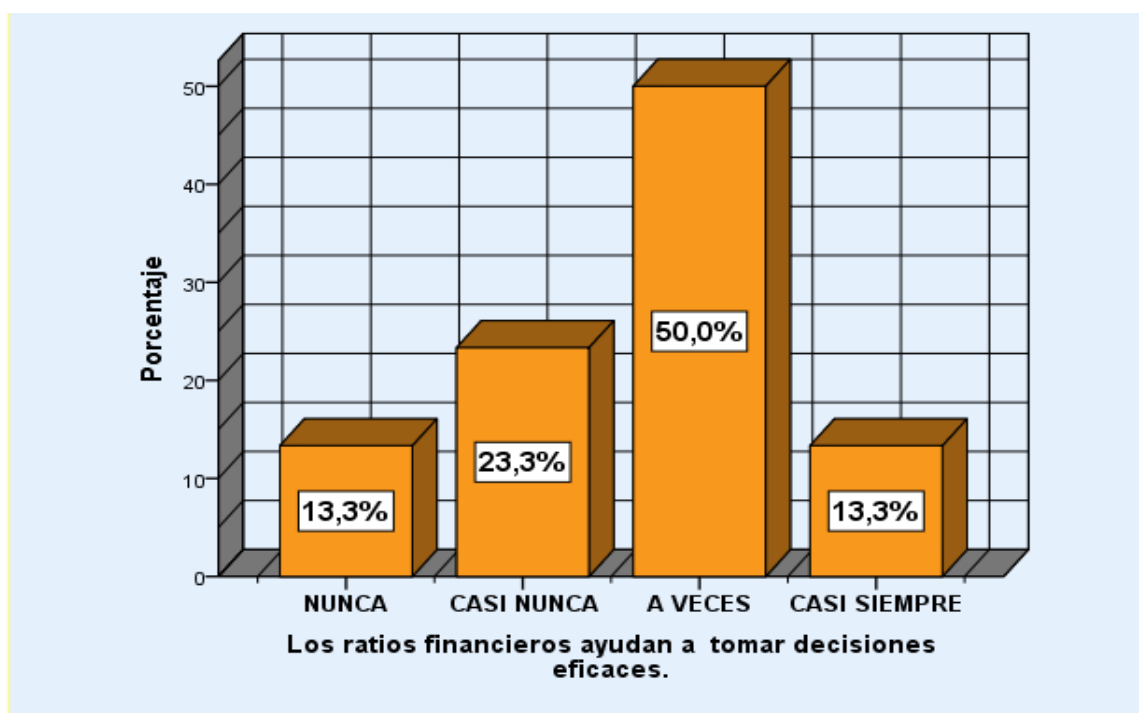


Figura 36. Los ratios financieros ayudan a tomar decisiones eficaces.

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 50% de encuestados respondieron que a veces los ratios financieros ayudan a tomar decisiones eficaces.

Tabla 43

El margen de utilidad se mide en función a las ventas de la empresa.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	3	10,0	10,0	10,0
CASI NUNCA	7	23,3	23,3	33,3
Válido A VECES	19	63,3	63,3	96,7
CASI SIEMPRE	1	3,3	3,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

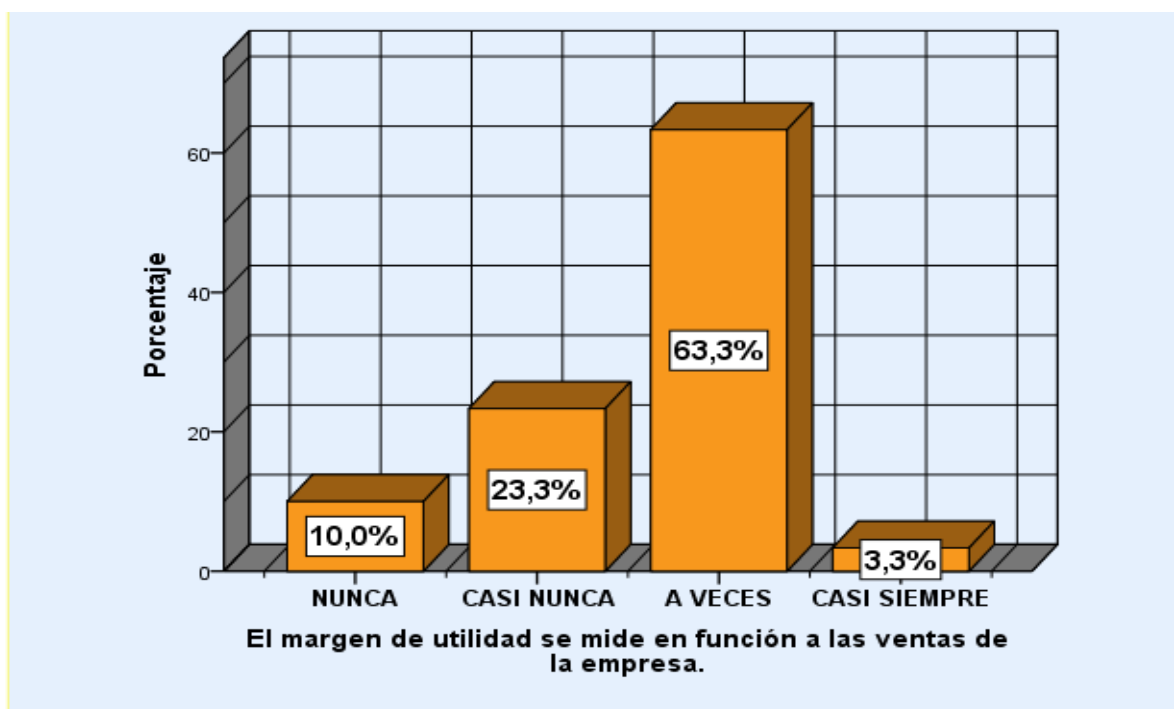


Figura 37. El margen de utilidad se mide en función a las ventas de la empresa.

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 63.3% de encuestados respondieron que a veces el margen de utilidad se mide en función a las ventas de la empresa.

Tabla 44

Elevar los precios en los productos influye en incrementar la ganancia.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	6	20,0	20,0	20,0
CASI NUNCA	7	23,3	23,3	43,3
A VECES	12	40,0	40,0	83,3
CASI SIEMPRE	4	13,3	13,3	96,7
SIEMPRE	1	3,3	3,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

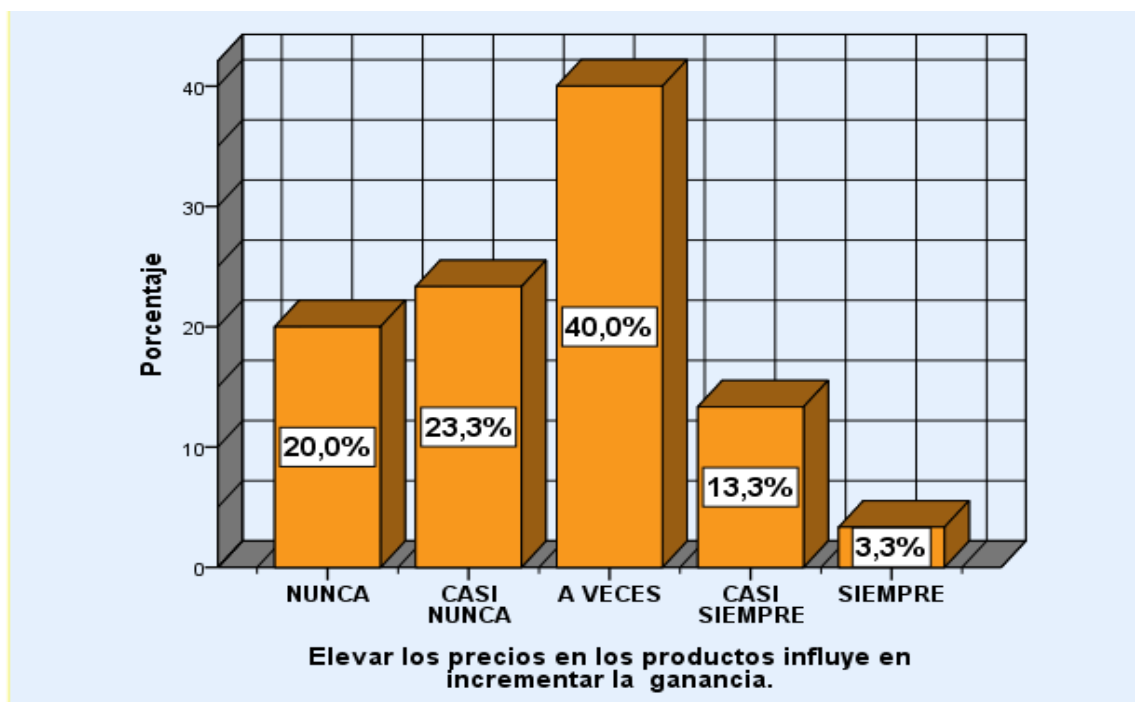


Figura 38. Elevar los precios en los productos influye en incrementar la ganancia.

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 40% de encuestados respondieron que a veces elevar los precios en los productos influye en incrementar la ganancia.

Tabla 45

Los ratios de rentabilidad miden con que eficacia la administración de la empresa genera utilidades.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	8	26,7	26,7	26,7
A VECES	15	50,0	50,0	76,7
Válido CASI SIEMPRE	7	23,3	23,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

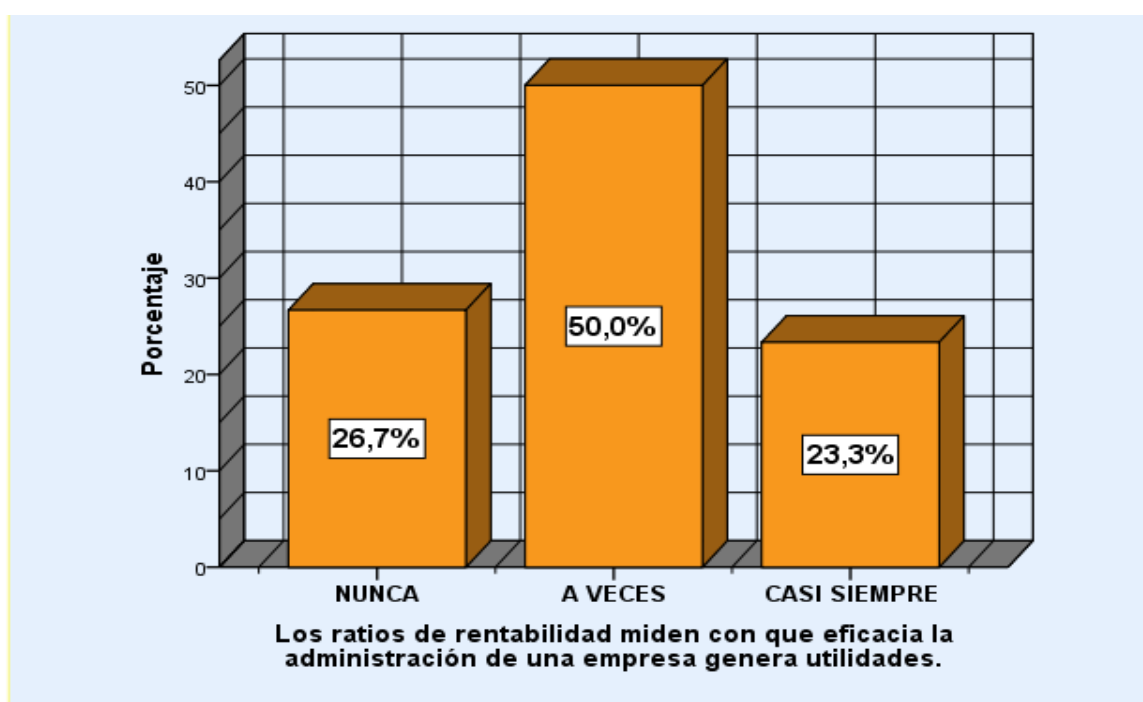


Figura 39. Los ratios de rentabilidad miden con que eficacia la administración de la empresa genera utilidades.

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 50% de encuestados respondieron que a veces los ratios de rentabilidad miden con que eficacia la administración de la empresa genera utilidades.

Tabla 46

El margen de utilidad en un índice que proporciona un entendimiento total de la empresa.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	4	13,3	13,3	13,3
CASI NUNCA	8	26,7	26,7	40,0
A VECES	11	36,7	36,7	76,7
CASI SIEMPRE	7	23,3	23,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

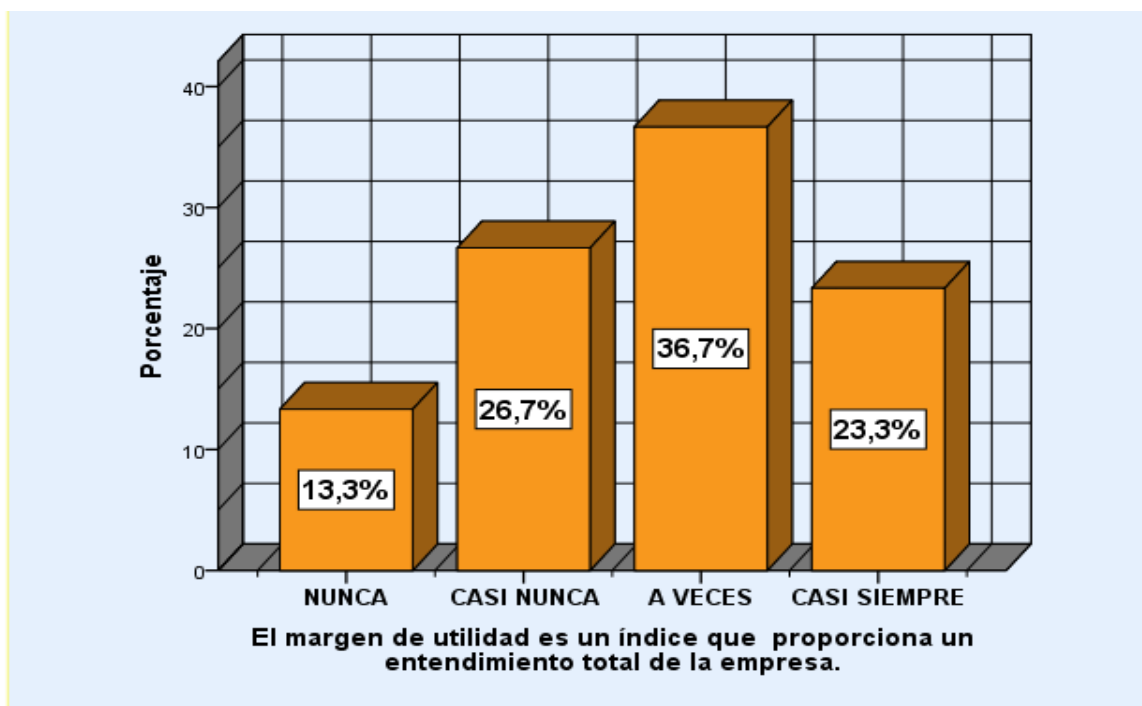


Figura 40. El margen de utilidad en un índice que proporciona un entendimiento total de la empresa.

Interpretación:

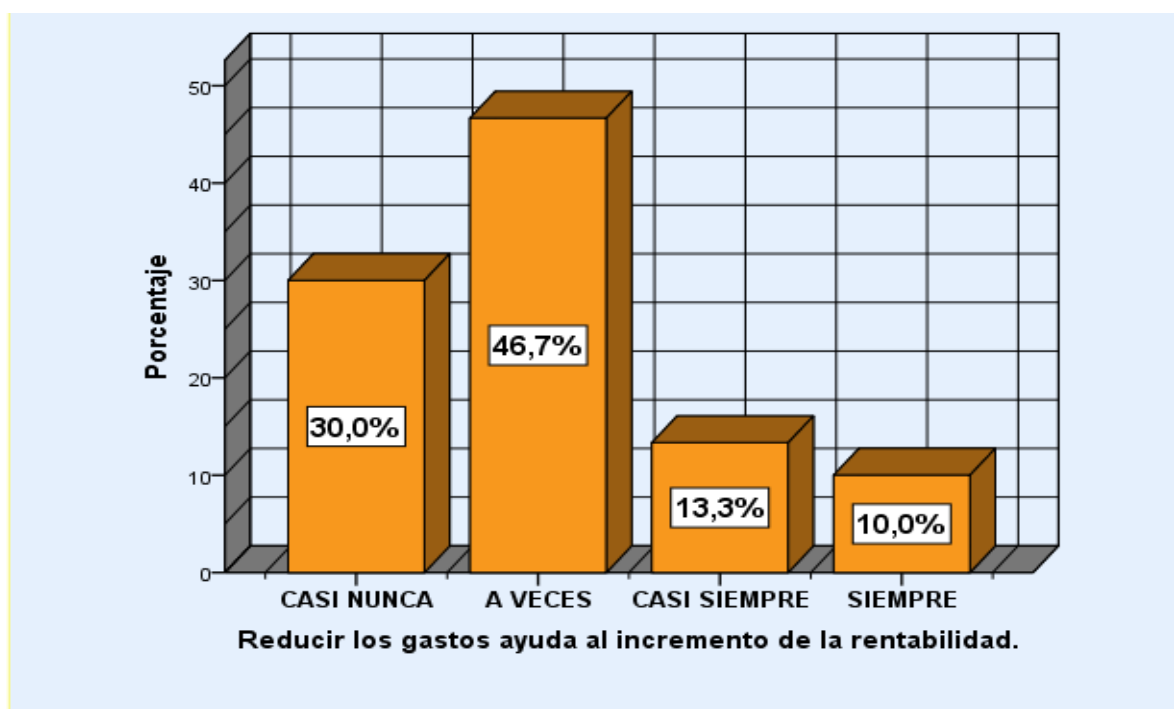
En mi muestra de 30 personas el 36.7% de encuestados respondieron que a veces el margen de utilidad en un índice que proporciona un entendimiento total de la empresa.

Tabla 47

Reducir los gastos ayuda al incremento de la rentabilidad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	9	30,0	30,0
	A VECES	14	46,7	76,7
	CASI SIEMPRE	4	13,3	90,0
	SIEMPRE	3	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0

Fuente SPSS Vs. 23.



Fuente 41. Reducir los gastos ayuda al incremento de la rentabilidad.

Interpretación:

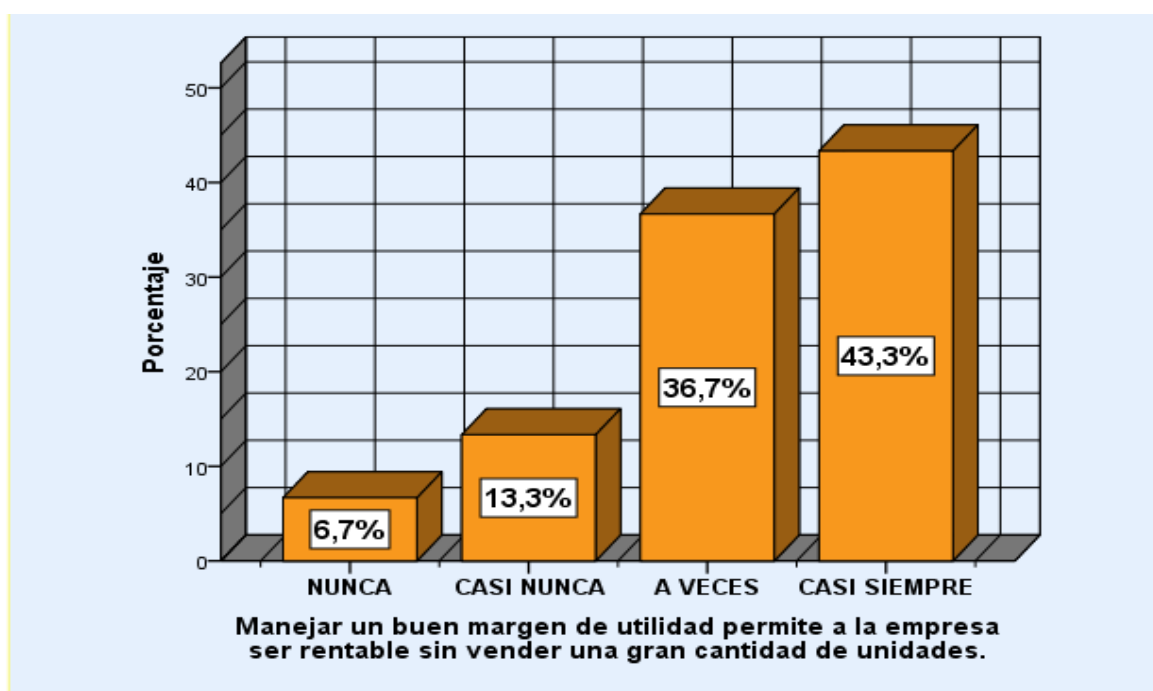
En mi muestra de 30 personas el 46.7% de encuestados respondieron que a veces reducir los gastos ayuda al incremento de la rentabilidad.

Tabla 48

Manejar un buen margen de utilidad permite a la empresa ser rentable sin vender una gran cantidad de unidades.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	2	6,7	6,7	6,7
CASI NUNCA	4	13,3	13,3	20,0
A VECES	11	36,7	36,7	56,7
CASI SIEMPRE	13	43,3	43,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.



Fuente 42. Manejar un buen margen de utilidad permite a la empresa ser rentable sin vender una gran cantidad de unidades.

Interpretación:

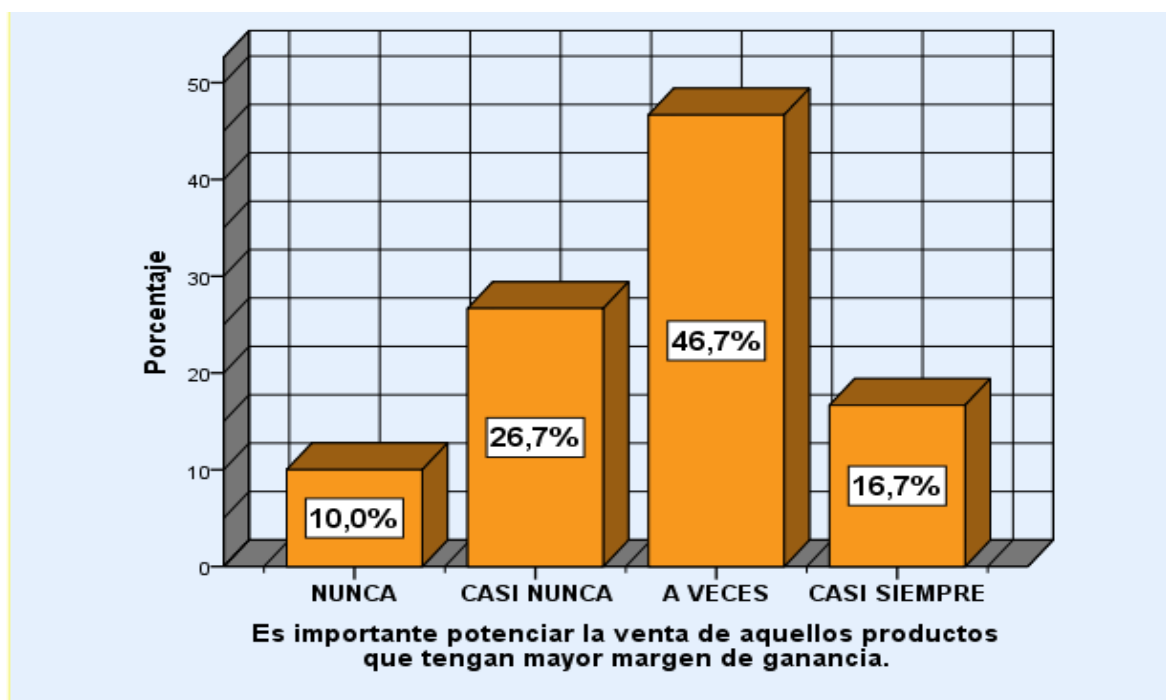
En mi muestra de 30 personas el 43.3% de encuestados respondieron que casi siempre manejar un buen margen de utilidad permite a la empresa ser rentable sin vender una gran cantidad de unidades.

Tabla 49

Es importante potenciar la venta de aquellos productos que tengan mayor margen de ganancia.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	3	10,0	10,0	10,0
CASI NUNCA	8	26,7	26,7	36,7
Válido A VECES	14	46,7	46,7	83,3
CASI SIEMPRE	5	16,7	16,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.



Fuente 43. *Es importante potenciar la venta de aquellos productos que tengan mayor margen de ganancia.*

Interpretación:

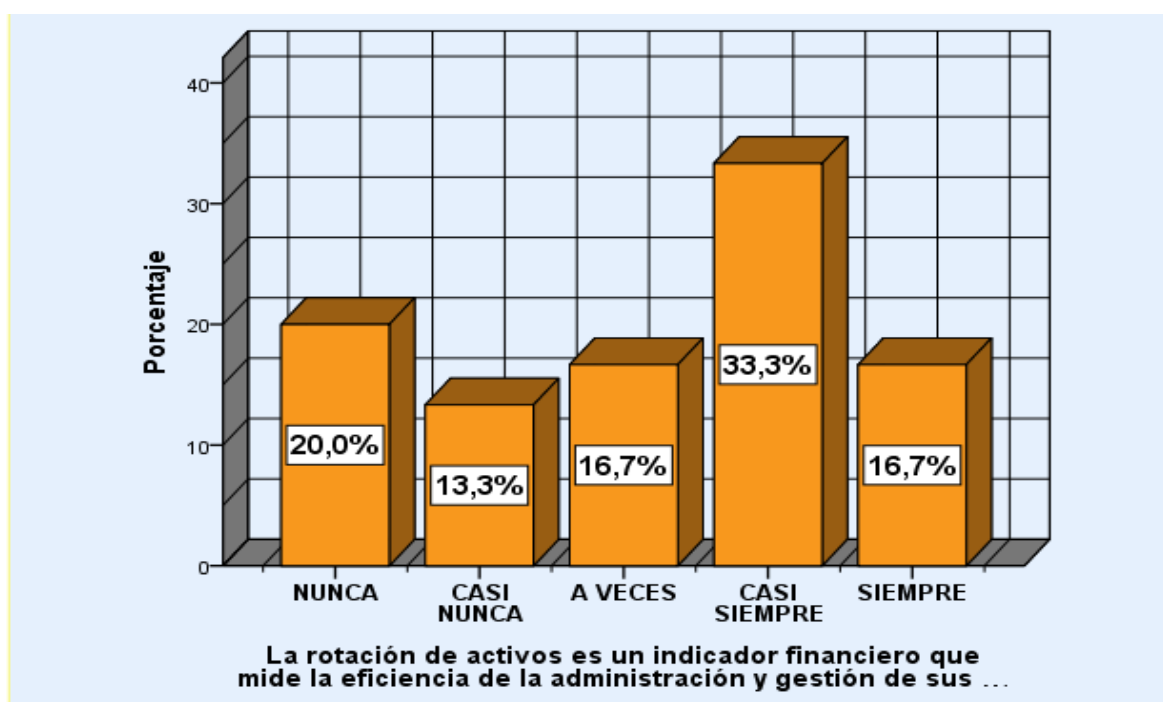
En mi muestra de 30 personas el 46.7% de encuestados respondieron que a veces es importante potenciar la venta de aquellos productos que tengan mayor margen de ganancia.

Tabla 50

La rotación de activos es un indicador financiero que mide la eficiencia de la administración y gestión de sus activos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	6	20,0	20,0
	CASI NUNCA	4	13,3	33,3
	A VECES	5	16,7	50,0
	CASI SIEMPRE	10	33,3	83,3
	SIEMPRE	5	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0

Fuente SPSS Vs. 23.



Fuente 44. *La rotación de activos es un indicador financiero que mide la eficiencia de la administración y gestión de sus activos.*

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 33.3% de encuestados respondieron que casi siempre la rotación de activos es un indicador financiero que mide la eficiencia de la administración y gestión de sus activos.

Tabla 51

Es importante conocer el nivel de rotación de los activos de la empresa.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	6	20,0	20,0	20,0
CASI NUNCA	9	30,0	30,0	50,0
A VECES	6	20,0	20,0	70,0
Válido CASI SIEMPRE	6	20,0	20,0	90,0
SIEMPRE	3	10,0	10,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

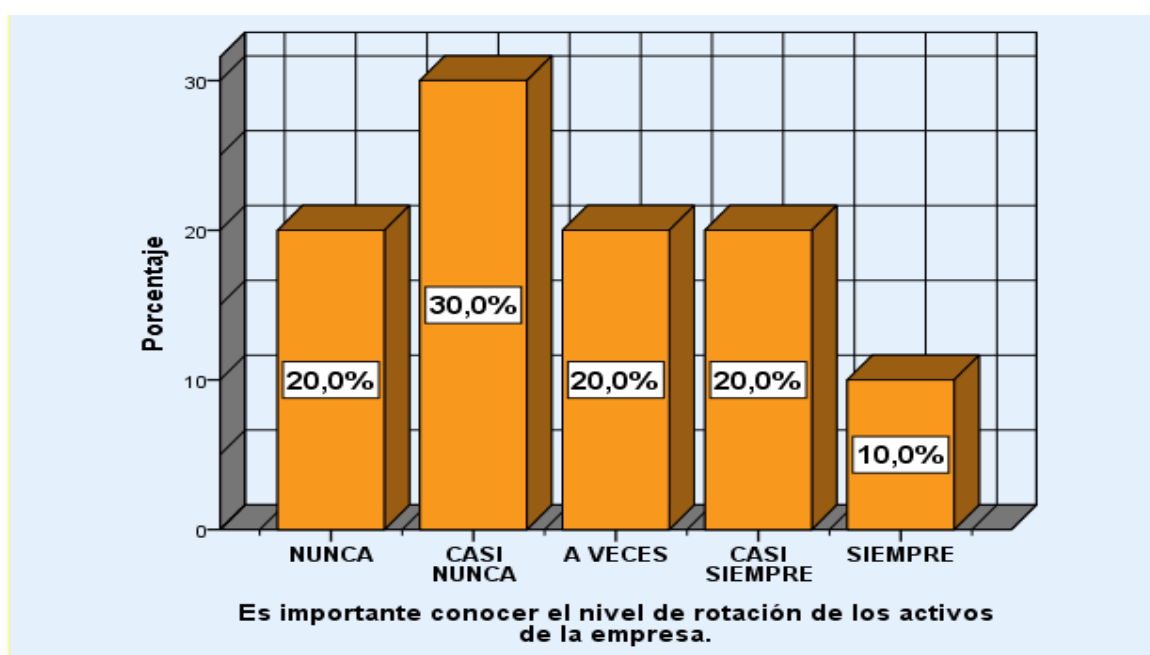


Figura 45. *Es importante conocer el nivel de rotación de los activos de la empresa.*

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 30% de encuestados respondieron que casi nunca es importante conocer el nivel de rotación de los activos de la empresa.

Tabla 52

Es importante implementar mejoras conducentes a maximizar eficiente de los recursos de la empresa.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	7	23,3	23,3	23,3
CASI NUNCA	10	33,3	33,3	56,7
A VECES	6	20,0	20,0	76,7
CASI SIEMPRE	2	6,7	6,7	83,3
SIEMPRE	5	16,7	16,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

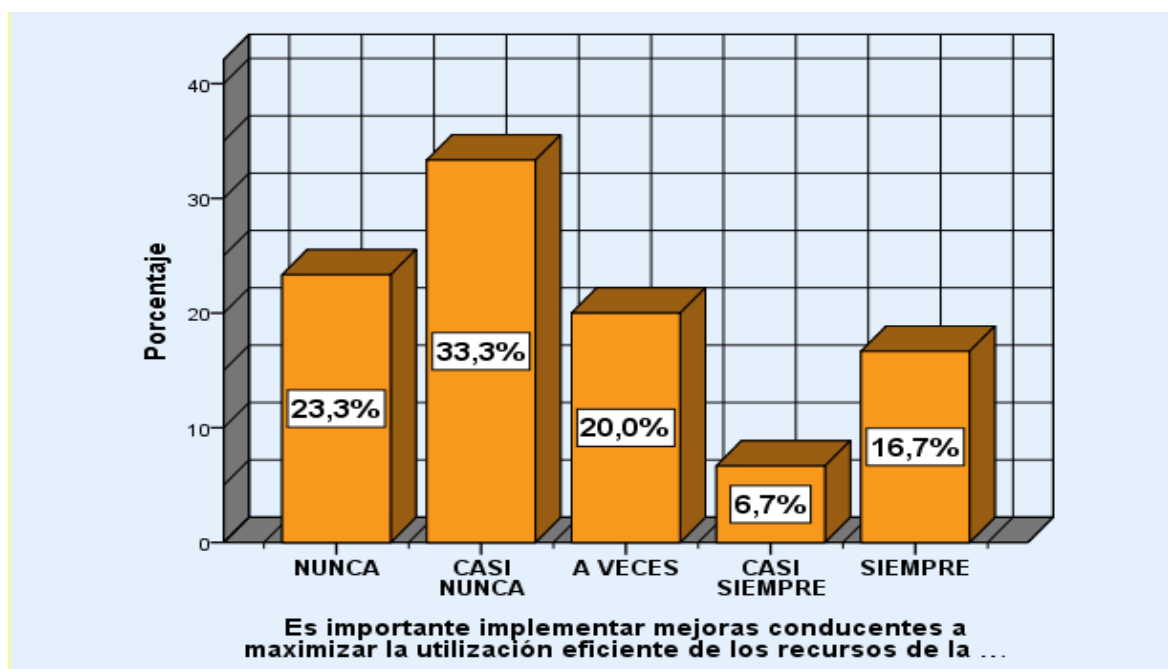


Figura 46. *Es importante implementar mejoras conducentes a maximizar eficiente de los recursos de la empresa.*

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 33.3% de encuestados respondieron que casi nunca es importante implementar mejoras conducentes a maximizar eficiente de los recursos de la empresa.

Tabla 53

Una rotación de inventarios eficiente, permite a la empresa mejorar la gestión de su capital de trabajo.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	6	20,0	20,0
	CASI NUNCA	3	10,0	30,0
	A VECES	8	26,7	56,7
	CASI SIEMPRE	7	23,3	80,0
	SIEMPRE	6	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0

Fuente SPSS Vs. 23.

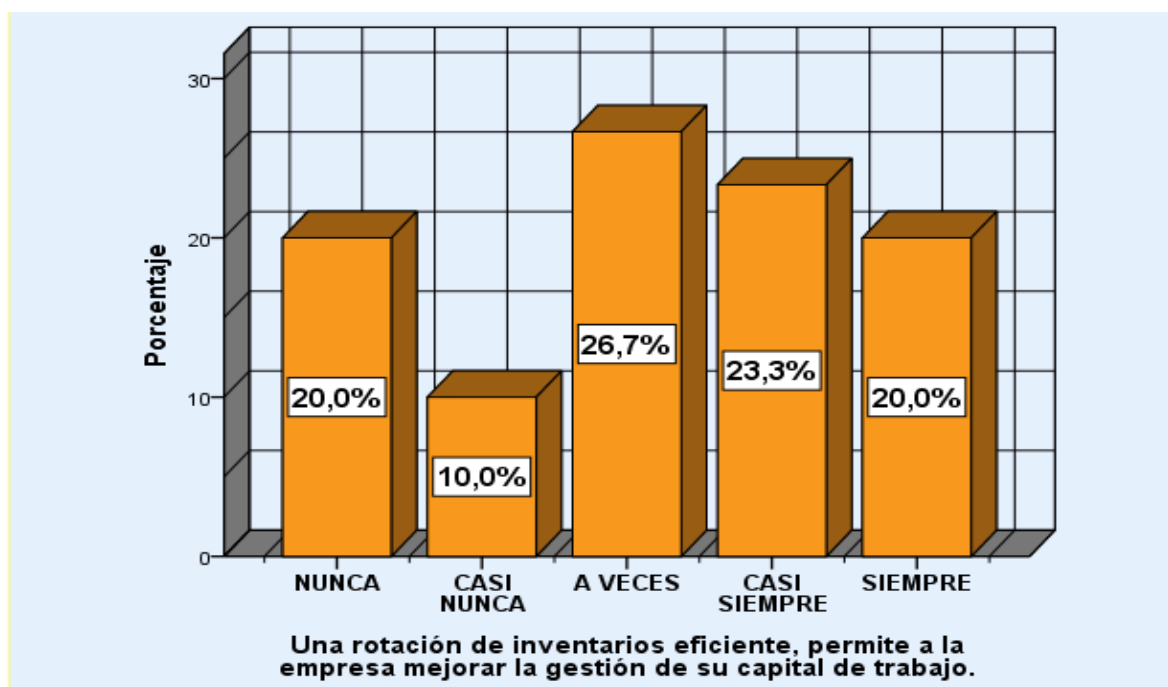


Figura 47. Una rotación de inventarios eficiente, permite a la empresa mejorar la gestión de su capital de trabajo.

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 26.7% de encuestados respondieron que a veces una rotación de inventarios eficiente, permite a la empresa mejorar la gestión de su capital de trabajo.

Tabla 54

La rotación ideal debe acercarse al tiempo mínimo necesario para reemplazar los inventarios vendidos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	7	23,3	23,3
	CASI NUNCA	7	23,3	46,7
	A VECES	7	23,3	70,0
	CASI SIEMPRE	4	13,3	83,3
	SIEMPRE	5	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0

Fuente SPSS Vs. 23.

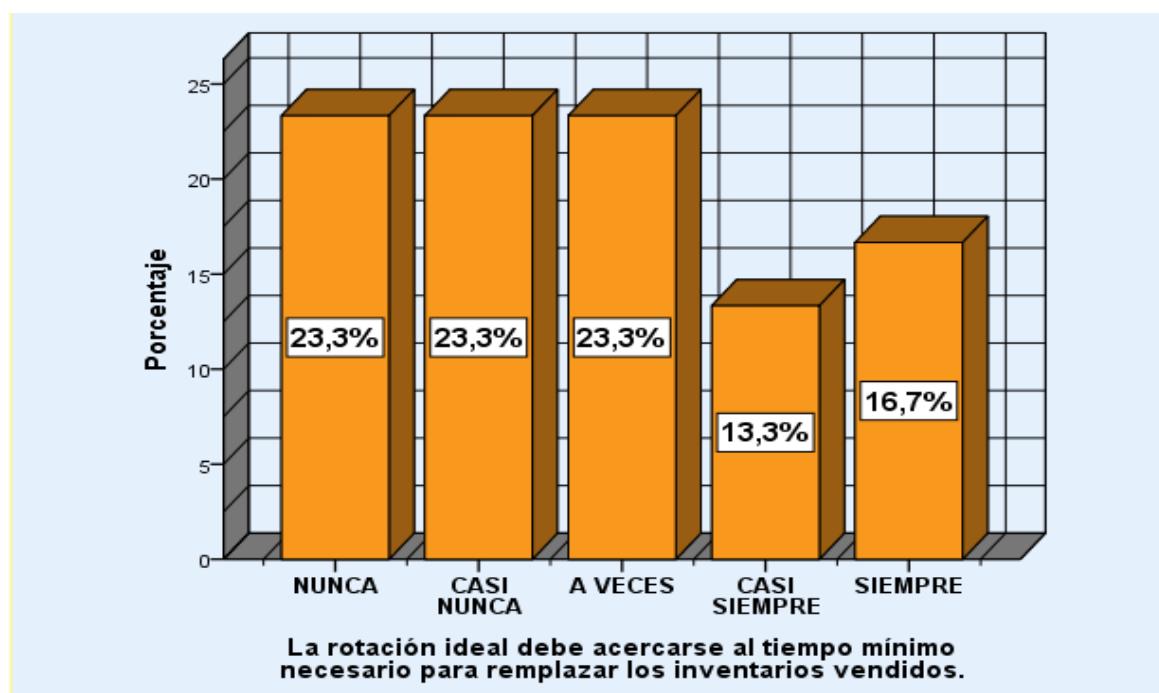


Figura 48. La rotación ideal debe acercarse al tiempo mínimo necesario para reemplazar los inventarios vendidos.

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 23.3% de encuestados respondieron que a veces la rotación ideal debe acercarse al tiempo mínimo necesario para reemplazar los inventarios vendidos.

Tabla 55

La evaluación permite gestionar de forma más eficiente el capital de trabajo del que dispone la empresa.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	10	33,3	33,3	33,3
CASI NUNCA	5	16,7	16,7	50,0
A VECES	6	20,0	20,0	70,0
Válido CASI SIEMPRE	5	16,7	16,7	86,7
SIEMPRE	4	13,3	13,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

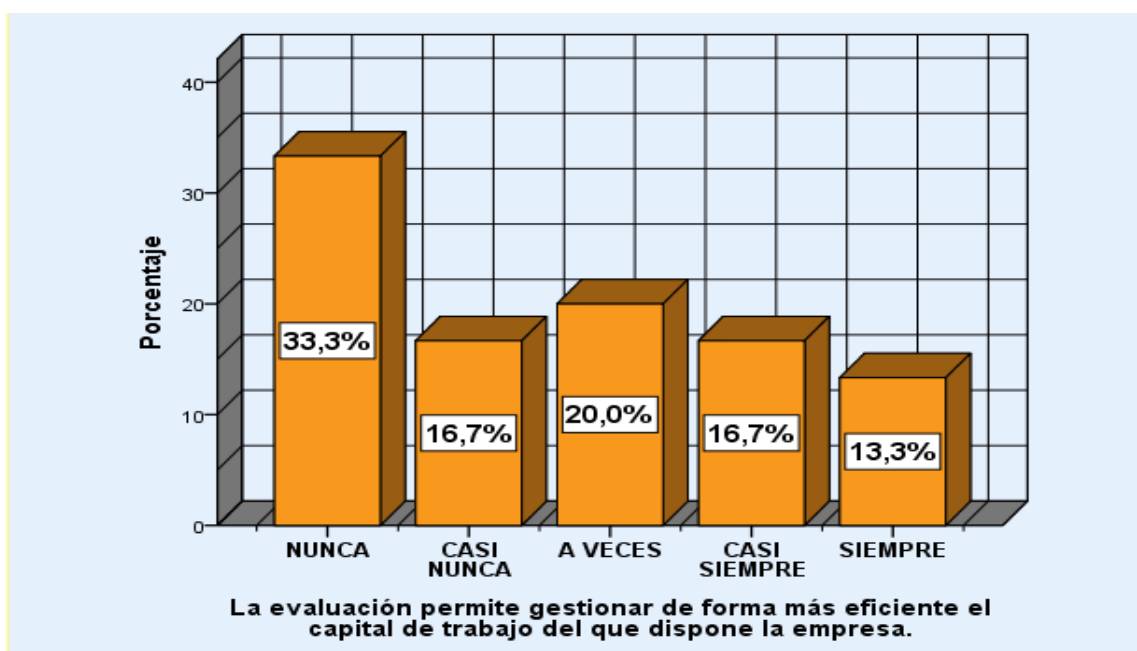


Figura 49. *La evaluación permite gestionar de forma más eficiente el capital de trabajo del que dispone la empresa.*

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 33.3% de encuestados respondieron que nunca la evaluación permite gestionar de forma más eficiente el capital de trabajo del que dispone la empresa.

Tabla 56

La rotación de activos no debe ser muy alta que comprometa la disponibilidad de productos, ni tan baja que implique tener productos, ni tan baja que implique tener productos sin vender por mucho tiempo.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válid	CASI NUNCA	10	33,3	33,3
	A VECES	19	63,3	96,7
	SIEMPRE	1	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0

Fuente SPSS Vs. 23.



Figura 50. La rotación de activos no debe ser muy alta que comprometa la disponibilidad de productos, ni tan baja que implique tener productos, ni tan baja que implique tener productos sin vender por mucho tiempo.

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 63.3% de encuestados respondieron que a veces a rotación de activos no debe ser muy alta que comprometa la disponibilidad de productos, ni tan baja que implique tener productos, ni tan baja que implique tener productos sin vender por mucho tiempo.

Tabla 57

La eficiencia ayuda a identificar falencias en la rotación de activos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	4	13,3	13,3	13,3
CASI NUNCA	5	16,7	16,7	30,0
Válid A VECES	12	40,0	40,0	70,0
CASI SIEMPRE	4	13,3	13,3	83,3
SIEMPRE	5	16,7	16,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

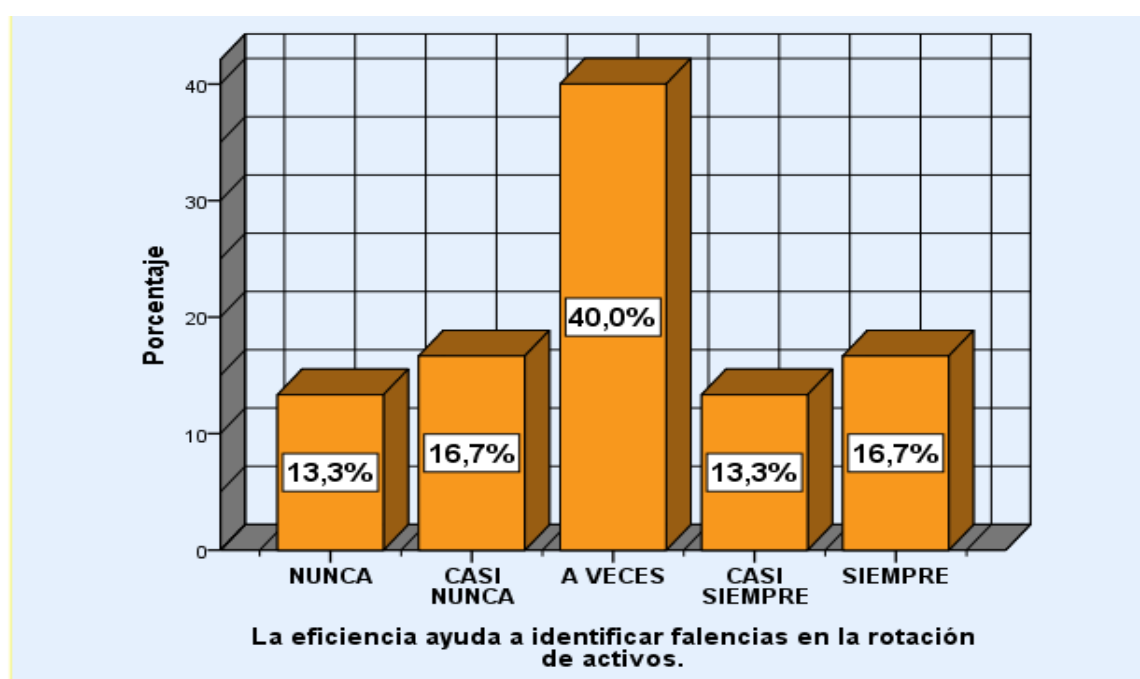


Figura 51. *La eficiencia ayuda a identificar falencias en la rotación de activos.*

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 40% de encuestados respondieron que a veces la eficiencia ayuda a identificar falencias en la rotación de activos.

Tabla 58

El apalancamiento financiero consiste en la posibilidad que se tiene de financiar inversiones sin necesidad de contar con sus recursos propios.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	1	3,3	3,3	3,3
CASI NUNCA	5	16,7	16,7	20,0
A VECES	22	73,3	73,3	93,3
CASI SIEMPRE	1	3,3	3,3	96,7
SIEMPRE	1	3,3	3,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

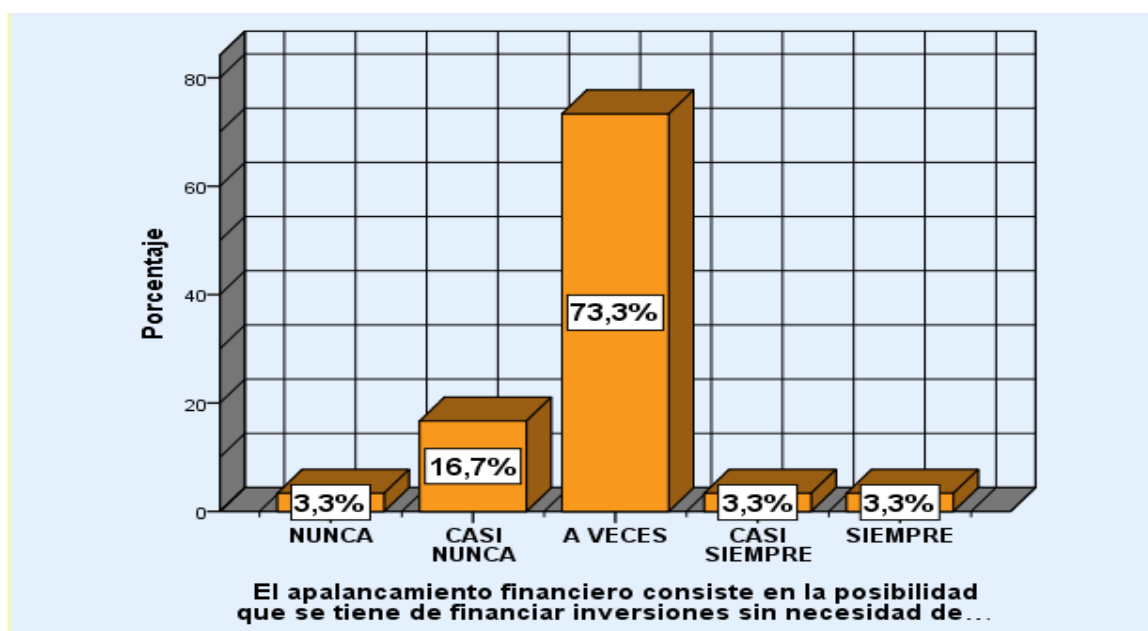


Figura 52. *El apalancamiento financiero consiste en la posibilidad que se tiene de financiar inversiones sin necesidad de contar con sus recursos propios.*

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 73.3% de encuestados respondieron que a veces el apalancamiento financiero consiste en la posibilidad que se tiene de financiar inversiones sin necesidad de contar con sus recursos propios.

Tabla 59

El multiplicador de capital (apalancamiento financiero), determina la rentabilidad de la empresa.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	5	16,7	16,7	16,7
CASI NUNCA	8	26,7	26,7	43,3
A VECES	10	33,3	33,3	76,7
CASI SIEMPRE	4	13,3	13,3	90,0
SIEMPRE	3	10,0	10,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

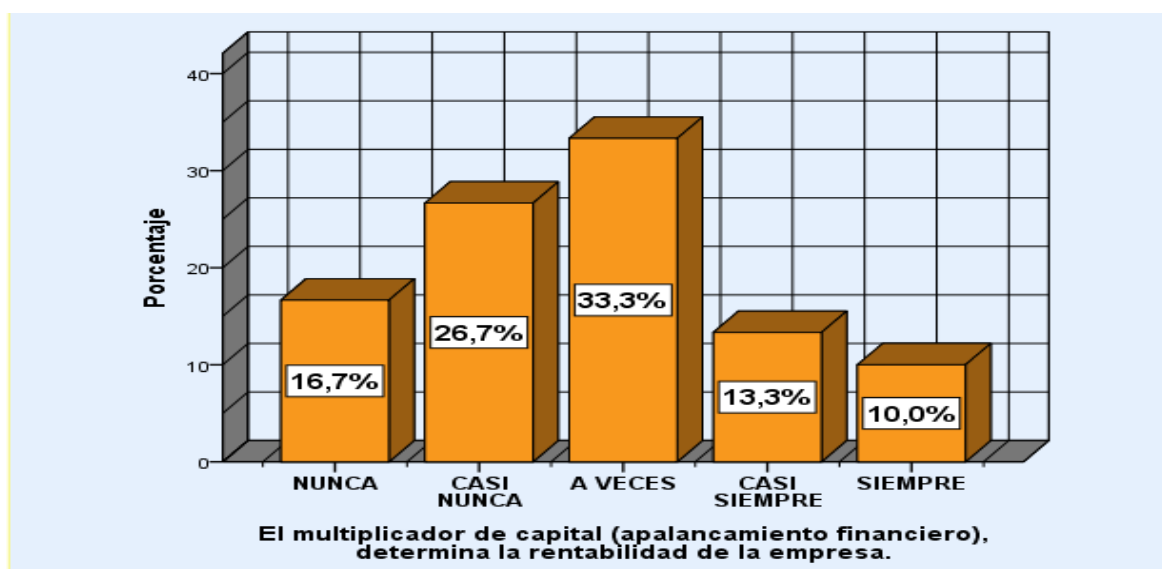


Figura 53. El multiplicador de capital (apalancamiento financiero), determina la rentabilidad de la empresa.

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 33.3% de encuestados respondieron que a veces el multiplicador de capital (apalancamiento financiero), determina la rentabilidad de la empresa.

Tabla 60

La empresa puede analizar cuanto de activos he logrado financiar con el capital aportado por los accionistas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	5	16,7	16,7	16,7
CASI NUNCA	5	16,7	16,7	33,3
A VECES	9	30,0	30,0	63,3
CASI SIEMPRE	5	16,7	16,7	80,0
SIEMPRE	6	20,0	20,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

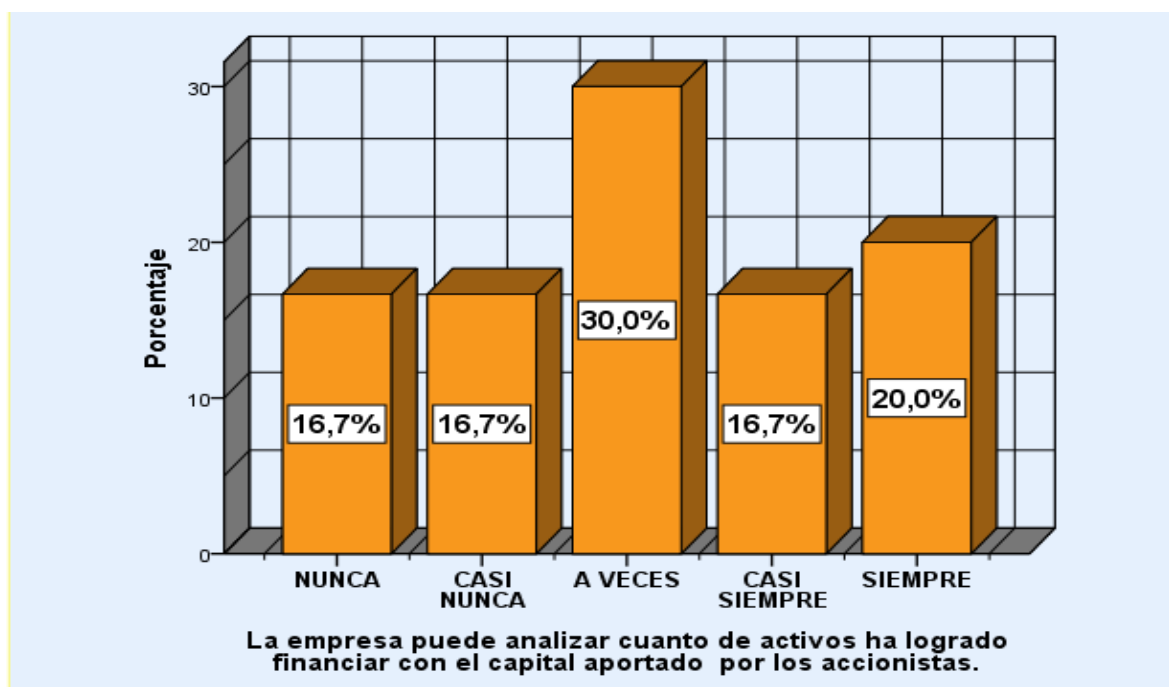


Figura 54. La empresa puede analizar cuanto de activos he logrado financiar con el capital aportado por los accionistas.

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 30% de encuestados respondieron que a veces la empresa puede analizar cuanto de activos he logrado financiar con el capital aportado por los accionistas.

Tabla 61

La empresa requiere unos activos que solo pueden ser financiados por aportes de los socios (patrimonio).

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	6	20,0	20,0	20,0
CASI NUNCA	6	20,0	20,0	40,0
Válid A VECES	15	50,0	50,0	90,0
◁ CASI SIEMPRE	2	6,7	6,7	96,7
SIEMPRE	1	3,3	3,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

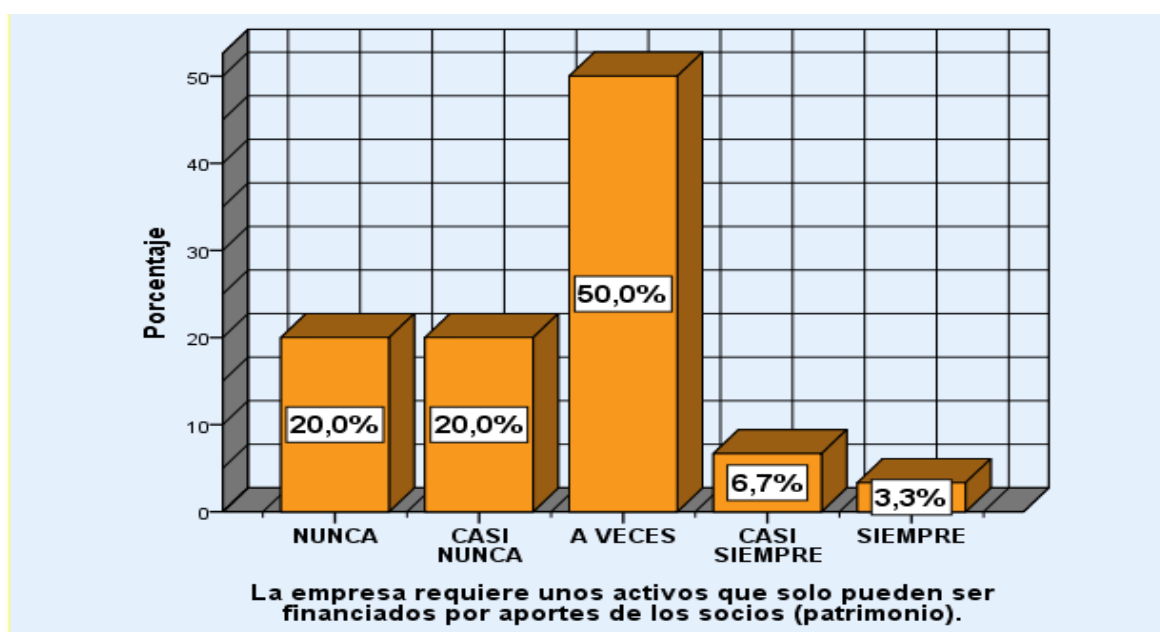


Figura 55. La empresa requiere unos activos que solo pueden ser financiados por aportes de los socios (patrimonio).

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 50% de encuestados respondieron que a veces la empresa requiere unos activos que solo pueden ser financiados por aportes de los socios (patrimonio).

Tabla 62

Para la empresa mientras mayor sea el capital financiero, mayores serán los costos financieros por este capital.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	3	10,0	10,0	10,0
	CASI NUNCA	10	33,3	33,3	43,3
	A VECES	10	33,3	33,3	76,7
	CASI SIEMPRE	6	20,0	20,0	96,7
	SIEMPRE	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

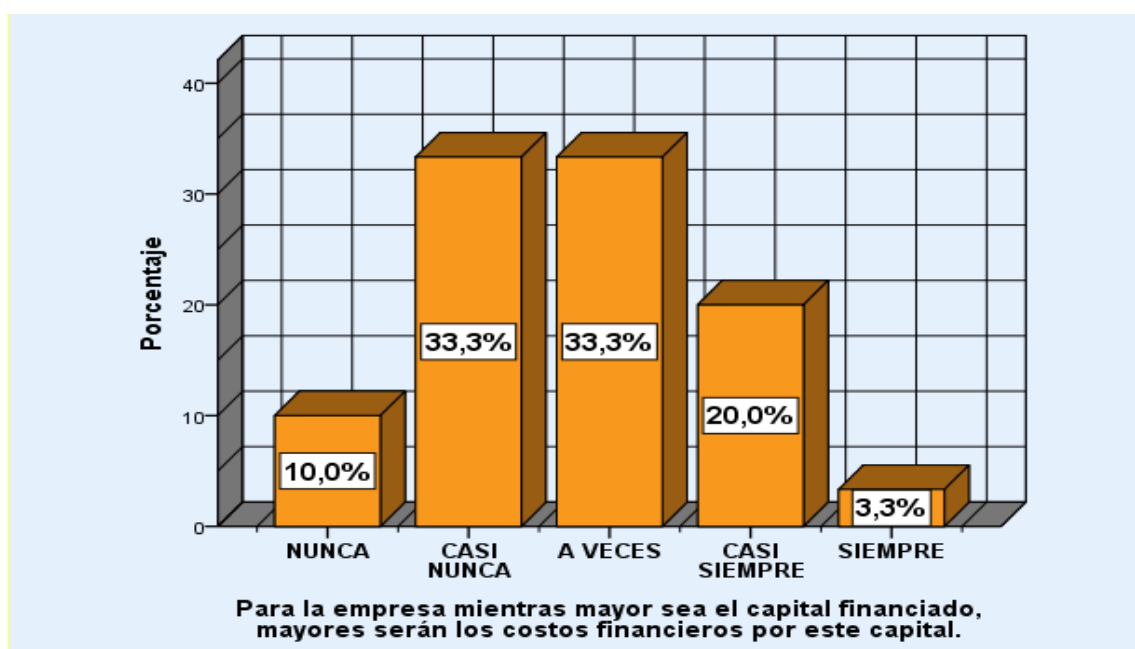


Figura 56. *Para la empresa mientras mayor sea el capital financiero, mayores serán los costos financieros por este capital.*

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 33.3% de encuestados respondieron que a veces para la empresa mientras mayor sea el capital financiero, mayores serán los costos financieros por este capital.

Tabla 63

La empresa por cada inversión en activos, los accionistas obtendrán una ganancia en su capital.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	6	20,0	20,0	20,0
	CASI NUNCA	5	16,7	16,7	36,7
	A VECES	11	36,7	36,7	73,3
	CASI SIEMPRE	5	16,7	16,7	90,0
	SIEMPRE	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

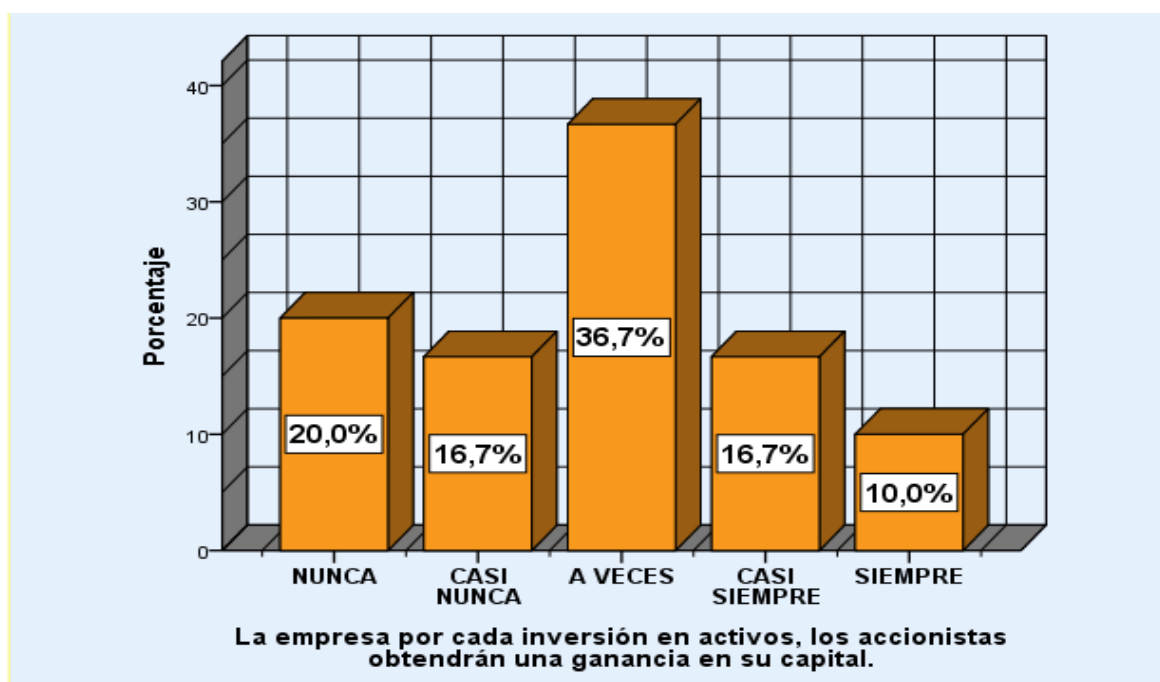


Figura 57. *La empresa por cada inversión en activos, los accionistas obtendrán una ganancia en su capital.*

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 36.7% de encuestados respondieron que a veces la empresa por cada inversión en activos, los accionistas obtendrán una ganancia en su capital.

Tabla 64

Para que las empresas puedan operar también requieren de acceder a créditos con terceros.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	3	10,0	10,0	10,0
	CASI NUNCA	6	20,0	20,0	30,0
	A VECES	11	36,7	36,7	66,7
	CASI SIEMPRE	8	26,7	26,7	93,3
	SIEMPRE	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

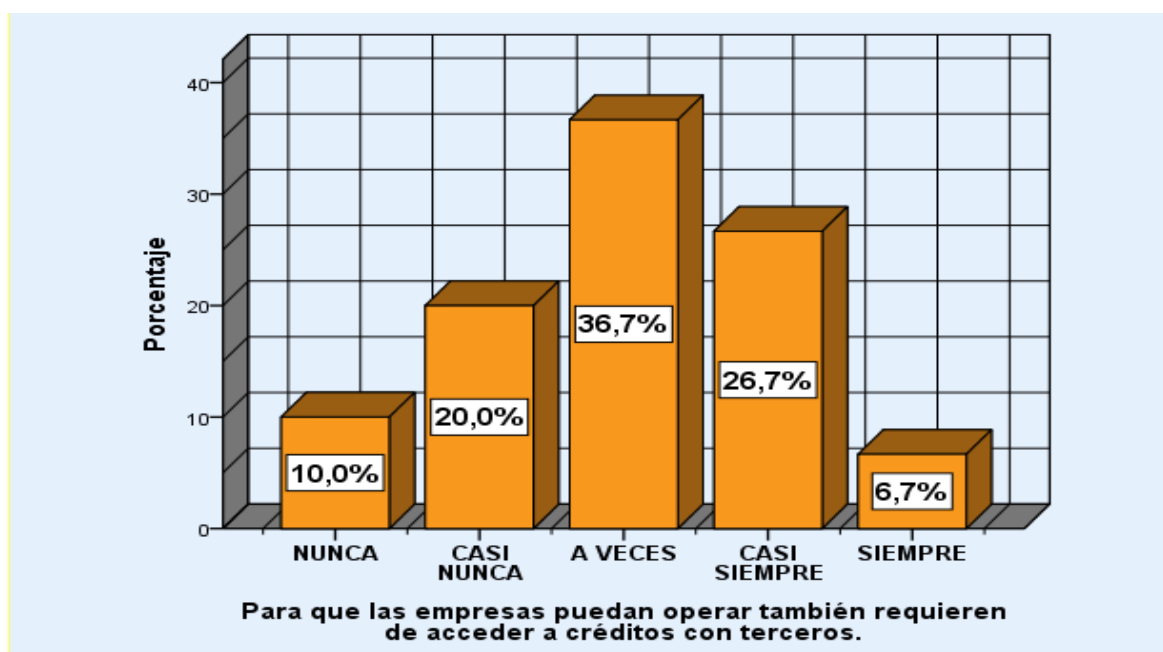


Figura 58. Para que las empresas puedan operar también requieren de acceder a créditos con terceros.

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 36.7% de encuestados respondieron que a veces para que las empresas puedan operar también requieren de acceder a créditos con terceros.

Tabla 65

Todo activo financiero pasivo supone un costo financiero que afecta directamente a la rentabilidad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
NUNCA	8	26,7	26,7	26,7
CASI NUNCA	5	16,7	16,7	43,3
Válido A VECES	7	23,3	23,3	66,7
CASI SIEMPRE	10	33,3	33,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

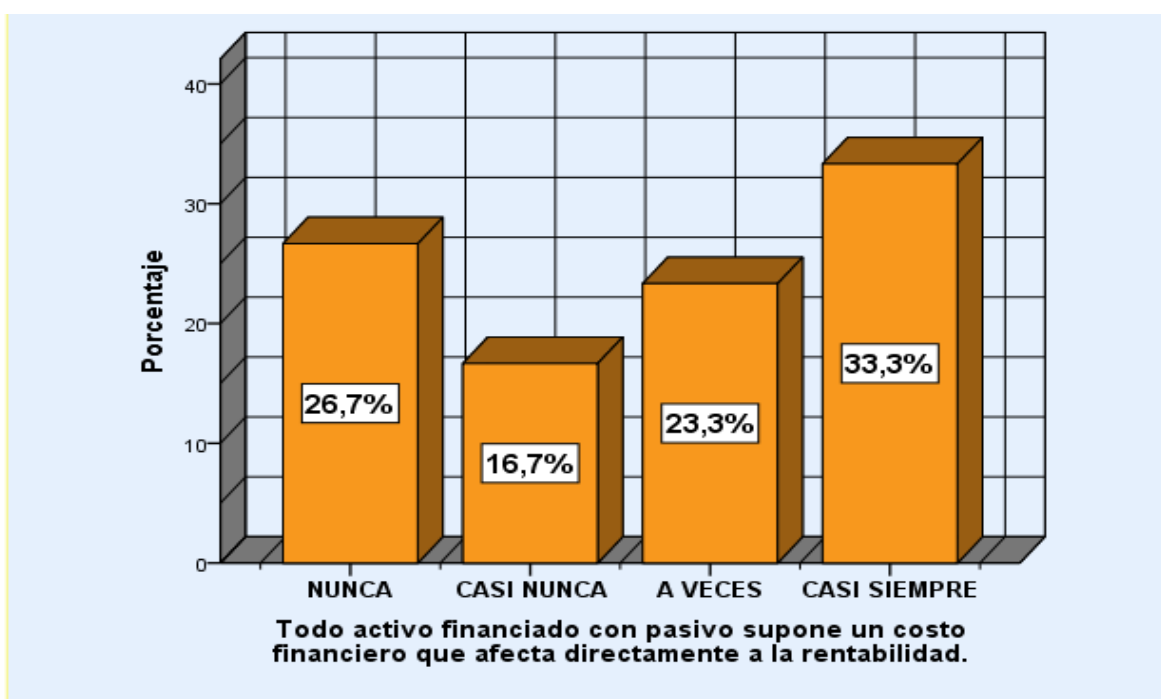


Figura 59. *Todo activo financiero pasivo supone un costo financiero que afecta directamente a la rentabilidad.*

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 33.3% de encuestados respondieron que casi siempre todo activo financiero pasivo supone un costo financiero que afecta directamente a la rentabilidad.

El multiplicador de capital es el apalancamiento obtenido con el capital del negocio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	2	6,7	6,7
	CASI SIEMPRE	8	26,7	33,3
	SIEMPRE	20	66,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente SPSS Vs. 23.

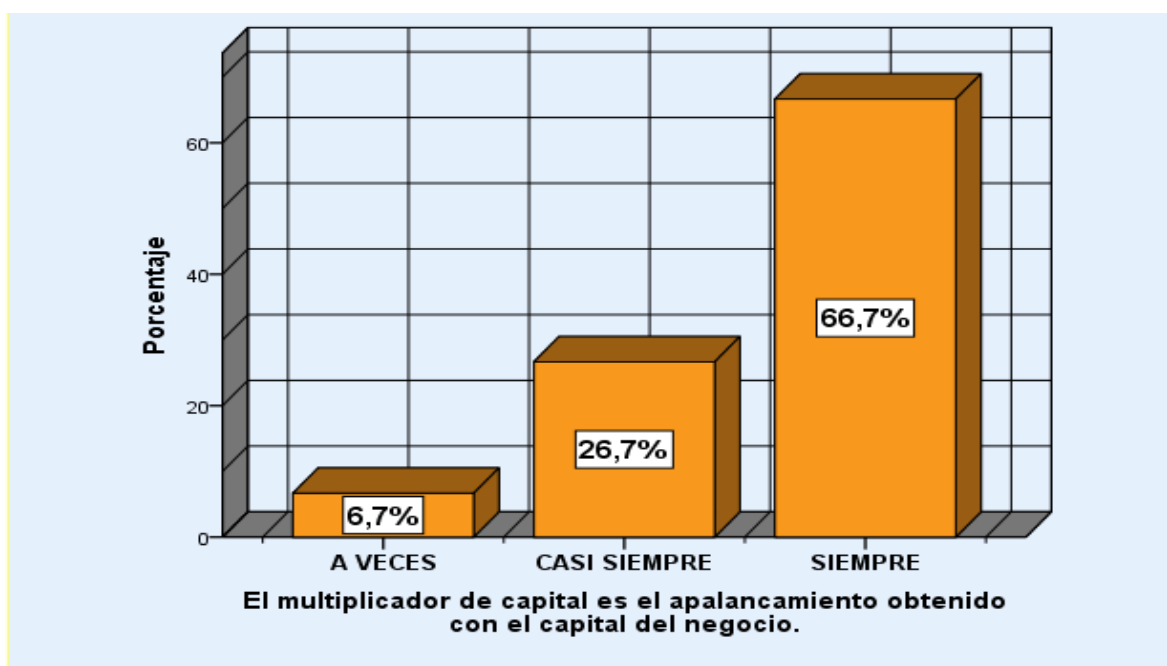


Figura 60. El multiplicador de capital es el apalancamiento obtenido con el capital del negocio.

Interpretación:

En mi muestra de 30 personas el 66.7% de encuestados respondieron que siempre El multiplicador de capital es el apalancamiento obtenido con el capital del negocio.

IV. DISCUSIÓN

Esta tesis tuvo como objetivo “Determinar la relación que existe entre la calidad y rentabilidad de la empresa Ingeniería del calzado S.A.C del Distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015”. Resulta importante señalar que la validez interna del estudio estuvo garantizada por el alto nivel de confiabilidad de los resultados: variable calidad 0,794 y variable rentabilidad 0.909 del Alfa de Cronbach. Para el desarrollo de la investigación se ha tomado como sustento a los siguientes contextos de las diferentes investigaciones teniendo como resultado que la variable calidad no se aplica adecuadamente, ya que la línea de producción carece de controles operativos, encontrándose deficiencia en cuanto al control de calidad de los productos; afectando considerablemente la rentabilidad de la empresa.

Del estudio realizado por Andrade (2011), obtuvo como conclusión principal que en las empresas *de construcciones y hormigones ECOHORMIGONES Cía Ltda.* el incremento de la rentabilidad y el desarrollo de la empresa está siendo afectada debido a las fallas en el control del uso de los recursos (material) por parte de la persona encargada, así como el exceso de producción que finalmente origina desechos y desperdicios de este, mostrando así la ineficiencia en el manejo del material al momento de la producción, mano de obra, materia prima. En la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C. los recursos (cuero, badana, sintético, otros) no tiene una adecuada optimización en la elaboración del calzado, teniendo como resultado mermas, esto influye incrementando los costos y generando una baja rentabilidad para la empresa. Del estudio realizado por Sánchez (2013), obtuvo como principal conclusión que en la empresa constructora ABC los gastos no sustentados con comprobantes de pago, son considerados como gastos no deducibles y fueron incluidos como gastos dentro de la contabilidad de la empresa, estos tendrán que ser reparado, por la SUNAT, lo que afecta a la rentabilidad de la empresa. En la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C. el área logística realiza compras que no siempre son sustentadas con comprobantes de pago, siendo enviadas directamente a la cuenta contable de reparación, afectando los resultados económicos y financieros de la empresa.

Según Lascurain (2012), obtuvo como conclusión que en la empresa de unidades de energía eléctrica ininterrumpida, los empleados sin la adecuada capacitación y sin un perfil enfocado en procesos, no estará alineado con los objetivos de la empresa y no se lograrán resultados favorables para ambas partes. Es de suma importancia que cada empleado conozca a detalle sus funciones y entienda sus actividades a desarrollar y estén aptos para resolver cualquier problema presentado, la calidad en el servicio que brinde a los clientes es

crucial e impactara en la rentabilidad de la empresa. La empresa Ingeniería del Calzado S.A.C. no tiene un plan de capacitaciones donde comprendan sus principales funciones, procesos operativos de cada maquinaria, procesos manuales entre otros, la falta de conocimiento genera constantes fallas en los procesos, reelaboración de los productos, incremento a los costos, incremento de la mano de obra, por eso es importante la capacitación continua ya que favorece en la calidad del producto. Por otro lado el estudio realizado por Pérez (2014), la empresa restaurante campestre S.A.C, tuvo como conclusión general que falta mejorar la calidad del servicio al cliente, implementar una adecuada adquisición de los insumos, reestructurar su infraestructura y brindar un correcto servicio; con ello se demuestra que la influencia de la calidad trae consigo un incremento monetario en los resultados económicos y financieros de la empresa. La empresa Ingeniería del Calzado S.A.C. requiere proveedores que ofrezcan insumos a bajo costo y con estrictos estándares de calidad, renovar las máquinas de producción con tecnología de punta que permita optimizar el tiempo y minimizar costos, y contar con colaboradores idóneos para las actividades de producción.

V. CONCLUSIONES

1. Se ha determinado que en la empresa Ingeniería del calzado S.A.C, no tiene implementado indicadores de control para mejorar la calidad del producto, desde el control de insumos, procesos de producción y acabado del calzado, esto influye en el incremento de costos y reelaboración de productos afectando en la rentabilidad de la empresa.

2. Se ha determinado que en la empresa Ingeniería del calzado S.A.C, la mejora continua no tiene evolución puesto que sus colaboradores no trabajan en equipo ya que la organización no influencia su filosofía de mejorar cada día obteniendo resultados favorables a su rentabilidad.
3. Se ha identificado que en la empresa Ingeniería del calzado S.A.C., el directorio no está planificando la gestión de calidad, ni implementando planes de trabajo para controlar los resultados en función a la calidad con vista a su mejora de rentabilidad.
4. Se ha analizado que en la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C., no han implementado las herramientas de calidad como diagramas de flujo para los procesos de producción del producto, diagrama de causa y efecto para identificar los problemas más relevantes o documentos de visto buenos de inspecciones a los procesos, pues lo anteriormente mencionado no refleja un resultado favorable a la rentabilidad de la empresa.

VI. RECOMENDACIONES

1. La empresa debe tomar conciencia de concepto calidad, comenzando con la compra de insumos que aprueben los estándares de calidad, modernizando sus herramientas y equipos, realizar capacitaciones continuas a su personal, ya que estos puntos son clave para incrementar los resultados económicos y financieros de la empresa.

2. La empresa Ingeniería del Calzado S.A.C., debe cultivar en los trabajadores una conciencia para mejorar los procesos, teniendo estrategias de desarrollo, planes constructivos de trabajo con el objetivo de alcanzar la rentabilidad de la empresa.
3. La empresa Ingeniería del Calzado S.A.C., debe implementar un área para desarrollar la gestión de calidad, administrando sus recursos, controlando sus indicadores para un eficiente resultado económico en la empresa.
4. La empresa debe implementar las herramientas de calidad (Diagrama de flujo, diagrama de causa y efecto, check list, histograma, diagrama de Pareto, gráficos de control, entre otros), para la toma de decisiones en el proceso productivo de la elaboración del calzado.

VI. REFERENCIAS

Amat, O. (2012). *Costos de calidad y de no calidad*. Barcelona: Gestión 2000.

Andrade, C. (2011). *La producción y rentabilidad de la empresa de construcciones y hormigones ECOHORMIGONES Cía Ltda*. Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.

Colom, A. (2013). *Evaluación de la rentabilidad de proyectos de inversión*. España: Ediciones de la Universidad de Lleida.

- Esquivel, A., & Tuesta, F. (2012). *Relacionar la calidad de servicio con la satisfacción del cliente en la empresa Hipermercados Plaza Veá*. Chiclayo.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (sexta ed.). México: Mc Graw Hill - Interamericana Editores.
- Ishikawa, K. (2014). *Qué es el control total de calidad*. Bogotá: Norma.
- Laison, R., Fach, P., & Boyer, A. (2013). *Coke Quality and production*. EE.UU: Butterwoeth-Heinemann.
- Lascurain, K. (2012). *Diagnóstico y propuesta de mejora de calidad en el servicio de una empresa de unidades de energía eléctrica ininterrumpida*. México: Universidad Iberoamericana.
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2014). *Metodología de la investigación cuantitativa- cualitativa y redacción de la tesis*. Bogotá: Ediciones de la U. Humberto Ñaupas, Elias Mejía, Eliana Novoa y Alberto Villagómez.
- Palacios, J. (2013). *Medición del impacto y la rentabilidad de la formación*. Madrid: Ediciones Diaz e Santos.
- Parada, J. (2013). *Rentabilidad empresarial. Un enfoque de gestión*. Chile: Universidad Concepción.
- Pérez, C. (2014). *La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa restaurante campeste S.A.C*. Chiclayo: Tesis de pregrado.
- Pérez, J. (2011). *Gestión de calidad empresarial*. España: Esic Editorial.
- romani, m. (2018). *kakakaka*. lima: kdkdkd.
- Sánchez, M. (2013). *La rentabilidad y el riesgo como limitante del inanciamiento agropecuario*. Uruguay: Centro interdisciplinario de estudios sobre desarrollo.
- Sánchez, E. (2013). *Impacto fiscal tributario y sus efectos en la rentabilidad y liquidez para la empresa constructora ABC*. Lambayeque: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Slywotzky, A. (2013). *El arte de hacer rentable una empresa*. Bogotá: Norma.
- Solhi, S. (2014). *Rentabilité. Instruments de mesure et evaluation des performances*. Francia: Editions universitaires européennes eue.
- Sosa, D. (2015). *Administración por la calidad* (Segunda ed.). México: Limusa.
- Tamayo, M. (2015). *El proceso de la investigación científica* (Quinta ed.). México: Limusa S.A.
- Tari, J. (2012). *Calidad total. Fuente de ventaja competitiva*. España: Espagrafic.
- Udaondo, m. (2012). *Gestión de calidad*. España: Diaz de santos S.A.
- Valderrama, S. (2013). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica cuantitativa, cualitativa y mixta* (Segunda ed.). Perú: San Marcos.

ANEXOS

ANEXO N° 1: Instrumento

INSTRUCCIONES:

A continuación usted encontrará una serie de preguntas relacionadas con la gestión del conocimiento del 1 al 5.

Lea detenidamente cada una de las preguntas y seleccione una respuesta de acuerdo con su opinión, marcando con una "X" el número de la escala cuantitativa que aparece en cada pregunta.

1: Nunca 2: Algunas veces 3: Muchas veces 4: Frecuentemente 5: Siempre

Tipo Escala de Likert

	N°	CALIDAD	ESCALA				
			1	2	3	4	5
MEJORA CONTINUA	1	Identificar al usuario es importante para el desarrollo económico de la empresa.					
	2	Es trascendental conocer las necesidades del cliente para diseñar y fabricar un producto de calidad.					
	3	La evaluación de la calidad del producto es fundamental para la organización.					
	4	La calidad del producto influye en la situación financiera de la empresa.					
	5	La evaluación pre operacional hace parte de una acción preventiva.					
	6	La implementación de diseños innovadores contribuye al incremento de la rentabilidad.					
	7	Conocer las necesidades de los clientes es fundamental para implementar planes de acciones preventivas.					
	8	Es importante la evaluación de desempeño de los procesos para que la empresa obtenga beneficios.					
	9	Una óptima gestión en la organización es determinante para evaluar y medir los estándares de calidad de una empresa.					
	10	La planificación de la gestión de calidad ayuda a incrementar la rentabilidad en la empresa.					
	11	Una eficiente administración en la dirección, hará efectiva todo lo planeado en la empresa.					
	12	El control de calidad es importante para una producción con cero defectos.					
	13	La gestión de calidad nos conduce al aseguramiento de la buena calidad de un producto en una organización.					
	14	La certificación ISO 9000:2000 asegura que el sistema de gestión de calidad de la organización garantiza la calidad de los productos.					
	15	La realización de un producto debe planificarse bajo ciertos estándares de calidad.					
	16	El comité de calidad debe estar apoyado e integrado por la alta dirección de la empresa.					
	17	La responsabilidad de la dirección está cubierta en la norma ISO 9001:2000.					

HERRAMIENTAS DE CALIDAD	18	El uso del diagrama de causa - efecto dentro de una organización disminuye los riesgos.						
	19	La planilla de inspección ayuda a un resultado eficaz dentro de la empresa.						
	20	Para simplificar procesos del producto es importante el uso de diagrama de flujo.						
	21	La planilla de inspección facilita la recolección y verificación de datos para un mejor control.						
	22	Se puede analizar las causas de una no conformidad a través de un esquemas de causa - efecto.						
	23	Los gráficos de barra sirven para analizar la situación y comportamiento de la empresa.						
	24	La herramienta de diagrama de flujo es utilizada para mejorar el diseño de los productos y los procesos de producción.						
	25	El gráfico de control nos muestra los límites de control preestablecidos para que los procesos marchen bien.						
RENTABILIDAD								
MARGEN DE UTILIDAD	26	Los ratios financieros ayudan a tomar decisiones eficaces.						
	27	El margen de utilidad se mide en función a las ventas de la empresa.						
	28	Elevar los precios en los productos influye en incrementar la ganancia.						
	29	Los ratios de rentabilidad miden con que eficacia la administración de una empresa genera utilidades.						
	30	El margen de utilidad es un índice que proporciona un entendimiento total de la empresa.						
	31	Reducir los gastos ayuda al incremento de la rentabilidad						
	32	Manejar un buen margen de utilidad permite a la empresa ser rentable sin vender una gran cantidad de unidades.						
	33	Es importante potenciar la venta de aquellos productos que tengan mayor margen de ganancia.						
ROTACIÓN DE ACTIVOS	34	La rotación de activos es un indicador financiero que mide la eficiencia de la administración y gestión de sus activos.						
	35	Es importante conocer el nivel de rotación de los activos de la empresa.						
	36	Es importante implementar mejoras conducentes a maximizar la utilización eficiente de los recursos de la empresa.						
	37	Una rotación de inventarios eficiente, permite a la empresa mejorar la gestión de su capital de trabajo.						
	38	La rotación ideal debe acercarse al tiempo mínimo necesario para reemplazar los inventarios vendidos.						
	39	La evaluación permite gestionar de forma más eficiente el capital de trabajo del que dispone la empresa.						
	40	La rotación de activos no debe ser muy alta que comprometa la disponibilidad de productos, ni tan baja que implique tener productos sin vender por mucho tiempo.						
	41	La eficiencia ayuda a identificar falencias en la rotación de activos.						
MULTIPLICADOR DE CAPITAL	42	El apalancamiento financiero consiste en la posibilidad que se tiene de financiar inversiones sin necesidad de contar con recursos propios.						
	43	El multiplicador de capital (apalancamiento financiero), determina la rentabilidad de la empresa.						
	44	La empresa puede analizar cuanto de activos ha logrado financiar con el capital aportado por los accionistas.						

	45 La empresa requiere unos activos que solo pueden ser financiados por aportes de los socios (patrimonio).					
	46 Para la empresa mientras mayor sea el capital financiado, mayores serán los costos financieros por este capital.					
	47 La empresa por cada inversión en activos, los accionistas obtendrán una ganancia en su capital.					
	48 Para que las empresas puedan operar también requieren de acceder a créditos con terceros.					
	49 Todo activo financiado con pasivo supone un costo financiero que afecta directamente a la rentabilidad.					
	50 El multiplicador de capital es el apalancamiento obtenido con el capital del negocio.					

ANEXO N° 2: Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS			
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLE I						
¿Qué relación existe entre la calidad y rentabilidad de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del Distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015?	Determinar la relación que existe entre la calidad y rentabilidad de la empresa Ingeniería del calzado S.A.C del Distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015.	Existe relación entre la calidad y rentabilidad de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C. del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015.	V:1	Mejora Continua	Identificación del usuario	1			
					Necesidades del cliente	2,7			
					Evaluación	3,5,8			
					Diseño	6			
					Organización	9,13,14			
					CALIDAD	Gestión de Calidad	Planificación	10,15	
							Dirección	11,16,17	
							Control	12	
							Herramientas de Calidad	Diagrama Causa-Efecto	18,22
								Planilla de inspección	19,21
Gráficos de control	23,25								
Diagrama de flujo	20,24								
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECIFICAS	VARIABLE II						
¿Qué relación existe entre la mejora Continua y rentabilidad de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del Distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015?	Determinar la relación que existe entre la mejora continua y la rentabilidad de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del Distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015.	Existe relación entre la mejora continua y rentabilidad de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del Distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015.	V:2	Margen de Utilidad	Utilidad neta	30,32			
					Ventas	27,			
¿Qué relación existe entre la gestión de calidad y rentabilidad de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del Distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015?	Identificar la relación que existe entre la gestión de calidad y rentabilidad de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del Distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015.	Existe relación entre la gestión de calidad y rentabilidad de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del Distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015.	RENTABILIDA D	Rotación de Activos	Ganancia	28,31,33			
					Capital de trabajo	37,39			
					Activos	34,35			
					Ventas	40			
¿Qué relación existe entre las herramientas de calidad y rentabilidad de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del Distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015?	Analizar la relación que existe entre las herramientas de calidad y rentabilidad de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del Distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015.	Existe relación entre las herramientas de calidad y rentabilidad de la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del Distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015.	Multiplicador de Capital	Eficiencia	29,36,41				
				Inventarios	38				
				Patrimonio	49				
				Apalancamiento	42,43,50				
				Activo	45,47				
Capital	44,46								

ANEXO N°3: Validación de los instrumentos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg. Juan Carlos Aguilar Cuzquicander
 I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente de la UCV - Lima Este
 I.3. Especialidad del experto: Contador
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: La Encuesta
 I.5. Autor del instrumento: Mayra Nohelia Romani Chucilla

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-40%	Regular 41-60%	Bueno 61-75%	Muy bueno 76-90%	Excelente 91-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				/	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				/	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				/	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				/	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				/	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				/	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				/	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				/	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				/	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				/	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

< Es aplicable >

IV. PROMEDIO DE VALORACION:

75%

San Juan de Lurigancho, 20 de Set. del 2016.

Firma de experto informante

DNI: 09567956

Teléfono: 985625237



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg. Esther Sáenz Arenas
 I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente
 I.3. Especialidad del experto: Contadora
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: La Encuesta
 I.5. Autor del instrumento: Mayra Nohelia Román Guella

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-40%	Regular 41-60%	Bueno 61-75%	Muy bueno 76-90%	Excelente 91-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado			X		
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica			X		
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación			X		
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables			X		
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.			X		
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.			X		
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación			X		
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.			X		
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento			X		
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.			X		

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

75%

San Juan de Lurigancho, 21 de Setiembre del 2016.

Firma de experto informante

DNI:

08150222

Teléfono:

94999013



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg. Estercs Parizaman Ambrosio Teodoro
 I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente de Investigación de la UCV - Lima Este
 I.3. Especialidad del experto: Administrador
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: El Cuestionario
 I.5. Autor del instrumento: Mayra Evolvia Romanu Chiclla

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-40%	Regular 41-60%	Bueno 61-75%	Muy bueno 76-90%	Excelente 91-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado			✓		
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación			✓		
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables			✓		
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.			✓		
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación			✓		
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento			✓		
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.			✓		

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACION:

80

San Juan de Lurigancho, 20 de Setiembre del 2016.

.....
 Firma de experto informante

DNI: 17846910

Teléfono: 953612044



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg. Ernesto Altamirano Flores
 I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente de Investigación de la UCV - Lima Cto.
 I.3. Especialidad del experto: Metodología
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: El Cuartezano
 I.5. Autor del instrumento: Mayra Noelia Román Chuella

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-40%	Regular 41-60%	Bueno 61-75%	Muy bueno 76-90%	Excelente 91-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				X	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				X	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				X	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				X	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				X	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				X	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				X	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				X	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				X	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACION:

76%

San Juan de Lurigancho, 21 de Setiembre del 2016.

.....
Firma de experto informante

DNI: 80597422

Teléfono: 955934090

ANEXO N°4: Acta de aprobación de originalidad de tesis

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	---	---

Yo, **Dr. Bernardo Cojal Loli**, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad César Vallejo sede Lima este, revisor (a) de la tesis titulada

"Calidad y rentabilidad en la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del Distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015", del (de la) estudiante **Romani Chicla Mayra Nohella**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **28%** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lima, San Juan de Lurigancho, 23 de Noviembre del 2018



 X Firma

DR. BERNARDO COJAL LOLI

DNI: 17898066

			
Decano	Dirección de Investigación	Revisor	Director de Investigación

ANEXO N°5: Evaluación de similitud del instrumento con Turnitin

Viernes2 Viernes2 para el: 23-Dic-2016 Roadmap Trabajo 1 de 6

Originality GradeMark PeerMark CALIDAD POR MAYRA NOHELIA ROMANÍ CHICLLA turnitin 28% SIMILAR -- DE 0

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

“Calidad y rentabilidad en la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C. del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
CONTADOR PÚBLICO

AUTOR:

Resumen de Coincidencias

EN Ver fuentes en inglés (Beta)

COINCIDENCIAS		
1	repositorio.ucv.edu.pe fuente de Internet	3%
2	Entregado a Universid... Trabajo de estudiante	2%
3	Entregado a 53250 Trabajo de estudiante	1%
4	Entregado a Universid... Trabajo de estudiante	1%
5	www.scribd.com fuente de Internet	1%

ANEXO N° 6: Autorización de publicación de tesis

	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F08-PP-PR-02.02
		Versión : 09
		Fecha : 23-03-2018
		Página : 1 de 1

Yo, **Romani Chiclla Mayra Nohella**, identificado con **DNI N° 45757747**, egresado de la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad César Vallejo, autorizo () , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "**Calidad y rentabilidad en la empresa Ingeniería del Calzado S.A.C del distrito de San Juan de Lurigancho, año 2015**"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....


FIRMA

DNI: 45757747

FECHA: 23 de Noviembre del 2018

ANEXO N°7: Autorización de la versión final del trabajo de investigación**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO****AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE LA
ESCUELA DE CONTABILIDAD **DR. BERNARDO COJAL LOLI**

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

ROMANI CHICLLA MAYRA NOHELIA

INFORME TÍTULADO:

**"CALIDAD Y RENTABILIDAD EN LA EMPRESA INGENIERÍA DEL CALZADO S.A.C DEL DISTRITO DE
SAN JUAN DE LURIGANCHO, AÑO 2015".**

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

CONTADOR PÚBLICO

SUSTENTADO EN FECHA: **13 DE DICIEMBRE DEL 2016**

NOTA O MENCIÓN: **17**

DR. BERNARDO COJAL LOLI

