



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**TÍTULO:**

**“LA GESTIÓN DE LA CALIDAD Y LA PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA  
BASTIDAS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA”**

***TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERO COMERCIAL***

**AUTOR:**

**MARCO VINICIO ALVAREZ GUERRERO**

**TUTOR:**

**PHD. FRANCISCO PAUL PÉREZ SALAS**

**Riobamba, Ecuador. 2023**

## **DERECHO DEL AUTOR**

Yo, Marco Álvarez, soy responsable de las ideas, doctrinas, resultados y propuestas expuestas en el presente trabajo de investigación y los derechos de autoría pertenecen a la Universidad Nacional de Chimborazo.



.....  
Marco Alvarez  
C.I. 0604098590

Riobamba 4 de junio del 2023

## DICTAMEN FAVORABLE DEL TUTOR Y MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Tutor y Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación "LA GESTIÓN DE LA CALIDAD Y LA PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA BASTIDAS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA", presentado Marco Vinicio Álvarez Guerrero, con cédula de identidad número 0604098590, certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con de titulación. Previamente se ha asesorado durante el desarrollo, revisado y evaluado el trabajo de investigación escrito y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 25 de Julio de 2023.

Mgs. Martha Romero  
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE  
GRADO



Firma

Mgs. Katherine Guerrero  
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Firma

Mgs. Mariela Hidalgo  
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Firma

PhD. Francisco Pérez  
TUTOR



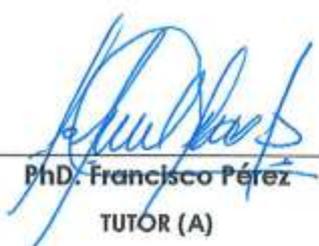
Firma



# CERTIFICACIÓN

Que, **ALVAREZ GUERRERO MARCO VINICIO** con CC: **0604098590**, estudiante de la Carrera **INGENIERIA COMERCIAL, NO VIGENTE**, Facultad de **CIENCIAS POLITICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**LA GESTION DE LA CALIDAD Y LA PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA BASTIDAS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA**", cumple con el **11 %**, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **URKUM**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 06 de julio de 2023



Ph.D. Francisco Pérez

TUTOR (A)

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo primero a Dios, por permitirme irradiar de sabiduría mi mente y de estar conmigo en cada paso que he dado en mi vida profesional.

A mi madre María Guerrero que con su paciencia y enseñanza supo hacer de mí una persona de bien, siempre con metas y objetivos y nunca rendirme ante las adversidades.

A mi padre Galo Alvarez que siempre supo impartir de mi disciplina y esfuerzo dándome siempre las mejores herramientas, que yo necesitaba para poder desarrollarme en el transcurso de las diferentes etapas de mi vida presente y futura.

A mis queridos hermanos que sin su apoyo moral y referente de experiencia que ellos son para mí nunca hubiese logrado ir estableciendo metas a corto plazo que la vida como tal nos exige.

A mis amigos de profesión Brayan Y Jeffrey que me han dado apoyo incondicional y acompañamiento, en la larga vida de la carrera universitaria les agradezco de antemano por todos esos lindos momentos que se compartió con ustedes.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios y sobre todo a mi familia por darme todo el apoyo posible para poder culminar esta importante etapa de mi vida como es finalizar mi carrera universitaria.

A la Universidad Nacional de Chimborazo y más aún a las autoridades de la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas que estuvieron acompañando en el proceso de mi larga carrera universitaria siempre velando por el bienestar de sus estudiantes he impartiendo los conocimientos a beneficio de sus alumnos.

Al Ing. Francisco Pérez PhD que brindo de su tiempo para ayudar y asesorar como docente tutor en cada una de las etapas, para la previa y finalización del trabajo de investigación.

Por último y no menos importante agradezco de manera especial a la Empresa Bastidas de consumo masivo de la ciudad de Riobamba, por ayudarme en la apertura necesaria para poder hacer mi trabajo de investigación, Al Ing. Carlos Bastidas encargado del Área Administrativa y financiera que siempre estuvo dispuesto a darme la oportunidad de aplicar mi investigación.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

DERECHOS DE AUTOR	
DICTAMEN FAVORABLE DEL TUTOR Y MIEMBROS DEL TRIBUNAL	
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
ÍNDICE DE CONTENIDO	
ÍNDICE DE TABLAS	
ÍNDICE DE FIGURAS	
ÍNDICE DE ANEXOS	
RESUMEN	
ABSTRACT	
CAPÍTULO I.....	14
INTRODUCCIÓN.....	14
1. MARCO REFERENCIAL.....	16
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	16
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	17
1.3. OBJETIVOS.....	17
1.3.1. General.....	17
1.3.2. Específicos.....	17
1.4. HIPÓTESIS.....	17
CAPÍTULO II.....	18
2. MARCO TEÓRICO.....	18
2.1. ANTECEDENTES.....	18
2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	19
2.2.1. Unidad I: Comercial Bastidas.....	19
2.2.2. Unidad II: La gestión de la calidad.....	21
2.2.3. Unidad III. Productividad.....	27
CAPÍTULO III.....	30

3. MARCO METODOLÓGICO .....	30
3.1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN .....	30
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	30
3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	31
3.4. DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA .....	31
3.4.1. Población .....	31
3.4.2. Determinación de la Muestra .....	31
3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOPIACIÓN DE DATOS .....	31
3.5.1. Determinación de la técnica de recolección de información .....	31
3.5.2. Determinación de los instrumentos de recogida de información .....	32
3.5.3. Técnicas de Procedimientos e Interpretación de los Datos .....	32
CAPÍTULO IV .....	33
4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	33
4.1. ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA REALIZADA AL COMERCIAL BASTIDAS .....	33
4.1.1. Análisis de la entrevista .....	34
4.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA ENCUESTA REALIZADA A LOS OPERARIOS DEL “COMERCIAL BASTIDAS” .....	36
4.3. DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	56
4.4. HIPÓTESIS .....	56
CAPÍTULO V .....	61
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	61
5.1. CONCLUSIONES .....	61
5.2. RECOMENDACIONES .....	62
CAPÍTULO VI .....	63
6. PROPUESTA .....	63
6.1. OBJETIVO DE LA PROPUESTA .....	63
6.2. PRESENTACIÓN .....	63
6.3. DESARROLLO DE LA PROPUESTA .....	63
BIBLIOGRAFÍA .....	65
ANEXOS .....	69

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Procesos de la gestión de la calidad.....	26
Tabla 2. Esquema de la gestión de la calidad .....	27
Tabla 3. Fases del método hipotético deductivo.....	30
Tabla 4. Género del encuestado .....	36
Tabla 5. Grado de conocimiento.....	37
Tabla 6. Fidelización de un cliente .....	38
Tabla 7. Atención de quejas de los clientes .....	39
Tabla 8. Sugerencias de los trabajadores .....	40
Tabla 9. Sugerencias de los clientes .....	41
Tabla 10. Estrategia para atraer nuevos clientes .....	42
Tabla 11. Reconocimiento a méritos laborales .....	43
Tabla 12. Nuevos proveedores.....	44
Tabla 13. Integrarse hacia nuevos mercados .....	45
Tabla 14. Búsqueda de nuevos clientes .....	46
Tabla 15. Optimización de recursos .....	47
Tabla 16. Horario de los trabajadores .....	48
Tabla 17. Mano de obra .....	49
Tabla 18. Trabajador satisfecho.....	50
Tabla 19. Reconocimiento al trabajador .....	51
Tabla 20. Nivel de capacitación de los trabajadores sobre productividad.....	52
Tabla 21. Productos despachados .....	53
Tabla 22. Rendimiento del trabajador.....	54
Tabla 23. Satisfacción de los clientes .....	55
Tabla 24. Tabla cruzada preguntas 2 y 17 .....	58
Tabla 25. Chi-cuadrado.....	59
Tabla 26. Frecuencias esperadas y observadas .....	59
Tabla 27. Correlación de variables .....	60
Tabla 28. Desarrollo de la propuesta .....	63
Tabla 29. Hoja de control .....	64

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación del comercial bastidas .....	20
Figura 2. Valores empresariales.....	21
Figura 3. Beneficios de la calidad.....	25
Figura 4. Inconvenientes de la gestión de la calidad. ....	26
Figura 5. Factores que incrementan la productividad.....	28
Figura 6. Género del encuestado.....	36
Figura 7. Grado de conocimiento .....	37
Figura 8. Fidelización de un cliente.....	38
Figura 9. Atención de quejas de los clientes.....	39
Figura 10. Sugerencias de los trabajadores.....	40
Figura 11. Sugerencias de los clientes. ....	41
Figura 12. Estrategia para atraer nuevos clientes .....	42
Figura 13. Reconocimiento a méritos laborales.....	43
Figura 14. Figura. Nuevos proveedores.....	44
Figura 15. Integrarse hacia nuevos mercados .....	45
Figura 16. Búsqueda de nuevos clientes .....	46
Figura 17. Optimización de recursos .....	47
Figura 18. Horario de los trabajadores.....	48
Figura 19. Mano de obra.....	49
Figura 20. Trabajador satisfecho .....	50
Figura 21. Reconocimiento al trabajador.....	51
Figura 22. Nivel de capacitación de los trabajadores sobre productividad.....	52
Figura 23. Figura. Productos despechados .....	53
Figura 24. Rendimiento del trabajador .....	54
Figura 25. Satisfacción de los clientes.....	55

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexo A:</b> Operacionalización de las variables	71
<b>Anexo B:</b> Matriz de consistencia	73
<b>Anexo C:</b> Entrevista	74
<b>Anexo D:</b> Encuesta	76
<b>Anexo E:</b> Evidencias fotográficas	80

## RESUMEN

En el presente trabajo de investigación “La gestión de la calidad y la productividad del Comercial Bastidas de la ciudad de Riobamba”, se realizó una investigación que permitió obtener información valiosa, mediante encuestas a los operarios y una entrevista al gerente general de la empresa, se establecieron objetivos en base a la problemática y necesidades de la empresa, por otra parte, los mismo ayudaron a identificar las características y ventajas de las gestión de la calidad, además, se evidencio como ayuda a mejorar la productividad. La metodología utilizada es hipotético-deductivo, tiene un enfoque mixto, el tipo de investigación es descriptivo y correlacional y el diseño es no experimental, para poder establecer lo anteriormente mencionado, se realizó una revisión sistemática de varias fuentes de información verídicas y sustentadas. Por medio de los resultados obtenidos se logró ver que en el Comercial Bastidas cuenta con un conocimiento limitado sobre las variables investigadas, también se observó que cuentan con una persona encargada de supervisar la calidad de los productos, el servicio y la productividad de los operarios, pero todo es llevado de manera empírica, por lo tanto, no cuentan con ningún modelo certificado de calidad lo que va afectar su rentabilidad e imagen empresarial, por otra lado, se indagó que la empresa se preocupa por la captación de los operarios viéndola como una inversión, mas no como un gasto, dado que la empresa quiere ofrecer al consumidor la mejor experiencia posible.

**Palabras clave:** Gestión de la calidad, productividad, rentabilidad, capacitación, operarios

## ABSTRACT

The current research work, "The management of quality and productivity of Comercial Bastidas in the city of Riobamba," carried out an investigation that allowed obtaining valuable information through surveys of operators and an interview with the company's general manager. This information helped establish the objectives based on the problems and needs of the company. On the other hand, it helped to identify the characteristics and advantages of quality management; it was also possible to evidence as helping to improve productivity. The methodology used is hypothetical-deductive. It has a mixed approach; consequently, the type of research is descriptive and correlational, and the design is non-experimental. It was necessary to systematically review various sources of truthful and supported information to accomplish the research goal. Through the results obtained, it was suitable to see that Comercial Bastidas has limited knowledge about the variables investigated. The researcher also observed that the company has a person in charge of supervising the quality of the products, the service, and the operators' productivity; nevertheless, this person carried out this process empirically. Consequently, they need a certified quality model to maintain their profitability and business image. It was vital to inquire that the company cares about attracting operators, seeing it as an investment, not an expense, since it wants to offer the consumer the best possible experience.

**Keywords:** Quality management, productivity, profitability, training, operators



Firmado electrónicamente por:  
JESSICA  
A  
MARIA  
GUARANGA  
LEMA

**Reviewed by:**

Mgs. Jessica María Guaranga Lema

**ENGLISH PROFESSOR**

C.C. 0606012607

# CAPÍTULO I

## INTRODUCCIÓN

La gestión de la calidad es un factor trascendental para que una empresa pueda alcanzar el éxito al momento de ofrecer sus productos o servicios, dado que existe una tendencia a nivel mundial por parte de los clientes en exigir estándares de calidad cada vez más altos, lo cual, se ha convertido en un requisito, es por ello que se han establecido diversas normas y estándares que deben ser cumplidos de manera rigurosa para así satisfacer las necesidades de los clientes.

Actualmente, la calidad es una necesidad imperiosa en el mundo moderno, es por ello, que las empresas se tienen que ir adaptando a diversos cambios con el paso del tiempo, como nuevas políticas, enfoques, diseños, entre otras, por lo tanto, si la organización no está correctamente equipada, sus productos o servicios no serán eficaces, lo que dará como resultado un insuficiente rédito económico para la empresa.

Es importante mencionar, que un modelo de gestión de la calidad va permitir sistematizar y mejorar los procesos, además, va ayudar a optimizar los recursos y los procedimientos internos. En consecuencia, una empresa que tiene implantado un sistema de gestión de la calidad y cumpla con los estándares ya establecidos va ofrecer productos y servicios con la calidad adecuada a un costo accesible, cumpliendo así con las expectativas de los clientes, por lo cual, la empresa será más productiva y competitiva generando así mayor rentabilidad económica.

El autor Cruz (2015), cita que existen varias normas y estándares, los cuales deben ser cumplidos al momento de fabricar un producto u ofrecer un servicio. El sistema de calidad otorga diversos requisitos, los cuales solo describen el proceso que deben seguir, por lo que el fabricante será el que determine si cumple o no con dichos procedimientos.

En el Ecuador, existen diversas organizaciones SAE, CIMC, MIPRO, INEN que son encargadas del sistema de calidad, las cuales proporcionan diversos servicios como inspección, certificación, calibración de sistemas de gestión y acreditación. Estas organizaciones ayudan a desarrollar herramientas versátiles para fomentar la cultura de la calidad y la mejora continua en los productos (Gonzales, 2016).

La investigación es factible de realizar, puesto que se cuenta con la autorización del Comercial Bastidas, de igual forma se disponen de los recursos humanos, bibliográficos, tecnológicos y temporales, necesarios para ejecutar el proyecto.

La presente investigación se realizó con un análisis referente a la gestión de calidad y la productividad del Comercial Bastidas, con el fin de sustentar los objetivos planteados mediante herramientas anteriormente mencionadas, puesto que va permitir determinar posibles errores o desviaciones en los procesos. Además, se estableció el método hipotético deductivo, dado que se observó y estudió el problema, para después plantear la hipótesis la cual fue comprobada, para obtener los resultados y finalmente se estableció diversas estrategias de mejora continua para minimizar las deficiencias en la productividad de la empresa, una vez determinada la situación actual, se procede a plasmar un sistema de control, lo cual va ayudar a mejorar los resultados empresariales.

## **1. MARCO REFERENCIAL**

### **1.1. Planteamiento del problema**

En la actualidad, la calidad se ha convertido en una herramienta indiscutible para mantenerse en el mercado, de ahí la necesidad de adoptar normas y estándares que mejoren los procesos, para optimizar los recursos de la empresa y ofrecer productos de un alto nivel a un precio contenido o mejor dicho calidad-precio, cumpliendo con las expectativas de los clientes. (Cruz, 2015)

La calidad es sumamente importante en las empresas si se considera el avance tecnológico de la época en la que los procesos cada vez son más modernos y seguros, es por ello que el desarrollo interno debe ser de calidad, razón por la cual es necesario implementar sistemas de control para asegurar el adecuado funcionamiento de la misma, buscando la satisfacción del cliente, dado que en un mercado altamente competitivo es de vital importancia que las empresas dispongan de sistemas y estrategias que controlen la calidad de sus productos o servicios, para que compitan con éxito en el mercado.

En América Latina, en donde la competitividad es alta, es claro que la implementación de sistemas para el control de calidad conlleva a la organización de los procesos, no obstante, en la ejecución se generan ciertas dificultades como los costos en los que se ven obligados a incurrir. (Rosero, 2014)

En el Ecuador, los sistemas de gestión de la calidad son una necesidad imperiosa, las empresas necesitan cambios estructurales, si la organización no está debidamente preparada, no podrá adaptarse a los cambios que constantemente se dan como nuevas políticas, enfoques, diseños, entre otras, no podrán ser eficientes, eficaces y seguras al utilizar sistemas o métodos que ya han demostrado confiabilidad a partir del cumplimiento de ciertos requisitos que garanticen excelencia.

El comercial Bastidas de la ciudad de Riobamba el nivel de productividad es variable, la causa es el débil desempeño de los trabajadores, lo que a su vez afecta a que se cumplan con las metas del comercial, puesto que no se evidencia un sistema de gestión de calidad, no tiene procesos establecidos, lo que va a impedir que mejore sus resultados empresariales. En este sentido, considerando las normativas vigentes expuestas por el

gobierno en curso el control de calidad es más riguroso, se sugiere la aplicación de un sistema que permita un control adecuado respecto a la calidad y su influencia en la productividad. Del mismo modo al poseer una deficiente gestión no podrá manejar los parámetros internos como calidad y productividad, lo que a la larga se convertirá en un problema para el comercial, dado que la falta de optimización de recursos, la mala gestión de la calidad y la falta de atención al cliente, va a provocar una débil imagen empresarial y por consiguiente se puede generar desbalances financieros, de esta forma si el comercial ya no es rentable se vería obligado a ser recortes en su talento humano.

## **1.2. Formulación del problema**

¿Cómo la gestión de calidad incide en la productividad del Comercial Bastidas de la ciudad de Riobamba?

## **1.3. Objetivos**

### **1.3.1. General**

- Determinar la incidencia de la gestión de calidad en la productividad del Comercial Bastidas de la ciudad de Riobamba.

### **1.3.2. Específicos**

- Diagnosticar la situación actual de gestión de calidad y productividad del Comercial Bastidas.
- Identificar como la gestión de la calidad mejora la eficacia del Comercial Bastidas.
- Proponer estrategias, mediante programas planificados, para aumentar la productividad.

## **1.4. Hipótesis**

- La gestión de la calidad incide en la productividad del Comercial Bastidas de la ciudad de Riobamba

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes

La investigación con el tema “Sistema de gestión de calidad ISO 9001-2015 orientado en la productividad de una empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios de limpieza para industrias de consumo masivo” realizado por Abate (2018), en donde menciona que para diseñar un sistema de gestión de calidad, bajo la norma ISO 9001:2015, que contribuya al mejoramiento de una empresa dedicada a la elaboración de productos y servicios para industrias de consumo masivo con miras a mejorar sus indicadores de productividad. La conclusión fue, la existencia de un sistema de gestión de calidad llevará a obtener dos grandes logros a Asequim s.a., el primero, que los trabajadores de las distintas áreas desarrollen sentido de pertenencia, compromiso hacia sus tareas y a su empresa, lo cual conduce al segundo beneficio que es ‘motivarlos a participar de mejor manera en los procesos productivos manteniendo índices altos de productividad como resultado de un trabajo ordenado, documentado y con instrumentos de medición periódica de la calidad.

La investigación con el tema “Sistema de Gestión de calidad para la optimización de la productividad en la empresa Ralomtex”, elaborado por Cruz (2014), el objetivo planteado fue, estudiar el sistema de gestión de calidad y normativas de 5 “S” y su incidencia en la productividad de la empresa Ramalotex. Las conclusiones fueron que, los empleados están de acuerdo que la empresa necesita realizar cambios para optimizar y mejorar la productividad de la empresa y la calidad en los productos fabricados. Además, se cree importante crear un normativo con políticas de calidad ya que la mayoría de los trabajadores consideran que un mejoramiento en la empresa es un beneficio para ellos.

La investigación con el tema “Gestión de calidad para incrementar la productividad en la empresa de Confecciones Jhonwil y Estefany E.I.R.L, elaborado por Ruggel (2018), el objetivo general fue determinar la gestión de la Calidad para incrementar la productividad de la empresa “Confecciones JhonWil y Estefany E.I.R.L.”. En la conclusión se logró determinar que la gestión de calidad incrementó la productividad del negocio y en sus diferentes tipos de productos, la productividad parcial de mano de obra se acrecentó en

camisas manga corta en un 25.11% y camisas manga larga en un 23.28%, la productividad de una parte de la máquina en camisas manga corta en un 25.36% y camisas manga larga en 23.9%, obteniendo un aumento en la productividad global de un 2.5 a un 2.7 ha aumentado un 8 %.

El trabajo de titulación denominado “La gestión por procesos y la productividad en la empresa SEGUVID Ambato - Ecuador”, con la finalidad de evaluar la producción específicamente en las líneas de vidrios automotrices, curvos y panorámicos para ello se hizo uso de la entrevista y la observación en los tiempos, los recursos utilizados y la productividad. Esta investigación se realizó con la participación de 23 trabajadores de la empresa entre ellos administrativos y obreros. Luego de aplicar las encuestas en la empresa se ha observado que muchas personas dentro del proceso de producción no cumplen con el tiempo establecido. Mediante la herramienta de tabulación de datos el SPSS se calculó el Chi Cuadrado con un valor determinado de 5,9915 y calculado de 0,006, afirmando así que la gestión procesos incide en la productividad de la empresa SEGUVID. Finalmente, como solución se establecieron estrategias enfocadas en la productividad a ser ejecutadas por parte del gerente de la institución teniendo muy en cuenta la eficiencia y eficacia que genera la entidad (Gaibor, 2022).

## **2.2. Fundamentación Teórica**

### **2.2.1. Unidad I: Comercial Bastidas**

En la primera unidad se provee información trascendental del comercial Bastidas, en cuanto a los datos importantes son los que se va a decir a continuación:

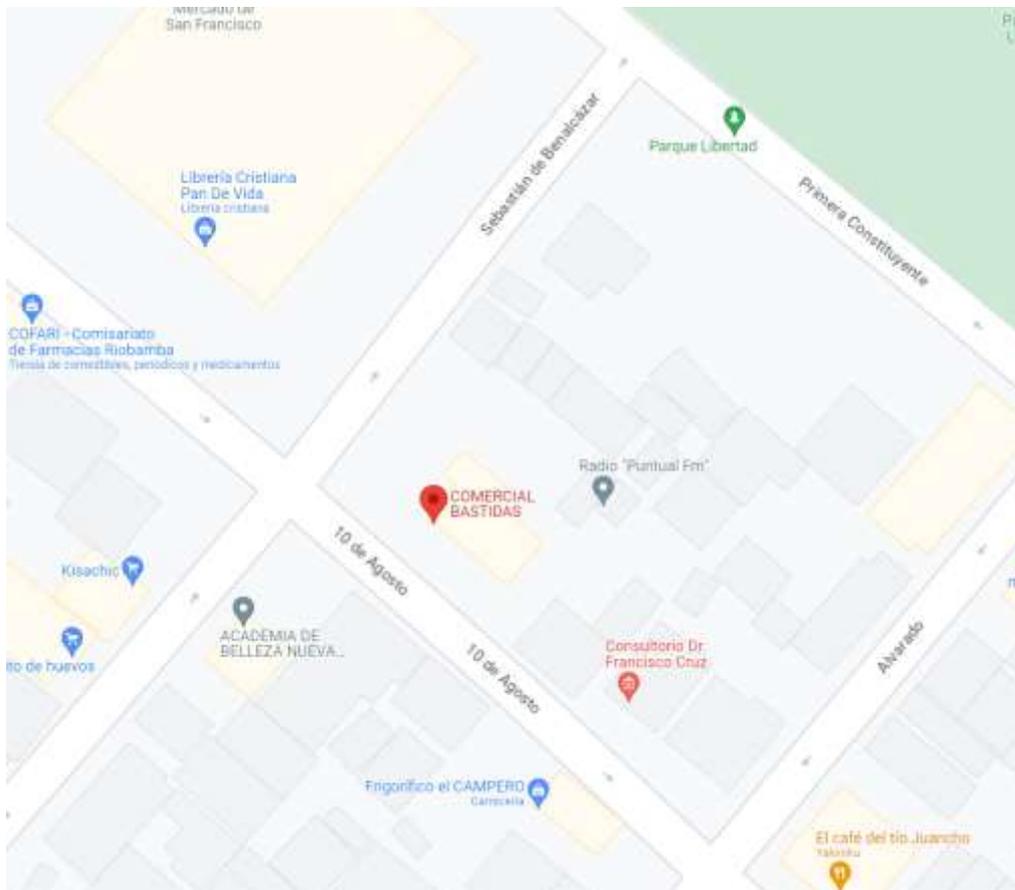
#### **2.2.1.1. Reseña Histórica**

Distribuidora Comercial Bastidas Villacís, es un negocio familiar dedicado a la compra venta de productos de consumo masivo, plásticos y hogar; su historia comienza hace aproximadamente 38 años a inicios del año 1977, en la cual por la visión de dos jóvenes emprendedores Rómulo Bastidas y Carmita Villacís, empezó a labrarse un sueño que ha perdurado en el tiempo hasta convertirse en la empresa que es actualmente. (GrupoBastidas, 2020)

### 2.2.1.2. Localización

El Comercial Bastidas se encuentra localizada en la provincia de Chimborazo en la ciudad de Riobamba en las calles 10 de agosto y Sebastián de Benalcázar como se muestra a continuación:

**Figura 1.** Ubicación del Comercial Bastidas



**Fuente:** Comercial Bastidas (2020)

**Elaborado por:** Marco Álvarez

### 2.2.1.3. Misión

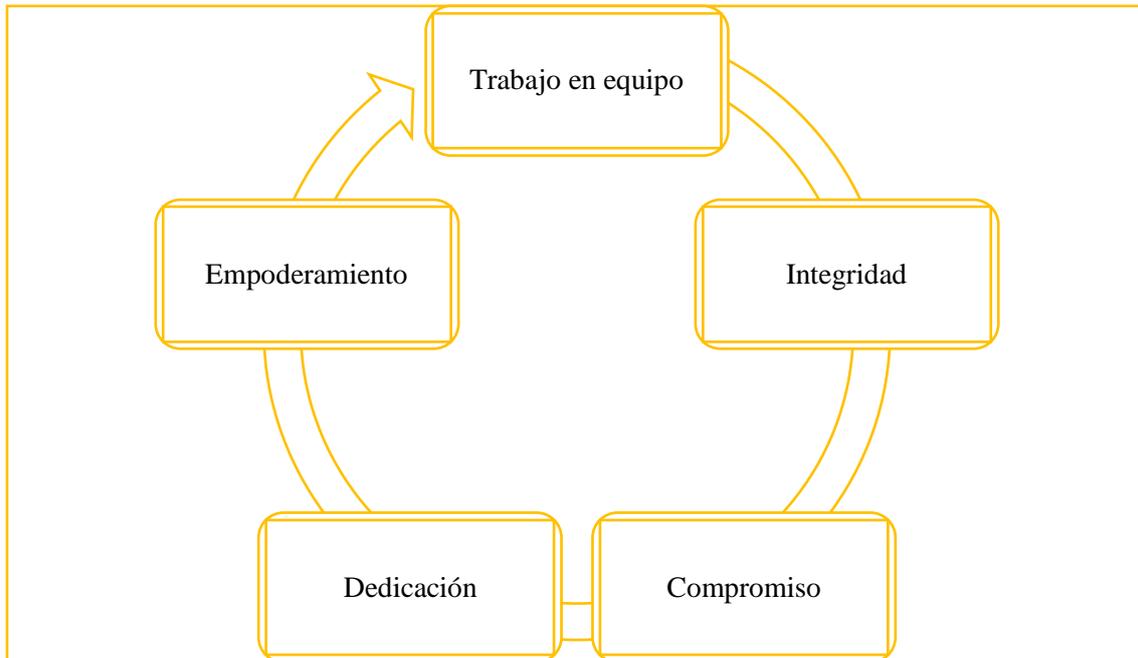
Somos una empresa orgullosamente ecuatoriana enfocada en la distribución y comercialización de productos de consumo masivo, plásticos y hogar, brindando una atención personalizada con personal calificado, cordial y eficiente. (GrupoBastidas, 2020)

### 2.2.1.4. Visión

Ser el mayor referente en la distribución y comercialización de productos de alta calidad y a los mejores precios, a nivel provincial y con proyección de alcanzar mercados a nivel nacional. (GrupoBastidas, 2020)

### 2.2.1.5. Servicios

Figura 2. Valores empresariales



Fuente: Comercial Bastidas (2020)

Elaborado por: Marco Álvarez

## 2.2.2. Unidad II: La gestión de la calidad

### 2.2.2.1. Definiciones de gestión de la calidad

Según Gonzales (2016), menciona que la gestión de calidad es el sistema de acciones encaminadas a administrar y controlar la calidad de una empresa tratando de lograr la satisfacción de los clientes, poniendo especial énfasis en la estructura, recursos y la relación empresarial. Es común escuchar que, gestionar la calidad en las acciones y procesos empresariales permitirá incrementar las ventas, controlar costos y gastos, eliminar errores en los procesos productivos o en la distribución de los bienes o servicios.

Antúnez (2016), afirma que las organizaciones productivas deben crear sus propios sistemas de gestión de calidad, para que puedan trabajar en función de las necesidades del cliente, creando bienes y servicios de un alto estándar a un precio moderado, estos sistemas buscan el mejoramiento de la calidad pensando siempre en la eficacia del producto.

Las actualizaciones sobre la gestión de calidad han generado expectativas por entender cuál es su sustento en las modificaciones de las normas que se aplican a la calidad, con ello se podrá comprender el nuevo enfoque con herramientas que permitirán a las empresas adoptar nuevas directrices para lograr la satisfacción del cliente. (Cortés, 2015)

#### **2.2.2.2. Dimensiones de la calidad**

Se define como dimensión de la calidad a los adjetivos que otorgan una condición característica que el cliente valora del bien o servicio:

- **Características.**

Esta dimensión de la calidad se refiere a condiciones estructurales que incrementan el interés por el producto o servicio. Es un término común que no trata de buscar funciones adicionales sino en que las que están presentes en el producto o servicio lo diferencien de otros existentes en el mercado. (Martín, 2018)

- **Confiabilidad**

Esta característica de la calidad hace que el producto conserve su fiabilidad y no produzca fallas en el proceso productivo en un lapso de tiempo. Es en este elemento en el que los que diseñan el producto ponen toda la atención para asegurar la calidad del servicio. (Martín, 2018)

- **Conformidad**

La aprobación que los diseñadores le otorguen a las características del producto hace que el funcionamiento del mismo sea preciso y cumpla con los requerimientos establecidos de antemano. (Martín, 2018)

- **Atención.**

Esta dimensión de la calidad se refiere a que todos los factores que llamarían la atención del cliente estén presentes en el producto o servicio. Es importante controlar esta dimensión porque una falla en la producción generará ingratas consecuencias. (Martín, 2018)

- **Calidad percibida**

Junto a la marca la calidad percibida hace que las características del servicio o producto tenga mucho peso a la hora de elegirlo, la percepción del diseñador hacia la eficiencia del bien hace que sea confiable. (Martín, 2018)

- **Desempeño.**

Los caracteres atribuidos al producto hacen que se desempeñe de buena o mala forma, la asignación de atributos probados garantiza el eficiente funcionamiento del mismo. Muchas marcas se distinguen por el desempeño de sus productos, razón por la que son elegidos. (Martín, 2018)

- **Durabilidad**

Esta dimensión es útil para valorar la vida útil de un servicio o producto, las condiciones y las características de elaboración o construcción del bien o servicio aseguran su estimación. (Martín, 2018)

- **Estética**

La dimensión estética es básica se considera que para comercializar un producto debe tener las condiciones de imagen atractivas para el público objetivo, esto motivará el nivel de aceptación o no por parte del cliente. (Martín, 2018)

### **2.2.2.3. Principios de gestión de la calidad**

Para Villar Gallardo (2015), es fundamental tomar en consideración los principios bajo los cuales se gestiona la calidad, los cuales son necesarios para la conducción a la mejora continua por la alta dirección de la empresa. Hablar de calidad es hablar de satisfacción del cliente, en este término están inmiscuidos otros indicadores como la calidad total, el control de calidad, los cuales están enfocados en dar satisfacciones al usuario que es el objetivo necesario de las empresas, entonces es necesario cumplirlos.

- **P. 1: Enfocado al Cliente**

Afirma el autor Gallardo (2015), que las empresas tienen dependencia de sus usuarios, es por ello que, si llegara el caso de no depender de los mismos, no está ejerciendo la calidad, por ello es necesario estar al tanto de las necesidades de los usuarios para satisfacer sus requerimientos y expectativas. Bajo este principio es necesario que se analicen los

requerimientos actuales y futuros de los clientes en lo concerniente a producto, garantías, precio y seguridad de entrega.

- **P. 2: Liderazgo**

En cuanto al liderazgo, Gallardo (2015), considera que un buen liderazgo es cuando se establece la dirección y el ambiente de la empresa, de forma que el personal se empodere de los objetivos organizacionales.

Los líderes empresariales deben propender al establecimiento de un clima laboral óptimo para garantizar que la producción mejore, un trabajador motivado entregará todo su potencial y más a la empresa, logrando la fidelización del personal.

- **P 3: Contribución del personal**

El autor Gallardo (2015), considera que el personal es el elemento primordial en la organización, con este conocimiento usarán sus habilidades para la mejora organizacional. El personal cuando está empoderado de los objetivos organizacionales o cuando los considera suyos es capaz de disponer de tiempo extra y en vacaciones con el único fin de ayudar a la empresa, pues la considera suya. El líder utilizará las habilidades del personal en beneficio de la empresa.

- **P 4: Principio de gestión.**

Bajo este principio es necesario establecer un sistema y sus procesos relacionados, mediante indicadores de eficacia y eficiencia.

Estos principios son utilizados por los administradores de las empresas industriales para dar ánimos a trabajar a sus empleados, que estos comprendan que la dirección está trabajando por la empresa y por ende por ellos, por lo tanto, existe un beneficio mutuo dado que, al beneficiarse el trabajador también sus familias pues dependen del sueldo que sus labores le son asignados. (Gallardo, 2015)

- **P 5: Mejora continua**

Es necesario analizar las deficiencias de la organización para elaborar un plan de mejora continua utilizando las herramientas de mejora. Unos de los principios fundamentales de,

es un capítulo que utiliza varios instrumentos para detectar si una empresa necesita emprender procesos de mejora y si los necesita, también sugiere su implementación, ejemplo de ello es el diagrama de Pareto, la estrategia causa efecto.

Con la observancia de estos principios se sugiere a la empresa que elabore una política de calidad poniendo en conocimiento de todo el personal para que mediante su comprensión de los procesos lograr que se empoderen de los objetivos institucionales de forma que se pueda implantar una estrategia común haciendo referencia a un plan de mejora continua. (Gallardo, 2015)

#### **2.2.2.4. Beneficios de la calidad**

También es importante informar que existen diversos beneficios de la calidad los cuales se va a mencionar a continuación.

**Figura 3.** Beneficios de la calidad.

1. Incrementa la productividad.
2. Logra la fidelización de los clientes.
3. Adquiere un nicho de mercado.
4. Hace que la empresa sea fiel a sus objetivos.

**Fuente:** Chávez (2018)

**Elaborado por:** Marco Álvarez

#### **2.2.2.5. Inconvenientes de la gestión de la calidad.**

Al tratar de realizar la gestión de la calidad ocasionalmente se encuentran barreras.

**Figura 4.** Inconvenientes de la gestión de la calidad.



**Fuente:** Chávez (2018)

**Elaborado por:** Marco Álvarez

#### 2.2.2.6. Instituto de Responsabilidad Social Empresarial (IRSE)

La IRSE, es la primera institución del Ecuador que busca el perfeccionamiento mediante las prácticas de RSE, esta institución fue creada sin fines de lucro y pertenece al sector privado, los ideales que rige a la empresa son fomentar los valores humanísticos y solidarios. La IRSE está conformada por un equipo competitivo con mucho conocimiento y experiencia en múltiples disciplinas (IRSE, 2016).

#### 2.2.2.7. Procesos de gestión de la calidad.

**Tabla 1.** Procesos de la gestión de la calidad

N.º	Procesos	Descripción
1.	<b>Planificación</b>	Esta fase es un componente de la gestión de calidad direccionada a cumplir los objetivos de la misma y a identificar los procesos fundamentales para cumplir con los objetivos de la calidad.
2.	<b>Control</b>	El control de la calidad es un componente de la gestión de calidad, destinada a verificar la existencia de los requisitos mediante actividades destinadas a valorar los atributos del buen servicio.
3.	<b>Aseguramiento</b>	Es una fase de la gestión de calidad destinada a generar confianza en verificar que se cumplan los requisitos que aseguren la calidad del servicio o producto, en la actualidad el cliente elige el producto en base al precio relacionado con la calidad del mismo.
4.	<b>Mejora de la calidad</b>	En esta fase se busca el mejoramiento continuo de los procesos para incrementar la calidad, introduciendo mejoras en todas las fases del proceso productivo tendientes a garantizar la satisfacción del usuario.

**Fuente:** Chávez (2018)

**Elaborado por:** Marco Álvarez

### 2.2.2.8. Esquema de gestión de calidad

**Tabla 2.** Esquema de la gestión de la calidad

N. °	Descripción
1.	Recopilar la información necesaria para generar el producto o servicio deseado.
2.	Planificar, al interior de la entidad, las distintas actividades necesarias para asegurar la correcta fabricación del producto o servicio requerido.
3.	Detallar las instrucciones precisas para que se lleven a cabo tales actividades.

**Fuente:** Chávez (2018)

**Elaborado por:** Marco Álvarez

### 2.2.3. Unidad III. Productividad.

#### 2.2.3.1. Productividad.

Para Castillejo (2017), es la asignación de valores a los recursos de una empresa, producir más con menos insumos, y el uso adecuado de los recursos, materiales, producción, recursos humanos o simplemente bienes y servicios. Es por ello que se puede aumentar la productividad aplicando diversos factores como el incremento de trabajo, el aumento de los recursos naturales y cantidad de insumos que genera la empresa en un tiempo estimado.

#### 2.2.3.2. Productividad según varios autores

Según Sladogma (2017), es la suma de los índices de los resultados y el lapso de tiempo que se tarda en producirse, también entre la cantidad de los productos en producción relacionada con la calidad del mismo, si lo analizamos desde la perspectiva de la “productividad total de los factores”, el incremento en la productividad tiene relación con la totalidad de productos/servicios que la empresa genera en un tiempo.

Para Paucar (2019), la productividad es la relación directa del producto final y los factores productivos, los cuales fueron usados al momento de producir un bien y servicio, por lo tanto, se refiere a optimizar de mejor manera los recursos de la empresa, por cada hora de trabajo, por cada trabajador, ser más eficientes.

Según el autor Lujan (2019) nos menciona que, la productividad está asociada entre lo que se está produciendo y la optimización de recursos para generar el producto final, es

importante tomar en cuenta diversos elementos como materiales, equipos y la mano de obra, el cual, es el recurso más importante de la que cuenta la empresa, por lo tanto, si está gestionada de la mejor manera se logrará una mayor eficiencia para la empresa.

### 2.2.3.3. Factores que incrementan la productividad

El autor Sladogna (2017) citan que, es de vital importancia los factores que incrementan la productividad, dado que estos van ayudar a la empresa ahorrar sus recursos y a utilizarlos de la mejor manera posible, logrando así mayor rentabilidad, por lo tanto, es importante cumplirlos si se quiere que la empresa obtenga una mayor eficiencia.

**Figura 5.** Factores que incrementan la productividad



**Fuente:** Sladogna (2017)  
**Elaborado por:** Marco Álvarez

### 2.2.3.4. Cambio organizacional

Rediseñar los espacios de trabajo y reorganizar la forma de trabajar, reorganizar el espacio y/o el modo de trabajo para hacerlo más productivo. Los cambios de puesto inciden en el rendimiento de los obreros, debido a que pueden demostrar habilidades para varias cosas, en ese orden de cosas se incrementa la capacidad de trabajo más que propender a aumentar la productividad.

Es necesario contar con una gestión que tome conciencia de la importancia de vincular la satisfacción del cliente con la satisfacción del trabajador para alcanzar las metas de productividad. (Sladogna, 2017)

### **2.2.3.5. Competitividad**

En referencia a la competitividad Saavedra menciona a Porter (2017), cuando dice que es un término multidireccional porque está influido por diferentes factores unos de cualidad y otros de cantidad (cualitativos y cuantitativos), de igual forma se lo puede medir con diferentes indicadores. Es necesario buscar la competencia en las empresas para generar esa satisfacción de poder cumplir los requerimientos de los usuarios, se torna necesario otorgarle de un factor asociado denominado competitividad empresarial, que no es otra cosa que hacer que las industrias comercialicen en mayor cantidad, incrementando su participación en el mercado.

Otros autores consideran que la competitividad es la destreza de las empresas, industrias u organizaciones que prestan servicios o producen insumos para ser competitivas en el sector de su interés o nicho de mercado para el que se han preparado organizacionalmente buscando que tipo de estrategia es la adecuada para su empresa. (Melo, 2020)

### **2.2.3.6. El clima laboral en el Ecuador**

Con el cumplimiento, es posible que las empresas sean productivas, con lo cual se van a percibir más réditos económicos que bien aprovechados incidirán en lograr que esta sea más competitiva y gane su puesto en el mercado, aquí intervienen términos como la productividad implica la mejora de un proceso productivo; la competitividad ocurre cuando las ventajas comparativas, como motores de desarrollo, se transforman y convierten en ventajas competitivas. (Melo, 2020)

## CAPÍTULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1. Método de investigación

Dentro del presente trabajo investigativo se estableció el método Hipotético-deductivo, en donde se realizó un proceso sistemático, basándose al estudio de un problema identificado en la institución; por tal razón, dado que el objetivo es recoger información y mediante ello obtener la solución al problema.

Esta investigación tiene un enfoque cuantitativo, dado que la comprobación de la hipótesis se centra en los datos obtenidos, los cuales se midió numéricamente para finalmente obtener una conclusión.

**Tabla 3.** Fases del método Hipotético deductivo.

- 
- **Observar el fenómeno a estudiar.** En este caso se parte de la ley general para llegar a establecer las causas, mediante la observación de la falta de procesos de calidad sin llegar a establecer las causas.

---

  - **Crear una hipótesis.** Una vez que se ha identificado el fenómeno se establecerá la hipótesis para poder estudiar a fondo dicho fenómeno.

---

  - **Deducir consecuencias y comprobación de la verdad.** Finalmente se procederá a la deducción y comprobación de la verdad de lo que la causó y las consecuencias que se generan para la empresa.
- 

**Nota:** Adaptado de Escamilla (2019)

#### 3.2. Tipo de investigación

En el presente trabajo de investigación se aplicó la investigación descriptiva y de campo.

- **Investigación Descriptiva.**

Este tipo de investigación busca identificar las situaciones, costumbres y actitudes que prevalecen por medio de la descripción veraz de las actividades, objetos, procesos y personas sin entrar a conocer las relaciones entre ellas. La investigación descriptiva, por tanto, lo que hace es definir, clasificar, dividir o resumir. (Sampieri, 2014)

- **Investigación correlacional.**

En este tipo de investigación se encarga de medir datos sobre un suceso en particular, en el lugar donde suceden. Es decir que, el investigador se traslada al origen donde ocurre el fenómeno que desea estudiar, con el objetivo de recolectar datos útiles para proceder a la investigación. (Sampieri, 2014)

### **3.3. Diseño de la investigación**

Es aquel que se realiza sin cambiar las variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos. (Escamilla, 2019)

El diseño que se utilizó en la investigación es no experimental, dado que no se manipulan las variables, puesto que se observó el problema de Comercial Bastidas para su análisis correspondiente.

### **3.4. Determinación de la Población y muestra**

#### **3.4.1. Población**

La población es el conjunto finito o infinito del fenómeno a estudiar, dado que comparten características similares, de las cuales se obtendrá información valiosa para obtener las conclusiones de dicho fenómeno. (Sampieri, 2014)

En este estudio la población está conformada por todos los integrantes de Comercial Bastidas, desde la parte administrativa hasta los empleados en el número de 35 personas.

#### **3.4.2. Determinación de la Muestra**

La muestra permite saber cuántos individuos deben ser objetos de estudio y a la cual se va tener acceso para llevar a cabo la investigación. Además, se toman unidades que estén disponibles por lo que se aplicará muestreo no probabilístico, dado que se solicitará a los trabajadores que formen parte del estudio. (Sampieri, 2014)

En el estudio la población es reducida, por lo tanto, para la investigación se tomó el total de la población del comercial Bastida como muestra que es de 35 personas, por lo que, en consecuencia, no es necesario calcular la misma.

### **3.5. Técnicas e instrumentos de recopilación de datos**

#### **3.5.1. Determinación de la técnica de recolección de información**

- **Entrevista:** Mediante la visita a la empresa comercial Bastidas, se realizó un proceso de entrevista al gerente general y personal administrativo para conocer cómo está la empresa actualmente en gestión de calidad y productividad.
- **Encuesta:** Mediante la visita a la empresa comercial Bastidas, se realizó un proceso de encuestas al personal operativo para tener información valiosa sobre gestión de calidad y productividad.

### 3.5.2. Determinación de los instrumentos de recogida de información

Los instrumentos que se empleó en el proceso de investigación son los siguientes:

- Guía de entrevista.
- Cuestionario de la encuesta.

### 3.5.3. Técnicas de Procedimientos e Interpretación de los Datos

- Procesamiento de datos.
- Tabulación y representación gráfica de los datos.
- Análisis e interpretación de los resultados obtenidos utilizando el software de estadística SPSS 24,0.

## CAPÍTULO IV

### 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 4.1. Análisis de la entrevista realizada al Comercial Bastidas

##### 1. ¿El Comercial Bastidas utiliza algún modelo de Gestión de la calidad?

¿Si o no y por qué?

El comercial Bastidas dentro de su plan operativo de gestión no dispone con un modelo establecido por parte del comercial que le ayude a controlar la parte operativa y dichos recursos para tener una productividad más eficiente.

##### 2. ¿El Comercial Bastidas cuenta con algún departamento o persona encargada de supervisar la calidad de los productos y servicios que ofrecen?

¿Si o no y por qué?

El Gerente administrativo Carlos Bastidas manifiesta que, si cuentan con un departamento encargado netamente de supervisar la calidad en la venta de los productos y el servicio de atención que tienen con sus clientes, lo hacen mediante auditorias en los diferentes puntos de venta que cuenta el comercial, para medir y evaluar los estándares de calidad.

##### 3. ¿Considera usted que la gestión de la calidad aplicada a la productividad puede llegar a ser una ventaja competitiva?

¿Si o no y por qué?

Si, puesto que se considera que la gestión de la calidad como la productividad, si son aplicadas de manera idónea en la empresa pueden considerarse una ventaja, dado que los empleados al estar capacitados y preparados en el puesto que se desempeñan van a otorgar un servicio de calidad con precios cómodos y por ende la productividad en ventas será más eficiente.

##### 4. ¿Cómo miden el nivel de eficiencia de los operarios y la calidad del servicio sus clientes?

¿Si o no y por qué?

Según el Gerente administrativo del Comercial Bastidas establecen su medición en el nivel de eficiencia por tiempo en las diferentes áreas que dispone la empresa que son el perchaje, caja, empaquetado etc. Todo esto la miden con las sugerencias que los clientes

tienen hacia el servicio que sus operarios ofrecen, dado que esto dependerá si la calidad es buena o no.

**5. ¿El Comercial Bastidas cuenta con alguna estrategia y los recursos necesarios para que sus operarios sean más productivos?**

**¿Si o no y por qué?**

El Comercial Bastidas dentro de las estrategias que maneja es dar oportunidades de crecimiento y aprendizaje a sus empleados dentro de las funciones a las que se le asigna, para que potencien sus habilidades y capacidades, lo que dará como resultado que sean más productivos, en las ventas y la atención al cliente.

**4.1.1. Análisis de la entrevista**

Mediante las respuestas obtenidas por parte del gerente administrativo Carlos Bastidas del “Comercial Bastidas” se logró indagar el origen del problema, el cual es que la empresa no cuenta con un modelo específico de gestión de la calidad, lo que va afectar la productividad, dado que al momento de ofrecer un servicio que no sea de calidad no se va a satisfacer por completo las necesidades de los clientes y por ende va afectar al rédito económico de la empresa y su reputación.

Por otra parte, se logró evidenciar que el Comercial Bastidas si cuenta con una persona encargada de supervisar al momento de despachar los productos, por lo que se aseguran de brindar un servicio de calidad, todo ello no es llevado solo de manera empírica, puesto que se realiza auditorias anualmente para asegurarse de que se estén cumpliendo los estándares de calidad ya establecidas.

Es importante recalcar que el gerente administrativo del Comercial Bastidas nos mencionó que, la gestión de la calidad aplicada a la productividad puede llegar a ser una ventaja competitiva, puesto que al momento de que los operarios de la empresa ofrezcan un servicio de calidad a los clientes se logrará satisfacer sus necesidades, lo que dará como resultado que aumente la rentabilidad de la empresa.

También, se observó que la empresa mide el nivel de eficiencia mediante el tiempo, dado que existen diversas áreas las cuales deben ser controladas, también nos manifestó que, la calidad del servicio la miden mediante las sugerencias y quejas de los clientes, es por ello que el Comercial Bastidas se esmera no solo en vender u ofrecer un servicio, sino

también en brindar una experiencia al momento que realicen una compra y así fidelizar al cliente.

Por último, la empresa aplica una estrategia para brindar un servicio de calidad y sea más productiva, por medio de la capacitación a sus operarios para así potenciar sus habilidades y conocimientos, dado que el conocimiento no debe ser visto como un gasto sino como una inversión, la cual va otorgar grandes resultados empresariales en el futuro.

## 4.2. Análisis e interpretación de la encuesta realizada a los operarios del “Comercial Bastidas”

### 1. ¿Género?

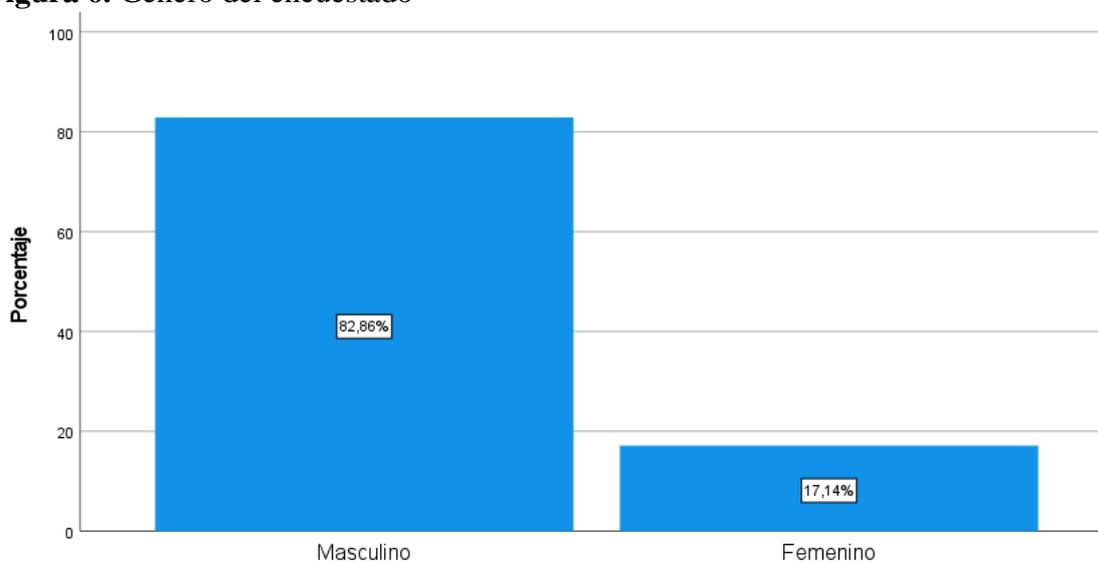
**Tabla 4.** Género del encuestado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	29	82,9	82,9	82,9
	Femenino	6	17,1	17,1	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Figura 6.** Género del encuestado



**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Análisis:** Una vez realizado el estudio correspondiente, se logró indagar que el 82,86% operarios del Comercial Bastidas son de sexo masculino, mientras que el 17,14% restante pertenecen al sexo femenino.

**Interpretación:** Como se pudo observar la mayor parte de operarios que laboran en el Comercial Bastidas son de sexo masculino, mientras que existe solo un pequeño segmento el cual está conformada por el sexo femenino.

**2. ¿Cuál es el grado de conocimiento que usted tiene acerca de la gestión de la calidad?**

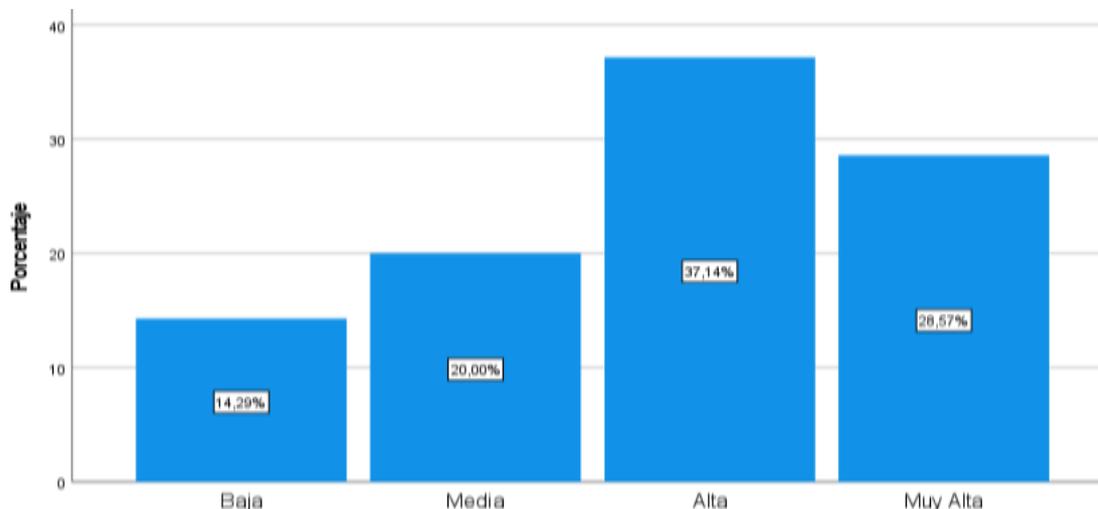
**Tabla 5.** Grado de conocimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Baja	5	14,3	14,3	14,3
	Media	7	20,0	20,0	34,3
	Alta	13	37,1	37,1	71,4
	Muy Alta	10	28,6	28,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Figura 7.** Grado de conocimiento



**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Análisis:** Una vez realizado el estudio correspondiente, se logró investigar que el 37,14% de operarios del Comercial Bastidas tienen un conocimiento alto acerca de la gestión de calidad, mientras que el 28.57% es muy alto, por otra parte, el 20% es medio, por último, el 14,29% es bajo.

**Interpretación:** Aquí se observó claramente que los operarios del Comercial Bastidas tienen un gran conocimiento sobre la gestión de la calidad, dado que es una de las prioridades de la empresa es capacitar a sus operarios, para que puedan brindar un servicio de calidad y logren actuar ante cualquier circunstancia tomando así la mejor decisión posible.

### 3. ¿Cuál es el factor más importante para fidelizar un cliente?

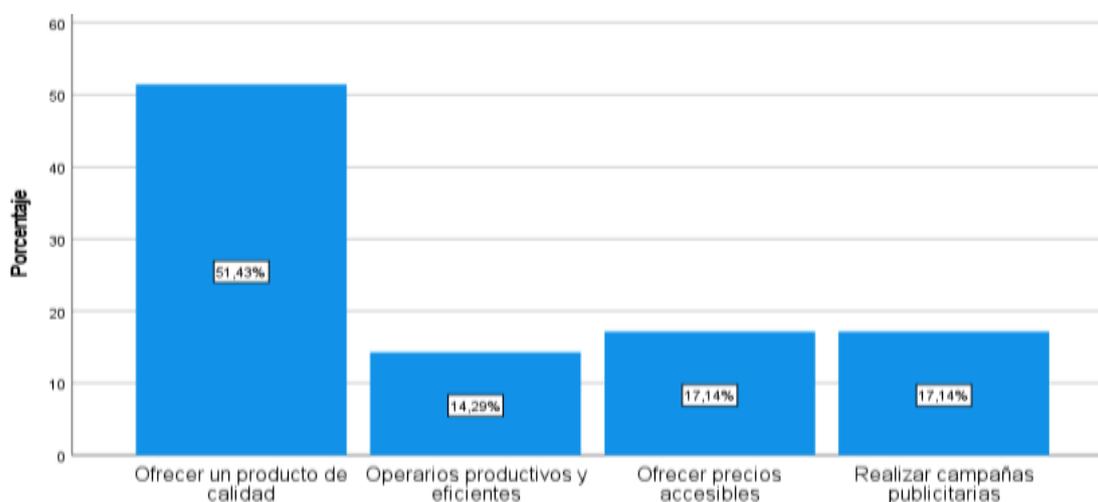
**Tabla 6.** Fidelización de un cliente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ofrecer un producto de calidad	18	51,4	51,4	51,4
	Operarios productivos y eficientes	5	14,3	14,3	65,7
	Ofrecer precios accesibles	6	17,1	17,1	82,9
	Realizar campañas publicitarias	6	17,1	17,1	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Figura 8.** Fidelización de un cliente



**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Análisis:** Una vez realizado el estudio correspondiente, se observó que el factor más importante para fidelizar un cliente es ofrecer un producto de calidad con un 51,43%, el 17,14% de los operarios encuestados dicen que es ofrecer precios accesibles y realizar una gran campaña publicitaria y finalmente el 14,29% dicen que son operarios productivos y eficientes.

**Interpretación:** Se indaga que el factor de mayor importancia es brindar un producto de calidad, puesto que la empresa tiene como objetivo fidelizar sus clientes satisfaciendo sus necesidades. Además, es vital mencionar que actuar de esta manera hace que se diferencie de la competencia.

#### 4. ¿Cuál es el nivel con el que se atiende las quejas de los clientes del Comercial Bastidas?

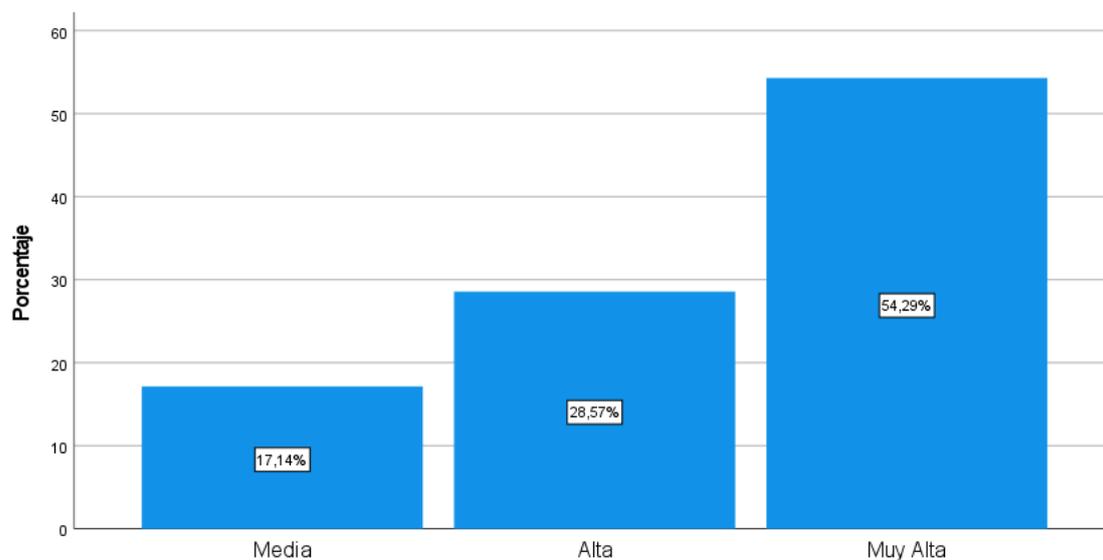
**Tabla 7.** Atención de quejas de los clientes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Media	6	17,1	17,1	17,1
	Alta	10	28,6	28,6	45,7
	Muy Alta	19	54,3	54,3	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Figura 9.** Atención de quejas de los clientes



**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Análisis:** Una vez realizado el estudio correspondiente, se evidenció que en el Comercial Bastidas el nivel con el que se atienden las quejas es muy alta con 54.29%, por otra parte, los encuestados dijeron que el 28,57% es alta y para finalizar el 17,14% es media.

**Interpretación:** Se investigó que en el Comercial Bastidas el nivel con el que se atiende las quejas es alto, dado que es una de las prioridades de la empresa brindar atención a su clientela sobre cualquier duda, para saber así saber qué quiere exactamente y satisfacer sus necesidades, además escuchar sobre nuevas ideas, productos y consejos.

## 5. ¿Con qué frecuencia se atiende las sugerencias de los trabajadores del Comercial Bastidas para mejorar la calidad?

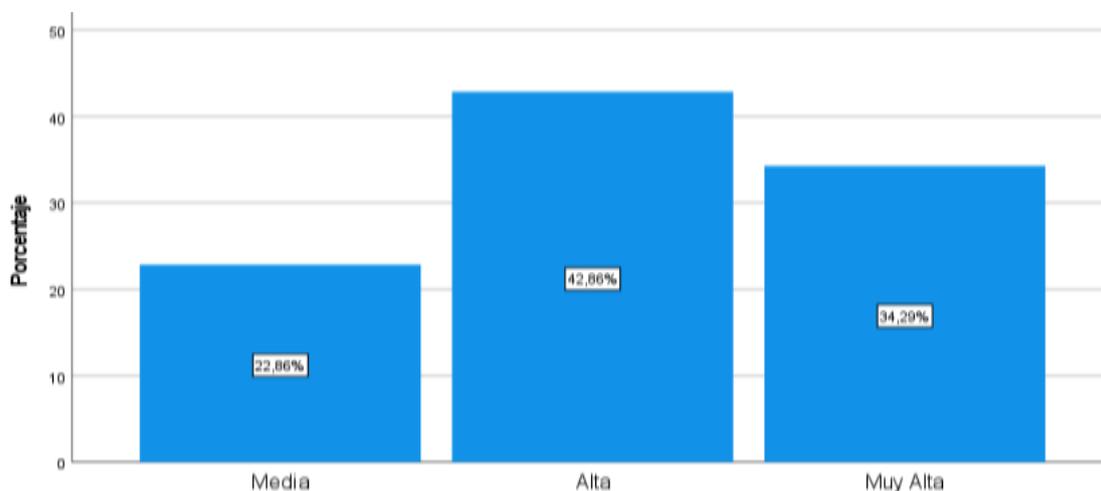
**Tabla 8.** Sugerencias de los trabajadores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Media	8	22,9	22,9	22,9
	Alta	15	42,9	42,9	65,7
	Muy Alta	12	34,3	34,3	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Figura 10.** Sugerencias de los trabajadores



**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Análisis:** Una vez realizado el estudio correspondiente, se investigó que el 42,86% de los operarios del Comercial Bastidas eligieron que la frecuencia con la que se atiende sus sugerencias es alta, mientras que, con un 34,29% eligieron muy alta, y como última opción eligieron media con un 22,86%.

**Interpretación:** Aquí se logró observar claramente que en el Comercial Bastidas se preocupan por lo que piensan sus operarios y las ideas que pueden aportar, dado que así van a ser parte fundamental de la empresa y sentirse valorados, esto permitirá que estén comprometidos con la misma y sus objetivos.

**6. ¿Con qué frecuencia se atiende las sugerencias de los clientes para mejorar los servicios?**

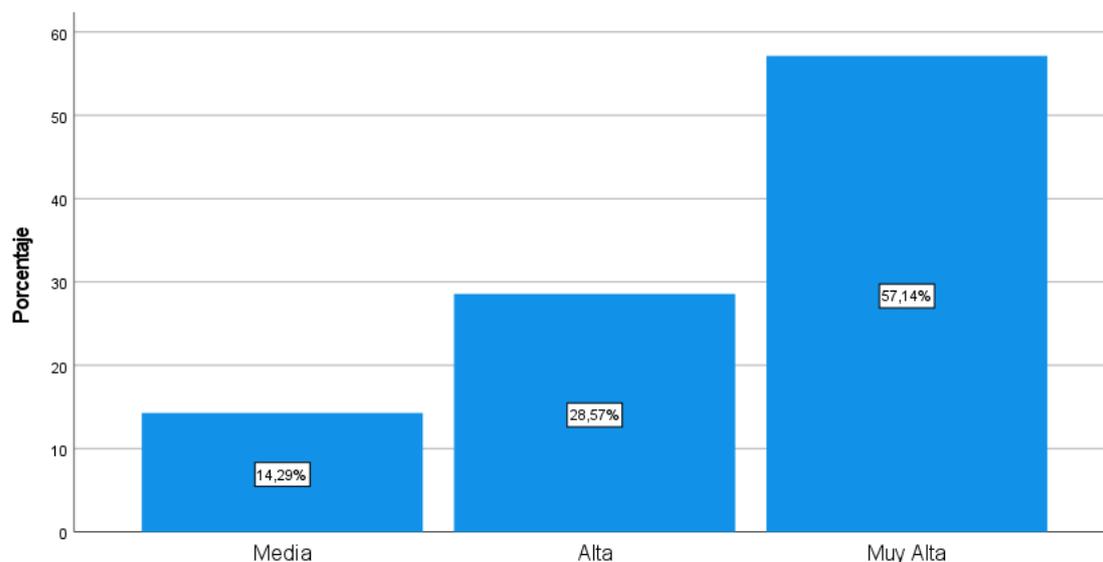
**Tabla 9.** Sugerencias de los clientes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Media	5	14,3	14,3	14,3
	Alta	10	28,6	28,6	42,9
	Muy Alta	20	57,1	57,1	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Figura 11.** Sugerencias de los clientes.



**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Análisis:** Una vez realizado el estudio correspondiente, se logró identificar que el 57,14% de los encuestados dicen que la frecuencia con la que se atiende las sugerencias de los clientes para mejorar los servicios, también el 28,57% informan que es alta y finalmente el 14,29% es media.

**Interpretación:** Se logro investigar que, en el Comercial Bastidas, los clientes son la parte más importante de la empresa, dado que son los encargados que hacer que funcione y genere rentabilidad es por ello que se esfuerzan para atender todas sus necesidades y sugerencias, para mejorar la experiencia del consumidor.

## 7. ¿Cuál es la estrategia cree usted que es ideal para atraer nuevos clientes?

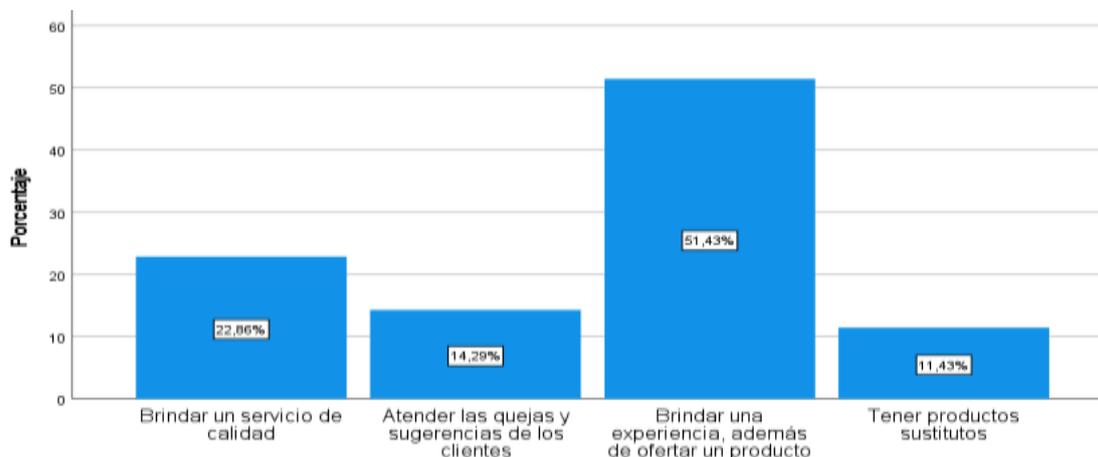
**Tabla 10.** Estrategia para atraer nuevos clientes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Brindar un servicio de calidad	8	22,9	22,9	22,9
	Atender las quejas y sugerencias de los clientes	5	14,3	14,3	37,1
	Brindar una experiencia, además de ofertar un producto	18	51,4	51,4	88,6
	Tener productos sustitutos	4	11,4	11,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Figura 12.** Estrategia para atraer nuevos clientes



**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Análisis:** Una vez realizado el estudio correspondiente, se pudo indagar que el 51,43% de los operarios dicen que la estrategia para atraer nuevos clientes es brindar una experiencia, además de ofertar un producto, mientras que el 22,86% informan que es brindar un servicio de calidad, el 14,29% eligieron atender las quejas y sugerencias de los clientes y por último el 11,43% comentan que es tener productos sustitutos.

**Interpretación:** Se pudo observar claramente en la encuesta que hubo una respuesta contundente, la cual es brindar una experiencia, además de ofertar un producto, dado que es el objetivo más importante del comercial bastidas es crear un vínculo entre la empresa y el consumidor, para generar confianza.

**8. ¿Cuál es el nivel de reconocimiento a méritos laborales, cuando un trabajador se destaca brindando un servicio de calidad y fideliza nuevos clientes?**

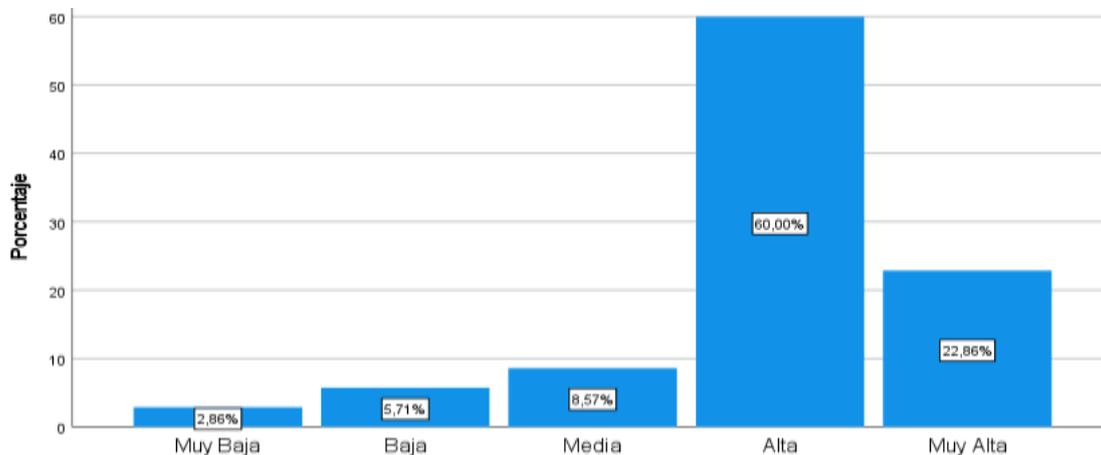
**Tabla 11.** Reconocimiento a méritos laborales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Baja	1	2,9	2,9	2,9
	Baja	2	5,7	5,7	8,6
	Media	3	8,6	8,6	17,1
	Alta	21	60,0	60,0	77,1
	Muy Alta	8	22,9	22,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Figura 13.** Reconocimiento a méritos laborales



**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Análisis:** Una vez realizado el estudio correspondiente, se observó claramente que los encuestados dijeron que en el Comercial Bastidas el nivel de reconocimientos a méritos laborales es alto con un 60%, mientras que, otros dijeron que es muy alto con un 22.9%, por otra parte, el 8,6% informaron que es media, también el 5,7 % comentaron que es baja y finalmente el 2,9% dijo que es muy baja.

**Interpretación:** Es evidente que en el Comercial Bastidas reconocer los méritos laborales de los operarios es de vital importancia, puesto que si cumplen con los objetivos de la empresa se nota el compromiso con la misma, reconociendo el esfuerzo de los trabajadores.

**9. ¿Cuál cree usted que es el motivo por el cual se está en constante búsqueda de nuevos proveedores?**

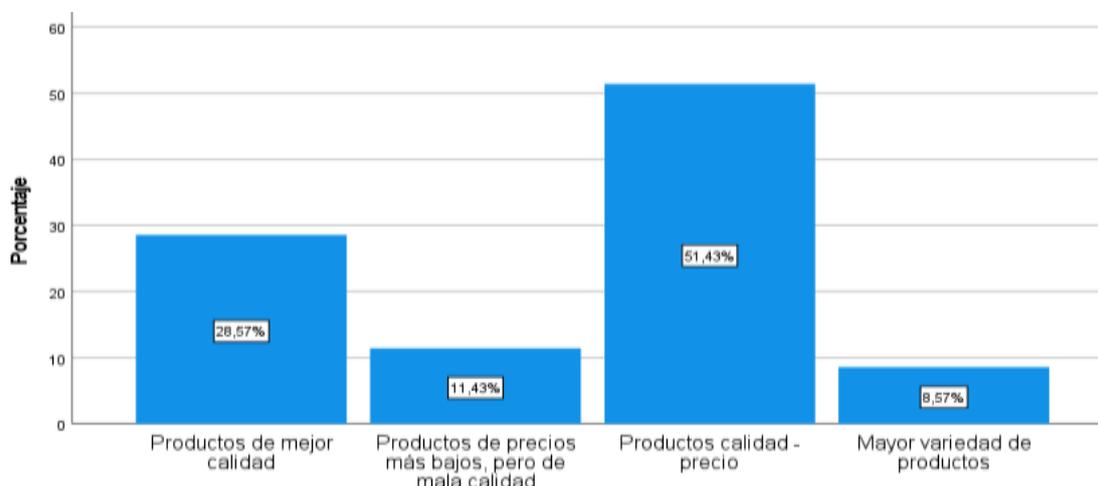
**Tabla 12.** Nuevos Proveedores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Productos de mejor calidad	10	28,6	28,6	28,6
	Productos de precios más bajos, pero de mala calidad	4	11,4	11,4	40,0
	Productos calidad - precio	18	51,4	51,4	91,4
	Mayor variedad de productos	3	8,6	8,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Figura 14.** Figura. Nuevos proveedores



**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Análisis:** Una vez realizado el estudio correspondiente, se investigó que el motivo por el cual se debe buscar nuevos proveedores con un 51,43% es buscar productos calidad-precio, le sigue con un 28,57% buscar productos de mejor calidad sin tomar en cuenta el costo, después está con un 11,43% buscar productos a precios bajos, pero de mala calidad y por último con un 8,57% dijeron que es buscar una gran variedad de productos.

**Interpretación:** Se analizó que los operarios del Comercial Bastidas eligieron que se debe buscar constantemente nuevos proveedores, para así lograr obtener productos calidad-precio, dado que es importante dar un producto por precio justo, para por medio de ellos ganar nuevos clientes y captar la mayor parte del público.

**10. ¿Cuál cree usted que sería la principal ventaja de integrarse hacia nuevos mercados?**

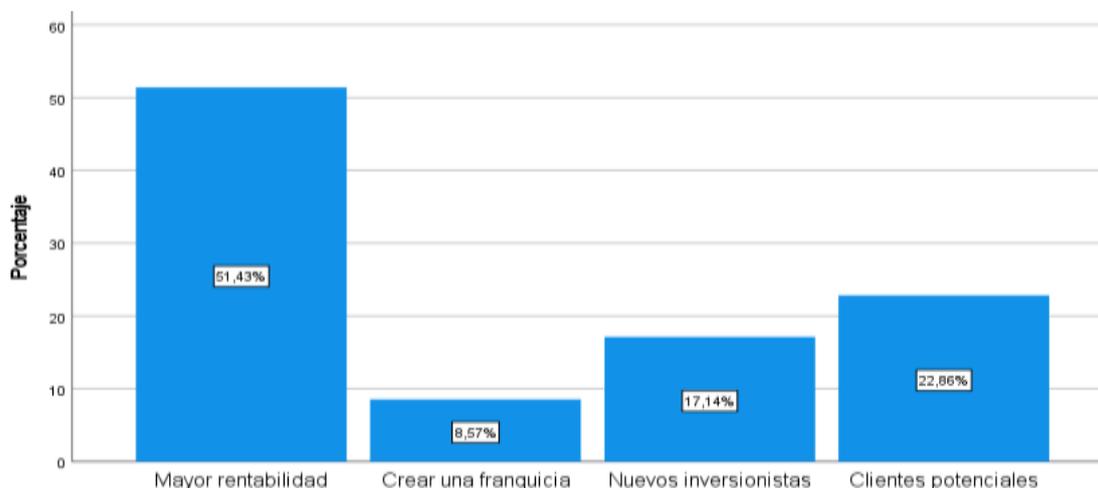
**Tabla 13.** Integrarse hacia nuevos mercados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mayor rentabilidad	18	51,4	51,4	51,4
	Crear una franquicia	3	8,6	8,6	60,0
	Nuevos inversionistas	6	17,1	17,1	77,1
	Clientes potenciales	8	22,9	22,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Figura 15.** Integrarse hacia nuevos mercados



**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Análisis:** Una vez realizado el estudio correspondiente, se logró identificar que la ventaja principal de buscar nuevos mercados es para obtener mayor rentabilidad con un 51,43%, también los operarios eligieron que obtener clientes potenciales con un 22,66%, por otra parte, informaron que con un 17,14% es para obtener nuevos inversionistas y finalmente con un 8,57% crear una franquicia.

**Interpretación:** Aquí se observó claramente, que una de las principales ventajas de buscar nuevos mercados es para generar mayor rentabilidad, dado que si el comercial se sigue expandiendo significa que se han estado cumpliendo con todos los objetivos, lo que quiere decir que existe una buena gestión y un vínculo entre la empresa, los operarios y sus clientes.

## 11. ¿Cuál es el nivel de búsqueda de nuevos clientes?

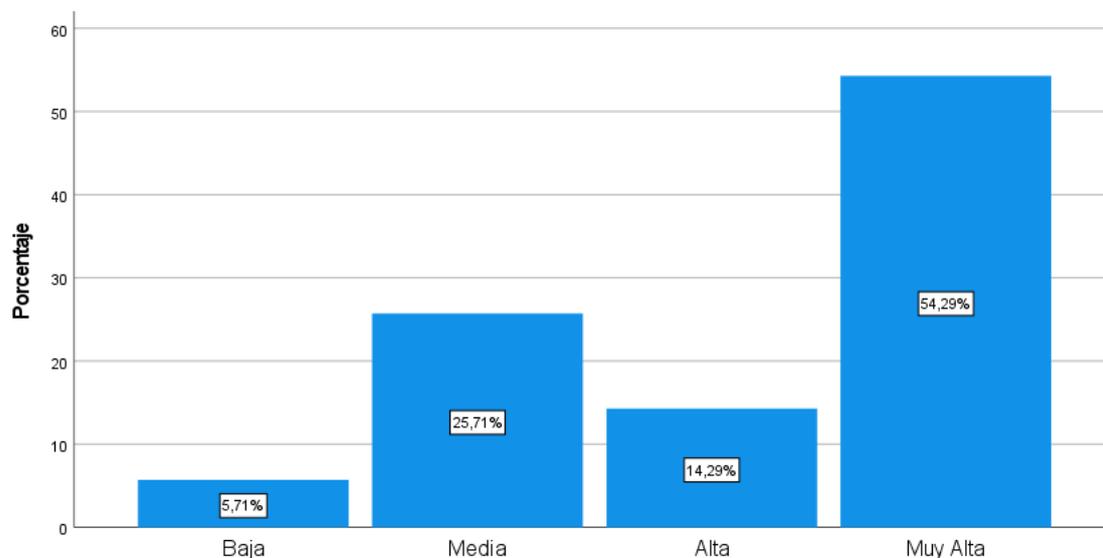
**Tabla 14.** Búsqueda de nuevos clientes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Baja	2	5,7	5,7	5,7
	Media	9	25,7	25,7	31,4
	Alta	5	14,3	14,3	45,7
	Muy Alta	19	54,3	54,3	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Figura 16.** Búsqueda de nuevos clientes



**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Análisis:** Una vez realizado el estudio correspondiente, se identificó que el nivel de búsqueda de nuevos clientes en el Comercial Bastidas es muy alto con un 54,29%, también nos supieron manifestar que es medio con un 25,71%, después comentaron que es alto con un 14,29% y para finalizar es bajo con un 5,71%.

**Interpretación:** Se logró indagar que en el Comercial Bastidas el nivel de búsqueda de nuevos clientes es muy amplio, dado que la empresa siempre está en la búsqueda constante de innovación, lo que da como resultado que nuevos clientes se interesen por la misma.

## 12. ¿Cuál es el nivel de optimización de recursos en el Comercial Bastidas?

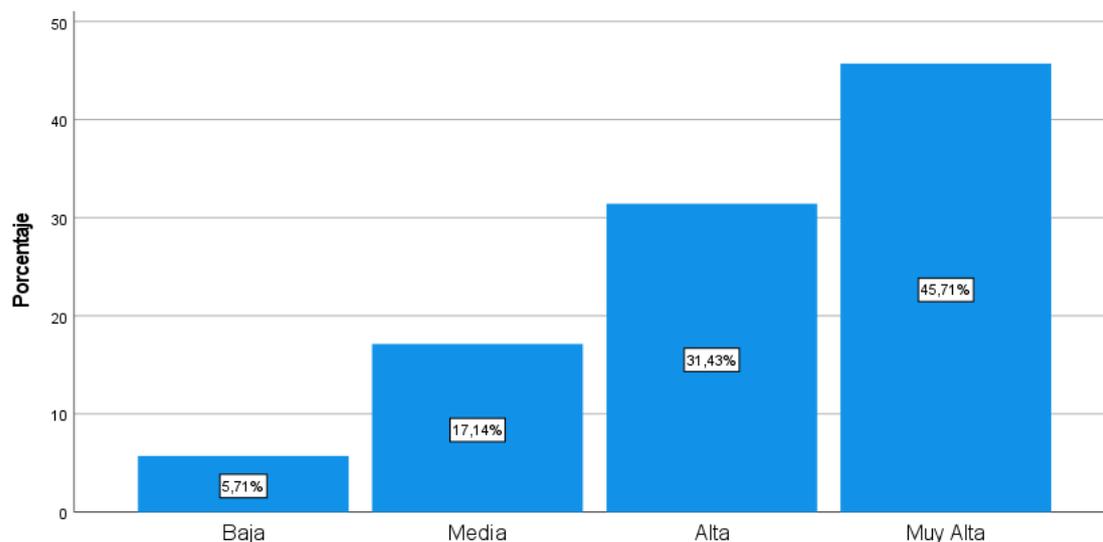
Tabla 15. Optimización de recursos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Baja	2	5,7	5,7	5,7
	Media	6	17,1	17,1	22,9
	Alta	11	31,4	31,4	54,3
	Muy Alta	16	45,7	45,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

Elaborado por: Marco Álvarez

Figura 17. Optimización de recursos



Fuente: Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

Elaborado por: Marco Álvarez

**Análisis:** Una vez realizado el estudio correspondiente, se analizó que los operarios del Comercial Bastidas la optimización sus recursos es muy alta en un 45,71%, también es alta con un 31,43%, le sigue media con un 17,14%. y para finalizar eligieron que es baja con un 5,71%.

**Interpretación:** Aquí se observó claramente que en el Comercial Bastidas la optimización de recursos es un pilar fundamental de la empresa, esto se debe a la gran capacitación que tienen sus operarios, puesto que son eficientes al momento de realizar sus diferentes actividades generando por medio de ello mayor rentabilidad para la empresa.

### 13. ¿Cuál es el nivel de compromiso de los trabajadores para cumplir con su horario?

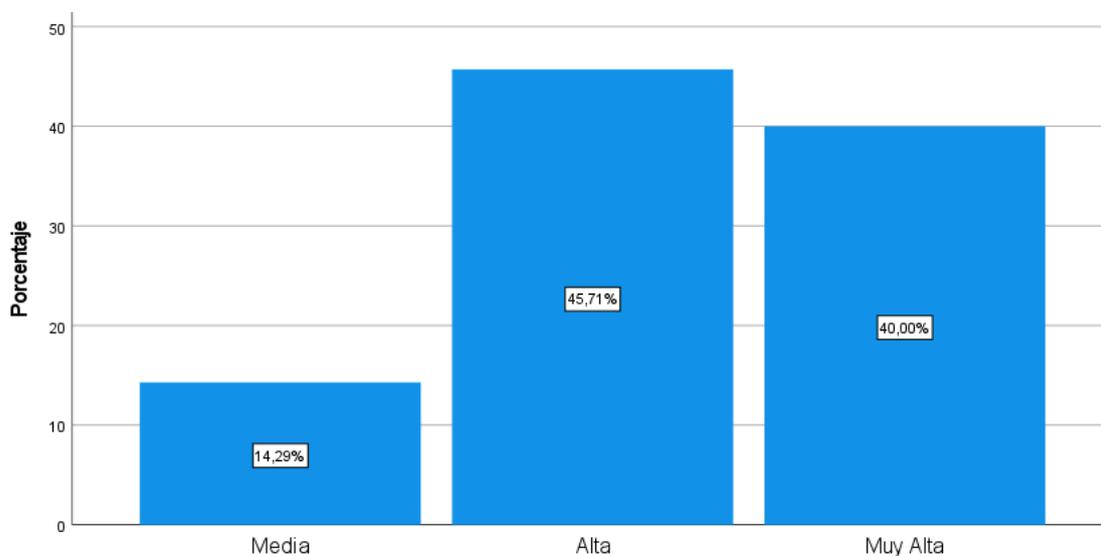
**Tabla 16.** Horario de los trabajadores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Media	5	14,3	14,3	14,3
	Alta	16	45,7	45,7	60,0
	Muy Alta	14	40,0	40,0	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Figura 18.** Horario de los trabajadores



**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Análisis:** Una vez realizado el estudio correspondiente, se observó que el compromiso de los trabajadores cumpliendo su horario es alto con un 45,71%, por otra parte, los operarios eligieron muy alta con un 40% y para finalizar es media con un 14,29%.

**Interpretación:** Se investigó que los operarios del Comercial Bastidas están comprometidos con la empresa, dado que si la empresa genera mayor rentabilidad habrá mayor beneficio para los trabajadores, por lo tanto, todos tratan de cumplir con sus funciones de manera espectacular y eficiente.

**14. ¿Está usted de acuerdo en que el costo de mano de obra debe ser proporcional a la productividad del trabajador?**

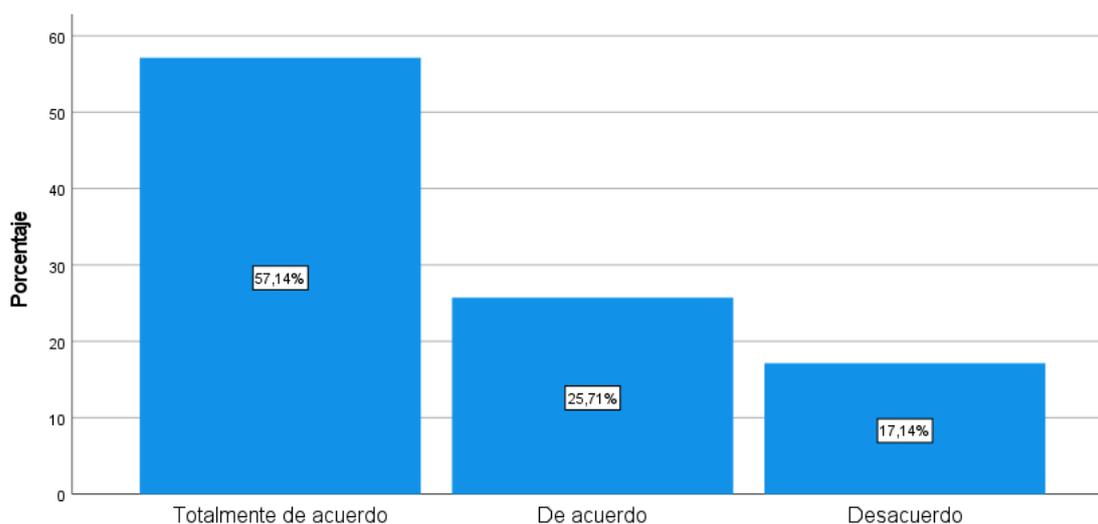
**Tabla 17.** Mano de obra

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	20	57,1	57,1	57,1
	De acuerdo	9	25,7	25,7	82,9
	Desacuerdo	6	17,1	17,1	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Figura 19.** Mano de obra



**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Análisis:** Una vez realizado el estudio correspondiente, se analizó que los encuestados están totalmente de acuerdo que el costo de mano de obra debe ser proporcional a la productividad del trabajador en un 57,14%, también comentaron que están de acuerdo en un 25,71% y por último están en desacuerdo con un 17,14%.

**Interpretación:** Se indagó que los encuestados del Comercial Bastidas, están de acuerdo que el costo de mano de obra debe ser proporcional a la productividad, dado que si los trabajadores dejan de ser eficientes dará como resultado que la empresa pierda rentabilidad y confianza, lo que va ser contraproducente para los propios trabajadores.

**15. ¿Cuál cree usted que es la ventaja más relevante que puede ofrecer un trabajador satisfecho?**

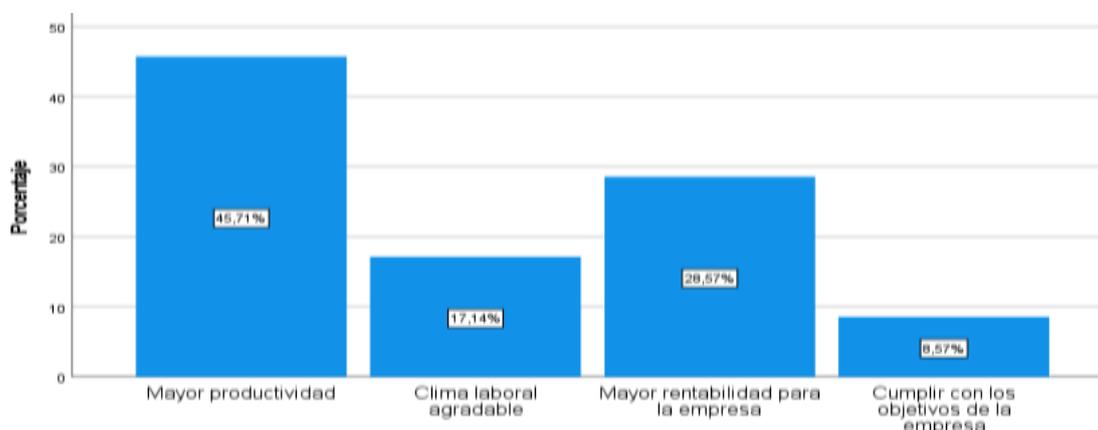
**Tabla 18.** Trabajador satisfecho

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mayor productividad	16	45,7	45,7	45,7
	Clima laboral agradable	6	17,1	17,1	62,9
	Mayor rentabilidad para la empresa	10	28,6	28,6	91,4
	Cumplir con los objetivos de la empresa	3	8,6	8,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Figura 20.** Trabajador satisfecho



**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Análisis:** Una vez realizado el estudio correspondiente, se logró identificar que la ventaja que ofrece un trabajador satisfecho es mayor productividad con 45,71%, después es obtener mayor rentabilidad con 28,57%, también es el clima laboral agradable con un 17,14% y finalmente es cumplir con los objetivos de la empresa con un 8,57%.

**Interpretación:** Aquí se observó claramente que los operarios del Comercial Bastidas piensan que un trabajador satisfecho va ser más productivo, dado que cuando un trabajador se desenvuelve en un clima de trabajo agradable, tiene una correcta capacitación y remuneración, va estar siempre motivado y dar el máximo rendimiento en sus funciones asignadas.

**16. ¿Cuál piensa usted que sería el reconocimiento a un trabajador que esté comprometido con la empresa y cumpla con los objetivos de la misma?**

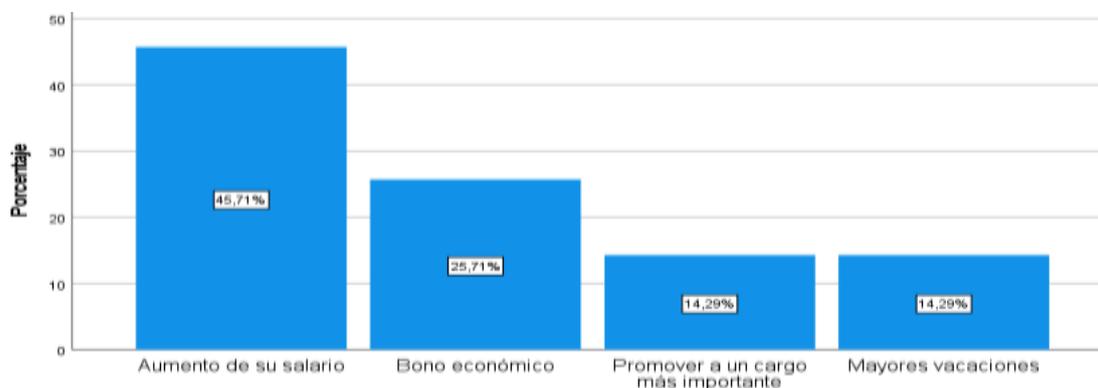
**Tabla 19.** Reconocimiento al trabajador

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Aumento de su salario	16	45,7	45,7	45,7
	Bono económico	9	25,7	25,7	71,4
	Promover a un cargo más importante	5	14,3	14,3	85,7
	Mayores vacaciones	5	14,3	14,3	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Figura 21.** Reconocimiento al trabajador



**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Análisis:** Una vez realizado el estudio correspondiente, se indagó que los encuestados eligieron que el reconocimiento ideal para un trabajador que cumpla con los objetivos sería un aumento de salario con un 45,71%, después eligieron un bono económico con un 25,71%, también informaron que sería ideal promover a un cargo más importante y mayores vacaciones con un 14,29% los dos.

**Interpretación:** Aquí se investigó que los trabajadores del Comercial Bastidas están de acuerdo en que un aumento de salario sería lo ideal, puesto que, al cumplir con los objetivos con la empresa, quiere decir que es eficiente y está comprometido con la empresa ayudándola a generar rentabilidad económica.

## 17. ¿Cuál es el nivel de capacitación de los trabajadores sobre productividad?

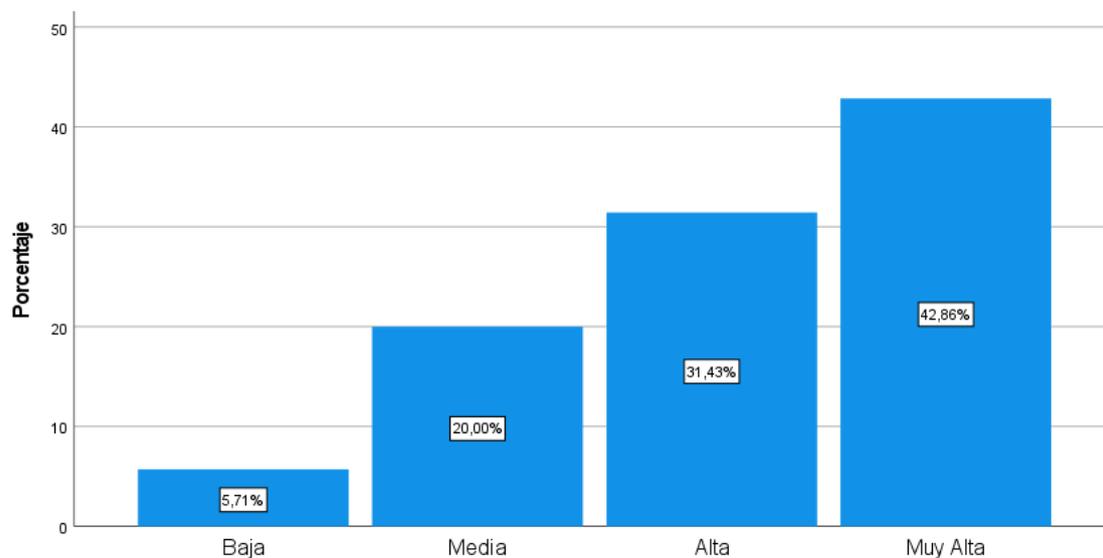
**Tabla 20.** Nivel de capacitación de los trabajadores sobre productividad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Baja	2	5,7	5,7	5,7
	Media	7	20,0	20,0	25,7
	Alta	11	31,4	31,4	57,1
	Muy Alta	15	42,9	42,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Figura 22.** Nivel de capacitación de los trabajadores sobre productividad



**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Análisis:** Una vez realizado el estudio correspondiente, se logró comprender que el nivel de capacitación de los trabajadores sobre productividad es muy alto con un 42,86%, le sigue alta con un 31,43%, también escogieron la opción media con el 20% y finalmente está baja con un 5,71%.

**Interpretación:** El comercial Bastidas se centra mucho en la capacitación de los trabajadores, dado que ellos lo ven como una inversión mas no como un gasto, lo cual es de gran importancia permitiendo tener un personal que cumpla con sus actividades de manera óptima y así generar rentabilidad económica.

**18. ¿Con que frecuencia se despacha los productos en el Comercial Bastidas?**

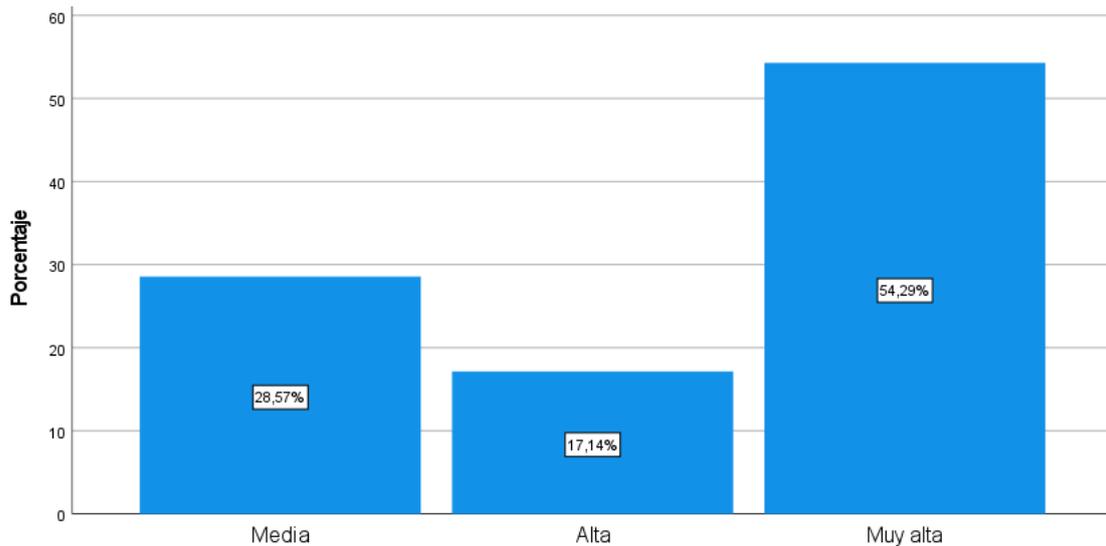
**Tabla 21.** Productos despachados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Media	10	28,6	28,6	28,6
	Alta	6	17,1	17,1	45,7
	Muy alta	19	54,3	54,3	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Figura 23.** Figura. Productos despachados



**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Análisis:** Una vez realizado el estudio correspondiente, se pudo observar que el nivel con el que se despacha los productos en el comercial bastidas es muy alto con un 54,29%, después le sigue medio con un 28,57% y finalmente alto con un 17,14%.

**Interpretación:** Aquí se pudo verificar claramente que los operarios del Comercial Bastidas son eficientes, dado que el nivel con el que atienden a sus clientes es ágil, además, de brindar un servicio de calidad para fidelizar a los mismos.

**19. ¿Cuál cree usted que es el principal factor que afecta el rendimiento de un trabajador?**

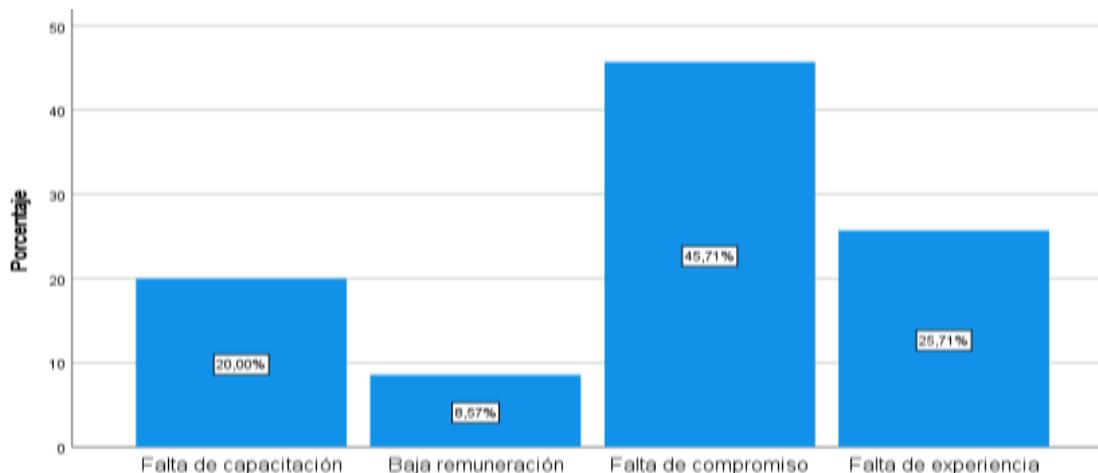
**Tabla 22.** Rendimiento del trabajador

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Falta de capacitación	7	20,0	20,0	20,0
	Baja remuneración	3	8,6	8,6	28,6
	Falta de compromiso	16	45,7	45,7	74,3
	Falta de experiencia	9	25,7	25,7	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Figura 24.** Rendimiento del trabajador



**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Análisis:** Una vez realizado el estudio correspondiente, se analizó a los encuestados, dicen que el factor que afecta al rendimiento del trabajador es la falta de compromiso con un 45,71%, seguido por la falta de experiencia con el 25,71%, después eligieron la falta de capacitación con 20% y para finalizar la baja remuneración con un 8,57%.

**Interpretación:** Se indagó que los trabajadores del Comercial Bastidas informan que el motivo por el cual un trabajador esté rindiendo mal en sus funciones asignadas es por la de compromiso, dado que la empresa le brinda todas las herramientas necesarias para que pueda desarrollarse de la mejor manera y si el trabajador no se encuentra motivado es mejor alejarlo de la empresa.

## 20. ¿Cuál cree usted que es el nivel de satisfacción de los clientes?

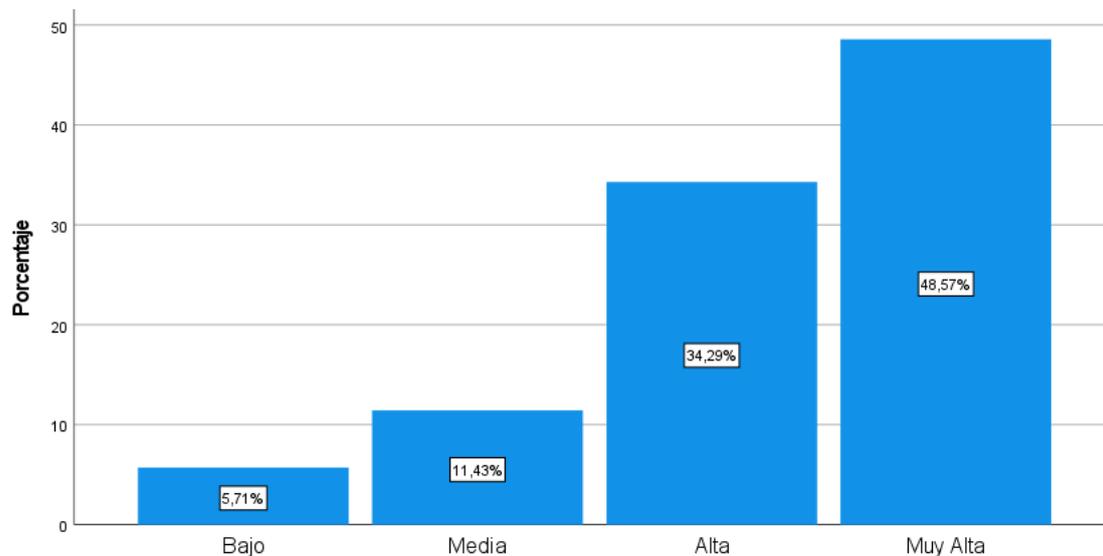
**Tabla 23.** Satisfacción de los clientes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	2	5,7	5,7	5,7
	Media	4	11,4	11,4	17,1
	Alta	12	34,3	34,3	51,4
	Muy Alta	17	48,6	48,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Figura 25.** Satisfacción de los clientes



**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Análisis:** Una vez realizado el estudio correspondiente, se verificó que el 48,57% de los encuestados dicen que el nivel de satisfacción de los clientes es alto, por otra parte, indicaron que el 34,29% es alto, después informaron que el 11,43% es medio y para finalizar el 5,71% es bajo.

**Interpretación:** Se logró investigar que el nivel de satisfacción de los clientes del Comercial Bastidas es muy alto, dado que la empresa se esmera por brindar todas las facilidades al consumidor, como la atención a quejas y sugerencias, ofrecer productos de calidad, brindar un buen servicio y precios accesibles, además, de brindarles una experiencia al momento de comprar generando confianza con el mismo.

### 4.3. Discusión de resultados

De acuerdo con la información obtenida mediante la encuesta realizada a los operarios del Comercial Bastidas, se pudo verificar que la empresa quiere generar un vínculo con los trabajadores por medio diversas estrategias como la capacitación y la motivación, puesto que mediante ello se va lograr que los operarios desarrollen sus funciones de mejor manera, aumentando su productividad, mejorando el clima laboral, optimizando los recursos, lo que dará como resultado que la empresa baje sus gasto y obtenga una mayor rentabilidad, indagación similar al proyecto de investigación realizado por Abate (2018), donde menciona que los operarios deben generar sentido de pertenencia con la empresa, dado que si los trabajadores están capacitados y motivados van a realizar sus funciones con mayor compromiso, manteniendo altos índices de calidad al momento de cumplir con sus funciones, además, la productividad va aumentar considerablemente.

Es de suma importancia mencionar lo que se evidenció por medio de la encuesta aplicada, que la empresa no solo quiere ofrecer sus productos al público de manera común, también quiere ofrecer una experiencia al momento que visiten sus instalaciones, por lo que, cada día se esmeran en fomentar diversos cambios, pero lamentablemente son llevados de manera empírica y no cuentan con un modelo un modelo específico de gestión de la calidad, por lo tanto, va afectar a diversas áreas de la empresa, esto dará como resultado que la productividad baje considerablemente, dando como resultado que la empresa no cumpla con sus objetivos y su rédito económico decaiga, es por ello que según los datos obtenidos en la investigación elaborada por Cruz (2014), en donde indica que los trabajadores están de acuerdo en que la empresa aplique cambios, que ayuden a optimizar recursos, aumentar la productividad y ofrecer un servicio de calidad, mejorando así la experiencia del consumidor, es importante establecer un modelo de gestión de calidad, dado que esto va permitir satisfacer a sus clientes, por ende la empresa y los operarios obtendrán mayores beneficios.

### 4.4. Hipótesis

**Hipótesis nula ( $H_0$ ):** La gestión de calidad no incide en la productividad del Comercial Bastidas de la ciudad de Riobamba.

**Hipótesis Alternativa ( $H_1$ ):** La gestión de calidad incide en la productividad del Comercial Bastidas de la ciudad de Riobamba.

## Comprobación de la hipótesis

Para poder realizar correctamente la hipótesis se formuló la misma, la cual, se planteó la hipótesis nula  $H_0$  y la hipótesis alternativa  $H_1$ , después se procedió a realizar su comprobación mediante el programa estadístico SPSS, por medio del Chi-cuadrado, lo que determinó si se acepta o se rechaza, además se estableció la relación que existe en las variables.

$$\text{Fórmula: } \chi^2 = \sum \frac{(Fo - Fe)}{Fe}$$

### Datos:

Chi cuadrado=  $\chi^2$

Frecuencias esperadas= Fe

Frecuencias observadas= Fo

### Regla de aceptación

Para que la regla de aceptación sea correcta es importante mencionar, que el nivel de significancia debe ser menor o igual que 0,05, se rechaza  $H_0$  y se acepta  $H_1$ .

### Tabla cruzada

El principal objetivo de la tabla cruzada es establecer una relación entre la variable independiente y dependiente, puesto que permite analizar la incidencia de las filas y de las columnas, por medio de ello se va a desarrollar frecuencias observadas y esperadas, con un nivel de confianza de 95% y un 5% de margen de error. Las preguntas que fueron seleccionadas son la 2 y 17.

**Variable independiente:** Gestión de la calidad

**Pregunta:** ¿Cuál es el grado de conocimiento que usted tiene acerca de la gestión de la calidad?

**Variable dependiente:** Productividad

**Pregunta:** ¿Cuál es el nivel de capacitación de los trabajadores sobre productividad?

**Tabla 24.** Tabla cruzada preguntas 2 y 17

Tabla cruzada ¿Cuál es el grado de conocimiento que usted tiene acerca de la gestión de la calidad? *¿Cuál es el nivel de capacitación de los trabajadores sobre productividad?							
			¿Cuál es el nivel de capacitación de los trabajadores sobre productividad?				Total
			Baja	Media	Alta	Muy Alta	
¿Cuál es el grado de conocimiento que usted tiene acerca de la gestión de la calidad?	Baja	Recuento	0	0	3	2	5
		Recuento esperado	,3	1,0	1,6	2,1	5,0
		% del total	0,0%	0,0%	8,6%	5,7%	14,3%
	Media	Recuento	2	0	1	4	7
		Recuento esperado	,4	1,4	2,2	3,0	7,0
		% del total	5,7%	0,0%	2,9%	11,4%	20,0%
	Alta	Recuento	0	1	4	8	13
		Recuento esperado	,7	2,6	4,1	5,6	13,0
		% del total	0,0%	2,9%	11,4%	22,9%	37,1%
	Muy Alta	Recuento	0	6	3	1	10
		Recuento esperado	,6	2,0	3,1	4,3	10,0
		% del total	0,0%	17,1%	8,6%	2,9%	28,6%
Total		Recuento	2	7	11	15	35
		Recuento esperado	2,0	7,0	11,0	15,0	35,0
		% del total	5,7%	20,0%	31,4%	42,9%	100,0%

**Fuente:** Programa estadístico SPSS

**Elaborado por:** Marco Álvarez

## Chi-cuadrado

**Tabla 25.** Chi-cuadrado

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	25,267 <sup>a</sup>	9	<b>,003</b>
Razón de verosimilitud	24,468	9	,004
Asociación lineal por lineal	2,174	1	,140
N de casos válidos	35		

a. 15 casillas (93,8%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,29.

**Fuente:** Programa estadístico SPSS

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Nivel de significación:**  $0,05 > 0,003$  (se rechaza  $H_0$  y se acepta  $H_1$ )

**Tabla 26.** Frecuencias esperadas y observadas

<i>Fo</i>	<i>Fe</i>	<i>Fo-Fe</i>	$(Fo - Fe)^2$	$(Fo - Fe)^2 / Fe$
0	0,3	-0,3	0,09	0,3
0	1	-1	1	1
3	1,6	1,4	1,96	1,225
2	2,1	-0,1	0,01	0,00
2	0,4	1,6	2,56	6,4
0	1,4	-1,4	1,96	1,4
1	2,2	-1,2	1,44	0,65
4	3	1	1	0,33
0	0,7	-0,7	0,49	0,7
1	2,6	-1,6	2,56	0,98
4	4,1	-0,1	0,01	0,00
8	5,6	2,4	5,76	1,03
0	0,6	-0,6	0,36	0,6
6	2	4	16	8
3	3,1	-0,1	0,01	0,00
1	4,3	-3,3	10,89	2,53
<b>35</b>	<b>35</b>			<b>25,17</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los operarios del Comercial Bastidas

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Grados de libertad:**

**25,17 > 16,91** (se rechaza  $H_0$  y se acepta  $H_1$ )

gl= (filas-1) (columnas-1)

$x^2$  Calculado = 25,17

gl= (4-1) (4-1)

$x^2$  Crítico = 16,91

gl= (3)(3)

Probabilidad = 0,05

gl= 9

Grados de libertad = 9

**El resultado obtenido es el siguiente:**

$0,05 > 0,003$  (se rechaza  $H_0$  y se acepta  $H_1$ )

$25,17 > 16,91$  (se rechaza  $H_0$  y se acepta  $H_1$ )

Por lo tanto, mediante el resultado obtenido se evidenció que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa corroborando que: La gestión de calidad incide en la productividad del Comercial Bastidas de la ciudad de Riobamba.

**Correlación de variables**

**Tabla 27.** Correlación de variables

Correlaciones				
			Gestión de la calidad	Productividad
Rho de Spearman	Gestión de la calidad	Coeficiente de correlación	1,000	-,634
		Sig. (bilateral)	.	,014
		N	35	35
	Productividad	Coeficiente de correlación	-,634	1,000
		Sig. (bilateral)	,014	.
		N	35	35

**Fuente:** Programa estadístico SPSS

**Elaborado por:** Marco Álvarez

**Análisis**

Se logró identificar que su correlación no es paramétrica, por lo tanto, el Rho de Spearman es de -0,624, lo que da como resultado una correlación negativa moderada. Por lo cual, se rechaza  $H_0$  y se acepta  $H_1$ .

## CAPÍTULO V

### 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1. Conclusiones

- La gestión de la calidad incide en la productividad del Comercial Bastidas, dado que se indagó que el objetivo de la empresa es satisfacer las necesidades de los clientes y esto lo logran ofreciendo productos de calidad, además, la empresa se esmera por tener operarios con la formación adecuada, para que sean más productivos y ofrecer un servicio de calidad al público, siendo más eficientes con sus tareas.
- De acuerdo al diagnóstico realizado al Comercial Bastidas sobre gestión de la calidad se determinó que es limitado, dado que todas las actividades son llevadas de manera empírica y no cuentan con un modelo de gestión de la calidad específico, lo que va limitar los procesos que se llevan a cabo en la empresa y va afectar la productividad.
- La gestión de la calidad mejora la productividad del Comercial Bastidas, dado que se identificó que es una ventaja competitiva ante empresas similares, es por ello, que no solo ofrecen un producto de calidad, también se esfuerzan por brindar una experiencia al momento de visitar sus instalaciones, esto lo logran mediante operarios correctamente capacitados, los cuales van a optimizar sus recursos, cumplir con los tiempos establecidos para las actividades designadas, escuchar sugerencias de los clientes, ser más productivos, siendo así distintos de la competencia.
- La gestión de la calidad brinda diversos beneficios para la empresa que lo apliquen de manera correcta, por lo tanto, se estableció diversas estrategias para que ayuden a la productividad y así, no solo brindar un producto de calidad, sino también brindar una experiencia de compra enfocada en el servicio que ofrece la empresa, atendiendo todas las inquietudes de los clientes y ser más eficientes en las funciones que desempeñan los operarios.

## **5.2. Recomendaciones**

- Se recomienda al Comercial Bastidas, establecer un modelo de gestión de calidad, dado que va ayudar mucho en la productividad de los operarios y también en el servicio que ofrecen los mismos, satisfaciendo de mejor manera las necesidades de los clientes y fidelizando a los mismos.
- Se recomienda al Comercial Bastidas, implementar una persona altamente capacitada, responsable y comprometida con la empresa, para llevar a cabo el sistema de gestión de calidad, dado que todas estas tareas son desarrolladas de manera empírica y va afectar a la productividad.
- Se recomienda al Comercial Bastidas, realizar un seguimiento a todas las actividades que se cumplen de manera interna y externa en la empresa, para que sean ejecutadas con la mayor eficiencia posible, optimizando todos los recursos de la empresa y ofreciendo una experiencia de compra al consumidor.
- Se recomienda al Comercial Bastidas tomar en cuenta las estrategias propuestas, dado que se crearon diversos programas, para que los operarios puedan desarrollar sus actividades de la mejor manera posible, haciendo que la empresa obtenga mayor rentabilidad y sea más competitiva.

## CAPÍTULO VI

### 6. PROPUESTA

Estrategias para aumentar la productividad.

#### 6.1. Objetivo de la propuesta

Proponer estrategias, mediante programas planificados, para aumentar la productividad.

#### 6.2. Presentación

Mediante la información recolectada, se estableció que en el Comercial Bastidas hay un conocimiento limitado, por lo tanto, las actividades de gestión por procesos y calidad son desarrolladas de manera empírica, afectando la productividad, dado que no se toma en cuenta distintos factores para llevar cabo las actividades y ofrecer un servicio de calidad.

#### 6.3. Desarrollo de la propuesta

**Tabla 28.** Desarrollo de la propuesta

<b>Estrategia</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Actividades</b>	<b>Propósito</b>	<b>Resultados</b>
Capacitación	Capacitar a los operarios, para mejorar la eficiencia	Realizar capacitaciones 2 veces al mes, sobre temas de mayor tendencia para la empresa	Ampliar la eficiencia en los operarios	Operarios capacitados
Tiempos de trabajo	Registrar el tiempo, al desarrollar una actividad	Establecer objetivos que los operarios deben cumplir en su día de trabajo	Mejorar la productividad de los operarios	Optimización de tiempo y mano de obra
Optimización de recursos	Optimizar los recursos, para reducir los costos financieros	Desarrollar un cronograma distribuyendo correctamente las actividades	Verificar la cantidad de recursos usados en cada actividad	Ahorro en los recursos de la empresa
Control de actividades	Controlar los procesos, para conocer cómo se desarrolla cada actividad	Realizar un seguimiento de las actividades de la empresa, por medio de una hoja de control	Saber si se están realizando de manera óptima las actividades	Mejora de procesos

**Elaborado por:** Marco Álvarez

Para que todas las estrategias propuestas puedan llevarse a cabo sin ninguna complicación es importante llevar en control sobre ellas, es por ello, que se realizó una hoja de control para evaluar si se están cumpliendo y poder obtener los resultados lo mayor pronto posible.

**Tabla 29.** Hoja de control

<b>Hoja de control</b>							
<b>Responsable:</b>	Supervisor de turno						
<b>Objetivo:</b>	Conocer cómo se está desarrollando las actividades de la empresa						
<b>Práctica</b>	<b>Acciones</b>	<b>Recursos utilizados</b>	<b>Fecha inicio</b>	<b>Fecha final</b>	<b>Meta cumplida en %</b>	<b>Observación</b>	<b>Firma</b>
Capacitación							
Tiempos de trabajo							
Optimización de recursos							
Seguimiento de actividades							

**Elaborado por:** Marco Álvarez

## BIBLIOGRAFÍA

- Abate, L. (2018). *Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001-2015 orientado en la productividad de la empresa de consumo masivo*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/11753/1/T-UCSG-POS-MAE-205.pdf>
- Antunez, L. (2016). *Sistemas integrados de gestión*. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2073-60612016000200001](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612016000200001)
- Apaza, P., & Sauñe, P. (2019). *MEJORA DE LA PRODUCTIVIDAD EN LA EMPRESA IC INDUSTRIAL SRL MEDIANTE LA METODOLOGÍA PHVA*. Obtenido de [https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/6515/apaza\\_cpm-sau%C3%B1e\\_ppe.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/6515/apaza_cpm-sau%C3%B1e_ppe.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Arguello, P., & Armas, C. (2012). *Determinación de un modelo para medir la productividad en una empresa constructora caso DARQUIMTEK S.A.* Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/7743/2.22.001338.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Bunge, M. (2006). *Las pseudociencias*. Pamplona: Laetoli.
- Cadena Chávez, O. (2018). *Gestión de la Calidad y productividad*. Quito: Universidad de las Fuerzas Armadas.
- Castillejo, R. (2016). *Sistema de gestión de la calidad y su relación con la productividad*. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/14943/Castillejo\\_MRE.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/14943/Castillejo_MRE.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Cortés, M. (2015). *Sistema de Gestión de calidad*. Obtenido de <https://edicionesdelau.com/producto/sistema-de-gestion-de-calidad-iso-90012015/>
- CRAI. (2018). Obtenido de <http://www2.duoc.cl/biblioteca/crai/definicion-y-proposito-de-la-investigacion-aplicada>

- Cruz, B. (2015). *SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD Y NORMATIVAS DE 5S PARA LA OPTIMIZACIÓN DE LA PRODUCTIVIDAD*. Obtenido de [https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6930/1/Tesis\\_t860id.pdf](https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6930/1/Tesis_t860id.pdf)
- Cuatrecasas, L., & González, J. (2018). *Gestión Integral de La Calidad*. Barcelona: Producción del ebook: booqlab.com. Obtenido de <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2018/11/Gestion-Integral-de-la-Calidad-Lluis-Cuatrecasas-y-Jesus-Gonza.pdf>
- De La Garza, E. (2017). Las formas de intervención sindical en el proceso productivo y la experiencia de los bonos por productividad en México. México: RELATS.
- Díaz, J. (2017). *Guía para implementar un sistema de Gestión de Calidad* (Primera edición ed.). Mexico D.F: JPDM. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=PGhRDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT19&dq=libro+de+gesti%C3%B3n+de+calidad+&ots=CC4dlEcVUy&sig=PuwbcmTk7102VrQJvrnGg8U0Rk#v=onepage&q=libro%20de%20gesti%C3%B3n%20de%20calidad&f=false>
- Escamilla, M. (2019). *Investigación no experimental*. Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo: [https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI\\_Presentaciones/licenciatura\\_en\\_mercado\\_tecnia/fundamentos\\_de\\_metodologia\\_investigacion/PRES38.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercado_tecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf)
- Gaibor, A. (2022). *La gestión por procesos y la productividad en la empresa SEGUVID Ambato - Ecuador*. Universidad Nacional de Chimborazo. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/8861/1/Gaibor%20Esp%c3%adn%2c%20A.%282022%29.%20La%20gesti%c3%b3n%20por%20procesos%20y%20la%20productividad%20en%20la%20empresa%20SEGUVID%20Ambato%20-%20Ecuador..pdf>
- Gonzales, O. (2016). *Sistemas de Gestión de Calidad*. 1-12: Ecoediciones. Obtenido de <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2016/09/Sistemas-de-gestio%CC%81n-de-calidad-1ra-Edicio%CC%81n.pdf>
- Grupo Bastidas*. (2020). Obtenido de <https://grupo-bastidas.com/>
- Hernández, H., & Parejo, I. (2018). *Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones* (Vol. 16). Bogotá: Universidad Libre

- Colombia. Obtenido de <file:///D:/Documentos/Descargas/Dialnet-GestionDeLaCalidad-6676025.pdf>
- Lifeder. (2021). *Investigación descriptiva*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>
- Martín, J. (2018). *Las 8 dimensiones de la calidad*. Obtenido de <https://www.cerem.ec/blog/las-8-dimensiones-de-calidad-total-de-garvin>
- Melo, L. (2020). *Mapa de la Competitividad en microempresas alimentarias*. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a20v41n05/a20v41n05p06.pdf>
- Novillo, E. (2017). *Gestión de Calidad un enfoque práctico*. Guayaquil: Maquetación grupo compas. Obtenido de <file:///D:/Documentos/Descargas/LIBRO%20GESTION%20libro.pdf>
- Pérez, Y. (2015). *La gestión del conocimiento: un nuevo enfoque en la gestión empresarial*. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1024-94352005000600004](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352005000600004)
- Rodríguez, A. y. (2017). *Métodos científicos*. Obtenido de <https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
- Rosero, A. (2014). *“SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA LA PRODUCTIVIDAD*. Obtenido de [https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6930/1/Tesis\\_t860id.pdf](https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6930/1/Tesis_t860id.pdf)
- Rugel, A. (2018). *Gestión de calidad para incrementar la productividad en la empresa de Confecciones Jhonwil y Estefany E.I.R.L.* Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/7634>
- Sampieri, H. (2014). Selección de la muestra. *E-uaem*, 170-191.
- Sladogna, M. (2017). PRODUCTIVIDAD- DEFINICIONES Y PERSPECTIVAS. p.8-9.
- Villar, G. E. (2015). *Sistema de gestión de la calidad en la construcción de un túnel de exploración minera*. Lima: Universidad Nacional de Ingeniería.

Zurita, M. (2019). *Propuesta de mejora en la productividad de la empresa de lavado de prendas de vestir PROLAVTEX*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.  
Obtenido de [https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/30107/1/Tesis\\_t1636id.pdf](https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/30107/1/Tesis_t1636id.pdf)

## ANEXOS

**Anexo A:** Matriz lógica o de consistencia y matriz de operacionalización de variables.

**TEMA:** LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA BASTIDAS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA

<b>Formulación del problema</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Hipótesis general</b>
¿Cómo la gestión de la calidad incide en la productividad de la empresa Bastidas de la ciudad de Riobamba?	Determinar la incidencia de la gestión de calidad en la productividad del Comercial Bastidas de la ciudad de Riobamba	La gestión de la calidad incide en la productividad de la empresa Bastidas de la ciudad de Riobamba
<b>Problemas derivados</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Hipótesis específica</b>
¿Cuál es la situación actual de gestión de calidad y productividad que atraviesa la empresa comercial Bastidas?	Diagnosticar la situación actual de gestión de calidad y productividad que atraviesa la empresa comercial Bastidas, mediante una encuesta, para mejorar los resultados empresariales.	
¿Qué es el modelo de gestión de calidad que usa el comercial Bastidas?	Identificar qué modelo de gestión de calidad usa el comercial Bastidas, mediante una entrevista al gerente, para mejorar el servicio al cliente.	
¿Existe una estrategia para aumentar la productividad?	Proponer estrategias, mediante programas planificados, para aumentar la productividad	

**Anexo B:** Matriz de Operacionalización de variables

**Variable Independiente:** La gestión de calidad

Concepto	Categoría	Indicadores	Técnicas e instrumentos
La gestión de calidad fomenta la prioridad al cliente, pues una empresa siempre está en constante búsqueda de nuevas soluciones para responder a las necesidades tanto del contexto como de los clientes. De esta manera, se activa la creatividad, la adaptación y la integración constante de nuevos mercados (Martín, 2018).	Clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de fidelización de los clientes.</li> <li>• Nivel de quejas de los clientes.</li> <li>• Frecuencia con la que se atiende las sugerencias de los clientes.</li> </ul>	<b>Técnicas:</b> Encuesta Entrevista <b>Instrumentos:</b> Cuestionario Guía de entrevista
	Creatividad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regularidad con la que los trabajadores aportan sugerencias.</li> <li>• Frecuencia con la que aplican estrategias para atraer nuevos clientes.</li> <li>• Nivel de reconocimiento a méritos laborales.</li> </ul>	
	Adaptación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de búsquedas de nuevos proveedores.</li> <li>• Nivel de integración hacia nuevos mercados.</li> <li>• Nivel de búsqueda de nuevos clientes.</li> </ul>	

**Nota.** Elaborado por el autor

**Variable dependiente:** La productividad

Concepto	Categoría	Indicadores	Técnicas e instrumentos
Productividad es la relación existente entre la producción y los recursos, para un desempeño óptimo en el desarrollo de la producción, ya que los factores de productividad son indispensables en la eficacia. (Sladogna, 2017)	Recursos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de trabajadores que optimizan recursos.</li> <li>• Porcentaje de trabajadores que cumplen el horario de trabajo.</li> <li>• Nivel del costo de mano de obra.</li> </ul>	<b>Técnicas:</b> Encuesta Entrevista <b>Instrumentos:</b> Cuestionario Guía de entrevista
	Desempeño	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de trabajadores satisfechos.</li> <li>• Porcentaje de trabajadores que cumplen con los objetivos.</li> <li>• Nivel de trabajadores capacitados.</li> </ul>	
	Eficacia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiempo en que se despacha un producto.</li> <li>• Rendimiento de nuevos trabajadores.</li> <li>• Nivel de clientes satisfechos.</li> </ul>	

**Nota.** Elaborado por el autor

Anexo C: Entrevista

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**



**ENTREVISTA**

**Nombre:**

**Cargo:**

**Objetivo:** Obtener información valiosa del Comercial Bastidas para la realización del proyecto de investigación “LA GESTIÓN DE LA CALIDAD Y LA PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA BASTIDAS DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA”

**1. ¿El Comercial Bastidas utiliza algún modelo de Gestión de la calidad?**

**¿Si o no y por qué?**

---

---

---

---

**2. ¿El Comercial Bastidas cuenta con algún departamento o persona encargada de supervisar la calidad de los productos y servicios que ofrecen?**

**¿Si o no y por qué?**

---

---

---

---

**3. ¿Considera usted que la gestión de la calidad aplicada a la productividad puede llegar a ser una ventaja competitiva?**

**¿Si o no y por qué?**

---

---

---

---

**4. ¿Cómo miden el nivel de eficiencia de los operarios y la calidad del servicio a sus clientes?**

**¿Si o no y por qué?**

---

---

---

---

**5. ¿El Comercial Bastidas cuenta con alguna estrategia y los recursos necesarios para que sus operarios sean más productivos?**

**¿Si o no y por qué?**

---

---

---

---

**Gracias por su colaboración.**

**Anexo D:** Cuestionario

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**



**Objetivo:** Por medio del presente cuestionario se obtendrá información de suma importancia sobre de la gestión de la calidad y de qué manera incide en la productividad del Comercial Bastidas por parte de sus propios operarios

Señale con una “X” la frecuencia que usted considere correcta en base a las preguntas propuestas. **Frecuencia:** Muy baja (1), Baja (2), Alta (3) y Muy alta (4)

**1. ¿Género?**

- Masculino
- Femenino

**2. ¿Cuál es el grado de conocimiento que usted tiene acerca de la gestión de la calidad?**

- 1 - Muy Baja
- 2 - Baja
- 3 - Media
- 4 - Alta
- 5 - Muy Alta

**3. ¿Cuál es el factor más importante para fidelizar un cliente?**

- Ofrecer un producto o servicio de calidad.
- Operarios productivos y eficientes.

- Ofrecer precios accesibles.
- Realizar campañas publicitarias.

**4. ¿Cuál es el nivel con el que se atiende las quejas de los clientes del Comercial Bastidas?**

- 1 - Muy Baja
- 2 - Baja
- 3 - Media
- 4 - Alta
- 5 - Muy Alta

**5. ¿Con qué frecuencia se atiende las sugerencias de los trabajadores del Comercial Bastidas para mejorar la calidad?**

- 1 - Muy Baja
- 2 - Baja
- 3 - Media
- 4 - Alta
- 5 - Muy Alta

**6. ¿Con qué frecuencia se atiende las sugerencias de los clientes para mejorar los servicios?**

- 1 - Muy Baja
- 2 - Baja
- 3 - Media
- 4 - Alta
- 5 - Muy Alta

**7. ¿Cuál es la estrategia cree usted que es ideal para atraer nuevos clientes?**

- Brindar un producto o servicio de calidad

- Atender las quejas y sugerencias de los clientes
- Brindar una experiencia, además de ofertar un producto
- Tener productos sustitutos

**8. ¿Cuál es el nivel de reconocimiento a méritos laborales, cuando un trabajador se destaca brindando un servicio de calidad y fidelizar nuevos clientes?**

- 1 - Muy Baja
- 2 - Baja
- 3 - Media
- 4 - Alta
- 5 - Muy Alta

**9. ¿Cuál cree usted que es el motivo por el cual se debe estar en constante búsqueda de nuevos proveedores?**

- Productos de mejor calidad
- Productos de precios más bajos, pero de mala calidad
- Productos calidad - precio
- Mayor variedad de productos

**10. ¿Cuál cree usted que sería la principal ventaja de integrarse hacia nuevos mercados?**

- Mayor rentabilidad
- Crear una franquicia
- Nuevos inversionistas
- Clientes potenciales

**11. ¿Cuál es el nivel de búsqueda de nuevos clientes?**

- 1 - Muy Baja
- 2 - Baja

- 3 - Media
- 4 - Alta
- 5 - Muy Alta

**12. ¿Cuál es el nivel de optimización de recursos en el Comercial Bastidas?**

- 1 - Muy Baja
- 2 - Baja
- 3 - Media
- 4 - Alta
- 5 - Muy Alta

**13. ¿Cuál es el nivel de compromiso de los trabajadores para cumplir con su horario?**

- 1 - Muy Baja
- 2 - Baja
- 3 - Media
- 4 - Alta
- 5 - Muy Alta

**14. ¿Está usted de acuerdo en que el costo de mano de obra debe ser proporcional a la productividad del trabajador?**

- 1 – Totalmente de acuerdo
- 2 – De acuerdo
- 3 - Desacuerdo
- 4 – Totalmente desacuerdo

**15. ¿Cuál cree usted que es la ventaja más relevante que puede ofrecer un trabajador satisfecho?**

- Mayor productividad

- Clima laboral agradable
- Mayor rentabilidad para la empresa
- Cumplir con los objetivos de la empresa

**16. ¿Cuál piensa usted que sería el reconocimiento a un trabajador que esté comprometido con la empresa y cumpla con los objetivos de la misma?**

- Aumento de su salario
- Bono económico
- Promover a un cargo más importante
- Mayores vacaciones

**17. ¿Cuál es el nivel de capacitación de los trabajadores?**

- 1 - Muy Baja
- 2 - Baja
- 3 - Media
- 4 - Alta
- 5 - Muy Alta

**18. ¿Con qué frecuencia se despacha los productos en el Comercial Bastidas?**

- 1 - Muy Baja
- 2 - Baja
- 3 - Media
- 4 - Alta
- 5 - Muy Alta

**19. ¿Cuál cree usted que es el principal factor que afecta el rendimiento de un trabajador?**

- Falta de capacitación
- Baja remuneración

Falta de compromiso

Falta de experiencia

**20. ¿Cuál cree usted que es el nivel de satisfacción de los clientes?**

1 - Muy Baja

2 - Baja

3 - Media

4 - Alta

5 - Muy Alta

**¡Gracias por su colaboración!**

**Anexo E: Evidencias fotográficas**

