



**FACULTAD DE INGENIERÍA ARQUITECTURA Y
URBANISMO**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE INGENIERÍA
INDUSTRIAL**

TESIS

**PROPUESTA DE SISTEMA INTEGRADO DE
GESTIÓN PARA MEJORAR LA IMAGEN
CORPORATIVA DE LA FÁBRICA TEXTIL MODAS
DIVERSAS DEL PERÚ S.A.C.**

**PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO
INDUSTRIAL**

Autor:

Freddy Omar Tapia Pereda

Asesor:

Mg. Carpio Incio Vidauro

**Línea de Investigación:
Gestión de Operaciones y Logística**

**Pimentel – Perú
2018**

**PROPUESTA DE SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN PARA
MEJORAR LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA FÁBRICA
TEXTIL MODAS DIVERSAS DEL PERÚ S.A.C.**

Aprobación del Jurado

Mg. Carpio Incio Vidauro
Asesor

Mg. Rodríguez Lafitte Ernesto Dante
Presidente del Jurado de Tesis

Mg. Arrascue Becerra Manuel Alberto
Secretario del Jurado de Tesis

Mg. Carpio Incio Vidauro
Vocal del Jurado de Tesis

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a Dios, a mí familia, a mis hermanos, a mi madre y a mi hijo quienes son el motor de mi vida y gracias a ellos he podido llegar a esta instancia de mis estudios.

AGRADECIMIENTO

Los resultados de este trabajo merecen un agradecimiento especial a Dios por iluminarme, guiarme y darme la fuerza para seguir adelante.

A mi familia, en especial a mi madre que ha dado todo el esfuerzo para que yo ahora este culminando esta etapa de mi vida, gracias a ellos soy lo que soy ahora. A mis profesores quienes han impartido su conocimiento y experiencia para formarme como una profesional.

PROPUESTA DE SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN PARA MEJORAR LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA FÁBRICA TEXTIL MODAS DIVERSAS DEL PERÚ SAC.

PROPOSAL FOR AN INTEGRATED MANAGEMENT SYSTEM TO IMPROVE THE CORPORATE IMAGE OF THE TEXTILE FASHION FASHION DIVERSAS DEL PERU SAC.

Freddy Omar Tapia Pereda¹

Resumen

Nuestra investigación nace de la preocupación de manifestar que un sistema integrado de gestión basado en las normas de certificación internacionales ISO, permiten una serie de beneficios que conllevando a ser competitivos en el mercado internacional. Las normas de certificación deben ser una prioridad para todas las empresas que tienen entre sus objetivos expandir sus actividades. Se decidió realizar la investigación en la fábrica Textil Modas Diversas del Perú, debido a que la empresa no está determinando de manera adecuada sus procesos en cuanto a seguridad, salud, responsabilidad social, medio ambiente, desaprovechando las grandes oportunidades que se tiene gracias a la práctica de los mismos. El objetivo es el “Diseño de estrategias para la implementación del Sistema Integrado de Gestión basado en las normas ISO 9001: 2015, ISO 45001:2018, ISO 14001:2015 e ISO 26000:2010 para mejorar la imagen corporativa de la fábrica textil Modas Diversas del Perú S.A.C.”. La investigación es “**descriptiva propositiva**”, teniendo como población: a 141 tiendas a nivel nacional y la muestra calculada es 41 tiendas. Para recopilar de la información utilizamos la técnica de encuesta, análisis documental, los instrumentos utilizados fueron, el cuestionario y la guía de verificación. Por ello concluimos que para reducir el porcentaje de percepción negativa de la imagen corporativa que bordea encima del 50%, es necesario la implementación del sistema integrado de gestión basada en las normas ISO 9001: 2015, ISO 45001:2018, ISO 14001:2015 e ISO 26000:2010.

Palabras Clave: Sistema integrado de gestión, normas de certificación ISO, Imagen corporativa.

¹ Adscrito a la Escuela Académico Profesional de Ingeniería Industrial Pregrado. Universidad Señor de Sipán. Pimentel, Perú, email: freddytp@crece.uss.edu.pe Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2612-180X>

Abstract

Our research is born from the concern to state that an integrated management system based on ISO international certification standards, allows a series of benefits that lead to being competitive in the international market. Certification standards should be a priority for all companies that have among their objectives to expand their activities. It was decided to carry out the research in the textile factory Modas Diverse of Peru, because the company is not adequately determining its processes in terms of safety, health, social responsibility, environment, wasting the great opportunities it has thanks to the practice of them. The objective is the "Design of strategies for the implementation of the Integrated Management System based on the standards ISO 9001: 2015, ISO 45001: 2018, ISO 14001: 2015 and ISO 26000: 2010 to improve the corporate image of the textile factory Various Modas of Peru SAC ". The research is "descriptive propositive", having as a population: 141 stores nationwide and the calculated sample is 41 stores. To collect the information we used the survey technique, documentary analysis, the instruments used, the questionnaire and the verification guide. Therefore, we conclude that to reduce the percentage of negative perception of the corporate image bordering on over 50%, it is necessary to implement the integrated management system based on the ISO 9001: 2015, ISO 45001: 2018, ISO 14001: 2015 standards. ISO 26000: 2010.

Keywords: Integrated management system, ISO certification standards, Corporate image.

ÍNDICE

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
Resumen	iii
Abstract	iv
ÍNDICE	v
ÍNDICE DE TABLAS	vii
INDICE DE FIGURAS	viii
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	9
1.1. Realidad Problemática.	10
1.2. Trabajos previos.	12
1.3. Teorías relacionadas al tema.	14
1.3.1. Imagen Corporativa	14
1.3.2. Sistema Integrado de Gestión	18
1.4. Formulación del Problema.	26
1.5. Justificación e importancia del estudio.	26
1.6. Hipótesis.	27
1.7. Objetivos	27
1.7.1. Objetivo general	27
1.7.2. Objetivos específicos	27
CAPÍTULO II. MATERIAL Y MÉTODO	28
2.1 Tipo y diseño de investigación	29
2.1.1 Tipo de Investigación	29
2.1.2 Diseño de investigación	29
2.2 Población y muestra	30
2.2.1 Población	30
2.2.2 Muestra	30
2.3 Variables, Operacionalización.	31
2.3.1 Variable Dependiente: Imagen Corporativa	31
2.3.2 Variable Independiente: Sistema Integrado de Gestión	32
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	35
2.4.1 Técnicas de recolección de datos	35
2.4.2 Instrumentos de recolección de datos	35
2.4.3 Validez	35
2.4.4 Confiabilidad	36
2.5 Procedimientos de análisis de datos.	36

2.6	Aspectos éticos	36
2.7	Criterios de rigor científico	37
CAPÍTULO III. RESULTADOS.....		38
3	Diagnóstico de la empresa.	39
3.1	Información general.....	39
3.1.1	Descripción del proceso productivo.....	41
3.1.2	Análisis de la problemática	55
3.1.2.1	Resultados de la aplicación de instrumentos	55
3.1.2.2	Herramientas de diagnóstico	86
3.1.3	Situación actual de la variable dependiente	91
3.2	Propuesta a implementar	92
3.2.1	Fundamentación.....	92
3.2.2	Objetivos	93
3.2.3	Desarrollo de la propuesta.....	94
3.2.3.1	ISO 9001-2015: Sistema de Gestión de Calidad	94
3.2.3.2	ISO 45001: Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo	96
3.2.3.3	ISO 14001: Sistema de Gestión Ambiental	99
3.2.3.4	ISO 26000: Responsabilidad Social	113
3.2.3.5	Plan de capacitación.....	120
3.2.4	Situación de la variable dependiente con la propuesta	134
3.2.5	Análisis beneficio/costo de la propuesta	134
3.3	Discusiones de resultados	138
CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		140
4.1.	Conclusiones	141
4.2.	Recomendaciones.....	142
REFERENCIAS.....		143
ANEXOS		146
Anexo 1: Encuesta - Cuestionario A Clientes.....		147
Anexo 2: Lista de cotejo.....		148
Anexo 3: Detalle de tiendas.....		152
Anexo 4: Validación por juicio de expertos.....		156
Anexo 5: Aplicación de la encuesta.....		162
Anexo 6: Cotización y cronograma de implementación.....		164

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Número de tiendas por ciudad y su muestra	31
Tabla 2 Operacionalización de la Variables Independiente.....	33
Tabla 3 Operacionalización de la Variables Dependiente.....	34
Tabla 5 Relación de Proveedores de Materia Prima.	41
Tabla 5 Lista Máquinas Cortadoras de Telas.....	44
Tabla 7 Máquinas Bordadoras	46
Tabla 8 Máquinas de costura en el Área de confección	47
Tabla 9 Máquinas de lavandería	50
Tabla 10 Consumo de los Principales Productos Químicos	51
Tabla 11 Máquinas en el Área de Acabados	52
Tabla 12 Equipos de la Zona de calderos	53
Tabla 13 Pregunta 1	56
Tabla 14 Pregunta 2	57
Tabla 15 Pregunta 3	58
Tabla 16 Pregunta 4	59
Tabla 17 Pregunta 5	60
Tabla 18 Pregunta 6	61
Tabla 19 Pregunta 7	62
Tabla 20 Pregunta 8	63
Tabla 21 Pregunta 9	64
Tabla 22 Pregunta 10	65
Tabla 23 Pregunta 11	66
Tabla 24 Pregunta 12	67
Tabla 24 Pregunta 1	74
Tabla 25 Pregunta 2	75
Tabla 26 Pregunta 3	76
Tabla 27 Pregunta 4	77
Tabla 28 Pregunta 5	78
Tabla 29 Pregunta 6	79
Tabla 30 Pregunta 7	80
Tabla 31 Pregunta 8	81
Tabla 32 Pregunta 9	82
Tabla 33 Pregunta 10	83
Tabla 34 Pregunta 11	84
Tabla 35 Pregunta 12	85
Tabla 4 Análisis Lead Time de Producción Mensual.....	90
Tabla 25. Guía de impactos reales en condiciones de operación normal	104
Tabla 26. Guía de impactos reales y potenciales en condiciones de emergencia	105
Tabla 27. Guía de impactos reales y potenciales en condiciones de operación anormal	106
Tabla 28. Criterios de Valoración de Aspectos Ambientales	107
Tabla 29. Significancia de Aspectos Ambientales	109
Tabla 30 Requerimientos de Materiales	133
Tabla 31 Requerimientos de Servicios	133
Tabla 32 Requerimientos adicionales (otros)	133
Tabla 36 <i>Resumen de variables</i>	134
Tabla 37 <i>Estadísticos de fiabilidad</i>	134
Tabla 38 <i>Estadísticos de fiabilidad</i>	135
Tabla 39 Consolidado comparativa de los resultados de Pre y Pos Test.....	136

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Ubicación de Modas Diversas del Perú S.A.C.	39
Figura 2: Área Recepción de Telas.....	42
Figura 3: Máquinas revisadoras.....	43
Figura 4: Área Corte de Tela	45
Figura 5: Área de Aplicación Laser.....	47
Figura 6: Área de Confección de Prendas.....	48
Figura 7: Área de Confección de Prendas.....	49
Figura 8: Área de Lavandería.....	51
Figura 9: Área de Acabados.....	53
Figura 10: Diagrama del Proceso para la elaboración de Pantalones	86
Figura 11: VSM actual del proceso de elaboración de pantalones	87
Figura 12: Diagrama del Proceso para la elaboración de casaca.....	88
Figura 13: VSM actual del proceso de elaboración de casaca	89
Figura 14: Representación gráfica de tiempos estimados para el diseño de productos.	90

CAPITULO I. INTRODUCCIÓN

CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática.

Internacional

En la actualidad en España la importancia de halagar los productos y servicios que ofrece una compañía, además del trato que ofrece al cliente, también lo es construir y reforzar una buena imagen corporativa. Es ésta la que llega al cliente, la que hace que tenga una determinada percepción sobre la empresa, la cual hay que cuidarla, porque a tal imagen se asociarán unos valores que van desde la confianza y la credibilidad a la responsabilidad social que se haya desarrollado: compromiso con el medio ambiente, con el talento y el arte, con quienes tienen pocos recursos; ofreciendo calidad, y mejor aún si ésta es contrastada. Si la empresa se acoge a una norma internacional y consigue la certificación que acredite que así es, conseguirá verse como una compañía seria que vela por la calidad y la seguridad en todos sus procesos, desde la producción a la atención al cliente (Cifuentes, citado por estrelladigital.es, 2017).

En el 2017, en Estados Unidos, la norma ISO 45001 resaltó en lo que respecta a la familia ISO, donde su objetivo es la gestión de la Seguridad y Salud Ocupacional en las organizaciones, logrando a posicionarse como estándar líder global para conceder y garantizar a las empresas y sus empleados un ambiente seguro y saludable, así como de los clientes y/o proveedores con que la empresa interrelaciona, dirigido constantemente hacia una mejora continua en prevenir accidentes y enfermedades ocupacionales, Un punto meritorio que ostenta la norma ISO 45001, es la orientación centrada en el “contexto organizacional”, exigiendo la búsqueda de elementos de prevención general más allá de las caprichosas definiciones internas, para insertar, aquellas expectativas de la colectividad para una empresa en su propia situación. Esta norma es igual de trascendental que las demás, permitiendo la adopción de manera sencilla de un sistema integral de prevención de accidentes y enfermedades ocupacionales, sin querer de nuevo inventar la pólvora, sin requisitos previos, ya implantando un sistema de la calidad y/o medioambiente, sencillamente articulable y con una extensa base de conocimiento local (La Presa, 2017).

Nacional

Por ello en Perú, uno de los puntos críticos y según estadísticas de la Organización Internacional del Trabajo, son las muertes cada día por accidentes o enfermedades relacionadas con el trabajo, que son aproximadamente más de 7.600 personas es decir, más de 2,78 millones cada año. En este contexto y su continua aceleración, el mantenimiento de la salud física y mental de los empleados ha cobrado impulso en el campo de la Gestión de Riesgos Empresariales (elcomercioonline.ar, 2018).

Asimismo en Perú, la implantación de un sistema integrado de gestión ha beneficiado a muchas empresas ya que su uso puede formar una mayor eficacia, un estimular anímicamente a los colaboradores, y hasta dotar a una organización con reconocimiento internacional. Por ejemplo; si se implementa la norma ISO 9001, donde se establece los requisitos para la implementación de un SGC, es una marca mundial de gestión de calidad. Al implementar este sistema, los clientes tendrán confianza a la empresa, por ello la meta de muchas organizaciones Peruanas es exportar a nivel internacional, y la acreditación ISO contribuirá en gran medida a establecer la credibilidad en el ámbito comercial internacional, y lo mismo pasa con todas las normas ISO (Conexión ESAN, 2018).

Local

Por último, la imagen corporativa, o reputación, describe la manera cómo una empresa, sus actividades y sus productos o servicios son percibidos por los usuarios. En un clima empresarial competitivo, muchas empresas trabajan activamente para crear y comunicar una imagen positiva a sus clientes, accionistas, comunidad financiera y público en general. Una empresa que dirige mal o ignora su imagen es propensa a enfrentar una serie de problemas (Santa María, 2015).

La empresa donde desarrollare mi investigación, es la planta de fabricación textil Modas Diversas del Perú SAC, donde no se tienen procedimientos claros, precisos y normados, tan solo acciones aisladas sin objetivos y metas; obstaculizando una buena imagen corporativa; por esta razón la gerencia apoyará al investigador en que la propuesta en un futuro se convierta en una herramienta necesaria para la consolidación de sus mercados y la ampliación de los mismos a mercados internacionales, esto último obligados

a una cultura de globalización que estamos viviendo. Es así que se diseñará una propuesta de un sistema integrado de gestión basada en normas ISO 9001:2015, ISO 45001:2018, ISO 14001:2015 e ISO 26000:2010 para mejorar la imagen corporativa de la fábrica textil Modas Diversas del Perú SAC.

1.2. Trabajos previos.

Avilés (2015), en su investigación “La estrategia de comunicación propuesta para la Alcaldía de Florián- Santander permite que las secretarías, dependencias y demás oficinas se apoyen en un sistema de gestión integral que a su vez genere valor agregado y que el servidor público se concientice de la importancia del sistema integrado de gestión en la alcaldía municipal”. Tuvo como objetivo diseñar un sistema integrado de gestión basado en las normas OHSAS 18001:2007 e ISO 26000, para mejoramiento de la responsabilidad social corporativa de la empresa sacos Duran Reysac S.A., ubicada en la ciudad de Guayaquil. La investigación se enmarcó dentro de un diseño no experimental transeccional descriptivo. Utilizó la técnica lista de verificación. Concluyó que, en cuanto al diagnóstico inicial basado en las normas, el presente trabajo elaboró la política integrada de gestión la cual evidenciará el compromiso de la organización de mejorar el bienestar de los trabajadores que forman parte de la organización, lo que contribuirá a mejorar la reputación y el reconocimiento de Reysac S.A., como una empresa socialmente responsable.

Carvajal, Mantilla y Sierra (2015), en su tesis denominada “Guía para establecer la estrategia de comunicación durante la implementación del sistema de gestión integrado en la alcaldía de Florián, Santander”. Tuvo como objetivo desarrollar una guía que describa la estrategia de comunicación que facilite la implementación del Sistema Integral de Gestión en la Alcaldía de Florián- Santander, incorporando al sistema de calidad actual buenas prácticas ambientales y de seguridad y salud en el trabajo, de acuerdo con la alternativa metodológica seleccionada de las cuatro tesis analizadas. Por lo tanto, el problema debe focalizarse en una estrategia de comunicación que facilite la implementación del sistema integrado. Utilizó un enfoque estructural y descriptivo. Teniendo en cuenta una muestra a 12 empleados de dicha identidad. Tuvo como técnica la encuesta con su instrumento cuestionario y entrevista con su instrumento guía de entrevista. Concluyó que, la estrategia

propuesta cede que las secretarías, dependencias y demás oficinas se afirmen en un sistema de gestión integral generando valor agregado, conllevando al servidor público a la concientización de lo importante que es el sistema integrado de gestión en la alcaldía municipal.

Meléndez (2017), en su tesis denominada “Propuesta de implementación del sistema de gestión de calidad en una industria pesquera según la norma ISO 9001:2015”. Tuvo como objetivo establecer los lineamientos para la implementación adecuada de un sistema de gestión de calidad en una empresa del sector pesquero. Utilizó un tipo y diseño de investigación, propositiva, cualitativa y descriptiva. Concluyó que, la implementación del SGC, basado en la norma ISO 9001:2015 va a corregir innegablemente la imagen de la empresa, conllevando a una ventaja competitiva a diferencia de otras entidades posicionadas en el mercado nacional, que no ostentan el SGC. Por otro lado, podrá ampliar su mercado, donde exigen como requisito tener la certificación del SGC con la norma ISO 9001; por último, la estandarización del proceso productivo a través de correctivos, instrucciones y reconocimientos, así como los controles fijados lograrán que se cumplan los requisitos del cliente, fortaleciendo así la relación de confianza y por ende la fidelización.

Rodríguez y Viloría (2016), en su tesis denominada “Diseño de un sistema integrado de gestión basado en las norma ISO 9001: 2008 y la guía técnica Colombiana 180 en la empresa SIRECOM E. U”. Tuvo como objetivo Diseñar un sistema integrado de gestión en base a la norma ISO 9001:2008 y a la GTC 180 para la empresa SIRECOM E.U. con el fin de mejorar sus procesos administrativos y de organización, complementándolo con un sistema de responsabilidad social. Utilizo un enfoque documental. Tuvo en cuenta una muestra probabilística Utilizo técnicas de investigación; como, encuestas y entrevistas. Concluyó que, ayudará a satisfacer de una manera creciente los requerimientos de cliente, de calidad y responsabilidad social empresarial; en discusiones, acuerdos comerciales, compromisos con los clientes y buenas relaciones con el público y/o la comunidad, para ello se inició con la adecuación del mapa de procesos y las caracterizaciones que describen los procesos realizados, así como el establecimiento de indicadores es un mecanismo importante para asegurar, controlar y mejorar continuamente

los procesos dentro del sistema integrado de gestión. Los propuestos para la empresa SIRECOM E.U; fueron indicadores de seguridad, calidad y responsabilidad social.

1.3. Teorías relacionadas al tema.

1.3.1. Imagen Corporativa

Definición

Pintado y Sánchez (2013), definen que la imagen corporativa de una organización es hacer entender a las personas; su misión, visión, mostrando el valor de servicios que brindan, beneficios y como ellos se van a diferenciar de la competencia. También la formación de la empresa con sus clientes es fundamental para la imagen de un producto o servicio.

Para Sartori, citado por Capriotti (2013), imagen corporativa, viene hacer la búsqueda de una diferenciada e innovadora mentalidad del público, con respecto a una organización. Se busca alcanzar un alto posicionamiento para así formar parte dentro de la sociedad y no sólo como algo económico.

Imagen corporativa, es la idea, impresión o percepción que tienen las personas con respecto, al servicio brindado, el rendimiento de las actividades realizadas y el nivel de capacidad de la empresa. Imagen, es la manera como la población opina con respecto a una organización en particular, si la imagen es favorecedora para la empresa se dará paso a la referencia de los clientes y su posterior recomendación. También se considera, Imagen corporativa, como la conclusión a la que llegan los seres humanos, después de haber procesado y analizado la información, que se encuentra totalmente relacionada con la empresa (Capriotti, 2013).

Las dimensiones e indicadores de la variable dentro de una imagen corporativa se encuentran definida según (Capriotti, 2013).

Dimensiones de la Imagen Corporativa: Para determinar, analizar, definir y tener la imagen corporativa de una empresa, se debe seguir algunos procesos; los cuales serán,

tomando en cuenta dos factores: la estructura y los pasos de formación de la imagen de la organización.

Estructura: La estructura mental, es la formación de imagen o conocimiento de los seres humanos, por medio de las nociones de la psicología, social, cognitiva y la socio fenomenología. También consiste en dar a conocer a nuevas personas la empresa, informando detalladamente los productos o servicios que ofrece, para que tengan un mayor conocimiento y más claro concepto.

Estructura Mental Cognitiva: Es el concepto que se tiene de la empresa, la cual fue adquirida por medio de la experimentación presencial, es decir, una visita previa a la empresa, donde el encargado brindó información sobre los productos, servicios y la forma como fue atendida. La estructura mental cognitiva, es de suma importancia en el uso cotidiano, ya que, por medio de ella, investigamos, experimentamos y analizamos las diferentes situaciones y así lograr identificar los atributos de la empresa para luego compararlo con las de otras e identificar las carencias existentes y que necesitan de inmediata ser resueltas, para la mejora de la imagen corporativa.

- **La Estructura Interna de la Imagen Corporativa:** Es el conjunto de beneficios, atributos y características, que tiene una empresa, las cuales forman parte del conocimiento de las personas, lo cual se considera como una estructura mental cognitiva. Los atributos es la ayuda para la identificación de la empresa y así explicar a otras personas, de manera clara y detallada, enfatizando lo que le diferencia de las demás empresas que existen hoy en el mercado.
- **Atributos:** Son las características de una empresa son las que conforman la imagen corporativa de la misma, aunque no todas tienen el mismo peso de importancia, pero en unión se forma un concepto positivo o negativo en la mente de las personas. Siempre teniendo en cuenta el estilo, calidad del producto/servicio, precio, clima laboral, atención al cliente, autoestima,

seguridad, elementos tangibles, entre otros, los cuales son considerados como atributos de una organización.

Públicos: En la publicidad, marketing y las Relaciones Públicas; uno de los pilares más importantes que el público tiene sobre la empresa, es el concepto que tienen de ella, ya que por medio de ello depende si las personas realizan una publicidad favorable o desfavorable de la empresa. Lo cual nos infiere la importancia de mantener una adecuada relación con nuestros clientes, para así brindarles un buen servicio y conocer quiénes son las personas con las que se relacionan y comenten la experiencia vivida.

- **Las expectativas:** Es el deseo y la espera de recibir un determinado servicio por parte del cliente, mejor dicho, cómo debería la empresa brindarle el servicio, teniendo en cuenta de manera específica la manera que la persona debe actuar y cómo la persona debería realizar sus actividades, para lograr satisfacerla y superen las expectativas esperadas.

- **Infraestructura de los Públicos de una Organización:** Es la manera como el cliente que compro un producto, utilizo el servicio o conoce sobre la empresa, empieza a informar a sus amigos, familiares, conocidos entre otras personas de su alrededor, detallando el comportamiento, actividades, funcionamiento, calidad de atención, entre otros atributos de la empresa, que terminan influyendo un su nivel de consumo o concepto de la empresa. Existen 2 tipos de Infraestructura de los Públicos:
 - ✓ **Infraestructura de Información:** Es el aporte o restricción de la información de las personas con la que se relaciona el público al que enfoca su producto o servicio una empresa. Como un ejemplo claro se tiene a los medios de comunicación, que se son especialistas en informática y tienen acceso a los datos de los consumidores.

 - ✓ **Infraestructura de Influencia:** Es la manera de como un determinado grupo de personas, afluyen en su comportamiento de compra de otras. Las

opiniones dadas u información brindada, ayuda a decidir si la persona adquiere o no el servicio o producto ofertado.

El proceso de información: Es la manera como una persona forma la imagen de una empresa en su mente, aunque este proceso es extremadamente complejo, es necesario realizarlo, porque ayuda a tener un mejor análisis y formación de la imagen de una empresa, en vista de que todos se encuentran interconectados entre sí. Entre los principales procesos de información se tiene los siguientes.

- **El origen de la información:** Es el lugar donde nace la información, que podría ser de la empresa o de cualquier persona que se encuentra en el entorno de la misma.
- **La obtención de información por parte de los individuos:** Son las fuentes y estrategias que ayudan a dar una determinada información. Existen dos tipos de información: la información socialmente mediada, que es dada a conocer mediante publicidad en medios masivos, redes sociales, páginas web, entre otros; la información directamente experimentada donde un cliente visita directamente la empresa, se informa y difunde la información otras personas, sobre las actividades y atributos de la empresa.
- **El procesamiento interno de la información en los individuos:** En este proceso se identifican todas las herramientas que utilizan los clientes para procesar la información obtenida, donde, de manera cognitiva, el ser humano, forma un determinado concepto o imagen de la empresa.

Escenarios estratégicos: Es el análisis de la información, para que una empresa elija los mejores atributos de imagen y lo conlleven a marcar la diferencia ante la competencia. También es considerado como el conjunto de estrategias, enfocadas a dar solución a los problemas y mejorar la imagen de la empresa.

Primer Escenario: Se identifica si la empresa cuenta o no con una imagen corporativa. En caso de no contar con una imagen corporativa se debe centrar en lo siguiente:

- **Creación de la Sensibilidad de la Marca:** Para realizar este proceso y tener un alto impacto, se debería considerar las siguientes posibilidades.
- **Establecer los Atributos Prioritarios de Imagen:** Es el establecimiento de la caracterización de la empresa y lo que le ayuda a ser diferente de las demás.
- **Posicionarse como Referente:** Si no existe un sector empresarial o mercado bien definido, la empresa debería de orientar sus actividades, como referente de imagen.

Segundo Escenario: En caso de que una empresa cuente un referente de Imagen Corporativa, debe considerar lo siguiente: Mantener y mejorar los Atributos con los que cuenta la empresa, para lograr una rápida acogida y conocimiento de marca; realizar una análisis e investigación profunda a los atributos, para identificar cuáles son las que tienen mayor impacto en la imagen de la empresa y pasar a modificarlas o agregar otras, para mejorar la imagen corporativa.

1.3.2. Sistema Integrado de Gestión

Definición: Es la integración de tres niveles; la comunicación entre referencias y conexión interna; la comprensión, de procesos y tareas genéricas y; la integración, de la creación de la cultura de aprendizaje, intervención de los stakeholders y mejora continua (Jorgensen, citado por calidad gestion.wordpress.com, 2007).

Dimensiones y sus indicadores

a) Dimensión 01: ISO 9001: 2015 – Sistema de gestión de la calidad

Definición: Detalla las exigencias que un sistema de gestión de la calidad debe cumplir una organización para que esta pueda demostrar su habilidad para proporcionar los productos adecuados que satisfagan las necesidades y expectativas de todas las partes interesadas, tiene un enfoque propio de calidad total, basado en procesos, en la orientación del cliente, la mejora, el marco estratégico y la integración con otras norma.

Una organización certificada bajo la norma ISO 9001 se encuentra más cerca de los requisitos de sus clientes y suministrará más satisfacción en los mismos, permitiendo a

todos sus clientes que estén seguros de que recibirán servicios adecuados en todas las circunstancias que se presenten durante la presentación del servicio.

La implementación de este sistema de gestión de calidad basado en las normas ISO 9001:2015 brinda a las organizaciones los siguientes beneficios:

- La capacidad de proporcionar regularmente productos y servicios que satisfagan los requisitos del cliente, los legales y reglamentarios aplicables.
- Facilita oportunidades relacionadas con su entorno y objetivos.
- Gracias al Sistema de Gestión de Calidad la organización revisará su funcionamiento y tendrá que diseñar la forma de llevar a cabo las actividades, convirtiéndose en una empresa mucho más eficiente y con menos nivel de improvisación.
- Se realiza trabajos de mejora en la organización pasando por conseguir un alto grado de satisfacción de los clientes.

Características:

Contexto de la organización: La empresa debe instaurar los temas tanto externos como las cuestiones concernientes de los ambientes legales, tecnológicos, competitivos, de mercado, cultural, social y económico, ya sea internacional, nacional, regional o local, e internas como, temas ligados a los valores, la cultura, los conocimientos y el desempeño de la organización que son oportunos para su intención y su visión estratégica, y que logran inquietar a su capacidad para alcanzar los resultados pronosticados de su Sistema de Gestión de la Calidad.

La trascendencia del Sistema de Gestión de Calidad de la organización tiene que mostrarse siempre y conservarse como información documentada. El alcance debe instaurar los tipos de productos y servicios cubiertos, y facilitar la justificación para cualquier requisito de esta Norma Internacional que la organización contemple que no es aplicable para el alcance de su Sistema de Gestión de la Calidad.

Liderazgo: La entidad debe manifestar liderazgo y compromiso con relación al sistema de gestión de calidad tomando la responsabilidad y necesidad de rendir cuentas

con relación a la eficacia del sistema de gestión de la calidad; cerciorándose de que se establezcan la política de la calidad y los objetivos de la calidad para el sistema de gestión de la calidad, y que éstos sean compatibles con el contexto y la dirección estratégica de la organización; sembrando el uso del enfoque a procesos y la corriente basada en riesgos; apoyando a las personas, para favorecer a la eficacia del sistema de gestión de la calidad; y certificar de que el Sistema de Gestión de la Calidad es acorde con los requisitos de esta Norma Internacional.

Planificación: Al ejecutar una planificación del Sistema de Gestión de la Calidad, la empresa debe reflexionar las cuestiones representadas en las externas como: relativas de los entornos legal, tecnológico, competitivo, de mercado, cultural, social y económico, ya sea internacional, nacional, regional o local, e internas como: cuestiones ligadas a los valores, la cultura, los conocimientos y el desempeño de la organización, y determinar los riesgos y oportunidades que es necesario abordar con el objetivo de: Certificar que el Sistema de Gestión de la Calidad pueda alcanzar sus resultados previstos; acrecentar los efectos deseables, y disminuir los efectos no deseados, logrando así una mejora.

Soporte: La organización debe acordar y suministrar los recursos ineludibles para poder instaurar, efectuar, conservar y corregir de manera continua el Sistema de Gestión de la Calidad. Tener conciencia sobre la calidad; es fundamental en la nueva ISO 9001:2015. La norma, pretende aumentar la exactitud en aspectos de comunicación externa e interna para alcanzar la eficiencia, instaurando canales de comunicación con los que se tenga claro qué, cuándo y con quién debemos efectuar la comunicación.

Operaciones: La organización debe determinar todos los requisitos ineludibles para los tipos determinados de productos y servicios que esbozan y despliegan. La empresa debe tener en cuenta: todas las exigencias para ejecutar su desempeño, la información proviene de las actividades realizadas para el diseño y el desarrollo de sistemas, la exigencias legales y reglamentarias, instaurar normas para las prácticas que la empresa se ha comprometido a implantar y todas las derivaciones de fallar según la naturaleza de los productos y los servicios. La empresa debe cerciorarse de que todos los procesos, productos y los servicios se proveen de forma externa y sin afectar la capacidad para entregar productos y servicios de manera coherente para sus clientes.

Evaluación del desempeño: La empresa debe hacer el seguimiento de las percepciones de los clientes, del cumplimiento de sus necesidades, expectativas y debe fijar los métodos para ejecutar el seguimiento y explorar la información.

Mejora: La empresa debe corregir de manera continua la idoneidad, adecuación y eficacia del Sistema de Gestión de la Calidad, según la norma ISO 9001:2015, reflexionando todos los resultados del análisis y la evaluación, además de la exploración de la dirección, concluyendo si existen necesidades y oportunidades a considerarse como parte de la mejora continua para instaurar acciones necesarias y poder así identificar las áreas de su organización que tienen un bajo rendimiento y oportunidades, sumado al uso de herramientas y metodologías necesarias para indagar las causas de ese deficiente rendimiento y como apoyo para ejecutar la mejora continua.

b) Dimensión 02: ISO 45001-Sistema de Gestión de seguridad y la salud en el trabajo.

Definición: La nueva ISO 45001: 2018 especifica requisitos para que un sistema de gestión de la seguridad y la salud en el trabajo, con orientación para su uso, permita a una organización proporcionar condiciones de trabajo seguras y saludables para la prevención de los daños y del deterioro de la salud relacionados con el trabajo y para mejorar de manera proactiva su desempeño de la SST. Esto incluye el desarrollo e implementación de una política de la SST y objetivos que tengan en cuenta los requisitos legales aplicables.

La nueva norma es una oportunidad para que las empresas alineen su dirección estratégica con su Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo. Además, se hace mucha mayor insistencia en mejorar el desempeño en materia de seguridad y salud en el trabajo.

Características:

Contexto de la organización: La intención de la norma ISO 45001 es que la empresa obtenga la comprensión de las cuestiones, positivas y negativas, que la empresa necesita considerar para establecer un Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo de una manera eficiente.

Las cuestiones de interés son todas las que afectan o que pueden afectar a la capacidad de la empresa para conseguir los resultados previstos. Las cuestiones pueden incluir condiciones, características o circunstancias cambiantes que pueden afectar al Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, por ejemplo:

Las cuestiones del contexto externo como puede ser el entorno cultural, social, político, legal, financiero, tecnológico, económico y natural, además de la competencia del mercado. Se introducen nuevos competidores, contratistas, proveedores, socios, etc. Afectan todos los factores y tendencias clave que son pertinentes a la industria y al sector que genera un impacto en la empresa.

Las cuestiones del contexto interno como la estructura de la empresa, las funciones y responsabilidades, las políticas, los objetivos y las estrategias que se encuentran establecidas para que sean cumplidas, todas las capacidades, conocimientos y competencias. Los sistemas de información, los flujos y los procesos para tomar decisiones y la introducción de nuevo productos, servicios, nuevos software, instalaciones y equipos. La relación que existe con los trabajadores, la cultura de la empresa, las normas, directrices y modelos adoptados por la empresa. La manera y la medida de todas las relaciones contractuales en las que se incluyen los ejemplos de las actividades contratadas de forma externa.

Liderazgo y participación de los trabajadores: La dirección tiene que demostrar liderazgo y compromiso con respecto al Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, tomando la responsabilidad y la rendición de cuentas globales para la protección de la seguridad y la salud que se relacione con los trabajadores, asegurar que se establece la política de seguridad y salud en el trabajo y los objetivos que sean compatibles con la dirección estratégica de la empresa y la integración de los procesos y los requisitos del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo durante los procesos de negocio de la empresa garantizando que cuenta con todos los recursos necesarios para establecer, implementar, mantener y mejorar el sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo y la participación activa de los trabajadores y de los representantes de los empleados, utilizando la consulta y la identificación y eliminación de los obstáculos o barreras a la participación.

Planificación: Las empresas tienen que prever todas las prioridades de los controles y las consecuencias del sistema de gestión a la hora de planificar la toma de decisiones, así como las acciones que realiza la empresa, que se deben considerar las mejores prácticas y las opciones tecnológicas, financieras, operacionales y las limitaciones del negocio.

Apoyo: La empresa debe asegurar que los trabajadores sean competentes, basándose en su educación, formación y experiencia laboral.

Operación: La empresa tiene que instaurar un proceso para establecer y registrar todos los cambios planificados que trae un impacto sobre el desempeño de la Seguridad y Salud en el Trabajo.

Evaluación del desempeño: La empresa debe evaluar el desempeño de la seguridad y salud en el trabajo, además se debe determinar la eficiencia del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo según ISO 45001.

Mejora: La empresa tiene que mejorar de forma continua según la idoneidad, adecuación y eficacia del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo para:

- Evitar que ocurran incidentes y no conformidades y promocionar una cultura positiva de la seguridad y salud en el trabajo.
- Mejorar el desempeño de la seguridad y salud en el trabajo.

c) **Dimensión 03: ISO 14001-Sistema de Gestión Ambiental**

Definición: ISO 14001 es una norma internacional, la cual detalla los procedimientos para iniciar un sistema de gestión ambiental de manera eficaz en el interior de una empresa. Esta norma ha sido construida pensando en todo tipo de organización, sin importar el tamaño tanto en infraestructura como de personal y, que no quiera obviar las responsabilidades e impactos ambientales, permitiendo concretar y instaurar los riesgos ambientales para disminuir su impacto, conllevando así al crecimiento sostenible de la empresa.

Características:

Contexto de la organización: Radica en la caracterización de los grupos de interés que son aquejados o perciben que se les afecta por consecuencia del desempeño ambiental que obtuvo la organización. Es aquí donde se debe identificar todas las partes interesadas desde una configuración global de la empresa, teniendo en cuenta el ciclo de vida de sus productos y servicios.

Liderazgo: La empresa manifiesta liderazgo y el compromiso con el Sistema de gestión ambiental; instaura, establece y conserva una política ambiental que se halle dentro del alcance definido en el Sistema de Gestión Ambiental.

Planificación: Este punto incluye el carácter preventivo de los sistemas de gestión, trata los riesgos y oportunidades que enfrenta la organización. La planificación abordará qué, quién, cómo y cuándo, se deberán realizar las acciones que conduzcan al logro de los objetivos de la organización y proporciona más facilidad de comprensión a la acción preventiva y correctiva.

Soporte: La empresa tiene que establecer y proveer los recursos ineludibles para poder instituir, organizar, conservar y corregir de forma continua el Sistema de Gestión Ambiental.

Operaciones: La organización debe instaurar, constituir y conservar los procesos ineludibles para responder a los contextos de emergencia, así mismo, disponerse para

expresar por la planificación de acciones de prevención de impactos ambientales; respondiendo a contextos actuales de emergencia; y tomar medidas para prevenir las derivaciones de los contextos de emergencia.

Evaluación del desempeño: La organización tiene la obligación de notificar externamente e internamente la información de manera oportuna del desempeño ambiental de la empresa, sumado a que se debe establecer un proceso de comunicación y verificar el cumplimiento con todos los compromisos de cumplimiento de la norma ISO 14001.

Mejora: Enfatiza la importancia de realizar acciones de mejora a los procesos, productos, servicios y en general al sistema de gestión. Es necesario identificar y evaluar las no conformidades, así como, la implementación y evaluación de la eficacia de las acciones correctivas.

d) Dimensión 04: ISO 26000:2010-Guía de Responsabilidad Social

Definición: ISO 26000 es una norma internacional que brinda una guía en responsabilidad social, la cual ha sido construida para ser tomada y ejecutada por cualquier tipo de empresa, sea del sector público y/o privado, países en vías de desarrollo o desarrollados. La norma coadyuva al esfuerzo por manejar un estilo socialmente responsable, cada día más demandando por la sociedad.

Características:

Comprender Responsabilidad social: La responsabilidad social envuelve entender las más extensas posibilidades de la sociedad, traducido en el comportamiento de una empresa, la cual debe estar constituida en los valores de la honestidad, equidad e integridad.

Reconocer la responsabilidad social e involucrarse con las partes interesadas:

A una empresa correspondería concebir y registrar como impactan en la sociedad y medio ambiente sus actividades empresariales, registrando las posibilidades de comportamiento responsable que tiene la sociedad en que lo concierne a los impactos.

Orientación sobre materias fundamentales de responsabilidad social: A una empresa correspondería identificar cuestiones oportunas e instaurar sus prioridades, con temas fundamentales como: gobernanza de la organización, derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente, asuntos de consumidores, salud, seguridad, participación activa y desarrollo de la comunidad.

Orientación sobre la integración de la responsabilidad social en toda la organización: Concentrar la responsabilidad social a cada aspecto de una organización envuelve compromiso y visión en todos los niveles de una organización.

1.4. Formulación del Problema.

¿Cómo mejorar la imagen corporativa de la fábrica textil Modas Diversas del Perú S.A.C para lograr mayor aceptación en los mercados internacionales?

1.5. Justificación e importancia del estudio.

Las organizaciones, hoy en día, donde existe un escenario competitivo, sus soluciones deben ser eficientes, debido a los enormes obstáculos que se exteriorizan. Para lograrlo, es necesario que la alta dirección y los subordinados se sientan comprometidos con la necesidad de desarrollar modernos sistemas de gestión, direccionando una mejor posición en los mercados y por ende, el desarrollo de sus objetivos, misión y visión.

Las acciones de seguridad y salud para superar requisitos legales nacionales, han sido insuficientes, obstaculizando así la implementación de estrategias competitivas, por lo general, han hecho uso de un cuasi sistema de gestión de forma independiente; a pesar de existir otros sistemas (normas ISO) para no actuar de manera aislada, trabajo que no resultaría oscurecido, puesto que, se evitaría un descomunal número de instrucciones que exigen a realizar acciones monótonas, desfavoreciendo la opción de valer los elementos comunes que ostentan estos sistemas para ejecutar de manera integral.

Por lo tanto, es fundamental agrupar esfuerzos con el objetivo de alcanzar la integración en un único sistema, a pesar que son escasas las organizaciones que han alcanzado desarrollar un Sistema Integrado de Gestión de forma positiva y práctica.

1.6. Hipótesis.

Si se diseña una propuesta de Sistema Integrado de Gestión entonces mejorará la imagen corporativa de la fábrica textil Modas Diversas del Perú S.A.C.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general

Propuesta de Diseño de estrategias del Sistema Integrado de Gestión para mejorar la imagen corporativa de la fábrica textil Modas Diversas del Perú S.A.C.

1.7.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar el estado situacional de la empresa con la aplicación del pre test.
- Evaluar resultado del diagnóstico
- Identificar puntos críticos referentes a las normas ISO 9001:2015, ISO 45001:2018, ISO 14001:2015 e ISO 26000:2010 para mejorar la imagen corporativa de la fábrica textil Modas Diversas del Perú SAC planteadas en la fábrica textil Modas Diversas del Perú S.A.C.
- Diseñar estrategias (lista de cotejo) que sean aplicables en el Sistema Integrado de Gestión, basados en las normas ISO 9001:2015, ISO 45001:2018, ISO 14001:2015 e ISO 26000:2010 para mejorar la imagen corporativa de la fábrica textil Modas Diversas del Perú SAC.
- Analizar el impacto obtenido del pos test
- Evaluar resultados del pre y pos test y determinar su viabilidad.

CAPITULO II.
MATERIAL Y MÉTODO

CAPÍTULO II. MATERIAL Y MÉTODO

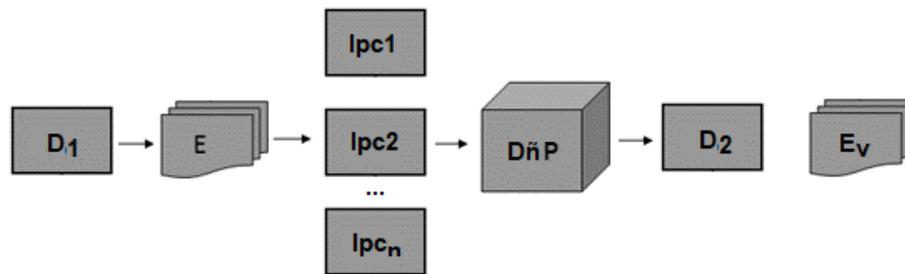
2.1 Tipo y diseño de investigación

2.1.1 Tipo de Investigación

Según (Hernández, 2014) el **Tipo de Investigación Cuantitativa: “Descriptiva y Propositiva** porque los datos recopilados podrá describir las condiciones de ambas variables de estudio” (p. 56), las cuales se encuentran en el contexto de la empresa permitiendo realizar una propuesta para implementar el Sistema Integrado de Gestión basado en las normas ISO 9001:2015, ISO 45001:2018, ISO 14001:2015 e ISO 26000:2010 para mejorar la imagen corporativa de la fábrica textil Modas Diversas del Perú SAC

2.1.2 Diseño de investigación

El estudio corresponde a una investigación, “**No Experimental, Transversal**” ya que según la problemática este diseño abordará el contexto en donde se realizan los hechos sin intervención directa a un cambio o manipulación de variables.



Donde:

D1 = Diagnostico aplicación del pre test

E = Evaluación

Ipc_n = Identificación de pintos críticos

Dñ P= Diseño de propuesta

D2 = Diagnostico del impacto pos test

Ev = Evaluación de viabilidad

2.2 Población y muestra

2.2.1 Población

Se considera a todos los integrantes de la cartera de clientes siendo 141 tiendas ubicadas en diferentes lugares del país

2.2.2 Muestra

Se calcula aplicando la fórmula para población finita siendo:

$$n = \frac{z^2(p*q)}{e^2 + \frac{z^2(p*q)}{N}}$$

Dónde:

n: Muestra

N: Población

p: Propiedad de que ocurra el evento 0.5

q: Propiedad de que no ocurra el evento 0.5

Z: Nivel de confianza=1,96 para un margen de 5%

e: Nivel de error dispuesto a cometer 0.05

Por lo tanto: La muestra calculada es 41 clientes

$n = \frac{1,96^2*(0,95*0,05)}{0,05^2+(1,96^2*(0,95*0,05))/ 141} = \frac{0.1558}{0.0038} = 41$
--

Tabla 1
Número de tiendas por ciudad y su muestra

Ciudad	Nro. Tiendas	Cuota %	Muestra	
Apurímac	1	1%	0.01	
Arequipa	6	4%	0.26	1
Barranca	2	1%	0.03	
Cajamarca	6	4%	0.26	1
Cañete	2	1%	0.03	
Chiclayo	6	4%	0.26	1
Chimbote	4	3%	0.11	
Chincha	1	1%	0.01	
Cusco	3	2%	0.06	
Huacho	3	2%	0.06	
Huánuco	4	3%	0.11	
Huancayo	4	3%	0.11	
Ica	5	4%	0.18	1
Iquitos	2	1%	0.03	
Juliaca	3	2%	0.06	
Lima	70	50%	34.75	35
Moquegua	1	1%	0.01	
Moyobamba	1	1%	0.01	
Piura	2	1%	0.03	
Pisco	1	1%	0.01	
Pucallpa	5	4%	0.18	1
Sullana	1	1%	0.01	
Tacna	1	1%	0.01	
Tarapoto	1	1%	0.01	
Trujillo	6	4%	0.26	1
	141	100%		41

Fuente: Investigación realizada

2.3 Variables, Operacionalización.

2.3.1 Variable Dependiente: Imagen Corporativa

Según (Capriotti, 2013) Determina que: “La Imagen Corporativa, es la noción, concepto o percepción que tienen las personas con respecto a una empresa, lo que les permite diferenciarlo de la competencia” (p. 14).

2.3.2 Variable Independiente: Sistema Integrado de Gestión

Según (Jorgensen, 2007) considera que: “El Sistema Integrado de Gestión es la unificación de tres niveles; la correspondencia, entre referencias y coordinación interna; la intuición, de procesos y tareas genéricas y; la unificación, de la creación de la cultura de aprendizaje, cooperación de los stakeholders y mejora continua” (p. 32).

Tabla 2
Operacionalización de la Variables Independiente

Variable	Dimensión	Indicador	Técnica e instrumento
Sistema Integrado de Gestión	ISO 9001: 2015 – Sistema de gestión de la calidad	Adecuado contexto de la empresa	Lista de cotejo
		Existe liderazgo	
		Determina su planificación	
		Proporciona soporte	
Sistema de Gestión de seguridad y la salud en el trabajo	ISO 45001-	Asegura sus operaciones	Guía de verificación
		Evalúa el desempeño	
		Determina la mejora	
		Establece el contexto de la organización	
Sistema de Gestión Ambiental	ISO 14001-	Asume liderazgo y participación de los trabajadores	Análisis documentario
		Planifica objetivos	
		Brinda soporte	
		Determina las operaciones	
Guía de Responsabilidad Social	ISO 26000:2010-	Evalúa el desempeño	y Observación
		Promueve mejoras	
		Establece el contexto de la organización	
		Existe Liderazgo	
de Integración de la responsabilidad social en toda la organización	Fundamentos de responsabilidad social	Planifica objetivos	Como soporte a la guía de verificación de la lista de cotejo
		Brinda soporte	
		Determina operaciones	
		Evalúa el desempeño	
de Integración de la responsabilidad social en toda la organización	Integración de la responsabilidad social en toda la organización	Promueve las mejoras	
		Considera la responsabilidad social	
		Responsabilidad social	
		Fundamentos de responsabilidad social	

Fuente: Investigación realizada

Tabla 3
Operacionalización de la Variables Dependiente

Variable	Dimensión	Indicador	Técnica E Instrumento
Imagen corporativa	Estructura	Se tiene conciencia de las normas de certificación	Encuesta Cuestionario
		Existe coherencia en las pautas establecidas	
		Brindan orientación en la oferta de los productos	
	Proceso de información	Se toma en cuenta elementos de comunicación	
		Se utiliza diversas estrategias y fuentes	
		Se analiza la utilización de las estrategias	
	Escenarios estratégicos	Se plantea posibilidades con normas ISO	
		Se crea sensibilidad de marca con certificaciones	
		Se implementa certificaciones	
		Se trabaja para posicionarse con alguna certificación	
		Se trabaja en mantener y reforzar atributos	
		Se investiga y analiza atributos potenciales	

Fuente: Investigación realizada

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1 Técnicas de recolección de datos

Se utilizaron las siguientes técnicas:

- **Análisis documentario:** es el proceso de la revisión documentaria de cada proceso de gestión logística emitido durante un determinado periodo, dicha documentación deberá estar autorizada por los funcionarios competentes con sus respectivo registro administrativo.
- **Encuesta:** Una encuesta implica solicitar a las personas información a través de un cuestionario, este puede distribuirse en papel, aunque con la llegada de nuevas tecnologías es más común distribuirlas utilizando medios digitales como redes sociales y correos electrónicos.

2.4.2 Instrumentos de recolección de datos

Son los medios que facilitan la obtención de los datos siendo:

- **Lista de cotejo (Guía de verificación del Sistema integral de gestión)** es aquella donde registra la documentación de cada proceso la cual debe verificarse su existencia.
- **Cuestionario:** Es una forma organizada y práctica de hacer **preguntas y definir respuestas**, es un sistema adaptable a cualquier campo que busque una opinión generalizada de un tema específico. El cuestionario que aplica la encuesta, enfoca desde el punto de vista de los indicadores de la tabla de operacionalización y está conformado por 12 preguntas que será aplicadas mediante un pre y pos test.

2.4.3 Validez

Se formulan las respuestas para el cuestionario utilizando la “escala de Likert, siendo las opciones: Acuerdo, Indiferente y Desacuerdo” Malhorta N. (2008 p. 274) este cuestionario se valida mediante el “**Juicio de experto**” siendo los jueces, profesionales locales con alta experiencia y conocedores del tema.

2.4.4 Confiabilidad

Las respuestas del cuestionario se valida mediante el coeficiente del alfa de cronbach, utilizando el SPSS. Según (George & Mallery, 2013) considera que: “La medida de confiabilidad mediante el alfa de Cronbach asume valores de estadígrafos para cada ítems las cuales deben demostrar las correlaciones entre las variables. Cuanto más cerca se encuentre el valor del alfa a 1 mayor es la consistencia interna de los ítems analizados. La fiabilidad de la escala debe obtenerse siempre con los datos de cada muestra para garantizar la medida fiable del constructo en la muestra concreta de investigación. Como criterio general, sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach siendo el resultado: $>.9$ es excelente, $>.8$ es bueno, $>.7$ es aceptable, $>.6$ es cuestionable, $>.5$ es pobre y $<.5$ es inaceptable. (p. 231)

2.5 Procedimientos de análisis de datos.

Los instrumentos de recolección de datos fueron validados mediante juicio de tres expertos, quienes determinaron que los instrumentos aplicados fueron diseñados con el rigor científico pertinente con la finalidad de obtener resultados ajustados a lo que se persigue en la investigación.

2.6 Aspectos éticos

Se ha realizado este trabajo teniendo en cuenta los valores éticos de las fuentes, personajes y autores referidos al tema propuesto (Hernández, C, s.f.), tales como:

- **Responsabilidad:** El manejo eficiente de los recursos en la realización de nuestras actividades se deben realizar de modo que se cumplan con excelencia y calidad los objetivos y metas Institucionales.
- **Honestidad:** Entendemos que los intereses colectivos deben prevalecer al interés particular y que el actuar se realice con la debida transparencia y esté dirigido a alcanzar los propósitos misionales.
- **Confidencialidad:** Respecto a la información de la entidad y en caso de conflicto de intereses abstenerse de opinar de los asuntos. Velar por el buen

nombre de la institución, dentro y fuera de ella y hacer observaciones y sugerencias que permitan llevar la calidad de la educación que se imparte.

2.7 Criterios de rigor científico

Según Hernández, Fernández y Baptista (2006), indican que los criterios de rigor científico para una investigación cuantitativa son los siguientes:

- **Confiabilidad:** Se puede afirmar que la presente investigación es confiable puesto que los resultados que se produjeron de las encuestas aplicadas para la medición de las variables fueron consistentes y confiables.
- **Validez:** La presente investigación posee validez puesto que los instrumentos utilizados tales como los cuestionarios se encuentran vinculados de manera directa en la medición de la variable independiente, la imagen corporativa y la dependiente, la propuesta de sistema integrado de gestión. Además los instrumentos utilizados en la presente investigación se validaron por juicio de expertos y por otro lado las bases teóricas de las variables están patentadas y probadas según autores y especialistas lo cual respalda y da un mayor soporte teórico a la realización de la investigación.
- **Objetividad:** La sistematización de los resultados obtenidos a través de la evaluación de la imagen corporativa de la empresa Modas Diversas del Perú S.A.C. y de la identificación puntos críticos respecto a las normas internacionales ISO, permitieron el diseño de una propuesta de sistema integrado de gestión a fin de mejorar la imagen corporativa de la empresa.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

CAPÍTULO III. RESULTADOS

3 Diagnóstico de la empresa.

3.1 Información general

La empresa Modas Diversas del Perú S.A.C. (MODIPSA) su planta principal se encuentra ubicada en Zárate limita: por el norte con la calle Los Campesinos, por el Sur con la Av. Lurigancho, por Este y Oeste con propiedades de terceros. La planta textil se encuentra completamente cercada por material noble, las áreas productivas tienen techos calaminados sobre estructuras metálicas y piso de cemento pulido; las oficinas administrativas ocupan tres pisos de un edificio de cuatro pisos construido de material noble. En el área de producción se encuentran instaladas todas las máquinas y equipos para la manufactura de prendas de tela plana, pantalones en tela denim, actualmente existen más de 245 tipos de distintos detalles en diseño, capacidad de producción de 100 toneladas mensuales que representa a 7,200 prendas acabadas diariamente, el full package es aproximadamente 3.5 millones de prendas al año. Genera oportunidad de trabajo para 2,000 colaboradores activos con una cartera de clientes aproximadamente de 1,000 socios estratégicos a nivel nacional.

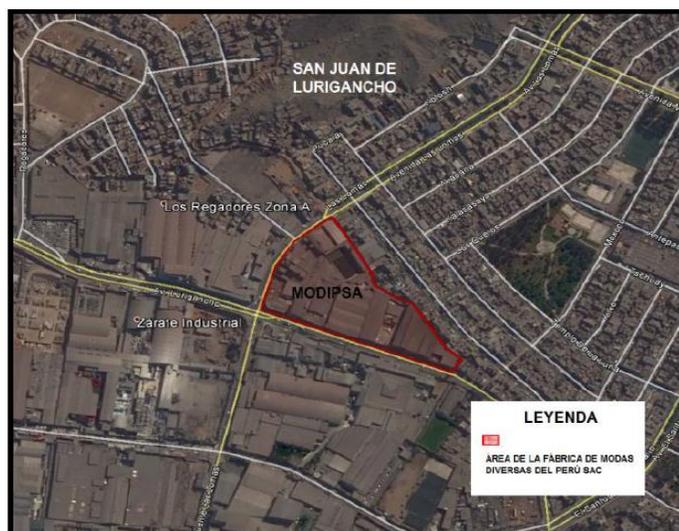


Figura 1: Ubicación de Modas Diversas del Perú S.A.C.

Fuente: Investigación propia

Descripción de los límites de planta

Norte : Propiedad de terceros
Oeste : Corporación textil Remaluz
Este : Colegio PAMER
Sur : Av. Lurigancho

MODIPSA se ha convertido en una de las unidades más importantes del sector textil peruano, de acuerdo a volúmenes de producción, innovación técnica y normas de calidad. Producimos 150 toneladas mensuales y nuestra especialidad es el tejido de punto y plano en todas sus variantes, con gran aceptación en los exigentes mercados a nivel nacional e internacional, por su textura y originalidad. Nuestros principales productos son Jersey, French, Pique, Flame, Interlock, Triblend, Modal, Pima, Modal, mezclas Polycotton, Waffer, Soft, Super Soft, Brushed, telas con elastómeros en diversa composición con algodón Tanguis y Pima. MODIPSA confía en sus parámetros de control para poder proyectarse año a año y tener el crecimiento justo que le permita competir en el mercado internacional con menores costos y mejores procesos.

También existen áreas auxiliares de: mantenimiento, tintorería, tejeduría de cintas - lonas, diseño & desarrollo y acabado. La planta cuenta con estacionamiento interno y externo, caseta de control y vigilancia.

Misión: Satisfacer las necesidades de nuestros clientes con productos, marcas y servicios orientados con un solo propósito: vestir a las personas del Perú y el mundo con prendas de alta calidad.

Visión: Ser líderes en el Perú y reconocidos internacionalmente. Posicionarnos como una empresa de vanguardia, innovadora y que marque la tendencia de moda a todos los niveles.

Valores: Buscamos los más altos niveles de Excelencia. Respeto por nuestros trabajadores, proveedores y clientes, Trabajo en equipo orientado a la superación personal.

3.1.1 Descripción del proceso productivo

La empresa MODAS DIVERSAS DEL PERU, está diseñada para una capacidad de producción planta de 7 200 prendas por día; sin embargo, la producción actual es de 5,000 prendas diarias de tela plana en promedio, básicamente pantalones en tela denim y casacas de tela plana. Las operaciones de confección de prendas se desarrollan de lunes a viernes de 8:00 a.m. a 06:00 p.m. En la confección de prendas se pueden distinguir dos etapas: la pre-producción y la producción:

Se trata de una serie de operaciones que se deben realizar antes de comenzar con la confección propiamente dicha, de decisiones que se deben tomar para dar forma al trabajo, y son las siguientes:

- **Abastecimiento de materia prima:** Los proveedores que ofrecen las telas y los insumos necesarios para la fabricación de las prendas, según la siguiente tabla:

Tabla 4
Relación de Proveedores de Materia Prima.

N°	Descripción Materia Prima	Proveedor
01	Denim	Nuevo Mundo San Jacinto
02	Twill	Nuevo Mundo San Jacinto
03	Camisero	Nuevo Mundo Texcorp Parcela
04	Bull Denin Bramante Corduroy	Nuevo Mundo

Fuente: elaboración propia

- **Recepción de Telas:** El área ocupa un espacio de 1084.3 m², aproximadamente. El personal trabaja un turno y laboran 10 personas. Se tienen instalados con 4 anaqueles de 4 niveles de altura donde para almacenar la tela plana para confección. La materia prima es tela plana, tipo denim rígido y denim stretch con un gramaje entre 320 y 410 gr/m², y también tipo drill de gramaje entre 220-320

gr/m². Las telas se reciben en la planta como inicio de la manufactura de prendas de una orden de venta, se verifica las cantidades, luego el personal del área de aseguramiento de la calidad realiza las pruebas de los parámetros requeridos, según las especificaciones de la hoja técnica correspondiente como gramaje, revirado, encogimiento, color, tono, solidez. Seguidamente, los rollos que conforman el lote son inspeccionados, al 100%, en máquinas revisadoras para identificar y calificar los defectos como manchas, hilo roto, degrade, veteaduras, irregularidad de tejido, ancho, rendimiento, entre otros. Se tienen 4 revisadores de tela. Los lotes aprobados se rotulan con un código y se ubican en anaqueles del almacén, hasta recibir la orden de producción para su despacho al área de corte.



Figura 2: Área Recepción de Telas

Fuente: Investigación propia



Figura 3: Máquinas revisadoras

Fuente: Investigación propia

- **Diseño y patronaje de confección:**

Primero se analiza la información de tendencia y moda. Normalmente lo que intenta la empresa a la hora de realizar los diseños es personalizarlos a la línea de comercial que sigue la empresa. Para ello se realizan de dos a cuatro líneas de diseños que pueden alcanzar las diferentes demandas del mercado de la empresa. Al realizar los patrones de la muestra se amplía la ficha técnica que se inició con los diseños, se incluyen datos de detalles de costura y montaje, accesorios que acompañan a la prenda como botones, bordados, etc. Finalmente, se realiza el análisis del catálogo de modelos y la confección de la prenda modelo.

- **Área Corte de Tela:** Tiene 996.69 m² de área, aproximadamente. Laboran 15 personas en un turno. Las operaciones comprenden el trazo, el tendido y la separación de una tela en piezas, que en conjunto conforman una prenda de vestir. El proceso de corte comienza con el tendido de los rollos de tela que conforman la partida de producción sobre mesas de corte, según la programación. El área de corte tiene instaladas 5 mesas de tendido; 4 mesas tienen tendedoras automáticas y 1 mesas de

tendido manual. Las mesas tienen de 25 a 30 metros de largo y 2 metros de ancho. A continuación, el resumen de máquinas que tiene el Área de Corte de Telas.

Tabla 5
Lista Máquinas Cortadoras de Telas

Nº	Máquina	Tipo	Cantidad	Unidad	Marca
1	Tendido/cortadora 1	Cortadora Automática	03	Unid.	Cosmotex
3	Tendido/cortadora 2	Cortadora Automática	01	Unid.	Synergy-OTEMAN
4	Tendido/cortadora 3	Tendido Manual	01	Unid.	S/I

Fuente: Investigación propia

El material tendido queda en reposo un tiempo estándar según las características de la tela, para que se estabilice, dado que la tela en rollos ha estado sometida a tensión, principalmente a lo largo. En el proceso de corte se utiliza patrones generados por una máquina Lectra, la cual usa un programa especializado, que se caracteriza por el aprovechamiento máximo de la materia prima, simplificando el trabajo y con ahorro del tiempo de procesamiento de una orden de corte.

El extendido de los rollos de tela, supone desenvolver uno o más rollos de tela sobre una mesa de dimensiones adecuadas, para un posterior corte de la tela. Los moldes consideran un porcentaje de área adicional para compensar los encogimientos de la tela, tanto al largo como al ancho.

- Extendido manual. Se sitúa el comienzo del rollo de tela en un extremo de la mesa y con el concurso de dos operarios se efectúa el tendido hasta completar los rollos establecidos.
- Extendido automático. Se utiliza un carro de extendido, que se sitúa en un extremo de la mesa, representa una economía de movimientos del operario, simplifica el tiempo de tendido.

Terminado este tiempo de reposo, se coloca sobre la superficie de la tela el molde respectivo de la prenda indicada en la orden de venta. Se prosigue con el corte manual de las piezas, numerándolas según capa para que todas las partes de una capa correspondan a una prenda. Generalmente, existe una ligera variación de tono entre rollos, enumerando las piezas se confeccionan prendas de un tono uniforme. Para que estas piezas puedan ingresar al área de costura es necesario habilitarlas, esto es separarlas por colores y tallas, se enumeran o codifican y posteriormente se arman paquetes de 25 piezas en promedio



Figura 4: Área Corte de Tela

Fuente: Investigación propia

- **Bordado:** En el área de bordado tiene un área de 533.2 m², en la que se ubican 7 máquinas bordadoras y 2 máquinas bordadoras de muestras. Terminado el proceso de corte, se envía al área de bordado las piezas que requieren una aplicación, como pretinas y bolsillos. En las máquinas bordadoras se realiza la aplicación, luego las piezas son limpiadas de exceso de hilo y son revisadas antes de volver a corte. A continuación, se presenta la lista de máquinas que operan en el Área de Bordados.

Tabla 6
Máquinas Bordadoras

Nº	Máquina	Cabezales	Marca	Observación
1	Bordadora 1	8	CamFive	Producción
2	Bordadora 2	15	zxs	Producción
3	Bordadora 3	15	zxs	Producción
4	Bordadora 4	15	zxs	Producción
5	Bordadora 5	15	zxs	Producción
6	Bordadora 6	20	CamFive	Producción
7	Bordadora 7	15	zxs	Producción
8	Bordadora 8	8	SINSIM	Muestras. Pre-venta
9	Bordadora 9	6	Happy	Aplicaciones Gorros
Total: 9 máquinas				

Fuente: Investigación propia

- Aplicaciones con máquina Láser:** El área ocupa un espacio de 139.25 m². En esta área laboran 10 personas en un turno, el horario es variable según las órdenes de venta. El área tiene instalada una máquina IBERLASER modelo INDI V 300 para grabación de detalles y efectos en la prenda mediante láser por eliminación de materia, especialmente indicada para la aplicación textil: jeans, camisetas, prendas confeccionadas en general. También puede usarse para grabar o cortar madera, policarbonato y otros. También se tiene una máquina CamFIVE 650, cortadora - grabadora, que tiene un gabinete de tamaño estándar y se puede incorporar materiales de medidas grandes o más piezas a la vez, ideal para producciones medias y con alto desempeño. Se reciben las piezas que requiere un desgaste en una parte localizada, se procede al desarrollo del efecto o detalle sobre la pieza, usando un programa de computación, según el diseño y luego en la máquina láser se realiza el efecto en todas las piezas. El lote de piezas con el efecto retorna al área de corte para incluirse en su partida. Las máquinas láser permiten una reproducibilidad del efecto en todas las prendas de un lote, otorgan un mayor valor agregado al pedido. También se pueden realizar las aplicaciones con láser en prendas confeccionadas tan igual como en los procesos de focalizados.



Figura 5: Área de Aplicación Laser

Fuente: Investigación propia

- **Confección de prendas:** El área de confecciones ocupa un espacio de 1927.8 m². Laboran en promedio 300 personas. En el área de confecciones se realiza el armado de la prenda, uniendo las piezas previamente cortadas mediante costura y el remachado de botones. Las máquinas de confección son de la marca Juki, el siguiente cuadro presenta las máquinas de uso diario en producción.

Tabla 7

Máquinas de costura en el Área de confección

Tipo de máquina	Cantidad	Marca
Rectas	114	Juki
Doble barra	20	Juki
Plana	42	Juki
Recubierto	8	Juki
Remalladora	48	Juki
Cerradora	12	Juki
Atracadora	14	Juki
Pretinadora	6	Juki
Bastera	8	Juki
Total	272	

Fuente: Investigación propia

También se cuenta con máquinas de uso específico, como ojaladoras, bolsilleras, tapeteras, collareteras. El área de confección trabaja con un sistema modular, cada módulo tiene 16 operarios en promedio, y se encarga de un trabajo específico. Las partes de las prendas por órdenes de venta llegan al área de confección y siguen la secuencia de operaciones de la ficha técnica. Por ejemplo, un módulo es responsable de la costura de la parte delantera de la prenda, paralelamente otro módulo, de la costura de la parte trasera de la prenda; las partes llegan a un módulo de ensamble de la prenda. La secuencia de operaciones de confección está organizada de manera secuencial según la orden de pedido. Al final de la confección, se procede a la revisión de las prendas, se ordenan y contabilizan para enviarlas a un almacén temporal, intermedio entre confección y lavandería, donde se identifican con una etiqueta antes de enviarse al área de lavandería.



Figura 6: Área de Confección de Prendas

Fuente: Investigación propia

- **Efecto de Focalizado:** El área de focalizado ocupa un espacio de 524.9 m². En esta área laboran en un turno 12 personas en promedio. Las prendas confeccionadas que incluyen desgastes localizados, según diseño, se procesan en esta área utilizando los productos químicos definidos en la hoja técnica. Los productos químicos comúnmente utilizados son permanganato de sodio, resinas u otro agente específico. La producción de prendas focalizadas varía según los

requerimientos de la orden de venta. Las prendas focalizadas son enviadas a la lavandería para el neutralizado del producto desgastante del color y el lavado correspondiente.



Figura 7: Área de Confección de Prendas

Fuente: Investigación propia

- **Aplicaciones de rotura localizada del tejido o "destroyer":** En esta área comprende un espacio de 80 m², labora un turno con un promedio de 12 personas. En el área se procesan prendas que tienen roturas localizadas, con destrucción parcial o total de los hilos del tejido por abrasión o cortes, utilizando esmeril, clavos, tijera, que se hacen más visibles después del lavado de la prenda dando la apariencia de rotos. Los trabajos se realizan de forma manual, las aplicaciones son de acuerdo a las muestras del diseño aprobado.
- **Lavandería:** El espacio que ocupa la lavandería es de 657.92 m². En la lavandería laboran 30 personas de lunes a viernes. La producción de las prendas confeccionadas que están en el almacén temporal, ubicado en un patio contiguo a la lavandería, ingresan a la lavandería con una etiqueta con los requerimientos de lavado o teñido, según las especificaciones del diseño de la prenda.

Las prendas de una orden o más órdenes de producción que tienen el mismo proceso de lavado se programan en una máquina, para utilizar la capacidad disponible del equipo. Las máquinas de lavandería son de acero inoxidable con un tambor cilíndrico horizontal, que gira en ambos sentidos, esto permite la uniformidad del proceso húmedo en todas las prendas por carga procesada. El tiempo de proceso varía según el tipo de lavado. Las máquinas de la lavandería se presentan en el siguiente cuadro. Terminado el proceso de lavado o teñido, las prendas se descargan en recipientes, y son centrifugadas, en promedio 5-7 minutos/carga, de acuerdo al tipo de prenda. La fuerza centrífuga que se aplica en la máquinas al girar a 1500 RPM, en promedio, permite escurrir el agua de las prendas que se han retirado de las máquinas lavadoras.

Tabla 8
Máquinas de lavandería

Máquina	Cantidad	Capacidad	Marca/especificación
Lavadora	3	200 kg	TUPESA
Lavadora	1	200 kg	CROMOTEX
Lavadora	7	100 kg	MODIPSA
Centrifuga 1	1	150 kg	Motor 20 HP
Centrifuga 2	1	200 kg	Motor 30 HP
Secadora a gas	2	100 kg	MODIPSA
Secadoras a vapor	5	100 kg	MODIPSA
Lavadoras de muestras	10	0.3a15kg	MODIPSA
Total	30		

Fuente: Investigación propia

Finalmente, las prendas se llevan a las secadoras de cilindro giratorio, donde circula aire caliente a temperatura entre 50°C y 70°C aproximadamente, con el propósito de retirar el agua residual de las prendas hasta llegar a una humedad residual de 5%, en promedio. Estas máquinas secan las telas por acción indirecta del vapor, y el movimiento circular del tambor interior en ambos sentidos permite obtener prendas con un secado uniforme.

Tabla 9
Consumo de los Principales Productos Químicos

Producto	Consumo mensual	Función
Secuestrante	1,500 kg	Eliminación de sales del agua de lavado
Antidepositante	1,000 kg	Dispersante del colorante descargado de las prendas
Bisulfito de sodio	2,000 kg	Neutralizado de productos de focalizado

Fuente: Investigación propia



Figura 8: Área de Lavandería
Fuente: Investigación propia

- **Planchado:** El área de planchado ocupa un espacio de 400 m². Son 19 operarios los que realizan labores en esta área. Las prendas que se despachan de lavandería llegan al área de planchado donde existen 16 planchadoras manuales a vapor, de fabricación propia. El planchado se realiza prenda por prenda, utilizando vapor que es expulsado por lo general mediante pequeños orificios en la superficie metálica de la plancha, lo cual permite dosificar el vapor hacia la prenda. Con este proceso se eliminan los dobleces, quiebres y arrugas de las prendas. Se trabaja por órdenes de producción. Las prendas planchadas se contabilizan y se envían al área de acabados.
- **Acabados:** El área de acabado ocupa un espacio de 1007.2 m². laboran 150 personas en promedio en un turno de trabajo. La maquinaria disponible se presenta en el siguiente cuadro.

Tabla 10
Máquinas en el Área de Acabados

Tipo de Máquina	Cantidad	Marca
Recta	8	Juki
Ojaladora	5	Juki
Atracadora	5	Juki
Botonera	2	Juki
Zigzag	2	Juki
Troquel	10	Fabricación local
Engrampadoras	3	Juki
Total	35	

Fuente: Investigación propia

Las prendas planchadas se reciben en el área de acabados por órdenes de venta, se direccionan según los complementos que requieren para completar las especificaciones del diseño. Terminada la operación de acabado y eliminados los hilos sobrantes de la costura, se

realizan las inspecciones de calidad finales para continuar con el etiquetado, doblado y embolsado de las prendas aprobadas, según las especificaciones de entrega del cliente.



Figura 9: Área de Acabados
Fuente: Investigación propia

- **Productos Terminados:** Las prendas auditadas y embolsadas se reciben en el almacén en cantidades según órdenes de venta y se colocan en anaqueles hasta su despacho y distribución. Los servicios auxiliares zona de calderos, tiene los siguientes equipos

Tabla 11
Equipos de la Zona de calderos

Máquina	Potencia	Marca
Caldero 1	400 BHP	CLEAVER BROOKS
Caldero 2	200 BHP	DISTRAL
Ablandador	-	MODIPSA

Fuente: Investigación propia

Ambos calderos operan con combustible de gas natural. Abastecen de vapor a la lavandería y al área de planchado. Se tiene un calderista por turno para proveer de vapor saturado a la planta industrial.

- **Zona de mantenimiento:** El área de mantenimiento tiene 59 personas laborando, entre supervisores, técnicos y operarios, comprende las siguientes secciones:
 - ✓ Sección de Soldadura. se encarga de la reparación de máquinas y equipos que requieren soldado, así como la manufactura de máquinas y equipos para producción.
 - ✓ Sección de carpintería. Se realizan trabajos en madera: mobiliario, estantería, artículos de decoración, carteles publicitarios, así como reparación de muebles y equipos de madera.
 - ✓ Sección de Pintura. se encarga del pintado de todo tipo de materiales, devolviendo los equipos y máquinas en buenas condiciones de pintado. Son 2 los trabajadores responsables del área de pintado, los cuales laboran en un turno de trabajo.
 - ✓ Sección de mecánica automotriz. Instalada con el propósito de tener los vehículos de transporte en buenas condiciones o con las reparaciones en plazos cortos, de esta manera se evitan las demoras de los servicios automotrices particulares. Son 2 técnicos los responsables de las tareas en esta área.
 - ✓ Sección electricidad y electrónica. Para resolver los incidentes de origen eléctrico o electrónico en equipos y máquinas, así como para la instalación de redes eléctricas o nuevas máquinas, se cuenta con: 7 técnicos electricistas y 5 técnicos electrónicos. La sección tiene las herramientas y equipos necesarios para el desarrollo de las actividades de mantenimiento eléctrico- electrónico en la planta.
 - ✓ Sección servicios de limpieza. Cuenta con 13 operarios de limpieza y los materiales necesarios para el correcto cumplimiento de sus labores.

3.1.2 Análisis de la problemática

MODIPSA se está proyectando a competir con marcas de talla internacional la misma que exige mejorar los procesos productivos y para identificar los problemas se realizó reuniones con representantes de diferentes área productivas, uno de calidad de costura y un analista del área de acabado y habilitado quienes dieron sus puntos de vista sobre los problemas comunes que ocurren durante el proceso productivo. A continuación, se muestra los resultados:

1. Errores en el tendido de tela, causando prendas disparejas.
2. Colocar muchos paños de tela al momento de realizar el corte ocasionando que no exista uniformidad de la totalidad de las piezas obtenidas.
3. Error por parte de los operarios al momento de la utilización de los moldes.
4. Falla en los cortes uniformes.
5. Desabastecimiento de telas u otros insumos requeridos por el área.
6. Alta devolución de prendas al área.
7. Defectos al momento de realizar los acabados, ocasionando reproceso en el área.
8. La identificación de productos que contienen errores y deben ser reprocesados.
9. Mala organización de los productos terminados en los almacenes que provocan mayor manipulación del material.

3.1.2.1 Resultados de la aplicación de instrumentos

Objetivo específico 01: Diagnosticar el estado situacional de la empresa con la aplicación del pre test. Se aplicó una encuesta a 41 clientes en diferentes tiendas del país, se utilizó los medios informáticos, obteniendo su participación inmediatamente.

Objetivo específico 02: Evaluar resultado del diagnóstico

Tabla 12
Pregunta 1

¿Considera que la empresa toma conciencia de las normas de certificación ISO como atributos significativos para mejorar la imagen de la empresa?

Alternativa	N°	Porcentaje
Desacuerdo	15	37
Indeciso	23	56
Acuerdo	3	7
Total	41	100

Fuente: Investigación propia.

Análisis e interpretación: Según los resultados consolidados de la pregunta 1, el 37% están en desacuerdo, el 56% no determina su respuesta y el 7% acepta la certificación como parte de la mejora de la empresa.

Tabla 13
Pregunta 2

¿Considera coherentes las pautas establecidas por la empresa, las cuales producen un comportamiento positivo en usted?

Alternativa	N°	Porcentaje
Desacuerdo	11	27
Indeciso	28	68
Acuerdo	2	5
Total	41	100

Fuente: Investigación propia

Análisis e interpretación: Según los resultados consolidados de la pregunta 2, el 27% están en desacuerdo, el 68% no determina su respuesta y el 5% acepta la coherencia positiva por la empresa.

Tabla 14
Pregunta 3

¿Considera que la empresa le da a conocer todos sus productos que ofrece, o ha tenido que usted mismo informarse sin una orientación?

Alternativa	N°	Porcentaje
Desacuerdo	13	32
Indeciso	28	68
Acuerdo	0	0
Total	41	100

Fuente: Investigación propia

Análisis e interpretación: Según los resultados consolidados de la pregunta 3, el 32% están en desacuerdo, el 68% no determina su respuesta que la empresa da a conocer todos sus productos que ofrece, forzando al mismo cliente a informarse sin orientación.

Tabla 15
Pregunta 4

¿Considera que la empresa toma en cuenta elementos de comunicación que puedan afectar directa o indirectamente la imagen de la empresa?

Alternativa	N°	Porcentaje
Desacuerdo	10	24
Indeciso	28	68
Acuerdo	3	7
Total	41	100

Fuente: Investigación propia

Análisis e interpretación: Los resultados consolidados de la pregunta 4, el 24% están en desacuerdo, el 68% no determina su respuesta y el 7% acepta los elementos de comunicación que afectar directamente la imagen de la empresa.

Tabla 16
Pregunta 5

¿Considera que la empresa utiliza diferentes estrategias y usa diversas fuentes, para obtener información y así mejorar la imagen de la empresa?

Alternativa	N°	Porcentaje
Desacuerdo	13	32
Indeciso	24	59
Acuerdo	4	10
Total	41	100

Fuente: Investigación propia

Análisis e interpretación: Según los resultados consolidados de la pregunta 5, el 32% están en desacuerdo, el 59% no determina su respuesta y el 10% acepta que la empresa utiliza diferentes estrategias y usa diversas fuentes, para obtener información y así mejorar la imagen de la empresa.

Tabla 17
Pregunta 6

¿Considera que en la empresa se analiza cómo el personal administrativo utiliza en función de determinados condicionantes, las estrategias para procesar la información disponible?

Alternativa	N°	Porcentaje
Desacuerdo	13	32
Indeciso	26	63
Acuerdo	2	5
Total	41	100

Fuente: Investigación propia

Análisis e interpretación: Según los resultados consolidados de la pregunta 6, el 32% están en desacuerdo, el 63% no determina su respuesta y el 5% acepta, las estrategias para procesar la información disponible

Tabla 18
Pregunta 7

¿Considera que la empresa se plantea un conjunto de posibilidades en cuanto a normas de certificación ISO, como situación estratégica en el sector comercial e industrial, y sobre la cual se podrán establecer una serie de soluciones o alternativas a nivel de Estrategia Global de Imagen Corporativa?

Alternativa	N°	Porcentaje
Desacuerdo	13	32
Indeciso	23	56
Acuerdo	5	12
Total	41	100

Fuente: Investigación propia

Análisis e interpretación: Según los resultados consolidados de la pregunta 7, el 32% están en desacuerdo, el 56% no determina su respuesta y el 12% acepta que la empresa plantea un conjunto de posibilidades en cuanto a normas de certificación ISO.

Tabla 19
Pregunta 8

¿Considera que la empresa trabaja en crear sensibilidad de la marca con la implementación de alguna certificación internacional ISO?

Alternativa	N°	Porcentaje
Desacuerdo	11	27
Indeciso	30	73
Acuerdo	0	0
Total	41	100

Fuente: Investigación propia

Análisis e interpretación: Según los resultados consolidados de la pregunta 8, el 27% están en desacuerdo y el 73% no determina su respuesta, existiendo incertidumbre en que la empresa trabaja en crear sensibilidad de la marca con la implementación de alguna certificación internacional ISO.

Tabla 20
Pregunta 9

¿Considera que la empresa implementa alguna certificación internacional y lo promociona como atributo prioritario de imagen?

Alternativa	N°	Porcentaje
Desacuerdo	12	29
Indeciso	27	66
Acuerdo	2	5
Total	41	100

Fuente: Investigación propia

Análisis e interpretación: Según los resultados consolidados de la pregunta 9, el 29% están en desacuerdo, el 66% no determina su respuesta y el 5% acepta, que la empresa implementa alguna certificación internacional y lo promociona como atributo prioritario de imagen.

Tabla 21
Pregunta 10

¿Considera que la empresa trabaja en posicionarse como referente al obtener alguna certificación internacional en el sector textil?

Alternativa	N°	Porcentaje
Desacuerdo	13	32
Indeciso	27	66
Acuerdo	1	2
Total	41	100

Fuente: Investigación propia

Análisis e interpretación: Según los resultados consolidados de la pregunta 10, el 32% están en desacuerdo, el 66% no determina su respuesta y el 2% acepta, que la empresa trabaja en posicionarse como referente al obtener alguna certificación internacional en el sector textil.

Tabla 22
Pregunta 11

¿Considera que la empresa trabaja en mantener y reforzar los atributos actuales de imagen?

Alternativa	N°	Porcentaje
Desacuerdo	8	20
Indeciso	31	76
Acuerdo	2	5
Total	41	100

Fuente: Investigación propia

Análisis e interpretación: Según los resultados consolidados de la pregunta 11, el 20% están en desacuerdo, el 76% no determina su respuesta y el 5% acepta, que la empresa trabaja en mantener y reforzar los atributos actuales de imagen.

Tabla 23
Pregunta 12

¿Considera que la empresa investiga y analiza atributos latentes o potenciales?

Alternativa	N°	Porcentaje
Desacuerdo	7	17
Indeciso	29	71
Acuerdo	5	12
Total	41	100

Fuente: Investigación propia

Análisis e interpretación: Según los resultados consolidados de la pregunta 12, el 17% están en desacuerdo, el 71% no determina su respuesta y el 12% acepta, que la empresa investiga y analiza atributos latentes o potenciales para mejorar su condición empresarial.

Objetivo específico 03: Identificar puntos críticos referentes a las normas ISO 9001:2015, ISO 45001:2018, ISO 14001:2015 e ISO 26000:2010 planteadas en la fábrica textil Modas Diversas del Perú S.A.C.

Se pudo identificar diez (10) indicadores como puntos críticos referentes a las normas ISO 9001:2015, ISO 45001:2018, ISO 14001:2015 e ISO 26000:2010, las cuales se detallan en el siguiente cuadro:

1. Contexto de la organización
2. Liderazgo
3. Planificación
4. Soporte
5. Operaciones
6. Evaluación de desempeño
7. Mejora continua
8. Reconocimiento de la responsabilidad social e involucrarse con las partes interesadas
9. Orientación sobre materias fundamentales de responsabilidad social
10. Orientación sobre la integración de la responsabilidad social en toda la organización

Objetivo 4:

Lista de cotejo ISO 9001:2015 – Sistema de Gestión de la Calidad

Indicadores	Ítems	Si	No
Contexto de la organización	¿La empresa establece sus cuestiones tanto externas (legal, tecnológico, competitivo, de mercado, cultural, social y económico, ya sea internacional, nacional, regional o local), como internas (los valores, la cultura, los conocimientos y el desempeño de la organización) que son pertinentes para su propósito y su dirección de estrategias?		X
	¿La empresa tiene la capacidad de proporcionar regularmente productos y servicios que satisfaga a los clientes?	X	
	¿La empresa cuenta y/o determina la aplicabilidad del sistema de gestión de la calidad para establecer su alcance prospectivo?		X
	¿La empresa establece, implementa y mejora de forma continua procesos necesarios en el Sistema de gestión de la calidad, en caso lo tuviese?		X
Liderazgo	¿Los trabajadores y líderes de la empresa asumen la responsabilidad y obligación de rendir cuentas con relación a la eficacia del sistema de gestión de la calidad, en caso hubiese; demostrando liderazgo?		X
	¿La empresa proporciona un marco de referencia para el establecimiento de los objetivos de la calidad?	X	
	¿La empresa se asegura de las responsabilidades para que los roles de los trabajadores sean asignados, se comuniquen y se entiendan, como: que el Sistema de Gestión de la Calidad es conforme con los requisitos de esta Norma Internacional y de que se promueve el enfoque al cliente en toda la organización?		X
Planificación	¿La empresa determina las acciones para abordar riesgos y oportunidades, para aumentar los efectos deseables, prevenir o reducir efectos no deseados y alcanzar la mejora?		X
	¿La empresa establece objetivos de calidad de sus productos para la conformidad del cliente?		X
	¿En caso hubiese un sistema de gestión de calidad, los cambios, son planificados?		X

Indicadores	Ítems	Si	No
Soporte	La empresa estipula y proporciona los recursos necesarios para poder establecer, implementar, mantener y mejorar de un modo continuo el Sistema de Gestión de la Calidad, en caso lo hubiese, como saber qué se necesita obtener de los proveedores externos?		X
	La empresa asegura de que las personas que llevan a cabo un trabajo bajo el control de la empresa tomen conciencia sobre la política de calidad y lo que implica incumplir los requisitos del Sistema de Gestión de la Calidad, si lo hubiese?		X
	La empresa establece la competencia de las personas que llevan a cabo un trabajo que puede afectar al desempeño y la eficiencia de la calidad; y si hubiese, del Sistema de Gestión de la Calidad.		X
	La empresa establece las comunicaciones externas e internas, teniendo en cuenta el qué, cómo, cuándo, quién y a quién?		X
Operaciones	La empresa está segura de que los productos, procesos y servicios que se suministran de forma externa se encuentran conformes a los requisitos?		X
	La empresa se asegura de que las salidas que no estén conformes con los requisitos tienen que entrar en un proceso de corrección, separación, contención, devolución o suspensión de productos, Información del cliente y obtener la autorización para la aceptación bajo concesión.		X
Evaluación de desempeño	La empresa realiza una evaluación del desempeño y la eficiencia del Sistema de Gestión de la Calidad, en caso hubiese?		X
	La empresa realiza auditorías internas dentro de unos intervalos de tiempo planificados?		X
	La empresa revisa la calidad o si hubiese el Sistema de Gestión de la Calidad a intervalos planificados, asegurándose de la idoneidad, la adecuación, la eficiencia y la alineación continua con la dirección estratégica de la empresa?		x
Mejora	La empresa determina y selecciona todas las oportunidades de mejora?		X
	La empresa mejora de forma continua la idoneidad, adecuación y eficacia de la calidad y si hubiese, del Sistema de Gestión de la Calidad?		X

Lista de cotejo ISO 45001: Sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo

Indicadores	Ítems	Si	No
Contexto de la organización	¿La empresa establece cuestiones de seguridad), ya sea internacional, nacional y local?		X
Liderazgo	¿La empresa establece y mantiene una política de seguridad y salud en el trabajo?	X	
	¿La empresa asume liderazgo, compromiso y valores facilitando que los empleados se encuentren en buenas condiciones labores, que sean seguros y saludables, además de prevenir los daños?		X
Planificación	¿La empresa mantiene objetivos de seguridad y salud en el trabajo para las funciones y niveles pertinentes para mantener y mejorar de forma continua el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, en caso hubiese?		X
Soporte	¿La empresa se asegura que los trabajadores sean competentes, basándose en su educación, formación y experiencia laboral?	X	
Operación	¿La empresa determina las diferentes situaciones en las que la ausencia de información documentada puede provocar desviaciones en la política y en los objetivos; del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo?		X
Evaluación desempeño	¿La empresa comprueba que el Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo se ajusta a los requisitos de la propia norma internacional, en caso lo tuviese?		X
Mejora	¿La empresa promueve mejoras en el desempeño del sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo?		X

Lista de cotejo ISO 14001: Sistema de Gestión Ambiental

Indicador	Ítems	Si	No
Contexto de la organización	La empresa establece y mejora de forma continua el Sistema de Gestión Ambiental para mejorar el desempeño ambiental?		X
	La empresa introduce diferentes actividades, servicios y productos con un alto nivel ambiental?		X
Liderazgo	La empresa demuestra liderazgo y el compromiso con el Sistema de gestión ambiental?		X
	La empresa establece políticas ambientales?		X
	La empresa tiene compromisos con el medio ambiente, como: la prevención de la contaminación?		X
Planificación	La empresa planifica y establece los objetivos ambientales que desea alcanzar dentro de sus funciones, y en los niveles pertinentes conoce previamente los aspectos ambientales significativos y las obligaciones de cumplimiento que se encuentran asociadas a los riesgos y las oportunidades?		X
Soporte	La empresa determina y facilitar los recursos necesarios para poder establecer, implantar, mantener y mejorar de forma continua el Sistema de Gestión Ambiental?		X
Operación	La empresa toma medidas para prevenir las consecuencias de situaciones de emergencias en casos del medio ambiente?		X
Evaluación de desempeño	La empresa evalúa el desempeño ambiental y la eficacia del sistema de gestión ambiental?		X
Mejora	La empresa mejora de forma continua la idoneidad, adecuación y eficacia del Sistema de Gestión Ambiental para mejorar el desempeño ambiental?		X
	La empresa reacciona ante la no conformidad tomando medidas inmediatas de acción para controlarlo y corregirlo, paliar los impactos ambientales adversos y tratar las consecuencias?		X

Lista de cotejo ISO 26000: Responsabilidad Social

Indicadores	Ítems	Si	No
Comprensión de la Responsabilidad social	La empresa tiene la voluntad de incorporar consideraciones sociales e ambientales en su toma de decisiones y actividades en la sociedad y medio ambiente?	X	
Reconocimiento de la responsabilidad social e involucrarse con las partes interesadas	La empresa determina la mejor manera para incrementar los impactos beneficiosos que generan las decisiones y actividades al involucrarse en una responsabilidad social?		X
Orientación sobre materias fundamentales de responsabilidad social	La empresa define su alcance de responsabilidad social e identifica asuntos pertinentes y establece prioridades en materias fundamentales, como: derechos humanos, medio ambiente, asuntos de consumidores, salud y seguridad?		X
Orientación sobre la integración de la responsabilidad social en toda la organización	La empresa tiene en cuenta los aspectos ambientales, sociales, de gobernanza de la organización a través de sus decisiones y actividades?		X

Objetivo 5: Analizar el impacto obtenido del pos test

Tabla 24

Pregunta 1

¿Considera que la empresa toma conciencia de las normas de certificación ISO como atributos significativos para mejorar la imagen de la empresa?

Alternativa	N°	Porcentaje
Desacuerdo	9	22
Indeciso	0	0
Acuerdo	32	78
Total	41	100

Fuente: Investigación propia

Análisis e interpretación: Según los resultados consolidados de la pregunta 1, el 22% están en desacuerdo y el 78% acepta la certificación como para la mejora de la empresa.

Tabla 25
Pregunta 2

¿Considera coherentes las pautas establecidas por la empresa, las cuales producen un comportamiento positivo en usted?

Alternativa	N°	Porcentaje
Desacuerdo	6	15
Indeciso	0	0
Acuerdo	35	85
Total	41	100

Fuente: Investigación propia

Análisis e interpretación: Según los resultados consolidados de la pregunta 2, el 15% están en desacuerdo y el 85% acepta la coherencia positiva por la empresa.

Tabla 26
Pregunta 3

¿Considera que la empresa le da a conocer todos sus productos que ofrece, o ha tenido que usted mismo informarse sin una orientación?

Alternativa	N°	Porcentaje
Desacuerdo	7	17
Indeciso	0	0
Acuerdo	34	83
Total	41	100

Fuente: Investigación propia

Análisis e interpretación: Según los resultados consolidados de la pregunta 3, el 17% están en desacuerdo y el 83% acepta que la empresa da a conocer todos sus productos que ofrece, forzando al mismo cliente a informarse sin orientación.

Tabla 27
Pregunta 4

¿Considera que la empresa toma en cuenta elementos de comunicación, así como aquellos elementos del entorno, que puedan afectar directa o indirectamente la imagen de la empresa?

Alternativa	N°	Porcentaje
Desacuerdo	4	10
Indeciso	0	0
Acuerdo	37	90
Total	41	100

Fuente: Investigación propia

Análisis e interpretación: Según los resultados consolidados de la pregunta 4, el 10% están en desacuerdo y el 90% acepta los elementos de comunicación, así como aquellos elementos del entorno, que afectan directamente la imagen de la empresa.

Tabla 28
Pregunta 5

¿Considera que la empresa utiliza diferentes estrategias y usa diversas fuentes, para obtener información y así mejorar la imagen de la empresa?

Alternativa	N°	Porcentaje
Desacuerdo	7	17
Indeciso	0	0
Acuerdo	34	83
Total	41	100

Fuente: Investigación propia

Análisis e interpretación: Según los resultados consolidados de la pregunta 5, el 17% están en desacuerdo y el 83% acepta que la empresa utiliza diferentes estrategias y usa diversas fuentes, para obtener información y así mejorar la imagen de la empresa.

Tabla 29
Pregunta 6

¿Considera que en la empresa se analiza cómo el personal administrativo utiliza en función de determinados condicionantes, las estrategias para procesar la información disponible?

Alternativa	N°	Porcentaje
Desacuerdo	12	29
Indeciso	0	0
Acuerdo	29	71
Total	41	100

Fuente: Investigación propia

Análisis e interpretación: Según los resultados consolidados de la pregunta 6, el 29% están en desacuerdo y el 71% acepta, las estrategias para procesar la información disponible

Tabla 30

Pregunta 7

¿Considera que la empresa se plantea un conjunto de posibilidades en cuanto a normas de certificación ISO, como situación estratégica en el sector comercial e industrial, y sobre la cual se podrán establecer una serie de soluciones o alternativas a nivel de Estrategia Global de Imagen Corporativa?

Alternativa	N°	Porcentaje
Desacuerdo	10	24
Indeciso	0	0
Acuerdo	31	76
Total	41	100

Fuente: Investigación propia

Análisis e interpretación: Según los resultados consolidados de la pregunta 7, el 24% están en desacuerdo y el 76% % acepta que la empresa plantea un conjunto de posibilidades en cuanto a normas de certificación ISO.

Tabla 31
Pregunta 8

¿Considera que la empresa trabaja en crear sensibilidad de la marca con la implementación de alguna certificación internacional ISO?

Alternativa	N°	Porcentaje
Desacuerdo	9	22
Indeciso	0	0
Acuerdo	32	78
Total	41	100

Fuente: Investigación propia

Análisis e interpretación: Según los resultados consolidados de la pregunta 8, el 22% están en desacuerdo y el 78% acepta que la empresa trabaja en crear sensibilidad de la marca con la implementación de alguna certificación internacional ISO.

Tabla 32

Pregunta 9

¿Considera que la empresa implementa alguna certificación internacional y lo promociona como atributo prioritario de imagen?

Alternativa	N°	Porcentaje
Desacuerdo	11	27
Indeciso	0	0
Acuerdo	30	73
Total	41	100

Fuente: Investigación propia

Análisis e interpretación: Según los resultados consolidados de la pregunta 9, el 27% están en desacuerdo y el 73% acepta, que la empresa implementa alguna certificación internacional y lo promociona como atributo prioritario de imagen.

Tabla 33
Pregunta 10

¿Considera que la empresa trabaja en posicionarse como referente al obtener alguna certificación internacional en el sector textil?

Alternativa	N°	Porcentaje
Desacuerdo	12	29
Indeciso	0	0
Acuerdo	29	71
Total	41	100

Fuente: Investigación propia

Análisis e interpretación: Según los resultados consolidados de la pregunta 10, el 29% están en desacuerdo y el 71% acepta, que la empresa trabaja en posicionarse como referente al obtener alguna certificación internacional en el sector textil.

Tabla 34
Pregunta 11

¿Considera que la empresa trabaja en mantener y reforzar los atributos actuales de imagen?

Alternativa	N°	Porcentaje
Desacuerdo	8	20
Indeciso	0	0
Acuerdo	33	80
Total	41	100

Fuente: Investigación propia

Análisis e interpretación: Según los resultados consolidados de la pregunta 11, el 20% están en desacuerdo y el 80% acepta, que la empresa trabaja en mantener y reforzar los atributos actuales de imagen.

Tabla 35
Pregunta 12

¿Considera que la empresa investiga y analiza atributos latentes o potenciales?

Alternativa	N°	Porcentaje
Desacuerdo	6	15
Indeciso	0	0
Acuerdo	35	85
Total	41	100

Fuente: Investigación propia

Análisis e interpretación: Según los resultados consolidados de la pregunta 12, el 15% están en desacuerdo y el 85% acepta, que la empresa investiga y analiza atributos latentes o potenciales para mejorar su condición empresarial.

3.1.2.2 Herramientas de diagnóstico

Diagrama de operaciones (DOP) y Mapa de flujo de valor (VSM)

Elaboración de Pantalones

Operación	Total
Tiempo estimado por el diseño	29.5 Minutos
Producción diaria	5000 Unidades
Cuello de botella (Remalle bolsillo y costura recta)	10.40 min x unidades

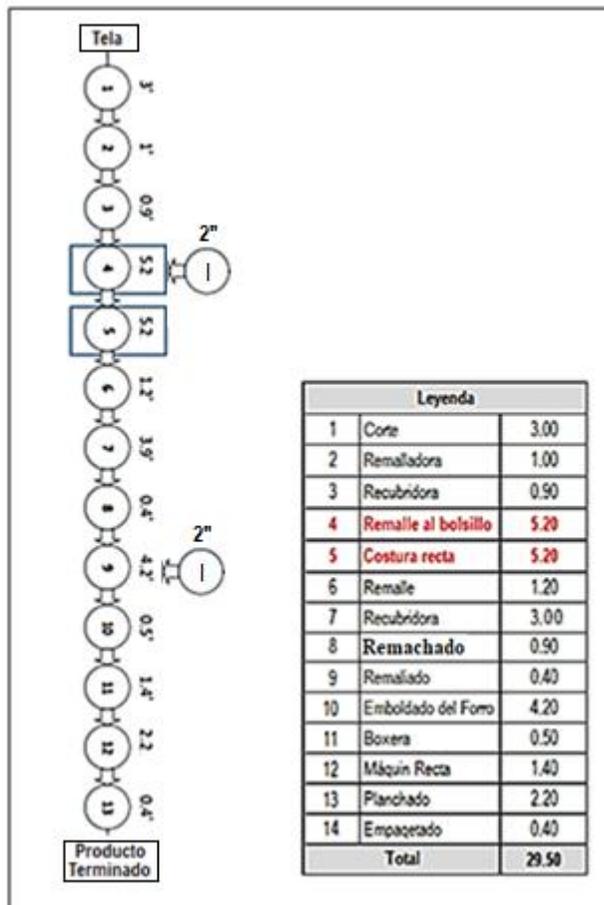


Figura 10: Diagrama del Proceso para la elaboración de Pantalones

Fuente: Investigación propia

* El proceso de inspección está considerada como operaciones auxiliares de control, esta reporta las observaciones de cada evidencia presentada para buscar la mejora de todo el proceso de elaboración del producto terminado,

Mapa de flujo de valor (VSM) en la Elaboración de Pantalones

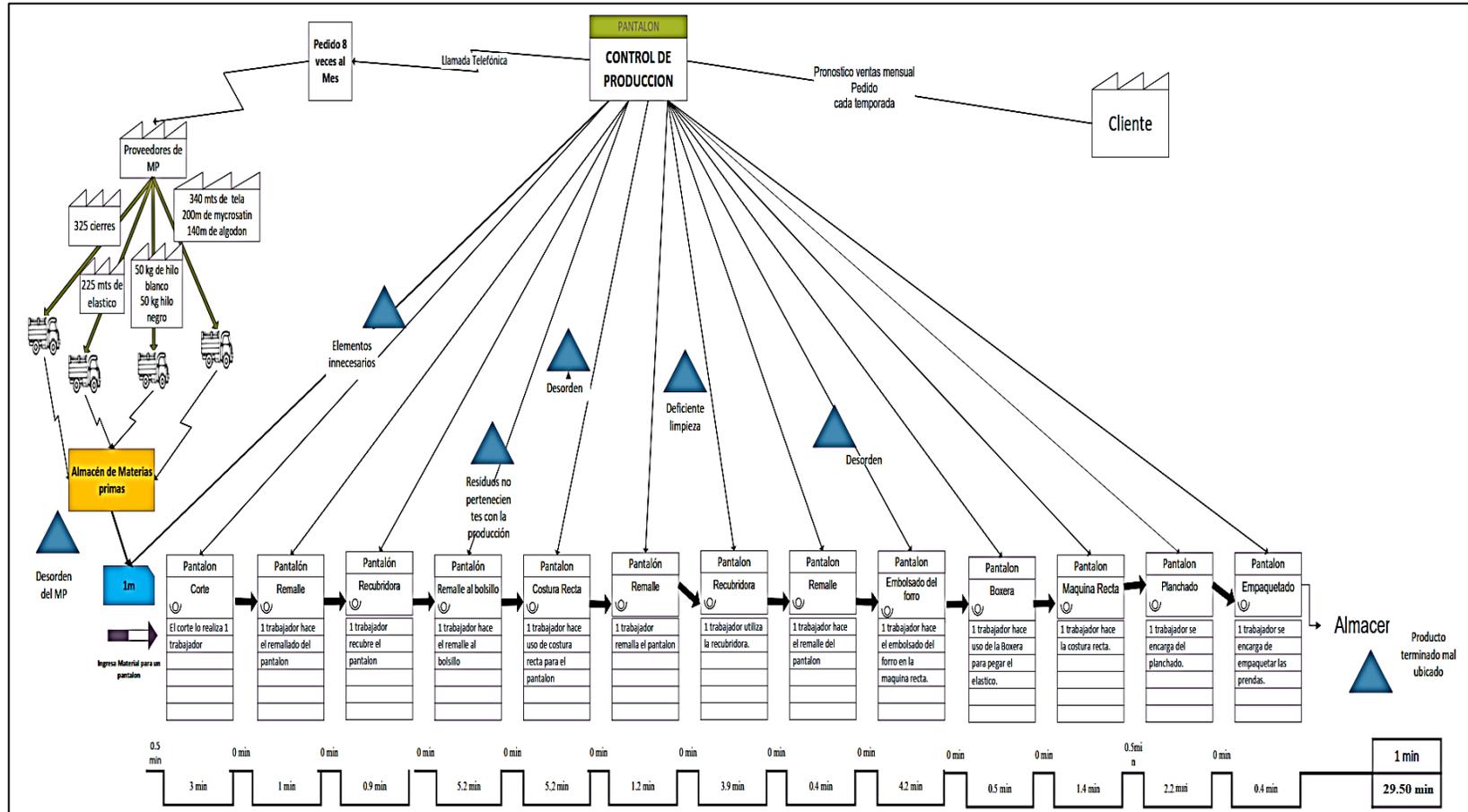


Figura 11: VSM actual del proceso de elaboración de pantalones

Fuente: Investigación propia

Elaboración de Casaca

Operación	Total
Tiempo estimado por el diseño	44.7 Minutos
Producción diaria / mensual	5000 Unidades
Cuello de botella (Máquina recta)	21 min x unidades

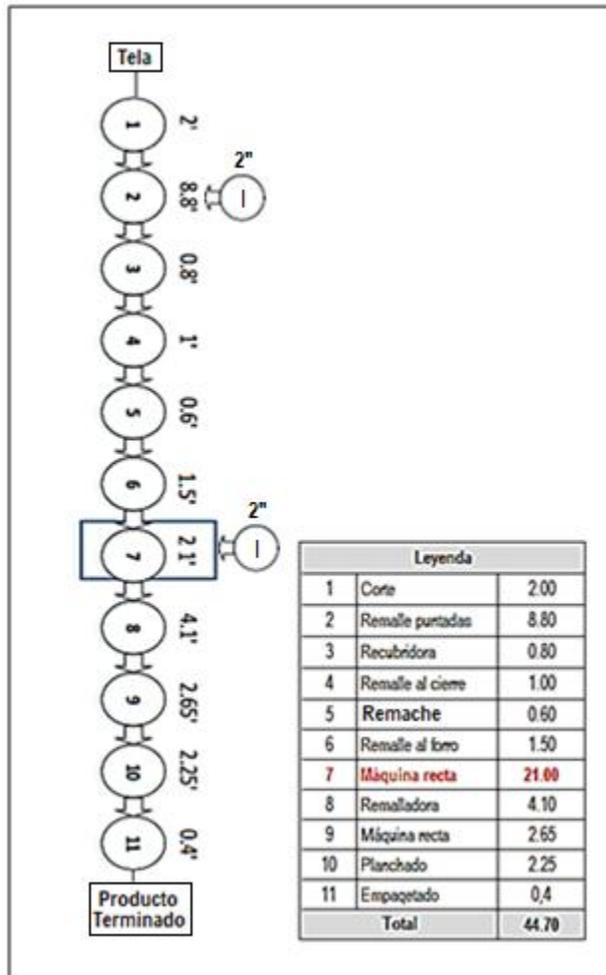


Figura 12: Diagrama del Proceso para la elaboración de casaca.

Fuente: Investigación propia.

* El proceso de inspección está considerada como operaciones auxiliares de control, esta reporta las observaciones de cada evidencia presentada para buscar la mejora de todo el proceso de elaboración del producto terminado,

Mapa de flujo de valor (VSM) en la Elaboración de Casaca

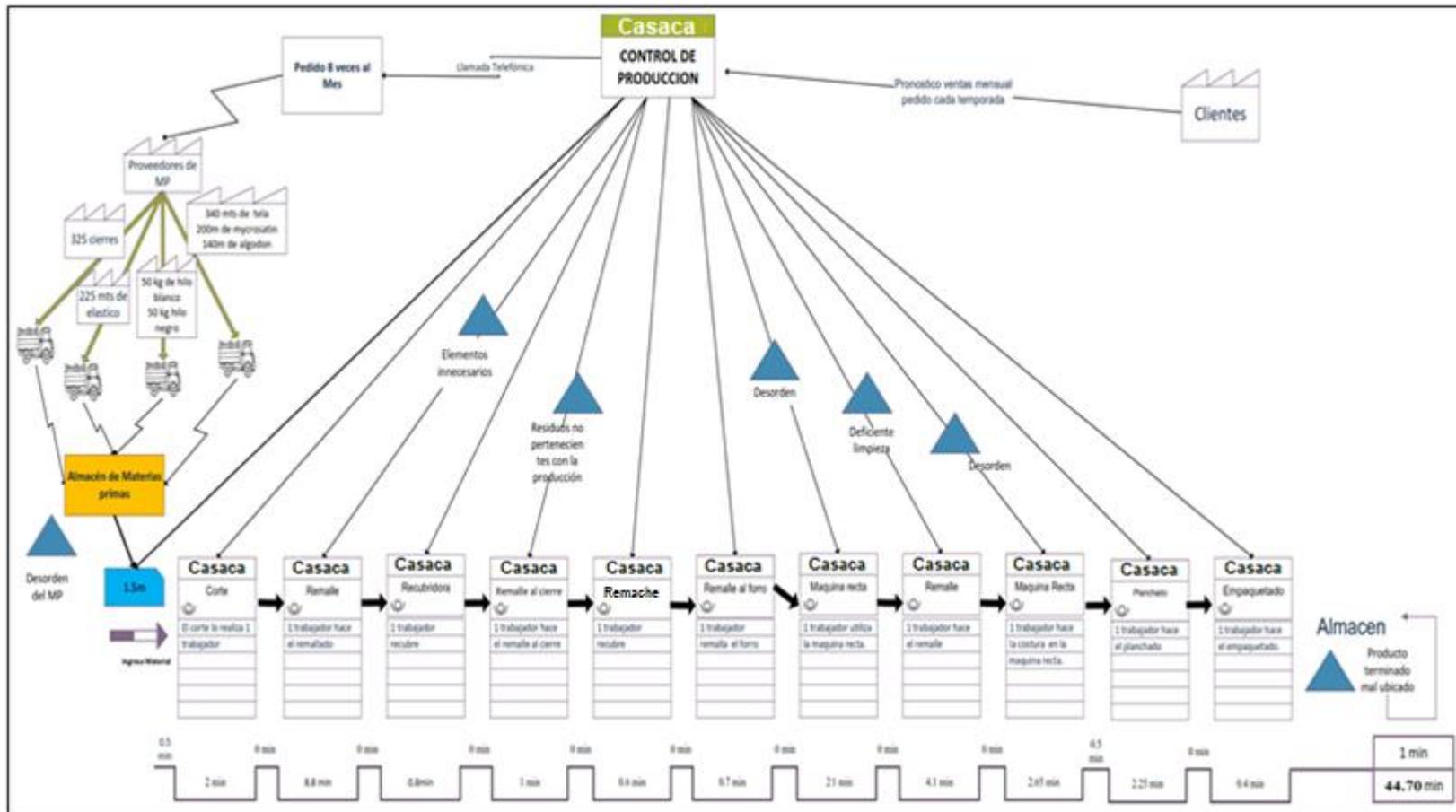


Figura 13: VSM actual del proceso de elaboración de casaca

Fuente: Investigación propia.

Análisis del VSM. A través de Métodos de Observación del entorno (STROBE), se realizó una definición de actividades para cada proceso del flujo de producción obteniendo indicadores como el Lead Time de producción diario (8 horas laborales), mensual (basado en 26 días laborales), sin embargo podemos apreciar los **cuellos de botellas** que se presentan y la repetición de procesos de manera secuencial generando pérdidas irreparables.

Tabla 36

Análisis Lead Time de Producción Mensual

Producto	Mensual	Cuello de botella	Tiempo	Tiempo adicional VSM
Pantalón	5,076	10.40	29.50	1.00
Casaca	3,348	21.00	44.70	1.00

Fuente: Investigación propia.

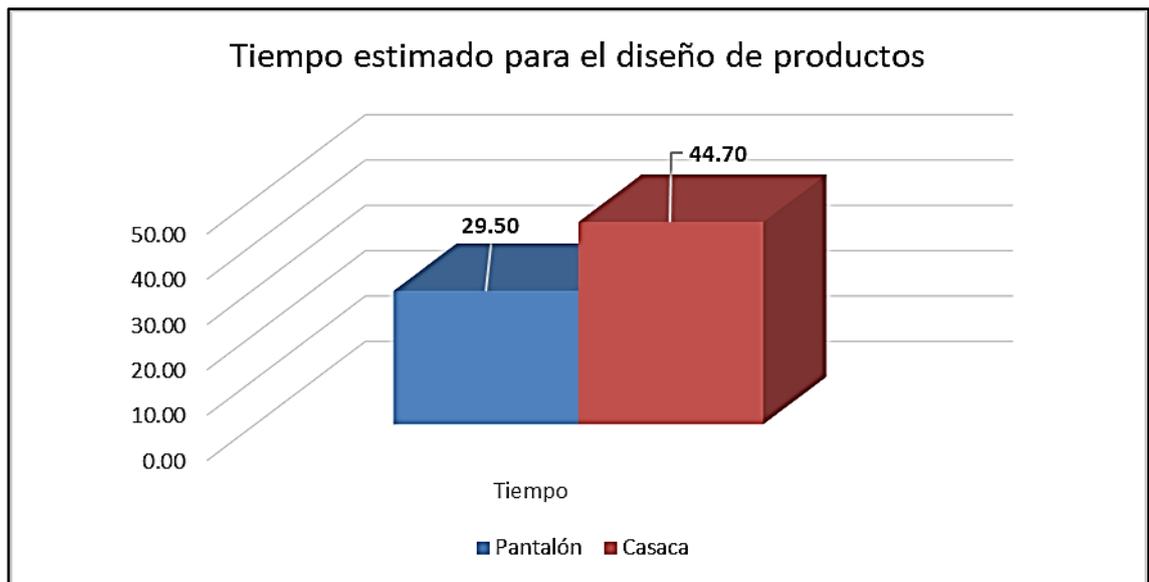


Figura 14: Representación gráfica de tiempos estimados para el diseño de productos.

Fuente: Investigación propia.

3.1.3 Situación actual de la variable dependiente

La imagen corporativa, es el resultado de la interpretación acumulativa de información de la empresa que llega al público. Cada público interpreta la información de un modo diferente, y le asigna un significado específico. Esa interpretación se realiza en base a la Cultura de la sociedad y a las experiencias previas del individuo.

“La formación de la imagen, es un proceso lento que implica un trabajo paciente en forma de acciones coordinadas en un programa de largo plazo”

La imagen corporativa posee 3 dimensiones que se analizaron siendo:

1. La imagen interna de la empresa que se construye a partir de la percepción que existe entre los colaboradores que trabajan, es aceptable las condiciones que se presenta.
2. La imagen intencional: Es la manifestación de la personalidad corporativa de la empresa. La imagen de la organización no se crea sino en la mente de los públicos, desde dicha empresa sólo se puede inducir, en mayor o menor grado, dicha imagen a partir de acciones estrictamente comunicativas y de difusión de lo que podríamos llamar su identidad comunicable. La empresa brinda la seguridad laboral respetando las condiciones legales y el buen clima laboral la cual lo hace aceptable este tipo de imagen.
3. La imagen pública: Es la percepción que el entorno tiene con los clientes. Existe buenas relaciones externas y son pocas las críticas o las demandas perjudiciales, para mantener esta imagen demanda mucha inversión con la publicidad utilizando los medios de mayor demanda que existen en el mercado.

En conclusiones la imagen corporativa tiene buen enfoque y es aceptable su modelo de aplicación.

3.2 Propuesta a implementar

3.2.1 Fundamentación

En el marco de mejorar la imagen corporativa, es que se ha elaborado una propuesta que tenga lineamientos y las estrategias de normas de certificación ISO para que la fábrica textil Modas Diversas, pueda lograr sus objetivos institucionales y a su vez fomentar la cooperación activa de los involucrados, como por ejemplo, la oportunidad de esta investigación de tesis de tipo descriptiva - propositiva, donde el tesista entrega una herramienta de gestión valiosa con la finalidad que los socios y la alta dirección de la fábrica tenga a bien analizarlo y posteriormente ejecutarlo. Es por ello que dentro de la tesis, se presenta estrategias basadas en las normas ISO 9001: 2015, ISO 45001, ISO 14001 E ISO 26000:2010 para mejorar la imagen corporativa de la fábrica estudiada.

Cabe señalar que, durante este periodo de tiempo de trabajo, se evaluó e identifico, aspectos técnicos en las variables de imagen corporativa como en el sistema integrado de gestión, teniendo en cuenta las normas ISO mencionadas en el objetivo general de la investigación y, poder así establecer una propuesta de estrategias, lo cual implicó generar un sistema basado en las características particulares de cada norma ISO. Se desplegará un trabajo con recursos propios, cuyos productos obtenidos han sido el insumo para la elaboración de estrategias.

En primer lugar, se presenta una encuesta para evaluar el estado actual de la imagen corporativa de la fábrica y, en segundo lugar, listas de cotejo para identificar puntos críticos influyentes de la imagen corporativa; posterior a ello, una serie de estrategias, según lo antes mencionado.

La propuesta incluye, estrategias basadas en las normas ISO 9001: 2015, ISO 45001, ISO 14001 E ISO 26000:2010 para mejorar la imagen corporativa de la fábrica.

Justificación: En las empresas modernas, el recurso más importante es el ser humano, los trabajadores, clientes y proveedores, quienes están involucrados y/o comprometidos en las numerosas funciones y operaciones laborales. Esto es vital para una organización, en donde las normas ISO en cada una de las áreas repercuten directamente en la imagen corporativa de la fábrica. En tal sentido se plantea la presente propuesta de estrategias de sistema integrado de gestión – SIG.

Alcance: La presente propuesta de estrategias es de aplicación para todas las áreas que pertenecen a la fábrica textil Modas Diversas del Perú SAC.

Metas: Una propuesta de estrategias de normas ISO 9001: 2015, ISO 45001, ISO 14001 E ISO 26000:2010.

Indicadores de Gestión: Producto específico: “Propuesta de un sistema integrado de gestión basado en las normas ISO 9001: 2015, ISO 45001, ISO 14001 e ISO 26000:2010 para mejorar la imagen corporativa de la fábrica textil Modas Diversas del Perú SAC. y los indicadores son:

- Número de estrategias diseñadas para su posterior aplicación.
- Nivel de satisfacción de los clientes.

Fines:

- Mejorar la relación entre los clientes, proveedores y los trabajadores, con ello asegurar la positiva percepción de la imagen corporativa en la empresa.
- Fomentar las condiciones adecuadas, conocimientos, actitudes positivas, mejoras en los objetivos y metas de trabajo los cuales ayudaran a mejorar la competitividad de la fábrica textil.

3.2.2 Objetivos

Objetivo general: Contribuir con las mejoras ejecutivas y operativas para lograr mayor aceptación en el mercado internacional, logrando competir con empresas de mayor demanda.

3.2.3 Desarrollo de Planes de acción para la implementación

3.2.3.1 ISO 9001-2015: Sistema de Gestión de Calidad

1. Argumentación

Los principales motivos para la implementación de ISO 9001 son:

- Mejorar la imagen y credibilidad consiguiendo la certificación en ISO 9001.
- Mejorar la satisfacción de los clientes cumpliendo sus requerimientos.
- Integrar y alinear mejor los procesos.
- Mejorar las decisiones fundamentándolas en datos obtenidos del sistema de gestión de calidad.

Los motivos secundarios para implementar ISO 9001 son:

- Generar una cultura de mejora continua de los procesos.
- Aumentar el compromiso de los empleados en relación con la mejora de procesos.

2. Objetivo

El objetivo del proyecto es:

- Obtener la certificación en ISO 9001.
- Elevar la calidad de los productos o servicios utilizando el enfoque sobre los procesos.
- Elevar la satisfacción de los clientes cumpliendo sus requerimientos.
- Aumentar la competitividad de [nombre de la organización].
- Mejorar la gestión de los procesos, actividades y funciones.
- Reducir costos a través de las mejoras continuas alcanzadas con el sistema de gestión de calidad ISO 9001.

3. Duración y estructura del proyecto

- El proyecto de implementación se divide en diferentes etapas:
- Inicio, planificación y evaluación: se configura el proyecto y se evalúan los procesos existentes. Se realiza un análisis de brecha.
- Implementación: se implementa el SGC; es decir, los requerimientos definidos en ISO 9001.

- Consolidación: auditoría y revisión de los resultados y comparación contra los requerimientos. Revisión y medidas correctivas de los problemas que surjan y configuración de actividades de mejora.

4. Recursos

Entre los recursos necesarios para la implementación del proyecto se incluyen recursos humanos, financieros y técnicos.

Recursos financieros:

- Monto: [definir monto de dinero necesario para finalizar el proyecto]
- Tipo de costos: [dividir los costos según el tipo e incluir aquí todos los recursos necesarios detallados; por ejemplo, recursos humanos internos y externos, recursos técnicos y de otro tipo]

Recursos humanos:

- Recursos internos - [lista de recursos internos; por ej., nombre del grupo, nombre del proyecto, etc.]
- Recursos externos - [lista de todos los recursos externos; por ej., empresa consultora, etc.]

Recursos técnicos:

- Herramienta - nombre de la herramienta: [ingrese el nombre de la herramienta]
- Equipamiento - [lista del equipamiento necesario]

Otros recursos: Documentación - [lista de toda la documentación requerida; por ejemplo, paquete de ISO 9001, norma ISO 9001:2015]

5. Entregables

Documentos entregables para procesos de medición, análisis y mejoras

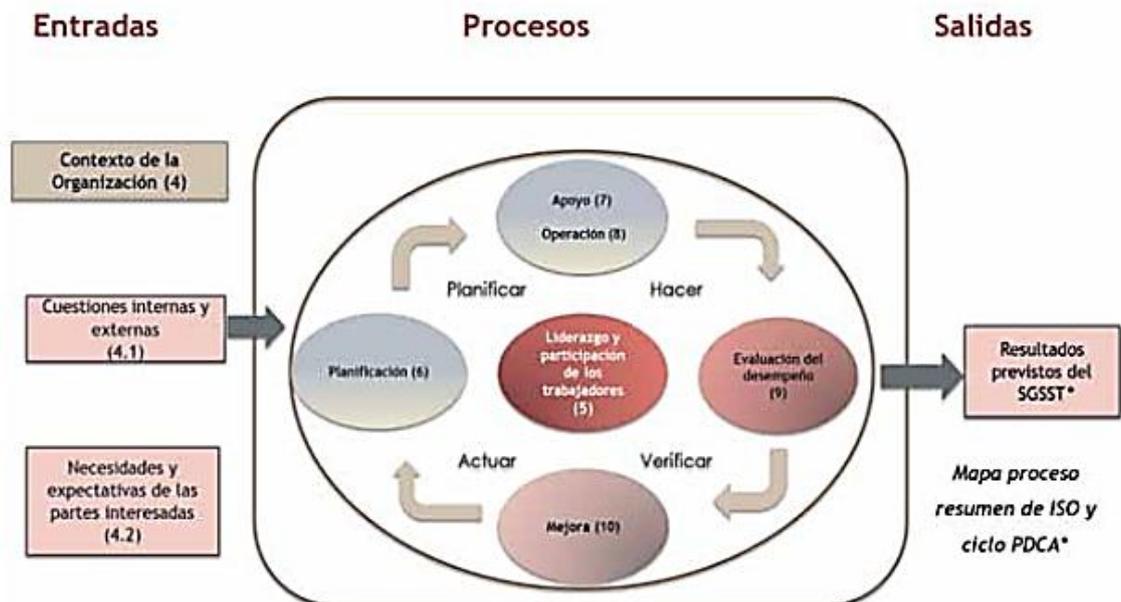
Se deben definir, documentar y posiblemente modificar los siguientes procesos vigentes.

- Auditoría interna (documento obligatorio para ISO 9001)

- Monitoreo y medición de productos y procesos
- Control de productos no conformes (documento obligatorio para ISO 9001)
- Medidas correctivas y preventivas (documento obligatorio para ISO 9001)

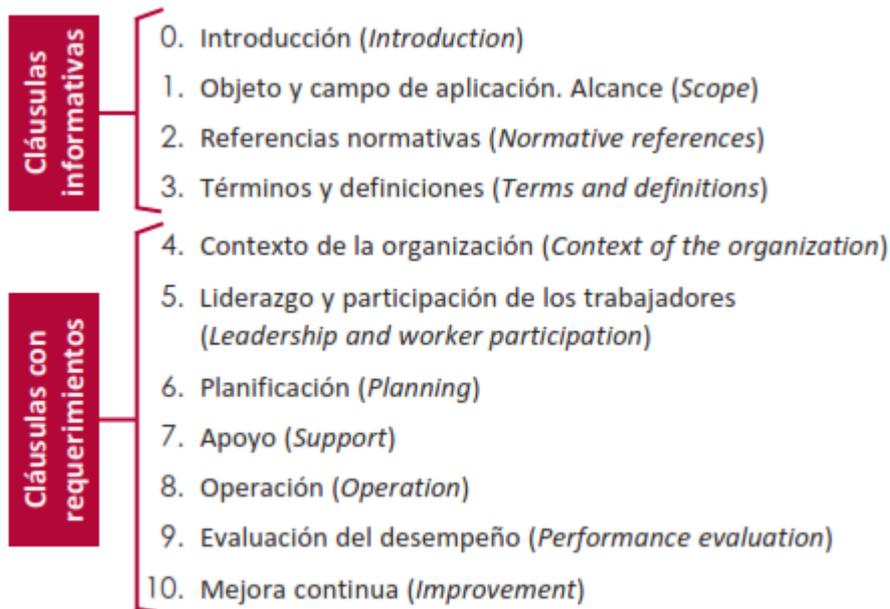
3.2.3.2 ISO 45001: Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo

La Norma cuenta con la Estructura de Alto Nivel (HLS) de las normas ISO de sistemas de gestión, compatible con el modelo de mejora continua “PDCA” (las siglas PDCA son el acrónimo de las palabras inglesas: Plan, Do, Check, Act, equivalentes en español a Planificar, Hacer, Verificar y Actuar). Dicha estructura facilita la integración de diferentes normas de sistemas de gestión, proporcionando un marco común y facilitando, por tanto, la integración con las Normas ISO 9001 y 14001 (en su versión de 2015). De este modo, permite aumentar su valor añadido y facilitar su implementación.



Las normas de los sistemas de gestión disponen de una estructura de referencia, es decir, de un texto básico idéntico, y de términos y definiciones comunes, que no se puede modificar, pero sí se puede incluir textos específicos de cada disciplina.

La estructura común de estas normas es la siguiente:



Para facilitar la interpretación de la estructura de la Norma ISO 45001, es necesario preparar a la empresa que cumplan los siguientes requisitos:

1. Comprensión de la organización y de su contexto
2. Comprensión de las necesidades y expectativas de los trabajadores y de otras partes interesadas
3. Determinación del alcance del sistema de gestión de la SST
4. Sistema de gestión de la SST
5. Liderazgo y participación de los trabajadores
6. Política de la SST
7. Roles, responsabilidades y autoridades en la organización
8. Consulta y participación de los trabajadores
9. Identificación de peligros y evaluación de los riesgos y oportunidades
10. Determinación de los requisitos legales y otros requisitos
11. Planificación de acciones
12. Objetivos de la SST y planificación para lograrlos
13. Recursos
14. Competencia
15. Toma de conciencia

16. Comunicación
17. Información documentada
18. Eliminar peligros y reducir riesgos para la SST
19. Gestión del cambio
20. Compras
21. Contratistas
22. Contratación externa
23. Preparación y respuesta ante emergencias
24. Evaluación del cumplimiento
25. Auditoría interna
26. Revisión por la dirección
27. Incidentes, no conformidades y acciones correctivas
28. Mejora continua

Si se opta por una implementación gradual es recomendable incluir las actividades, productos y servicios que puedan tener un mayor impacto en los resultados de seguridad y salud de los trabajadores, con el fin de no excluir peligros esenciales y que la certificación parcial del sistema no induzca a error a las partes interesadas. Antes de iniciar el proceso de implementación se debe estructurar el mecanismo de acción siendo:

1. Conformidad de la dirección
2. Nombramiento de la representación de la dirección
3. Comité de implementación
4. Procesos
5. Manual de Gestión
6. Formación
7. Implementación del sistema
8. Auditoría Interna
9. Revisión por la dirección
10. Certificación

3.2.3.3 ISO 14001: Sistema de Gestión Ambiental

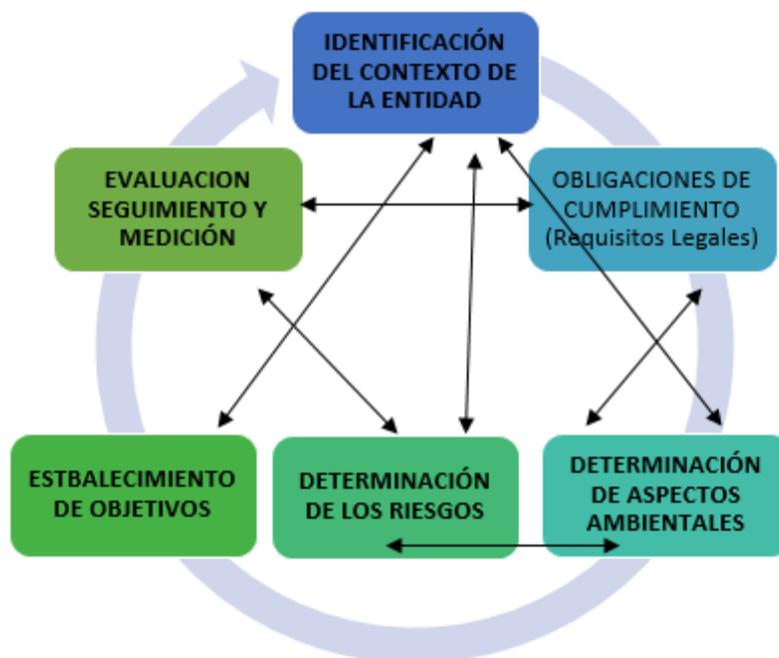
Es necesario definir la metodología para determinar los riesgos y oportunidades para el Subsistema de Gestión Ambiental, a través de la identificación de las características del contexto, el análisis de las partes interesadas, los aspectos ambientales y las obligaciones de cumplimiento, con el fin de mejorar continuamente el desempeño ambiental de la entidad.

- **Alcance:** Inicia con las definiciones necesarias para la Gestión Ambiental, continúa con descripción de la metodología de identificación del contexto de la organización y análisis de las partes interesadas, la identificación de los Aspectos e Impactos Ambientales, la identificación de las obligaciones de cumplimiento, la explicación de los instrumentos definidos para estos fines y, finaliza con las directrices para la formulación de objetivos ambientales producto de los controles establecidos.

- **Requisitos de calidad aplicables:** Esta Guía apoya el cumplimiento a los lineamientos establecidos en la Norma Técnica Colombiana NTC-ISO 14001; Sistema de Gestión Ambiental, y los criterios definidos en el procedimiento de Planificación Ambiental. Las siguientes definiciones son tomadas de la Norma Técnica NT- ISO 14001.
 - ✓ **Aspecto Ambiental:** Elemento de las actividades, productos o servicios de una organización, que puede interactuar con el medio ambiente.
 - ✓ **Criterio del Desempeño Ambiental:** Objetivo ambiental, meta ambiental u otro nivel de desempeño ambiental establecido por la dirección de la organización y empleado con el propósito de evaluar el desempeño ambiental.
 - ✓ **Desempeño Ambiental*:** Resultados medibles de la gestión de una organización sobre sus aspectos ambientales.
 - ✓ **Impacto Ambiental:** Cualquier cambio en el medio ambiente, sea adverso o beneficioso, total o parcial, resultante de las actividades, productos o servicios de una organización.

- ✓ **Medio Ambiente:** Entorno en el cual una organización opera, incluyendo el aire, el agua, el suelo, los recursos naturales, la flora, la fauna, los seres humanos y sus interrelaciones.
 - ✓ **Meta Ambiental:** Requisito detallado de desempeño, cuantificado cuando sea posible, aplicable a la organización o a parte de la misma, que proviene de los objetivos ambientales y que es necesario establecer y cumplir para alcanzar dichos objetivos.
 - ✓ **Objetivo Ambiental:** Fin ambiental de carácter general, que tiene su origen en la política ambiental, que una organización se establece a sí misma, y que está cuantificado siempre que sea posible.
 - ✓ **Parte(s) Interesada(s):** Individuo o grupo relacionado con, o afectado por el desempeño ambiental de una organización.
 - ✓ **Recurso:** Elemento o componente ambiental (suelo, agua, aire, flora y fauna) que interactúa con el aspecto ambiental generado por la entidad y que puede presentar mejora o deterioro de acuerdo al impacto ambiental.
 - ✓ **Significancia del impacto ambiental:** Clasificación establecida para interpretar de forma unificada la relevancia del impacto ambiental dentro de la Superintendencia Nacional de Salud, según los siguientes criterios:
 - ✓ **Subsistema de Gestión Ambiental*:** La parte del Sistema Integrado de Gestión que incluye la estructura de organización, las actividades de planificación, las responsabilidades, las prácticas, los procedimientos, los procesos y los recursos para desarrollar, implementar, realizar, revisar y mantener la Política Ambiental y manejar sus Aspectos Ambientales.
 - ✓ **Tipo de impacto:** Se refiere al carácter beneficioso (positivo +) o perjudicial es decir mejora la calidad ambiental del recurso, de la entidad y/o el entorno (negativo -) Deteriora la calidad ambiental del recurso, de la entidad y/o el entorno.
- **Valoración del impacto ambiental:** Procedimiento técnico que permite interpretar cualitativa o cuantitativamente a través de variables, como escalas de valor fijas que definen los atributos mismos del impacto ambiental así como el cumplimiento normativo en relación con el aspecto ambiental.

Planificación ambiental: Teniendo como referencia la Planificación ambiental, código ASPD05. La presente Guía pretende facilitar la planificación, implementación, revisión y mejora de la Gestión Ambiental, con el fin de aplicarla a los diferentes procesos de la Superintendencia Nacional de Salud en todas sus sedes. Para desarrollar una adecuada Gestión Ambiental en la Superintendencia Nacional de Salud, es necesario seguir una metodología, y establecer unas actividades o pasos que permitan cumplir con este cometido. Por ello a continuación se establecen las siguientes etapas a seguir:



Análisis de contexto de la organización: En primera instancia la entidad, como lo indica la Planificación ambiental, se deben comprender las cuestiones internas y externas importantes que pueden afectar, ya sea positiva o negativamente, la forma en que la Superintendencia gestiona su Subsistema de Gestión Ambiental, tales como circunstancias cambiantes que afectan la capacidad para lograr los resultados ambientales previstos.

Para el adecuado seguimiento se diligencia la información analizada en el formato del Contexto organizacional ambiental. Adicional se debe tener en cuenta el documento Plan Integral de Gestión Ambiental.

En donde se podrán identificar Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, incluyendo dentro del análisis la información relevante de los requisitos de las partes interesadas. Este resultado fortalecerá los objetivos que se establezcan y a los cuales se les realizará cumplimiento a través de los indicadores establecidos.

Adicional las principales amenazas y debilidades, serán evaluadas y analizadas en la matriz de riesgos ambientales establecida.

Identificación de Aspectos Ambientales.

a) Identificar Aspectos e Impactos Ambientales.

- 1) El proceso de identificación de aspectos ambientales será liderado por el Coordinador del Grupo de Recursos Físicos. Para esto puede contar con la participación de un grupo convocado para tal fin, un consultor externo o puede realizarlo autónomamente.
- 2) Se debe de actualizar la identificación de aspectos ambientales cuando:
 - a. Se adquiera un nuevo material.
 - b. Se instale un nuevo equipo o sistema.
 - c. Se contrate un nuevo servicio, que se desarrolle en las instalaciones.
 - d. Se presente cambios en la legislación aplicable.
- 3) La identificación de los aspectos de las actividades y servicios, deberá ser revisada por lo menos una vez al año, con el fin de identificar mejoras o modificaciones como:
 - a. Cambios en la Legislación aplicable.
 - b. Eficacia de las medidas de control vigentes.
- 4) La identificación de Aspectos e Impactos Ambientales se realiza por Actividades, y se agrupará por proceso, por lo cual se debe identificar el o los procesos de cada dependencia.

- 5) Identificadas las actividades, se busca responder la siguiente pregunta:
¿Cuáles son las entradas y salidas de materiales, elementos y servicios públicos, de los procesos relacionados a cada Dependencia?
- 6) Se procede a identificar las actividades, empleando la siguiente pregunta:
¿Qué actividades se desarrollan en su proceso?

Nota: Para la identificación de los aspectos ambientales es necesario analizar las diferentes etapas durante la prestación del servicio, con el fin de incluir la perspectiva del ciclo de vida dentro del análisis ambiental.

- 7) Se procede a analizar los recursos naturales, servicios públicos y elementos que interactúan con la operación de la entidad. Para esto emplee la siguiente pregunta:
¿Qué recurso natural, servicio público o elemento del entorno estoy usando o consumiendo en las actividades del proceso?
- 8) A partir de la información obtenida, se realiza la identificación de Aspectos Ambientales, con el apoyo de las siguientes preguntas:
 - a. ¿Qué se genera en las actividades del proceso por el uso o consumo del servicio público, recurso natural o elemento del entorno?
 - b. ¿Qué salidas, productos o desechos se producen en las actividades del proceso por el uso o consumo del servicio público, recurso natural o elemento del entorno?
- 9) A continuación, se procede a realizar la identificación de Impactos Ambientales, empleando la siguiente tabla guía para determinar la relación con base en los aspectos identificados. (esta tabla es una guía: pueden existir más impactos o aspectos de los identificados en la misma)

Tabla 37.*Guía de impactos reales en condiciones de operación normal*

Elemento	Aspecto	Impacto
Agua	Consumo de agua	Agotamiento del recurso
	Generación de aguas residuales domesticas	Contaminación del agua
Aire	Fugas	Contaminación del aire
	Generación de emisiones	Contaminación del aire Agotamiento de la capa de ozono
	Generación de ruido	Afectación a la comunidad
Aire, Agua, suelo	Consumo de materiales - Energía eléctrica - Combustibles - Madera – Papel	Agotamiento de los recursos
	- Sustancias químicas - Materiales de construcción	
	Generación de residuos sólidos - No aprovechables	Disminución vida útil de relleno sanitario
	- Aprovechables - RESPEL	Contaminación de aire, agua y suelo
	- RAEE	Contaminación de suelo y aire
	Orden y aseo	Contaminación visual

Fuente: ISO 14001

Tabla 38.*Guía de impactos reales y potenciales en condiciones de emergencia*

Peligro potencial	Impacto potencial
Colapso estructural	Generación de escombros
	Disminución vida útil de relleno sanitario
Derrame y fugas (Emisiones toxicas)	Disminución vida útil de relleno sanitario
	Contaminación del agua
	Contaminación del aire
	Contaminación del suelo
Explosión	Generación de RAEES
	Disminución vida útil de relleno sanitario (generación de escombros)
	Contaminación del aire
Incendio	Generación de RAEES
	Contaminación del aire
	Perdida del recurso
Inundación	Afectación de la salud
	Disminución vida útil de relleno sanitario (generación de escombros)
	Daño a la propiedad
	Daño al medio ambiente
Sismo	Generación de escombros
	Disminución vida útil de relleno sanitario
	Daño a la propiedad
	Daño al medio ambiente

Fuente: ISO 14001

Tabla 39.

Guía de impactos reales y potenciales en condiciones de operación anormal

Aspecto	Impacto
Fugas de Agua	Agotamiento de recursos naturales
Fugas de aceite vehículos	Contaminación de aire, agua y suelo
Generación de Residuo peligroso (RESPEL)	Contaminación de aire, agua y suelo
Derrames productos de aseo	Contaminación del agua y suelo.

10) A continuación, con el apoyo de la pregunta ¿Qué tipo de cambio o consecuencia (positivo o negativo), se genera en la naturaleza por los Aspectos Ambientales identificados?, se analiza la influencia o el carácter del impacto.

11) Se procede a diligenciar la información obtenida en el formato Matriz de Aspectos e Impactos Ambientales, bajo las siguientes orientaciones.

b) Evaluación y Valoración de Aspectos Ambientales Significativos.

Para la valoración de Aspectos e Impactos Ambientales, se continúa diligenciando el formato Matriz de Aspectos e Impactos Ambientales, código ASFT17, para realizar la conversión de características físicas a valores, se han definido unos criterios de valoración, con base en las siguientes preguntas:

- ¿Se ha calculado o existe una idea aproximada de la cantidad de recursos que gastaría la entidad para reparar el daño causado al ambiente por la no planificación de medidas preventivas? (Si dispone de cifras o datos al respecto, puede indicarlos).
- ¿Se tiene conocimiento de las normas que regulan los impactos ambientales identificados, en su(s) proceso(s)?
- ¿Se conoce a donde llegan o finalizan los impactos que son generados por los procesos de su dependencia?

En consecuencia, se procede a realizar una evaluación cuantitativa de esos aspectos teniendo en cuenta criterios de Severidad, Cobertura, Duración, Aspectos legales; el valor allí obtenido es multiplicado por la frecuencia en que se presenta el aspecto ambiental. Los intervalos de calificación de cada uno de los criterios se describen a continuación:

Tabla 40.
Criterios de Valoración de Aspectos Ambientales

Parámetro	Rango	Criterio
Severidad: pérdida expresada en dinero por reposición de daños, pérdidas (materiales, personales y/o ambientales) y/o multas.	1	Se requieren recursos entre 0 y un millón de pesos en reposición por daños, pérdidas y/o multas.
	2	Se requieren recursos entre un millón y cinco millones de pesos en reposición por daños, pérdidas y/o multas.
	3	Se requieren recursos superiores a cinco millones de pesos en reposición por daños, pérdidas y/o multas.
Cobertura: es el alcance del impacto asociado con el aspecto ambiental.	1	Puntual: En el sitio de generación del aspecto.
	2	Local: Sale del punto de generación del aspecto ambiental
	3	Regional: Traspasa las instalaciones, efecto sobre vecindades y la comunidad
Duración: tiempo que tarda el medio ambiente en recuperar su funcionalidad biológica (vuelva a ser ecológicamente activo)	1	Tiempo de recuperación entre 0 y un mes.
	2	Tiempo de recuperación entre un mes y 2 años.
	3	Tiempo de recuperación superior a 2 años.

Fuente: ISO 14001

Una vez ya se haya valorado cada aspecto de acuerdo a la Tabla se realiza la valoración del aspecto ambiental:

Valoración del Aspecto Ambiental: $VAA = \text{Severidad} * \text{Cobertura} * \text{Duración}$

Evaluación del Aspecto Ambiental: La evaluación del aspecto ambiental es el resultado de multiplicar la Valoración del aspecto ambiental –VAA- por la frecuencia en que se presenta.

Probabilidad: Hace referencia a qué tan probable es que se presente el aspecto	0,1	Remoto (Es muy difícil que se presente, generalmente en situaciones de emergencia)
	0,3	Improbable (Está supeditado a seguimientos largos y pueden suceder descuidos)
	0,5	Posible, (Se puede presentar presenta una o más de una vez)
	1	Probable (Sucede y se mantiene)

De esta forma se obtiene la significancia del Aspecto Ambiental. Con base en la significancia de los Aspectos Ambientales es posible determinar el riesgo asociado; los aspectos significativos y negativos están asociados a amenazas y los aspectos ambientales significativos con impacto positivo a oportunidades. Para el desarrollo de esta casilla seleccione de la lista desplegable entre las opciones amenaza u oportunidad. Esta información también alimentará el Contexto Organizacional Ambiental, código ASFT21.

Lo valores de los criterios analizados se diligencian en las casillas correspondientes del formato Matriz de aspectos e impactos ambientales, código ASFT17, como se enseña en la figura anterior.

c) Priorización de Aspectos Ambientales

Una vez evaluados los aspectos de acuerdo a la metodología establecida se realiza la priorización de los mismos, con base en la Tabla 5. La interpretación de la significancia del aspecto ambiental se determina de acuerdo a los siguientes parámetros:

Tabla 41.
Significancia de Aspectos Ambientales

Intervalo	Interpretación	Significancia del aspecto
0 – 9	Bajo	No significativo. Se debe mantener la gestión y las actividades que se han venido desarrollando. Sin embargo debe monitorearse que en próximas evaluaciones el nivel de significancia no aumente.
9,1 – 18	Medio	No significativo. Se deben implementar controles operacionales para la mitigación de los impactos pero no se requiere un Plan o Programa.
18,1 – 27	Alto	Significativo. Exige atención prioritaria e inmediata. Requiere el diseño, implementación y seguimientos de un Plan o Programa para el control del impacto.

La información de la evaluación de aspectos e impactos ambientales se registra en el formato Matriz de aspectos e impactos ambientales.

d) Control de Impactos Ambientales Significativos

También se identifican los controles que aplican a los Aspectos Ambientales en el proceso correspondiente, esto con el fin de compensar, reducir o mitigar los impactos ambientales que se generan, y evitar que se desvíen de las metas, objetivos y políticas que establezca el Subsistema de Gestión Ambiental. Para esto se pueden apoyar en las siguientes preguntas:

- ¿Dentro de los procedimientos de la dependencia, qué actividades o políticas de operación pueden incluirse para controlar los impactos ambientales?
- ¿Qué tipo de acciones documentadas se pueden desarrollar para reducir los Aspectos e Impactos Ambientales del proceso?

- ¿Qué tipo de acciones se pueden implementar desde el directivo de la dependencia o en las reuniones de autoevaluación, para mitigar o reducir los impactos ambientales?
- ¿Qué acciones se pueden implementar dentro de los procesos o dependencia, para apoyar el cumplimiento del Plan ambiental de la Superintendencia Nacional de Salud?
- ¿Qué tipo de tecnologías, sistemas de información o herramientas informáticas se pueden emplear para corregir o prevenir la generación de Aspectos e Impactos Ambientales?

Las medidas de control se empiezan a aplicar de acuerdo la significancia del aspecto, es decir primero se intervienen los aspectos significativos (generalmente a través de programas de gestión) y por último los evaluados como No significativos. Las acciones de control se establecen teniendo en cuenta diferentes alternativas que sean técnica y económicamente viables: eliminación, sustitución, controles de ingeniería y administrativos, entre otros.

Finalmente, se diligencian las casillas finales del formato Matriz de aspectos e impactos ambientales, código ASFT17, Con las observaciones de nuevas implementaciones o planes de acción para implementar.

e) Registros de Identificación de Aspectos e Impactos Ambientales

Como resultado del ejercicio de valoración de Aspectos e Impactos Ambientales, se generarán los siguientes documentos:

- ✓ Matriz de Aspectos e Impactos diligenciada.

Una vez terminados y/o actualizados, los documentos mencionados anteriormente, deberán ser remitidos máximo cinco días hábiles después de la realización del ejercicio a la Oficina Asesora de Planeación con el fin de aprobarla e incluirla dentro de la documentación de la Entidad.

Obligaciones de cumplimiento: La Superintendencia Nacional de Salud, para dar cumplimiento a los requisitos legales y los requisitos de las partes interesadas, se basa en el procedimiento Obligaciones de cumplimiento. Al identificar las obligaciones de cumplimiento asociadas a sus aspectos ambientales y en donde se pueden visualizar aquellas amenazas y oportunidades para el Subsistema de Gestión Ambiental. Esta información se debe registrar en la Matriz de Obligaciones de cumplimiento y se evalúa mediante la verificación de los registros de cumplimiento de los criterios identificados.

Objetivos Ambientales y planificación para lograrlos: A través del procedimiento de Planificación Ambiental, y el Plan Integral de Gestión Ambiental, y con relación a las directrices de la Política, el alcance del Subsistema de Gestión Ambiental y, teniendo en cuenta el resultado del análisis del contexto organizacional ambiental, la identificación de aspectos ambientales significativos, las obligaciones de cumplimiento, se procede a la formulación de los objetivos del sistema de gestión ambiental a través del Despliegue de Objetivos y Plan Gerencial.

Comunicación y socialización: La información que se comunicara con el apoyo de la Oficina Asesora de Comunicaciones Estratégicas e Imagen Institucional, y de la Secretaria General a través de los diferentes mecanismos para esto, corresponde a la siguiente:

- Política Ambiental
- Objetivos ambientales
- Obligaciones de cumplimiento
- Principales aspectos Ambientales generados
- Cambios realizados y que afecten el sistema de Gestión Ambiental
- Procedimientos de controles operativos específicos
- Resultados de revisión gerencial, desempeño ambiental de la organización

Esta comunicación podrá realizarse por cualquiera de los medios con los que cuenta la entidad entre otros:

- Correo electrónico
- Publicaciones en carteleras

- Publicaciones la página Web de la entidad
- Publicaciones en intranet
- Plataforma virtual
- Capacitaciones
- Comunicados

El desarrollo de las comunicaciones se realizará desde el momento mismo del ingreso asegurando un conocimiento integral del sistema de gestión ambiental implementado.

- Inducciones
- Reuniones
- Divulgaciones

De igual manera todos podrán participar de la mejora del Sistema de Gestión Ambiental a través de las sugerencias enviadas a través del Coordinador del Grupo de Recursos Físicos o Asesor de la Secretaría General:

- Comunicados escritos.
- Correo electrónico.
- Plataforma interna.
- Otros grupos de participación (SGSST).

Comunicación externa: Para la comunicación con entidades externas o con los requerimientos de las partes interesadas, las inquietudes o comunicados podrán ser recibidos y contestados a través de la Secretaria General en coordinación con la Oficina de Comunicaciones:

- Comunicados directos de la entidad.
- Correo electrónico.

3.2.3.4 ISO 26000: Responsabilidad Social

Según la ISO 26000 las materias fundamentales son: el gobierno organizacional, los derechos humanos; las prácticas laborales; el medio ambiente; las prácticas justas de operación; los asuntos de consumidores; la participación activa y el desarrollo de la comunidad. Otros asuntos, como los factores económicos, los aspectos relacionados con la salud y la seguridad, la cadena de suministro o asuntos de género se tratan transversalmente en las materias fundamentales.

Derechos Humanos: Hay dos categorías amplias de derechos humanos: la primera se refiere a los derechos civiles y políticos y a la igualdad ante la ley. La segunda se refiere a los derechos económicos, sociales y culturales, incluido el derecho al trabajo, a la educación y a la alimentación. La mayoría de las leyes sobre los derechos humanos se refieren a la relación entre el Estado y el individuo, pero también las empresas privadas, pueden tener un efecto sobre los derechos humanos. Los siguientes asuntos referentes a los derechos humanos deberían ser considerados:

Situaciones de riesgo en materia de derechos humanos: Las empresas deberían ser conscientes de las circunstancias y de los entornos que ponen en riesgo los derechos humanos (por ejemplo, en situaciones de inestabilidad política, pobreza, después de desastres naturales, corrupción, no presencia de derechos civiles y políticos). Además, las empresas deberían comportarse de tal manera que eviten toda complicidad con la violación de los derechos humanos. Deberían informarse sobre las condiciones sociales y medioambientales en que se producen determinadas mercancías

Discriminación y grupos vulnerables: Una empresa debería tener en cuenta todos los grupos sociales y especialmente los grupos vulnerables, para evitar su exclusión y discriminación. Los grupos vulnerables pueden estar constituidos, entre otros, por mujeres, personas con alguna discapacidad e inmigrantes.

Prácticas laborales: Las prácticas laborales incluyen, entre otros asuntos, la contratación de empleados, la finalización del contrato, la formación, los salarios, la salud y seguridad en el trabajo. Todos los estándares laborales relevantes han sido adoptados por la legislación o a través de convenios colectivos. Los asuntos prioritarios deberían ser:

- **Condiciones laborales y protección social:** Una empresa debería asegurarse de que las condiciones laborales cumplan con la legislación nacional y/o los estándares establecidos por los convenios colectivos (por ejemplo, los salarios, las jornadas, las vacaciones, las prácticas de despido, la protección de la maternidad y el acceso a los sistemas de seguridad social)
- **Diálogo social:** Las empresas deberían respetar e implementar los resultados del diálogo social, teniendo en cuenta el marco legal existente y las tradiciones nacionales
- **Salud y seguridad en el trabajo:** Con el fin de prevenir enfermedades, heridas o incluso las muertes relacionadas con el empleo, una empresa debería desarrollar, implementar y mantener una política de salud y seguridad ocupacional que cumpla con la legislación nacional respectiva o que voluntariamente vaya más allá
- **Desarrollo humano y formación:** Las empresas deberían permitir a sus trabajadores desarrollar sus aptitudes y acceder a la formación cuando ello sea posible.

Medio ambiente

- Las actividades de las empresas pueden tener un impacto sobre el medio ambiente. Por lo tanto, deberían comportarse de manera responsable con el medio ambiente, aumentando la concienciación, analizando y minimizando su impacto potencial:
- **Prevenir la contaminación:** Implementar tecnologías o estrategias para reducir las emisiones contaminantes en el aire o en el agua, el uso y los residuos químicos y tóxicos peligrosos, y optimizar la gestión de residuos

- **Uso sostenible de recursos:** Los recursos no renovables (combustibles fósiles, metales etc.) deberían ser reemplazados por recursos renovables allí donde sea posible. Paralelamente, el uso de recursos debería ser minimizado en la medida de lo posible (energía, agua, materiales)
- **Atenuación del cambio climático:** Cada empresa debería considerar su posible contribución al cambio climático, con el objetivo de identificarla, reducirla y minimizarla
- **Protección de los ecosistemas:** Una empresa puede actuar de manera más socialmente responsable si protege y restaura el hábitat natural minimizando así el posible impacto de sus actividades.

Todas las actividades ambientales deberían ser tratadas a nivel local y regional en cooperación con los interlocutores afectados.

Prácticas justas de operación: Las empresas deberían operar de manera justa frente a sus clientes y socios, proveedores, instituciones de gobierno y otros. Los siguientes asuntos relativos a las prácticas justas de operación pueden ser relevantes:

- **Anticorrupción:** para prevenir la corrupción a todos los niveles. por ejemplo, apoyar y formar a sus empleados y representantes con el fin de erradicar el soborno y la corrupción, aumentar la conciencia entre ellos y animarles a denunciar violaciones de las prácticas de anticorrupción
- **Competencia justa:** La empresa debería respetar las leyes y reglamentos relativos a la competencia, por ejemplo para prevenir el ‘dumping’ salarial o social
- **Promover la responsabilidad social en la cadena de valores:** Las empresas debería- en aquellos casos donde sea posible, animar a otras empresas a integrar criterios éticos, sociales, ambientales y de igualdad de género en sus políticas empresariales.

Asuntos de consumidores: Las empresas que operan en el ámbito de los bienes y servicios de consumo deben proporcionar información correcta y transparente y promover el consumo sostenible. Hay algunos aspectos que éstas deberían tener en cuenta, aunque puede variar su relevancia según su tamaño:

- **Marketing justo, información objetiva e imparcial y prácticas contractuales justas:** La información debería ser proporcionada de forma entendible para los consumidores. Las empresas deberían, por ejemplo, indicar de manera clara y transparente el precio total y los impuestos del producto, los términos y condiciones para la provisión y el uso de los bienes y servicios
- **Información:** Las empresas deberían informar a los consumidores sobre todos los aspectos relevantes en lo que se refiere a la salud y a la seguridad
- **Consumo sostenible:** Las empresas deberían diseñar productos y envases que puedan ser fácilmente reutilizados, reparados o reciclados, con el objetivo de prolongar su ciclo de vida
- **Protección de datos del consumidor y privacidad:** Para prevenir la recaudación de datos personales las empresas deberían limitar tal recaudación de datos a lo esencial para el suministro de los productos

Las empresas deberían aplicar métodos cooperativos en la gestión de quejas con el objetivo de mejorar las relaciones con sus clientes.

Participación activa y desarrollo de la comunidad: Las empresas están en relación con la comunidad en la que operan. A través de la participación activa y el desarrollo de la comunidad, las empresas pueden contribuir a fortalecer la sociedad civil y elevar el bienestar de su comunidad. Los siguientes aspectos pueden ser relevantes:

- **Participación activa:** Las empresas pueden hacer un aporte a sus comunidades a través de su participación y de su apoyo a las instituciones civiles. Una empresa debería, por ejemplo, consultar a los grupos comunitarios, participar en asociaciones locales y mantener relaciones transparentes con los representantes del gobierno local, sin sobornos

- **Educación y cultura:** Una empresa debería apoyar la educación a todos los niveles (por ejemplo, favorecer el desarrollo de las habilidades profesionales de los grupos en riesgo de marginalización social, ofrecer puestos para aprendices, ofrecer formación continua), promover actividades culturales y ayudar a conservar y proteger el patrimonio cultural
- **Desarrollo tecnológico y acceso:** Las empresas pueden hacer un aporte a la comunidad si comparten conocimiento, habilidades y tecnología
- **Inversión social:** Las empresas deberían invertir o comprometerse con programas dirigidos a aspectos sociales de la vida comunitaria (relacionados con la educación, la formación, la cultura, la salud). Deben considerar la posibilidad de cooperar de manera continua y acompañar a las comunidades, gobiernos, organizaciones empresariales o no gubernamentales (ONG) para maximizar sinergias.

Practicar la responsabilidad social: Las empresas practican la RSE de una manera más informal, práctica y a menudo espontánea. Esto no implica necesariamente cambiar sus procesos. El dueño puede decidir sobre los procesos y estructuras según los requisitos, sin adoptar un sistema específico de toma de decisión e implementación.

La integración de RSE en una empresa implica compromiso y comprensión, lo cual debe iniciarse a nivel superior, es decir, del dueño. Para comprometerse exitosamente con la RSE hay que incluir a los empleados de manera adecuada. Ello puede requerir información, medidas y formación específicas así como la oportunidad para los empleados de expresar sus ideas, sugerencias y críticas. Comprender la responsabilidad social de una empresa

- **Implicación personal:** La empresa debe identificar los potenciales impactos negativos sociales, ambientales y económicos de sus decisiones y actividades, para evitarlos o reducirlos. En el caso de las empresas esto está basado en gran parte en la implicación personal del dueño
- **Determinar la relevancia de las materias y asuntos fundamentales:** Una empresa debería analizar la relevancia de las materias y asuntos

fundamentales. En este análisis puede implicar a sus interlocutores para ampliar la perspectiva

- **La esfera de influencia de una Empresa:** Pueden ejercer su influencia de manera individual a través de sus competencias personales o adoptando un enfoque colectivo a través de sus asociaciones sectoriales
- **Una acción a la vez:** Una vez identificadas las materias fundamentales relevantes, los asuntos y la esfera de influencia, una empresa puede encontrar que diferentes aspectos pueden ser relevantes para desarrollar sus actividades. Sin embargo, para evitar ineficiencias, la empresa debe ser cuidadosa antes de empezar varias iniciativas a la vez. Más bien debería establecer prioridades y realizar una acción a la vez.

Enfoque colectivo: Adoptar un enfoque colectivo puede ayudar a una empresa a ser mejor percibida por la sociedad. Las empresas deberían practicar el enfoque colectivo directamente con otras s o con asociaciones. En este último caso, como primer paso, la empresa tiene que decidir qué asociación es relevante para ella. La transparencia y la toma de decisiones democrática son fundamentales para cualquier asociación.

En la percepción pública se reconoce a las empresas como parte del sector específico en que trabajan. Están afectadas no solo por intereses locales y regionales sino que también se enfrentan a una amplia gama de obligaciones legales desarrolladas a un nivel nacional o europeo. Los convenios colectivos sobre salarios y condiciones laborales de los empleados se negocian a menudo a través de las federaciones nacionales. Los intereses comunes locales deberían ser organizados y presentados por asociaciones regionales profesionales. El enfoque colectivo como forma específica de gestión de redes puede mejorar las posibilidades individuales de las empresas en cuanto a su nivel de influencia. Algunos ejemplos son:

- Apoyo a las actividades comunes en el sector industrial específico
- Fomento de las habilidades de calificación para un oficio y de los requisitos de la formación profesional
- Mejora de la reputación de la industria y fomento de la confianza pública

- Compartir conocimiento técnico e información, como por ejemplo el acceso a nuevas tecnologías
- Prevención o reducción de potenciales conflictos con los consumidores acerca de productos o servicios
- Una asociación funciona como “portavoz” de sus miembros respecto a varios temas, y puede representar sus intereses frente al gobierno, los sindicatos y otras asociaciones.

Comunicación: La comunicación sobre el uso responsable de la ISO 26000 es de gran importancia. Sin embargo, cada empresa individual debe decidir cómo quiere comunicar, según sus recursos y prioridades. Comunicar sobre RSE puede ser muy positivo tanto para la imagen interna como externa de la empresa. Permite entrar en diálogo con los interlocutores con más facilidad y puede motivar a los empleados. Para comunicar de manera efectiva, la información debe ser completa, entendible, exacta, puntual y accesible.

Ejemplos de comunicación interna:

- Convocar reuniones frecuentes con los empleados para informarles sobre el progreso hecho en temas de RSE
- Ofrecer a los empleados la posibilidad de formular sugerencias
- Comunicar los valores de la empresa, colocando carteles en oficinas o plantas de producción
- Producir un boletín de noticias interno.

Ejemplos de comunicación externa:

- Información en la página Web de la empresa sobre sus prácticas en materia de RSE
- Actualizar frecuentemente las listas de contactos para enviar correos electrónicos con información sobre las últimas prácticas relativas a la RSE
- Difundir folletos
- Organizar eventos para presentar iniciativas de RSE ejemplares.

La comunicación puede adoptar diferentes formas incluyendo reuniones, eventos públicos, boletines de noticias, publicidad, informes o blogs, entre otros.

La comunicación puede mejorarse considerablemente con la ayuda de las asociaciones sectoriales. En efecto, se pueden considerar las siguientes acciones conjuntas: las declaraciones públicas, el lobbying responsable y la gestión de las relaciones con los medios de comunicación de masas, la coordinación con los partidos políticos importantes y los proyectos comunes a nivel nacional o regional.

Iniciativas voluntarias: La RSE se construye sobre la base de iniciativas voluntarias y no se puede imponer a las empresas por ley. Hay muchas asociaciones empresariales que han desarrollado iniciativas voluntarias con el fin de asistir a sus miembros en la optimización de su responsabilidad social, ya sean estos códigos de conducta, recomendaciones o guías de aplicación. Una empresa debería evaluar si una determinada iniciativa podrá ayudarla en su responsabilidad social. Hay diferentes criterios que se pueden aplicar para decidir si se participa o no en tal iniciativa:

- la coherencia entre los principios de la iniciativa y los principios de la RSE
- la reputación de la asociación que desarrolla la iniciativa
- las posibilidades de participación que ofrece.

3.2.3.5 Plan de capacitación

La mejora de las condiciones de vida de las personas no proviene de acciones aisladas o disociadas de su integralidad como seres humanos, por eso, es necesario fortalecer las capacidades y destreza del personal para demostrar mayor eficiencia en sus funciones.

Además las mejores condiciones se reflejan, necesariamente, en una comunicación más efectiva, que genera relaciones interpersonales satisfactorias y optimiza los procesos de aprendizajes y cambios dentro y fuera de la empresa.

La Autoestima: Es lo que sentimos acerca de nosotros mismos. Es la sensación interna de satisfacción o insatisfacción consigo mismo. Es la distancia entre la visión que tenemos de nuestra persona y la imagen ideal que queremos alcanzar. Si hay mucha diferencia entre una cosa y otra, nuestro equilibrio se resentirá. La autoestima es el sentimiento valorativo. La autoestima tiene relación con casi todo lo que hacemos. Es como la ventana por donde miramos la vida, si el vidrio de la ventana está limpio, todo lo vemos claro, si no, todo lo vemos borroso; así también, cuando tenemos alta autoestima, vemos el mundo en forma positiva, de lo contrario vemos todo en forma negativa. Según como se encuentre nuestra autoestima, ésta es responsable de muchos fracasos y éxitos, ya que una autoestima adecuada, vinculada a un concepto positivo de mí mismo, potenciara la capacidad de las personas para desarrollar sus habilidades y aumentará el nivel de seguridad personal, mientras que una autoestima baja enfocará a la persona hacia la derrota y el fracaso

¿Alguna vez te has preguntado?

¿Merezco el bienestar y ser amado?

¿Soy capaz de llevar las riendas de mi vida?

¿Soy capaz de sentirme bien conmigo o necesito de los demás para sentirme bien?

¿Mi conducta influye positiva o negativamente en el desarrollo de la autoestima de los demás y de mis seres queridos?

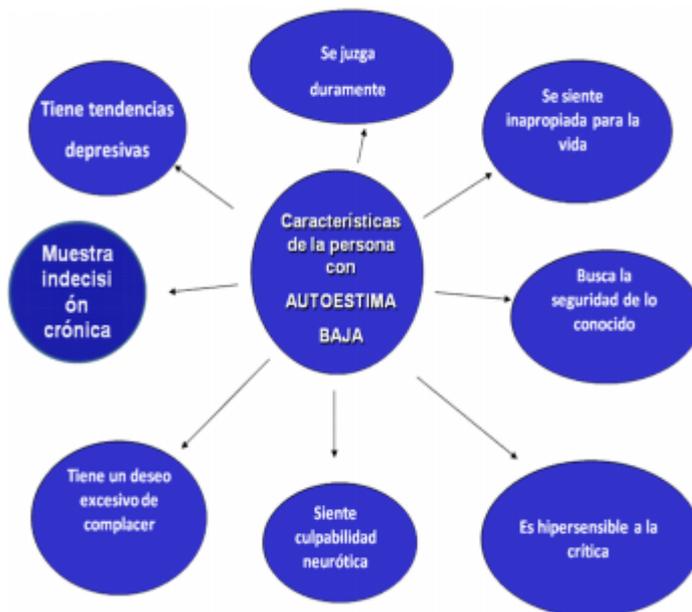
- **Conocimiento de sí mismo(a):** Posibilidad de describirse de la manera más real y objetiva posible, en los aspectos esenciales de su ser: gustos, preferencias, habilidades, fortalezas, debilidades, prejuicios, valores. Tener noción de la forma de ser y de reaccionar (autoconciencia). Sentimiento interior que permite reconocerse, conocer la propia vida y ante todo, el propio sentido de la vida.
- **Auto control** Es saber manejar los propios sentimientos, permaneciendo la persona serena y tranquila para afrontarlos y para recuperarse rápidamente de los negativos.

- **Autonomía** Tiene que ver con la capacidad para tomar decisiones en forma independiente, con resolver los propios problemas en lugar de buscar a otros para que lo hagan y con manejar la presión que ejerce el medio cuando se hace una escogencia.

La escalera de la autoestima



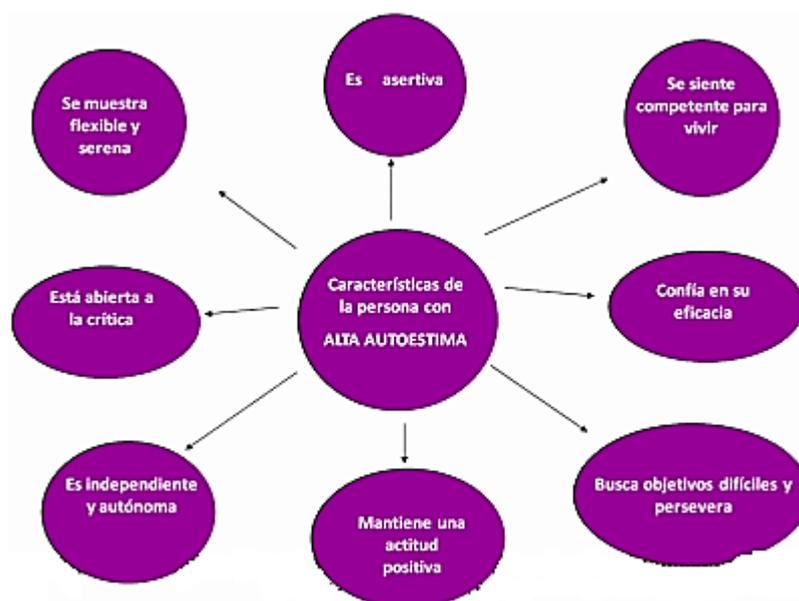
Cómo se mide la autoestima baja autoestima



Las personas con baja autoestima son:

- Inseguras.
- Tienen una imagen distorsionada de sí mismas.
- Necesitan aprobación de forma desesperada.
- Les cuesta manifestar sus sentimientos.
- Experimentan angustia y depresión.
- Se muestra insatisfecho con lo que hace.
- Se fija exclusivamente en lo que no le gusta de su aspecto y se ve múltiples defectos.
- Se siente incapaz de hacer las cosas por sí mismo.
- Siente muchas dudas cuando tiene que tomar una decisión.
- Es negativo respecto de sus posibilidades.
- Manifiesta que los demás no le tienen en cuenta y le rechazan.
- Cree que no tiene habilidades para las actividades físicas.
- Cree que es menos inteligente que los demás.
- Piensa que a los demás les cuesta menos estudiar que a él.
- Se responsabiliza de los sucesos negativos que ocurren a su alrededor.
- Con frecuencia manifiesta un estado de ánimo triste.
- Suele utilizar frases del tipo: “Todo me sale mal”, “No le gusto a los demás”.

Alta autoestima



Una alta autoestima es indispensable para vivir una vida que valga la pena. Facilita el crecimiento de la persona y me permite ser feliz y libre.

- “Yo sí puedo”
- “Tengo la posibilidad de elegir cómo vivir mi vida”
- “Estoy feliz de ser quien soy”

Cuando me siento bien conmigo mismo tengo alta autoestima.

La opinión que tengo acerca de mí es buena, me relaciono adecuadamente con los demás y ejerzo mi trabajo o quehacer diario con gusto. Tengo alta autoestima cuando me aprecio, cuando siento que tengo valor y que soy importante en el ambiente en que me muevo.

Las persona con alta autoestima es:

- Capaz de afrontar los problemas.
- Se muestra tolerante con las críticas y las discrepancias con los demás.
- Actúa de forma coherente con sus valores y creencias.
- Es sensible ante las necesidades de los demás y está dispuesto a ofrecerles su ayuda.
- Madurez intelectual valorar
- Sigue sus criterios sin sentirse culpable.
- Sabe perdonar y perdonarse.
- Confianza en su capacidad.
- Se siente igual a los demás, reconoce diferencias.
- Se siente valioso para los demás.
- Sabe colaborar.
- Se acepta plenamente a sí mismo.
- Sabe reconocer sus debilidades.
- Busca superarse continuamente.
- Es capaz de disfrutar la vida.
- Es sensible a las necesidades de los demás.

¿Cómo reforzar tu autoestima?

- Comienza por aceptarte tal como eres.
- Identifica cuáles son tus creencias y quien te las inculcó.
- Cambia tu punto de referencia sobre los hechos de tu pasado.
- Cultiva tus Fortalezas.
- Estar atento al lenguaje que empleas.
- Libérate de rencores.
- Aprende a decir SI.
- Cultiva el hábito de tener confianza en ti mismo.
- Haz cosas, que no se te den bien, pero que te diviertan.
- Cultiva tu sentido del humor.
- No te evalúes por una actuación determinada.
- No huyas de las responsabilidades.
- Prémiate por tus logros.
- Ejercita tu cuerpo.

Liderazgo: Es el producto de la unión de habilidades personales y la práctica de virtudes que se cultivan con mucho esfuerzo para lograr el crecimiento personal. Un líder es el que guía, el que conduce y dirige a un grupo humano, es decir quién dinamiza un grupo o una organización para su desarrollo en base a un proyecto. Diferenciar a la jefa o al jefe de la lideresa o del líder nos permitirá saber quién queremos ser:

La Jefa - El Jefe

- Da órdenes.
- Impone su autoridad y poder.
- Infunde temor.
- Piensa y habla en clave de “YO”
- Vive pensando en las actividades.
- Dice “lleguen a tiempo”.
- Recrimina por las faltas.
- Sabe cómo se hace.
- Dice “vayan”
- Manipula a su gente.
- Ve el hoy. Ordena y manda.
- Nunca tiene tiempo para dialogar.
- Está orientado a las cosas. →
- Hace que su gente sepa adónde va él.
- Trabaja duro para producir.

La Lideresa El Líder

- Inspira, guía, motiva.
- Pide y obtiene participación.
- Atrae y procura buena voluntad.
- Piensa y habla en clave de “nosotros”
- Vive pensando en los valores
- Llega antes
- Ayuda a enmendar las faltas.
- Muestra cómo se hace.
- Dice “vamos”
- Desarrolla a su gente.
- Enfoca el hoy y el mañana.
- Consulta, aclara y apoya.
- Encuentra tiempo para dialogar.
- Está también orientado a las personas.
- Facilita a su gente
- Sabe adónde van ellos.
- Trabaja duro para ayudar a su gente a producir.

¿Cuáles son los Estilos de la Lideresa o del Líder?

¿La Lideresa o el líder autócrata?

Es quién asume toda la responsabilidad de la toma de decisiones, inicia las acciones, dirige, y controla.

¿La Lideresa o el líder participativo?

La consulta es la práctica habitual de la lideresa o del líder participativo. No delega su derecho a tomar decisiones finales y señala puntos específicos a los demás, pero consulta sus ideas y opiniones sobre muchas decisiones.

¿La Lideresa o el Líder liberal?

La lideresa o el líder liberal espera que los demás del grupo asuman la responsabilidad por su propia motivación, guía y control.

¿Cuáles son las características de la lideresa o del líder eficaz?

Las comprendemos como las 4 C:

- Compromiso que resalte
- Convicción
- Cualidades - Empático
- Carácter tolerante



¿Cuáles son las Habilidades que debe tener una lideresa o un líder?

- Tener una identidad fortalecida.
- La práctica constante de valores.
- Te brindamos una lista para que los tomes en cuenta:
- Vocación de servicio: solidaridad y reciprocidad.
- Tolerancia y capacidad de diálogo: saber escuchar y deseo de entender al otro.
- Carácter, toma de decisiones y resolución de conflictos.
- Disciplina y responsabilidad.
- Predicar con el ejemplo.

¿Cuáles son los abismos en los que puede caer una lideresa o un líder?

Hay muchos peligros que rodean al líder y que puede influenciar de manera negativa en el o ella.

- El endiosamiento. El que tengamos responsabilidades y seamos reconocidos, puede tener como consecuencia que creamos que somos superiores a los demás.
- Perder contacto con la realidad. Es cuando No reconocemos el espacio ni los problemas que afronta nuestro entorno.
- Quedar obsoleto. Es cuando nos aceptamos las nuevas herramientas que se nos presentan, o que tenemos que aprender cosas nuevas.
- Ser complaciente. Es cuando dejamos de ser imparciales, y priorizamos nuestros intereses y buscamos sacar provecho de las circunstancias.
- Perder la motivación. Esto sí es un verdadero peligro! Si como lideresa o líder olvidas las razones que te motivaron a guiar un proyecto en común, o crees que el esfuerzo no tendrá recompensa, entonces el grupo también estará desanimado.

Las Normas ISO: Importancia y beneficios

La implantación de las Normas ISO 9001:2015, ISO 45001:2018, ISO 14001:2015 e ISO 26000:2010 ayuda a que las empresas apliquen eficazmente las nuevas tecnologías y gestionen adecuadamente los recursos que disponen.

¿Por qué ISO 9001 es una buena idea para su organización?

Los beneficios de ISO 9001 no son exagerados; las compañías (grandes y pequeñas) han obtenido grandes beneficios al usar esta norma al descubrir ahorros en costos y en eficiencia. He aquí la explicación de seis beneficios clave y de por qué son importantes:

Mejora de su credibilidad e imagen – Al ser normas ISO 9001:2015, ISO 45001:2018, ISO 14001:2015 e ISO 26000:2010, una norma reconocida internacionalmente, se ha convertido en la base mundial para crear un sistema de gestión de calidad, reemplazando a muchos requerimientos publicados anteriormente. Cuando una compañía está buscando a un proveedor, a menudo es un requisito tener un SGC basado en ISO 9001 para poder ser tomado en cuenta. Este es el caso particular en muchos países cuando se quiere ser proveedor en el sector público. Obtener una certificación ISO 9001 puede ser una poderosa herramienta de mercadeo.

Mejora de la satisfacción del cliente – Uno de los principios de la gestión de la calidad, que se constituyen en el fundamento de la Norma normas ISO 9001:2015, ISO 45001:2018, ISO 14001:2015 e ISO 26000:2010, es el mejorar la satisfacción del cliente planificando y esforzándose por cumplir los requerimientos del cliente. Al mejorar la satisfacción del cliente usted tendrá más clientes frecuentes, ya que mantener a sus clientes felices y satisfechos es clave para mantener la lealtad de sus clientes. Y esos clientes traen consigo ganancias adicionales.

Mejor integración de procesos – Al tomar en cuenta la interacción de los procesos en general a través del enfoque de procesos de normas ISO 9001:2015, ISO 45001:2018, ISO 14001:2015 e ISO 26000:2010, usted será capaz de encontrar mejoras en eficiencia y ahorro de costos más fácilmente. Esto se hace eliminando el desperdicio

que puede presentarse cuando los procesos son mantenidos sin tomar en cuenta las ineficiencias que pueden detectarse durante las transferencias del proceso.

Mejore la evidencia para la toma de decisiones – Un segundo principio de la gestión de la calidad bajo normas ISO 9001:2015, ISO 45001:2018, ISO 14001:2015 e ISO 26000:2010 es la necesidad de tomar decisiones sobre la base de las evidencias. Al tomar las decisiones sobre la base de la evidencia, en vez de sobre “corazonadas” o “intuición”, puede enfocarse mejor en aplicar los recursos en las áreas que mejorarán la eficiencia e incrementarán los ahorros de costos con menos ensayo y error en la selección de la decisión correcta. Adicionalmente, al monitorear el proceso que está mejorando, usted será capaz de ver cuánta mejora se ha hecho, al analizar los datos generados.

Crear una cultura de mejoramiento continuo – El mejoramiento continuo es el tercer principio de la gestión de la calidad bajo ISO 9001. Al adoptar esta cultura para mejorar sus procesos y salidas organizacionales, usted encontrará mayor eficiencia y ahorro de costos, incluyendo el uso de procesos sistemáticos cuando ocurren los problemas para reducir el impacto del problema y aumentar la velocidad de recuperación. Al hacerlo continuo, mejorando año tras año, la compañía podrá ver los beneficios continuos de ello.

Compromiso de los empleados – Los empleados que están involucrados en la mejora de los procesos que ellos mismos llevan a cabo son empleados más felices y más comprometidos. ¿Quién mejor que la gente que trabaja con los procesos para identificar las áreas que necesitan mejoras, y para ayudar a probar las mejoras una vez que son implementadas? Empleados comprometidos son más productivos y ayudarán a que la empresa mejore y ahorre, especialmente cuando ellos entienden cómo la calidad del proceso depende de ellos mismos.

¿Por qué tomar ISO 9001 como su punto de arranque?

La naturaleza internacional de ISO 9001 ya ha sido identificada; y, de hecho, ISO 9001 es una norma básica e influyente que ha sido usada como referencia cuando los grupos industriales quieren añadir requerimientos específicos a la industria, creando luego su propia norma industrial. Entre ellas se pueden mencionar la AS9100 para la

industria aeroespacial, ISO 13485 para la industria de dispositivos médicos y la ISO/TS 16949 para la industria automotriz.

ISO 9001 también es una buena base para implementar otras normas de gestión, tales como ISO 14001 para la gestión ambiental e ISO 20000 para la Gestión del Servicio de TI, que siguen casi la misma estructura y organización. ISO 9001 es el comienzo para las cosas buenas del esfuerzo de su compañía en tener un mejor control de los procesos y de las mejoras. Al implementar ISO 9001, las ganancias obtenidas a través del sistema de gestión de calidad le ayudarán a tener mayores ahorros y mejoras.

Cronograma del proceso de implementación de los SIG

Estrategia	Meses						Responsable
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	
Desarrollar un programa de capacitación en liderazgo	X						Tesista
Implementar un área de Sistema Integrado de Gestión y Desarrollo Sostenible (Detallado Anexo 6)	X	X	X	X	X	X	Especialista contratado
Implementar una APP Móvil, considerando un Sistema Integrado de Gestión - SIG, al alcance de todos los trabajadores, proveedores y clientes.		X					Informática

Presupuesto

Estrategia	Responsable	Costo
Desarrollar un programa de capacitación en Autoestima, Liderazgo y Beneficios de las Normas del Sistema Integrado de Gestión.*	Tesista	1,113
Implementar un área de Sistema Integrado de Gestión y Desarrollo Sostenible (Detallado Anexo 6)	Especialista contratado	101,012
Implementar una APP Móvil, considerando un Sistema Integrado de Gestión - SIG, al alcance de todos los trabajadores, proveedores y clientes.	Informática	5,000
Total		107,125

*Costo asumido por el investigador

** Según cotización se considera \$ 30,000 (Treinta mil dólares) siendo el cambio a S/. 3.37

Cronograma de la investigación

ACTIVIDADES	SEMANAS															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1. Reunión de coordinación	■															
2. Presentación del tema de investigación		■														
3. Búsqueda de información teórica			■	■												
4. Aplicación de instrumento – Pre test				■												
5. Análisis de datos Pre test					■	■	■	■								
6. Identificar puntos críticos							■	■								
7. Diseñar estrategias									■	■						
8. Aplicación del plan de capacitación											■					
9. Aplicación de instrumento – Pos test												■	■			
10. Analizar el impacto obtenido del pos test														■		
11. Evaluar resultados pre y pos test															■	
12. Análisis de viabilidad																■
13. Sustentación de la tesis																■
14. Levantamiento de observaciones																■
15. Presentación de tesis																■

Financiamiento

El tesista, asumirá el costo del financiamiento del estudio en propuesta.

Presupuesto

Tabla 42
Requerimientos de Materiales

Detalle	Cantidad	Valor (S/.)	Total (S/.)
Papel bond A4 (millar)	1	S/. 24.00	S/. 24.00
CD	2	S/. 10.00	S/. 20.00
Tinta de impresora (cartuchos)	1	S/. 10	S/. 20.00
Anillados	4	S/. 6.00	S/. 24.00
Sub Total 1			S/. 88.00

Tabla 43
Requerimientos de Servicios

Detalle	Cantidad	Valor (S/.)	Total (S/.)
Fotocopias	100	S/. 0.05	S/. 5.00
Internet	70 horas.	S/. 1	S/. 70.00
Sub total 2			S/. 75.00

Tabla 44
Requerimientos adicionales (otros)

Detalle	Cantidad	Valor (S/.)	Total(S/.)
Transporte	20	S/. 25.00	S/. 500.00
Alimentación	20	S/. 20.00	S/. 400.00
Imprevistos			S/. 50.00
Sub Total 1 + 2			S/. 163.00
Total			S/. 1,113.00

3.2.4 Situación de la variable dependiente con la propuesta

La imagen corporativa tiene buen enfoque y es aceptable su modelo de aplicación, además facilita el proceso de implementación ya que existe actitud positiva con tendencia a formar parte de los procesos de mejora.

3.2.5 Análisis beneficio/costo de la propuesta

Evaluar resultados del pre y pos test y determinar su viabilidad.

Análisis de fiabilidad Pre test

Tabla 45

Resumen de variables

		N	%
Casos	Válidos	103	100,0
	Excluidos	0	,0
Total		103	100,0

Fuente: Investigación propia

Tabla 46

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,743	12

Fuente: Investigación propia

Análisis. La fiabilidad de los datos procesado son **aceptable**, siendo la confiabilidad máxima de **0.743**, por lo que se acepta la información procesada. Por lo tanto se acepta la hipótesis formulada (Ha).

Análisis de fiabilidad Pos test

Tabla 47

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,850	12

Fuente: Investigación propia

Análisis. La fiabilidad de los datos procesado son **acceptable**, siendo la confiabilidad máxima de **0.850** por lo que se acepta la información procesada. Por lo tanto se acepta la hipótesis formulada (Ha).

Tabla 48*Consolidado comparativa de los resultados de Pre y Pos Test*

Nro.	Pregunta	Pre Test			Pos Test		
		D	I	A	D	I	A
1	Considera que la empresa toma conciencia de las normas de certificación ISO como atributos significativos para mejorar la imagen de la empresa.	37	56	7	22	0	78
2	Considera coherentes las pautas establecidas por la empresa, las cuales producen un comportamiento positivo en usted.	27	68	5	15	0	85
3	Considera que la empresa le da a conocer todos sus productos que ofrece, o ha tenido que usted mismo informarse sin una orientación.	32	68	0	17	0	83
4	Considera que la empresa toma en cuenta elementos de comunicación, así como aquellos elementos del entorno, que puedan afectar directa o indirectamente la imagen de la empresa	24	68	7	10	0	90
5	Considera que la empresa utiliza diferentes estrategias y usa diversas fuentes, para obtener información y así mejorar la imagen de la empresa	32	59	10	17	0	83
6	Considera que en la empresa se analiza cómo el personal administrativo utiliza en función de determinados condicionantes, las estrategias para procesar la información disponible.	32	63	5	29	0	71
7	Considera que la empresa se plantea un conjunto de posibilidades en cuanto a normas de certificación ISO, como situación estratégica en el sector comercial e industrial, y sobre la cual se podrán establecer una serie de soluciones o alternativas a nivel de Estrategia Global de Imagen Corporativa.	32	56	12	24	0	76
8	Considera que la empresa trabaja en crear sensibilidad de la marca con la implementación de alguna certificación internacional ISO.	27	73	0	22	0	78
9	Considera que la empresa implementa alguna certificación internacional y lo promociona como atributo prioritario de imagen.	29	66	5	27	0	73
10	Considera que la empresa trabaja en posicionarse como referente al obtener alguna certificación internacional en el sector textil.	32	66	2	29	0	71
11	Considera que la empresa trabaja en mantener y reforzar los atributos actuales de imagen.	20	76	5	20	0	80
12	Considera que la empresa investiga y analiza atributos latentes o potenciales	17	71	12	15	0	85
Promedio		28	66	6	21	0	79
Alfa de Cronbach		0,743			0,850		

Fuente: Investigación propia

Evaluar la viabilidad

Según el instrumento aplicado en pre y pos test se consolida el resultado siendo el promedio obtenido en pre test: Desacuerdo 28%, Indeciso 66% y Acuerdo 6% mientras que en pos test: Desacuerdo 21 disminuye 7% y Acuerdo 79 aumenta el 73% y elimina la opción indecisa, por lo tanto las pruebas del coeficiente del alfa de cronbach inicial es 0.743 considerado como aceptable la propuesta con oportunidad de llegar al 0.850 considerada como buena.

En conclusión los resultados indican que la propuesta es viable con tendencia a lograr resultados progresivos para la empresa.

Costo Beneficio

Según el presupuesto para la implementación de los sistemas integrados de gestión el costo de inversión sería de S/. 107,125.00 el mismo que permitirá obtener el siguiente beneficio:

La empresa permitirá ingresar a nivel de competitividad con las grandes empresas de marca internacional, además de poder exportar sus productos a Europa, Asia, América del Norte y otras empresas más.

Además podemos apreciar que el nivel de producción tiene la capacidad de atender a cualquier mercado internacional con las exigencias impuesta por las normas de calidad.

3.3 Discusiones del resultado

El diagnostico inicia apreciando que la imagen corporativa de la fábrica textil Modas Diversas del Perú SAC., se ha visto deteriorada, sobre todo por la falta de conciencia de las normas de certificación ISO, que son significativas para la mejora de la empresa; ello se ha comprobado con la percepción del 28% de los clientes encuestados quienes confirman estar en desacuerdo, que la empresa tome dichas acciones, el 66% confirman estar indeciso, mientras que el 6% está de acuerdo con las actividades planteadas por la empresa en cuanto a normas de certificación ISO.

Con las inducciones dadas aclarando el propósito de lograr con la aplicación de los sistemas integrados de gestión en pos test se logró obtener el resultado de: Desacuerdo 21 disminuye 7% y Acuerdo 79 aumenta el 73% y elimina la opción indecisa por lo tanto la empresa trabaja en crear sensibilidad de la marca con la implementación de alguna certificación internacional ISO y lo promociona como atributo prioritario de imagen para posicionarse como referente al obtener alguna certificación internacional en el sector textil.

La fábrica textil Modas Diversas del Perú SAC., tiene puntos críticos, como: el contexto interno y externo de la organización, en su falta de liderazgo, su deficiente planificación, escaso soporte de recursos, desconocimiento para sus operaciones, la ausencia de evaluación de desempeño, la no determinación de mejoras, el no reconocimiento de la responsabilidad social y no involucrarse con las partes interesadas, orientación sobre materias fundamentales de responsabilidad social y la deficiente orientación sobre la integración de la responsabilidad social en toda la organización.

El diseño de las estrategias es en base a la evaluación de la imagen corporativa y de la identificación de los puntos críticos (deficiencias).

La propuesta del sistema integrado de gestión está basada en las normas ISO 9001: 2015, ISO 45001, ISO 14001 e ISO 26000:2010.

Como última conclusión proponemos algunas recomendaciones:

Los puntos críticos de la fábrica se deben corregir, aplicando las estrategias, que han sido diseñadas acorde con lo diagnosticado.

La propuesta del sistema integrado de gestión está basada en las normas ISO 9001: 2015, ISO 45001:2018, ISO 14001:2015 e ISO 26000:2010, se deberá presentar a la empresa mediante un documento formal para que se considere como una herramienta de gestión y poder así lograr el cumplimiento de las metas y objetivos que se han proyectado.

CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

De acuerdo a la investigación realizada se logró llegar a las siguientes conclusiones:

- Se determinó el diagnóstico del estado situacional de la empresa con la aplicación del pre test, siendo una muestra poblacional de 41 clientes activos (Tabla 1).
- Se evaluaron los resultados del diagnóstico, tabulando la información y presentándolo en gráficos determinando el 28% estar en desacuerdo, el 66% confirman estar indeciso, mientras que el 6% está de acuerdo con las actividades planteadas por la empresa en cuanto a normas de certificación ISO (Tabla 12 hasta Tabla 23).
- Se identificaron 10 puntos críticos referentes a las normas ISO planteadas en la fábrica textil Modas Diversas del Perú S.A.C.
- Se diseñó estrategias aplicables para la implementación del Sistema Integrado de Gestión, basados en las normas ISO planteadas.
- Se aplicó el post test para analizar el impacto obtenido (Tabla 39)
- Evaluar resultados del pre y pos test, determinando la aceptación y la viabilidad (Tabla 39)

4.2. Recomendaciones

A la gerencia general de la empresa

- Imponer políticas para la implementación del sistema integrado de gestión mediante un programa de avances técnicos operativos, la misma que deberá monitorear los resultados contantemente.

A la administración

- Capacitar al personal técnico y operativo para aceptar los cambios de mejora continua por el bienestar de la empresa.
- Dar mejor trato al personal
- Exigir la aplicación de medidas de seguridad contra todo riesgo.
- Motivar al personal adaptarse a los cambios y mejorar su clima laboral

Al Jefe de sección

- Dar mejor trato al personal
- Controlar la ejecución de procesos capacitados
- Monitorear las acciones de prevención

Al operador

- Actuar de acuerdo a sus funciones
- Aportar cambios y mejoras
- Desarrollarse eficientemente y evitar gastos innecesarios

REFERENCIAS

- Avilés, M. (2015). La estrategia de comunicación propuesta para la Alcaldía de Florián-Santander permite que las secretarías, dependencias y demás oficinas se apoyen en un sistema de gestión integral que a su vez genere valor agregado y que el servidor público se concientice de la importancia del sistema integrado de gestión en la alcaldía municipal. Recuperado de [file:///C:/Users/Usuario2/Downloads/UPS-GT000831%20\(1\).pdf/](file:///C:/Users/Usuario2/Downloads/UPS-GT000831%20(1).pdf)
- Calidad de gestión, (2012). Sistemas integrados de gestión. Recuperado de <https://calidadgestion.wordpress.com/2012/11/13/sistemas-integrados-de-gestion/>
- Carvajal, A. Mantilla, F. y Sierra, S. (2015). Guía para establecer la estrategia de comunicación durante la implementación del sistema de gestión integrado en la alcaldía de Florián, Santander. Recuperado de <https://repositorio.escuelaing.edu.co/bitstream/001/228/1/EC-Especializaci%C3%B3n%20en%20Gerencia%20Integrada%20QHSE-1116783210.pdf>
- Cortés, M. (2017). Sistema de gestión de calidad (ISO 9001:2015). Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=RhkwDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=ISO+9001:+2015&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjuhsebkI_aAhVQyVMKHeHnBNsQ6AEIKTAA#v=onepage&q=ISO%209001%3A%202015&f=false
- Conexiónesan (2018). Beneficios de implementar un sistema de gestión de calidad. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2018/01/beneficios-de-implementar-un-sistema-de-gestion-de-calidad/>
- El comercio online. Nueva Norma ISO 45001, Preparándonos para el futuro de la gestión ocupacional, de salud y seguridad. Recuperado de <http://www.elcomercioonline.com.ar/articulos/50084543-Nueva-Norma-ISO-45001-Preparandonos-para-el-futuro-de-la-gestion-ocupacional-de-salud-y-seguridad.html>
- Estrella digital, (2017). Empresas, trabajar una imagen corporativa. Recuperado de <https://www.estrelladigital.es/articulo/empresas/trabajar-imagen-corporativa-empresa/20170419120143318165.html>

- Falconí. (2014). _Plan estratégico para mejorar la imagen corporativa de la empresa produventas de la ciudad de Riobamba. Recuperado de <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/3360/1/TUAMCC009-2014.pdf>
- Hernández, C. (s.f.). Análisis Administrativo: Técnicas y Métodos. Obtenido de <http://goo.gl/Tg3tHI>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2010). Metodología de la investigación. Recuperado de https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- Indecopi, (2010). Guia de responsabilidad social. Recuperado de https://unaaa.edu.pe/unaaa/principal/docs/carta_desarrollo_sostenible/7Responsabilidad_Social_Universitaria/ISO_26000.pdf
- ISOTools Excellence. (s.f). Software gestión ambiental. Adaptado a la Nuevo ISO 14001:2015. Recuperado de https://www.isotools.org/pdfs-pro/e-book-iso-14001-2015-cambios-novedades.pdf?utm_campaign=ISO%2014001&utm_source=hs_automation&utm_medium=email&utm_content=16777394&_hsenc=p2ANqtz-9nc0m7tKxLIX0CSz08kgcGxHZLa7kekQMft2XdOG85t7Aaf0x1ZZDJLCxDiBh1mvSo2QxbnnK9yamF353gznm0Xj2TQ&_hsmi=16777394
- La prensa. (2017). La Importancia Iso-15001. Recuperado de <https://www.laprensa.com.ni/2017/04/26/economia/2219732-la-importancia-iso-45001>
- MeléndeZ, A. (2017). Propuesta de implementación del sistema de gestión de calidad en una industria pesquera según la norma ISO 9001:2015. Recuperado de file:///C:/Users/Usuario2/Downloads/MELENDEZ_ALEXANDRA_GESTION_CALIDAD_PESQUERA_ISO_9001_2015.pdf
- Nueva-ISO (2018). Adaptación a la nueva norma ISO 9001:2015. Recuperado de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/>
- Nueva-ISO. (2018). Adaptación a la nueva norma ISO 45001:2018. Recuperado de <https://www.nueva-iso-45001.com/>

- Nueva-ISO (2018). Adaptación a la nueva norma ISO 14001:2015. Recuperado de <https://www.nueva-iso-14001.com/>
- Nueva-iso. (2018). ISO 14001:2015. Recuperado de <https://www.nueva-iso-14001.com/pdfs/FDIS-14001.pdf>
- Platas, J. y Cervantes, M. (2017). Gestión Integral de la calidad. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=dzZCDwAAQBAJ&pg=PR11&dq=Sistemas+de+Gesti%C3%B3n+de+la+Seguridad+y+la+Salud+en+el+Trabajo+ISO+45001&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi-zOvil4_aAhVFyVMKHTQDCtkQ6AEIJjAA#v=onepage&q=Sistemas%20de%20Gesti%C3%B3n%20de%20la%20Seguridad%20y%20la%20Salud%20en%20el%20Trabajo%20ISO%2045001&f=false
- Pousa, X. (2006). ISO 14001. Un sistema de gestión Medioambiental https://books.google.com.pe/books?id=jTfkGIkx3mEC&printsec=frontcover&dq=ISO+14001&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjVuJGgn4_aAhXR7VMKHQ42Cr4Q6AEIJjAA#v=onepage&q=ISO%2014001&f=false
- Rodríguez, V. y Viloria, M. (2016). Diseño de un sistema integrado de gestión basado en las norma ISO 9001: 2008 y la guía técnica Colombiana 180 en la empresa SIRECOM E. U. Recuperado de <http://190.242.62.234:8080/jspui/bitstream/11227/3971/1/DISE%C3%91O%20DE%20UN%20SISTEMA%20INTEGRADO%20DE%20GESTI%C3%93N%20BASADO%20EN%20LAS%20NORMA%20ISO%209001%202008%20Y%20LA%20GU%C3%8DA%20T%C3%89CNICA%20COLOMBIANA%20180%20EN%20LA%20EMPRESA%20SIRECOM%20E.%20U.%201.pdf>
- Santa María, L. (2015). La importancia de una buena imagen corporativa. Recuperado de <http://www.staffcreativa.pe/blog/la-importancia-de-una-buena-imagen-corporativa/>

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta - Cuestionario A Clientes

Desacuerdo (1); Indeciso (3); Acuerdo (5)

Características	Pregunta	1	3	5
Mental cognitiva	1. Considera que la empresa toma conciencia de las normas de certificación ISO como atributos significativos para mejorar la imagen de la empresa.			
Públicos	2. Considera coherentes las pautas establecidas por la empresa, las cuales producen un comportamiento positivo en usted.			
	3. Considera que la empresa le da a conocer todos sus productos que ofrece, o ha tenido que usted mismo informarse sin una orientación.			
Origen de la información	4. Considera que la empresa toma en cuenta elementos de comunicación, así como aquellos elementos del entorno, que puedan afectar directa o indirectamente la imagen de la empresa			
Obtención de información	5. Considera que la empresa utiliza diferentes estrategias y usa diversas fuentes, para obtener información y así mejorar la imagen de la empresa			
Procesamiento interno de la información	6. Considera que en la empresa se analiza cómo el personal administrativo utiliza en función de determinados condicionantes, las estrategias para procesar la información disponible.			
Referente de imagen	7. Considera que la empresa se plantea un conjunto de posibilidades en cuanto a normas de certificación ISO, como situación estratégica en el sector comercial e industrial, y sobre la cual se podrán establecer una serie de soluciones o alternativas a nivel de Estrategia Global de Imagen Corporativa.			
	8. Considera que la empresa trabaja en crear sensibilidad de la marca con la implementación de alguna certificación internacional ISO.			
	9. Considera que la empresa implementa alguna certificación internacional y lo promociona como atributo prioritario de imagen.			
	10. Considera que la empresa trabaja en posicionarse como referente al obtener alguna certificación internacional en el sector textil.			
	11. Considera que la empresa trabaja en mantener y reforzar los atributos actuales de imagen.			
	12. Considera que la empresa investiga y analiza atributos latentes o potenciales			

Anexo 2: Lista de cotejo
ISO 9001:2015 – Sistema de Gestión de Calidad

Características	Ítems	Si	No
Contexto de la organización	La empresa establece sus cuestiones tanto externas (legal, tecnológico, competitivo, de mercado, cultural, social y económico, ya sea internacional, nacional, regional o local), como internas (los valores, la cultura, los conocimientos y el desempeño de la organización) que son pertinentes para su propósito y su dirección de estrategias?		
	La empresa tiene la capacidad de proporcionar regularmente productos y servicios que satisfaga a los clientes?		
	La empresa cuenta y/o determina la aplicabilidad del sistema de gestión de la calidad para establecer su alcance prospectivo?		
	La empresa establece, implementa y mejora de forma continua procesos necesarios en el Sistema de gestión de la calidad, en caso lo tuviese?		
Liderazgo	Los trabajadores y líderes de la empresa asumen la responsabilidad y obligación de rendir cuentas con relación a la eficacia del sistema de gestión de la calidad, en caso hubiese; demostrando liderazgo?		
	La empresa proporciona un marco de referencia para el establecimiento de los objetivos de la calidad?		
	La empresa se asegura de las responsabilidades para que los roles de los trabajadores sean asignados, se comuniquen y se entiendan, como: que el Sistema de Gestión de la Calidad es conforme con los requisitos de esta Norma Internacional y de que se promueve el enfoque al cliente en toda la organización?		
Planificación	La empresa determina las acciones para abordar riesgos y oportunidades, para aumentar los efectos deseables, prevenir o reducir efectos no deseados y alcanzar la mejora?		
	La empresa establece objetivos de calidad de sus productos para la conformidad del cliente?		
	En caso hubiese un sistema de gestión de calidad, los cambios, son planificados?		
soporte	La empresa estipula y proporciona los recursos necesarios para poder establecer, implementar, mantener y mejorar de un modo continuo el Sistema de Gestión de la Calidad, en caso lo hubiese, como saber qué se necesita obtener de los proveedores externos?		
	La empresa asegura de que las personas que llevan a cabo un trabajo bajo el control de la empresa tomen conciencia sobre la política de calidad y lo que implica incumplir los requisitos del Sistema de Gestión de la Calidad, si lo hubiese?		
	La empresa establece la competencia de las personas que llevan a cabo un trabajo que puede afectar al desempeño y la eficiencia de la calidad; y si hubiese, del Sistema de Gestión de la Calidad.		
	La empresa establece las comunicaciones externas e internas, teniendo en cuenta el qué, cómo, cuándo, quién y a quién?		
Operaciones	La empresa está segura de que los productos, procesos y servicios que se suministran de forma externa se encuentran conformes a los requisitos?		
	La empresa se asegura de que las salidas que no estén conformes con los requisitos tienen que entrar en un proceso de corrección, separación, contención, devolución o suspensión de productos, Información del cliente y obtener la autorización para la aceptación bajo concesión.		
Evaluación de desempeño	La empresa realiza una evaluación del desempeño y la eficiencia del Sistema de Gestión de la Calidad, en caso hubiese?		
	La empresa realiza auditorías internas dentro de unos intervalos de tiempo planificados?		
	La empresa revisa la calidad o si hubiese el Sistema de Gestión de la Calidad a intervalos planificados, asegurándose de la idoneidad, la adecuación, la eficiencia y la alineación continua con la dirección estratégica de la empresa?		
Mejora	La empresa determina y selecciona todas las oportunidades de mejora?		
	La empresa mejora de forma continua la idoneidad, adecuación y eficacia de la calidad y si hubiese, del Sistema de Gestión de la Calidad?		

ISO 45001 - Sistemas de gestión de salud y seguridad en el trabajo (SSO)

CARACTERÍSTICAS	ITEMS	SI	NO
Contexto de la organización	La empresa establece cuestiones de seguridad), ya sea internacional, nacional y local?		
Liderazgo	La empresa establece y mantiene una política de seguridad y salud en el trabajo?		
	La empresa asume liderazgo, compromiso y valores facilitando que los empleados se encuentren en buenas condiciones labores, que sean seguros y saludables, además de prevenir los daños?		
Planificación	La empresa mantiene objetivos de seguridad y salud en el trabajo para las funciones y niveles pertinentes para mantener y mejorar de forma continua el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, en caso hubiese?		
Soporte	La empresa se asegura que los trabajadores sean competentes, basándose en su educación, formación y experiencia laboral?		
Operación	La empresa determina las diferentes situaciones en las que la ausencia de información documentada puede provocar desviaciones en la política y en los objetivos; del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo?		
Evaluación desempeño	La empresa comprueba que el Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo se ajusta a los requisitos de la propia norma internacional, en caso lo tuviese?		
Mejora	La empresa promueve mejoras en el desempeño del sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo?		

ISO 14001 - Sistemas de Gestión Ambiental (SGA)

CARACTERISTICAS	ITEMS	SI	NO
Contexto de la organización	La empresa establece y mejora de forma continua el Sistema de Gestión Ambiental para mejorar el desempeño ambiental?		
	La empresa introduce diferentes actividades, servicios y productos con un alto nivel ambiental?		
Liderazgo	La empresa demuestra liderazgo y el compromiso con el Sistema de gestión ambiental?		
	La empresa establece políticas ambientales?		
	La empresa tiene compromisos con el medio ambiente, como: la prevención de la contaminación?		
Planificación	La empresa planifica y establece los objetivos ambientales que desea alcanzar dentro de sus funciones, y en los niveles pertinentes conoce previamente los aspectos ambientales significativos y las obligaciones de cumplimiento que se encuentran asociadas a los riesgos y las oportunidades?		
Soporte	La empresa determina y facilitar los recursos necesarios para poder establecer, implantar, mantener y mejorar de forma continua el Sistema de Gestión Ambiental?		
Operación	La empresa toma medidas para prevenir las consecuencias de situaciones de emergencias en casos del medio ambiente?		
Evaluación de desempeño	La empresa evalúa el desempeño ambiental y la eficacia del sistema de gestión ambiental?		
Mejora	La empresa mejora de forma continua la idoneidad, adecuación y eficacia del Sistema de Gestión Ambiental para mejorar el desempeño ambiental?		
	La empresa reacciona ante la no conformidad tomando medidas inmediatas de acción para controlarlo y corregirlo, paliar los impactos ambientales adversos y tratar las consecuencias?		

ISO 26000 - Responsabilidad Social

CARACTERISTICAS	ITEMS	SI	NO
Comprender Responsabilidad social	La empresa tiene la voluntad de incorporar consideraciones sociales e ambientales en su toma de decisiones y actividades en la sociedad y medio ambiente?		
Reconocer la responsabilidad social e involucrarse con las partes interesadas	La empresa determina la mejor manera para incrementar los impactos beneficiosos que generan las decisiones y actividades al involucrarse en una responsabilidad social?		
Orientación sobre materias fundamentales de responsabilidad social	La empresa define su alcance de responsabilidad social e identifica asuntos pertinentes y establece prioridades en materias fundamentales, como: derechos humanos, medio ambiente, asuntos de consumidores, salud y seguridad?		
Orientación sobre la integración de la responsabilidad social en toda la organización	La empresa tiene en cuenta los aspectos ambientales, sociales, de gobernanza de la organización a través de sus decisiones y actividades?		

Anexo 3: Detalle de tiendas

ALM.	N°	CANAL	ZONA	PROVINCIA	CENTRO COMERCIAL
T100	1	BOUTIQUE	COSTA NORTE	CHICLAYO	PUERTA CALLE
T101	2	OUTLET	COSTA NORTE	TRUJILLO	PUERTA CALLE
T103	3	BOUTIQUE	COSTA NORTE	CHICLAYO	PUERTA CALLE
T105	4	OUTLET	CALLAO	LIMA	C.C. INOUTLET FAUCETT
T108	5	BOUTIQUE	COSTA SUR	AREQUIPA	MALL AVENTURA PLAZA
T109	6	BOUTIQUE	COSTA NORTE	TRUJILLO	MALL AVENTURA PLAZA TRUJILLO
T110	7	BOUTIQUE	COSTA NORTE	TRUJILLO	MALL AVENTURA PLAZA TRUJILLO
T111	8	OUTLET	CALLAO	LIMA	C.C. INOUTLET FAUCETT
T114	9	BOUTIQUE	COSTA SUR	CAJAMARCA	C.C. EL QUINDE SHOPPING PLAZA SAC
T115	10	BOUTIQUE	LIMA SUR	LIMA	C.C. PLAZA LIMA SUR
T116	11	OUTLET	LIMA ESTE	LIMA	PUERTA CALLE
T117	12	BOUTIQUE	LIMA NORTE	LIMA	C.C. MEGA PLAZA
T118	13	OUTLET	CALLAO	LIMA	C.C. INOUTLET FAUCETT
T119	14	OUTLET	CALLAO	LIMA	C.C. INOUTLET FAUCETT
T120	15	BOUTIQUE	LIMA NORTE	LIMA	C.C. MEGA PLAZA
T121	16	BOUTIQUE	NORTE CHICO	CHIMBOTE	C.C. MEGA PLAZA CHIMBOTE
T122	17	BOUTIQUE	NORTE CHICO	CHIMBOTE	C.C. MEGA PLAZA CHIMBOTE
T123	18	BOUTIQUE	NORTE CHICO	CHIMBOTE	C.C. MEGA PLAZA CHIMBOTE
T124	19	BOUTIQUE	NORTE CHICO	CHIMBOTE	C.C. MEGA PLAZA CHIMBOTE
T125	20	EXPRESS	LIMA SUR	LIMA	C.C. MEGA EXPRESS
T127	21	BOUTIQUE	SUR CHICO	ICA	C.C. EL QUINDE DE ICA
T128	22	BOUTIQUE	SUR CHICO	ICA	C.C. EL QUINDE DE ICA
T129	23	EXPRESS	LIMA NORTE	LIMA	C.C. REAL PLAZA PRO
T130	24	BOUTIQUE	LIMA SUR	LIMA	C.C. PLAZA LIMA SUR
T131	25	EXPRESS	LIMA SUR	LIMA	C.C. MEGA PLAZA VILLA
T133	26	BOUTIQUE	SIERRA	HUANCAYO	C.C. REAL PLAZA HUANCAYO
T134	27	BOUTIQUE	LIMA ESTE	LIMA	MALL AVENTURA SANTA ANITA
T135	28	BOUTIQUE	LIMA ESTE	LIMA	MALL AVENTURA SANTA ANITA
T136	29	BOUTIQUE	LIMA ESTE	LIMA	MALL AVENTURA SANTA ANITA
T138	30	BOUTIQUE	LIMA SUR	LIMA	C.C. SAN BORJA
T139	31	BOUTIQUE	SIERRA	JULIACA	C.C. REAL PLAZA JULIACA
T140	32	BOUTIQUE	SIERRA	JULIACA	C.C. REAL PLAZA JULIACA
T141	33	BOUTIQUE	NORTE CHICO	HUACHO	C.C. PLAZA DEL SOL
T142	34	BOUTIQUE	SIERRA	HUANUCO	C.C. REAL PLAZA HUANUCO
T143	35	BOUTIQUE	SIERRA	HUANUCO	C.C. REAL PLAZA HUANUCO
T144	36	EXPRESS	COSTA SUR	AREQUIPA	C. COMERCIAL PALMERAS
T145	37	EXPRESS	CALLAO	LIMA	C.C. MALL AVENTURA PLAZA
T146	38	BOUTIQUE	LIMA TRADICIONAL	LIMA	C.C. REAL PLAZA
T148	39	EXPRESS	SELVA	PUCALLPA	C.C. OPEN PLAZA PUCALLPA
T149	40	EXPRESS	SELVA	PUCALLPA	C.C. OPEN PLAZA PUCALLPA
T15	41	BOUTIQUE	LIMA NORTE	LIMA	C.C. MEGA PLAZA
T150	42	EXPRESS	NORTE CHICO	CAÑETE	C.C. MEGA PLAZA CAÑETE

ALM.	N°	CANAL	ZONA	PROVINCIA	CENTRO COMERCIAL
T151	43	EXPRESS	NORTE CHICO	CAÑETE	C.C. MEGA PLAZA CAÑETE
T152	44	BOUTIQUE	NORTE CHICO	BARRANCA	C.C. MEGA PLAZA BARRANCA
T154	45	BOUTIQUE	NORTE CHICO	BARRANCA	C.C. MEGA PLAZA BARRANCA
T155	46	BOUTIQUE	SIERRA	HUANUCO	C.C. REAL PLAZA HUANUCO
T156	47	BOUTIQUE	SIERRA	CUSCO	C.C. REAL PLAZA CUZCO
T157	48	BOUTIQUE	SIERRA	CUSCO	C.C. REAL PLAZA CUZCO
T160	49	EXPRESS	SUR CHICO	CHINCHA	C.C. STRIP CENTER
T161	50	BOUTIQUE	SIERRA	CAJAMARCA	C.C. REAL PLAZA CAJAMARCA
T162	51	BOUTIQUE	SIERRA	CAJAMARCA	C.C. REAL PLAZA CAJAMARCA
T163	52	BOUTIQUE	COSTA NORTE	CHICLAYO	C.C. REAL PLAZA CHICLAYO
T164	53	BOUTIQUE	SELVA	TARAPOTO	PUERTA CALLE
T165	54	EXPRESS	LIMA ESTE	LIMA	C.C. REAL PLAZA SANTA CLARA
T166	55	BOUTIQUE	COSTA SUR	TACNA	PUERTA CALLE
T167	56	BOUTIQUE	COSTA NORTE	PIURA	C.C. OPEN PLAZA – PIURA
T169	57	EXPRESS	SELVA	PUCALLPA	C.C. REAL PLAZA PUCALLPA
T170	58	EXPRESS	SELVA	PUCALLPA	C.C. REAL PLAZA PUCALLPA
T171	59	EXPRESS	SELVA	PUCALLPA	C.C. REAL PLAZA PUCALLPA
T172	60	BOUTIQUE	COSTA NORTE	TRUJILLO	C.C. REAL PLAZA TRUJILLO
T173	61	BOUTIQUE	SELVA	MOYOBAMBA	PUERTA CALLE
T174	62	EXPRESS	LIMA MODERNA	LIMA	C.C. LA RAMBLA BRASIL
T175	63	BOUTIQUE	LIMA NORTE	LIMA	C.C. PLAZA LIMA NORTE
T176	64	BOUTIQUE	LIMA NORTE	LIMA	C.C. PLAZA LIMA NORTE
T177	65	BOUTIQUE	LIMA TRADICIONAL	LIMA	PUERTA CALLE
T178	66	BOUTIQUE	LIMA NORTE	LIMA	C.C. MEGA PLAZA
T179	67	BOUTIQUE	LIMA ESTE	LIMA	MALL AVENTURA SANTA ANITA
T180	68	BOUTIQUE	COSTA SUR	AREQUIPA	C.C. PARQUE LAMBRAMANI AREQUIPA
T181	69	MAYORISTAS	LIMA TRADICIONAL	LIMA	PUERTA CALLE
T182	70	BOUTIQUE	COSTA NORTE	PIURA	C.C. OPEN PLAZA – PIURA
T183	71	BOUTIQUE	COSTA SUR	AREQUIPA	C.C. REAL PLAZA AREQUIPA
T184	72	OUTLET	COSTA NORTE	SULLANA	PUERTA CALLE
T185	73	BOUTIQUE	SELVA	IQUITOS	PUERTA CALLE
T186	74	BOUTIQUE	LIMA MODERNA	LIMA	C.C. REAL PLAZA PRIMAVERA
T187	75	EXPRESS	LIMA MODERNA	LIMA	C.C. OPEN PLAZA ANGAMOS
T188	76	BOUTIQUE	COSTA NORTE	TRUJILLO	MALL AVENTURA PLAZA TRUJILLO
T189	77	BOUTIQUE	SIERRA	HUANUCO	C.C. OPEN PLAZA HUANUCO
T190	78	BOUTIQUE	LIMA MODERNA	LIMA	C.C. REAL PLAZA PRIMAVERA
T191	79	BOUTIQUE	COSTA NORTE	CHICLAYO	PUERTA CALLE
T192	80	BOUTIQUE	SUR CHICO	ICA	C.C. PLAZA DEL SOL
T193	81	EXPRESS	SUR CHICO	PISCO	C.C. MEGA PLAZA – PISCO
T194	82	BOUTIQUE	COSTA NORTE	TRUJILLO	MALL AVENTURA PLAZA TRUJILLO
T195	83	BOUTIQUE	LIMA SUR	LIMA	C.C. MALL DEL SUR
T196	84	BOUTIQUE	LIMA SUR	LIMA	C.C. MALL DEL SUR
T197	85	BOUTIQUE	SUR CHICO	ICA	C.C. PLAZA DEL SOL
T198	86	BOUTIQUE	SUR CHICO	ICA	C.C. PLAZA DEL SOL

ALM.	N°	CANAL	ZONA	PROVINCIA	CENTRO COMERCIAL
T199	87	OUTLET	CALLAO	LIMA	C.C. INOUTLET FAUCETT
T20	88	MAYORISTAS	LIMA TRADICIONAL	LIMA	C.C. PARQUE CANEPA
T200	89	BOUTIQUE	SIERRA	CUSCO	C.C. REAL PLAZA CUZCO
T201	90	EXPRESS	LIMA NORTE	LIMA	C.C. REAL PLAZA PRO
T202	91	OUTLET	LIMA ESTE	LIMA	C.C. OUTLET LURIN
T203	92	OUTLET	LIMA ESTE	LIMA	C.C. REAL PLAZA SANTA CLARA
T204	93	BOUTIQUE	LIMA MODERNA	LIMA	C.C. REAL PLAZA SALAVERRY
T205	94	BOUTIQUE	LIMA SUR	LIMA	C.C. PLAZA LIMA SUR
T206	95	BOUTIQUE	LIMA MODERNA	LIMA	C.C. PLAZA SAN MIGUEL
T207	96	BOUTIQUE	LIMA MODERNA	LIMA	C.C. JOCKEY PLAZA
T208	97	BOUTIQUE	LIMA MODERNA	LIMA	C.C. JOCKEY PLAZA
T209	98	BOUTIQUE	LIMA MODERNA	LIMA	C.C. JOCKEY PLAZA
T21	99	MAYORISTAS	LIMA TRADICIONAL	LIMA	PUERTA CALLE
T210	100		SIERRA	HUANCAYO	C.C. REAL PLAZA HUANCAYO
T211	101	BOUTIQUE	SIERRA	JULIACA	C.C. REAL PLAZA JULIACA
T212	102	BOUTIQUE	LIMA NORTE	LIMA	C.C. PLAZA LIMA NORTE
T213	103		LIMA SUR	LIMA	C.C. MALL DEL SUR
T214	104		LIMA NORTE	LIMA	C.C. PLAZA LIMA NORTE
T215	105		LIMA ESTE	LIMA	PUERTA CALLE
T216	106		COSTA NORTE	CHICLAYO	PUERTA CALLE
T22	107	MAYORISTAS	LIMA TRADICIONAL	LIMA	PUERTA CALLE
T23	108	MAYORISTAS	LIMA TRADICIONAL	LIMA	PUERTA CALLE
T24	109	MAYORISTAS	LIMA TRADICIONAL	LIMA	C.C. PARQUE CANEPA
T26	110	MAYORISTAS	LIMA TRADICIONAL	LIMA	C.C. PARQUE CANEPA
T27	111	MAYORISTAS	LIMA TRADICIONAL	LIMA	PUERTA CALLE
T28	112	BOUTIQUE	LIMA TRADICIONAL	LIMA	PUERTA CALLE
T30	113	OUTLET	LIMA TRADICIONAL	LIMA	PUERTA CALLE
T32	114	OUTLET	LIMA TRADICIONAL	LIMA	PUERTA CALLE
T33	115	MAYORISTAS	LIMA TRADICIONAL	LIMA	PUERTA CALLE
T39	116	OUTLET	LIMA TRADICIONAL	LIMA	PUERTA CALLE
T41	117	MAYORISTAS	LIMA TRADICIONAL	LIMA	PUERTA CALLE
T47	118	OUTLET	LIMA ESTE	LIMA	PUERTA CALLE
T50	119	BOUTIQUE	SIERRA	CAJAMARCA	C.C. EL QUINDE SHOPPING PLAZA SAC
T51	120	BOUTIQUE	SIERRA	CAJAMARCA	PUERTA CALLE
T54	121	BOUTIQUE	LIMA MODERNA	LIMA	PUERTA CALLE
T56	122	BOUTIQUE	COSTA NORTE	CHICLAYO	PUERTA CALLE
T60	123	EXPRESS	CALLAO	LIMA	C.C. MALL AVENTURA PLAZA
T61	124	BOUTIQUE	SIERRA	HUANCAYO	PUERTA CALLE
T62	125	BOUTIQUE	SIERRA	HUANCAYO	C.C. REAL PLAZA HUANCAYO
T66	126	BOUTIQUE	LIMA SUR	LIMA	C.C. PLAZA LIMA SUR
T97	127	MAYORISTAS	LIMA TRADICIONAL	LIMA	PUERTA CALLE
T137	128	BOUTIQUE	SELVA	IQUITOS	PUERTA CALLE
T217	129		NORTE CHICO	HUACHO	C.C. PLAZA DEL SOL

ALM.	N°	CANAL	ZONA	PROVINCIA	CENTRO COMERCIAL
T219	130	GZUCK	LIMA TRADICIONAL	LIMA	C.C. POLVOS AZULES
T220	131	PIONIER	COSTA SUR	AREQUIPA	MALL PLAZA PLAZA CAYMA
T221	132	GZUCK	COSTA SUR	AREQUIPA	MALL PLAZA PLAZA CAYMA
T222	133		LIMA SUR	LIMA	C.C. REAL PLAZA VILLA MARIA
T223	134		COSTA SUR	MOQUEGUA	C.C. PLAZA VEA MOQUEGUA
T224	135		NORTE CHICO	HUACHO	PUERTA CALLE
T225	136		LIMA TRADICIONAL	LIMA	C.C. REAL PLAZA
T226	137		LIMA TRADICIONAL	LIMA	PUERTA CALLE
T228	138		SIERRA	CAJAMARCA	PUERTA CALLE
T229	139		SIERRA	APURIMAC	PUERTA CALLE
T229	140		LIMA ESTE	LIMA	C.C. OUTLET LURIN
T232	141		LIMA MODERNA	LIMA	C.C. PLAZA SAN MIGUEL

Anexo 4: Validación por juicio de expertos

ANEXO 2: Validación de instrumento por juicio de expertos

PROPUESTA DE SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN PARA MEJORAR LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA FÁBRICA TEXTIL MODAS DIVERSAS DEL PERÚ S.A.C.

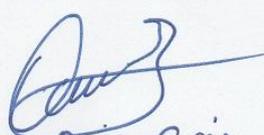
Datos del Juez	
Nombre del juez	ANIBAL VILLAFUERTE CURO
Profesión	Ingeniero Textil.
Experiencia profesional (años)	6 años
Cargo	Jefe de Producción
Datos del Tesistas	
Nombres	Freddy Omar Tapia Peredo
Especialidad	Ingeniería Industrial
Instrumento evaluado	Cuestionario
Objetivos de investigación	<p>General: Diseño de estrategias para la implementación del Sistema Integrado de Gestión mejorando la imagen corporativa de la fábrica textil Modas Diversas del Perú S.A.C.</p> <p>Específico:</p> <ul style="list-style-type: none"> Diagnosticar el estado situacional de la empresa con la aplicación del pre test. Evaluar resultado del diagnóstico Identificar puntos críticos referentes a las normas ISO planteadas en la fábrica textil Modas Diversas del Perú S.A.C. Diseñar estrategias que sean aplicables y requeridas en el Sistema Integrado de Gestión, basados en las normas ISO planteadas. Analizar el impacto obtenido del pos test Evaluar resultados del pre y pos test y determinar su viabilidad.
Evalúe cada ítem del instrumento marcando con un "si" está de acuerdo o "no" está de acuerdo con el ítem.	
<p>Detalle de los ítems del instrumento: Consta de 12 preguntas aplicamos juicio de expertos para determinar la validez de contenido, aplicada la encuesta se calcula la confiabilidad del coeficiente de Alfa de Cronbach y finalmente se analiza los resultados.</p>	
Variable Dependiente: Productividad	
1. Considera que la empresa toma conciencia de las normas de certificación ISO 14001, 9001, 45001, 26000, como atributos significativos para mejorar la imagen de la empresa.	Si (X) No () Sugerencias:
2. Considera coherentes las pautas establecidas por la empresa, las cuales producen un comportamiento positivo en usted.	Si (X) No () Sugerencias:
3. Considera que la empresa le da a conocer todos sus productos que ofrece, o ha tenido que usted mismo informarse sin una orientación.	Si (Y) No () Sugerencias:

4. Considera que la empresa toma en cuenta elementos de comunicación, así como aquellos elementos del entorno, que puedan afectar directa o indirectamente la imagen de la empresa	Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Sugerencias:	
5. Considera que la empresa utiliza diferentes estrategias y usa diversas fuentes, para obtener información y así mejorar la imagen de la empresa	Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Sugerencias:	
6. Considera que en la empresa se analiza cómo el personal administrativo utiliza en función de determinados condicionantes, las estrategias para procesar la información disponible.	Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Sugerencias:	
7. Considera que la empresa se plantea un conjunto de posibilidades en cuanto a normas de certificación ISO 14001, 9001, 45001, 26000, como situación estratégica en el sector comercial e industrial, y sobre la cual se podrán establecer una serie de soluciones o alternativas a nivel de Estrategia Global de Imagen Corporativa.	Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Sugerencias:	
8. Considera que la empresa trabaja en crear sensibilidad de la marca con la implementación de alguna certificación internacional en las normas ISO 14001,9001,45001,26000.	Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Sugerencias:	
9. Considera que la empresa implementa alguna certificación internacional y lo promociona como atributo prioritario de imagen.	Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Sugerencias:	
10. Considera que la empresa trabaja en posicionarse como referente al obtener alguna certificación internacional en el sector textil.	Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Sugerencias:	
11. Considera que la empresa trabaja en mantener y reforzar los atributos actuales de imagen.	Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Sugerencias:	
12. Considera que la empresa investiga y analiza atributos latentes o potenciales	Si <input checked="" type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Sugerencias:	
Promedio obtenido:	Nº. SI = 12	Nº. NO = 0
Comentario generales		
Observaciones: Ninguna		
Firma y sello del juez	 ANIBAL VILLA FUERTE. C. JEFE PRODUCCION	

ANEXO 2: Validación de instrumento por juicio de expertos

**PROPUESTA DE SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN PARA
MEJORAR LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA FÁBRICA
TEXTIL MODAS DIVERSAS DEL PERÚ S.A.C.**

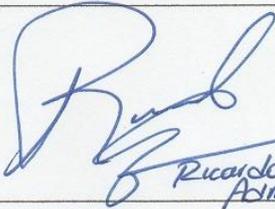
Datos del Juez	
Nombre del juez	Oscar Quispe Cerón
Profesión	Ingeniero Industrial
Experiencia profesional (años)	7 años
Cargo	Jefe de Logística
Datos del Tesistas	
Nombres	Freddy Omar Tapia Peredo
Especialidad	Ingeniería Industrial
Instrumento evaluado	Cuestionario
Objetivos de investigación	<p>General: Diseño de estrategias para la implementación del Sistema Integrado de Gestión mejorando la imagen corporativa de la fábrica textil Modas Diversas del Perú S.A.C.</p> <p>Específico:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diagnosticar el estado situacional de la empresa con la aplicación del pre test. • Evaluar resultado del diagnóstico • Identificar puntos críticos referentes a las normas ISO planteadas en la fábrica textil Modas Diversas del Perú S.A.C. • Diseñar estrategias que sean aplicables y requeridas en el Sistema Integrado de Gestión, basados en las normas ISO planteadas. • Analizar el impacto obtenido del pos test • Evaluar resultados del pre y pos test y determinar su viabilidad.
<p align="center">Evalúe cada ítem del instrumento marcando con un aspa en "sí" está de acuerdo o "no" está de acuerdo con el ítem.</p>	
<p>Detalle de los ítems del instrumento: Consta de 12 preguntas aplicamos juicio de expertos para determinar la validez de contenido, aplicada la encuesta se calcula la confiabilidad del coeficiente de Alfa de Cronbach y finalmente se analiza los resultados.</p>	
<p align="center">Variable Dependiente: Productividad</p>	
1. Considera que la empresa toma conciencia de las normas de certificación ISO 14001, 9001, 45001, 26000, como atributos significativos para mejorar la imagen de la empresa.	<p align="center">Sí (X) No ()</p> <p>Sugerencias:</p>
2. Considera coherentes las pautas establecidas por la empresa, las cuales producen un comportamiento positivo en usted.	<p align="center">Sí (X) No ()</p> <p>Sugerencias:</p>
3. Considera que la empresa le da a conocer todos sus productos que ofrece, o ha tenido que usted mismo informarse sin una orientación.	<p align="center">Sí (X) No ()</p> <p>Sugerencias:</p>

4. Considera que la empresa toma en cuenta elementos de comunicación, así como aquellos elementos del entorno, que puedan afectar directa o indirectamente la imagen de la empresa	Si (<input checked="" type="checkbox"/>) No () Sugerencias:	
5. Considera que la empresa utiliza diferentes estrategias y usa diversas fuentes, para obtener información y así mejorar la imagen de la empresa	Si (<input checked="" type="checkbox"/>) No () Sugerencias:	
6. Considera que en la empresa se analiza cómo el personal administrativo utiliza en función de determinados condicionantes, las estrategias para procesar la información disponible.	Si (<input checked="" type="checkbox"/>) No () Sugerencias:	
7. Considera que la empresa se plantea un conjunto de posibilidades en cuanto a normas de certificación ISO 14001, 9001, 45001, 26000, como situación estratégica en el sector comercial e industrial, y sobre la cual se podrán establecer una serie de soluciones o alternativas a nivel de Estrategia Global de Imagen Corporativa.	Si (<input checked="" type="checkbox"/>) No () Sugerencias:	
8. Considera que la empresa trabaja en crear sensibilidad de la marca con la implementación de alguna certificación internacional en las normas ISO 14001,9001,45001,26000.	Si (<input checked="" type="checkbox"/>) No () Sugerencias:	
9. Considera que la empresa implementa alguna certificación internacional y lo promociona como atributo prioritario de imagen.	Si (<input checked="" type="checkbox"/>) No () Sugerencias:	
10. Considera que la empresa trabaja en posicionarse como referente al obtener alguna certificación internacional en el sector textil.	Si (<input checked="" type="checkbox"/>) No () Sugerencias:	
11. Considera que la empresa trabaja en mantener y reforzar los atributos actuales de imagen.	Si (<input checked="" type="checkbox"/>) No () Sugerencias:	
12. Considera que la empresa investiga y analiza atributos latentes o potenciales	Si (<input checked="" type="checkbox"/>) No () Sugerencias:	
Promedio obtenido:	Nº. SI = 12	Nº. NO = 0
Comentario generales		
Observaciones: Ninguna		
Firma y sello del juez	 Oscar Quispe Cerón Jefe de Logística	

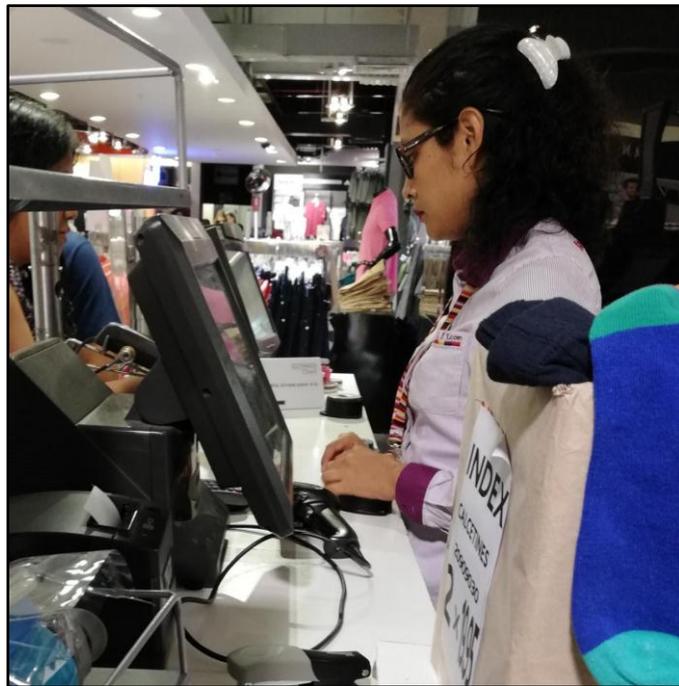
ANEXO 2: Validación de instrumento por juicio de expertos

**PROPUESTA DE SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN PARA
MEJORAR LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA FÁBRICA
TEXTIL MODAS DIVERSAS DEL PERÚ S.A.C.**

Datos del Juez	
Nombre del juez	Ricardo Lumbre Gutierrez
Profesión	Ingeniero Textil
Experiencia profesional (años)	10 años
Cargo	Administrador de planta.
Datos del Tesisista	
Nombres	Freddy Omar Tapia Peredo
Especialidad	Ingeniería Industrial
Instrumento evaluado	Cuestionario
Objetivos de investigación	<p>General: Diseño de estrategias para la implementación del Sistema Integrado de Gestión mejorando la imagen corporativa de la fábrica textil Modas Diversas del Perú S.A.C.</p> <p>Específico:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diagnosticar el estado situacional de la empresa con la aplicación del pre test. • Evaluar resultado del diagnóstico • Identificar puntos críticos referentes a las normas ISO planteadas en la fábrica textil Modas Diversas del Perú S.A.C. • Diseñar estrategias que sean aplicables y requeridas en el Sistema Integrado de Gestión, basados en las normas ISO planteadas. • Analizar el impacto obtenido del pos test • Evaluar resultados del pre y pos test y determinar su viabilidad.
<p align="center">Evalúe cada ítem del instrumento marcando con un aspa en "sí" está de acuerdo o "no" está de acuerdo con el ítem.</p>	
<p>Detalle de los ítems del instrumento: Consta de 12 preguntas aplicamos juicio de expertos para determinar la validez de contenido, aplicada la encuesta se calcula la confiabilidad del coeficiente de Alfa de Cronbach y finalmente se analiza los resultados.</p>	
Variable Dependiente: Productividad	
1. Considera que la empresa toma conciencia de las normas de certificación ISO 14001, 9001, 45001, 26000, como atributos significativos para mejorar la imagen de la empresa.	Si (X) No () Sugerencias:
2. Considera coherentes las pautas establecidas por la empresa, las cuales producen un comportamiento positivo en usted.	Si (X) No () Sugerencias:
3. Considera que la empresa le da a conocer todos sus productos que ofrece, o ha tenido que usted mismo informarse sin una orientación.	Si (X) No () Sugerencias:

4. Considera que la empresa toma en cuenta elementos de comunicación, así como aquellos elementos del entorno, que puedan afectar directa o indirectamente la imagen de la empresa	Si (X) No () Sugerencias:
5. Considera que la empresa utiliza diferentes estrategias y usa diversas fuentes, para obtener información y así mejorar la imagen de la empresa	Si (X) No () Sugerencias:
6. Considera que en la empresa se analiza cómo el personal administrativo utiliza en función de determinados condicionantes, las estrategias para procesar la información disponible.	Si (X) No () Sugerencias:
7. Considera que la empresa se plantea un conjunto de posibilidades en cuanto a normas de certificación ISO 14001, 9001, 45001, 26000, como situación estratégica en el sector comercial e industrial, y sobre la cual se podrán establecer una serie de soluciones o alternativas a nivel de Estrategia Global de Imagen Corporativa.	Si (X) No () Sugerencias:
8. Considera que la empresa trabaja en crear sensibilidad de la marca con la implementación de alguna certificación internacional en las normas ISO 14001,9001,45001,26000.	Si (X) No () Sugerencias:
9. Considera que la empresa implementa alguna certificación internacional y lo promociona como atributo prioritario de imagen.	Si (X) No () Sugerencias:
10. Considera que la empresa trabaja en posicionarse como referente al obtener alguna certificación internacional en el sector textil.	Si (X) No () Sugerencias:
11. Considera que la empresa trabaja en mantener y reforzar los atributos actuales de imagen.	Si (X) No () Sugerencias:
12. Considera que la empresa investiga y analiza atributos latentes o potenciales	Si (X) No () Sugerencias:
Promedio obtenido:	Nº. SI = 12 Nº. NO = 0
Comentario generales	
Observaciones: Ninguna	
Firma y sello del juez	 Ricardo Lumbare G. Adm. planta.

Anexo 5: Aplicación de la encuesta



Administradora Tienda en Plaza Norte – Los Olivos



Administradora Tienda Santa Anita – Santa Anita



Administradora Tienda Gamarra – La Victoria



Administradora Tienda Mirones Altos – Cercado de Lima

Anexo 6: Cotización y cronograma de implementación

COTIZACION					
Fecha Wednesday, November 29, 2017					CODIGO CLIENTE 125
Señor(es) Fabrica Textil Moda Diversas del Perú					No. 205
Dirección Lima			Celular 3138850303		
Ciudad San Juan de Lurigancho - Lima			Email gerencia@cootranscoy.com		
OBJETO		Brindar asesoría para la Implementación del Sistema Integrado de Gestión: ISO 9001:2015, ISO 45001:2018, ISO 14001:2015 e ISO 26000:2010. Fábrica textil Modas Diversas del Perú SAC			
ID	CANT	UND	DESCRIPCION DEL TRABAJO A REALIZAR	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	1	Global	Elaboración de la Documentación para la Implementación del Sistema Integrado de Gestión: ISO 9001:2015, ISO 45001:2018, ISO 14001:2015 e ISO 26000:2010. Fábrica textil Modas Diversas del Perú SAC		
2	1	Global	Capacitar a cada responsable de proceso en los nuevos lineamientos y realizar seguimiento al SIG		
#VALUE!				TOTAL	\$ 30,000,00
CONDICIONES DE LA PROPUESTA			CONTROL DE ADJUDICACION		
Plazo 4 Meses			CONTROL DE ADJUDICACION		
Validez de la Oferta 60 Dias calendario			<input type="checkbox"/> ADJUDICADA <input type="checkbox"/> NO ADJUDICADA		
Forma de Pago Ver nota			FORMA DE ENVIO		
OBSERVACIONES			<input type="checkbox"/> MAGNETICO <input type="checkbox"/> FISIO		
<p>*Forma de pago: Cuatro (04) pagos iguales por valor de \$7,500.00 el primero a la firma del contrato y los otros tres pagos al finalizar mes1, mes2 y mes3 previa presentación de la cuenta de cobro.</p> <p>Se diseñará cada proceso con los nuevos lineamientos quedando lista la información en medio magnético para que cada responsable de proceso haga la respectiva implementación.</p> <p>*La organización debe contemplar el costo de las inversiones adicionales que se identifiquen durante el desarrollo de la consultoría, mejoras en infraestructura, calibración, auditorías externas, entre otros.</p>			Firma de recibido del cliente _____ Nombre _____ Cargo _____		

Cronograma de proceso de implementación sistema integrado de gestión basada en las normas ISO 9001: 2015, ISO 45001:2018, ISO 14001:2015 e ISO 26000:2010

Actividad	Entregables	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Sensibilización	1. Inicio del proyecto																								
	2. Sensibilización grupo directivo																								
	3. Sensibilización líderes																								
Diagnóstico	4. Informe del diagnóstico																								
	5. Concertar el cronograma de trabajo																								
Diseño del sistema integrado de gestión	6. Revisión y articulación del SIG																								
	7. Política del proceso de implementación																								
	8. Diseño del Mapa de procesos																								
	9. Cronograma de procesos y procedimientos																								
	10. Construcción de procedimientos																								
	11. Manual de procesos																								
	12. Plan de comunicaciones e instructivos.																								
	13. Ficha de indicadores																								
	14. Estructuración de resoluciones propias																								
	15. Matriz de riesgos																								
	16. Perfil de los líderes de procesos																								
Formación y entrenamiento:	17. Auditores Internos																								
	18. Formación a líderes de procesos																								
	19. Formación de los auditores Internos																								

Actividad	Entregables	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Verificación del sistema integrado de gestión	20. Conformación del equipo auditor																								
	21. Plan de auditoria																								
	22. Programa de auditoria																								
	23. Informe de auditoria																								
	24. Formulación planes de mejoramiento																								
Revisión por la alta dirección	25. Procedimiento de revisión																								
	26. Informe de la revisión																								
Pre auditoría	27. Informe de pre auditoria																								
	28. Plan de acción para abordar las no conformidades evidenciadas																								
	29. Seguimiento a las no conformidades presentadas durante la auditoria																								
Acompañamiento visita de otorgamiento (certificación)	30. Plan de acción para abordar las no conformidades evidenciadas																								
	31. Informe con recomendaciones para mantener el SIG.																								