



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA ARTESANOS**  
**TEJEDORES DE ALFOMBRAS DEL CANTÓN GUANO**

**Trabajo de Titulación**

**Tipo:** Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTOR:**

**RODRIGO EMILIANO FIALLO ERAZO**

Riobamba – Ecuador

2023



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA ARTESANOS**  
**TEJEDORES DE ALFOMBRAS DEL CANTÓN GUANO**

**Trabajo de Titulación**

**Tipo:** Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTOR:** RODRIGO EMILIANO FIALLO ERAZO

**DIRECTOR:** ING. MARCO ANTONIO GAVILANES SAGÑAY

Riobamba – Ecuador

2023

**©2023, Rodrigo Emiliano Fiallo Erazo**

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Rodrigo Emiliano Fiallo Erazo, declaro que el presente Trabajo de Titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 20 de diciembre de 2023

---

**Rodrigo Emiliano Fiallo Erazo**

**C.I: 0604019497**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El Trabajo de Titulación; Tipo: Proyecto de Investigación, **SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD PARA ARTESANOS TEJEDORES DE ALFOMBRAS DEL CANTÓN GUANO**, realizado por el señor: **RODRIGO EMILIANO FIALLO ERAZO**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	<b>FIRMA</b>	<b>FECHA</b>
Ing. Patricia Mercedes Cepeda Silva <b>PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</b>	_____	2023-12-20
Ing. Marco Antonio Gavilanes Sagñay <b>DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN</b>	_____	2023-12-20
Lic. María Guadalupe Escobar Murillo <b>ASESOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN</b>	_____	2023-12-20

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mis padres que me apoyaron durante toda la carrera, me brindaron la fuerza y el amor para que no decaída en cualquier momento, dedico el trabajo a mi persona, ya que pese a las adversidades del camino estudiantil pude salir adelante y hacerles sentir que la inversión de mis padres ha valido la pena.

Rodrigo

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar quiero agradecer a dios y a la virgen por brindarme salud y vida durante los años que curse la carrera de administración de empresas en esta prestigiosa universidad, en segundo lugar a mis padres quienes han sido el pilar fundamental durante todo este largo recorrido, sin su apoyo nada de esto sería posible, en tercer lugar a mi director y asesora de tesis, ya que sin su apoyo y su guía este trabajo no hubiera tenido éxito y como no a mi alma mater por ser quien me abrió las puertas para brindarme tan hermosa experiencia educativa, emocional y social y a todos los docentes que me llenaron de conocimientos para poder ser un gran profesional.

Rodrigo

## TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS .....	x
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xii
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xiii
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT .....	xv
INTRODUCCIÓN .....	1

### CAPITULO I

<b>1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>3</b>
<b>1.1. Planteamiento del problema .....</b>	<b>3</b>
<b>1.2. Limitaciones y delimitaciones.....</b>	<b>4</b>
<b>1.3. Problema General de investigación.....</b>	<b>4</b>
<b>1.3.1. Limitaciones .....</b>	<b>4</b>
<b>1.3.2. Delimitaciones.....</b>	<b>4</b>
<b>1.3.2.1. Delimitación temporal.....</b>	<b>4</b>
<b>1.3.2.2. Delimitación espacial.....</b>	<b>4</b>
<b>1.4. Problemas específicos de investigación.....</b>	<b>5</b>
<b>1.5. Objetivos.....</b>	<b>5</b>
<b>1.5.1. Objetivo general.....</b>	<b>5</b>
<b>1.5.2. Objetivos específicos .....</b>	<b>5</b>
<b>1.6. Justificación.....</b>	<b>6</b>
<b>1.6.1. Justificación teórica.....</b>	<b>6</b>
<b>1.6.2. Justificación metodológica .....</b>	<b>6</b>
<b>1.6.3. Justificación práctica.....</b>	<b>6</b>
<b>1.7. Hipótesis .....</b>	<b>7</b>

### CAPÍTULO II

<b>2. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1. Antecedentes de investigación .....</b>	<b>8</b>
<b>2.2. Referencias teóricas.....</b>	<b>11</b>
<b>2.2.1. Gestión.....</b>	<b>11</b>



2.2.2.	<i>Modelo</i> .....	11
2.2.3.	<i>Modelo de Gestión</i> .....	13
2.2.4.	<i>Neurociencia</i> .....	13
2.2.5.	<i>Neuroeconomía</i> .....	14
2.2.6.	<i>El cerebro Triuno</i> .....	15
2.2.6.1.	<i>El cerebro reptiliano</i> .....	15
2.2.6.2.	<i>El cerebro Límbico</i> .....	16
2.2.6.3.	<i>El cerebro Neocórtex</i> .....	17
2.2.7.	<i>La emoción</i> .....	17
2.2.8.	<i>Proceso de la Toma de decisiones</i> .....	18
2.2.9.	<i>La contribución de las emociones en la toma de decisiones.</i> .....	18
2.2.10.	<i>La Economía Emocional</i> .....	19
2.2.11.	<i>El neuromarketing</i> .....	20
2.3.	<b>Sistema de Gestión de Calidad</b> .....	20
2.3.1.	<i>Beneficios del Sistema de Gestión de Calidad</i> .....	22
2.3.2.	<i>Normas ISO 9001</i> .....	22
2.3.3.	<i>Implementación de un sistema de Gestión</i> .....	23

### CAPITULO III

3.	<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	25
3.1.	<b>Idea a defender</b> .....	25
3.2.	<b>Enfoque de investigación</b> .....	25
3.2.1.	<i>Cualitativo</i> .....	25
3.2.2.	<i>Cuantitativo</i> .....	25
3.3.	<b>Método de investigación</b> .....	26
3.4.	<b>Nivel de Investigación</b> .....	26
3.4.1.	<i>Exploratorio</i> .....	26
3.4.2.	<i>Descriptivo</i> .....	26
3.4.3.	<i>Explicativo</i> .....	26
3.5.	<b>Diseño de investigación</b> .....	26
3.5.1.	<i>Experimental</i> .....	26
3.5.2.	<i>Transversal</i> .....	27
3.6.	<b>Tipo de investigación</b> .....	27
3.6.1.	<i>Bibliográfico-documental</i> .....	27
3.6.2.	<i>De campo</i> .....	27

<b>3.7.</b>	<b>Población y Muestra</b> .....	28
<b>3.7.1.</b>	<b><i>Población y muestra</i></b> .....	28
<b>3.8.</b>	<b>Técnicas e instrumentos de investigación</b> .....	28
<b>3.8.1.</b>	<b><i>Técnicas</i></b> .....	28
<b>3.8.1.1.</b>	<b><i>Observación</i></b> .....	28
<b>3.8.1.2.</b>	<b><i>Encuesta</i></b> .....	28
<b>3.8.1.3.</b>	<b><i>Entrevista</i></b> .....	28
<b>3.8.2.</b>	<b><i>Instrumentos</i></b> .....	29
<b>3.8.2.1.</b>	<b><i>Cuestionario</i></b> .....	29

#### CAPITULO IV

<b>4.</b>	<b>RESULTADOS</b> .....	30
<b>4.1.</b>	<b>Análisis e interpretación de resultados</b> .....	30
<b>4.1.1.</b>	<b><i>Discusión de la encuesta</i></b> .....	50
<b>4.1.2.</b>	<b><i>Cuadro resumen</i></b> .....	51

#### CAPITULO V

<b>5.</b>	<b>PROPUESTA</b> .....	53
<b>5.1.</b>	<b>Propuesta del sistema de gestión de calidad según la norma ISO 9001</b> .....	53
<b>5.1.1.</b>	<b><i>Contextualización de la organización</i></b> .....	53
<b>5.1.2.</b>	<b><i>Comprensión de la organización y su contexto</i></b> .....	53
<b>5.1.2.1.</b>	<b><i>FODA Institucional</i></b> .....	53
<b>5.2.</b>	<b>Comprensión de las necesidades y las expectativas de las partes interesadas</b> .....	60
<b>5.3.</b>	<b>Determinación del alcance del sistema de gestión de calidad</b> .....	62
<b>5.4.</b>	<b>Sistema de gestión de la calidad de procesos</b> .....	62
<b>5.5.</b>	<b>Objetivos de calidad</b> .....	63
<b>5.6.</b>	<b>Planificación de cambios</b> .....	65
<b>5.7.</b>	<b>Revisión de requisitos para productos</b> .....	66
<b>5.8.</b>	<b>Diseño y desarrollo de productos</b> .....	68

<b>CONCLUSIONES</b> .....	76
---------------------------	----

<b>RECOMENDACIONES</b> .....	77
------------------------------	----

#### BIBLIOGRAFÍA

#### ANEXOS

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 2-1:</b>	La contribución de las emociones en la toma de decisiones.....	18
<b>Tabla 4-1:</b>	Nivel de Instrucción.....	30
<b>Tabla 4-2:</b>	Realidad económica.....	31
<b>Tabla 4-3:</b>	Influencia de la tecnología.....	32
<b>Tabla 4-4:</b>	Metros de alfombra vendidos.....	33
<b>Tabla 4-5:</b>	Sistemas de gestión de calidad.....	34
<b>Tabla 4-6:</b>	Automatización de los procesos.....	35
<b>Tabla 4-7:</b>	Conocer sobre la certificación ISO 9001.....	36
<b>Tabla 4-8:</b>	Conocer sobre los estándares de calidad.....	37
<b>Tabla 4-9:</b>	Pandemia como factor clave.....	38
<b>Tabla 4-10:</b>	Sindicato de comerciantes de alfombras elaboradas artesanalmente.....	39
<b>Tabla 4-11:</b>	Comercialización fuera del País.....	40
<b>Tabla 4-12:</b>	Controles de calidad.....	41
<b>Tabla 4-13:</b>	Disminución del precio de los productos.....	42
<b>Tabla 4-14:</b>	Tiempo promedio de elaboración.....	43
<b>Tabla 4-15:</b>	Precio de alfombras atesanales.....	44
<b>Tabla 4-16:</b>	Sistema de comercialización bajo pedido.....	45
<b>Tabla 4-17:</b>	Red social para las ofertas.....	46
<b>Tabla 4-18:</b>	Evaluación de la calidad de materias primas.....	47
<b>Tabla 4-19:</b>	Capacitación o asesoramiento en gestión de calidad.....	48
<b>Tabla 4-20:</b>	Sistema de gestión de calidad.....	49
<b>Tabla 4-21:</b>	Cuadro resumen encuestas aplicadas.....	51
<b>Tabla 5-1:</b>	FODA.....	54
<b>Tabla 5-2:</b>	Análisis factores internos.....	55
<b>Tabla 5-3:</b>	Análisis factores externos.....	57
<b>Tabla 5-4:</b>	Plan ofensivo FODA.....	58
<b>Tabla 5-5:</b>	Plan defensivo FODA.....	59
<b>Tabla 5-6:</b>	Partes interesadas.....	61
<b>Tabla 5-7:</b>	Mapa de procesos.....	62
<b>Tabla 5-8:</b>	Alfombra huiracocha.....	70
<b>Tabla 5-9:</b>	Alfombra líneas en Z.....	70
<b>Tabla 5-10:</b>	Alfombra Guano.....	71
<b>Tabla 5-11:</b>	Alfombra floreada.....	72

<b>Tabla 5-12:</b> Alfombra chakana.....	72
--	----

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<b>Ilustración 1-1:</b>	Cantón Guano.....	5
<b>Ilustración 2-1:</b>	Tipología de modelos más conocidos .....	12
<b>Ilustración 4-1:</b>	Nivel de Instrucción .....	30
<b>Ilustración 4-2:</b>	Realidad económica .....	31
<b>Ilustración 4-3:</b>	Influencia de la tecnología .....	32
<b>Ilustración 4-4:</b>	Metros de alfombra vendidos .....	33
<b>Ilustración 4-5:</b>	Sistemas de gestión de calidad .....	34
<b>Ilustración 4-6:</b>	Automatización de los procesos .....	35
<b>Ilustración 4-7:</b>	Conocer sobre la certificación ISO 9001 .....	36
<b>Ilustración 4-8:</b>	Conocer sobre los estándares de calidad .....	37
<b>Ilustración 4-9:</b>	Pandemia como factor clave .....	38
<b>Ilustración 4-10:</b>	Sindicato de comerciantes de alfombras elaboradas artesanalmente .....	39
<b>Ilustración 4-11:</b>	Comercialización fuera del País .....	40
<b>Ilustración 4-12:</b>	Controles de calidad .....	41
<b>Ilustración 4-13:</b>	Disminución del precio de los productos .....	42
<b>Ilustración 4-14:</b>	Tiempo promedio de elaboración.....	43
<b>Ilustración 4-15:</b>	Precio de alfombras atesanales.....	44
<b>Ilustración 4-16:</b>	Sistema de comercialización bajo pedido .....	45
<b>Ilustración 4-17:</b>	Red social para las ofertas .....	46
<b>Ilustración 4-18:</b>	Evaluación de la calidad de materias primas.....	47
<b>Ilustración 4-19:</b>	Capacitación o asesoramiento en gestión de calidad.....	48
<b>Ilustración 4-20:</b>	Sistema de gestión de calidad.....	49
<b>Ilustración 5-1:</b>	Necesidades y expectativas de las partes interesadas.....	61

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

**ANEXO A: FORMATO DE ENCUESTA**

## RESUMEN

El sistema de gestión de calidad para artesanos tejedores de alfombras del cantón Guano, se realizó debido que en la actualidad muchos artesanos no pueden progresar ni escalar en el mercado por la falta de mejora continua en sus procesos, el objetivo de la presente fue identificar los procesos que realizan en la actualidad los artesanos para poder elaborar el estado del arte en base a las normas de gestión de la calidad. En la investigación se empleó una metodología tanto cuantitativa como cualitativa, se aplicó instrumentos como las encuestas a los artesanos tejedores de alfombras y la realización de un análisis de situación tanto interno como externo para la construcción de la matriz FODA donde se pudo determinar que existe limitada implementación de tecnología actualizada para enfrentar las dificultades de adaptación en el proceso de fabricación de alfombras, lo que afecta la eficiencia y la capacidad de producción afectando el acceso limitado a canales de distribución ya que los artesanos tienen dificultades para acceder a la distribución amplia y efectiva, lo que puede limitar su capacidad para llegar a un público más amplio y diverso, escasez de recursos financieros debido que se dificulta la inversión en mejoras de infraestructura, capacitación y adquisición de equipos. Para dar solución al problema se diseñó un sistema de gestión de calidad para los artesanos tejedores de alfombras del cantón Guano basado en la norma internacional ISO 9001:2015, el diseño, el desarrollo de productos y servicios permite a los tejedores de alfombras innovar, crear productos, ofrecer servicios únicos y atractivos para los clientes, además de centrarse en el diseño del producto final, pueden mejorar la calidad, la función, la estética de sus alfombras para destacarse en el mercado y crear más valor asegurando que los productos y servicios puedan fabricarse y cumplir con los requisitos especificados, satisfaciendo la necesidad del cliente y lograr un incremento económico empresarial

**Palabras clave:** <SISTEMA DE GESTIÓN>, <GESTIÓN DE CALIDAD>, <NORMA INTERNACIONAL ISO>, <ISO 9001:2015>, <MEJORA CONTINUA>, <PROCESOS>.

0322-DBRA-UPT-2024

## **ABSTRACT**

A quality management system for carpet weaving artisans in Guano was developed as lots of artisans cannot progress or escalate in the market due to the lack of continuous improvement in the process. The objective of this study was to identify the process that artisans currently carry out to be able to develop the state of the art based on quality management standards. In this research, both a quantitative and qualitative methodology was used, instruments such as surveys were applied to carpet weaving artisans and an internal and external situation analysis was carried out for the construction of the SWOT matrix which determined that there is limited implementation of updated technology to address adaptation difficulties in the carpet manufacturing process that affects efficiency and production capacity causing limited access to distribution channels as artisans have difficulties accessing broad and effective distribution , which can limit the ability to reach a broader and more diverse audience, scarcity of financial resources due to investment in infrastructure improvements, training and equipment acquisition is difficult. To solve the problem, a quality management system was designed for the carpet weaving artisans of the Guano canton based on the international standard ISO 9001:2015. The design, development of products and services allows carpet weavers to innovate, create products, offer unique and attractive services to customers, in addition to focusing on the design of the final product, these artisans can improve the quality, function, aesthetics of their carpets to stand out in the market and create more value by ensuring that products and services can be manufactured and meet the specified requirements, satisfying the customer's needs and achieving a business economic increase

**Keywords:** <MANAGEMENT SYSTEM>, <QUALITY MANAGEMENT>, <ISO INTERNATIONAL STANDARD>, <ISO 9001:2015>, <CONTINUOUS IMPROVEMENT>, <PROCESSES>.

Luis Fernando Barriga Fray

0603010612

0322-DBRA-UPT-2024



## INTRODUCCIÓN

La implementación de sistemas de gestión de calidad para los emprendimientos han sido reconocidos como un factor preponderante en el desarrollo de estas pequeñas o medianas empresas pues tienen el objetivo de impulsar las mejoras de la calidad del producto que oferta, lo que a su vez les permite ser más competitivos en el mercado y mantener su nombre en el mismo, lo que a su vez genera mejora de la productividad a través de la satisfacción del cliente (Calderón, 2019, p. 10).

Así también se reconoce al sistema de calidad como una cultura actual a la cual acuden todo tipo de empresas sin importar el sector al que pertenecen, pues se detecta como una herramienta corporativa desde la década de los 80 que tienden a finalidad de influenciar sobre el sistema de gestión y permitir grandes beneficios en cuanto al crecimiento empresarial, pues estos sistemas se enfocan directamente en los elementos objetivos de la satisfacción de los requerimientos de los clientes a través de procesos y planes de acción que dan lugar a la cultura organizacional, pues la calidad se enfoca en todos los procesos para gestionar o producir un producto desde la recepción de la materia prima lo que da lugar a la necesidad de que los colaboradores en su totalidad recepta en el mensaje de la importancia de la gestión de calidad como una actividad cotidiana que se debe desarrollar a lo largo de proceso y teniendo en cuenta que permite el alcance de estándares internacionales y produce el bienestar y buen desarrollo empresarial (Sanabria, Vergara, Santacruz, & Lucin, 2019, pp. 2-3).

Sin embargo, todo tipo de empresa o micro empresa debería de acogerse a este sistema de calidad, sin importar el sector productivo al que pertenezca, pues incluso los artesanos están en la posibilidad de mejorar sus ventas con este sistema; tal es el caso de los artesanos en el Ecuador, los cuales ocupan el 32,7% de la población económicamente activa; sin embargo y a pesar de esta estadística que se maneja, no existe para el estado ecuatoriano una mayor planificación y atención local alrededor del crecimiento de esta rama productiva y de la formación técnica de sus miembros (Paz & Zaldumbide, 2021, p. 4).

A pesar de que los artesanos permiten un registro de la identidad cultural que despierta interés en sí misma para quienes la comparten, también permite la integración, la colaboración, y la participación social; o que le permite constituirse en un elemento base para la formulación de planes de desarrollo social y comercial; no obstante para que esto resulte es indispensable que este grupo de artesanos mejore sus condiciones de vida (Riveros, 2019, p. 22).

Bajo este mismo contexto es preciso mencionarse que la artesanía que se maneja en esta localidad es la base económica de la comunidad de estudio, pues está representada por su arte como es la alfombra de nudos, la cual cuenta con alrededor de 40.000 nudos por metro cuadrado; mientras que las alfombras especiales acogen un total de 62.500 nudos por cada metro cuadrado (Guananga, 2016, p. 20).

Por lo cual es determinada “capital artesanal del Ecuador” como se le ha denominado al cantón de Guano, que se ubica al norte de la provincia de Chimborazo, se caracteriza por la incorporación de materia prima de alta calidad, que les permitió crecer e incluso recuperarse de tragedias como el terremoto de Ambato de 1949, la mano de obra de sus artesanos en las reconocidas alfombras durante la época del siglo XX, pero en la actualidad esto ha decaído totalmente al punto de que muchos de estos talleres han cerrado sus puertas (Paz & Zaldumbide, 2021, pp. 5-7).

Es por lo ya expuesto que nace el desarrollo del presente estudio que tiene la finalidad de conocer la situación actual del nivel de comercialización que se presenta en la actualidad, así como las necesidades y deficiencias que se presentan, para en base a ello establecer un sistema de gestión de calidad enfocado a los artesanos del cantón Guano.

## CAPITULO I

### 1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1. Planteamiento del problema

El tejido de la alfombra anudada ha representado por siglos, la identidad del cantón Guano, en Ecuador. No obstante, en la actualidad, se ha presentado un descenso considerable en la adquisición de este tipo de productos, esto se debe a varios factores como la misma globalización y la tecnificación de procesos por los avances de la tecnología en maquinaria, lo que si bien es cierto es que ha representado un gran beneficio para ciertos países en Ecuador, pero para esta comunidad no ha sido benéfico, sino más bien perjudicial.

Esta es una de las causas de la caída en ventas, pues también el cambio de gustos y necesidades en las personas ha ocasionado esta problemática; esta es la razón por la que, las personas que fundamentaban su economía a este aspecto artesanal, hayan tenido que modificarla y ahora se encuentren laborando para otro sector productivo. Tal es el caso que, hoy en día, quedan solamente de 8 a 10 artesanos que elaboran la alfombra anudada, con un promedio de edad que sobrepasa los 60 años, esto permitió evidenciar que la edad de las artesanos amenaza con la extinción del conocimiento, pues los escasos artesanos que quedan no disponen de sucesores, pues como se ha mencionado, en la actualidad la ejecución de este tipo de artesanía ya no representa un desarrollo económico (Paz & Zaldumbide, 2021, pp. 22-23).

La alfombra de Guano, cuenta con procesos y materia prima natural, sus procesos son netamente manuales; por lo que no compiten con una alfombra sintética, porque son productos que ofrecen bienes para diferentes nichos de mercado. En la actualidad muchos artesanos no pueden progresar ni escalar en el mercado, debido a la falta de mejora continua en sus procesos, esta mejora permite disminuir los costos de fabricación, puede aumentar la producción a través del análisis, la incapacidad de automatizar esta técnica artesanal ha estancado el desarrollo de su comunidad, sin esta mejora sobre la automatización, la productividad disminuirá, la satisfacción y fidelidad de los clientes se perderá rápidamente ante sus competidores, que presentan productos similares pero no con la misma calidad, esto también se da en los clientes internos, ya que no podrán cumplir con sus necesidades y mantenerlos satisfechos, no contarán con adecuados procesos, y a su vez la rentabilidad no será la esperada, es por eso que la implementación de un sistema de gestión de la calidad es una opción muy viable, ya que corrige todos los problemas que hemos mencionado anteriormente, con esto llegaremos a nuevos mercados y fidelizaremos a clientes altamente potenciales no solo a nivel local, también a nivel internacional.

Es bajo este contexto que la problemática que se presenta en la actualidad para estos artesanos da lugar a este proceso investigativo que tiene la finalidad de desarrollar un sistema de gestión de calidad, con la finalidad de intentar un incremento de sus ingresos y evitar la pérdida de este conocimiento ancestral como es la elaboración de las alfombras desarrolladas por los artesanos tejedores del cantón Guano.

## **1.2. Limitaciones y delimitaciones**

### **1.3. Problema general de investigación**

¿De qué forma un sistema de gestión de la calidad destinado para los artesanos tejedores del cantón Guano incidirá en la optimización de tiempo, recursos y podrá incrementar la generación de ingresos y permanencia de esta tradición en el tiempo?

#### **1.3.1. Limitaciones**

El desarrollo del presente estudio, si bien es cierto cuenta con información secundaria abundante, pues la recolección de información primaria pudiese resultar un ligero limitante por la disposición de todos los artesanos a participar en la investigación; no obstante, por ello se cuenta con un muestreo por conveniencia que permitirá de igual forma la recolección de información necesaria para este estudio.

#### **1.3.2. Delimitaciones**

##### *1.3.2.1. Delimitación Temporal*

Los datos a considerar para el desarrollo de esta investigación estarán enmarcados dentro del periodo académico ABRIL – AGOSTO 2023.

##### *1.3.2.2. Delimitación Espacial*

Esta investigación se desarrollará en el cantón Guano perteneciente a la provincia de Chimborazo, enfocada en los artesanos tejedores de alfombras de dicho cantón, quiere decir que se deberá delimitar de entre todos los artesanos, cuáles son los que en la actualidad aun realizan estos procesos de manufactura.



**Ilustración 1-1:** Cantón Guano

**Realizado por:** Fiallo Emiliano (2023).

#### **1.4. Problemas específicos de investigación**

¿Cómo podremos detectar los principales problemas a través del diagnóstico a los artesanos tejedores de alfombras del cantón guano?

¿Cómo el levantamiento de procesos ayudara a la optimización de recursos?

#### **1.5. Objetivos**

##### **1.5.1. *Objetivo general***

Diseñar un sistema de gestión de calidad para los artesanos tejedores de alfombras del cantón Guano, mediante la implementación de políticas y normas de calidad que permita optimizar sus recursos y mejorar los procesos.

##### **1.5.2. *Objetivos específicos***

- Identificar los procesos que realizan en la actualidad los artesanos mediante matrices FODA, para saber si poseen conocimientos sobre sistemas de gestión de calidad.
- Elaborar el estado del arte mediante la búsqueda, lectura y análisis de la bibliografía en libros, tesis, ensayos o artículos en lo referente a los sistemas de gestión de calidad.
- Establecer los procesos adicionales requeridos por los artesanos, en base a las normas de gestión de la calidad para implementarlos en sus procesos ya establecidos en caso de tenerlos.

- Estructurar un modelo de gestión de la calidad en base a los requerimientos de los artesanos tejedores del cantón Guano para mejorar los procesos en la elaboración y comercialización de alfombras.

## **1.6. Justificación**

### **1.6.1. *Justificación teórica***

Este trabajo de investigación busca a través de libros, revistas científicas, artículos de investigación, tesis de grado y postgrado, exponer la importancia de aplicar un sistema de gestión de la calidad, para los artesanos que no hayan evolucionado sus procesos conforme la evolución ha ido dejando aún lado estas tradiciones culturales y manufactureras, para llevar una gestión eficaz y así lograr una mejora continua, reducción de costos y aumento de la productividad con la finalidad de que logren una rentabilidad y reconocimiento en sus productos.

### **1.6.2. *Justificación metodológica***

Este trabajo de investigación se realizará bajo un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo) con un nivel de investigación descriptivo, en cuanto al diseño de la variable según la manipulación de la variable dependiente es no experimental ya que no se van a construir las situaciones y lo único que se hará es observar las existentes dentro de su contexto natural, según las intervenciones en el trabajo de campo la investigación será de tipo transversal. Los tipos de estudio son de campo y documental, y para la recolección de datos e información se utilizará la técnica de la encuesta.

### **1.6.3. *Justificación práctica***

En la actualidad las empresas están interesadas en poder desarrollar y alcanzar un nivel de ventaja competitiva frente a sus competidores, a través de la implementación de herramientas como lo son los sistemas de gestión de la calidad. Algunas entidades aplican los sistemas de gestión de la calidad con la finalidad de generar la mayor rentabilidad y productividad posible para la empresa, y que sus procesos sean de calidad.

El cantón guano por muchos años ha sido reconocido por su elaboración y comercialización de productos elaborados artesanalmente, la globalización ha ayudado a muchos sectores productivos del país, pero este no ha sido beneficioso para dicho cantón, la mejora en los procesos, los sistemas de gestión de la calidad, son ahora esenciales para que una empresa o un emprendimiento en vía de crecimiento puedan brindar seguridad en sus procesos y puedan ser escalables en el tiempo,

esto no sucede con los artesanos de guano de alfombras ya que ellos no tienen el conocimiento claro sobre cómo estas nuevas tendencias de mercado en los procesos pueden mejorar la rentabilidad y productividad en sus negocios, es por ello que es indispensable diseñar un sistema de gestión de la calidad la cual ayudara en la reducción y optimización de los costos operativos y de gestión.

### **1.7. Hipótesis**

¿El sistema de gestión de la calidad aplicado a los procesos de los artesanos tejedores de alfombras del cantón guano permitirá optimizar los recursos, generar ingresos y lograr el reconocimiento sobre los artesanos?

**Variable Independiente:** Sistema de gestión de la calidad

**Variable dependiente:** Optimizar los recursos, generar ingresos y lograr el reconocimiento sobre los artesanos.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Antecedentes de investigación

Esta investigación se enfoca directamente en la importancia de establecer sistemas de gestión de calidad, para proponer el desarrollo económico de empresas y microempresas; sin embargo, se hace especial énfasis en los artesanos tejedores de alfombras para lo cual se analiza de forma bibliográfica todos los estudios e investigaciones previas desarrolladas en cuanto a las variables de estudio. Para lo cual se desarrolla una recopilación de información bibliográfica a partir de fuentes seguras como revistas indexadas entre las que se encuentran Scielo, Redalyc, Dialnet, Espacios, Latindex, Science Direct, entre otro tipo de bases de datos como los repositorios institucionales. A partir de lo cual es importante analizar los siguientes casos:

Tal es el caso del estudio denominado "ALFOMBRAS DE GUANO: REANUDANDO EL TEJIDO SUELTO DE LATINOAMÉRICA", el mismo que estuvo a cargo de PAZ (2021), el cual permite conocer de forma directa la historia de la gran aceptación que tuvieron los artesanos tejedores de alfombras por los productos que han desarrollado desde la antigüedad por conocimiento de sus antepasados y De igual forma permite evidenciar la extinción que ha tenido a lo largo de los últimos tiempos por la disminución de la comercialización de este tipo de productos lo cual se ve estrechamente relacionado por factores externos como el cambio de gustos de los compradores así como el desconocimiento de la población actual acerca de la importancia y calidad de los productos que se fabrican en esta zona, pero principalmente se ve afectado por la globalización que si bien es cierto ha sido un beneficio para diversos estados pero ha ocasionado un perjuicio para los artesanos ecuatorianos pues la tecnificación de equipos ha permitido el desarrollo de productos estéticos en menor calidad y precio lo que se convierte en una gran competencia para los artesanos quienes desarrollan esta actividad de forma manual y con materia prima netamente natural y más no sintética.

Esta problemática ha provocado que más del 50% de artesanos que se dedicaban a esta actividad han tenido que desarrollar otro tipo de actividad económica lo que ha deteriorado de forma significativa y legado cultural, pues los pocos artesanos que aún desarrollan la actividad disponen de una edad aproximada de 60 años y no cuentan con sucesores que puedan continuar con este importante conocimiento cultural. Esto se ve estrechamente relacionado con el cambio de gusto de la población. En América latina se considera la artesanía como un souvenir y más no como un



objeto de calidad y gusto del que se debe adquirir, esto ocasiona poca rentabilidad y con ello la extinción del conocimiento (Paz & Zaldumbide, 2021, pp. 15-17).

Así también es preciso analizar el estudio desarrollado por CHILAMA (2019), al cual se lo denomina como "PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO PARA ARTESANÍAS Y ALFOMBRAS Y TAPETES LA ORIENTAL DEL MUNICIPIO DE EL CONDADERO-NARIÑO", a través del cual se pudo conocer que a pesar de que esta empresa emprendedora ha sido reconocida por más de 60 años por los productos que se desarrolla y ha tenido gran aceptación en el mercado ha permitido la inclusión de diversos emprendedores en sus talleres de confección y ha logrado el reconocimiento a través de los años; sin embargo en la actualidad debido a diversas circunstancias ha perdido grandes cantidades de usuarios y clientes, haciendo necesario el análisis de situación para establecer estrategias de mejora.

Para la cual ha sido necesario establecer una metodología de enfoque mixto que ha permitido la recolección de información primaria a través de la encuesta, logrando tener como resultado la denotación de diversas falencias y necesidades de esta empresa relacionadas con los procesos y la situación del mercado mismo, pues es necesario aprovechar el 100% de eventos artesanales para poder dar a conocer a la marca en otras localidades. Llegando a la conclusión de que esta empresa necesita aplicar estrategias de ventas para aumentar y recuperar el éxito que tuvo en el pasado pues es importante tener en cuenta sugerencias de los clientes para la satisfacción de los mismos. Así también se ve importante el desarrollo de misión y visión para la orientación al cliente, teniendo en cuenta que el mercadeo se ha constituido como una herramienta esencial para implementar en todo tipo de empresa con la finalidad de proporcionar un servicio de impacto favorable en la sociedad (Chilama, 2019, p. 76).

De igual forma es preciso tomar la referencia del estudio denominado "DIAGNÓSTICO DEL CONOCIMIENTO DE LOS ARTESANOS SOBRE SISTEMAS DE GESTIÓN DE CALIDAD CASO CANTÓN MONTECRISTI", el cual fue desarrollado por ROBEN, et al. (2021), donde se pudo conocer que, las artesanías procedentes de Ecuador han sido reconocidos a nivel internacional y consideradas uno de los insignias de país debido a la diversidad de diseños y el carácter exótico así como la calidad con la que se cuenta es por ello que se debe alcanzar un desarrollo y crecimiento así como fortalecimiento del sector pues las microempresas artesanales se encuentran en proceso de desarrollo por los procesos mismos, es bajo este mismo contexto que es importante que microempresas artesanales cuenten con sistemas de gestión de calidad teniendo como principal objetivo el conocimiento de la gestión de calidad en los artesanos para proveer la responsabilidad social inherente. Pero lo cual este estudio acogió el desarrollo de una metodología

de enfoque cualitativo y a la vez cuantitativo para la recolección de información tanto primaria como secundaria a través de un diseño no experimentan y trabajo de campo.

Logrando obtener como resultado que esta gestión de calidad se determina como una responsabilidad compartida de todos quienes conforman a una organización lo que permite una evolución y cumplimiento de objetivos en la mejora de procesos para lo cual se hace importante el trabajo colaborativo y el liderazgo asertivo como uno de los principales retos que dan consolidación a los sistemas de calidad en las pequeñas y medianas empresas pues la falta de capacitación en los trabajadores podría representar una de las principales características del control de calidad. Pudiendo llegar a una conclusión de que las falencias de conocimiento de gestión por parte de los artesanos de Montecristi son totalmente evidentes y limita las oportunidades de negocios, así como el conocimiento en cuanto a elementos de gestión organización misión y visión como aspectos importantes y estratégicos en las empresas artesanales. Para lo cual se precia la necesidad de conocimiento de la ISO9001 en esto artesanos (Roben & Rodríguez, 2021, p. 16).

Finalmente se hace importante analizar este estudio denominado como “EL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD CON ISO 9001:2015 COMO ESTRATEGIA PARA EL MEJORAMIENTO DE LOS PROCESOS DE LA COMERCIALIZADORA ITM”, el cual fue desarrollado por Gorotiza, et al., (2021) y quien menciona a través del estudio que, la implementación de este sistema de gestión de calidad en las empresas y microempresas permiten grandes beneficios, pues entre las ventajas se encuentran la profundización y mejora de procesos, así como la inclusión de aspectos ambientales y sociales, el refuerzo de la estructura organizacional y la confianza percibida por el cliente al adquirir productos de calidad. Lo cual también está estrechamente ligado con la tecnología actual, pues la ciencia y el avance de la misma ha influido sobre toda actividad humana; por lo que, las empresas deben propender el uso e implementación de un SGC.

Para ello este estudio desarrolló una metodología de tipo cualitativa descriptiva, con lo que logró la recopilación de información documental que le permitió llegar a la conclusión de que, la eficacia de aplicar un SGC en una organización depende de diversas variables que deben ser tomadas en cuenta al momento de decidir su implementación; entre ellas se encuentran la fortaleza de la estructura organizacional y la comunicación existente dentro de la misma. No obstante, este sistema de gestión no puede ser considerado como una estrategia cuando se trabajan de manera única, con la finalidad de cumplir con la función de estrategia, y en base a ello obtener ventaja competitiva, pues debe ser la calidad el elemento diferenciador de la organización, o a su vez el elemento diferenciador en el mercado, pues si bien es cierto la única implementación puede

resultar un beneficio para las empresas, esta no puede ser explotada en su totalidad si no se trabaja a fondo (Gorotiza & Romero, 2021, p. 13).

## **2.2. Referencias teóricas**

### **2.2.1. Gestión**

De acuerdo con Catelló, et al. (2017) “Gestión es aquel proceso que logra que las actividades sean realizadas con eficiencia y eficacia a través de otras personas, de ahí su sinonimia con dirección que se refiere a guiar, encaminar hacia determinado lugar” (Correa, 2011, p.6)

Para (Barrios, 2008) “Gestión es el proceso mediante el cual el directivo o equipo directivo determinan las acciones a seguir según los objetivos institucionales, necesidades detectadas, cambios deseados, nuevas acciones solicitadas, implementación de cambios de mandos o necesarios y la forman como se realizan estas acciones y los resultados que se lograrán”. (Correa, 2011, p.6)

Según (Villamayor & Lamas, 1998) La gestión es una acción integral, entendida como un proceso de trabajo y organización en el que se coordinan diferentes miradas, perspectivas y esfuerzos, para avanzar eficazmente hacia objetivos asumidos institucionalmente y que deseáramos que fueran adoptados de manera participativa y democrática. En esta línea, gestionar implica una articulación de procesos y resultados, y también de corresponsabilidad en la toma de decisiones. (Correa, 2011, p.6)

La gestión es el proceso en el que se determinan las acciones a seguir para lograr que una actividad se realice de manera eficaz y eficiente, obteniendo los mejores resultados al final del proceso.

### **2.2.2. Modelo**

Aguilera (2000) señala que un modelo es " una representación parcial de la realidad; esto se refiere a que no es posible explicar una totalidad, ni incluir todas las variables que esta pueda tener, por lo que se refiere más bien a la explicación de un fenómeno o proceso específico, visto siempre desde el punto de vista de su autor" (Vélez, 2017, p.72)

De acuerdo con Hanson (1958) Un modelo es una estructura conceptual que sugiere un marco de ideas para un conjunto de descripciones que de otra manera no podrían ser sistematizadas. Cumple

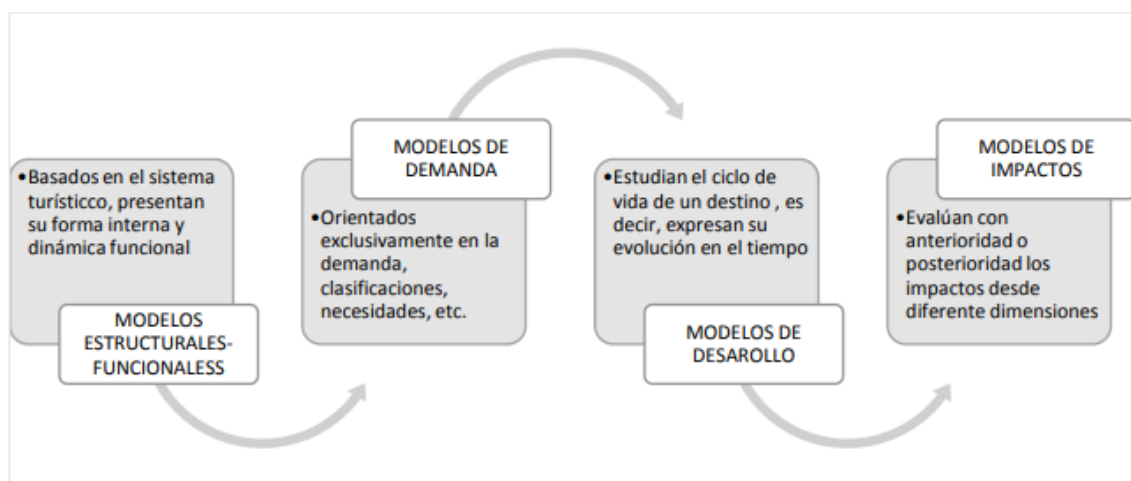
esta función en virtud de que une de manera inferencial, las proposiciones que afirman algo sobre los fenómenos que en él se integran. De esta manera, su estructura es diferente de la que se supone existe en el conjunto de fenómenos de la naturaleza. El modelo concebido en esta forma impulsa la inteligibilidad y ayuda a la comprensión de los fenómenos, ya que proporciona los canales de interconexión entre hechos que, sin la existencia de los lazos inferenciales, podrían permanecer aislados e independientes unos de otros. (Belloso, 2011, p.55)

La palabra modelo proviene del italiano modelo, teniendo varios significados:

Arquetipo o punto de referencia para imitarlo o reproducirlo esquema teórico, generalmente en forma matemática, de un sistema o de una realidad compleja, como la evolución económica de un país, que se elabora para facilitar su comprensión y el estudio de su comportamiento; objeto, aparato, construcción, etc., o conjunto de ellos realizados con arreglo a un mismo diseño (Real Academia Española, 2021, s/p)

Un modelo es una representación de lo que el autor quiere realizar, en éste se toman todos los eventos y procesos que se deberían seguir, pero no siempre resulta como se lo tiene previsto debido a que solo representa la perspectiva del autor y no de los contratiempos que podrían interferir en su aplicación.

Para Martín (2008) entre los principales modelos más utilizados y conocidos (ver figura 2.), están:



**Ilustración 2-1:** Tipología de modelos más conocidos

**Realizado por:** Morales, G.; Vivas, D. 2022.

### **2.2.3. Modelo de Gestión**

Modelo de gestión es un esquema de planificación o desempeño que interrelaciona Personas, Tecnología y Procesos como pilares de toda organización, permitiendo a esta en primer lugar el realizar un diagnóstico, en segundo lugar determinar las áreas de mejora sobre las cuales hay que actuar, en tercer lugar evaluar y finalmente plantear los posibles cambios a adoptar. Un Modelo de Gestión es un referente estratégico. (Alvarez, 2017, p.12)

Según (Gestión y administración , 2014) es una herramienta administrativa que se encarga de ejecutar todas aquellas diligencias enfocadas a obtener algún beneficio para la organización, además considera al personal como un recurso activo para el logro de objetivos, haciendo hincapié en que en una empresa, la gestión de recursos humanos es la más relevante, y en este caso, la definición de gestión sería “conjunto de actividades que desarrollan, movilizan y motivan al personal empleado que una empresa necesita para su éxito. (Navarro, Velasco, & Esparza, 2015, p.12)

Mientras que (López R. , 2014) explica que el modelo de gestión permite establecer un enfoque además de un marco de referencia objetivo, riguroso y estructurado para el diagnóstico de la organización, así como para determinar las líneas de mejora continua hacia las que deben orientarse los esfuerzos de ésta”. Considerándolo como referente estratégico, realizando un diagnóstico de la empresa identificando las áreas sobre las que hay que actuar y evaluar para alcanzar una mejoría dentro de la organización, permitiendo dirigir los esfuerzos a este fin. (Navarro, Velasco, & Esparza, 2015, p.12)

Un modelo de Gestión es una herramienta muy utilizada para el diagnóstico de las áreas que necesitan una mejora dentro de la organización, haciendo uso de todos los recursos que cuenta la empresa como el humano, tecnológico, económico y financiero, para después proponer la solución que permita una mejora en el área a mejorar.

### **2.2.4. Neurociencia**

La neurociencia como menciona Garrido (2014) es “la ciencia del Sistema Nervioso Central”, y considera que es la agrupación de especialidades en el cual el objeto de estudio es el cerebro y la conexión con la práctica y el comportamiento (p.4).

Siendo así que, Manes & Niro (2015) explican en su libro que las neurociencias investigan la estructura y la actividad del sistema nervioso y la manera en cómo los diversos componentes del cerebro interaccionan y posibilitan el comportamiento de los individuos (p.21).

Por lo tanto, el aprendizaje de esta disciplina es importante, no solo en neuromarketing el cual no solo se basa en el valor que aporta, sino que permite el aprendizaje del sistema hormonal con el que se logra recolectar información “sobre nuestras emociones, sobre lo que sentimos, cómo lo sentimos (...) o sobre los sistemas de recompensa que tan importantes son para el Marketing” (Rovira, 2018).

Es así que el cerebro da la actividad mental en todo momento, comenzando con acciones que se realizan de manera involuntaria, “como respirar, hasta los pensamientos filosóficos más elaborados”, además tiene una estrecha relación con el conocimiento, los vínculos afectivos, la imaginación, la apreciación, la elección voluntaria, la libertad para tomar decisiones, y por último la emoción (Manes & Niro, 2015, p.21).

En base a lo mencionado por los diferentes autores, la neurociencia se enfoca en el estudio del cerebro humano, mismo que representa el órgano primordial del sistema nervioso, ya que éste controla las funciones cognitivas, racionales y emocionales del ser humano, por lo que la neurociencia se dedica al estudio integral de éste, permitiéndonos explicar y determinar las diversas características de la conducta y de los procesos cognitivos mediante la biología.

#### **2.2.5. Neuroeconomía**

Según (Camerer, Loewenstein, & Prelec, 2005) La neuroeconomía surgió como un área de investigación dedicada al estudio en relación con las decisiones económicas que tomamos. Es decir, entendemos la neuroeconomía como el campo que estudia la actividad cerebral durante la toma de decisiones económicas. (López T. , 2019)

Según (Schant, Martín, & Navarro, 2008) En términos científicos la neuroeconomía es el uso de la neurociencia para estudiar decisiones económicas y a la vez usar modelos económicos para explicar respuestas neuronales y de comportamiento. Así el modelo neoclásico funda la idea básica en que los agentes económicos actúan racionalmente y, por lo tanto, optimizan su utilidad de manera previsible cuando consumen, y producen eficientemente al combinar de la mejor manera los factores de producción. El principio de racionalidad puede considerarse desde dos ángulos distintos: 1) el normativo, que implica establecer cuáles son las características que debe tener una conducta para ser calificada como racional, y 2) el descriptivo, que analiza la conducta observada para determinar si puede ser calificada como racional. (Arévalo, 2018, p.2)

La Neuroeconomía es un campo interdisciplinario que trata de explicar la toma de decisiones, la capacidad de procesar múltiples alternativas y elegir un curso de acción óptimo. Estudia cómo el

comportamiento económico puede dar forma a nuestra comprensión del cerebro, y cómo los descubrimientos neurocientíficos pueden limitar y guiar a los modelos de la economía. (Maldonado)

La neuroeconomía es la que estudia cómo reacciona el cerebro humano durante todo el proceso de la toma de decisiones, pudiendo así tener una mejor comprensión de la relación entre las emociones y la conducta de cada individuo ante distintas situaciones.

#### **2.2.6. *El cerebro Triuno***

En cuanto al cerebro triuno, los autores Braidot, 2008; Dispenza, 2007 se enfocan en los estudios de Paul MacLean y coinciden en que el cerebro humano se encuentra estructurado por tres subcerebros: El cerebro reptil, el cerebro límbico y el cerebro neocórtex.

Según Pizarro de Zulliger (2003) menciona que estos 3 cerebros se conforman de la siguiente manera:

El cerebro reptiliano, el “cuerpo” (...) da un sentido de defensa de nuestros espacios, representa nuestra capacidad sexual. El “corazón” es el sistema límbico, (...) se lo relaciona con el músculo cardíaco. La “mente”, o el neocórtex, es la parte que nos identifica como quiénes somos: se percibe en la conciencia. (p.8)

De manera que Paul MacLean mediante sus investigaciones descubre la existencia de los tres subcerebros siendo el reptiliano “sistema primitivo de defensa, (...) el límbico que se centra en las emociones y el neocórtex que se activa para la parte del razonamiento” estos al actuar de forma conjunta facilitan la identificación de la manera de pensar y de actuar de cada uno de los individuos y poder definir la forma de proceder con estas personas de acuerdo a su nivel de activación (Tarantino-Curseri & Salvatore, 2018, p.6).

##### **2.2.6.1. *El cerebro reptiliano***

En base a lo mencionado por Braidot (2013), el sistema reptiliano es:

El principio del balance propio del instinto, es el cerebro reptiliano. El cual está constituido por el cerebelo, la médula espinal y los ganglios basales, involucrados en el dominio de los movimientos y actividades de rutina. En estas fases, los primitivos circuitos de los ganglios basales actúan de manera eficaz. La magnitud cerebral, que

evalúa los fundamentales estímulos mecánicos, juega un papel de suma relevancia en la toma de decisiones que posibilitaron al ser humano acolarse a su ambiente, subsistir y protegerse. (p.45)

Este cerebro “forma redes nerviosas codificadas con las estructuras básicas sensitivas y motrices y, sobre ellas, por el resto de nuestra vida, construimos un aprendizaje” basado entonces en la percepción de lo que ocurre en el entorno externo y la forma en como el ser humano procede frente a este entorno (Hannafor, 2009, p.29).

El cerebro reptiliano es considerado como el más primitivo ya que es el primero que se forma y que a su vez se encarga de las funciones vitales y automáticas del organismo como la respiración, los latidos cardiacos, la digestión, etc.; así también, maneja nuestros comportamientos instintivos como el hambre, la sed, el sueño, sexo.

En otras palabras, el cerebro reptiliano faculta el procesamiento de las experiencias primarias, no verbales, de aceptación o rechazo.

#### 2.2.6.2. *El cerebro Límbico*

El cerebro límbico llamado también “*Lumbus*”:

“Quiere decir anillo, ésta es la forma que adopta el límbico ya que envuelve el tronco cerebral. El sistema límbico añadió la habilidad de aprender reglas de seguridad, regular los alimentos, regular la presión de la sangre, el hambre y las agresiones; es decir, significó un gran salto en la habilidad de sobrevivir (Ortíz de Maschwitz, 2004, p.21)

Asimismo, Salas (2008) menciona que el cerebro límbico “es llamado también el cerebro emocional debido a que tiene un papel preponderante en el comportamiento emocional de la persona”, siendo así que se produce una sensación de bienestar y relajación a la hora de concluir alguna actividad, o caso contrario genera preocupación cuando esta actividad es interrumpida o queda incompleta (p.242).

Según lo mencionado por el autor este cerebro regula las respuestas fisiológicas y emocionales del ser humano, por lo cual es responsable de procesar nuestras emociones y regular nuestra conducta; mismo que resulta la base de estudio para la presente investigación en la cual enfocamos nuestro proyecto en el estudio profundo de las emociones que influyen en la toma de decisiones del ser humano.



En otras palabras, el sistema límbico, al tener un importe considerable de estructuras neuronales, se faculta de regular las emociones mediante los neurotransmisores; es decir, regulariza las respuestas de nuestro cuerpo frente a estímulos emocionales.

#### *2.2.6.3. El cerebro Neocórtex*

Para Ortiz (2009) el cerebro neocórtex representa “la parte más distintivamente humana, la corteza cerebral que proporciona la capacidad para desarrollar la memoria, solucionar problemas y ser creativos” (p.21).

De igual manera, Palma (2015) este cerebro se encarga de la inteligencia racional, “aunque es más lenta que la emocional, es de mayor precisión. (...) Posee la facultad de procesar y almacenar toda la información que le envían los sentidos” (p.148).

El neocórtex tiende a ser un cerebro más desarrollado, ya que es el área cerebral responsable de nuestra capacidad de razonamiento, permitiendo el pensamiento lógico y la consciencia; dando lugar al análisis profundo de la información, la reflexión y la capacidad de toma de decisiones. Éste es capaz de manifestar pensamientos, percibir la lógica con el propósito de solucionar problemas que se muestren en diversas situaciones mediante el procesamiento y almacenamiento de información relevante e incrementando la capacidad de memoria, mismo que lo convierte en un cerebro más analítico y complejo, que actúa bajo la información receptada de los sentidos.

#### *2.2.7. La emoción*

Las reacciones emocionales se basan en el tipo de componente conductual ya que son reacciones musculares o posiciones que el cuerpo adopta de acuerdo a la circunstancia que le genera emoción, es autonómico de modo que, los gestos y movimientos son independientes, no obstante tienen conexión con la situación y con lo que siente el individuo, y finalmente es hormonal porque libera hormonas que impulsan una descarga de energía, siendo estas la adrenalina y noradrenalina, además estas reacciones cerebrales son generadas y manipuladas por la amígdala de manera que, interviene en el condicionamiento entre el estímulo y la situación (Vinyamata, Horta, Marí, & Pérez, 2015).

Para los autores, las emociones nacen por necesidades del organismo, que tienen estimulaciones tanto internas como externas. Son esenciales para el funcionamiento y labor que realiza el cerebro. Las emociones sin duda conducen a la acción, es por ello que son tan importantes en el ser humano para su toma de decisiones.

### 2.2.8. *Proceso de la Toma de decisiones*

“En la vida corriente el comportamiento humano es influenciado a menudo por sentimientos como la inseguridad o la confianza. La neuroeconomía se esfuerza para desarrollar una teoría global de la toma de decisiones considerando estos factores” (Nicola, 2007)

Con la ayuda del estudio de los supuestos tanto micro como macroeconómicas se pretende predecir de manera casi exacta el comportamiento de una variable con respecto a otra desde una vista racional.

Por esta razón, para lograr un modelo de decisiones, los investigadores estudian los cerebros de los consumidores mediante distintas tecnologías, con el objetivo de observar qué partes del cerebro se activan en la realización de diferentes dinámicas y ejercicios. En este proceso, se estudia la incertidumbre que genera la información económica, los intercambios sociales y los riesgos en las personas que van a hacer la inversión. Con esta información los 7 economistas cuantifican la contribución de la emoción en la toma de decisiones (Páramo, 2017).

### 2.2.9. *La contribución de las emociones en la toma de decisiones.*

Los últimos avances científicos han puesto de manifiesto que el cerebro toma decisiones de una forma muy simple: existe un sistema que se activa y nos lleva a tomar la decisión, es decir, nos lleva hacia el “sí”; y otro sistema anatómicamente diferente que bloquea esa decisión, es decir, nos lleva hacia el “no”. Dependiendo de cuál de estos dos sistemas se active más, realizaremos o no dicha acción (Bermejo, 2014).

El córtex prefrontal es una región del cerebro con una de las estructuras más básicas que determina las cualidades del comportamiento humano, así como la ejecución de actividades complejas. La corteza prefrontal ventromedial (VMPFC) ha sido implicada en la toma de decisiones emocionales debido a su posible participación en el aprendizaje de inversión afectivo, la propensión al riesgo y la impulsividad. Su especial entramado de conexiones con otras áreas de la corteza y con estructuras subcorticales como la amígdala justifican que pueda tener un papel de interfase entre cognición y emoción, y desempeñar una función fundamental en la regulación y el control del comportamiento. (Contreras, Catena, Cándido, Perales, & Maldonado., 2008)

**Tabla 2-1:** La contribución de las emociones en la toma de decisiones

---

Expresiones

---

---

Según Thompson (2019) las expresiones pueden ser heredadas por genética según la situación social en la que se encuentre, teniendo en cuenta que existen variaciones dependiendo de las tribus.

El carácter genético está integrado por emociones básicas, sin embargo, las expresiones faciales son propias de cada persona y son capaces de transmitir emociones.

Paul Ekman investigo sobre las expresiones faciales y consideró que estas son autónomas a los conocimientos y el carácter

---

#### Modelo de emociones

---

El modelo más completo es el de Robert Plutchik, ya que toma en consideración las 8 emociones básicas que son:

- Alegría
- Aceptación
- Miedo
- Sorpresa
- Tristeza
- Repulsa
- Ira
- Anticipación

Si una persona identifica bien las emociones puede ampliar su vocabulario. Con el modelo de Plutchik se puede llegar a identificar con facilidad lo que siente una persona. (Caruso & Salovey, 2012, p.94)

Las expresiones faciales son emociones que se expresan a través de gestos dependiendo de la situación.

---

#### Sentimientos y expresiones faciales básicas

---

##### ***Ejemplo 1***

Sentimientos: Alegría

Expresión facial: Sonrisa

Representación: Arruga de patas de gallo alrededor de los ojos (Expresión de felicidad, emociones positivas)

---

##### ***Ejemplo 2***

Sentimiento: Sorpresa

Expresión facial: Ojos abiertos

Representación facial: cejas levantadas y boca abierta (Reacción producida en eventos inesperados)

---

**Fuente:** DialNet, 2022

**Realizado por:** Morales, G.; Vivas, D. 2022.

## **2.2.10. La Economía Emocional**

La Economía Emocional se encarga del estudio de las decisiones por las que debe atravesar un individuo en todo momento, comprendiendo sus elementos de satisfacción y de desilusión, influenciados por la presión social dentro del comportamiento de las personas, además, “acepta los comportamientos oscuros, entendiendo cada aspecto del mismo para la diferenciación de los mercados” (Cisneros, 2012. p.21).

En esencia, la Economía Emocional “se erige sobre las bases de la neurociencia, la teoría conductual o de comportamiento, las teorías del consumo psicológico, y sobre los elementos del conocimiento holístico del ser humano” (Cisneros, 2012. p.18).

La Economía Emocional se concentra en el comportamiento del ser humano dentro del entorno social a la hora de tomar unas decisiones económicas, busca comprender el raciocinio del ser humano de una manera más “humana” de manera que se logre crear modelos económicos que se asimilen a la realidad, entendiendo que las personas actúan de una u otra manera en base a diferentes sesgos.

Finalmente, para el estudio de las emociones que se presentan a la hora de tomar decisiones, actúan diferentes hormonas que influyen en el comportamiento de los seres humanos siendo las que motivan al momento de seleccionar un producto de otro, es decir, tomar decisiones de carácter económicas.

#### **2.2.11. *El neuromarketing***

Es la utilización de análisis de la neurociencia dentro de la asignatura de marketing la cual permite medir el nivel de éxito o fracaso que tienen las estrategias propuestas por las empresas dirigidas hacia esta área, además, permite conocer las reacciones químicas de cada individuo que se encuentra en calidad de consumidor (Díaz, 2018).

Por lo que este autor interpreta que el neuromarketing se fundamenta en el estudio y aplicación de técnicas pertenecientes a las neurociencias combinadas con estrategias de mercadotecnia para analizar los niveles de emoción, atención y memoria que estimulan a la mente de forma consciente o subconsciente. Es decir, trata de conectar el marketing con las emociones del consumidor de manera que favorezca la venta de una marca o producto en específico; dando lugar al marketing para el estudio de este comportamiento de proceso de adquisición o compra.

### **2.3. Sistema de Gestión de Calidad**

Un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) se define como el enfoque utilizado por una organización para planificar, implementar, monitorear y establecer acciones preventivas con el fin de alcanzar las metas y objetivos establecidos en su plan estratégico y en su misión organizacional (Sanabria & Apolinario, 2019). Este sistema tiene como objetivo principal asegurar que los productos o servicios suministrados sean de excelente calidad, cumpliendo con los requisitos más exigentes de los clientes y de las partes interesadas.

El mejoramiento de la administración es un desafío para los líderes y directivos del sector público, con el objetivo de fortalecer la capacidad del Estado para satisfacer las necesidades de la ciudadanía y los grupos de interés. Para lograrlo, se promueve el fortalecimiento del Modelo Integrado de Planeación y Gestión, dentro del cual se encuentra el SGC, con el propósito de generar confianza en las entidades gubernamentales y mejorar la gobernabilidad y legitimidad del sector público (Cepeda & Cifuentes, 2019).

Para abordar este desafío, es necesario establecer estándares de calidad que permitan medir y dar seguimiento a las características de los servicios prestados, con el fin de identificar desviaciones y tomar acciones para mejorar la gestión.

Es innegable que la calidad se vuelve cada vez más importante para las organizaciones a medida que pasan los años. Esto se refleja en el número de empresas que buscan obtener certificaciones basadas en los criterios establecidos por la Organización Internacional de Estandarización (ISO) o que se postulan para premios de excelencia, como el otorgado por la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad (EFQM) (Murrieta, Ochoa, & Carballo, 2020).

Sin embargo, es importante tener en cuenta que implementar un SGC no garantiza automáticamente la competitividad. Antes de embarcarse en el camino formal hacia la calidad mediante la implementación de un SGC, las organizaciones deben conocer tanto los beneficios como las desventajas asociadas con este proceso.

En América Latina, la norma más prevalente es la ISO 9000, que tiene como objetivo principal certificar los procesos de producción y servicios, además de servir como un modelo de referencia para otras organizaciones (Callejas, 2021). Estas normas también sirven de base para los Sistemas de Gestión de Calidad en el ámbito público y se obtienen gracias a que la ISO reúne a organizaciones de todo el mundo para fomentar la creación de estándares para la producción de productos y/o la prestación de servicios en diferentes tipos de organizaciones.

Los procesos son el núcleo central de un sistema de gestión y se generan a partir de la interacción de otros elementos fundamentales. Estos elementos incluyen los requisitos de los clientes, los

recursos disponibles, los documentos de apoyo, las directrices de la estructura organizativa, y los productos y servicios resultantes que se ofrecen.

### **2.3.1. Beneficios del Sistema de Gestión de Calidad**

Para Naranjo (2019), la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad ofrece varios beneficios, como: la mejora en la moral de los empleados, mayor eficiencia en los procesos, aumento de la productividad, reducción de disputas, lo que permite más tiempo para la innovación y la creatividad, mejora en la calidad de los productos y servicios, mayor participación en el mercado, reducción de costos, mayor satisfacción del cliente, e incremento de las ganancias.

Por otro lado, Gorotiza y Romero (2021), los beneficios de la implementación de sistemas de gestión pueden variar según el sector en el que se apliquen. Se clasifican en beneficios internos y externos. Los beneficios internos están relacionados con aspectos como la satisfacción y seguridad laboral, la tasa de absentismo, los salarios de los trabajadores, la confiabilidad de las operaciones, las entregas a tiempo, el cumplimiento de los pedidos, la reducción de errores y la rotación de inventarios. Los beneficios externos se vinculan a la satisfacción de los clientes, el número de quejas y reclamaciones, las repeticiones en las compras, la cuota de mercado, las ventas por empleado y el rendimiento de las ventas y activos. La implementación de sistemas de gestión tiene un impacto en la situación financiera de las empresas, lo que puede generar mayores beneficios en este sentido.

### **2.3.2. Normas ISO 9001**

Las normas ISO 9000 son un conjunto de estándares internacionales desarrollados por la Organización Internacional de Estandarización (ISO) con el objetivo de fomentar la adopción de un enfoque basado en procesos y la mejora continua a través de la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad (Juárez, 2022).

Las Normas ISO 9001 tienen sus raíces en la década de 1950, cuando se introdujo por primera vez el concepto de gestión de calidad. Al seguir los principios y requisitos establecidos en las Normas ISO 9001, las organizaciones pueden demostrar su compromiso con la calidad, mejorar su eficiencia operativa y aumentar la satisfacción del cliente (Escrig & Salvador, 2022).

Se componen de una serie de requisitos que una organización debe cumplir para obtener la certificación. Estos requisitos se agrupan en diferentes secciones, como el contexto de la organización, el liderazgo, la planificación, el soporte, la operación, la evaluación del desempeño

y la mejora. Cada sección aborda aspectos específicos del sistema de gestión de calidad y proporciona directrices claras sobre cómo implementar y mejorarlos (Garzón, 2021).

Por otro lado, ofrece numerosos beneficios a las organizaciones. En primer lugar, ayuda a mejorar la eficiencia y la productividad al establecer procesos claros y optimizados. Esto se traduce en una reducción de los errores y desperdicios, lo que a su vez conduce a un aumento de la rentabilidad (Rincón, 2023). Además, las Normas ISO 9001 fomentan la toma de decisiones basada en datos y evidencias, lo que mejora la capacidad de la organización para identificar y abordar los problemas de manera oportuna.

Las Normas ISO 9001 son aplicables a una amplia gama de industrias y organizaciones, desde manufactura y servicios hasta sector público y educación. Estas normas proporcionan un marco adaptable que se puede personalizar según las necesidades y características específicas de cada organización (Sánchez, 2020). Al implementar las Normas ISO 9001, las organizaciones pueden mejorar la calidad de sus productos y servicios, aumentar la satisfacción de los clientes y cumplir con los requisitos legales y reglamentarios aplicable.

Finalmente, las Normas ISO 9001 representan un enfoque sólido y reconocido a nivel internacional para mejorar la gestión de la calidad en las organizaciones. Al implementar estas normas, las organizaciones pueden establecer un sistema de gestión de calidad eficaz, mejorar su eficiencia operativa, aumentar la satisfacción del cliente y mantener una ventaja competitiva en el mercado. Aunque la implementación de las Normas ISO 9001 puede presentar desafíos, los beneficios a largo plazo superan con creces las dificultades iniciales.

### **2.3.3. *Implementación de un sistema de Gestión***

De acuerdo con Berrones (2022), la Norma ISO 9001 ofrece una guía para la implementación del sistema de calidad, que abarca diversas etapas, incluyendo:

Diagnóstico: recopilación de información interna y externa para obtener una visión completa de la organización.

Planificación: elaboración de un plan detallado para la implementación del sistema de calidad.

Documentación del sistema: creación de documentos y registros que describan los procedimientos y procesos del sistema de calidad.

Implantación: puesta en marcha de los procesos y procedimientos definidos en el sistema de calidad.

Control: monitoreo y medición del desempeño del sistema de calidad para asegurar su efectividad y cumplimiento de los requisitos.

Mantenimiento: actualización y mejora continua del sistema de calidad para adaptarse a los cambios y garantizar su eficacia a largo plazo.

Certificación (opcional): obtención de una certificación externa que verifica que el sistema de calidad cumple con los requisitos de la Norma ISO 9000.



## CAPITULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1. Idea a defender

Implementar un sistema de gestión de calidad en los artesanos tejedores de alfombras del cantón Guano beneficiará tanto a los artesanos como a la comunidad, al optimizar los recursos y mejorar los procesos, lo que resultará en productos de alta calidad y una mayor competitividad en el mercado.

#### 3.2. Enfoque de investigación

El enfoque a utilizarse, dentro del estudio es mixto, porque combina elementos tanto cualitativos como cuantitativos para obtener una visión completa y enriquecedora de la situación (Otero, 2018).

Con relación a la investigación se establece que, al combinar el enfoque cualitativo y cuantitativo, se obtiene una comprensión holística y completa del sistema de gestión de calidad en los artesanos tejedores de alfombras del cantón Guano. Este enfoque mixto permite capturar tanto las perspectivas y experiencias individuales de los artesanos, como los aspectos tangibles y medibles relacionados con la calidad de las alfombras.

##### 3.2.1. *Cualitativo*

La investigación cualitativa se enfoca en la descripción, comprensión e interpretación de fenómenos a través de la recopilación de datos sin utilizar cálculos numéricos. Se centra en afirmar y explorar preguntas de investigación a través de apreciaciones y significados derivados de las experiencias de las personas involucradas en la investigación (Meza & Villamil, 2022).

##### 3.2.2. *Cuantitativo*

Este enfoque se basa en la recopilación de datos con el objetivo de poner a prueba una hipótesis. Utiliza métodos de medición numérica y análisis estadístico para identificar patrones de comportamiento y validar teorías (Arredondo, Gómez, Lalama, & Chóez, 2020).

### **3.3. Método de investigación**

El enfoque metodológico seleccionado para este estudio es de tipo exploratorio y descriptivo, ya que se busca obtener un conocimiento detallado sobre el funcionamiento de la fundación y establecer relaciones entre variables. Este estudio se caracteriza por ser prospectivo y longitudinal, ya que se registra la información en el momento en que los fenómenos ocurren a lo largo de los periodos en los que se presentaron los problemas (Equihua, 2022).

### **3.4. Nivel de Investigación**

#### **3.4.1. *Exploratorio***

Dado que se trata de un tema que abordará, evaluará y describirá los elementos más relevantes que deben tenerse en cuenta para la gestión de la implementación del diseño de gestión de calidad.

#### **3.4.2. *Descriptivo***

Se describirán las características específicas que se identifiquen en los distintos componentes, procesos, datos y cuadros que se encuentren dentro del ámbito del Trabajo de Investigación.

#### **3.4.3. *Explicativo***

Se comenzará por exponer los problemas identificados en los comercios en relación a los procesos que están siendo investigados, y se analizarán e interpretarán los datos recopilados a través de la aplicación de diferentes instrumentos o técnicas como encuestas, entrevistas, datos y cuadros. Estos datos nos permitirán verificar la validez de la idea planteada.

### **3.5. Diseño de investigación**

#### **3.5.1. *Experimental***

Según Ramos (2021), el investigador no solo reconoce las características que se están estudiando, sino que también las maneja, modifica o manipula con el propósito de observar los resultados, al mismo tiempo que trata de prevenir la influencia de otros factores en la observación.

### **3.5.2. *Transversal***

El diseño de investigación transversal, también conocido como diseño de sección transversal o diseño de corte transversal, es un enfoque utilizado en la investigación científica para recopilar datos en un solo punto en el tiempo. Se utiliza para examinar y analizar una muestra o población en un momento determinado y obtener información sobre variables o fenómenos de interés (Gómez, 2022).

## **3.6. Tipo de investigación**

### **3.6.1. *Bibliográfico-documental***

La investigación documental implica recopilar, organizar y analizar fuentes documentales en forma escrita, hablada o audiovisual con el objetivo de obtener nuevo conocimiento en el área de investigación (Arias, 2020).

En este estudio, se ha realizado una exhaustiva recopilación de información de diversos documentos, como tesis, manuales, normas y artículos, entre otros, para respaldar teóricamente el tema de investigación. Estos documentos han sido utilizados como base bibliográfica para fundamentar cada una de las definiciones relacionadas con el tema propuesto.

### **3.6.2. *De campo***

La investigación de campo tiene como objetivo principal recopilar y registrar de manera sistemática los datos relacionados con el tema seleccionado como objeto de estudio. La observación y el cuestionamiento son las principales herramientas que se emplearán en esta investigación (Cedeño, 2022).

A través de la investigación de campo se buscará recabar información sobre las variables de estudio, como el diseño de un sistema de gestión de calidad en los artesanos tejedores de alfombras. Se analizará el proceso de producción y su gestión en colaboración con los productores, trabajadores y entidades reguladoras. El objetivo es obtener datos concretos y relevantes sobre estos aspectos mediante la interacción directa con los involucrados en la actividad.

### **3.7. Población y Muestra**

#### **3.7.1. Población y muestra**

La población del estudio a desarrollar se compone de los artesanos tejedores de alfombras del cantón Guano, este gremio se conforma por 8 artesanos.

### **3.8. Técnicas e instrumentos de investigación**

#### **3.8.1. Técnicas**

Dado que se trata de una investigación descriptiva, se emplean técnicas como la observación y encuestas previamente diseñadas, las cuales están dirigidas a la población que es objeto de estudio. Estas técnicas permiten recopilar información detallada y describir las características y comportamientos de la población en cuestión, es decir, los artesanos tejedores de alfombras del cantón Guano.

##### *3.8.1.1. Observación*

Mediante esta técnica se busca realizar un examen detallado de los recursos materiales utilizados en los procedimientos asignados y de los registros existentes en la fundación. Esto implica revisar cualquier tipo de documento relacionado con nuestra investigación y que sirva como respaldo para el Trabajo de Titulación. Además, también implica observar directamente cómo se están llevando a cabo los procedimientos en la actualidad.

##### *3.8.1.2. Encuesta*

Al utilizar con opciones múltiples, con la cual se recopila directamente la información necesaria para llevar a cabo la investigación de manera adecuada.

##### *3.8.1.3. Entrevista*

El objetivo de esta técnica es obtener toda la información necesaria para desarrollar un diseño de sistema de calidad sólido y completo.

### **3.8.2. Instrumentos**

Se emplean herramientas como encuestas, las cuales se basan en un cuestionario previamente preparado e impreso, dicho cuestionario se lo aplicó a los artesanos tejedores de alfombras, siendo la muestra objeto del estudio.

#### **3.8.2.1. Cuestionario**

Los cuestionarios consisten en una serie de preguntas formuladas con el fin de recopilar información directa de los clientes.

## CAPITULO IV

### 4. RESULTADOS

#### 4.1. Análisis e interpretación de resultados

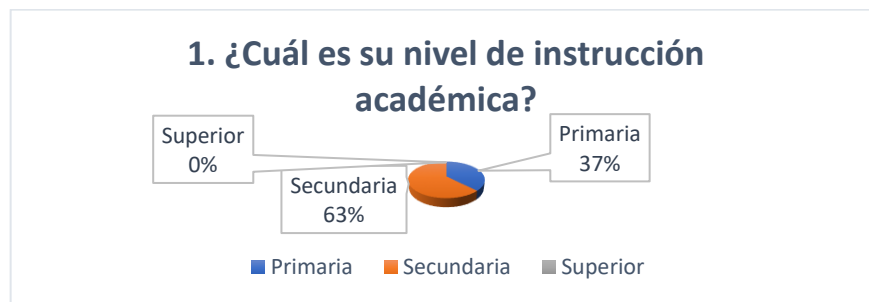
##### 1. ¿Cuál es su nivel de instrucción académica?

**Tabla 4-1:** Nivel de Instrucción

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Primaria	3	63%
Secundaria	5	37%
Superior	0	0%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuestas, (2023).

Realizado por: Fiallos, R. 2023.



**Ilustración 4-1:** Nivel de Instrucción

Fuente: Encuestas, (2023).

Realizado por: Fiallos, R. 2023.

##### a) Análisis:

Al observar el gráfico decimos que el 63% de los artesanos encuestados realizaron los estudios secundarios, es decir 5 personas; y el 37% solo tiene estudios de nivel primario, es decir 3 personas.

##### b) Interpretación:

Por lo que se interpreta es que nadie cuenta con estudios superiores, la mayoría tiene estudios secundarios, y un pequeño porcentaje solo obtuvo estudios primarios, debido a que manifiestan que no concluyeron sus estudios superiores debido al trabajo a temprana edad, esto pudo afectar en sus inicios a que los comercios no se lleven un registro de compra, ventas, gastos y utilidades y esto lo pudieron realizar de manera empírica.

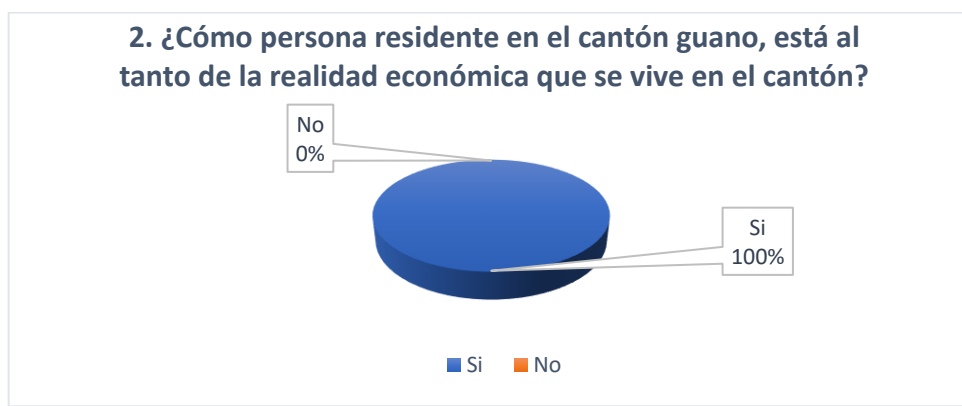
2. ¿Como persona residente en el cantón Guano, está al tanto de la realidad económica que se vive en el cantón?

**Tabla 4-2:** Realidad económica

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	8	100%
No	0	0
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuestas, (2023).

Realizado por: Fiallos, R. 2023.



**Ilustración 4-2:** Realidad económica

Fuente: Encuestas, (2023).

Realizado por: Fiallos, R. 2023.

## Análisis

### a) Análisis:

Al observar el gráfico decimos que las 8 personas encuestadas que corresponden al 100% de los artesanos encuestados conocen la realidad económica que se vive en el cantón y a nivel nacional.

### b) Interpretación:

Con la totalidad de las personas encuestadas se puede llegar a la conclusión de que están cocientes de la realidad económica que vive el cantón y su influencia de la fabricación de alfombras.

3. ¿Cree usted que la tecnología ha influido en la compra y venta de las alfombras?

**Tabla 4-3:** Influencia de la tecnología

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Siempre	7	87%
Casi siempre	1	13%
Algunas veces	0	0
Nunca	0	0
TOTAL	8	100%

**Fuente:** Encuestas, (2023).

**Realizado por:** Fiallos, R. 2023.



**Ilustración 4-3:** Influencia de la tecnología

**Fuente:** Encuestas, (2023).

**Realizado por:** Fiallos, R. 2023.

**a) Análisis:**

Al observar el gráfico decimos que el 87% de los artesanos encuestados están de acuerdo con que la tecnología siempre ha influido, es decir 7 personas, y el 13% manifestó que casi siempre la tecnología influye, es decir 1 persona.

**b) Interpretación:**

Se interpreta que la tecnología ha influido en gran parte en los comercios, si no en la comercialización de las alfombras, ya que estas en algún momento fueron vendidas mediante un aparato tecnológico.



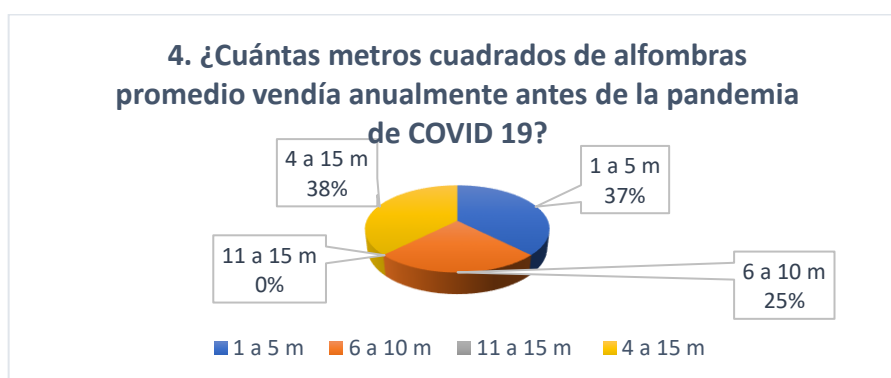
4. ¿Cuántos metros cuadrados de alfombras promedio vendía anualmente antes de la pandemia de COVID 19?

**Tabla 4-4:** Metros de alfombra vendidos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
1 a 5 m	3	37%
6 a 10 m	2	25%
11 a 15 m	0	0
4 a 15 m	3	38%
TOTAL	8	100%

**Fuente:** Encuestas, (2023).

**Realizado por:** Fiallos, R. 2023.



**Ilustración 4-4:** Metros de alfombra vendidos

**Fuente:** Encuestas, (2023).

**Realizado por:** Fiallos, R. 2023.

**a) Análisis:**

Al observar el gráfico decimos que 3 personas encuestadas afirmaron que antes de la pandemia vendían un aproximado de 4 a 15 metros cuadrados, esto es el 38%, 3 personas aseguraron que vendían un promedio de 1 a 5 metros cuadrados, es decir el 37% y 2 personas mencionaron que vendían al año de 6 a 10 metros cuadrados, es decir el 25%

**b) Interpretación:**

Se interpreta que todos los artesanos afirmaron que la pandemia fue un factor clave para que las ventas hayan disminuido, pero esto ya estaba de baja antes de la pandemia debido a la llegada de alfombras sintéticas y sus bajos costos, lo que ha hecho que los artesanos comercialicen estas alfombras también. Y realicen alfombras artesanales solamente bajo pedido.

5. ¿Conoce usted acerca de los sistemas de gestión de la calidad?

**Tabla 4-5:** Sistemas de gestión de calidad

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	7	87%
No	1	13%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuestas, (2023).

Realizado por: Fiallos, R. 2023.



**Ilustración 4-5:** Sistemas de gestión de calidad

Fuente: Encuestas, (2023).

Realizado por: Fiallos, R. 2023.

**b) Análisis:**

Al observar el gráfico nos podemos dar cuenta que el 87% de artesanos si conocen sobre los sistemas de gestión de la calidad, es decir 7 personas, y el 13% de artesanos mencionaron que no conocía sobre este sistema, es decir 1 persona.

**b) Interpretación:**

Se interpreta que los artesanos que afirmaron que conocían sobre estos sistemas hacían énfasis en que sus productos son hechos con calidad y que no afectaban a los clientes, mas no sabían a profundidad ni tenían conocimientos básicos en la materia de sistemas de gestión de la calidad, y el resto de comerciantes que no tienen conocimientos solo comentaban que sus productos eran buenos.

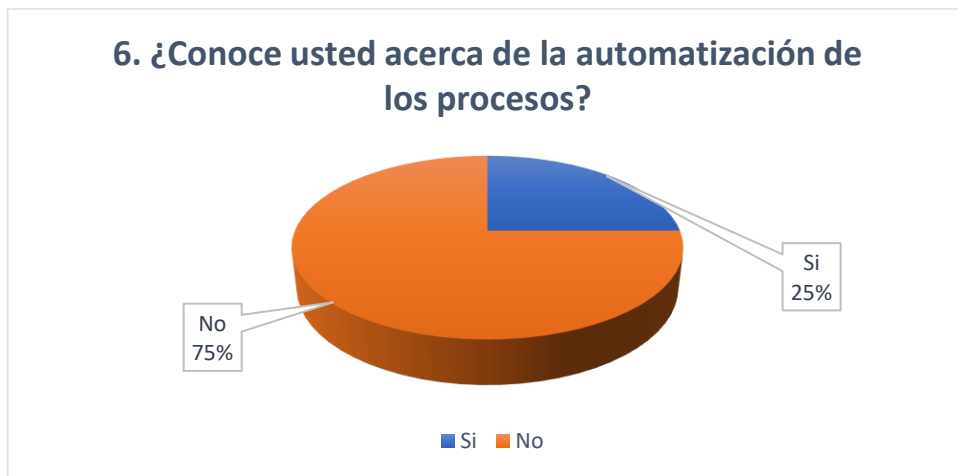
6. ¿Conoce usted acerca de la automatización de los procesos?

**Tabla 4-6:** Automatización de los procesos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	2	25%
No	6	75%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuestas, (2023).

Realizado por: Fiallos, R. 2023.



**Ilustración 4-6:** Automatización de los procesos

Fuente: Encuestas, (2023).

Realizado por: Fiallos, R. 2023.

**a) Análisis:**

Al cuestionar sobre los procesos de automatización 6 personas aseguran que no conocen, es decir el 75% y 2 personas señalaron que, si conocen la automatización de los procesos, es decir el 25%.

**b) Interpretación:**

Se interpreta que los artesanos que afirmaron que conocen sobre estos sistemas hacen énfasis en que sus productos son hechos con calidad y que no afectan a los clientes, pero no saben a profundidad ni tienen conocimientos básicos en la materia de sistemas de gestión de la calidad, y el resto de comerciantes que no tienen conocimientos solo comentaban que sus productos eran buenos.

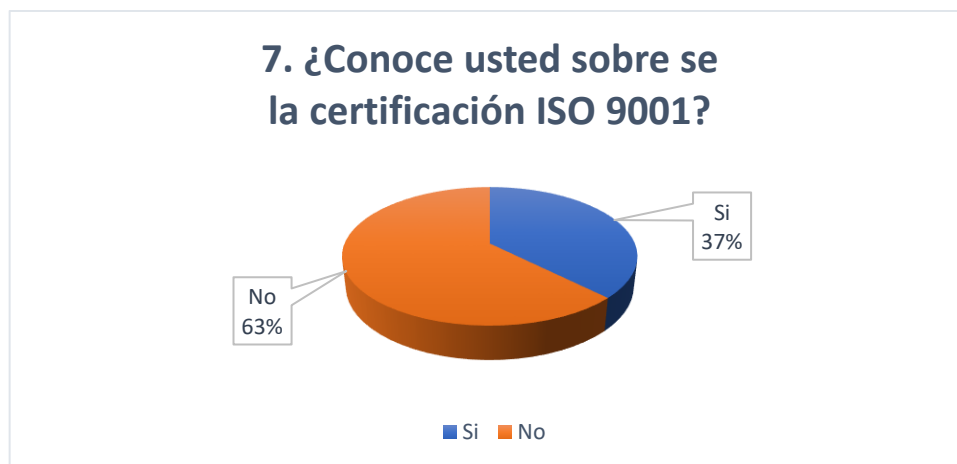
7. ¿Conoce usted sobre se la certificación ISO 9001?

**Tabla 4-7:** Conocer sobre la certificación ISO 9001

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	3	37%
No	5	63%
TOTAL	8	100%

**Fuente:** Encuestas, (2023).

**Realizado por:** Fiallos, R. 2023.



**Ilustración 4-7:** Conocer sobre la certificación ISO 9001

**Fuente:** Encuestas, (2023).

**Realizado por:** Fiallos, R. 2023.

**a) Análisis:**

Al evaluar el conocimiento sobre se la certificación ISO 9001 el 63% mencionaron que, si conocían, esto es 5 personas, y el 37% indicaron que no, que corresponde a 3 personas.

**b) Interpretación**

Se interpreta que los artesanos que afirmaron que conocían sobre la automatización hacían énfasis en que este sistema era aplicado a grandes empresas, mas no sabían a profundidad sobre que trata la certificación ISO 9001, y el resto de comerciantes que no tienen conocimientos no realizaban ningún comentario.

8. ¿Conoce usted sobre los estándares de calidad?

**Tabla 4-8:** Conocer sobre los estándares de calidad

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	5	62%
No	3	38%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuestas, (2023).

Realizado por: Fiallos, R. 2023.



**Ilustración 4-8:** Conocer sobre los estándares de calidad

Fuente: Encuestas, (2023).

Realizado por: Fiallos, R. 2023.

**a) Análisis:**

5 personas mencionaron que, si conocían sobre el tema, lo que equivale a 62% y 3 personas no conocían acerca de este sistema, esto es el 38% de encuestados.

**b) Interpretación**

Se interpreta que los artesanos que afirmaron que conocían sobre los estándares de calidad hacían énfasis que sus productos eran elaborados con calidad y no vendían un producto mal elaborado, el resto de comerciantes que no tienen conocimientos no realizaban ningún comentario, solo que su producto es bueno.

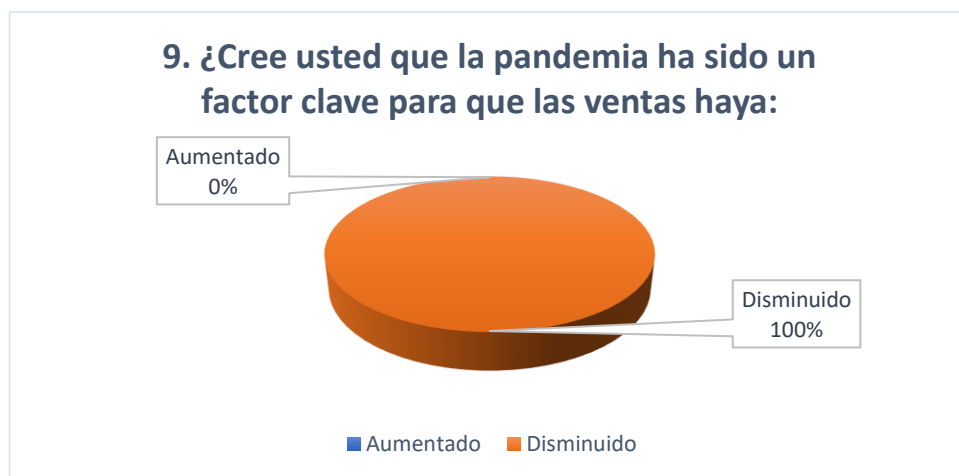
9. ¿Cree usted que la pandemia ha sido un factor clave para que las ventas haya:

**Tabla 4-9:** Pandemia como factor clave

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Aumentado	0	0
Disminuido	8	100%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuestas, (2023).

Realizado por: Fiallos, R. 2023.



**Ilustración 4-9:** Pandemia como factor clave

Fuente: Encuestas, (2023).

Realizado por: Fiallos, R. 2023.

**a) Análisis:**

El 100% de las encuestas las ventas han disminuido, esto equivale a 8 personas, encuestadas.

**b) Interpretación**

Se interpreta que los artesanos que afirmaron que la pandemia influyo en su totalidad ya que estar en casa y no en sus comercios, no recibir turistas nacionales y extranjeros provoco que el comercio del cantón haya disminuido en su totalidad.

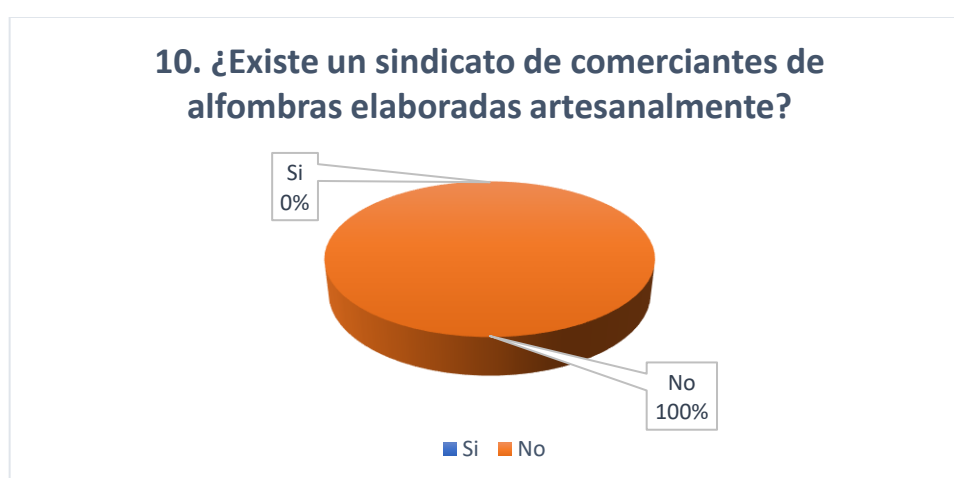
10. ¿Existe un sindicato de comerciantes de alfombras elaboradas artesanalmente?

**Tabla 4-10:** Sindicato de comerciantes de alfombras elaboradas artesanalmente

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	0	0
No	8	100%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuestas, (2023).

Realizado por: Fiallos, R. 2023.



**Ilustración 4-10:** Sindicato de comerciantes de alfombras elaboradas artesanalmente

Fuente: Encuestas, (2023).

Realizado por: Fiallos, R. 2023.

**a) Análisis:**

Las 8 personas encuestadas que equivale al 100% señala que en la actualidad no existe un sindicato de comerciantes de alfombras elaboradas artesanalmente.

**b) Interpretación**

Afirmaron que años atrás si existía, pero debido a intereses propios y la mala administración este de a poco fue desapareciendo.

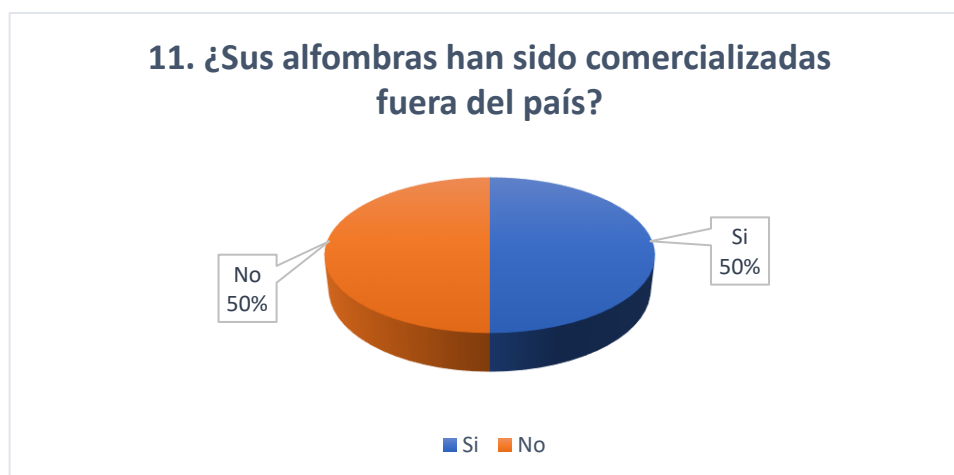
11. ¿Sus alfombras han sido comercializadas fuera del país?

**Tabla 4-11:** Comercialización fuera del País

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	4	50%
No	4	50%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuestas, (2023).

Realizado por: Fiallos, R. 2023.



**Ilustración 4-11:** Comercialización fuera del País

Fuente: Encuestas, (2023).

Realizado por: Fiallos, R. 2023.

**a) Análisis:**

Al observar el gráfico decimos que el 50% afirmaron que sus alfombras fueron comercializadas fuera del país, lo que equivale a 4 personas, y el otro 50% no exportaron sus productos, esto es 4 personas.

**b) Interpretación**

Afirmaron que años atrás esto era muy común y que sus hermanos, tíos, primos o amigos cercanos eran quienes vendían fuera del país en ferias internacionales, y que un porcentaje de las ganancias eran para el manufacturero, sin embargo, con el tiempo la división de ganancias no era la esperada o en algunos casos no llegaba y es por eso que bajo en un gran porcentaje esta actividad.



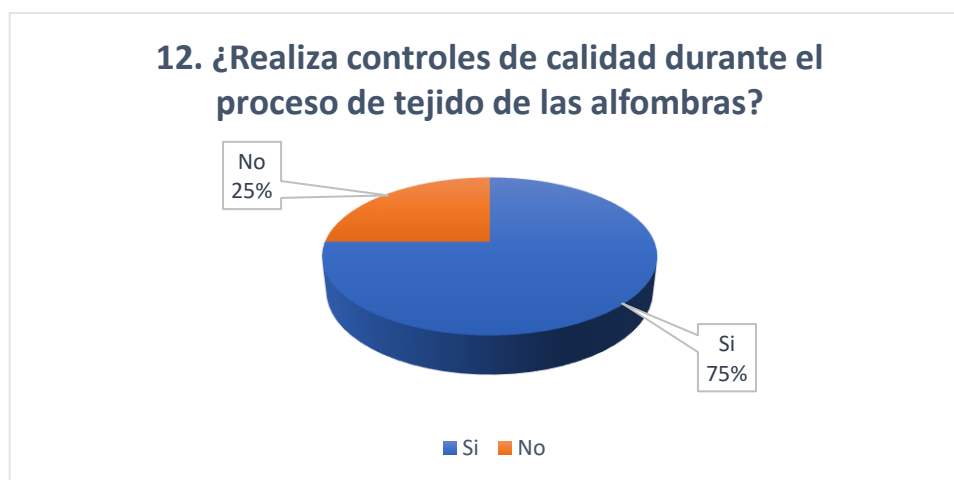
12. ¿Realiza controles de calidad durante el proceso de tejido de las alfombras?

**Tabla 4-12:** Controles de calidad

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	6	75%
No	2	25%
TOTAL	8	100%

**Fuente:** Encuestas, (2023).

**Realizado por:** Fiallos, R. 2023.



**Ilustración 4-12:** Controles de calidad

**Fuente:** Encuestas, (2023).

**Realizado por:** Fiallos, R. 2023.

**a) Análisis:**

Según las encuestas 2 personas si realiza controles de calidad, esto es el 75%, mientras que 6 personas consideran que no realiza estos controles, esto es el 25% de encuestados.

**b) Interpretación**

Se interpreta que en muchos de los casos los artesanos confían en la materia prima brindada por los proveedores, ya que mencionaban que existe una garantía en caso de que la materia prima resulte de mala calidad.

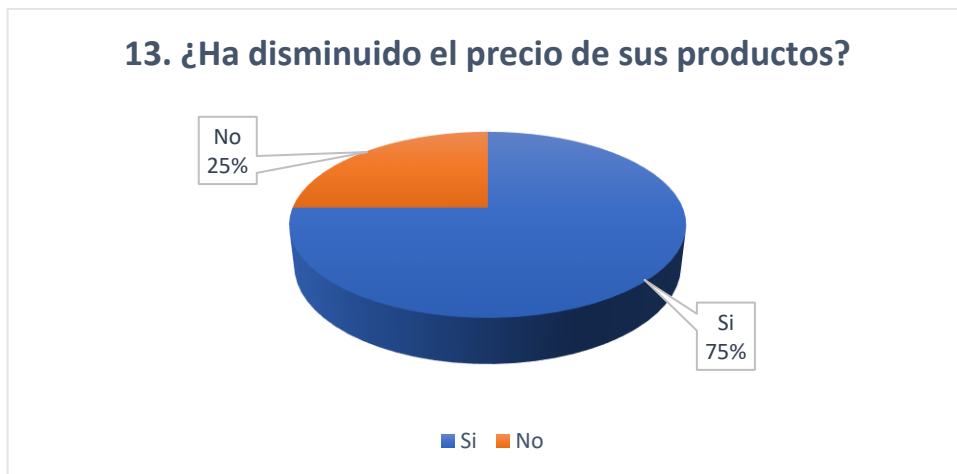
13. ¿Ha disminuido el precio de sus productos?

**Tabla 4-13:** Disminución del precio de los productos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	6	75%
No	2	25%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuestas, (2023).

Realizado por: Fiallos, R. 2023.



**Ilustración 4-13:** Disminución del precio de los productos

Fuente: Encuestas, (2023).

Realizado por: Fiallos, R. 2023.

**a) Análisis:**

Según las encuestas el 75% de encuestados si ha disminuido el precio, esto equivale a 6 personas, mientras que 2 personas mencionan que no han disminuido los precios, esto corresponde al 25%.

**b) Interpretación**

Muchos de los casos los artesanos debido a la llegada de la alfombra china o sintética estuvieron obligados a reducir los costos de comercialización para poder hacer frente a la competencia, sin embargo, un porcentaje reducido mencionaron que su producto era autentico y de calidad y es por eso que mantenían los precios.

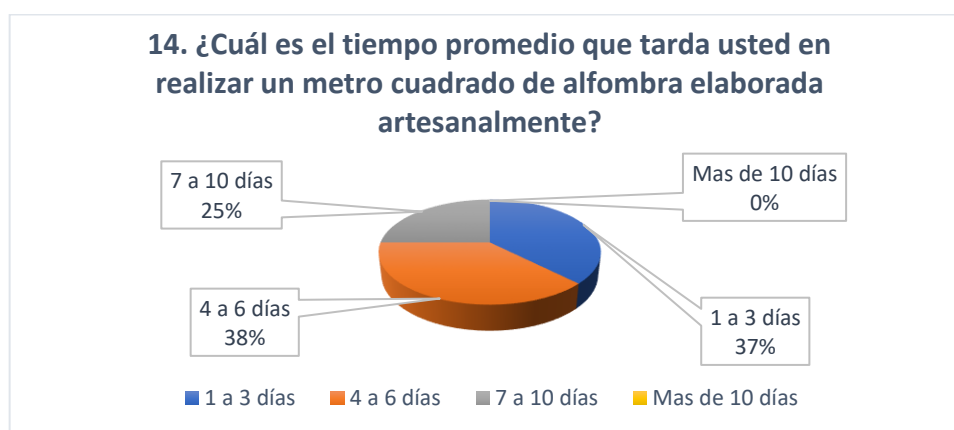
14. ¿Cuál es el tiempo promedio que tarda usted en realizar un metro cuadrado de alfombra elaborada artesanalmente?

**Tabla 4-14:** Tiempo promedio de elaboración

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
1 a 3 días	3	37%
4 a 6 días	3	38%
7 a 10 días	2	26%
Más de 10 días	0	0%
TOTAL	8	100%

**Fuente:** Encuestas, (2023).

**Realizado por:** Fiallos, R. 2023.



**Ilustración 4-14:** Tiempo promedio de elaboración

**Fuente:** Encuestas, (2023).

**Realizado por:** Fiallos, R. 2023.

**a) Análisis:**

Según las encuestas realizadas 3 personas demoran de 4 a 6 días en realizar un metro cuadrado, esto equivale al 38%, 3 personas demoran de 1 a 3 días, esto es el 37%, 2 personas demoran de 7 a 10 días, que son el 25%.

**b) Interpretación**

Se interpreta que en muchos de los casos los artesanos tardan en realizar un metro cuadrado de alfombra dependiendo de lo solicitado ya que estos lo realizan con mano de obra contratada ya que son personas adultas mayores, y en muchos de los casos podrían demorar más, debido a su longevidad.

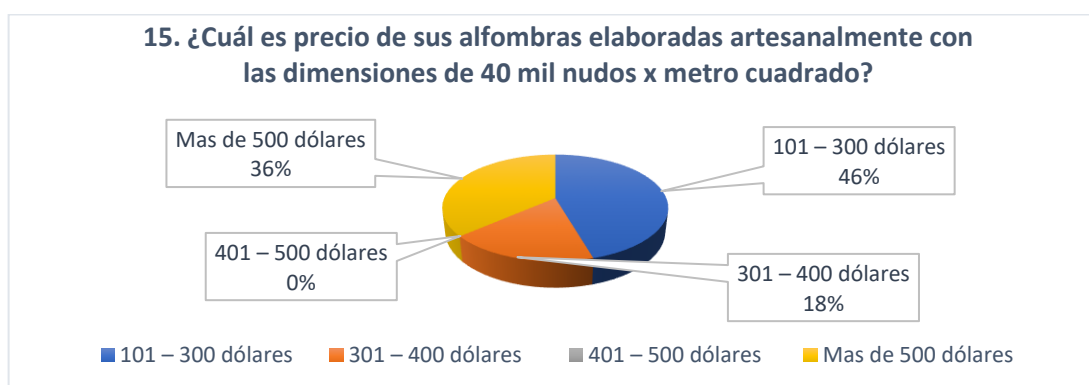
15. ¿Cuál es precio de sus alfombras elaboradas artesanalmente con las dimensiones de 40 mil nudos x metro cuadrado?

**Tabla 4-15:** Precio de alfombras artesanales

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
101 – 300 dólares	5	46%
301 – 400 dólares	2	18%
401 – 500 dólares	0	0%
Más de 500 dólares	4	36%
TOTAL	11	100%

**Fuente:** Encuestas, (2023).

**Realizado por:** Fiallos, R. 2023.



**Ilustración 4-15:** Precio de alfombras artesanales

**Fuente:** Encuestas, (2023).

**Realizado por:** Fiallos, R. 2023.

**a) Análisis:**

Según las encuestas el 46% mencionaron que cuestan de 101-300 dólares, esto es 5 personas, el 36% mencionaron que cuestan más de 500 dólares, equivale a 4 personas, y el 18% indicaron que cuestan de 301- 400 dólares, esto equivale a 2 personas.

**b) Interpretación**

Se interpreta que los artesanos mantienen altos precios de 40mil nudos x metro cuadrado debido a la calidad de la materia prima de las alfombras, ya que no utilizan nada que no sea la lana de alpaca que es utilizada en la producción de las alfombras, y también la mano de obra que ya es escasa en estos tiempos.

16. ¿Su sistema de comercialización se maneja bajo pedido?

**Tabla 4-16:** Sistema de comercialización bajo pedido

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	8	100%
No	0	0
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuestas, (2023).

Realizado por: Fiallos, R. 2023.



**Ilustración 4-16:** Sistema de comercialización bajo pedido

Fuente: Encuestas, (2023).

Realizado por: Fiallos, R. 2023.

**a) Análisis:**

Según las encuestas las 8 personas señalan que su sistema de comercialización si se maneja bajo pedido, esto equivale al 100%.

**b) Interpretación**

Se interpreta que en la actualidad solo realizan bajo pedido y con diseños que dejan los potenciales compradores, ya que no les resulta realizar producciones para tener en bodega las alfombras ya que es desperdicio de costos de producción.

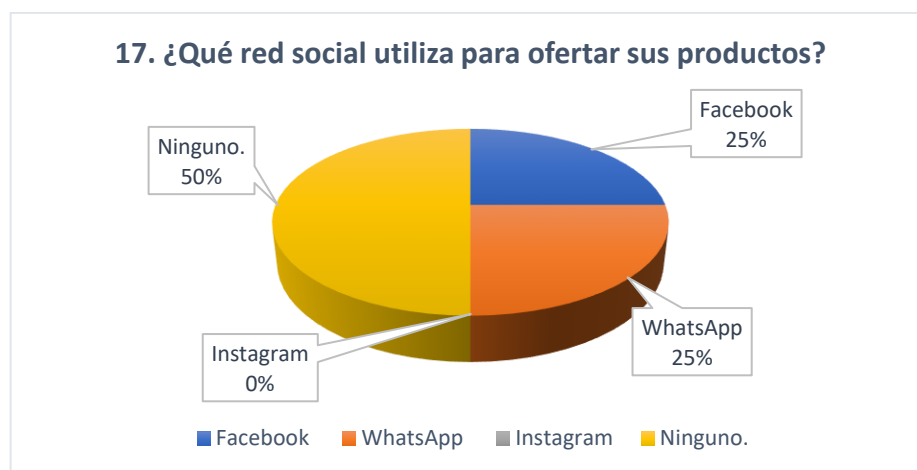
17. ¿Qué red social utiliza para ofertar sus productos?

**Tabla 4-17:** Red social para las ofertas

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Facebook	2	25%
WhatsApp	2	25%
Instagram	0	0
Ninguno.	4	50%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuestas, (2023).

Realizado por: Fiallos, R. 2023.



**Ilustración 4-17:** Red social para las ofertas

Fuente: Encuestas, (2023).

Realizado por: Fiallos, R. 2023.

**a) Análisis:**

Según las encuestas el 50% no utiliza ninguna red social, estas son 4 personas, el 25% ocupan Facebook, corresponde a 2 personas y el 25% utilizan WhatsApp para ofertar sus productos, lo que corresponde a 2 personas.

**b) Interpretación**

Se interpreta que en la actualidad son pocos los comerciantes que utiliza su red social para ofertar sus productos y en muchos de los casos solo para recibir el pedido y que es lo que tienen que realizar, esto se puede dar principalmente por la edad, ya que se les dificulta utilizar estas herramientas.

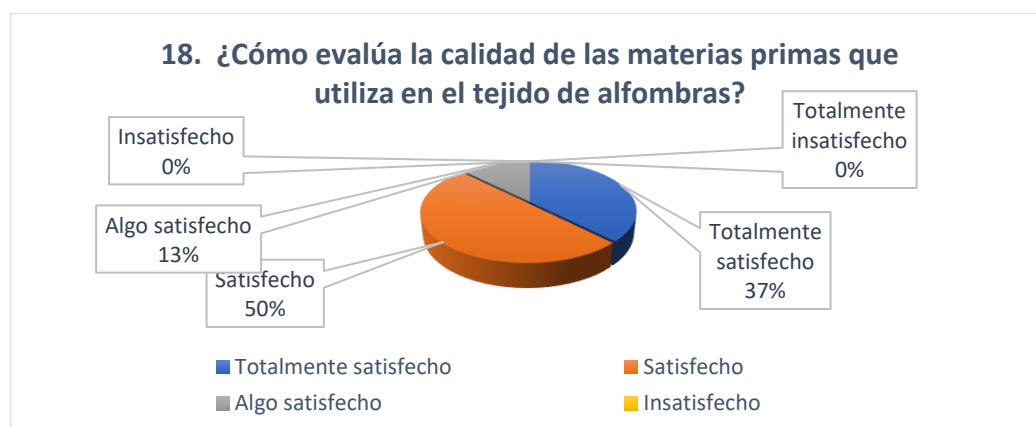
18. ¿Cómo evalúa la calidad de las materias primas que utiliza en el tejido de alfombras?

**Tabla 4-18:** Evaluación de la calidad de materias primas

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Totalmente satisfecho	3	37%
Satisfecho	4	50%
Algo satisfecho	1	13%
Insatisfecho	0	0%
Totalmente insatisfecho	0	0%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuestas, (2023).

Realizado por: Fiallos, R. 2023.



**Ilustración 4-18:** Evaluación de la calidad de materias primas

Fuente: Encuestas, (2023).

Realizado por: Fiallos, R. 2023.

**a) Análisis:**

4 personas están satisfechas con la materia prima, esto equivale al 50%, 3 personas están totalmente satisfechas, que equivale al 37%, y 1 persona está algo satisfechos o se conforman con la materia prima, que equivale a al 13%

**b) Interpretación**

Se interpreta que en la actualidad son pocos los proveedores de materia prima para la alfombra elaborada artesanalmente y es por eso que los comerciantes deben conformarse con lo recibido y en caso de que no sea lo esperado recurrir a la garantía, que puede ser económica o cambio de materia prima.

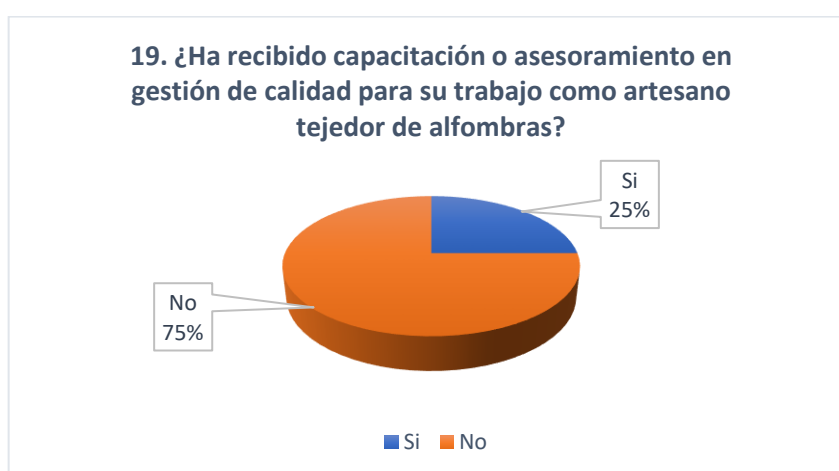
19. ¿Ha recibido capacitación o asesoramiento en gestión de calidad para su trabajo como artesano tejedor de alfombras?

**Tabla 4-19:** Capacitación o asesoramiento en gestión de calidad

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	2	25%
No	6	75%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuestas, (2023).

Realizado por: Fiallos, R. 2023.



**Ilustración 4-19:** Capacitación o asesoramiento en gestión de calidad

Fuente: Encuestas, (2023).

Realizado por: Fiallos, R. 2023.

**a) Análisis:**

El 75% no ha recibido capacitación, es decir 6 personas, el 25% si ha recibido capacitaciones, es decir 2 personas.

**b) Interpretación**

Se interpreta que no todos los comerciantes cuentan con el mismo conocimiento debido a que algunos han recibido capacitaciones y otros no en sistemas de gestión de la calidad, sin embargo, las personas que respondieron si en la actualidad no tenían conocimientos claros sobre que trataba este tema, mencionaban que habían recibido estas capacitaciones hace muchos años atrás.



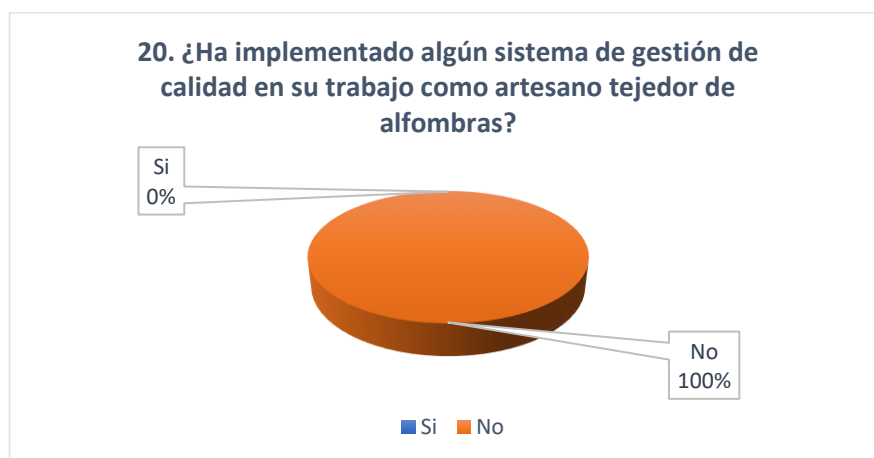
20. ¿Ha implementado algún sistema de gestión de calidad en su trabajo como artesano tejedor de alfombras?

**Tabla 4-20:** Sistema de gestión de calidad

ALTERNATIVAS	FRECUENCIAS	PORCENTAJE
Si	0	0
No	8	100%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuestas, (2023).

Realizado por: Fiallos, R. 2023.



**Ilustración 4-20:** Sistema de gestión de calidad

Fuente: Encuestas, (2023).

Realizado por: Fiallos, R. 2023.

**a) Análisis:**

Al observar el gráfico las 8 personas encuestadas que corresponden al 100% mencionaron que nunca han aplicado sistemas de gestión de la calidad a sus procesos.

**b) Interpretación**

Los artesanos mencionaron que no tenían un amplio conocimiento sobre todo lo que esto implica, solo mencionaban que su producto era de calidad y que no afectaba ni a los compradores ni a los trabajadores que realizan esta actividad

#### **4.1.1. *Discusión de la encuesta***

En las encuestas realizadas a los artesanos tejedores de alfombras artesanalmente se pudo observar y escuchar que la pandemia ha sido un factor clave para que sus ventas hayan disminuido, lo que equivale al 100% de los encuestados, han mencionado también que antes de la pandemia el comercio de alfombras artesanales ya no era rentable como lo era en años anteriores esto se dio por la llegada de alfombras artificiales o chinas como ellos lo dicen, debido a sus costos muy bajos el 75% de los artesanos han disminuido el precio de sus productos para poder competir con los precios de las alfombras artificiales, sin embargo esto es difícil ya que los precios son 10 veces menos que los que cuesta una alfombra artesanal, ya que el precio promedio de una alfombra va de los 101 a 300 dólares.

La tecnología ha influido en la compra y venta de estos productos, sin embargo, todos los artesanos no han aplicado tecnología y el 75% de los encuestados no han automatizado sus procesos y tampoco conocen acerca de este tema, el 62% de los encuestados mencionaron que conocían sobre la certificación ISO 9001, mas no sabían que esto formaba parte de los sistemas de calidad, ya que manifestaban que sus ya eran de calidad y por eso antes eran reconocidos y era un negocio muy rentable, y sus clientes potenciales eran los turistas extranjeros ya que no escatimaban recursos a la hora de adquirir una de estas alfombras pero en la actualidad, a la hora de llevar este producto a su país se eleva el costo del producto en el pesaje, es por eso que ahora prefieren palpar el producto y conocer su historia mas no comprar el mismo.

El olvido completo de las autoridades también ha influido en que este negocio de a poco vaya desapareciendo, mencionan que las autoridades no les dan el reconocimiento que ellos merecen, ya que en años anteriores ellos eran quienes hacían de guano el cantón turístico que en su momento fue, recalcan que necesitan apoyo del gobierno local para poder continuar con esta actividad, todos los artesanos concuerdan que si existió hace mucho tiempo un sindicato de artesanos de alfombras y productos artesanales, pero en la actualidad el 100% de los encuestados concuerdan que este ha dejado de funcionar debido a interés propios de los representantes de este gremio.

#### 4.1.2. Cuadro resumen

**Tabla 4-21:** Cuadro resumen encuestas aplicadas

Cuestionario	Respuesta (cualitativa y cuantitativa)	
	Variable	Resultados
1. ¿Cuál es su nivel de instrucción académica?	Secundaria	13%
2. ¿Cómo persona residente en el cantón guano, está al tanto de la realidad económica que se vive en el cantón?	Si	100%
3. ¿Cree usted que la tecnología ha influido en la compra y venta de las alfombras?	Siempre	87%
4. ¿Cuántas metros cuadrados de alfombras promedio vendía anualmente antes de la pandemia de COVID 19?	4 a 5 metros	38%
5. ¿Conoce usted acerca de los sistemas de gestión de la calidad?	Si	87%
6. ¿Conoce usted acerca de la automatización de los procesos?	No	75%
7. ¿Conoce usted sobre se la certificación ISO 9001?	No	63%
8. ¿Conoce usted sobre los estándares de calidad?	Si	62%
9. ¿Cree usted que la pandemia ha sido un factor clave para que las ventas haya:	Disminuido	100%
10. ¿Existe un sindicato de comerciantes de alfombras elaboradas artesanalmente?	No	100%
11. ¿Sus alfombras han sido comercializadas fuera del país?	Si No	50% 50%
12. ¿Realiza controles de calidad durante el proceso de tejido de las alfombras?	Si	75%

13. ¿Ha disminuido el precio de sus productos?	Si	75%
14. ¿Cuál es el tiempo promedio que tarda usted en realizar un metro cuadrado de alfombra elaborada artesanalmente?	4 a 6 días	38%
15. ¿Cuál es precio de sus alfombras elaboradas artesanalmente con las dimensiones de 40 mil nudos x metro cuadrado?	101 – 300 dólares	46%
16. ¿Su sistema de comercialización se maneja bajo pedido?	Si	100%
17. ¿Qué red social utiliza para ofertar sus productos?	Ninguno	50%
18. ¿Cómo evalúa la calidad de las materias primas que utiliza en el tejido de alfombras?	Satisfecho	50%
19. ¿Ha recibido capacitación o asesoramiento en gestión de calidad para su trabajo como artesano tejedor de alfombras?	No	75%
20. ¿Ha implementado algún sistema de gestión de calidad en su trabajo como artesano tejedor de alfombras?	No	100%

**Fuente:** Encuestas, (2023).

**Realizado por:** Fiallos, R. 2023.

## CAPITULO V

### 5. PROPUESTA

#### 5.1. Propuesta del sistema de gestión de calidad según la norma ISO 9001

Para desarrollar la propuesta a continuación, cada uno de los requisitos de los diferentes capítulos de la norma se analizará punto a punto. Además, se presentará una propuesta general para el diseño del sistema de gestión de calidad de la institución objeto de análisis, que se basa en la norma internacional ISO 9001:2015.

##### 5.1.1. *Contextualización de la organización*

El punto detallado a continuación se determina la situación actual y la caracterización de los artesanos que realizan alfombras en el cantón Guano, a manera de presentar la propuesta basado en el sistema de gestión de calidad correspondiente para los diferentes procesos.

##### 5.1.2. *Comprensión de la organización y su contexto*

Este punto requiere que la organización comprenda los factores internos y externos que son cruciales para su propósito y dirección estratégica, ya que pueden tener un impacto en los resultados previstos. Los aspectos políticos, económicos, sociales, ambientales, legales y tecnológicos son los factores externos a evaluar. Los factores internos incluyen aspectos financieros, de clientes, de procesos, de aprendizaje y de conocimiento.

Se ha considerado que, para determinar el contexto interno y externo de una organización, se puede utilizar la metodología FODA de la Matriz de relacionamiento Interno, la Matriz de relacionamiento Externo y la metodología FODA cruzada en el Plan Ofensivo y el Plan Defensivo. Este punto es crucial para establecer los objetivos de calidad, que serán examinados en los siguientes apartados de la norma.

###### 5.1.2.1. *FODA Institucional*

Para establecer las relaciones entre los aspectos internos y externos de las empresas, según la planeación estratégica organizacional descrita, es fundamental utilizar la técnica del Análisis FODA. Esta técnica es analítica, tiene múltiples ventajas y los requisitos son fáciles de aplicar

porque se derivan de la integración de un equipo de trabajo que está involucrado en el manejo o dirección de la institución.

El análisis FODA se utilizó para investigar las oportunidades, fortalezas, amenazas y debilidades de los artesanos. Esto incluyó la determinación de varias estrategias para analizar de manera detallada la situación de los mismos. La técnica FODA se enfoca principalmente en resolver e investigar los problemas que surgen dentro de la organización, dando prioridad a las opciones internas y externas.

**Tabla 5-1: FODA**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<p>1. Tradición artesanal: El Cantón Guano tiene una larga tradición en la fabricación de alfombras tejidas a mano, lo que demuestra la experiencia y habilidad de los artesanos en este oficio.</p> <p>2. Calidad y autenticidad: Las alfombras tejidas a mano son conocidas por su calidad y autenticidad, lo que les brinda un valor distintivo en el mercado.</p> <p>3. Materias primas locales: Los artesanos tienen acceso a materias primas locales de alta calidad, como lana y tintes naturales, lo que les permite crear productos únicos y sostenibles.</p> <p>4. Mano de obra capacitada: Los artesanos tejedores de alfombras en el Cantón Guano tienen habilidades especializadas y conocimientos técnicos en el arte del tejido, lo que garantiza la producción de alfombras de alta calidad.</p>	<p>1. Mercado nacional e internacional: Existe una demanda creciente de productos artesanales de alta calidad en el mercado nacional e internacional. Los artesanos de Guano pueden aprovechar esta oportunidad para expandir su alcance y aumentar sus ventas.</p> <p>2. Turismo cultural: El Cantón Guano es conocido por su riqueza cultural y turismo. Los artesanos pueden beneficiarse de la afluencia de turistas interesados en adquirir productos auténticos y participar en experiencias relacionadas con la fabricación de alfombras.</p> <p>3. Certificaciones de calidad: Implementar un Sistema de Gestión de Calidad permitiría a los artesanos obtener certificaciones reconocidas, lo que aumentaría su reputación y abriría puertas a nuevos mercados y clientes.</p>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<p>1. Limitada adopción de tecnología: Algunos artesanos pueden enfrentar dificultades para adoptar tecnologías modernas en el proceso de</p>	<p>1. Competencia de productos industriales: Los productos industriales, como las alfombras fabricadas en masa, pueden representar una</p>

<p>fabricación de alfombras, lo que puede afectar la eficiencia y la capacidad de producción.</p> <p>2. Acceso limitado a canales de distribución: Los artesanos pueden tener dificultades para acceder a canales de distribución amplios y efectivos, lo que puede limitar su capacidad para llegar a un público más amplio y diverso.</p> <p>3. Escasez de recursos financieros: Los recursos financieros limitados pueden dificultar la inversión en mejoras de infraestructura, capacitación y adquisición de equipos.</p>	<p>amenaza para los artesanos tejedores, ya que a menudo se ofrecen a precios más bajos.</p> <p>2. Cambios en los gustos y preferencias del consumidor: Las tendencias y preferencias de los consumidores pueden cambiar con el tiempo, lo que podría afectar la demanda de alfombras tejidas a mano.</p> <p>3. Copias y falsificaciones: Existe el riesgo de que se produzcan copias y falsificaciones de las alfombras tejidas a mano de Guano, lo que podría afectar su exclusividad y reputación en el mercado.</p>
--	---

Fuente: Elaboración propia, (2023).

En base al FODA se presenta las diversas formas de visión estratégica que se puede encontrar en los artesanos que fabrican alfombras en el cantón Guano.

**Tabla 5-2:** Análisis factores internos

		<b>FACTORES INTERNOS</b>	
		<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<b>Perspectiva Financiera</b>	<b>Sostenibilidad</b>	Disponibilidad de recursos económicos propios.	Falta de gestión institucional.
	<b>Liquidez</b>	Recaudación permanente.	Poca planeación para uso de recursos.
	<b>Ingreso</b>	Cuenta con un presupuesto conservador.	Políticas de control de ingresos deficientes.
<b>Perspectiva Cliente</b>	<b>Servicio</b>	Asesoramiento y direccionamiento oportuno al cliente.	Escaso uso de medios virtuales.
	<b>Nivel de satisfacción</b>	Seguridad en información respaldada documentalmente	Inconformidad en los clientes por el elevado costo de los servicios.
	<b>Quejas y reclamos</b>	Existe una atención permanente al usuario.	Tiempo de entrega de trámites y procesos de respuesta bastante largos.
	<b>Sistema de Gestión</b>	Optimización de recursos económicos, materiales y humanos.	Manual de procesos desactualizado, desconocimiento de funciones y

<b>Perspectiva a Procesos</b>	<b>Eficacia</b>	Resguardo adecuado de la información	responsabilidad. Indexación y digitalización de información registral pendiente desde el año 1935 hacia atrás.
	<b>Eficiencia</b>	Innovación tecnológica avanzada con infraestructura y sistemas de comunicación adecuados.	Inadecuada distribución de recursos tecnológicos, equipos y de personal.
<b>Perspectiva aprendizaje y crecimiento</b>	<b>Innovación</b>	Tecnología adecuada, infraestructura tecnológica actualizada en el mercado.	Falta de capacitación tecnológica, baja planificación en sectores estratégicos.
	<b>Infraestructura</b>	Edificación nueva, con amplios espacios físicos.	Inadecuada distribución de los espacios físicos enmarcados en la institución.

**Fuente:** Elaboración propia, (2023).

La matriz presentada describe cómo los artesanos se relacionan internamente con las diversas perspectivas organizacionales, lo que señala el entorno y cómo interactúan con cada una de ellas. Este análisis se lleva a cabo en función de las fortalezas y debilidades de la institución, identificando principalmente las actividades o componentes que realiza con éxito y las actividades que requieren mayor atención.

Las perspectivas financieras, de cliente, de procesos y de aprendizaje y conocimiento definen los componentes del ambiente interno de la organización. Los puntos sensibles que se deben fortalecer son las competencias esenciales, que se deben desarrollar de manera sistémica para que cada área o actividad tenga un impacto significativo en el sistema de gestión de calidad para artesanos tejedores de alfombras del cantón Guano.



**Tabla 5-3:** Análisis factores externos

<b>FACTORES EXTERNOS</b> <b>(No los podemos controlar ni cambiar, pero nos afectan)</b>		
	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<b>Político</b>	Incentivos por parte del Gobierno para emprendedores	Limitaciones en las campañas que promueven las el trabajo del emprendedor
<b>Económico</b>	Incremento en préstamos para emprendedores	Inestabilidad Económica en el país
<b>Social</b>	Planes enfocados en el desarrollo social y cultural	Resistencia al cambio tecnológico y cultural.
<b>Ambiental</b>	Reducción de documentos y papel.	Riesgo medioambiental por ubicación geográfica.
<b>Legal</b>	Leyes que establezcan las oportunidades al sector emprendedor.	Restricciones legales en cuanto a resoluciones, decretos, normativas aplicables.
<b>Tecnológico</b>	Innovación tecnológica, incentivos con el Software libre.	Vulnerabilidad en la transparencia de la información pública digital.

Fuente: Elaboración propia, (2023).

Los componentes externos de los artesanos tejedores de alfombras del cantón Guano se muestran, como se observó. Los factores como las oportunidades y las amenazas están dentro de la matriz, según el análisis del entorno. Esta matriz se sistematiza para prever varias oportunidades y amenazas, incluidos factores políticos, económicos, sociales, ambientales, legales y tecnológicos.

El objetivo de esta matriz es identificar los objetivos y las acciones estratégicas. Este concepto de estrategia tiene como objetivo encontrar la base para determinar una ventaja competitiva sostenible en el tiempo, así como para el caso de estudio de los artesanos tejedores de alfombras del cantón Guano.

A continuación, se muestra el plan ofensivo FODA en base a lo mencionado con anterioridad.

**Tabla 5-4:** Plan ofensivo FODA

	<b>O1</b>	<b>O2</b>	<b>O3</b>	<b>O4</b>	<b>O5</b>	<b>O6</b>			
<b>F/O</b>	<b>POLÍTICO:</b> Incentivos por parte del Gobierno para créditos a emprendedores	<b>ECONÓMICO:</b> Incremento en préstamos.	<b>SOCIAL:</b> Planes enfocados en el desarrollo social y cultural.	<b>TECNOLÓGICO:</b> Innovación tecnológica	<b>AMBIENTAL:</b> Reducción de documentos y papel.	<b>LEGAL:</b> Presencia de Instituciones con apertura de Convenios.	<b>TOTAL</b>	<b>Posición</b>	
<b>F1</b>	Disponibilidad de recursos económicos propios, además de solvencia económica y financiera.	5	4	4	5	3	3	3600	3
<b>F2</b>	Asesoramiento y direccionamiento oportuno al cliente, seguridad en la información.	3	3	4	4	2	3	864	2
<b>F3</b>	Información respaldada digitalmente y una plataforma tecnológica avanzada.	2	3	2	5	3	3	540	1*
<b>F4</b>	Recurso humano competente e infraestructura con espacios adecuados.	3	4	3	4	3	2	864	4
<b>TOTAL</b>	<b>90</b>	<b>144</b>	<b>96</b>	<b>400</b>	<b>54</b>	<b>54</b>			
<b>POSICIÓN</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>1*</b>	<b>5</b>	<b>6</b>			

Fuente: Elaboración propia, (2023).

**Tabla 5-5:** Plan defensivo FODA

		A1	A2	A3	A4	A5	A6		
D/A		<b>POLÍTICO:</b> Limitaciones para la adquisición de bienes y servicios de emprendedor	<b>ECONÓMICO:</b> Inestabilidad Económica en el país.	<b>SOCIAL:</b> Resistencia al cambio tecnológico y cultural.	<b>TECNOLÓGICO:</b> Vulnerabilidad en la transparencia de la información pública digital	<b>AMBIENTAL:</b> Riesgo medioambiental por ubicación geográfica.	<b>LEGAL:</b> Restricciones legales en cuanto a resoluciones, decretos, normativas aplicables.	<b>TOTAL</b>	<b>Posición</b>
<b>D1</b>	Falta de gestión institucional, políticas de gestión y de recursos deficiente.	4	5	3	3	4	4	<b>2880</b>	<b>1*</b>
<b>D2</b>	Elevado costo de los servicios.	4	3	4	3	3	4	<b>1728</b>	<b>2</b>
<b>D3</b>	Manual de procesos desactualizado.	2	3	3	3	2	3	<b>324</b>	<b>3</b>
<b>D4</b>	Falta de coordinación y conexión entre áreas de trabajo.	4	2	2	3	1	2	<b>96</b>	<b>4</b>
<b>TOTAL</b>		<b>128</b>	<b>90</b>	<b>72</b>	<b>81</b>	<b>24</b>	<b>96</b>		
<b>POSICIÓN</b>		<b>4</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>1*</b>	<b>5</b>	<b>6</b>		

Fuente: Elaboración propia, (2023).

El Plan ofensivo FODA se desarrolló como una matriz cruzada que se enfoca en las fortalezas internas de la institución y se integra en la planificación de modernización de la institución. Las estrategias ofensivas buscan maximizar los beneficios de una oportunidad en función de sus fortalezas.

La mayor fortaleza de los tejedores de alfombras del cantón es tener recursos económicos propios y una solvencia financiera. Como se muestra en la tabla anterior, su mayor incidencia es la innovación tecnológica, que permite a la organización contar con tecnología avanzada y acorde a las necesidades de operación, lo que representa la innovación tecnológica para la entidad.

De manera similar, se desarrolla el Plan de Defensa FODA, que se basa en la evaluación realizada y se centra en las fortalezas y peligros externos de la organización. Esta estrategia tiene como objetivo reducir estos dos elementos y proteger a la empresa de posibles peligros protegiendo sus fortalezas. El objetivo de la matriz es disminuir los efectos de una gestión institucional deficiente, un manejo inadecuado de la liquidez y un presupuesto limitado para la innovación (inversión).

## **5.2. Comprensión de las necesidades y las expectativas de las partes interesadas**

La organización debe identificar a las partes interesadas que son importantes para el sistema de gestión de calidad, así como sus requisitos y necesidades. El conocimiento de las tendencias y características del entorno cercano de los proveedores y usuarios que compran alfombras a los artesanos de Guano es crucial en este apartado. El objetivo de este punto es satisfacer auditablemente a todas las partes interesadas o intervinientes. Cuando una organización gestiona las relaciones con sus partes interesadas para maximizar el impacto en su desempeño, es más probable que logre el éxito sostenido.



**Ilustración 5-1:** Necesidades y expectativas de las partes interesadas

**Fuente:** Extraído de “ISO 9001, ISO 9001:2015 Sistemas de Gestión de la Calidad – Requisitos”, por ICONTEC (2015).

Las empresas pueden aumentar la confianza externa en sus actividades e intenciones mediante la participación de las partes interesadas. No considerar a un grupo como parte interesada puede ser un riesgo para la organización porque este mismo grupo puede interferir positivamente en las acciones que ocurren en el entorno de la organización. A continuación, se exponen las partes interesadas fundamentales según su responsabilidad, dependencia, representatividad, proximidad e influencia con los artesanos del cantón Guano.

**Tabla 5-6:** Partes interesadas

<b>Responsabilidad</b>	Servicio público
<b>Dependencia</b>	Proveedores de materia prima
<b>Representatividad</b>	Dirección de artesanos
<b>Cercanía</b>	Usuarios de servicios
<b>Influencia</b>	Personas naturales y jurídicas

**Fuente:** Elaboración propia, (2023).

Se observa la tabla de partes interesadas, que incluye a los proveedores de bienes y servicios y los usuarios, para identificar a los grupos de interés con mayor influencia y dependencia. Estos grupos son los más sensibles a cualquier cambio o actividad realizada por los artesanos del cantón Guano.

### 5.3. Determinación del alcance del sistema de gestión de calidad

Para determinar el alcance de una organización, se deben tener en cuenta factores internos y externos, los requisitos de las partes interesadas y la variedad de servicios y bienes que ofrece. Es esencial que el alcance de la norma internacional ISO 9001:2015 sea específico, incorporando los requisitos detallados en las secciones anteriores y definiendo los mismos.

### 5.4. Sistema de gestión de la calidad de procesos

La norma internacional ISO 9001:2015 presta especial atención a la gestión por procesos, un requisito que busca los insumos esperados, los recursos necesarios a utilizar, los riesgos y las oportunidades, que serán discutidos en los siguientes apartados del presente documento.

El desarrollo de un mapa de procesos permite controlar la interconexión y la interdependencia de cada proceso del sistema de calidad, lo que mejora el desempeño general de la organización. La comprensión de los procesos ayuda a mejorar la eficacia y eficiencia dentro de la institución. A continuación, se presenta un cuadro de procesos que se podría realizar para la gestión de calidad.

**Tabla 5-7:** Mapa de procesos

<b>1. Proceso de Adquisición de Materias Primas:</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Identificación de proveedores locales de lana y tintes naturales.</li><li>- Evaluación de la calidad y autenticidad de las materias primas.</li><li>- Negociación y adquisición de las materias primas necesarias para la fabricación de las alfombras.</li></ul>
<b>2. Proceso de Diseño y Planificación de Producción:</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Diseño de patrones y diseños para las alfombras.</li><li>- Determinación de los requisitos de producción, incluyendo la cantidad y los plazos de entrega.</li><li>- Planificación de la mano de obra y los recursos necesarios para la producción.</li></ul>
<b>3. Proceso de Tejido de Alfombras:</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Preparación del telar y las herramientas necesarias.</li><li>- Tejido manual de las alfombras siguiendo los diseños y patrones establecidos.</li><li>- Control de calidad durante el proceso de tejido para asegurar la precisión y calidad de las alfombras.</li></ul>
<b>4. Proceso de Acabado y Embalaje:</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Lavado y acabado de las alfombras tejidas.</li></ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inspección final de la calidad de las alfombras.</li> <li>- Embalaje adecuado para garantizar la protección durante el transporte.</li> </ul>
<b>5. Proceso de Control de Calidad:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecimiento de criterios de calidad y estándares de aceptación.</li> <li>- Inspección y prueba de las alfombras para asegurar que cumplan con los requisitos establecidos.</li> <li>- Registro y documentación de los resultados de control de calidad.</li> </ul>
<b>6. Proceso de Certificación y Etiquetado:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Evaluación de los requisitos de certificación de calidad y sostenibilidad.</li> <li>- Preparación de documentación y muestras para la certificación.</li> <li>- Etiquetado de las alfombras con la información relevante, incluyendo la certificación obtenida.</li> </ul>
<b>7. Proceso de Comercialización y Ventas:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificación de mercados y canales de distribución.</li> <li>- Desarrollo de estrategias de marketing y promoción de las alfombras.</li> <li>- Gestión de pedidos, envío y seguimiento de las ventas.</li> </ul>
<b>8. Proceso de Mejora Continua:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recopilación de comentarios y retroalimentación de los clientes.</li> <li>- Análisis de datos y evaluación de la eficacia del sistema de gestión de calidad.</li> <li>- Implementación de acciones correctivas y preventivas para mejorar los procesos y la calidad de las alfombras.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia, (2023).

### 5.5. Objetivos de calidad

Los objetivos de calidad para la mejora de los productos que realizan los artesanos en base a lo antes expuesto se determinan los siguientes:

1. Objetivo de calidad: Mejorar la satisfacción del cliente.

Requisito ISO 9001 relacionado: Cumplimiento de los requisitos del cliente (Requisito 8.2.1).

Acciones propuestas:

- Implementar un sistema de retroalimentación de clientes para recopilar y evaluar sus comentarios sobre la calidad de las alfombras.

- Realizar análisis de mercado para identificar las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes.
- Establecer indicadores de satisfacción del cliente y establecer metas para mejorar continuamente este aspecto.

2. Objetivo de calidad: Incrementar la eficiencia y reducir los costos de producción.

Requisito ISO 9001 relacionado: Enfoque basado en procesos y mejora continua (Requisitos 4.4 y 10). Acciones propuestas:

- Realizar un análisis de los procesos de fabricación de alfombras para identificar oportunidades de mejora, eliminar actividades innecesarias y optimizar el uso de recursos.
- Implementar medidas de control de calidad efectivas para minimizar los productos defectuosos y los retrocesos.
- Capacitar al personal en técnicas de mejora continua y fomentar la participación activa en la identificación y resolución de problemas.

3. Objetivo de calidad: Garantizar la autenticidad y calidad de las materias primas utilizadas.

Requisito ISO 9001 relacionado: Control de proveedores externos (Requisito 8.4.2). Acciones propuestas:

- Establecer criterios de selección de proveedores basados en la calidad, autenticidad y sostenibilidad de las materias primas.
- Realizar auditorías y evaluaciones periódicas a los proveedores para asegurar su conformidad con los estándares establecidos.
- Implementar un sistema de trazabilidad de las materias primas para garantizar su origen y calidad.

4. Objetivo de calidad: Obtener certificaciones reconocidas en gestión de calidad y sostenibilidad.

Requisito ISO 9001 relacionado: Certificación y reconocimiento (Requisitos 1.1 y 1.2). Acciones propuestas:



- Realizar una evaluación de los requisitos para obtener certificaciones de calidad y sostenibilidad reconocidas, como ISO 9001 y certificaciones específicas del sector.
- Implementar los controles y procedimientos necesarios para cumplir con los requisitos de estas certificaciones.
- Preparar la documentación requerida y realizar las auditorías internas correspondientes antes de solicitar la certificación.

Estos son solo ejemplos de objetivos de calidad basados en el FODA, el mapa de procesos y los requisitos de la norma ISO 9001. Los objetivos específicos pueden variar según las necesidades y circunstancias de los artesanos tejedores de alfombras del Cantón Guano. Es importante establecer metas SMART (específicas, medibles, alcanzables, relevantes y limitadas en el tiempo) para cada objetivo y realizar un seguimiento regular para evaluar su progreso y logros.

### **5.6. Planificación de cambios**

La planificación de cambios es un aspecto fundamental para el sistema de gestión de calidad de los artesanos tejedores de alfombras del Cantón Guano. Dado que el entorno empresarial y las expectativas de los clientes están en constante evolución, es esencial que los artesanos sean proactivos y se adapten a los cambios para mantener su competitividad y mejorar continuamente su desempeño.

El proceso de planificación de cambios se puede desglosar en las siguientes etapas:

- Evaluación de la necesidad de cambio: En esta etapa, se analizan los resultados del análisis FODA, los objetivos de calidad y el desempeño actual del sistema de gestión de calidad. Se identifican las áreas que requieren cambios y se establece la base para la planificación.
- Establecimiento de objetivos de cambio: Con base en los resultados de la evaluación, se definen los objetivos específicos que se desean lograr a través de los cambios. Estos objetivos deben ser claros, medibles, alcanzables, relevantes y limitados en el tiempo (SMART).
- Identificación de cambios necesarios en los procesos: Se revisa el mapa de procesos existente y se identifican las modificaciones requeridas para alinearlos con los objetivos de cambio. Esto implica revisar y mejorar los procesos actuales, eliminar actividades innecesarias, introducir nuevas prácticas y optimizar el uso de los recursos disponibles.
- Análisis de impacto: Se evalúa el impacto potencial de los cambios propuestos en términos de recursos humanos, financieros y tecnológicos. Esto implica considerar aspectos como la

capacitación requerida para los empleados, las inversiones necesarias en tecnología y equipos, y los costos asociados con la implementación de los cambios.

- Desarrollo de un plan de implementación: Se establece un plan detallado que incluye las actividades necesarias para llevar a cabo los cambios, los responsables de cada tarea, los plazos estimados y los recursos requeridos. Es importante asignar roles y responsabilidades claras para asegurar una implementación eficiente.
- Comunicación y participación de los empleados: Se comunica a todo el personal involucrado sobre los cambios planificados, se explica la importancia de los mismos y se fomenta su participación activa en el proceso. La colaboración y el compromiso del equipo son fundamentales para el éxito de los cambios.
- Implementación y seguimiento: Se ejecutan las actividades planificadas según el cronograma establecido. Durante la implementación, se realizan seguimientos regulares para evaluar el progreso, identificar posibles desviaciones y tomar acciones correctivas cuando sea necesario. La retroalimentación y las lecciones aprendidas se documentan para futuras mejoras.
- Evaluación de resultados: Se evalúa el impacto de los cambios implementados en relación con los objetivos establecidos. Se analiza si se han logrado los resultados esperados y se realizan ajustes adicionales si es necesario. Esta evaluación es esencial para mantener la mejora continua y el crecimiento sostenible en el tiempo.

Es importante destacar que la planificación de cambios debe estar en línea con los requisitos de la norma ISO 9001, específicamente en los apartados relacionados con el control de cambios (Requisito 6.3) y la mejora continua (Requisito 10). Los cambios deben documentarse adecuadamente, incluyendo los registros de las decisiones tomadas, los criterios utilizados para los cambios y los resultados de la evaluación posterior.

En resumen, la planificación de cambios es un proceso clave para asegurar la adaptabilidad y la mejora continua en el sistema de gestión de calidad de los artesanos tejedores de alfombras del Cantón Guano. Mediante una evaluación cuidadosa, la identificación de objetivos claros y la implementación efectiva, los artesanos podrán enfrentar los desafíos, aprovechar las oportunidades y mantener su competitividad en el mercado.

### **5.7. Revisión de requisitos para productos**

La revisión de requisitos para productos y servicios es un proceso esencial dentro del sistema de gestión de calidad de los artesanos tejedores de alfombras del Cantón Guano. Esta etapa garantiza

que se comprendan completamente los requisitos del cliente y que se establezcan acuerdos claros para cumplir con sus expectativas.

#### 1. Importancia de la revisión de requisitos:

La revisión de requisitos es fundamental para garantizar que los productos y servicios proporcionados por los artesanos tejedores de alfombras cumplan con las expectativas y necesidades del cliente. Al comprender completamente los requisitos, se pueden evitar malentendidos, reducir el riesgo de errores y mejorar la satisfacción del cliente. Además, la revisión de requisitos ayuda a establecer una base sólida para la planificación y el diseño de los productos y servicios.

#### 2. Proceso de revisión de requisitos:

- Identificación de los requisitos del cliente: Los artesanos deben establecer canales efectivos de comunicación con los clientes para comprender sus necesidades, preferencias y expectativas. Esto implica llevar a cabo reuniones, entrevistas o encuestas para recopilar información relevante.
- Análisis y clarificación de los requisitos: Una vez recopilados los requisitos, es importante analizarlos en detalle y aclarar cualquier ambigüedad o falta de información. Esto se puede lograr mediante consultas adicionales con los clientes y otras partes interesadas relevantes.
- Verificación de la viabilidad y capacidad: Los artesanos deben evaluar si tienen la capacidad y los recursos necesarios para cumplir con los requisitos establecidos. Esto implica revisar las capacidades técnicas, la disponibilidad de materiales, los plazos y la capacidad de producción.
- Documentación de los requisitos: Los requisitos deben documentarse claramente para asegurar que sean comprensibles y medibles. Esto puede incluir la creación de especificaciones técnicas, planos o diagramas, y cualquier otra documentación necesaria para transmitir los requisitos a todo el equipo involucrado.
- Confirmación de los requisitos con el cliente: Antes de comenzar la producción, es fundamental obtener la confirmación final de los requisitos por parte del cliente. Esto puede hacerse a través de la revisión conjunta de la documentación y la obtención de una aprobación formal.

### 3. Consideraciones adicionales:

**Gestión de cambios:** Durante el proceso de revisión de requisitos, es posible que se requieran cambios o modificaciones. En tales casos, se debe establecer un proceso de gestión de cambios para evaluar y aprobar cualquier desviación de los requisitos acordados inicialmente.

**Seguimiento y retroalimentación:** Una vez que se han establecido los requisitos y se ha iniciado la producción, es importante mantener una comunicación constante con el cliente. Esto permite realizar un seguimiento del progreso, abordar cualquier inquietud o cambio adicional, y recopilar retroalimentación sobre la calidad de los productos o servicios entregados.

En resumen, la revisión de requisitos para productos y servicios es un proceso crítico que asegura la comprensión y el cumplimiento de las expectativas del cliente. Al llevar a cabo una revisión exhaustiva, aclarar cualquier ambigüedad y obtener la confirmación del cliente, los artesanos tejedores de alfombras del Cantón Guano pueden garantizar la calidad y la satisfacción del cliente. La gestión adecuada de cambios y el seguimiento continuo permiten una mejora continua y una adaptación eficiente a las necesidades cambiantes del mercado.

### **5.8. Diseño y desarrollo de productos:**

Esta etapa permite la creación de productos y servicios innovadores, que cumplan con los requisitos del cliente y que reflejen la artesanía y calidad distintiva de las alfombras tejidas a mano. A continuación, se detallará la importancia del diseño y desarrollo, así como las etapas y consideraciones clave para llevarlo a cabo de manera efectiva.

#### 1. Importancia del diseño y desarrollo:

El diseño y desarrollo de productos y servicios permite a los artesanos tejedores de alfombras innovar y crear ofertas únicas y atractivas para sus clientes. Al centrarse en el diseño, pueden mejorar la calidad, la funcionalidad y la estética de las alfombras, lo que les permite diferenciarse en el mercado y generar mayor valor. Además, un enfoque cuidadoso en el desarrollo asegura que los productos y servicios sean factibles de producir y cumplan con los requisitos establecidos.

#### 2. Etapas del diseño y desarrollo:

- **Definición de requisitos y especificaciones:** En esta etapa, se recopilan y documentan los requisitos del cliente y las especificaciones técnicas necesarias para el diseño del producto o

servicio. Esto implica considerar aspectos como dimensiones, materiales, colores, acabados y funcionalidades específicas que el cliente desea.

- Generación de conceptos y diseño preliminar: Con base en los requisitos y especificaciones, se generan diferentes ideas y conceptos de diseño. Estas ideas se exploran y evalúan en términos de su viabilidad técnica, estética y capacidad para satisfacer los requisitos del cliente.
- Diseño detallado: Una vez que se ha seleccionado el concepto de diseño preferido, se procede a desarrollar el diseño detallado del producto o servicio. Esto implica la creación de planos, dibujos técnicos y especificaciones claras que guíen la producción y aseguren la consistencia y calidad del resultado final.
- Prototipado y pruebas: Se realiza la construcción de prototipos o muestras para evaluar y validar el diseño. Estas pruebas pueden incluir aspectos como la resistencia, la durabilidad, la funcionalidad y la apariencia visual. La retroalimentación de los clientes y los ajustes en el diseño se realizan en esta etapa.
- Aprobación y lanzamiento: Una vez que el diseño ha sido validado y aprobado por todas las partes interesadas, se procede al lanzamiento del producto o servicio al mercado. Esto implica la planificación de la producción, la gestión de la cadena de suministro y la implementación de los controles de calidad necesarios.


A continuación, se muestran las fichas técnicas de alfombras que son comercializadas por los artesanos tejedores de alfombras del cantón guano, las que se detallan a continuación son las comúnmente comercializadas, esto debido a sus costos.

**Tabla 5-8:** Alfombra huiracocha

Nombre: huiracocha (león precolombino)		Precio: 401 - 500 dólares		
				
		Figura		
Tamaño	Forma:	Materiales	Colores	Diseño
L: 1,50m A: 2m	Cuadrado	Lana e hilo (lana de borrego)	Blanco, café y negro	De autor


Fuente: Elaboración propia, (2023).

**Tabla 5-9:** Alfombra líneas en Z

Nombre: líneas en Z		Precio: más de 500 dólares		
				
		Figura		
Tamaño	Forma:	Materiales	Colores	Diseño
L: 3m A: 5m	Cuadrado	Lana e hilo (lana de borrego)	Plomo, blanco, rojo, verde, café	De autor


Fuente: Elaboración propia, (2023).

**Tabla 5-10:** Alfombra Guano

Nombre: Guano – Chimborazo		Precio: 101 – 300 dólares		
				
		Figura		
Tamaño	Forma:	Materiales	Colores	Diseño
L: 0,60m A: 1m	Rectangular	Lana e hilo (lana de borrego)	blanco, plomo, rojo, negro, rosado, azul, celeste, amarillo, verde	De autor


Fuente: Elaboración propia, (2023).

**Tabla 5-11:** Alfombra floreada

Nombre: floreadas		Precio: 101 – 300 dólares		
				
		Figura		
Tamaño	Forma:	Materiales	Colores	Diseño
L: 0,60m A: 1m	Rectangular	Lana e hilo (lana de borrego)	plomo, blanco, rojo, verde, rosado.	De autor

Fuente: Elaboración propia, (2023).

**Tabla 5-12:** Alfombra chakana

Nombre: chakana		Precio: 301 - 400 dólares		
				
		Figura		
Tamaño	Forma:	Materiales	Colores	Diseño
L: 0,50m A: 1m	Rectangular	Lana e hilo (lana de borrego)	Plomo y blanco	De autor

Fuente: Elaboración propia, (2023).



### 3. Consideraciones adicionales:

- Colaboración multidisciplinaria: El diseño y desarrollo de productos y servicios requiere la colaboración de diferentes áreas y disciplinas, como artesanos, diseñadores, técnicos y especialistas en marketing. La colaboración efectiva entre estos equipos garantiza una visión integral y la integración de diferentes perspectivas en el proceso de diseño.
- Gestión de cambios: Durante el diseño y desarrollo, es posible que surjan cambios o ajustes en los requisitos o especificaciones. Es importante tener un proceso estructurado para gestionar estos cambios y evaluar su impacto en términos de costo, tiempo y calidad. Se deben seguir procedimientos adecuados para documentar y comunicar los cambios realizados.
- Mejora continua: El diseño y desarrollo de productos y servicios debe ser un proceso de mejora continua. Es importante recopilar retroalimentación de los clientes y emplear técnicas de análisis para identificar áreas de mejora en el diseño, la funcionalidad o el rendimiento de los productos y servicios.

En resumen, el diseño y desarrollo de productos y servicios es un proceso clave para los artesanos tejedores de alfombras del Cantón Guano. Al centrarse en el diseño, pueden crear ofertas únicas y de alta calidad que cumplan con los requisitos del cliente. Al seguir un enfoque estructurado y colaborativo, aseguran la viabilidad y la mejora continua de sus productos y servicios. Mejora continua

Diseñar un proceso de mejora continua para el sistema de gestión de calidad de los artesanos tejedores de alfombras del Cantón Guano es fundamental para mantener y mejorar la calidad de sus productos y servicios a lo largo del tiempo. Aquí se presenta un enfoque para implementar la mejora continua en este contexto:

#### 1. Establecer una cultura de mejora continua:

- Crear conciencia sobre la importancia de la mejora continua en todos los niveles de la organización.
- Fomentar la participación activa de los artesanos en la identificación de oportunidades de mejora y la implementación de cambios.
- Promover una mentalidad abierta hacia el cambio y la innovación en la búsqueda constante de la excelencia.

## 2. Recopilar y analizar datos:

- Establecer indicadores clave de desempeño (KPIs) relevantes para la calidad de las alfombras tejidas y otros aspectos importantes del sistema de gestión de calidad.
- Recopilar datos sobre los KPIs de manera regular y sistemática.
- Analizar los datos para identificar tendencias, patrones y áreas de mejora potenciales.

## 3. Identificar oportunidades de mejora:

- Realizar análisis FODA periódicos para identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relacionadas con el sistema de gestión de calidad.
- Utilizar herramientas como diagramas de causa y efecto (espina de pescado) y diagramas de flujo para identificar las causas raíz de los problemas y las áreas de mejora.
- Recopilar la retroalimentación de los clientes y los empleados para identificar áreas de oportunidad y posibles mejoras en el proceso de fabricación de las alfombras.

## 4. Establecer metas de mejora:

- Basándose en el análisis de datos y las oportunidades identificadas, establecer metas claras y alcanzables para la mejora continua.
- Establecer objetivos medibles que aborden áreas específicas, como la reducción de defectos, la mejora en la satisfacción del cliente o la optimización de los procesos de fabricación.

## 5. Implementar cambios y soluciones:

- Desarrollar un plan de acción detallado que incluya las actividades necesarias para implementar los cambios identificados.
- Asignar responsabilidades claras y asegurar que los recursos necesarios estén disponibles para llevar a cabo los cambios.
- Realizar un seguimiento regular del progreso de los cambios y realizar ajustes según sea necesario.

## 6. Medir y evaluar los resultados:

- Evaluar el impacto de los cambios implementados en relación con las metas establecidas. }

- Recopilar datos después de la implementación de los cambios y compararlos con los datos anteriores.
- Evaluar si se han logrado las mejoras esperadas y realizar ajustes adicionales si es necesario.

7. Documentar y compartir las lecciones aprendidas:

- Documentar los cambios implementados, los resultados obtenidos y las lecciones aprendidas durante el proceso de mejora continua.
- Compartir los resultados y las mejores prácticas con los artesanos y otros miembros del equipo.
- Utilizar esta información para retroalimentar el proceso de mejora continua y guiar futuras iniciativas de mejora.

La mejora continua es un ciclo continuo, por lo que es importante repetir estos pasos de manera regular para mantener el enfoque en la excelencia y la satisfacción del cliente. Al adoptar un enfoque estructurado y enfocarse en la calidad y la innovación, los artesanos tejedores de alfombras del Cantón Guano pueden asegurar su crecimiento y éxito a largo plazo.

## CONCLUSIONES

La globalización ha afectado la producción en todos los sectores del mundo. En este momento en el que se está rodeada de todo lo que representa la era digital y masificada, parece contraproducente analizar algo tan manual e informal como lo artesanal. Sin embargo, los cambios actuales en las tendencias y gustos del mercado internacional presagian nuevas oportunidades para el renacimiento de la industria artesanal.

Para la mejora de los procesos adicionales requeridos por los artesanos en base a las normas de gestión de la calidad se proponen en implementar un sistema de retroalimentación de clientes para recopilar y evaluar sus comentarios sobre la calidad de las alfombras, realizar análisis de mercado para identificar las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, establecer indicadores de satisfacción del cliente y establecer metas para mejorar continuamente este aspecto.

El diseño y desarrollo de productos y servicios permite a los tejedores de alfombras innovar y crear productos y servicios únicos y atractivos para los clientes. Al centrarse en el diseño, pueden mejorar la calidad, la función y la estética de sus alfombras para destacarse en el mercado y crear más valor. Además, un enfoque de desarrollo cuidadoso asegura que los productos y servicios puedan fabricarse y cumplir con los requisitos especificados.

Dentro del modelo de gestión de calidad, la artesanía debe ser desmitificada, también desde el punto de vista del propio artesano. La longevidad de un acuerdo solo está determinada por el enfoque y la historia presentada a las masas y al mercado, se toma como ejemplo las alfombras y la importancia de desarrollar iniciativas modernas que proporcionen las herramientas necesarias para regenerar este sector comercial.

## **RECOMENDACIONES**

Para la continuidad de la transferencia de conocimientos a las generaciones futuras, es necesario cooperar directamente con los proveedores de información, que son intermediarios en la difusión del arte textil de alfombras. Suscribir convenios con instituciones públicas, privadas y de educación superior para coordinar esfuerzos y tomar las medidas necesarias para preservar la cultura tradicional y popular asociada al arte textil de la alfombra de guano.

Es importante que los artesanos se sientan integrados en la sociedad moderna y generen interés en las nuevas generaciones, donde se recomienda realizar proyectos de investigación, establecer contactos con la sociedad, aportar a la Academia sus conocimientos a través de la educación, etc. Utilice su conocimiento en beneficio de la nación.

Implementar estrategias de producto, precio, plaza y promoción sugeridas en esta investigación, porque al investigar y comprender las necesidades y deseos de los consumidores, las empresas pueden ofrecer combinaciones que satisfagan los gustos de los clientes, brinden beneficios y aumenten la satisfacción, todo lo cual se traduce en valor.

## BIBLIOGRAFÍA

- Arias, J. (2020). *Técnicas e instrumentos de investigación científica*. Recuperado de: <http://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2238>
- Arredondo, E., Gómez, R., Lalama, R., & Chóez, L. (2020). *Investigación científica y estadística para el análisis de datos*. Recuperado de: <https://dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/2411/2456>
- Barrios, O. (2008). *Gestión Empresarial*. Recuperado de: <https://www.slideshare.net/jcfdezmx2/gestion-empresarial>
- Bermejo, P. (2014). *Neuroeconomía: cómo piensan las empresas*. Madrid: EnLID Editorial Empresarial.
- Berrones, C. (2022). *Diseño de un sistema de gestión de calidad para una fundación de ayuda social "Caminitos de Luz" en la ciudad de Quito*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/18323/1/12T01639.pdf>
- Calderón, H. A. (2019). *Diseño De La Implementación Del Sistema De Gestión De Calidad Iso 9001:2015 En El Emprendimiento "Helado Artesanal Gourmet De Paila"*. (Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica Del Ecuador). Recuperado de: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/17292/Tesis%20Hugo%20Calder%20c3%b3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Callejas, A. (2021). *Propuesta para fortalecer el sistema de gestión de la calidad organizacional en una entidad financiera del sector público colombiano*. Recuperado de: <https://doi.org/10.15332/s2145-1389.2019.0001.07>
- Camerer, C., Loewenstein, G., & Prelec, D. (2005). *Neuroeconomía: cómo la neurociencia puede informar la economía*. Recuperado de: [https://revistas.uleam.edu.ec/index.php/business\\_science/article/view/50/67](https://revistas.uleam.edu.ec/index.php/business_science/article/view/50/67)
- Catelló, M., Garrigós, A., & Martínez, A. (2017). *Introducción a la organización y gestión de empresas*. España: Universidad Politécnica de Valencia.
- Cedeño, L. (2022). *Diseño de buenas prácticas agrícolas certificables para generar oferta exportable de La pitahaya producida en Palora*. (Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/18442/1/12T01650.pdf>
- Cedeño, L. K. (2015). *Propuesta de un modelo de gestión turística para la parroquia Pacto-distrito metropolitano de Quito, provincia de Pichincha*. (Tesis de pregrado, Universidad Central del Ecuador). Recuperado de: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/10956/1/T-UCE-0004-20-2016.pdf>

- Cepeda, J., & Cifuentes, W. (2019). *Sistema de Gestión de Calidad en el Sector público*. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.31095/podium.2019.36.3>
- Chilama, N. (2019). *Plan Estratégico De Mercadeo Para “Artesanías De Alfombras Y Tapetes La Oriental” Del Municipio De El Contadero - Nariño*. (Tesis de pregrado, Universidad Nacional Abierta Y A Distancia). Recuperado de: <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/28054/TrabajodeGrado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Contreras, D., Catena, A., Cándido, A., Perales, J., & Maldonado., A. (2008). *Toma de decisiones emocionales y corteza prefrontal ventromedial*. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/26545531\\_Funciones\\_de\\_la\\_corteza\\_prefrontal\\_ventromedial\\_en\\_la\\_toma\\_de\\_decisiones\\_emocionales](https://www.researchgate.net/publication/26545531_Funciones_de_la_corteza_prefrontal_ventromedial_en_la_toma_de_decisiones_emocionales)
- Díaz, R. (2018). *Neuromarketing: Marqueteando los deseos*. Perú: Editorial Macro.
- Economiacircularverde. (29 de Julio de 2021). *Économía sostenible*. Recuperado de: <https://economiacircularverde.com/economia-sostenible-amsterdam/>
- Embajada del Ecuador en los Países Bajos. (2022). *Informe Turístico Estratégico Ecuador-Holanda*. Recuperado de: <C:\Users\Paola Morales\Downloads\informe-turistico-estrategico-ecuador-holanda.pdf>
- Enricci, J. (2004). *Un modelo de Gestión del turismo científico en la patagonia*. (Tesis de posgrado, Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco). Recuperado de: <https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/681/>
- Equihua, J. (2022). *Proyecto y Trabajo Grupal*. Recuperado de: <https://salazarvirtual.sistemaeducativosalazar.mx/assets/6256119c5d3d7/tareas/6528425345030aa97fbd0be3cd5aba6ACTVIDAD4.Antologia.Grupal.DSPGS.2022.pdf>
- Escrig, A., & Salvador, A. (2022). *Calidad y excelencia en la gestión*. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.6035/Sapientia186>
- Garzón, J. (2021). *Método de implementación de un sistema de gestión de calidad basado en la Norma NTC 6001: 2017 para la empresa de servicios de Gas Natural Prosolgas S.A.S*. (Tesis de pregrado, Universidad de America). Recuperado de: <http://repository.uamerica.edu.co/handle/20.500.11839/8378>
- Gestión y administración . (25 de Agosto de 2014). *Los modelos de gestión más utilizados*. Recuperado de: <http://www.gestionyadministracion.com/empresas/modelos-de-gestion.html>
- Gómez, M. (2022). *Diseños de investigación en Ciencias Sociales y su uso en Psicología*. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/profile/Maria-Gomez-82/publication/369941313\\_Gomez\\_Maria\\_Florencia\\_en\\_prensa\\_Cap\\_3\\_Disenos\\_de\\_investigacion\\_en\\_Ciencias\\_Sociales\\_y\\_su\\_uso\\_en\\_Psicologia\\_Libros\\_de\\_Catedra\\_EDU\\_LP\\_UNLP/links/64358aa2609c170a130cfa71/Gomez-Maria-FI](https://www.researchgate.net/profile/Maria-Gomez-82/publication/369941313_Gomez_Maria_Florencia_en_prensa_Cap_3_Disenos_de_investigacion_en_Ciencias_Sociales_y_su_uso_en_Psicologia_Libros_de_Catedra_EDU_LP_UNLP/links/64358aa2609c170a130cfa71/Gomez-Maria-FI)

- González, R., & Rivas, H. (2008). *Modelo de gestión integral de destinos turísticos*. Santiago: SERNATUR.
- Gorotiza, G., & Romero, E. (2021). *El sistema de gestión de calidad con ISO 9001:2015 como estrategia para el mejoramiento de los procesos de la Comercializadora ITM*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7927020>
- Guananga, R. (2016). *La elaboración de alfombras en la parroquia La Matriz del Cantón Guano, provincia de Chimborazo y su incidencia en las familias dedicadas a esta actividad económica durante el año 2014*. (Tesis de pregrado, Universidad Nacional De Chimborazo). Recuperado de: <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/2463/1/UNACH-FCEHT-TG-SOCI-2015-000006.pdf>
- Juárez, M. (2022). *Propuesta de implementación de la norma ISO 9001:2015 en la empresa, Grupo Aduanal Aguilar, S.C.* Recuperado de: <http://rinacional.tecnm.mx/handle/TecNM/5334>
- López, R. (2014). *Modelos de gestión de calidad. Modelo Europeo de Excelencia*. Colegio Sagrado Corazón Jesuitas León, España. Recuperado de: <http://www.jesuitasleon.es/calidad/Modelos%20de%20gestion>
- López, T. (17 de Febrero de 2019). *Que es la neuroeconomía*. Recuperado de: <https://nosoloeconomia.com/que-es-la-neuroeconomia-libros-recomendados/#:~:text=L%20neuroeconom%C3%ADa%20surgi%C3%B3%20como%20un,Loewenstein%20y%20Prelec%2C%202005>
- Maldonado, P. (s.f.). *Neuroeconomía: la nueva ciencia*. Recuperado de: [https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=documentos/10221.1/36156/1/Pedro\\_Maldonado.pdf](https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=documentos/10221.1/36156/1/Pedro_Maldonado.pdf)
- Mero, J. (2018). *Modelo de Gestión Turística Para el Fortalecimiento de los atractivos Turísticos de la Comuna San Gabriel del Baba perteneciente a la provincia Santo Domingo de los Tsáchilas*. (Tesis de pregrado, Universidad Regional Autónoma de los Andes, Santo Domingo). Recuperado de: <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/9532/1/PIUSDETH002-2019.pdf>
- Meza, R., & Villamil, L. (2022). *Afianzamiento de la Comprensión de los Números Fraccionarios y su Aplicación en la Resolución de Problemas a Través de un AVA Diseñado en Classroom para los Estudiantes de 7A de la Institución Educativa Distrital el Pando*. (Tesis de posgrado, Universidad de Cartagena). Recuperado de: [https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/15894/TGF\\_Rosalba%20Meza\\_Lisset%20Villamil.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/15894/TGF_Rosalba%20Meza_Lisset%20Villamil.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Montoya, J. (2018). *Modelo de Gestión Turística para el Gobierno Autónomo Descentralizado de Baños de Agua Santa*. (Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del



- Ecuador, Ambato. Recuperado de:  
<https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2512/1/76794.pdf>
- Murrieta, Y., Ochoa, E., & Carballo, B. (2020). *Reflexión crítica de los sistemas de gestión de calidad: ventajas y desventajas*. Recuperado de:  
<https://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto/article/view/668/816>
- Naranjo, O. (2019). *Diseño e implementación de un sistema de gestión de calidad basado en la norma ISO 9001: 2015 para las áreas de instalación, ajuste y mantenimiento. Caso: Keyco Ascensores*. (Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Central de Ecuador). Recuperado de:  
[http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/17165/TESIS\\_MBA\\_OSWALD\\_O\\_NARANJO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/17165/TESIS_MBA_OSWALD_O_NARANJO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Otero, A. (2018). *Enfoques de investigación*. Recuperado de:  
[https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435\\_ENFOQUES\\_DE\\_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf)
- Páramo, H. (28 de Enero de 2017). *Neuroeconomía y como el cerebro toma decisiones económicas*. Recuperado de: <https://neuromarketingytecnologia.com/neuroeconomia-y-como-el-cerebro-toma-decisiones-economicas-como-aplicar-a-las-ventas/>
- Paz, M., & Zaldumbide, M. (2021). *Alfombras de Guano: salvando nuestra herencia cultural*. Recuperado de: <https://orcid.org/0000-0002-9684-4958>
- Ramos, C. (2021). *Diseños de investigación experimental*. Recuperado de:  
<http://dx.doi.org/10.33210/ca.v10i1.356>
- Reinoso, N. (06 de noviembre de 2017). *Modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico*. Recuperado de: <file:///D:/Usuario/Downloads/Dialnet-ModeloDeGestionParaFomentarElDesarrolloTuristicoDe-6311570.pdf>
- Rincón, C. (2023). *Efectos de la certificación de calidad bajo la norma ISO 9001:2015 en el nivel competitivo de las Pymes pertenecientes al subsector de transporte terrestre santandereano*. Recuperado de:  
<http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/12062/F-DC-125%20Informe%20final%20de%20trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Riveros, L. (2019). *Identidad cultural de los artesanos dedicados a la elaboración y comercialización de alfombras y tapetes en el municipio de Cajicá*. (Tesis de pregrado, Universidad de Manizales). Recuperado de:  
[https://ridum.umanizales.edu.co/bitstream/handle/20.500.12746/5550/Riveros\\_Prieto\\_Luis\\_Hernando\\_2019.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://ridum.umanizales.edu.co/bitstream/handle/20.500.12746/5550/Riveros_Prieto_Luis_Hernando_2019.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

- Roben, F., & Rodríguez, C. (2021). *Diagnóstico del conocimiento de los artesanos sobre sistemas de gestión de calidad: Caso cantón Montecristi*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8042598.pdf>
- Rovira, J. (2018). *Persona no consumidor*. Madrid: ESIC.
- Sanabria, F., Vergara, M., Santacruz, M., & Lucin, J. M. (2019). *Influencia de la cultura organizacional en el sistema de gestión de calidad: Estado del arte*. Recuperado de: <https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/CienciaDigital/article/view/286/685>
- Sanabria, F., & Apolinario, M. (2019). *Influencia de la cultura organizacional en el sistema de gestión de calidad: Estado del arte*. Recuperado de: <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v3i1.286>
- Sánchez, M. (2020). *Factores críticos de éxito para la implementación del estándar ISO 9001 en empresas de manufactura en México*. (Tesis de pregrado, Universidad Autónoma de Baja California). Recuperado de: <https://repositorioinstitucional.uabc.mx/bitstream/20.500.12930/8791/1/ENS093041.pdf>
- Schant, F., Martín, J., & Navarro, A. (2008). *Neuroeconomía y metodología: algunas reflexiones*. Correspondiente de la Academia de Ciencias de Buenos Aires. Buenos Aires.
- Villamayor, C., & Lamas, E. (1998). *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana*. Quito: AMARC.
- Vinyamata, E., Horta, J., Marí, R., & Pérez, A. (2015). *Neurociencia Afectiva*. Barcelona: UOC.

**Total 50 referencias bibliográficas**

## **ANEXOS**

### **ANEXO A: FORMATO DE ENCUESTA**

#### **CUESTIONARIO ENCUESTA**

1. ¿Cuál es su nivel de instrucción académica?

Primaria

Secundaria

Superior

2. ¿Cómo persona residente en el cantón guano, está al tanto de la realidad económica que se vive en el cantón?

Si

No

3. ¿Cree usted que la tecnología ha influido en la compra y venta de las alfombras?

Siempre

Casi siempre

Algunas veces

Nunca

4. ¿Cuántas metros cuadrados de alfombras promedio vendía anualmente antes de la pandemia de COVID 19?

1-5

6-10

11-15

+15

5. ¿Conoce usted acerca de los sistemas de gestión de la calidad?

Si

No

6. ¿Conoce usted acerca de la automatización de los procesos?

Si

No

7. ¿Conoce usted sobre se la certificación ISO 9001?

Si

No

8. ¿Conoce usted sobre los estándares de calidad?

Si

No

9. ¿Cree usted que la pandemia ha sido un factor clave para que las ventas haya:

Aumentado

Disminuido

¿Por qué?.....

10. ¿Existe un sindicato de comerciantes de alfombras elaboradas artesanalmente?

Si

No

11. ¿Sus alfombras han sido comercializadas fuera del país?

Si

No

12. ¿Realiza controles de calidad durante el proceso de tejido de las alfombras?

Si

No

13. ¿Ha disminuido el precio de sus productos?

Si

No

14. ¿Cuál es el tiempo promedio que tarda usted en realizar un metro cuadrado de alfombra elaborada artesanalmente?

1 a 3 días

4 a 6 días

7 a 10 días

Mas de 10 días

15. ¿Cuál es precio de sus alfombras elaboradas artesanalmente con las dimensiones de 40 mil nudos x metro cuadrado?

101 – 300 dólares

301 – 400 dólares

401 – 500 dólares

Mas de 500 dólares

16. ¿su sistema de comercialización se maneja bajo pedido?

Si

No

17. ¿Qué red social utiliza para ofertar sus productos?

Facebook

WhatsApp

Instagram

Ninguno.

18. ¿Cómo evalúa la calidad de las materias primas que utiliza en el tejido de alfombras?

Totalmente satisfecho

Satisfecho

Algo satisfecho

Insatisfecho

Totalmente insatisfecho

19. ¿Ha recibido capacitación o asesoramiento en gestión de calidad para su trabajo como artesano tejedor de alfombras?

Si

No

20. ¿Ha implementado algún sistema de gestión de calidad en su trabajo como artesano tejedor de alfombras?

Si

No



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**CERTIFICADO DE CUMPLIMIENTO DE LA GUÍA PARA**  
**NORMALIZACIÓN DE TRABAJOS DE FIN DE GRADO**

**Fecha de entrega:** 04/ 03 / 2024

<b>INFORMACIÓN DEL AUTOR</b>
<b>Nombres – Apellidos:</b> Rodrigo Emiliano Fiallo Erazo
<b>INFORMACIÓN INSTITUCIONAL</b>
<b>Facultad:</b> Administración de Empresas
<b>Carrera:</b> Administración de Empresas
<b>Título a optar:</b> Licenciado en Administración de Empresas
<p style="text-align: center;">Ing. Marco Antonio Gavilanes Sagñay <b>Director del Trabajo de Titulación</b></p> <p style="text-align: center;">Lic. María Guadalupe Escobar Murillo <b>Asesor del Trabajo de Titulación</b></p>