



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**GESTIÓN DE LA CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN
LAS MYPES DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO
COMPRA Y VENTA DE CACAO Y CAFÉ DE LA
PROVINCIA SATIPO, 2019**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRA EN
ADMINISTRACIÓN**

AUTOR

Br. YUPANQUI ACEVEDO EDIC MARLENE

ORCID: 0000-0003-1867-0856

ASESOR

DR. FERNANDEZ BONILLA, LINO ELÍAS

ORCID: 0000-0002-5651-4073

SATIPO – PERÚ

2020

Equipo de trabajo

Autor

Br. Yupanqui Acevedo, Edic Marlene

ORCID: 0000-0003-1867-0856

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, estudiante de Posgrado
Chimbote, Perú

Asesor

Dr. Fernández Bonilla, Lino Elías

ORCID: 0000-0002-5651-4073

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de
Administración, Chimbote, Perú

Jurado

Mgtr. CARRASCO CASTRO, JULIO CÉSAR

ORCID: 0000-0002-4893-6890

Dr. VILA HINOJOSA, BERNABÉ TEODORO

ORCID: 0000-0001-7795-3211

Mgtr. MEDINA ORE, JESÚS HUGO

ORCID: 0000-0002-3312-7273

Hoja de firma del jurado y asesor

Dr. Vila Hinojosa Bernabé
Miembro

Mgtr. Medina Ore Jesús
Miembro

Mgtr. Carrasco Castro Julio
Presidente

Dr. Fernández Bonilla, Lino Elías
Asesor

Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria

Agradecimiento

A Dios, por guiarme en mi vida, quien hizo que fuera más valiente en todas las circunstancias y adversidades que se presentaron y me dio fortaleza para seguir adelante.

A mi hijo Jack Anderson, por ser mi orgullo y motivación, quien me da cada fortaleza en todas las adversidades que se me presentan y me impulsa cada día a superarme y ofrecerle siempre lo mejor, cabe mencionar sino le tendría, no habría logrado muchos objetivos, en lo personal y profesional.

Dedicatoria

La tesis va dedicada a Dios por brindarme vida, salud y múltiples beneficios y está siempre conmigo en las buenas y en las malas por eso le debo todo a él, asimismo a mis padres por brindarme su amor, apoyo, cuidado incondicional velando siempre mis necesidades.

A los docentes de la ULADECH por impartir sus valiosos conocimientos, y brindarme su apoyo desinteresado en el desarrollo y conclusión del trabajo de investigación.

Resumen

La investigación titulada “Gestión de la calidad y competitividad en las Mypes del sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de la provincia Satipo, 2019” cuyo problema de investigación ¿Cuál es el nivel de asociación entre la gestión de la calidad y competitividad en las Mypes del sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019?, tuvo como objetivo principal determinar la asociación entre la gestión de la calidad y competitividad en las Mypes del sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019; en la metodología se consideró el método científico, hipotético deductivo, de corte transversal siendo el tipo de investigación descriptivo de nivel cuantitativo, con diseño correlacional; la muestra empleada fue de 14 Mypes considerando una muestreo censal, y la técnica empleada fue la encuesta cuyo instrumento es el cuestionario de tipo escala Likert para la recolección de datos. La investigación arribó a los siguientes resultados, el 14.3% de los representantes de la Mypes respondieron en el nivel malo, el 57.1% consideraron que la gestión de la calidad es regular, y el 28.6% de los representantes encuestados consideraron el nivel bueno. Concluyéndose que la gestión de la calidad y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, no son mutuamente independientes.

Palabras claves: Gestión de la calidad, competitividad, responsabilidad de la dirección, realización del producto.

Abstract

The research entitled "Management of quality and competitiveness in Mypes of the commerce sector, purchase and sale of cocoa and coffee in the Satipo province, 2019" whose research problem What is the level of association between quality management and competitiveness in the MSEs of the commerce sector, purchase and sale of cocoa and coffee in the province of Satipo, 2019? The main objective of which was to determine the association between quality management and competitiveness in the Mypes of the commerce sector, purchase and sale of cocoa and coffee in the province of Satipo, 2019; In the methodology, the scientific, hypothetical deductive, cross-sectional method was considered, being the descriptive type of research of quantitative level, with correlational design; The sample used was 14 Mypes considering a census sampling, and the technique used was the survey whose instrument is the Likert scale questionnaire for data collection. The research reached the following results, 14.3% of the representatives of the Mypes responded at the bad level, 57.1% considered that the quality management is regular, and 28.6% of the surveyed representatives considered the good level. Concluding that the management of quality and competitiveness in the Mypes of the commercial sector, purchase and sale of cocoa and coffee in the province of Satipo, 2019, are not mutually independent.

Keywords: Quality management, competitiveness, management responsibility, product realization.

Contenido (Índice)

Contenido

Equipo de trabajo	ii
Hoja de firma del jurado y asesor	iii
Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria	iv
Dedicatoria	v
Resumen	1
Abstract	2
Contenido (Índice)	3
II. Marco Teórico	11
2.1 Bases Teóricas	11
2.2 Hipótesis	43
2.3. Variables	44
III. Metodología	45
3.1 El tipo y nivel de la investigación	45
3.2. Diseño de la investigación	46
3.3 Población y muestra	47
3.4. Definición y operacionalización de las variables e indicadores	47
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	52
3.6. Plan de análisis	56
3.7. Matriz de consistencia	58
3.8. Consideraciones éticas y de rigor científico	61
4.1. Resultados	61
4.1.2. Prueba de hipótesis	75
4.2 Análisis de Resultados	83
V. Conclusiones y Recomendaciones	89
Referencias Bibliográficas	93
Anexos	98

Índice de Figuras

Figura 1: Modelo de Excelencia de la EFQM de GCT	25
Figura 2: Modelo Deming Prize TQM de GCT.	29
Figura 3: El Ciclo PDCA de Deming	31
Figura 4: Metodología de causas y Efectos	32
Figura 5: Distribución de frecuencias de la variable Gestión de la calidad.	62
Figura 6: Distribución de frecuencias de la dimensión Responsabilidad de la Dirección	63
Figura 7: Distribución de frecuencias de la dimensión Gestión de los Recursos.	64
Figura 8: Distribución de frecuencias de la dimensión Realización del Producto	66
Figura 9: Distribución de frecuencias de la dimensión Medición Análisis y Mejora.	67
Figura 10: Distribución de frecuencias de la variable Competitividad.	68
Figura 11: Distribución de frecuencias de la dimensión Formalización Empresarial.	70
Figura 12: Distribución de frecuencias de la dimensión Acceso al Financiamiento	71
Figura 13: Distribución de frecuencias de la dimensión Asociatividad Empresarial	72
Figura 14: Distribución de frecuencias de la dimensión Exportación.	74

Índice de tablas

Tabla 1: El viejo enfoque de control de la calidad y el nuevo enfoque Gestión de la calidad.	22
Tabla 2: según la Ley N° 28015, clasificación de las Mypes.	39
Tabla 3: Según el DS N° 007 – 2008, clasificación de las Mypes en el Perú.	40
Tabla 4: según Ley N° 30056 clasificaciones de las Mypes en Perú	41
Tabla 5: Operacionalización de la Variable Gestión de la Calidad	49
Tabla 6: Operacionalización de la variable competitividad	51
Tabla 7: Validación por expertos sobre liderazgo interpersonal	53
Tabla 8: Confiabilidad	54
Tabla 9: Análisis con índice Alfa Cronbach	54
Tabla 10: Baremo para análisis de la variable gestión de la calidad de forma manual.	55
Tabla 11: Baremo para análisis de la variable gestión de la calidad	55
Tabla 12: Baremo para análisis de la variable Competitividad	56
Tabla 13: Matriz de consistencia	58
Tabla 14: Distribución de frecuencias de la variable Gestión de la calidad.	61
Tabla 15: Distribución de frecuencias de la dimensión Responsabilidad de la Dirección.	63
Tabla 16: Distribución de frecuencias de la dimensión Gestión de los Recursos.	64
Tabla 17: Distribución de frecuencias de la dimensión Realización del Producto.	65
Tabla 18: Distribución de frecuencias de la dimensión Medición Análisis y Mejora.	67
Tabla 19: Distribución de frecuencias de la variable Competitividad.	68
Tabla 20: Distribución de frecuencias de la dimensión Formalización Empresarial.	69
Tabla 21: Distribución de frecuencias de la dimensión Acceso al Financiamiento.	71
Tabla 22: Distribución de frecuencias de la dimensión Asociatividad Empresarial.	72
Tabla 23: Distribución de frecuencias de la dimensión Exportación.	73

I. Introducción

La investigación titulada “Gestión de la calidad y competitividad en las Mypes del sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de la provincia Satipo, 2019” fue desarrollada con el enfoque cuantitativo, con un pensamiento positivista que se enmarcó en la globalización; la metodología, se consideró el método científico, hipotético deductivo, de corte transversal siendo el tipo de investigación descriptivo de nivel cuantitativo, con diseño no experimental, transversal y correlacional; la muestra empleada fue 14 Mypes considerando una muestra censal la técnica empleada, fue la encuesta con el instrumento del cuestionario de tipo escala Likert.

Las Mypes en estudio están ubicadas en la provincia de Satipo, las cuales se ha considerado para el estudio a los distritos de Pangoa, Mazamari, Río Negro y Río Tambo; el ámbito temporal de la investigación se desarrolló a partir del mes de abril de 2019 finalizando en agosto de 2020.

Los siguientes autores sostienen a las variables en estudio como: la Gestión de la Calidad Según Arana, Camisón, Casadesús y Martiarena (2008) señalan a la gestión de la calidad (*Quality Management*), como el conjunto de decisiones que se toman en la empresa con el objetivo de la mejora de la calidad de los productos, los servicios, los procesos y gestión empresarial en general. También define que la gestión de la calidad se considera como una actividad eficaz específica de la empresa o entender como una función transversal dentro de las funciones básicas de la empresa, (Dirección general, financiación, comercialización, producción y dirección de personas). Esta última versión es la que más que se prescribe en la literatura (p. 15).

Sobre la competitividad Koonz y O’Donell (2013) definen la competitividad como una capacidad que tiene la empresa, de lograr rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del

producto ofrecido y los materiales necesarios para lograr la productividad de los otros ofertantes en el mercado competitivo.

En el planteamiento del problema, se muestra que la problemática que existe en las Mypes comercializadoras de cacao y café en la provincia Satipo es la falta de calidad de los productos que no permiten ser competitivos en el mercado, haciendo necesarios recurrir a ciertas metodologías de mejorar la calidad para lograr la competitividad en el mercado exigente, sin embargo, los propietarios en su mayoría no tendrían conocimiento de aplicar ciertas metodologías de la gestión de la calidad.

La investigación tiene cuyo objetivo principal es, determinar la asociación que existe entre la gestión de la calidad y competitividad en las Mypes del sector comercio de cacao y café de la provincia de Satipo, viendo como una alternativa de gestión para no perder participación en el mercado. Así también la realización de este informe de tesis tiene como finalidad elevar el nivel de competitividad de las microempresas en estudio, situación deseable que impactará en la provincia de Satipo al recibir mejores precios de sus productos logrando ser competitivos en el mercado.

El problema general formulado es ¿Cuál es el nivel de asociación entre la gestión de la calidad y competitividad en las Mypes del sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019?; con sus problema específicos, ¿Cuál es el nivel de asociación entre la responsabilidad de la dirección y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019?; ¿Cuál es el nivel de la asociación entre la gestión de los recursos y competitividad en las Mypes sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019?, ¿Cuál es el nivel de asociación entre la realización del producto y competitividad en las Mypes sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019? y ¿Cuál es de asociación entre la medición de análisis y mejora y

competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019?

El objetivo general es determinar la asociación entre la gestión de la calidad y competitividad en las Mypes del sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019; objetivo específico, establecer la asociación entre la responsabilidad de la dirección y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, establecer la asociación entre la gestión de los recursos y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, establecer la asociación entre la realización del producto y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, establecer la asociación entre la medición de análisis y mejora; y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019.

Las hipótesis general, la gestión de la calidad y competitividad en las Mypes del sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019; son mutuamente independientes; la gestión de la calidad y competitividad en las Mypes del sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019; no son mutuamente independientes, siendo los objetivos específicos la responsabilidad de dirección y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019; no son mutuamente independientes; la gestión de los recursos y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019; no son mutuamente independientes; la realización del producto y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019; no son mutuamente independientes; la medición y análisis y mejora; y competitividad en las

Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019; no son mutuamente independientes.

La investigación es importante porque, teóricamente está compuesto por un conjunto de las teorías, definiciones sobre la variable gestión de la calidad y competitividad y sus respectivas dimensiones. Por otro lado, también la investigación metodológicamente cumple con estos parámetros porque se ha desarrollado con el método científico y como método específico se ha empleado el hipotético deductivo.

La investigación se justifica teniendo como objetivo principal conocer la asociación que existe entre la gestión de la calidad y la competitividad de las Mypes del sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, como alternativa para mantenerse en el mercado exigente.

Así también la realización de esta investigación tiene la finalidad de elevar el nivel de la competitividad de las Mypes en estudio, situación deseable que impactara en la provincia de Satipo al recibir mejores precios de sus productos sabiendo que un producto de calidad tiene buen precio en el mercado.

La investigación se redactó teniendo en cuenta el siguiente esquema de investigación:

En el Capítulo I. Se detalló la introducción, en ella se describe de manera resumida el problema, los objetivos, la justificación, la metodología, resultados, las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

En el Capítulo II. Revisión de literatura y marco teórico en ella se detalla los antecedentes y marco teórico que sustentara la investigación.

En el Capítulo III. Metodología donde se detalla el diseño de la investigación, población y muestra, de igual forma se definió la operacionalización de las variables con sus respectivos indicadores y las técnicas e instrumentos.

En el Capítulo IV. Está compuesto por Resultados en ella se detalla las tablas y figuras estadísticas con sus respectivas interpretaciones que los resultados responden a los objetivos planteados.

En el Capítulo V. Se detalla las conclusiones y recomendaciones de acuerdo a los a objetivos planteados.

Finalmente se determinó que la gestión de la calidad y competitividad en las Mypes del sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, no son mutuamente independientes, existiendo así una correlación con un $p\text{-value} = 0.009661$, con un ajuste de 66.36% y el otro porcentaje lo explica otras variables. Observándose en la tabla de la Figura 5. Respecto de la variable gestión de calidad, el 14.3% de los representantes de la Mypes respondieron en el nivel mala, el 57.1% consideraron que la gestión de la calidad es regular, y el 28.6% de los representantes encuestados consideraron en el nivel bueno. Por lo tanto, la mayoría de los representantes de las Mypes coinciden que la política de la calidad en la comercialización de cacao y café es regular con un índice a buena, también las condiciones del ambiente de trabajo para el proceso productivo son adecuadas se establece de manera regular, también se tiene documentado la información relacionado al producto regular, como también podemos describir de regular a buena, se toman en cuenta las acciones preventivas y correctivas en su empresa. La redacción se ha elaborado teniendo en cuenta las normas APA sexta edición.

II. Marco Teórico

2.1 Bases Teóricas

2.1.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1.1. Antecedentes internacionales

Ibarra, Gonzáles y Demuner (2016) en su tesis titulada “*Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California*”, para optar grado de Maestro, con el objetivo de determinar el nivel de competitividad empresarial de las Pymes manufactureras de Baja California e identificar las áreas que dentro de ellas, influyen en dicha competitividad, la metodología es descriptivo, correlacional y de corte transversal; la población de estudio fue de 195 empresas; con la técnica de encuesta, cuyo instrumento fue cuestionario, llegando a la siguiente conclusión:

Los resultados mostrados indican que las Pymes manufactureras de Baja California son medianamente competitivas, pero con tendencia importante hacia la baja, independientemente de su tamaño. Todas las dimensiones analizadas presentan niveles de competitividad medio y bajo, situación similar presenta en los subsectores analizados.

Algunas de las dimensiones repercuten directamente en la competitividad de las empresas como se observó en el análisis de regresión múltiple realizado. Los resultados descriptivos muestran que las áreas de contabilidad y finanzas se consideran menos al momento de hacer funcionar una empresa y no existe la visión por parte de los empresarios de utilizar como punta de partida para lograr que la competitividad de la empresa se incremente.

Sin embargo, el análisis de regresión efectuado, muestra como dicha dimensión incide de manera importante en la competitividad de la empresa, lo que corrobora la idea de que no priorizar esta área, las empresas dejan de lado una parte importante de su propio

crecimiento y consolidación. Asimismo, la dimensión que más contribuye a explicar la competitividad de la empresa es producción y operaciones (p. 126).

Hidalgo (2015) en su tesis titulada “*Modelo de gestión para mejorar la calidad de atención al usuario del CADM CANTON Babahoyo*” Ecuador, para optar el grado de Maestro; con el objetivo de mejorar la capacidad de proporcionar servicios eficaces que respondan a las necesidades y expectativas de los usuarios, siendo el tipo de investigación cualitativa con el nivel descriptivo de corte transversa, la población de estudio consta de 200, con el tamaño de muestra de 384 Usuarios con la técnica encuesta, cuyo instrumento fue de cuestionario llegando a las siguientes conclusiones.

“La bibliografía existe referente a modelos de gestión de calidad muestra innumerables opciones para mejorar la administración de las empresas públicas y privadas. Temas como la 5S, administración por procesos, gestión por objetivos, ISO, entre otra normativa son de gran ayuda actualmente y se ha ido actualizando y adaptando a la realidad de las compañías de gran manera. Sin embargo, es la norma ISO 9001 2008 (última actualización) que se muestra más completa, al abarcar tema importante como el enfoque al cliente, los indicadores de gestión y manejo de acciones correctivas y preventivas, entre otros temas que son, a la fecha, importante para la mejora de los procesos de atención a los usuarios del GADM del Cantón Babahoyo” (p. 89).

Valero (2013) en su tesis titulada “*La Gestión de calidad y su influencia en la Competitividad alcanzada por las Pymes del Cantón Milagro*”, para optar el grado de Maestro, con el objetivo de establecer la influencia de la gestión de calidad en la competitividad por las Pymes del Cantón Milagro, periodo 2012-2013, siendo el tipo de investigación cuantitativa con nivel descriptivo, correlaciona de coste transversal, con la técnica encuesta, cuyo instrumento fue cuestionario, llegando a la siguiente conclusión:

“La gestión de calidad es un factor esencial para alcanzar la competitividad y fortalecerse en el mercado, especialmente cuando la liberación de las economías lleva a una competencia entre negocios pequeños, medianos y grandes” (p. 19).

“Los pequeños y medianos negocios no mantienen una estructura organizacional definida, cometen errores en la gestión de tareas y en sus procedimientos de trabajo, trayendo desperdicio del tiempo y de otros recursos físicos” (p. 19).

2.1.1.2. Antecedentes nacionales

Alejos y Rios (2019) en su tesis titulada “*Competitividad y los factores que influye en las exportaciones de cacao de Perú*” como principal objetivo es determinar los factores que influyen en la evolución de las exportaciones peruanas de cacao en grano que afectan su competitividad, siendo el tipo de investigación descriptivo de nivel de investigación no experimental, diseño de investigación cuantitativa, con muestra de investigación se observaron 28 datos considerando el periodo de tiempo 1999-2017, llegando a la siguiente conclusión:

El estudio ha revelado que los factores determinantes de las exportaciones de cacao en grano del Perú en el periodo de estudio son las exportaciones de cacao en grano de América del Sur y la producción influye de manera significativa.

Se confirmó que las exportaciones de cacao en grano de Perú son competitivas en comparación a otros países exportadores, excepto con Ecuador, ya que es el principal país exportador de cacao a nivel región – América del Sur.

También se indica que, por cada tonelada adicional en las exportaciones de cacao a nivel regional de América del sur, la exportación de cacao de Perú va en aumento en 0.054 toneladas.

De igual manera se puede concluir que por cada tonelada adicional en la producción nacional de cacao en grano, las exportaciones en Perú aumentan en 0.531 toneladas.

Asimismo, el tipo de cambio es uno de los factores considerados para la evaluación de la exportación de cacao, no tiene significancia. Este factor en general afecta a todas las exportaciones, pero en caso de cacao este ha afectado de manera mínima en el periodo de análisis.

El otro factor considerado fue el precio de exportación de cacao de Perú que en análisis resulto no ser significativo para el estudio debido a que el cacao al ser un producto commodity tiene el mismo precio que cualquier otro cacao del mundo.

Contreras (2018) en su tesis de maestría titulada *“Gestión de la Calidad con enfoque al cliente y su relación con la Competitividad en Microempresas farmacéuticas del Cercado de Lima caso: Galerías Capón Center 2013”*, con el objetivo para determinar si existe relación entre Gestión de la calidad con enfoque al cliente y la competitividad en las microempresas farmacéuticas del tercer piso de la galería Capón Center; siendo el tipo de investigación aplicada, observacional correlacional y de corte transversal; la población de estudio consta de 70 establecimientos farmacéuticos y/o droguerías con el tamaño de muestra fue lo mismo de la población, con la técnica encuesta; cuyo instrumento fue cuestionario llegando a las siguientes conclusiones:

“La gestión de la calidad con enfoque al cliente se relaciona directamente o favorablemente con la competitividad en microempresas farmacéuticas del cercado de Lima, caso-. Tercer piso galería Capón Center, 2013 en donde se determinó que la dimensión aspectos o elementos tangibles y todos sus indicadores se relacionan con rentabilidad, mientras que la dimensión de fiabilidad y tres de sus indicadores se

relacionan con la dimensión eficiencia (Promesas, solución de problemas y tiempo promedio).

No se reportó relación entre los indicadores de cero errores y registrando extremos de errores con la dimensión fiabilidad, concerniente a la dimensión sensibilidad o capacidad de respuesta tres de sus indicadores se relacionan con la dimensión productividad (rapidez en atención, disponibilidad, flexibilidad), no se reportó relación entre el indicador de realización de servicios con la dimensión productividad y finalmente la dimensión empatía y cuatro de sus indicadores se relacionan con la dimensión efectividad (Atención individualizada, atención personalizada, preocupación y comprensión). No se reportó relación del indicador de horario de trabajo conveniente con la dimensión efectividad” (p. 128).

Cajavilca (2018) en su tesis doctoral *“Ventajas competitivas y competitividad empresarial en las empresas exportadoras peruanas, 2006-2017”*, cuyo objetivo general es determinar si las ventajas competitivas empresariales de las empresas productoras exportadoras o comercializadoras peruanas más representativas con sede en la ciudad de Lima. Siendo el tipo de investigación aplicada, diseño de investigación no experimental, población 46 empresas exportadoras más representativas de Perú, muestra aleatoria simple, instrumento entrevista encuesta llegando a la siguiente conclusión:

- Las ventajas competitivas por costo son un factor significativo en la competitividad empresarial respecto a los resultados empresariales de productividad, rentabilidad y crecimiento.
- Las ventajas competitivas por deficiencia son un factor significativo en la competitividad empresarial respecto a los resultados empresariales de productividad, rentabilidad y crecimiento.

- Las ventajas competitivas por valores de capacidad son un factor significativo en la competitividad empresarial respecto a los resultados empresariales de productividad, y crecimiento.
- La participación de empresas en la exportación de productos tradicionales y no tradicionales, explican el dinamismo del sector exportador no tradicional que se muestran en la productividad, en la rentabilidad y la calidad.
- La participación de un número creciente de las empresas peruanas en el comercio internacional explica que la especialización en estos sectores productivos es clave para lograr productividad, rentabilidad y crecimiento empresarial, a la vez crecimiento en el producto bruto interno y por ende en el valor real de la economía nacional.
- La participación de las empresas en el comercio internacional explica como en la actualidad los consumidores lo que más privilegian considerando el “*ceteris paribus*” de la economía y del sector empresarial son los valores de capacidad empresarial como la oportunidad, responsabilidad, orden, puntualidad y disciplina.

Obregón (2016) en su tesis de maestría titulada “*La gestión de calidad y competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro alquiler de maquinaria y equipos de construcción en el distrito de Independencia, 2016*”, cuyo objetivo fue determinar la relación que existe entre la gestión de calidad y competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro alquiler de maquinarias y equipos de construcción en el distrito de Independencia en el 2016, siendo el tipo de investigación cuantitativo – básico y de nivel correlacional; de corte transversal, la población fue por 230 directivos y trabajadores de las 7 micro empresas constructoras y alquiler de maquinarias; con el tamaño de muestra de 144 directivos y trabajadores; con

la técnica de encuesta; cuyo instrumento es cuestionario; llegando a la siguiente conclusión:

La mayoría de los clientes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro construcciones y alquiler de maquinarias de la ciudad de Huaraz están parcialmente de acuerdo en que las micro empresas de construcción y de alquiler de maquinarias tiene un direccionamiento parcial hacia la calidad; así como con la competitividad que muestran las micro empresas en el medio local, relacionado a los elementos tangibles, la fiabilidad micro empresarial, la capacidad de respuesta y el avance tecnológico; porque de acuerdo al valor de Chi cuadrada calculado es igual a P valor = 0.000 también según la prueba de correlación de Rho de Spearman = 0.603 y un P valor = 0.000, conforma que existen un correlaciona directa y significativa entre las variables de gestión de calidad de servicio y la competitividad (p. 103).

Nahuamel (2013) en su tesis de maestría titulada “*Competitividad de la cadena productiva de café orgánico en la provincia de la convención, región Cusco*”; con el objetivo de analizar la competitividad de la cadena productiva del café orgánico en la provincia de la convención en la región de Cusco; siendo el tipo de investigación descriptiva exploratoria; de corte transversal; la población de estudio fue 526 productores de café orgánico; con el tamaño de muestra 285 productores encuestados con la técnica encuesta, cuyo instrumento fue cuestionario, llegando de esta forma a la conclusión:

La competitividad del sector dependiente del componente de la cadena productiva. Esta integralidad está basada en el enfoque de sistema de producción y ha permitido visualizar los elementos positivos y negativos que intervienen en la producción y comercialización de café orgánico.

La capacidad productiva de café se puede elevar a 328,272 quintales es decir al 30% de la producción de la provincia de la Convención debido a que la zona tiene

excelentes condiciones agroecológicas para producción de este cultivo, sin embargo, el elevado costo de producción y la escasez de mano de obra, así como la carencia de infraestructura adecuada son las principales dificultades (p. 121).

2.1.1.3. Antecedentes locales

Martínez (2011) en la tesis titulada *“Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector industrial rubro compra y venta de café del distrito de cercado de la provincia Satipo de la región Junín, periodo 2009 – 2010”*, con el objetivo general, describir las principales características del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las Mypes del sector industrial rubro compra y venta de café del distrito de cercado de Satipo de la región Junín, periodo 2009 – 2010. Siendo el tipo de investigación fue descriptiva, para desarrollar se escogió una muestra poblacional de 10 microempresas a quienes se le aplicó un cuestionario, utilizando la técnica de la encuesta, llegando a la siguiente conclusión:

Con respecto a los empresarios encuestados manifestaron que el 60% de los microempresarios tiene la edad entre 45 a 64 años, el 70% manifestaron que son de sexo masculino y el 60% manifestaron que tienen grado de instrucción universitario con respecto a la variable el financiamiento los empresarios encuestados manifestaron que en el año 2009 y 2010 el 40% y 50% recibieron más de S/. 10,000.00 soles, el 60% solicitaron créditos de la entidad no bancaria, el 80% invirtieron los créditos recibidos en capital de trabajo y el 100% de los encuestados manifestaron que el microcrédito financiero que obtuvieron contribuyó al incremento de la rentabilidad anual de sus empresas. Con respecto a la variable capacitación los empresarios encuestados manifestaron que el 80% no recibió capacitación para la administración de crédito financiero; el 50% tuvieron capacitación en mejora empresarial y el 60% manifestaron que la capacitación si mejoró

la competitividad de su empresa. De tal manera, las principales características de las Mypes del ámbito de estudio son: el 30% mencionaron tener más de tres años en el negocio de compra y venta de cacao; el 90% tienen de dos a siete trabajadores dentro de su empresa; el 67% tienen más de tres cursos de capacitación.

2.1.2. Bases teóricas de la investigación

2.1.2.1. Teorías de la calidad

El concepto de la calidad, tiene muchas ilustraciones porque el término de “calidad” va progresando según el tiempo. Algunos autores indican que la calidad es:

- ☞ Brindar satisfacción al cliente.
- ☞ Ayudar a aumentar la rentabilidad.
- ☞ Cumplir con las normas establecidas.
- ☞ Entregar justa a tiempo.
- ☞ Perfección.
- ☞ Eliminar defectos.

Lo que las organizaciones tienen que entender es la finalidad de la calidad ¿Es señalar por qué hacemos calidad?, ¿Qué objetivos queremos lograr?, ¿Quiénes se benefician con la calidad?

Según Juran (2001) considera dos conceptos distintos, primero define la calidad como la ausencia de deficiencias se pueden presentarse como: retraso en la entrega, fallos durante los servicios, cancelación de contratos de venta, etc.

Segundo, está orientado a los ingresos, que consiste en aquellas características del producto que satisfacen necesidades del consumidor y, como resultado de esos productos producen ingresos. Tal es la razón que una mejor calidad habitualmente cuesta más (p.12).

Taguchi (2012) define que “un producto de calidad es aquel que minimiza la pérdida para la empresa y la sociedad” (p. 11).

Crosby (2001) nos da la siguiente definición muy relacionada con la calidad total “calidad es hacer las cosas bien a la primera” (p. 11).

2.1.2.2. Gestión de calidad

Según Camisón, Cruz y González (2006) menciona que el enfoque, la gestión de una organización se fundamenta en “las actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización”, mientras que el sistema de gestión es para implantar “ciertas políticas y los objetivos y para lograr dichos objetivos” (norma ISO 9000:2000). En otros procesos, el sistema de gestión de una organización es el conjunto de elementos (estrategias, objetivos, políticas, estructuras, recursos y capacidades, métodos tecnologías, procesos, procedimientos, reglas e instrucciones de trabajo) mediante el cual la dirección; planifica, ejecuta y controla todas sus actividades para el logro de los objetivos preestablecidos.

La norma ISO 9000 adopta una definición del SGC como “sistema de gestión para dirigir y controlar una organización con respecto a la calidad”, enfocado en logro de los resultados en relación con los objetivos de la calidad para satisfacer las necesidades, expectativas de los interesados según corresponde.

El SGC es el medio que las organizaciones utilizan para poner en práctica el enfoque de la gestión de la calidad que la dirección ha adoptado (p. 346).

Según Arana, Camisón, Casadesús y Martiarena (2008) definen la gestión de la calidad (*Quality Management*), como el conjunto de decisiones que se toman en la empresa con el objetivo de la mejora de la calidad de los productos, los servicios, los procesos y gestión empresarial en general. También define que la gestión de la calidad se considera como una actividad eficaz específica de la empresa o entender como una función

transversal dentro de las funciones básicas de la empresa, (Dirección general, financiación, comercialización, producción y dirección de personas). Esta última versión es la que más se prescribe en la literatura (p. 15).

2.1.2.2.1. Principios de gestión de la calidad

Según la norma ISO 9001 (2015) menciona que la calidad es “cualquier cosa que puede percibirse o concebirse”. Esa definición que puede ser revisado en la última actualización de la norma ISO 9001 ha dado la apertura al tema de la calidad más allá de los requerimientos y necesidades que tienen los clientes.

Sirvent, Gisbert y Pérez (2017) define la gestión de la calidad es el proceso de cambio que ha sufrido el concepto de calidad y sus implicaciones. Para entender gestión de la calidad, en primera instancia, debemos hablar de la calidad como control de calidad y el proceso de evolución a gestión de la calidad total.

En primer lugar, donde la calidad solo se refiere al control final de los productos, separando en buenos o malos. A continuación se pasa a la etapa de control de calidad de proceso en la que el tema principal es “la calidad no se controla, si no que se fabrica”. Por lo tanto, el control de la calidad se inició con la idea de la inspección y la participación de todo los miembros de la organización.

La siguiente etapa es la de una calidad de diseño que, aparte de corregir o reducir los defectos, también los previene.

Por lo tanto, el sendero hacia una calidad total significa crear una nueva cultura, mantener un liderazgo, desarrollar al personal y el trabajo en equipo y así es como llegamos al concepto de la gestión de la calidad, es decir, es la evolución de la calidad total, razón el cual comprende todos los aspectos de la organización e involucra a todos los miembros (p. 12).

A continuación, se muestra la Tabla 1 donde se indica la comparación entre el viejo enfoque (control de calidad) y el nuevo (gestión de la calidad total).

Tabla 1

El viejo enfoque de control de la calidad y el nuevo enfoque gestión de la calidad

VIEJO ENFOQUE	NUEVO ENFOQUE
- Cumplir con los estándares y procedimientos definidos.	- Satisfacer las expectativas del cliente.
- Invertir tiempo y dinero para conseguir mejorar la calidad.	- Ahorrar tiempo y dinero haciendo más cosas con calidad.
- La calidad es responsabilidad de unos pocos.	- La calidad es responsabilidad de todos.
- Detectar los errores producidos en el proceso.	- Evitar los errores, haciendo las cosas bien la primera vez.

Fuente: Sirvent, Gisbert y Pérez (2017).

Los 7 principios de la Gestión de la Calidad

Según Sirvent et al. (2017) la familia de la norma ISO 9000 se basan en siete principios básicos de gestión de la calidad.

Anteriormente, eran ocho, pero con la nueva versión del 2015, ahora los principios son solo siete y son los siguientes:

- 1. Enfoque al cliente:** “Las organizaciones dependen de sus clientes por lo que tienen que comprender sus necesidades actuales y futuras, satisfacer sus necesidades y esforzarse en exceder sus expectativas”.
- 2. Liderazgo:** “Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno, donde el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización”.
- 3. Compromiso de las personas:** La participación del personal es básica para mantener en funcionamiento un sistema de gestión de calidad. Además, es del personal operativo del que se pueden extraer las mejores ideas, ya que estos son los que pasan parte de su día a día con el producto o servicio que la organización ofrece.

4. **Enfoque a procesos:** “Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso”. Por eso, la organización debe estructurarse mediante procesos y marcar objetivos para cada uno de ellos.
5. **Mejora continua:** “La mejora continua del desempeño global de la organización debe ser un objetivo permanente”. Para aquello encontramos dos tipos de mejora, la primera, mediante un avance tecnológico y, la segunda, mediante la mejora de todo el proceso productivo.
6. **Toma de decisiones basadas en la evidencia:** “Las decisiones deben basarse, en la medida de lo posible, en el análisis de datos y a partir de la mejor información”. Toda decisión que impacte a la calidad del producto debe ser tomada ante un hecho previo que garantice o reduzca la posibilidad de un error.
7. **Gestión de las relaciones:** La organización es interdependiente de sus clientes y proveedores, por lo que una relación mutuamente beneficiosa aumente la capacidad de todos para crear valor. El cliente no se conforma con que una organización esté certificada, si no que se requiere que los proveedores también cumplan con esta certificación, lo cual indica que la materia prima con la que se realiza el producto o servicio final es de calidad y cumple con los requisitos del cliente directo (pp. 13-15).

2.1.2.2.2. Modelos de gestión de la calidad

Las tendencias actuales en las Mypes es la adopción de modelos de gestión que sirven de referencia para la mejora de los productos y servicios que ofrecen.

Según Camisón et al. (2006) un modelo de gestión de calidad es un referente permanente y un instrumento eficaz en el proceso de toda organización de mejorar los productos o servicios que ofrece.

Los modelos que se detallan a continuación:

1. El modelo europeo de excelencia EFQM.
2. Modelo Deming Prize (TQM).
3. Modelo ISO 9001-2015.

1. El modelo de excelencia europeo EFQM

El modelo europeo para la gestión de la calidad fue desarrollado en 1991 como base para la autoevaluación de las organizaciones y ser más competitivos en el mercado mundial.

Según Camisón et al. (2006) el modelo EFQM de excelencia puede emplearse con varios propósitos, tales como:

- Realizar una autoevaluación.
- Realizar una autoevaluación por parte de un tercero.
- Realizar actividades de Benchmarking.
- Utilizar base para presentar la candidatura de la organización al premio europeo de la calidad.

La EFQM ha elaborado una adaptación de modelo de excelencia para Mypes, que representa su estructura y los criterios exigidos, como los puntos fuertes y los puntos débiles de una empresa (p.715).

El modelo EFQM busca identificar los puntos fuertes y puntos débiles de una empresa, centrándose en la relación entre su personal, sus procesos y sus resultados.

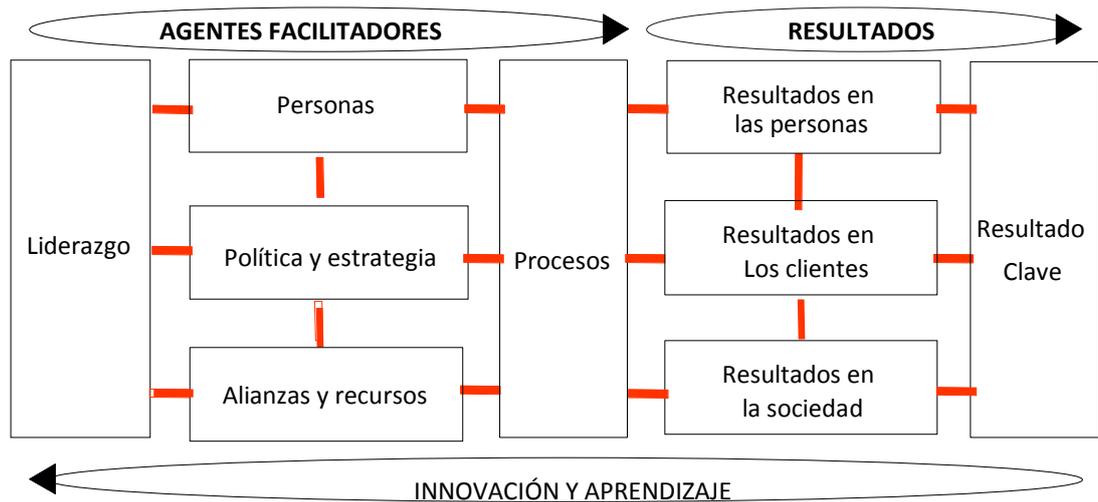


Figura 1: Modelo de excelencia de la EFQM de GCT.

Fuente: EFQM (2003).

Liderazgo

Según Camisón et al. (2006) mencionan que “los líderes excelentes despliegan y facilitan la consecución de la misión y la visión, desarrolla los valores y métodos necesarios para que la organización logre un éxito sostenido y hacen realidad todo ello mediante sus acciones y comportamientos. En tiempos de cambio son ligados con el propósito de la organización, y cuando resulta necesario, son capaces de reorientar la dirección de su organización logrando arrastrar tras ellos el resto de las personas” (p. 717).

Personas

Para Camisón et al. (2006) “las organizaciones excelentes gestionan, desarrollan y hacen que salguen todo el potencial de las personas que las integran, a nivel individual como de equipo o de la organización en su conjunto. Se preocupan, comunican, recompensan y dan reconocimiento a las personas para de esta forma, motivar e aumentar su compromiso con la organización logrando de esa manera

sus capacidades, conocimientos y destrezas en beneficio de la organización y su persona” (p. 720).

Política y estrategia

Para Camisón et al. (2006) “las organizaciones excelentes implantan su misión y visión desarrollando una estrategia centrada en su grupo de intereses en la que se tiene en cuenta el mercado y sector donde operan. Estas organizaciones desarrollan y despliegan políticas, planes, objetivos y procesos para hacer realidad la estrategia” (p. 720).

Alianzas y recursos

Según Camisón et al. (2006) “las organizaciones planifican y gestionan las alianzas externas, sus proveedores y recursos internos en apoyo de su política y estrategia. Durante la planificación y el tiempo que gestionan sus alianzas y recursos establecen un equilibrio entre las necesidades actuales y futuras de la organización, la comunidad y medio ambiente (p. 722).

Procesos

Según Camisón et al. (2006) las organizaciones diseñan, gestionan y mejoran su proceso para satisfacer plenamente a sus clientes y generando cada vez mayor valor para ellos (p. 721).

Resultados en las personas

Según Camisón et al. (2006) los resultados en las personas se miden en los logros que se están alcanzando en relación con la satisfacción de los empleados (p. 722).

Para lograr resultados en las personas se debe establecer una cultura de aprendizaje continuo de innovación y mejora con acciones propias y de los demás (p. 726).

Los beneficios que las organizaciones pueden conseguir con la aplicación de este concepto son:

- Mayor creación de valor.
- Mejora de la eficacia y de la eficiencia.
- Incremento de la competitividad.
- Creación de productos o servicios innovadores.
- Una organización más ágil (pp. 726-727).

Resultado en los clientes

Para Camisón et al. (2006) miden de manera minuciosa y alcanzan resultados destacados con relación a sus clientes” (p. 722).

Los consumidores son los jueces finales de la calidad del producto y del servicio, por lo que es enormemente importante conseguir su fidelización de manera sostenible (p. 724).

Resultados en la sociedad

Según Camisón et al. (2006) se miden los resultados cuando la organización está alcanzando en cuanto a satisfacción de las necesidades y las expectativas de la comunidad local, nacional e internacional (p. 722).

Resultado clave

Según Camisón et al. (2006) miden de manera exhaustiva y alcanzan resultados sobresalientes con respecto a los elementos clave de su política y estrategia (p. 723).

Modelo Deming Prize TQM (Total Quality Management)

Camisón et al. (2006) detallan que Deming Prize nació en 1951 y desde entonces ha ejercido una gran influencia en el desarrollo y gestión de la calidad en Japón. El objetivo básico era convertir en una herramienta que mejore y transforme la gestión de las organizaciones japonesas. Actualmente el premio se otorga a aquellas empresas que contribuyen de manera muy significativa al desarrollo de la dirección y control de calidad para promover la gestión de la calidad en numerosas empresas (p. 732).

Las características básicas de estos criterios de evaluación son seis:

1. Políticas de dirección y su despliegue en relación con la gestión de la calidad.
2. Desarrollo de nuevos productos e innovación de procesos.
3. Mantenimiento y mejora de la calidad operativa y del producto.
4. Establecimiento de sistema para mejorar la calidad, la cantidad, la entrega, los costes, la seguridad y el entorno.
5. Recolección y análisis de información sobre la calidad y el uso de tecnologías de la información.
6. Desarrollo de los recursos humanos.

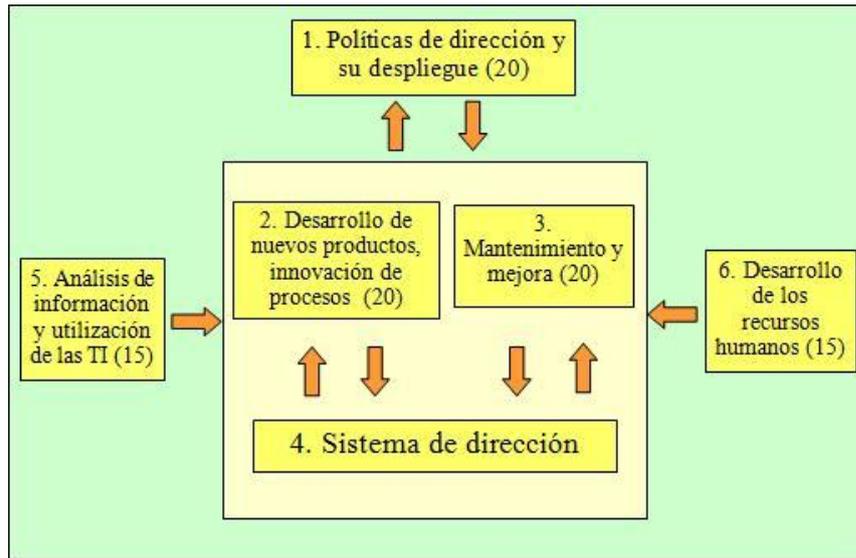


Figura 2: Modelo Deming Prize TQM de GCT.

Fuente: Deming Prize Guide (2004).

Modelo ISO 9001-2015

ISO 9001 (2015) es una norma internacional elaborado por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO) que se emplea a los sistemas de Gestión de Calidad de organizaciones públicas y privadas, muy aparte de su tamaño o actividad empresarial. Se trata de una técnica de trabajo excelente para la mejora de la calidad de los productos o servicios, así como la satisfacción del cliente.

Las empresas deben interesarse por obtener esta certificación para garantizar a sus clientes la mejora de sus productos y servicios y estos de igual forma prefieren empresas comprometidas con la calidad. Por lo tanto, las normas ISO 9001 se convierten en una ventaja competitiva para la organización (ISO 9001, 2015, p. 1).

Esta nueva versión ISO 9001 – 2015, surgió por la necesidad de adaptar la norma a los tiempos actuales en las que se ven envueltas las organizaciones.

2.1.2.2.3. Metodologías para la mejora de la gestión de calidad

Según Camisón et al. (2006) las metodologías permiten solucionar problemas de la empresa en un determinado tiempo esto dependerá de la capacidad de la organización para identificar problemas de manera eficaz, desarrollar soluciones con métodos adecuados (p. 875).

Antes de implantar cualquier metodolgia de mejora de la calidad hay unos principios básicos que se deben cumplir en todas las organizaciones, estos principios son:

1. La dirección de la empresa debe estar muy integrada y activa en el método de mejora de la calidad, ya que son los encargados de difundir la política de calidad de la empresa.
2. La formación es una de las bases del sistema. El personal de la empresa debe estar bien formado en sistema de calidad, sobre todo los encargados de su gestión, ejecución y control.
3. La dirección debe crear un ambiente de trabajo, para que toda la organización este predispuesto a dar apoyo al método de la mejora de la calidad que se va implantar.

2.1.2.2.3.1 El ciclo PDCA

Para Camisón et al. (2006) el ciclo PDCA también es conocido como el “Ciclo de Deming”, uno de los primeros que utilizó este esquema en la mejora de la calidad en los años 50 quien presentó esta metodología en Japón, por lo que también se le denomina Ciclo “Shewhart” (p. 875).

El ciclo PDCA (*Plan, Do, Check, Act*) es un proceso que permite la resolución de problemas para la mejora de la calidad en cualquier proceso de la organización.



Figura 3: El ciclo PDCA de Deming.

Fuente: Ciclo de Deming.

Las etapas y los pasos del ciclo PDCA

1. **Plan (Planificar):** Diseñar el producto.
2. **Do (Hacer):** Asegurar que se produce lo que diseño.
3. **Check (Verificar):** Confirmar si el cliente está satisfecho.
4. **Act (Actuar):** Usar la retroalimentación para la incorporación de la mejora en la siguiente fase de la planificación.

2.1.2.2.3.2. Diagrama de Causa y Efecto

Según López (2016) es una herramienta de gestión de la calidad, también conocido como el diagrama de “Kaoru Ishikawa lo introdujo en Japón, así que también se le conoce como diagrama de Ishikawa” este diagrama también se le conoce como espina de pescado debido a su estructura en forma de espina. Este método gráfico simple de causas y efectos es útil para ayudar a los equipos a generar ideas para las causas de los problemas y a su vez sirve como base para identificar las soluciones (p. 18).

Al final de la línea horizontal se escribe el problema, cada rama que apunta hacia el tallo principal representa una causa posible. Las ramas que apuntan hacia las causas son contribuyentes a ellas.

“Los diagramas de causa y efecto se construyen en una atmósfera tipo lluvia de ideas. En una organización, donde todos participan y sentir que forman parte del proceso de resolución de problema” (p. 19).

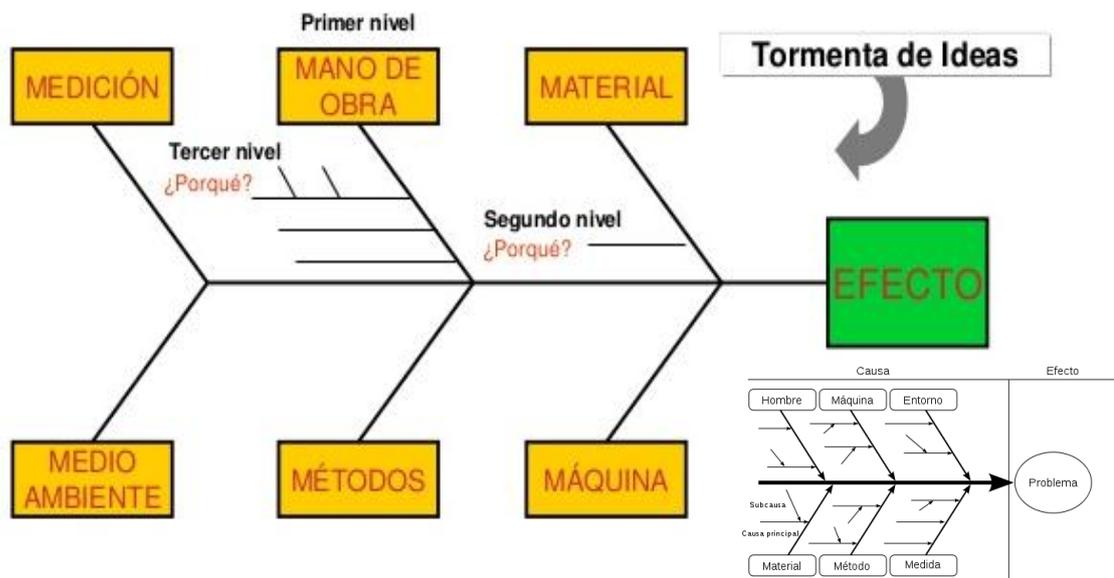


Figura 4: Metodología de causas y efectos.

Fuente: Metodología diagrama Ishikawa.

2.1.2.2.3.3. Método Kaizen

En un mercado cada vez más globalizado las empresas se ven obligadas a una constante búsqueda de nuevas estrategias y recursos para mantener la competitividad.

Los continuos avances tecnológicos, la evolución de los hábitos de los consumidores, la necesidad de reducir costes y tiempos de respuesta, y unos mercados cada vez más competitivos son factores que exigen, cada vez más, la aplicación de métodos permite hacer frente a todos estos desafíos.

El binomio productividad – competitividad carece de sentido sino va de la mano del concepto calidad.

¿Qué es Kaizen?

Según Imai (2001) señala que fue desarrollado en Japón, y es la clave de la ventaja competitiva, se trata de una metodología o sistema de gestión orientado a la mejora continua de procesos que involucra a todos, gerente y trabajadores.

La palabra Kaizen proviene de la unión de dos vocablos Japoneses: Kai = “ cambio”, y Zen “mejora” (p. 60).

Principios del Kaizen. Kaizen procede sobre la base de cuatro principios principales que son:

- 1. Principios de restricciones positivas:** Implica crear condiciones que impidan el procesamiento de productos con defectos o fallas.
- 2. Principios de restricciones negativas:** Se basa en la existencia de “cuello de botella” que tiende a frenar, interrumpir o hacer más lento el normal desarrollo de las actividades y procesamiento de los productos.
- 3. Principio de enfoque:** Toda organización tiene limitado los recursos, la mejor forma de aprovechar es enfocándolos a las actividades que la empresa posee mayor competitividad.
- 4. Principio de facilitador:** Son herramientas que se pueden utilizar para facilitar la simplificación del trabajo.

Pasos para implementar el Kaizen

Planear:

1. Definir el problema.
2. Estudiar la situación actual.
3. Analizar las causas potenciales.

Hacer:

4. Implementar la solución.

Verificar:

5. Verificar los resultados.

Actuar:

6. Estandarizar la mejora.

7. Establecer futuros planes.

2.1.2.2.4. Dimensiones de gestión de calidad

a. Responsabilidad de la dirección

Camisón et al. (2006) puntualiza “gestionar y dirigir el desarrollo e implementación del sistema de gestión de calidad enfocada en la norma ISO 9001; de esa manera se puede establecer y conservar el interés del personal, con el fin de que se involucren activamente en la mejora continua de la empresa para el logro de objetivos planteados” (p. 378).

b. Gestión de los recursos

Para Camisón et al. (2006) señala que “los recursos son necesarios para establecer y mantener el sistema de gestión de calidad, así como para poder mejorar continuamente y su responsabilidad de suministrar los recursos necesarios para el momento apropiado y lograr los niveles requeridos de calidad” (p. 381).

Por ello “el jefe o encargado del área de presupuesto es quien fija y proporciona los recursos necesarios para establecer y mantener el sistema de gestión de la calidad de tal forma mejora continuamente su eficacia, de esa forma debe suministrar los recursos

humanos, la infraestructura y el ambiente de trabajo, para el logro apropiado de los objetivos planteados (p. 381).

c. Realización del producto

Según Camisón et al. (2006) la realización del producto está basado a un conjunto de requisitos, concerniente al desarrollo y documentación de procedimientos para planificar, desarrollar y controlar los procesos para la realización del producto.

La empresa debe planificar los procesos necesarios para la realización del producto con requisitos de sistema de gestión de la calidad basados al producto (p. 383).

“Es necesario establecer procesos documentados para la elaboración del producto, para así proporcionar evidencia de los procesos de realización del producto y el mismo cumple los requisitos necesarios para el consumo de los clientes” (Aenor, 2013).

d. Medición análisis y mejora

Según Camisón et al. (2006) “las empresas deben planificar e implantar los procesos de seguimiento la calidad y servicios que ofrece con herramientas y técnicas establecidos en la norma ISO 9001, mediante la obtención de resultados, analizar las dificultades y tomar decisiones necesarias para verificar que se cumplan los requisitos establecidos para el buen desarrollo de la calidad en la organización” (p. 387).

“La organización debe planear y realizar los procesos del seguimiento, medición, análisis, mejora, para demostrar la conformidad del producto, asegurarse que se cumpla el sistema de gestión de la calidad y mejorar la eficiencia de las mismas” (Aenor, 2013).

2.1.2.3. Competitividad

2.1.2.3.1 Fundamentos epistemológicos de la competitividad

2.1.2.3.2 Teorías de la competitividad

Koonz y O'Donnell (2013) definen la competitividad como una capacidad que tiene la empresa, de lograr rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los materiales necesarios para lograr la productividad de los otros ofertantes en el mercado competitivo.

Aragón y Rubio (2006) indica que la competitividad es la capacidad para, competir con otras empresas, para alcanzar una posición competitiva favorable, que permita obtener un desempeño superior al de los competidores posteriormente mantenerse posesionado en el mercado con crecimiento sostenido de la producción y en la capacidad para participar en negociaciones con diferentes instituciones (p. 105).

Para Porter (1990) citado por Suñol (2006) señala que “la competitividad es la capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con un alto nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograrlo, se basa en el aumento de la productividad y posteriormente llegar a la competitividad” (p. 181).

2.1.2.3.3. Dimensiones de la competitividad

a. Formalización empresarial

Vegas (2017) define “la formalización es trascendental para el empresario, en tanto le garantiza el acceso al crédito, a los programas de capacitación técnica, le permite la ampliación de mercados, el desarrollo de nuevos negocios; genera confianza y reputación como activo intangibles necesarios para la prosperidad empresarial, y le da acceso a los programas y beneficios institucionales, muchas veces de exigencia aplicación intangible

necesarios para la prosperidad empresarial y le da acceso a los programas y beneficios institucionales, de modo que muchas veces de exigencia y de aplicación”. Además, sostiene que “desde la perspectiva de la sociedad como comunidad económica, también aplica estabilidad de los mercados y de calidad de los productos y servicios” (p. 1).

Para Pacheco (2016) la formalización empresarial es un proceso de llevar a cabo por el empresario para pertenecer a un mercado formal y transparental para encaminar su empresa basada a la ley.

La formalización empresarial es la consagración de un negocio ante distintas organizaciones, formalizar es conseguir identidad jurídica ante el estado, contar con el derecho y deberes tanto comercial y mercantiles. La formalización empresarial es el proceso mediante el cual una empresa es reconocida su identidad por estado, gracias que ha cumplido con una serie de requisitos legales (p. 36).

b. Acceso al financiamiento

Moreno (1998) manifiesta que el financiamiento “es la obtención de recursos de fuentes internos o externos, a corto, mediano o largo plazo, que requiere para su funcionamiento normal y eficiente en una empresa pública, privada, social o mixta, para las Pymes, obtener financiamiento no ha sido una labor muy fácil, pero es necesario para incrementar su capital de trabajo, para ampliar renovar o darle mantenimiento a las máquinas o simplemente financiarse para sus ventas que realiza a crédito (p. 1).

Moreno (1998) define “obtener liquidez las actividades propias de la empresa en un periodo de tiempo, de una forma segura y eficiente, la mayoría de las Pymes, se financian con recursos externos debido a la falta de liquidez de momento, ya que muchas de estas empresas piensan en expansión y crecimiento a futuro, existen diversos tipos de financiamiento externos, debido a las circunstancias y necesidades de la Pymes, no todas

requieren lo mismo, por ello han venido implementando nuevas formas de financiamiento en acorde a sus necesidades particulares”.

c. Asociatividad empresarial

Acevedo y Buitrago (2009) definen que “la asociatividad se ha convertido en una herramienta capaz de atenuar los efectos de la globalización, ya que permite que las pequeñas empresas y mediana empresa (Pymes) se consoliden no solo en los mercados internos, sino que también que pueden ser competitivos en los mercados externos, mejorando su estructura de costo, para así tener precios competitivos y productos de buena calidad” (p.13).

Para Rosales (1997) la asociatividad es una estrategia de contribución empresarial, en donde las empresas que participan mantienen su autonomía jurídica y gerencial, de tal modo decidiendo voluntariamente su unificación en un trabajo conjunto con los demás participantes para el logro de objetivos comunes, los cuales pueden ser coyunturales, adquisiciones de materia prima, estar orientados a los cambios de las nuevas tendencias, reducir los gastos y lograr más objetivos en forma conjunta.

d. Exportación

Camacho y García (2018) indican que la exportación son la venta de productos o servicios a compradores ubicados en otros países, estas operaciones de exportación cumplen ciertos requisitos de acuerdo a las políticas de cada país y acuerdos comerciales. En el caso de Perú, las operaciones de exportación no están afectas al pago del Impuesto General a las Ventas (IGV), por lo cual el precio de exportación no incluye ningún tributo (p. 8).

Galindo y Viridiana (2015) define “las exportaciones son la venta, trueque o donación de bienes y servicios de los residentes de un país a no residentes; es una transferencia de propiedad entre habitantes de diferentes países, el cálculo de las

exportaciones se contabiliza a través de la venta de bienes que formaron parte de algún proceso productivo realizado por residentes, así como los servicios de transporte y de seguros que realizan los residentes dentro de las transacciones (p. 2).

2.1.2.4. Micro y pequeñas empresas

2.1.2.4.1 Definición de MYPE

REMYPE (2015) según el Art. 2 de la Ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeñas Empresa, la Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contempla en la legislación vigente, que tiene como objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

2.1.2.4.2. Características de las MYPES

Asimismo, según la ley en mención, las Mypes reúnen las siguientes características esenciales poseer de 1 a 50 trabajadores y venta de 1 a 150 UIT, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 2

Clasificación de las Mypes según la Ley N° 28015

Tamaño de empresa	Número de trabajadores	Ventas anuales
Microempresa	1 – 10	Hasta 150 UIT
Pequeña Empresa	1 – 150	De 150 a 850 UIT

Fuente: Ley N° 28015 (2003).

Según el Artículo 4 del Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al empleo Decente, Ley Mypes (Decreto Supremo N° 007 – 2008 – TR, 2008), se define a la Mype como la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objetivo desarrollar ciertas actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

De igual forma, según el Decreto Supremo en mención, las Mypes tienen como características esenciales poseer hasta 100 trabajadores ventas anuales hasta 1700 UIT, tal como se muestra en tabla siguiente:

Tabla 3

Clasificación de las Mypes en el Perú según el DS N° 007 – 2008

Tamaño de empresa	Número de trabajadores	Ventas anuales
Microempresa	1 – 10	Hasta 150 UIT
Pequeña empresa	11 – 100	De 150 a 1700 UIT

Fuente: D.S. N° 007 – 2008 – TR (2008).

Respecto con las modificaciones de los artículos 1, 2, 14 y 42 de la Ley que modifica algunas leyes para facilitar la inversión, impulsa el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial (Ley N° 30056), las Mypes se precisan solo por la cantidad de ventas anuales mejor dicho por UIT, como se puede mostrar en la tabla siguiente:

Tabla 4

Clasificación de las Mypes en Perú según Ley N° 30056

Tipo de empresa	Ventas anuales
Microempresa	Hasta 150 UIT
Pequeña empresa	De 150 a 1700 UIT

Fuente: Ley N° 30056 (2013).

2.1.2.4.3. Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café

Las empresas comercializadoras de cacao y café tienen como proveedores a agricultores productores de cacao y café el cual compran para poder después comercializarlos a distintos mercados ya sean nacionales o internacionales, los precios de estos productos varían de acuerdo a la bolsa de valores de nueva york (COMMODITIES, 2019) la mayoría de los países latinoamericanos cultivan cacao.

Cabe mencionar el sostenido crecimiento de la demanda de cacao en grano que muestra un comportamiento creciente en estos últimos años de manera sostenidamente desde hace 10 años, creciendo a una tasa de 15% promedio anual. En el año 2018 se ha producido 135,3 mil toneladas de cacao en grano, con un incremento de 11% respecto al mismo periodo de 2017 (121,8 mil toneladas), situación explicada por mayores cosechas principalmente en las regiones de Piura, Pasco, Ucayali y Cajamarca.

Las exportaciones agregadas de cacao y sus privados alcanzaron un máximo nivel en el año 2016 al registrar un valor de US\$ 293,7 millones, en el 2017, se observa una caída de valor exportado en 20% con valor US\$235,3 millones.

El año 2018, las exportaciones de agregados y derivados aumentaron a 9,3% con respecto al año 2017.

El Perú ocupa el séptimo lugar entre los más importantes exportadores de café, con 4,2 millones de sacos en la campaña 2019.

Mercado

Es el espacio donde existe el intercambio de productos y servicios, es decir donde existe la oferta y demanda, la compra y venta.

Kotler (2001) precisa que “un mercado está formado por un grupo de clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo” (p. 8).

El cacao

Herrera (2015) señala que es una planta, cuyo origen se ubica hace más de cuatro mil años en la cuenca del río Amazonas. Las referencias históricas indican que fue domesticado en América Central por la cultura Maya, que lo consumían como bebida amarga o como energizantes para una guerra, el cacao se extinguió con éxito a través de Europa en el siglo XVII con el transcurso del tiempo se hizo diversos procesos al gusto del paladar de los clientes y del mercado consumidor (Camessa, 2014).

El café

El café es el primer producto agrícola peruano de exportación y Perú es el séptimo país que exporta café a nivel mundial. No solo lidera las exportaciones agrícolas sino estará dentro de los 10 principales productos de exportación, después de algunos minerales. Esto hace que existan empresas comercializadoras de café, que compran a los agricultores productores de este cultivo, convirtiéndose en la principal fuente de ingreso económico de las familias cafetaleras.

El Perú es el segundo exportador mundial de café orgánico, después de México.

Cabe mencionar que Perú se encuentra en octava posición, con US\$ 706 millones (3%). De igual forma, entre los principales importadores de café se encuentran los Estados

Unidos, con un 24% del total importado por el mundo, seguido por Alemania (14%) de igual forma Italia (7%).

2.2 Hipótesis

2.2.1. Hipótesis general

H₀: La gestión de la calidad y competitividad en las Mypes del sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, son mutuamente independientes.

H₁: La gestión de la calidad y competitividad en las Mypes del sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, no son mutuamente independientes.

2.2.2 Hipótesis específicas

H₁: La responsabilidad de la dirección y competitividad en las Mypes del sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de la provincia Satipo, 2019, no son mutuamente independientes.

H₂: La gestión de los recursos y competitividad en las Mypes del sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de la provincia Satipo, 2019, no son mutuamente independientes.

H₃: La realización del producto y competitividad en las Mypes del sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de la provincia Satipo, 2019, no son mutuamente independientes.

H₄: La medición análisis y mejora y competitividad en las Mypes del sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de la provincia Satipo, 2019, no son mutuamente independientes.

2.3. Variables

Conceptualización de las variables

Para Hernández, Fernández y Baptista (2014) una variable es una propiedad que tiene una variación que puede medirse u observarse. Las variables adquieren valor cuando se relacionan con otras variables, es decir si forman parte de una hipótesis o teoría.

El concepto de variables se aplica a personas u otros seres vivos, objetos, hechos y fenómenos, los cuales consiguen diversos valores respecto de las variables respectivas.

2.3.1. Variable 01

Gestión de la calidad

Dimensiones

- Responsabilidad de la dirección.
- Gestión de recursos.
- Realización del producto.
- Medición, análisis y mejora.
-

2.3.2. Variable 02

Competitividad

Dimensiones

- Formalización empresarial.
- Acceso al financiamiento.
- Asociatividad empresarial.
- Exportación.

III. Metodología

3.1 El tipo y nivel de la investigación

3.1.1 Tipo de investigación

La investigación corresponde al tipo descriptivo, para el desarrollo de la investigación se priorizó comprender, describir, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual y composición de los procesos de los fenómenos del problema planteado. Según Hernández et al. (2014) el estudio descriptivo busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se someten a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los variables. Describe tendencias de un grupo o población.

3.1.2 Nivel de investigación

El trabajo corresponde al nivel de investigación cuantitativo por que se utilizaron la recolección de datos y procedimientos estadísticos para la presentación de resultados y comprobar las hipótesis planteadas.

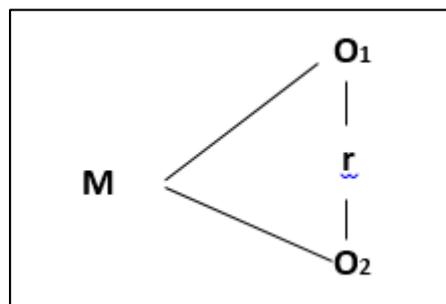
Según Hernández et al. (2014) el enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías.

Carrasco (2014) manifiesta en relación a la investigación sustantiva “es aquella que se orienta a resolver problemas fácticos, su propósito es dar respuesta objetiva a interrogantes que se plantean, en un determinado fragmento de la realidad y del conocimiento, con el objeto de contribuir en la estructuración de las teorías científicas, disponibles para los fines de la investigación tecnológica y aplicada. El ámbito donde se desarrolla la investigación sustantiva es la realidad social y natural” (p. 44).

3.2. Diseño de la investigación

El diseño está compuesto por las siguientes características para un mejor entendimiento de la investigación.

- **No experimental:** Según Hernández et al. (2014) el diseño no experimental es un estudio que se realiza sin la manipulación intencional sobre variables en los que solo se observaron los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos.
- **Transversal:** Para Hernández et al. (2014) el diseño transversal es cuando la información del objeto de estudio se recopila una única vez en un momento dado.
- **Correlacional:** Al respecto Hernández et al. (2014) manifiesta que el diseño correlacional describe relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado, el cual entiendo evalúa la relación estadística entre ellas sin influencia de variables extrañas.



Donde:

M = Muestra

O₁ = Variable 1: Gestión de la calidad

O₂ = Variable 2: Competitividad

r = Relación de las variables de estudio

3.3 Población y muestra

3.3.1 Población

El universo o población está conformada por las Mypes del sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, como resultado de la investigación, se obtuvo la información de catorce (14) Mypes del sector comercio, dedicados a la compra y venta de cacao y café, ubicados en la provincia de Satipo.

3.3.2 Muestra censal

La muestra de estudio se ha considerado toda la población siendo estas las 14 Mypes del sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019.

Según Hayes (1999) afirma que “la muestra censal abarca toda la población de la investigación. Este tipo de método se utiliza cuando es necesario saber las opiniones de los representantes de las empresas o cuando se contaban con una base de datos de fácil acceso” (p. 20).

3.4. Definición y operacionalización de las variables e indicadores

3.4.1 Operacionalización de las variables

Mejía (2008) con respecto a la situación de la operacionalización en las ciencias sociales “afirma que tales definiciones expresan, efectivamente, los procedimientos empleados en la medición y precisa que la medición puede ser considerados como el resultado de la observación. Así, la medición operativa de “longitud”, por ejemplo, indicará exactamente como debe medirse el largo de un cuerpo, proceso que se basa en la observación”.

Mejía (2016) citado por Supes (1957, p. 52) menciona que el enunciado que establece el significado de una expresión, se realiza refiriendo el término definido “definiendum” a otros términos los “definiens” ya disponibles. “La definición precisa de los términos conceptuales que firman las unidades de observación y las variables es una necesidad básica en toda la investigación científica”. “Mediante ella se elige la noción que se estime más adecuada a los fines pretendidos y se precisa el sentido único que se han de tomar las unidades y las variables por todo lo que los que intervengan en la investigación, a otros especialistas y público en general”.

Tabla 5

Operacionalización de la variable gestión de la calidad

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Gestión de la calidad	“El pleno rendimiento de la empresa, la filosofía de trabajo en la que todos los departamentos y profesionales integrantes de la organización están convencidos que, realizando cada uno sus tareas de forma óptima y sistemática consiguen un objetivo común de la calidad y así mantener un buen	De manera global, define las prácticas de gestión aceptables para las organizaciones y vayan encaminadas a conseguir productos y servicios que sean de buena calidad	X₁: Responsabilidad de la dirección “La alta dirección debe promover e implementar el sistema de gestión de la calidad, así apoyar la mejora continua, de tal forma contagie la motivación y el sentimiento de compromiso de los integrantes de su empresa” (Aenor, 2013).	1. Política de calidad	Likert
				2. Cumplimiento de expectativas	
				3. Objetivos	
				4. Responsabilidades asignadas	
				5. Proceso de comunicación	
			X₂: Gestión de los recursos “El jefe o encargado del área presupuestos es quien fija y proporcionar los recursos necesarios para instaurar y mantener el sistema de gestión de la calidad de tal forma mejorar continuamente su eficacia, asimismo debe suministrar los recursos humanos, la infraestructura y el ambiente de trabajo, para el logro de objetivos planteados” (Govindarajan, 2008).	1. Asignación de los recursos	Likert
				2. Personal con formación, habilidades y experiencia	
				3. Condiciones del ambiente de trabajo	
				4. Mantenimiento preventivo de equipos	
X₃: Realización del producto Es necesario establecer procesos documentados para la elaboración del producto, para así proporcionar evidencia de los procesos de realización del producto y el mismo	1. Documentación para el producto	Likert			
	2. Gestión de pedidos y presentación de ofertas				

	sistema administrativo dentro de la empresa” (LLaréns, 2005).		cumplen los requisitos necesarios para el consumo de los clientes (Aenor, 2013).	3. Información sobre el producto	
				4. Control de elaboración del producto	
			X4: Medición análisis y mejora La organización debe planear y realizar los procesos de seguimiento, medición, análisis, mejora, para demostrar la conformidad del producto, asegurarse que se cumpla el sistema de gestión de calidad y mejorar la eficiencia de las mismas (Aenor, 2013).	1. Seguimiento a la satisfacción del cliente	Likert
				2. Control de deficiencias y acciones de mejora	
				3. Control productos y servicios no conformes	
				4. Acciones preventivas y correctivas	
				5. Seguimiento de productos y prestación del servicio	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6

Operacionalización de la variable competitividad

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición		
Competitividad empresarial	Flores, B. (2008) define a la competitividad como “la capacidad de competir y salir victorioso. El desempeño competitivo de la microempresa depende de manejar aspectos como la formalización, acceder a fuentes de financiamiento, formar un clúster mediante la asociatividad empresarial, y exportar para poder crecer en los mercados”.	La competitividad es el resultado del entretendido de una serie de factores económicos geográficos, sociales y políticos que conforman la base estructural del desarrollo de una nación.	Y1: Formalización empresarial Según Regalado (2007) afirma que la formalización es un medio de inclusión económica, ambiental y social de las empresas en los mercados, para que estas aumenten sus índices de productividad, accedan al sistema financiero y sean sostenibles en el tiempo.	1.1. Beneficios de inscripción al REMYPE	Likert		
				1.2. Ventajas de la formalización			
				1.3. Atributos de la formalización			
				1.4. Ámbito de la formalidad			
					Y2: Acceso al financiamiento Según Regalado (2007) afirma que el acceso al crédito se refiere a la oportunidad que presenta una empresa para obtener capital y de esa manera incrementar su actividad comercial. Los micros y pequeñas empresas son fundamental para su crecimiento económico y su desarrollo social.	2.1. Fuente de funcionamiento	Likert
				2.2. Tipo de financiamiento			
				2.3. Requisitos de acceso al financiamiento			
				2.4. Beneficios del financiamiento			
					Y3: Asociatividad empresarial Según Regalado (2007) afirma que la asociatividad empresarial es un esquema de cooperación entre dos o más empresas que persiguen un objetivo común, para lo cual establecen relaciones basados en decisiones voluntarias y esfuerzos conjuntos, que posibilitan solucionar sus necesidades mutuas, contando para ello con una planeación a largo plazo y de una visión estratégica.	3.1. Modelo de asociatividad	Likert
				3.2. Causa del fracaso de asociaciones			
				3.3. Factor clave para el éxito			
				3.4. Beneficio de la asociatividad			
					Y4: Exportaciones Según Regalado (2007) afirma que una exportación es un bien o servicio que es enviado a otra parte del mundo con fines comerciales. El envío puede concretarse por distintas vías de transporte, ya sea terrestre, marítimo, aéreo hasta digital.	4.1. Mecanismo de exportación	Likert

Fuente: Elaboración propia.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.5.1 Técnicas de recolección de datos.

Técnica encuesta.

López y Fachelli, (2015) la encuesta son técnicas de recojo de datos que se realizan a través de un cuestionario estructurado a un determinado población mediante una entrevista de forma anonimato al sujeto. Esta técnica son presentes en toda práctica de investigación ya que mediante la encuesta se encuentran los datos para el análisis de resultados. (pp. 8-9)

3.5.2 Instrumentos de recolección de datos.

Instrumentos cuestionario

Para Fidias (2012) el cuestionario “es un instrumento constituido por un conjunto de preguntas sistemáticamente elaboradas, el cual se formula preguntas al encuestado con la finalidad de obtener datos de las variables consideradas en estudio”.

El instrumento de recolección de datos puede ser almacenado en cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital).

El cuestionario estuvo relacionado tanto como para las variables de gestión de la calidad y competitividad.

Cuestionario para la Variable 01: Gestión de la calidad

El cuestionario de gestión de la calidad está compuesto por 18 ítems en el cual se encuentra la dimensión de la siguiente manera: responsabilidad de la dirección del 1-5; dimensión gestión de recursos del 6-9; la dimensión realización del producto del 10-13 y la dimensión medición de análisis y mejora del 14-18.

Cuestionario para la Variable 02: Competitividad

El cuestionario de competitividad está compuesto por 16 ítems en el cual se encuentran: la dimensión formalización empresarial del 19-22; la dimensión acceso al financiamiento del 23-26; la dimensión asociatividad empresarial del 27-30 y la dimensión exportación del 31-34; siendo el cuestionario escala Likert.

Validez

Según Mejía (2012) “la validez es una cualidad que consiste en que las pruebas midan lo que pretenda medir las pruebas deben medir las características específicas de las variables para las cuales fueron diseñadas” también refiere que la “las pruebas no tienen utilidad alguna; la validez también se le denomina veracidad, exactitud, y solidez de la prueba” (p. 132).

El instrumento de recolección de datos fue validado por tres expertos mostrados en la tabla siguiente:

Tabla 7

Validación por expertos sobre liderazgo interpersonal

Apellidos y Nombres	Especialidad y Grado	Ocupación	Puntaje	Nivel
Ventura Hurtado, Tolomeo	Lic. En Administración Mgtr. En educación mención docencia currícula e investigación	Docente de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote	90.63	Óptimo
Ureta Medrano Juan Carlos	Contador Publico Mgtr. En enseñanza estratégica.	Docente de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote	93.75	Óptimo

Gonzales Borda, Juan Carlos	Lic. Administración Mgtr. En Administración Publica y Gobierno	Administrativo de la Facultad de Ciencias Agrarias de la Universidad Nacional del Centro del Perú Filial Satipo	93.75	Óptimo
Total			92.71	

Fuente: Elaboración propia.

Confiabilidad

Según Mejía (2012) la confiabilidad “se estima que un instrumento de medición es confiable cuando permite determinar lo que el investigador requiere medir, y que, aplicado una o varias veces, replique el mismo resultado” (p. 137).

Tabla 8

Confiabilidad del instrumento de recolección de datos

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,978	34

Fuente: Elaboración propia.

La confiabilidad del instrumento fue de mayor a 0.80, es decir que $0.978 > 0.80$: entonces se puede afirmar que es confiable. Por lo tanto, se ha proseguido su aplicación del instrumento a las unidades de análisis.

Tabla 9

Análisis con el índice de Alfa de Cronbach

Intervalos	Niveles
[0.8 a 1.0]	Alta
[0.6 a 0.8[Buena
[0.4 a 0.6[Moderado
[0.2 a 0.4[Baja

[0.0 a 0.2[

Muy Baja

Fuente: Elaboración propia.

Baremo Manual

La baremación para efectos de interpretación de los resultados de la variable gestión de la calidad se presenta con la finalidad de poder interpretar y ubicar las puntuaciones correspondientes.

Tabla 10

Baremo para análisis de la variable gestión de la calidad de forma manual

Nivel	Intervalo	Unidad de medida
Bueno	66 – 90	Puntos
Regular	42 – 65	Puntos
Bajo	18 – 41	Puntos

Fuente: Elaboración propia.

Baremo para SPSS 25

Tabla 11

Baremo para análisis de la variable gestión de la calidad

Nivel	Intervalo	Unidad de medida
Bueno	3.66 – 4.99	Puntos
Regular	2.33 – 3.66	Puntos
Bajo	1 – 2.33	Puntos

Fuente: Elaboración propia.

Baremo para SPSS 25

Tabla 12

Baremo para análisis de la variable competitividad

Nivel	Intervalo	Unidad de medida
Bueno	3.66 – 4.99	Puntos
Regular	2.33 – 3.66	Puntos
Bajo	1 – 2.33	Puntos

Fuente: Elaboración propia.

3.6. Plan de análisis

Las Mypes en estudio se encuentran ubicadas en los distritos de la provincia de Satipo, las cuales se consideró para el estudio a los distritos de Pangoa, Mazamari, Río Negro y Río Tambo; el ámbito temporal de la investigación fue desde el mes de abril de 2019 finalizando en agosto de 2020.

Para el análisis de datos se ha empleado los siguientes procedimientos:

1. Una vez recogido los datos se han ingresado al programa Excel 2016 codificando los valores ordinales de ambas variables.
2. Se procedió a limpiar los datos para ello se ha utilizado el programa R Studio, la finalidad de esto ha sido explorar de manera general todos los datos para luego procesar la información
3. Los datos limpios se migraron al SPSS 25 para agrupar automáticamente y eliminar, reduciendo a 3 valores ordinales.
4. Después de haber formado el algoritmo se procedió analizar e introducir los datos a las ventanas de la estadística descriptiva, SPSS 25.
5. Los resultados de las tablas de frecuencias se trasladaron al programa Word 2016 para luego interpretar las variables y sus dimensiones.

6. Para la prueba de hipótesis se ha empleado el Rho Spearman porque las variables son de nivel ordinal y de corte transversal, asimismo se utilizó la estadística no paramétrica.

3.7. Matriz de consistencia

Tabla 13

Gestión de la calidad y competitividad en las Mypes sector comercio: rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
<p>Problema general</p> <p>¿Cuál es el nivel de asociación entre la gestión de la calidad y competitividad en las Mypes del sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar la asociación entre la gestión de la calidad y competitividad en las Mypes del sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019.</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>H₀: La gestión de la calidad y competitividad en las Mypes del sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019; son mutuamente independientes.</p> <p>H₁: La gestión de la calidad y competitividad en las Mypes del sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019; no son mutuamente independientes.</p>	<p>Variable (V1)</p> <p>Gestión de calidad</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad de la dirección • Gestión de recursos • Realización del producto • Medición análisis y mejora <p>Variable (V2)</p> <p>Competitividad</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formalización empresarial 	<p>Tipo de investigación:</p> <p>Descriptivo</p> <p>Nivel de investigación:</p> <p>Cuantitativo</p> <p>Diseño de investigación:</p> <p>No experimental</p> <p>Transversal</p> <p>Correlacional</p> <div style="text-align: center;"> <pre> graph LR M --> O1 M --> O2 O1 <--> r r <--> O2 </pre> </div>
<p>Problemas específicos</p> <p>¿Cuál es el nivel de asociación entre la</p>	<p>Objetivos específicos</p> <p>Establecer la asociación entre la responsabilidad de</p>	<p>Hipótesis específicas</p> <p>H₁: La responsabilidad de dirección y competitividad en las</p>		

<p>Responsabilidad de la dirección y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019?</p>	<p>la dirección y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019.</p>	<p>Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019; no son mutuamente independientes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso al financiamiento • Asociatividad empresarial • exportaciones 	<p>Población y muestra: Población: - 14 Mypes de la provincia de Satipo Muestra: - Censal 14 Mypes</p>
<p>¿Cuál es el nivel de asociación entre la gestión de los recursos y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019?</p>	<p>Establecer la asociación entre la gestión de los recursos y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019.</p>	<p>H₂: La gestión de los recursos y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019; no son mutuamente independientes.</p>		<p>Técnicas e instrumentos: Técnica: - Encuesta Instrumento: - Cuestionario</p>
<p>¿Cuál es el nivel de asociación entre la realización del producto y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y</p>	<p>Establecer la asociación entre la realización del producto y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019.</p>	<p>H₃: La realización del producto y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019; no son mutuamente independientes.</p>		

<p>café de la provincia de Satipo, 2019?</p> <p>¿Cuál es el nivel de asociación entre la medición de análisis y mejora; y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019?</p>	<p>Establecer la asociación entre la medición de análisis y mejora; y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019.</p>	<p>H₄: La medición y análisis y mejora; y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019; no son mutuamente independientes.</p>		
---	---	--	--	--

Fuente: Elaboración propia.

3.8. Consideraciones éticas y de rigor científico

La investigación se realizó basándose en los siguientes principios éticos:

- **Protección a las personas.** - Es importante en la investigación la protección respecto a la dignidad de la persona, el cual se respetó la participación voluntaria, confidencialidad y protección a su identidad, el instrumento fue anónimo.
- **Libre participación y derecho a estar informado.** - A los encuestados se les informó los propósitos y objetivos de la investigación.
- **Beneficencia no maleficencia.** - Se debe respetar la tranquilidad de las personas que participan voluntariamente en la investigación. El cual ninguna de las preguntas atentó contra la salud, física y moral de los participantes.

IV Resultados

4.1. Resultados

Gestión de la calidad

Tabla 14

Distribución de frecuencias de la variable gestión de la calidad

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Mala	2	0.143	14.3%
Regular	8	0.571	57.1%
Buena	4	0.286	28.6%
Total	14	1.000	100.0%

Fuente: Elaboración propia basado en los indicadores del ISO 9001.

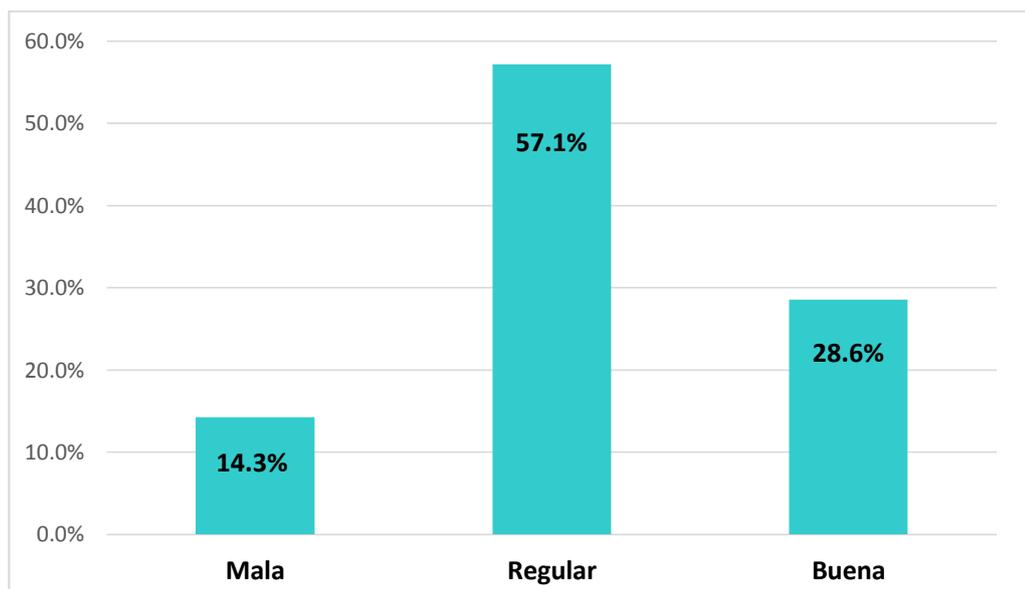


Figura 5: Distribución de frecuencias de la variable gestión de la calidad.

Fuente: Tabla 14.

Interpretación:

En la Figura 5 respecto de la variable gestión de calidad, el 14.3% de los representantes de la Mypes respondieron en el nivel mala, el 57.1% consideraron que la Gestión de la calidad es regular, y el 28.6% de los representantes encuestados consideraron en el nivel bueno. Por lo tanto, la mayoría de los representantes de las Mypes coinciden que la política de la calidad en la comercialización de cacao y café es regular con un índice a buena, también las condiciones del ambiente de trabajo para el proceso productivo son adecuadas se establece de manera regular, también se tiene documentado la información relacionado al producto regular, como también podemos describir de regular a buena, se toman en cuenta las acciones preventivas y correctivas en su empresa.

Responsabilidad de la dirección

Tabla 15

Distribución de frecuencias de la dimensión responsabilidad de la dirección

Niveles	Frecuencia	Probabilidad	Porcentaje válido
Mala	4	0.286	28.6%
Regular	6	0.429	42.9%
Buena	4	0.286	28.6%
Total	14	1.000	100.0%

Fuente: Elaboración propia basado en los indicadores del ISO 9001.

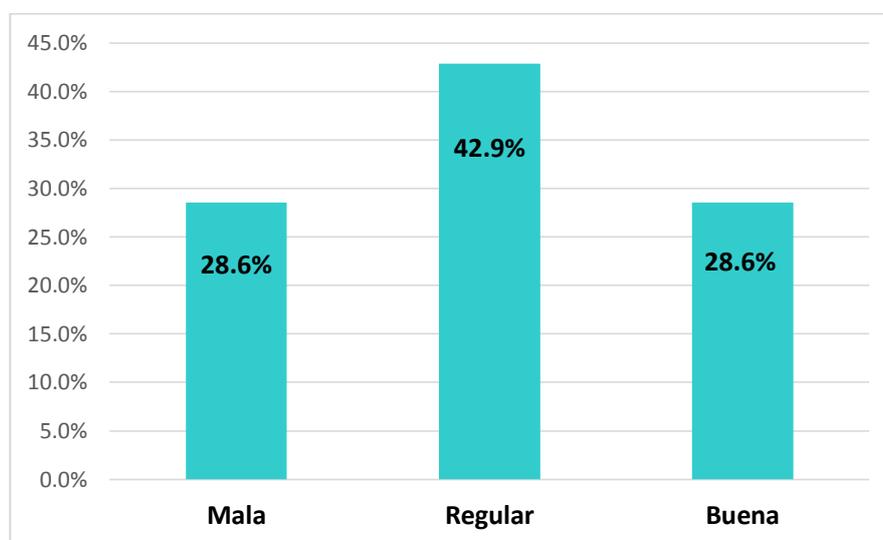


Figura 6: Distribución de frecuencias de la dimensión Responsabilidad de la Dirección

Fuente: Tabla 15.

Interpretación:

En la Figura 6 respecto a la responsabilidad de la dirección, el 28.6% de los representantes de las Mypes consideran el nivel mala, el 42.9% consideraron que la responsabilidad de la dirección es regular, y el 28.6% de los representantes consideraron que se encuentran en el nivel bueno. Por lo tanto, la mayoría de los representantes coinciden que la política de la calidad en la comercialización de cacao y café es regular con tendencia a buena,

también los objetivos de la empresa se cumplen tal como se establecieron de manera regular, podemos también describir la responsabilidad de los trabajadores es de regular a buena puesto que falta comunicación y compromiso en el desarrollo del trabajo.

Gestión de los Recursos

Tabla 16

Distribución de frecuencias de la dimensión gestión de los recursos

Niveles	Frecuencia	Probabilidad	Porcentaje válido
Mala	3	0.214	21.4%
Regular	6	0.429	42.9%
Buena	5	0.357	35.7%
Total	14	1.000	100.0%

Fuente: Elaboración propia basado en los indicadores del ISO 9001.

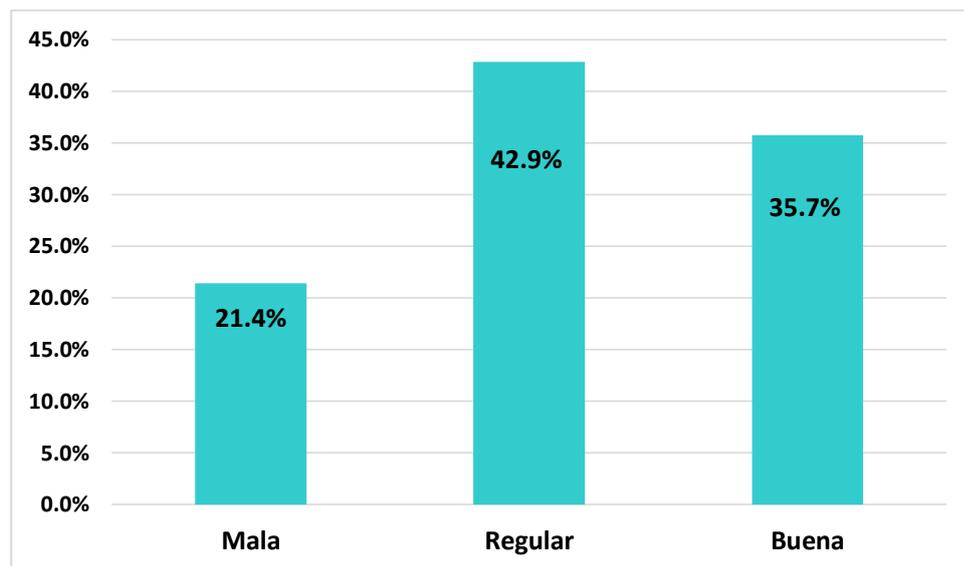


Figura 7: Distribución de frecuencias de la dimensión gestión de los recursos.

Fuente: Tabla 16.

Interpretación:

En la Figura 7 en relación a la gestión de los recursos el 21.4% de los representantes encuestados de las Mypes consideran el nivel malo, el 42.9% consideran que la gestión de los recursos es regular y el 35.7% de los representantes consideran que se encuentran en el nivel bueno. Por lo tanto, la mayoría de los representantes concuerdan que las condiciones del ambiente de trabajo para el proceso productivo son adecuadas es regular con tendencia a buena, también detallar que el personal de su empresa cuenta con formación, habilidades y experiencias para la realización de sus labores es regular. De igual forma podemos especificar que se realizan mantenimientos preventivos de los equipos, maquinaria y vehículos tienen un nivel malo.

Realización del producto

Tabla 17

Distribución de frecuencias de la dimensión realización del producto

Niveles	Frecuencia	Probabilidad	Porcentaje válido
Mala	5	0.357	35.7%
Regular	5	0.357	35.7%
Buena	4	0.286	28.6%
Total	14	1.000	100.0%

Fuente: Elaboración propia basado en los indicadores del ISO 9001.

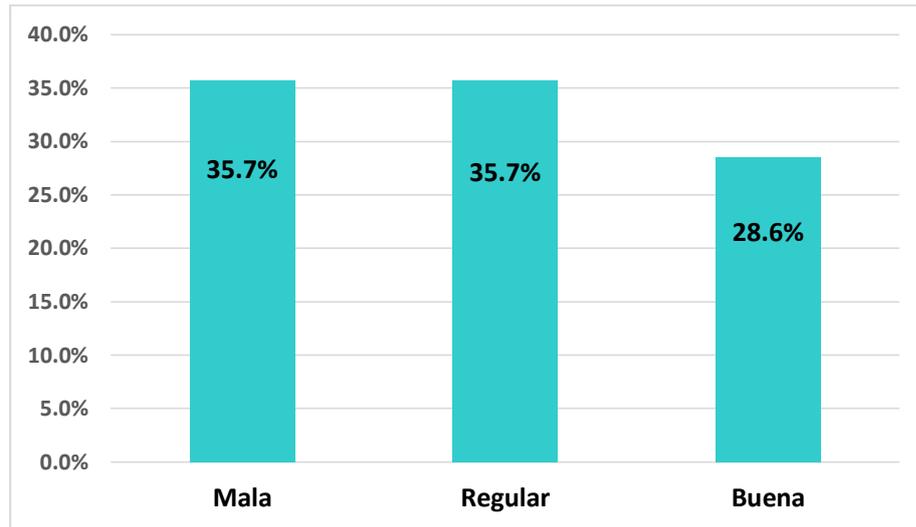


Figura 8: Distribución de frecuencias de la dimensión realización del producto.

Fuente: Tabla 17.

Interpretación:

En la Figura 8 correspondiente a la dimensión realización del producto el 35.7% de los representantes de las Mypes consideran el nivel mala, el 35.7% consideraron que la realización del producto es regular, y el 28,67% de los representantes consideran que se encuentran en el nivel bueno. Por lo tanto, la mayoría de los representantes concuerdan que tienen documentado la información relacionado al producto es regular a buena, también se informa al cliente sobre los productos que se entrega de manera regular, de igual forma también describir existe el control durante cada una de las etapas de proceso del producto es Regular y el método de trabajo para gestionar pedidos y presentación de ofertas es mala.

Medición análisis y mejora

Tabla 18

Distribución de frecuencias de la dimensión medición análisis y mejora

Niveles	Frecuencia	Probabilidad	Porcentaje válido
Mala	2	0.143	14.3%
Regular	7	0.500	50.0%
Buena	5	0.357	35.7%
Total	14	1.000	100.0%

Fuente: Elaboración propia basado en los indicadores del ISO 9001.

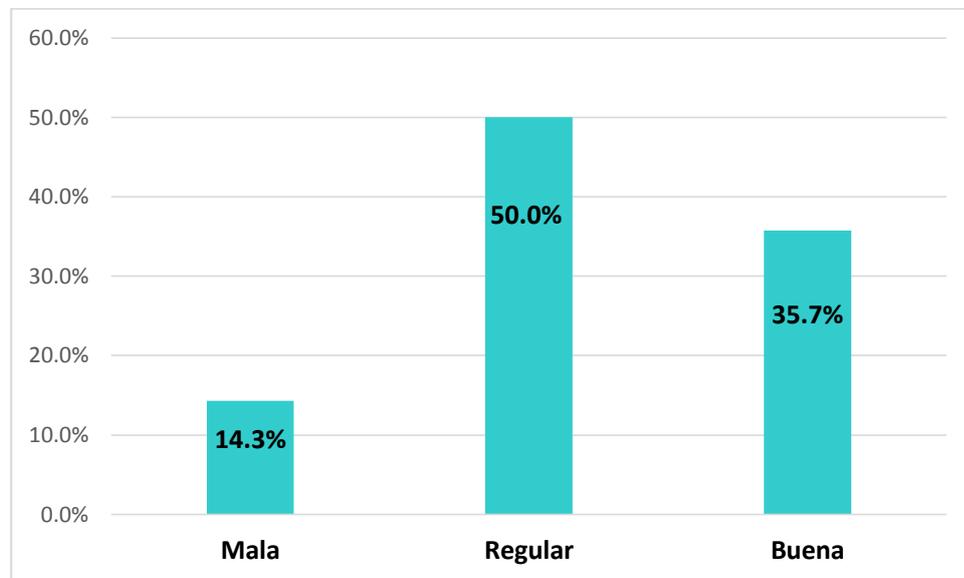


Figura 9: Distribución de frecuencias de la dimensión medición análisis y mejora.

Fuente: Tabla 18.

Interpretación:

En la Figura 9 correspondiente a la medición análisis y mejora el 14.3% de los representantes de las Mypes consideran el nivel mala, el 50.0% consideraron regular y el 35.7% consideraron que la medición análisis y mejora es buena. Por lo tanto la mayoría de los representantes de las Mypes concuerdan que se toman acciones preventivas y

correctivas en su empresa es buena, también se realizan el seguimiento del producto (materias primas, productos en procesos,) y seguimiento del servicio es de regular con tendencia a buena, podemos también especificar se tienen el control de deficiencias (quejas, reclamos) y acciones de mejora es regular y de igual forma se realizan seguimiento a la satisfacción del cliente de una manera regular.

Competitividad

Tabla 19

Distribución de frecuencias de la variable competitividad

Niveles	Frecuencia	Probabilidad	Porcentaje válido
Mala	3	0.214	21.4%
Regular	8	0.571	57.1%
Buena	3	0.214	21.4%
Total	14	1.000	100.0%

Fuente: Elaboración propia basado en los indicadores del ISO 9001.

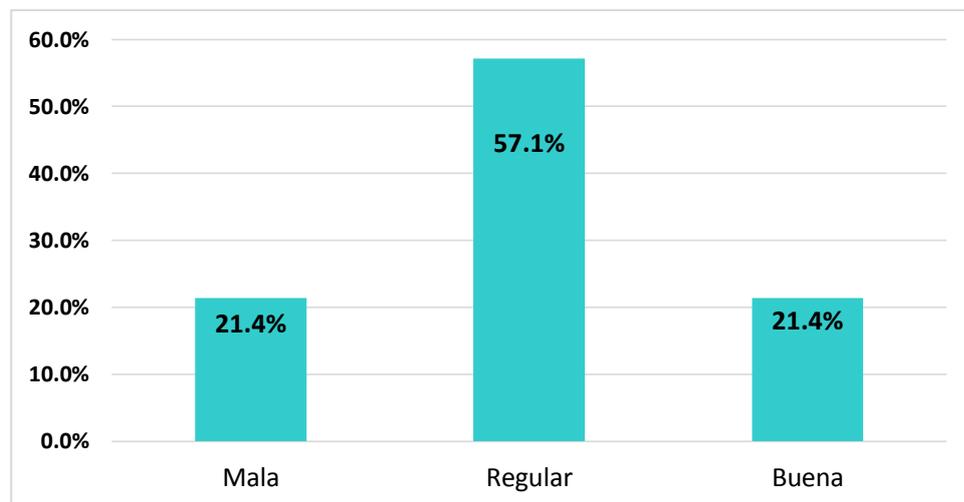


Figura 10: Distribución de frecuencias de la variable competitividad.

Fuente: Tabla 19.

Interpretación:

En la Figura 10 respecto a la variable competitividad, el 21.4% de los representantes de las Mypes respondieron el nivel mala, el 57.1% consideraron que la competitividad es regular, y el 21.4% de los representantes encuestados consideran en el nivel buena. Por lo tanto, la mayoría de los representantes de las Mypes concuerdan que la formalización de la empresa les permite acceder a los beneficios de las Mypes con un índice de buena, también la formalización les permite realizar negocios con otras empresas y competir en el mercado nacional e internacional con un índice de buena, de igual forma les permite solicitar créditos en el sistema financiero formal con índice regular con tendencia a buena, también mencionan los encuestados obtienen beneficios con la asociatividad empresarial en el ingreso a nuevos mercados es regular, finalmente mencionaron ¿realizan exportación directa a intermediarios? es mala.

Formalización empresarial

Tabla 20

Distribución de frecuencias de la dimensión formalización empresarial

Niveles	Frecuencia	Probabilidad	Porcentaje válido
Mala	3	0.214	21.4%
Regular	7	0.500	50.0%
Buena	4	0.286	28.6%
Total	14	1.000	100.0%

Fuente: Elaboración propia basado en los indicadores del ISO 9001.

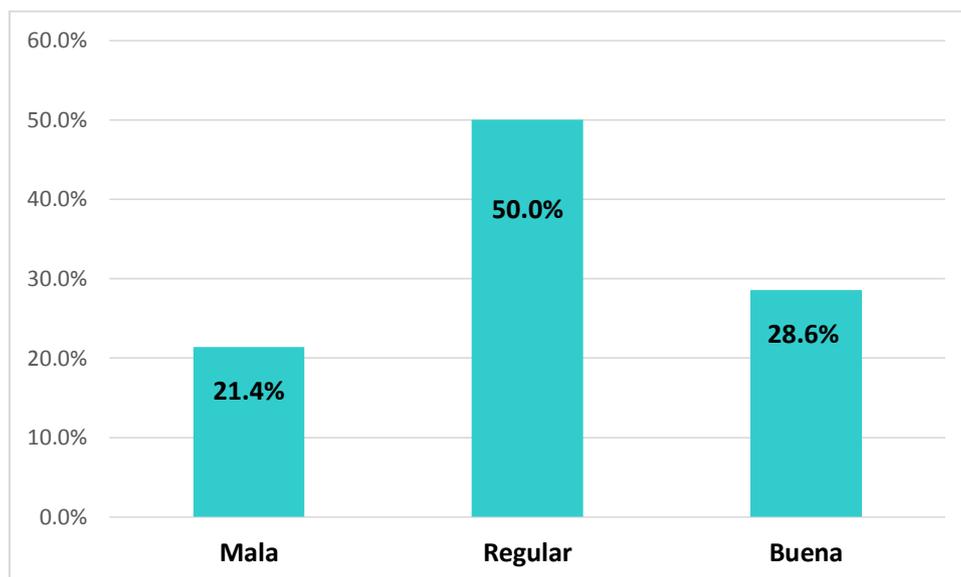


Figura 11: Distribución de frecuencias de la dimensión formalización empresarial.

Fuente: Tabla 20.

Interpretación:

En la Figura 11 correspondiente a la dimensión formalización empresarial el 21.4% de los representantes de las Mypes consideran el nivel mala, 50.0% consideran regular y el 28.6% consideran que la formalización empresarial es buena. Por lo tanto, la mayoría de los representantes de las Mypes coinciden la formalización de la empresa les permite acceder a los beneficios de las Mypes es buena, también la formalidad les permite realizar negocios con otras empresas y competir en el mercado nacional e internacional de regular con tendencia a buena, podemos de igual manera describir la formalización de la empresa les permite acceder a las asesorías y conferencias laborales es mala.

Acceso al financiamiento

Tabla 21

Distribución de frecuencias de la dimensión acceso al financiamiento

Niveles	Frecuencia	Probabilidad	Porcentaje válido
Mala	4	0.286	28.6%
Regular	7	0.500	50.0%
Buena	3	0.214	21.4%
Total	14	1.000	100.0%

Fuente: Elaboración propia basado en los indicadores del ISO 9001.

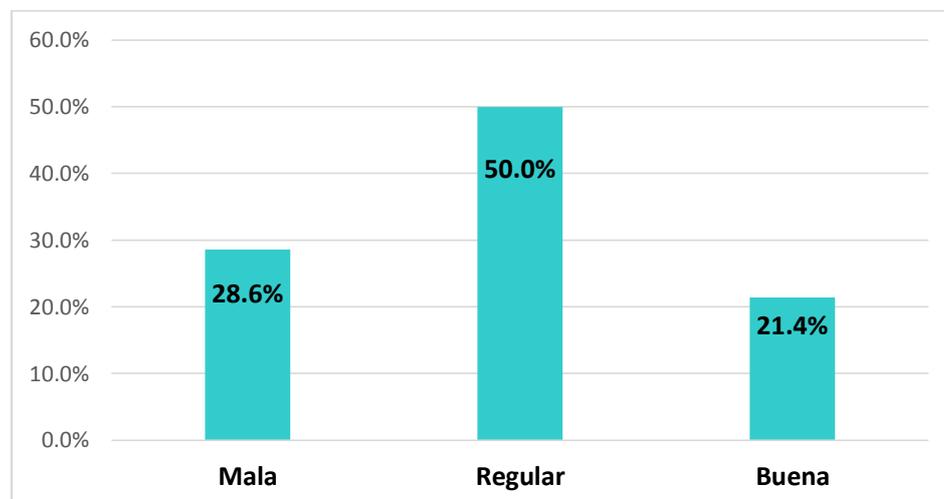


Figura 12: Distribución de frecuencias de la dimensión acceso al financiamiento.

Fuente: Tabla 21.

Interpretación:

En la Figura 12 respecto a la dimensión acceso al financiamiento, el 28.6% de los representantes de las Mypes encuestados consideran el nivel malo, el 50.0% consideran que al acceso al financiamiento es regular, y el 21.4% de los representantes consideraron que se encuentran en el nivel bueno. Por lo tanto, la mayoría de los representantes coinciden en que permite solicitar créditos en el sistema financiero formal es regular, también

les permite acceder a créditos de cuentas por cobrar es regular con tendencia a buena, también les permite acceder a financiamientos de montos altos con facilidad de pago es bueno, mientras que en las empresas realizan evaluaciones de sus resultados contables para conocer el rendimiento de las inversiones es malo.

Asociatividad empresarial

Tabla 22

Distribución de frecuencias de la dimensión asociatividad empresarial

Niveles	Frecuencia	Probabilidad	Porcentaje válido
Mala	4	0.286	28.6%
Regular	7	0.500	50.0%
Buena	3	0.214	21.4%
Total	14	1.000	100.0%

Fuente: Elaboración propia basado en los indicadores del ISO 9001.

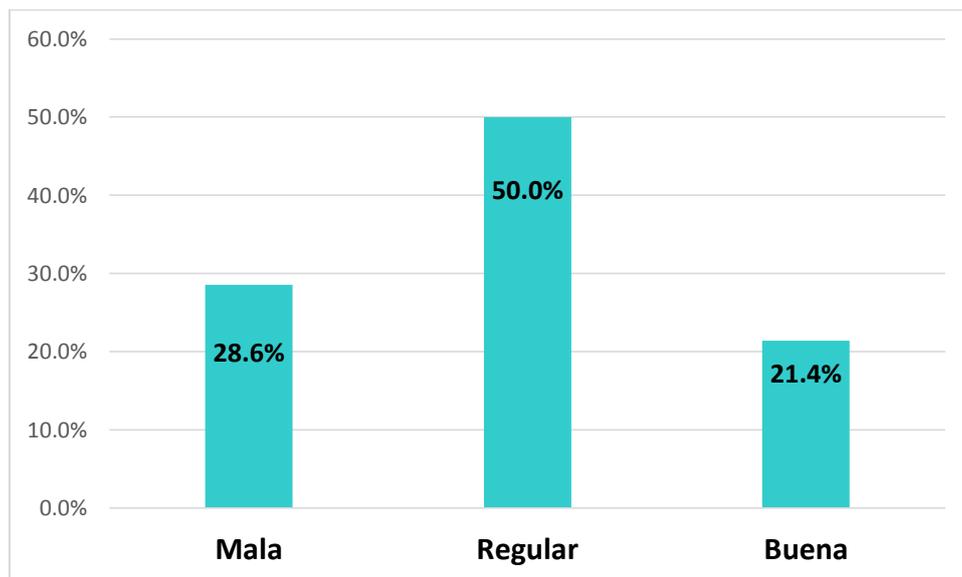


Figura 13: Distribución de frecuencias de la dimensión asociatividad empresarial.

Fuente: Tabla 22.

Interpretación:

En la Figura 13 respecto a la dimensión a la asociatividad empresarial, el 28.6% de los representantes consideran el nivel mala, el 50.0% consideraron que la asociatividad empresarial es regular, y el 21.4% de los representantes consideraron que se encuentran en un nivel bueno. Por lo tanto, la mayoría de los representantes coinciden que obtienen beneficios con la asociatividad empresarial en el ingreso a nuevos mercados es Buena, también evita la falta de información y de transparencia en los programas y planes de acción es regular con tendencia a buena, podemos también describir les permite ser compatibles con el modelo de la asociatividad de redes que fomente un mayor desarrollo de la empresa es mala.

Exportación

Tabla 23

Distribución de frecuencias de la dimensión exportación

Niveles	Frecuencia	Probabilidad	Porcentaje válido
Mala	4	0.286	28.6%
Regular	7	0.500	50.0%
Buena	3	0.214	21.4%
Total	14	1.000	100.0%

Fuente: Elaboración propia basado en los indicadores del ISO 9001.

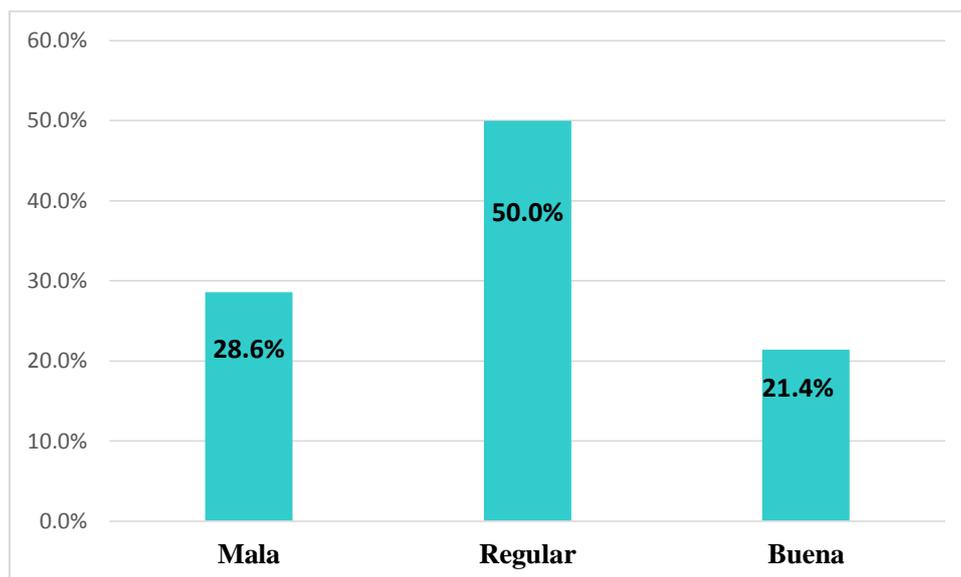


Figura 14: Distribución de frecuencias de la dimensión exportación.

Fuente: Tabla23.

Interpretación:

En la Figura 14 respecto a la dimensión de exportaciones, el 28,6% de los representantes de las Mypes consideran en el nivel mala, el 50.0% consideran que la exportación es regular y el 21.4% de los representantes consideran que se encuentran en nivel bueno. Por lo tanto, la mayoría de los representantes coincidieron, cree usted que la exportación por envió de muestra a los clientes mejoraría la competitividad es regular con tendencia a buena, podemos también describir cuentan con certificación que les garantice la calidad de sus productos para la exportación se ubica en el nivel regular, también tienen planes para la exportación no tradicional es mala.

4.1.2. Prueba de hipótesis

4.2.1. Prueba de hipótesis general

La gestión de la calidad y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, no son mutuamente independientes.

Paso 01. Formulación de las hipótesis

H_0 : La gestión de la calidad y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, son mutuamente independientes.

H_1 : La gestión de la calidad y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, no son mutuamente independientes.

Paso 02: Nivel de significancia

$\alpha = 0.05$

Paso 03: Elección de estadístico de prueba

El análisis estadístico de Rho de Spearman es un método estadístico no paramétrico, que pretende examinar la intensidad de asociación entre dos variables. La investigación es transversal y se encuentra compartido en niveles. Con estos presupuestos se asumen que el estadístico apropiado es la Rho de Spearman. Para el cálculo se empleó el R Studio.

Paso 04: Cálculos

```
> cor.test(Ges.Cali, Compet, method = "spearman")
Spearman's rank correlation rho
data: Ges.Cali and Compet
S = 153.05, p-value = 0.009661
alternative hypothesis: true rho is not equal to 0
sample estimates:
rho
0.663625
```

Los resultados se basan en el siguiente supuesto, cuando P-Valor < 0.05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Como p-value = 0.009661 es menor que 0.05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Paso 05: Decisión

La gestión de la calidad y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, no son mutuamente independientes, existiendo así una correlación con un p-value = 0.009661, con un ajuste de 66.36 % y el otro porcentaje lo explica otras variables.

4.1.2. Prueba de hipótesis específica 01

La responsabilidad de dirección y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, no son mutuamente independientes.

Paso 01. Formulación de las hipótesis

H₀: La responsabilidad de dirección y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, son mutuamente independientes.

H₁: La responsabilidad de dirección y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, no son mutuamente independientes.

Paso 02: Nivel de significancia

Alpha = 0.05

Paso 03: Elección de estadístico de prueba

El análisis estadístico de Rho de Spearman es un método estadístico no paramétrico, que pretende examinar la intensidad de asociación entre dos variables. La investigación es transversal y se encuentra compartido en niveles. Con estos presupuestos se asumen que el estadístico apropiado es la Rho de Spearman. Para el cálculo se empleó el R Studio.

Paso 04: Cálculos

```
> cor.test(Res.Direc, Compet, method = "spearman")
Spearman's rank correlation rho
data: Res.Direc and Compet
S = 116.04, p-value = 0.002234
alternative hypothesis: true rho is not equal to 0
sample estimates:
rho
0.7449621
```

Los resultados se basan en el siguiente supuesto, cuando P-Valor < 0.05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Como p-value = 0.002234 es menor que 0.05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Paso 05: Decisión

La responsabilidad de dirección y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, no son mutuamente independientes, estableciendo que existe una correlación con un p-value = 0.002234, con un ajuste de 74.49% y el otro porcentaje lo explica otras variables.

4.1.3. Prueba de hipótesis específica 02

La gestión de los recursos y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, no son mutuamente independientes.

Paso 01. Formulación de las hipótesis

H_0 : La gestión de los recursos y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, son mutuamente independientes.

H_1 : La gestión de los recursos y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, no son mutuamente independientes.

Paso 02: Nivel de significancia

Alpha = 0.05

Paso 03: Elección de estadístico de prueba

El análisis estadístico de Rho de Spearman es un método estadístico no paramétrico, que pretende examinar la intensidad de asociación entre dos variables. La investigación es transversal y se encuentra compartido en niveles. Con estos presupuestos se asumen que el estadístico apropiado es la Rho de Spearman. Para el cálculo se empleó el R Studio.

Paso 04: Cálculos

```
> cor.test(Ges.Rec, Compet, method = "spearman")
Spearman's rank correlation rho
data: Ges.Rec and Compet
S = 205.57, p-value = 0.04239
alternative hypothesis: true rho is not equal to 0
sample estimates:
rho
0.5482084
```

Los resultados se basan en el siguiente supuesto, cuando P-Valor < 0.05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Como p-value = 0.04239 es menor que 0.05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Paso 05: Decisión

La gestión de los recursos y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, no son mutuamente independientes, estableciendo que existe una correlación con un p-value = 0.04239, con un ajuste de 54.82% y el otro porcentaje lo explica otras variables.

4.1.4. Prueba de hipótesis específica 03

La realización del producto y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, no son mutuamente independientes.

Paso 01. Formulación de las hipótesis

H₀: La realización del producto y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, son mutuamente independientes.

H₁: La realización del producto y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de café de la provincia de Satipo, 2019, no son mutuamente independientes.

Paso 02: Nivel de significancia

Alpha = 0.05

Paso 03: Elección de estadístico de prueba

El análisis estadístico de Rho de Spearman es un método estadístico no paramétrico, que pretende examinar la intensidad de asociación entre dos variables. La investigación es transversal y se encuentra compartido en niveles. Con estos presupuestos se asumen que el estadístico apropiado es la Rho de Spearman. Para el cálculo se empleó el R Studio.

Paso 04: Cálculos

```
> cor.test(Real.Prod, Compet, method = "spearman")
Spearman's rank correlation rho
data: Real.Prod and Compet
S = 86.12, p-value = 0.0004356
```

alternative hypothesis: true rho is not equal to 0

sample estimates:

rho

0.8107259

Los resultados se basan en el siguiente supuesto, cuando P-Valor < 0.05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Como p-value = 0.0004356 es menor que 0.05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Paso 05: Decisión

La realización del producto y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de café de la provincia de Satipo, 2019, no son mutuamente independientes, estableciendo que existe una correlación positiva con p-value = 0.0004356, con un ajuste de 81.07 % y el otro porcentaje lo explica otras variables.

4.1.5. Prueba de hipótesis específica 04

La medición y análisis de mejora y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, no son mutuamente independientes.

Paso 01. Formulación de las hipótesis

H₀: La medición y análisis de mejora y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, son mutuamente independientes.

H₁: La medición y análisis de mejora y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, no son mutuamente independientes.

Paso 02: Nivel de significancia

Alpha = 0.05

Paso 03: Elección de estadístico de prueba

El análisis estadístico de Rho de Spearman es un método estadístico no paramétrico, que pretende examinar la intensidad de asociación entre dos variables. La investigación es transversal y se encuentra compartido en niveles. Con estos presupuestos se asumen que el estadístico apropiado es la Rho de Spearman. Para el cálculo se empleó el R Studio.

Paso 04: Cálculos

```
> > cor.test(Med.AnaM, Compet, method = "spearman")
Spearman's rank correlation rho
data: Med.AnaM and Compet
S = 165.98, p-value = 0.01465
alternative hypothesis: true rho is not equal to 0
sample estimates:
rho
0.6352061
```

Los resultados se basan en el siguiente supuesto, cuando P-Valor < 0.05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Como p-value = 0.01465 es menor que 0.05 se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Paso 05: Decisión

La medición análisis y mejora y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, no son mutuamente independientes, estableciendo que existe una correlación positiva con $p\text{-value} = 0.01465$, con un ajuste de 63.52 % y el otro porcentaje lo explica otras variables.

4.2 Análisis de Resultados

Referente a los objetivos

Objetivo General

El análisis de resultados se realizó en base a los objetivos como sigue:

Determinar la asociación entre la gestión de la calidad y competitividad en las Mypes del sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019.

De acuerdo a la estadística descriptiva se concluye el siguiente resultado. En la Figura 5 respecto de la variable gestión de calidad, el 14.3% de los representantes de la Mypes respondieron en el nivel mala, el 57.1% consideraron que la gestión de la calidad es regular, y el 28.6% de los representantes encuestados consideraron en el nivel bueno. Por lo tanto, la mayoría de los representantes de las Mypes coinciden que la política de la calidad en la comercialización de cacao y café es regular con un índice a buena, también las condiciones del ambiente de trabajo para el proceso productivo son adecuadas se establece de manera regular, también se tiene documentado la información relacionado al producto regular, como también podemos describir de regular a buena, se toman en cuenta las acciones preventivas y correctivas en su empresa.

Finalmente se corrobora la hipótesis diferencialmente como sigue: La gestión de la calidad y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, no son mutuamente independientes, existiendo así una correlación con un p-value = 0.009661, con un ajuste de 66.36 % y el otro porcentaje lo explica otras variables, con el nivel de significancia de 0.05 de probabilidad, existiendo una correlación significativa entre las variables de gestión de la calidad y competitividad.

Esta investigación se comparte con la investigación de Obregón (2016) titulada “*La gestión de calidad y competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro alquiler de maquinaria y equipos de construcción en el distrito de Independencia, 2016*”, concluye “La mayoría de los clientes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro construcciones y alquiler de maquinarias de la ciudad de Huaraz están parcialmente de acuerdo en que las micro empresas de construcción y de alquiler de maquinarias tiene un direccionamiento parcial hacia la calidad; así como con la competitividad que muestran las micro empresas en el medio local, relacionado a los elementos tangibles, la fiabilidad micro empresarial, la capacidad de respuesta y el avance tecnológico; porque de acuerdo al valor de Chi cuadrada calculado es igual a P valor = 0.000 también según la prueba de correlación de Spearman = 0.603 y un P valor = 0.000, conforma que existen un correlaciona directa y significativa entre las variables de gestión de calidad de servicio y la competitividad (p. 103).

Finalmente este estudio realizado tiene una cierta similitud con el autor en discusión, ya que existe una relación significativa entre la gestión de la calidad y competitividad.

De la misma forma comparte con teoría de las normas ISO 9000 adopta una definición del SGC como “sistema de gestión para dirigir y controlar una organización con respecto a la calidad”, enfocado en logro de los resultados en relación con los objetivos de la calidad para satisfacer las necesidades, expectativas de los interesados según corresponde.

De la misma forma de acuerdo a Arana, Camisón y Martiarena (2008) afirman que la gestión de la calidad (*Quality Management*), es el conjunto de decisiones que se toman en la empresa con el objetivo concreto de la mejora de la calidad de los productos, los servicios, los procesos y gestión empresarial en general.

Estudio que se comparte con los autores mencionados a continuación:

Establecer la asociación entre la responsabilidad de la dirección y competitividad en las Mypes del sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019. No son mutuamente independientes.

De acuerdo a la estadística descriptiva se llegó a la siguiente conclusión; en la Figura 6 respecto a la responsabilidad de la dirección, el 28.6% de los representantes de las Mypes consideran el nivel mala, el 42.9% consideraron que la responsabilidad de la dirección es regular, y el 28.6% de los representantes consideraron que se encuentran en el nivel bueno. Por lo tanto, la mayoría de los representantes coinciden que la política de la calidad en la comercialización de cacao y café es regular con tendencia a buena, también los objetivos de la empresa se cumplen tal como se establecieron de manera regular, podemos también describir la responsabilidad de los trabajadores es de regular a buena puesto que falta comunicación y compromiso en el desarrollo del trabajo. Concluyendo que la responsabilidad de dirección y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019,

no son mutuamente independientes, estableciendo que existe una correlación con un p -value = 0.002234, con un ajuste de 74.49% y el otro porcentaje lo explica otras variables, el estudio comparte con la teoría de Camisón et al. (2006) donde puntualizan la responsabilidad de la dirección es “gestionar y dirigir el desarrollo e implementación del sistema de gestión de calidad enfocada en la norma ISO 9001; de esa manera se puede establecer y conservar el interés del personal, con el fin de que se involucren activamente en la mejora continua de la empresa para el logro de objetivos planteados” (p. 378).

Establecer la asociación entre la gestión de los recursos y competitividad en las Mypes del sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, no son mutuamente independientes.

En el resultado de la Figura 7 se observó en relación a la gestión de los recursos, el 21.4% de los representantes encuestados de las Mypes consideran el nivel mala, el 42.9% consideran que la gestión de los recursos es regular, y el 35.7% de los representantes consideran que se encuentran en el nivel bueno. Por lo tanto, la mayoría de los representantes concuerdan que las condiciones del ambiente de trabajo para el proceso productivo son adecuadas es regular con tendencia a buena, también detallar que el personal de su empresa cuenta con formación, habilidades y experiencias para la realización de sus labores es regular. De igual forma podemos especificar que se realizan mantenimientos preventivos de los equipos, maquinaria y vehículos tienen un nivel mala.

La investigación concluye lo siguiente, que la gestión de los recursos y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, no son mutuamente independientes, estableciendo que existe una

correlación con un $p\text{-value} = 0.04239$, con un ajuste de 54.82% y el otro porcentaje lo explica otras variables. Este estudio comparte con la teoría de Camisón et al. (2006) la gestión de recursos significa “los recursos son necesarios para establecer y mantener el sistema de gestión de calidad, así como para poder mejorar continuamente y su responsabilidad de suministrar los recursos necesarios para el momento apropiado y lograr los niveles requeridos de calidad” (p. 381).

Establecer la asociación entre la realización del producto y competitividad en las Mypes del sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, no son mutuamente independientes.

Tal como se observa en la Figura 8 correspondiente a la dimensión realización del producto el 35.7% de los representantes de las Mypes consideran el nivel mala, el 35.7% consideraron que la realización del producto es regular, y el 28,67% de los representantes consideran que se encuentran en el nivel bueno. Por lo tanto, la mayoría de los representantes concuerdan que tienen documentado la información relacionado al producto es regular a buena, también se informa al cliente sobre los productos que se entrega de manera regular, de igual forma también describir existe el control durante cada una de las etapas de proceso del producto es regular y el método de trabajo para gestionar pedidos y presentación de ofertas es mala.

La realización del producto y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, no son mutuamente independientes, estableciendo que existe una correlación positiva con $p\text{-value} = 0.0004356$, con un ajuste de 81.07 % y el otro porcentaje lo explica otras variables, esta investigación comparte con la teoría de Camisón et al. (2006) la realización del producto está basado a un conjunto de requisitos, concerniente al desarrollo y

documentación de procedimientos para planificar, desarrollar y controlar los procesos para la realización del producto.

La empresa debe planificar los procesos necesarios para la realización del producto con requisitos de sistema de gestión de la calidad basados al producto (p. 383).

Establecer la asociación entre la medición análisis y mejor, y competitividad en las Mypes sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo no son mutuamente independientes.

En la Figura 9 correspondiente a la medición análisis y mejora el 14.3% de los representantes de las Mypes consideran el nivel mala, el 50.0% consideraron regular y el 35.7% consideraron que la medición análisis y mejora es buena. Por lo tanto la mayoría de los representantes de las Mypes concuerdan que se toman acciones preventivas y correctivas en su empresa es buena, también se realizan el seguimiento del producto (materias primas, productos en procesos) y seguimiento del servicio es de regular con tendencia a buena, podemos también especificar se tienen el control de deficiencias (quejas y reclamos) y acciones de mejora es regular y de igual forma se realizan seguimiento a la satisfacción del cliente de una manera regular.

Con estos resultados se observó. La medición análisis y mejora y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de café de la provincia de Satipo, 2019, no son mutuamente independientes, estableciendo que existe una correlación positiva con $p\text{-value} = 0.01465$, con un ajuste de 63.52 % y el otro porcentaje lo explica otras variables, de la misma forma la investigación comparte con las teoría de los autores, Camisón et al. (2006) la medición Análisis y mejora es que “las empresas deben planificar e implantar los procesos de seguimiento la calidad y servicios que ofrece con herramientas y técnicas establecidos en la norma ISO 9001, mediante la

obtención de resultados, analizar las dificultades y tomar decisiones necesarias para verificar que se cumplan los requisitos establecidos para el buen desarrollo de la calidad en la organización” (p. 387).

V. Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones concernientes a los objetivos planteados:

Objetivo general

Se determinó que la gestión de la calidad y competitividad en las Mypes del sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, no son mutuamente independientes, existiendo así una correlación con un p-value = 0.009661, con un ajuste de 66.36% y el otro porcentaje lo explica otras variables. Observándose en el cuadro de la Figura 5. Respecto de la variable gestión de calidad, el 14.3% de los representantes de la Mypes respondieron en el nivel mala, el 57.1% consideraron que la gestión de la calidad es regular, y el 28.6% de los representantes encuestados consideraron en el nivel bueno. Por lo tanto, la mayoría de los representantes de las Mypes coinciden que la política de la calidad en la comercialización de cacao y café es regular con un índice a buena, también las condiciones del ambiente de trabajo para el proceso productivo son adecuadas se establece de manera regular, también se tiene documentado la información relacionado al producto regular, como también podemos describir de regular a buena, se toman en cuenta las acciones preventivas y correctivas en su empresa.

Objetivo específico 1

Se estableció que la responsabilidad de dirección y competitividad en las Mypes del sector comercio, rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, no son mutuamente independientes, estableciendo que existe una

correlación con un p-value = 0.002234, con un ajuste de 74.49% y el otro porcentaje lo explica otras variables. Así mismo se observó en cuadro de figura 6 con respecto a la responsabilidad de la dirección, el 28.6% de los representantes de las Mypes consideran el nivel mala, el 42.9% consideraron que la responsabilidad de la dirección es regular, y el 28.6% de los representantes consideraron que se encuentran en el nivel bueno. Por lo tanto, la mayoría de los representantes coinciden que la política de la calidad en la comercialización de cacao y café es regular con tendencia a buena, también los objetivos de la empresa se cumplen tal como se establecieron de manera regular, podemos también describir la responsabilidad de los trabajadores es de regular a buena puesto que falta comunicación y compromiso en el desarrollo del trabajo.

Objetivo específico 2

Se estableció que la gestión de los recursos y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, no son mutuamente independientes, estableciendo que existe una correlación con un p-value = 0.04239, con un ajuste de 54.82% y el otro porcentaje lo explica otras variables. Observándose en la Figura 7 en relación a la gestión de los recursos el 21.4% de los representantes encuestados de las Mypes consideran el nivel mala, el 42.9% consideran que la gestión de los recursos es regular, y el 35.7% de los representantes consideran que se encuentran en el nivel bueno. Por lo tanto, la mayoría de los representantes concuerdan que las condiciones del ambiente de trabajo para el proceso productivo son adecuadas es regular con tendencia a buena, también detallar que el personal de su empresa cuenta con formación, habilidades y experiencias para la realización de sus labores es regular. De igual forma

podemos especificar que se realizan mantenimientos preventivos de los equipos, maquinaria y vehículos tienen un nivel mala.

Objetivo específico 3

Se estableció que la realización del producto y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de café de la provincia de Satipo, 2019, no son mutuamente independientes, estableciendo que existe una correlación positiva con $p\text{-value} = 0.0004356$, con un ajuste de 81.07 % y el otro porcentaje lo explica otras variables. En cuadro de la figura N° 08 correspondiente a la dimensión realización del producto el 35.7% de los representantes de las Mypes consideran el nivel mala, el 35.7% consideraron que la realización del producto es regular, y el 28,67% de los representantes consideran que se encuentran en el nivel bueno. Por lo tanto, la mayoría de los representantes concuerdan que tienen documentado la información relacionado al producto es regular a buena, también se informa al cliente sobre los productos que se entrega de manera regular, de igual forma también describir existe el control durante cada una de las etapas de proceso del producto es regular y el método de trabajo para gestionar pedidos y presentación de ofertas es mala.

Objetivo específico 4

Se estableció que la medición análisis y mejora y competitividad en las Mypes del sector comercio rubro compra y venta de cacao y café de la provincia de Satipo, 2019, no son mutuamente independientes, estableciendo que existe una correlación positiva con $p\text{-value} = 0.01465$, con un ajuste de 63.52 % y el otro porcentaje lo explica otras variables. Se observó en la Figura 9 correspondiente a la medición análisis y mejora el 14.3% de los representantes de las Mypes consideran el nivel mala, el 50.0% consideraron regular y el 35.7% consideraron que la medición

análisis y mejora es buena. Por lo tanto, la mayoría de los representantes de las Mypes concuerdan que se toman acciones preventivas y correctivas en su empresa es buena, también se realizan el seguimiento del producto (materias primas, productos en procesos,) y seguimiento del servicio es de regular con tendencia a buena, podemos también especificar se tienen el control de deficiencias (quejas, reclamos) y acciones de mejora es regular y de igual forma se realizan seguimiento a la satisfacción del cliente de una manera regular.

Recomendaciones

- A los empresarios del rubro compra y venta de cacao y café se recomienda tomar la responsabilidad de la dirección de manera responsable aplicando la política de calidad, para lograr las expectativas y los objetivos de la empresa.
- Tener en cuenta la gestión de los recursos, para mejorar el ambiente de trabajo, realizar el mantenimiento preventivo de los equipos y asignar recursos a cada área.
- En la realización del producto se debe realizar una buena información para el buen control de los productos obtenidos de los proveedores para mejorar la calidad de los productos y servicios.
- Realizar la medición análisis y mejora continuamente para ello debe tener un personal que se dedica análisis de datos que genera la institución para mejorar las quejas reclamos y tomar medidas preventivas para lograr la competitividad.

Referencias Bibliográficas

- 9001, I. (2008). Sistemas de Gestión de la Calidad. *ISO*, 42. Recuperado el Agosto de 2020
- Acevedo Camacho, M. L., & Buitrago Rodriguez, M. V. (2009). *Asociatividad Empresarial, crecimiento productivo e innovacion. el caso de las Pymes del sector textil y confecciones en Bogotá*. Bogotá. Recuperado el 20 de Noviembre de 2019, de <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/11684/T10.09%20A21a.pdf;jsessionid=2E228F624EFC156AB5B10680B438B9C3?sequence=2>
- Aragón Sánchez, A., & Rubio Bañón, A. (2006). Competitividad y recursos estrategicos en la Pyme. *Revista de empresa*, 17,32 - 47. Recuperado el 19 de Noviembre de 2019, de <http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2005.568>
- Arana, G., Camisón, C., Casadesús, M., & Martiarena, A. (2008). *Gestion de la Calidad y Competitividad de las empresas de CAPV*. Vasco: Orkestra - Instituto Vasco de Competitividad Funacion Deusto. Recuperado el 22 de Noviembre de 2019, de <http://www.deusto-publicaciones.es/deusto/pdfs/orkestra/orkestra07.pdf>
- Bernal, C. A. (2016). *metodología para la mejora de la calidad*. Bogota: PEARSON. Obtenido de <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Bernal, J. J. (23 de Agosto de 2013). Circulo PDCA: El círculo de Deming de mejora continua. *grupo PDCA*. Recuperado el 23 de Julio de 2020, de <https://www.pdcahome.com/5202/ciclo-pdca/>
- Camisón, C., Cruz, S., & Gonzáles, T. (2006). *Gestion de la calidad*. (A. Goñizal, Ed.) Madrid , España: Pearson. Recuperado el 06 de Noviembre de 2019, de <https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/gestion-de-la-calidad.pdf>
- Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2006). *Gestion de la Calidad: Concepto, enfoque, modelos y sistemas*. (A. Cañizal, Ed.) Madrid - España: Pearson. Recuperado el 06 de Noviembre de 2019, de

<https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/gestion-de-la-calidad.pdf>

Camisón, C., Cruz, S., & González, T. (2006). *Gestión de la calidad: Conceptos, Enfoques, Modelos y Sistemas*. Madrid: PESRSON. Recuperado el 17 de Julio de 2020, de <https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/gestion-de-la-calidad.pdf>

Carrasco Díaz, S. (2014). *Metodología de la Investigación Científica*. Lima: San Marcos. Recuperado el 20 de Noviembre de 2019, de https://www.academia.edu/26909781/Metodologia_de_La_Investigacion_Cientifica_Carrasco_Diaz_1_

COMMODITIES, M. (Abril - Junio de 2019). *Google*. Recuperado el 28 de Noviembre de 2019, de http://agroaldia.minagri.gob.pe/biblioteca/download/pdf/tematicas/economia/e71/commodities_cacao_ene19.pdf

Contreras Torvisco, M. (2018). *Gestión de la Calidad con enfoque al cliente y su relación con la Competitividad en microempresas farmacéuticas del mercado de Lima caso: Galeria Capon Center 2013*. Universidad Privada Norbert Wiener, Escuela de Posgrado, Lima. Recuperado el 06 de Noviembre de 2019, de <http://repositorio.uwiener.edu.pe/handle/123456789/2137>

Deming, E. (1950). *Google*. Recuperado el 23 de Noviembre de 2019, de http://www.cyta.com.ar/biblioteca/bddoc/bdlibros/tqm/3_metodologia/3_metodologia.htm

Fidias G., A. O. (2012). *El proyecto de Investigación* (Sexta edición ed.). Caracas-Venezuela: Epistema, C.A. Recuperado el 28 de Noviembre de 2019, de <https://evidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>

Galindo, Mariana, & Viridiana Rios. (2015). *Exportaciones en serie de Estudios Económicos*. México. Recuperado el 20 de Noviembre de 2019, de http://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201507_mexicoexports.pdf?=14535131

84

- Hayes, B. (1999). *Como medir la satisfacion del cliente: Desarrollo y utilizacion de cuestionarios*. España: Gestion. Recuperado el 20 de Noviembre de 2019, de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2033/1/TL_CheroBautistaMar%203%20ADaFernanda.pdf
- Hernández Sampieri, R. (2017). *Metodologia de la Investigacion* (Sexta Edición ed.). Mexico: Mc Graw Hill Education. Recuperado el 20 de Noviembre de 2019, de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Herrera Ponce, H. J. (2006 - 2015). *Produccion de cacao y el desarrollo humano local de Tocache - San Martin* . Recuperado el 29 de Noviembre de 2019
- Hidalgo Faytong , J. R. (2015). *Modelo de Gestion para mejor la calidad de atencion al usuario del GADM CANTON Babahoyo*. Tesis, Universidad Regional Automana de los Andes, Facultad de Direccion de Empresas, Babahoyo - Ecuador. Recuperado el 05 de Noviembre de 2019, de <http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/1090>
- Ibarra Cisneros, M. A., Gonzáles Torres, L. A., & Demuner Flores, M. (2016). *Competitividad empresarial de las pequeñas y mediamas empresas manufacturesras de Baja California*. Baja California - Mexico: Estudios Fronterizos. Recuperado el 16 de Noviembre de 2019, de <http://www.umar.mx/revistas/29/competitividad.pdf>
- Imai, M. (2001). *Kaizen La clave de la Ventaja Competitiva Japonesa*. Mexico: CONTINENTAL.
- ISO 9001. (2015). *Google*. Obtenido de <https://www.cavala.es/noticias/2015/06/claves-iso-9001-2015-liderazgo/>
- Juran, J. M. (2001). *Gogle*. México: mexicana. Recuperado el 23 de Nviembre de 2019, de <http://sistemasdecalidad6to.weebly.com/uploads/4/6/5/8/46581171/metodo-juran-an%C3%A1lisis-y-planeaci%C3%B3n-de-la-calidad-juran-5ta.pdf>
- López Sanz, D. (2016). *ANALISIS DE DEFECTOS EN UNA EMPRESA DEDICADA A LA FABRICACIÓN DETUBOS DE ESCAPE PARA LA MEJORA DE LA*

- PRODUCCION*. Valencia. Recuperado el Julio de recuperado el 2020, de https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/88596/48601424D-TFG_15046381877969048824075208961119.pdf?sequence=2
- Martinez Navarro, E. (2011). *Caracterizacion del financiamiento, la capacitacion y la rentabilidad de las micricro y pequeñas empresas del sector industrial- rubro compra y venta de cafe del distrito de sercado de la provincia de satipo de la region junin, periodo 2009 -2010*. Satipo. Recuperado el 28 de Nooviembre de 2019
- Mejia Mejia, E. (2008). Operacionalización de Variables Educativas. (E. S. Loayza, Ed.) 236. Recuperado el 21 de Noviembre de 2019, de <https://sbecdb035178db168.jimcontent.com/download/version/1408468203/module/10120213660/name/Operacionalizaci%C3%B3n%20de%20Variables%20Educativas.pdf>
- Ministerio de Educacion. (2019). Recuperado el 22 de Noviembre de 2019, de https://excel2mil.webcindario.com/tecnicas_instrumentos_evaluacion.doc
- Moreno, A. (1998). *fuentes de financiamiento para un plan de negocios*. México. Recuperado el 20 de Noviembre de 2019, de <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/17740/capitulo3.pdf>
- Nahuamel Jacinto, E. (2013). *Competitividad de la cadena productiva de café organico en la Provincia de la Convencion, Region Cusco*. Cusco. Recuperado el 06 de Noviembre de 2019, de <http://repositorio.lamolina.edu.pe/handle/UNALM/1098>
- Obregón Garay, J. C. (2016). *La Gestion de Calidad y Competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro alquiler de maquinaria y equipo de construcción en el Distrito de Independencia, 2016*. Universidad Catolica los Angeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables y Financieras, Independencia. Recuperado el 05 de Noviembre de 2019, de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/4180>
- REMYPE. (03 de Julio de 2015). *Google*. Recuperado el 20 de Noviembre de 2019, de <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>

- Rodríguez Ojeda, L. (2007). *Probabilidad y estadística Básica para ingenieros*. Guayaquii - Ecuador. Recuperado el 21 de Noviembre de 2019, de <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/25020/1/PROBABILIDAD%20Y%20ESTADISTICA%20BASICA%20PARA%20INGENIEROS.pdf>
- Sanchez, R., & Monteros, T. (2016). *Proyecto de Impantacion de Sstema de Gestion de la calidad ISO 9001:2015 en la empresa Pintar Arena Football Center S.L.* Tesis, Cartagena. Obtenido de <https://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/5818/tfg-san-pro.pdf?sequence=1>
- Sirvent Asensi, S., Gisbert Soler, V., & Pérez Bernabeu, E. (2017). Los 7 principios de Gestión de la Calidad en ISO 9001. *CIENCIAS*, 10 - 18. Recuperado el 10 de Agosto de 2020, de <http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2017.especial.10-18>
- Suñol, S. (Abril de 2006). Aspectos teoricos de la Competitividad. *Ciencia y Sociedad*, XXXI(2), 179-198. Recuperado el Agosto de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/870/87031202.pdf>
- Valero Camino, M. I. (2013). *La Gestion de Calidad y su influencia en la Competitividad alcanzada por las Pymes del Canton Milagro*. Milagro- Guayas- Ecuador. Recuperado el 16 de Novoembre de 2019, de <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/LA%20GESTION%20DE%20CALIDAD%20Y%20SU%20INFLUENCIA%20EN%20LA%20COMPETITIVIDAD%20ALCANZADA.pdf>
- Kotler, P. (2001). *Dirección de mercadotecnia: análisis, planeación, implementación y control*. Magíster en Administración-Tiempo Parcial 29, ESAN.
- Koontz, & O'Donnell. (2013). *Competitividad Empresarial* <https://www.gestiopolis.com/competitividad-empresarial/>.
- Pacheco Herbozo, M. A. (2016). *Financiamiento y formalización de las Mypes, rubro de venta de combustible del distrito de Supe provincia de Barranca*, 2016. Tesis para obtener título profesional, Barranca. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1025>

Anexos

Anexo 1: Cuestionario de encuesta

CUESTIONARIO APLICADO A LOS GERENTES DE LAS MYPES DEL SECTOR

COMERCIO DE CACAO Y CAFÉ

Instrucción: el presente cuestionario tiene por finalidad recabar información de las MYPE del sector indicado, la misma que sirve para desarrollar el trabajo de investigación.

Marque con un aspa (x) según corresponde.

Nunca	Raras veces	A veces	Mayoría de las veces	Siempre
1	2	3	4	5

Gestión de la Calidad

RESPONSABILIDAD DE LA DIRECCIÓN		1	2	3	4	5
1	En su empresa aplican una política de calidad en la comercialización de cacao y café					
2	En su empresa se logra el cumplimiento de las expectativas					
3	Los objetivos de la empresa se cumplen tal como se establecieron					
4	Se tienen definidas las responsabilidades de los trabajadores					
5	Se ha establecido procesos de comunicación, para el mejor desarrollo del trabajo.					
GESTIÓN DE RECURSOS						
6	Se asignan los recursos a cada área correctamente					
7	El personal de su empresa cuenta con la formación, habilidades y experiencias para la realización de sus labores.					
8	Las condiciones del ambiente de trabajo son adecuadas					
9	Se realiza el mantenimiento preventivo de los equipos					
REALIZACIÓN DEL PRODUCTO						
10	Se tiene documentado la información relacionada al producto					
11	Cuenta con métodos de trabajo para gestionar pedidos y presentación de ofertas					
12	Se informa al cliente sobre los productos que se entregan					
13	Existe el control durante cada una de las etapas de elaboración del producto					
MEDICIÓN ANÁLISIS Y MEJORA						
14	Se realiza seguimiento a la satisfacción del cliente					
15	Se tienen el control de deficiencias (quejas, reclamos) y acciones de mejora.					
16	Se tiene un control de productos o servicios no conformes					
17	Se toman en cuenta las acciones preventivas y correctivas en su empresa					

18	Se realizan el seguimiento del producto (materias primas, producto en proceso, producto terminado) y seguimiento del servicio.					
----	--	--	--	--	--	--

Competitividad

FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL		1	2	3	4	5
19	¿La formalización de la empresa les permite acceder a los beneficios de la Ley MYPE?					
20	¿La formalización de la empresa les permite acceder a las asesorías y conferencias laborales?					
21	¿La formalización de la empresa les permite participar en eventos feriales y exposiciones de sus productos?					
22	¿La formalidad les permite realizar negocios con otras empresas y competir en el mercado nacional e internacional?					
ACCESO AL FINANCIAMIENTO						
23	¿Les permiten solicitar créditos en el sistema financiero formal?					
24	¿Les permite acceder a créditos de cuentas por cobrar?					
25	¿Les permiten acceder a financiamientos de montos altos con facilidad de pago?					
26	¿En la empresa realizan evaluaciones de sus resultados contables para conocer el rendimiento de las inversiones?					
ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL						
27	¿Les permite ser competibles con el modelo de asociatividad en el mercado nacional e internacional?					
28	¿Evita la falta de información y de transparencia en los programas y planes de acción?					
29	¿Obtienen beneficios con la asociatividad empresarial en el ingreso a nuevos mercados?					
30	¿Permite la subcontratación con otras empresas mediante la asociatividad empresarial?					
EXPORTACIONES						

31	¿Cree Usted que la exportación por envío de muestras a los clientes mejora la competitividad?					
32	¿Tiene planes para la exportación no tradicional?					
33	¿Realizan exportación directa sin intermediarios?					
34	¿Cuenta con certificación que le garantice la calidad del producto para la exportación?.					

Anexo 2. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIADES									
N°	Actividades	Año 2019							
		Semestre I				Semestre II			
		Mes				Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	x	x						
2	Revisión del Proyecto por el jurado		x						
3	Aprobación del proyecto por el jurado de investigación.			x					
4	Exposición del proyecto al jurado de investigación o docente tutor.				x				
5	Mejora del Marco teórico					x			
6	Redacción de revisión de literatura					x			
7	Elaboración del consentimiento informado						x		
8	Ejecución de la metodología						x		
9	Resultado de la investigación						x		
10	Conclusiones y recomendaciones							x	
11	Redacción del pre informe de investigación							x	
12	Redacción del informe final							x	
13	Aprobación del informe final							x	
14	Presentación de Ponencia en eventos científicos								x

2	AMAZONAS TRADING PERÚ S.A.C.		Av. Antonio Raymondi N° Satipo
3	COOP. AGRARIA CAFETALERA SATIPO LTDA.	20129529530	Jr. Manuel Prado N° 433 - Satipo
4	AGRONEGOCIOS GOYITO NEVISA E.I.R.L.	20603160372	Jr. 1ro. de Noviembre N° - Satipo
5	ALCAFESA E.I.R.L.	20568327854	Jr. - Satipo
6	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES KEMITO ENE	20568190450	Jr. Augusto Hilser - Satipo
7	COOPERATIVA AGRARIA SANGARENI	20486255090	Satipo
8	CACAO PERÚ		Jr. 3 de Noviembre N° 337 San Martín de Pangoa
9	COOPERATIVA AGROECOLÓGICA VALLE DEL RÍO ENE-COOPAVRE		C.P. Valle Esmeralda - Río Tambo Satipo
10	COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA PANGO A LTDA.	20135240681	Av. Los Cafetaleros N° 600 San Martín de Pangoa - Satipo
11	ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS SAN JUAN VALLE CHENI APROCHEN	20486485419	C. P. San Juan de Cheni - Río Negro - Satipo

Base de datos del plan de competitividad del café de la Municipalidad provincial de Satipo 2016 - 2025

COOPERATIVAS - ASOCIACIONES	
1	CAC-SATIPO
2	CAC-PANGOA
3	COO-INDUSTRIAL MAZAMARI
4	CAC- SANTA CRUZ
5	APANS - Sonomoro - PANGOA
EMPRESAS PRIVADAS	
1	PERHUSA

Anexo 5. Desarrollo estadísticos

	Ges.Cali	Compet	Res.Direc		Ges.Rec	Real.Prod		Med.AnaM	
	3	3	4	4	3	4	4	3	4
	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	2	3	2	3	2	3	4	3	4
	3	3	3	4	4	3	3	3	3
	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	2	3	3	1	2	3	3	3	3
	3	3	3	3	4	3	4	3	4
	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	3	3	3	3	4	3	3	3	4
	4	1	4	4	4	1	1	1	1
	3	3	3	3	3	3	3	3	4
	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	3	2	1	5	2	4	4	2	2

*Sin título1 [ConjuntoDatos0] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Cr
1	Itm01	Numérico	8	0	1. En su empresa aplican una política de calidad en la comercialización de cacao y café	Ninguno	Ninguno	8
2	Itm02	Numérico	8	0	2. En su empresa se logra el cumplimiento de las expectativas	Ninguno	Ninguno	8
3	Itm03	Numérico	8	0	3. Los objetivos de la empresa se cumplen tal como se establecieron	Ninguno	Ninguno	8
4	Itm04	Numérico	8	0	4. Se tienen definidas las responsabilidades de los trabajadores	Ninguno	Ninguno	8
5	Itm05	Numérico	8	0	5. Se ha establecido procesos de comunicación, para el mejor desarrollo del trabajo	Ninguno	Ninguno	8
6	Itm06	Numérico	8	0	6. Se asignan los recursos a cada área correctamente	Ninguno	Ninguno	8
7	Itm07	Numérico	8	0	7. El personal de su empresa cuenta con la formación, habilidades y experiencias para la realización de sus labores	Ninguno	Ninguno	8
8	Itm08	Numérico	8	0	8. Las condiciones del ambiente de trabajo son adecuadas	Ninguno	Ninguno	8
9	Itm09	Numérico	8	0	9. Se realiza el mantenimiento preventivo de los equipos	Ninguno	Ninguno	8
10	Itm10	Numérico	8	0	10. Se tiene documentado la información relacionada al producto	Ninguno	Ninguno	8
11	Itm11	Numérico	8	0	11. Cuenta con métodos de trabajo para gestionar pedidos y presentación de ofertas	Ninguno	Ninguno	8
12	Itm12	Numérico	8	0	12. Se informa al cliente sobre los productos que se entregan	Ninguno	Ninguno	8
13	Itm13	Numérico	8	0	13. Existe el control durante cada una de las etapas de elaboración del producto	Ninguno	Ninguno	8
14	Itm14	Numérico	8	0	14. Se realiza seguimiento a la satisfacción del cliente	Ninguno	Ninguno	8
15	Itm15	Numérico	8	0	15. Se tienen el control de deficiencias (quejas, reclamos) y acciones de mejora.	Ninguno	Ninguno	8
16	Itm16	Numérico	8	0	16. Se tiene un control de productos o servicios no conformes	Ninguno	Ninguno	8
17	Itm17	Numérico	8	0	17. Se toman en cuenta las acciones preventivas y correctivas en su empresa	Ninguno	Ninguno	8
18	Itm18	Numérico	8	0	18. Se realizan el seguimiento del producto (materias primas, producto en proceso, producto terminado) y seguimiento del servicio	Ninguno	Ninguno	8
19	Itm19	Numérico	8	0	19. ¿La formalización de la empresa les permite acceder a los beneficios de la Ley MYPE?	Ninguno	Ninguno	8
20	Itm20	Numérico	8	0	20. ¿La formalización de la empresa les permite acceder a las asesorías y conferencias laborales?	Ninguno	Ninguno	8
21	Itm21	Numérico	8	0	21. ¿La formalización de la empresa les permite participar en eventos feriales y exposiciones de sus productos?	Ninguno	Ninguno	8
22	Itm22	Numérico	8	0	22. ¿La formalidad les permite realizar negocios con otras empresas y competir en el mercado nacional e internacional?	Ninguno	Ninguno	8
23	Itm23	Numérico	8	0	23. ¿Les permiten solicitar créditos en el sistema financiero formal?	Ninguno	Ninguno	8
24	Itm24	Numérico	8	0	24. ¿Les permite acceder a créditos de cuentas por cobrar?	Ninguno	Ninguno	8
25	Itm25	Numérico	8	0	25. ¿Les permite acceder a financiación de cuentas por cobrar?	Ninguno	Ninguno	8

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

*Sin título1 [ConjuntoDatos0] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Cr
1	Itm01	Numérico	8	0	1. En su empresa aplican una política de calidad en la comercialización de cacao y café	Ninguno	Ninguno	8
2	Itm02	Numérico	8	0	2. En su empresa se logra el cumplimiento de las expectativas	Ninguno	Ninguno	8
3	Itm03	Numérico	8	0	3. Los objetivos de la empresa se cumplen tal como se establecieron	Ninguno	Ninguno	8
4	Itm04	Numérico	8	0	4. Se tienen definidas las responsabilidades de los trabajadores	Ninguno	Ninguno	8
5	Itm05	Numérico	8	0	5. Se ha establecido procesos de comunicación, para el mejor desarrollo del trabajo	Ninguno	Ninguno	8
6	Itm06	Numérico	8	0	6. Se asignan los recursos a cada área correctamente	Ninguno	Ninguno	8
7	Itm07	Numérico	8	0	7. El personal de su empresa cuenta con la formación, habilidades y experiencias para la realización de sus labores	Ninguno	Ninguno	8
8	Itm08	Numérico	8	0	8. Las condiciones del ambiente de trabajo son adecuadas	Ninguno	Ninguno	8
9	Itm09	Numérico	8	0	9. Se realiza el mantenimiento preventivo de los equipos	Ninguno	Ninguno	8
10	Itm10	Numérico	8	0	10. Se tiene documentado la información relacionada al producto	Ninguno	Ninguno	8
11	Itm11	Numérico	8	0	11. Cuenta con métodos de trabajo para gestionar pedidos y presentación de ofertas	Ninguno	Ninguno	8
12	Itm12	Numérico	8	0	12. Se informa al cliente sobre los productos que se entregan	Ninguno	Ninguno	8
13	Itm13	Numérico	8	0	13. Existe el control durante cada una de las etapas de elaboración del producto	Ninguno	Ninguno	8
14	Itm14	Numérico	8	0	14. Se realiza seguimiento a la satisfacción del cliente	Ninguno	Ninguno	8
15	Itm15	Numérico	8	0	15. Se tienen el control de deficiencias (quejas, reclamos) y acciones de mejora.	Ninguno	Ninguno	8
16	Itm16	Numérico	8	0	16. Se tiene un control de productos o servicios no conformes	Ninguno	Ninguno	8
17	Itm17	Numérico	8	0	17. Se toman en cuenta las acciones preventivas y correctivas en su empresa	Ninguno	Ninguno	8
18	Itm18	Numérico	8	0	18. Se realizan el seguimiento del producto (materias primas, producto en proceso, producto terminado) y seguimiento del servicio	Ninguno	Ninguno	8
19	Itm19	Numérico	8	0	19. ¿La formalización de la empresa les permite acceder a los beneficios de la Ley MYPE?	Ninguno	Ninguno	8
20	Itm20	Numérico	8	0	20. ¿La formalización de la empresa les permite acceder a las asesorías y conferencias laborales?	Ninguno	Ninguno	8
21	Itm21	Numérico	8	0	21. ¿La formalización de la empresa les permite participar en eventos feriales y exposiciones de sus productos?	Ninguno	Ninguno	8
22	Itm22	Numérico	8	0	22. ¿La formalidad les permite realizar negocios con otras empresas y competir en el mercado nacional e internacional?	Ninguno	Ninguno	8
23	Itm23	Numérico	8	0	23. ¿Les permiten solicitar créditos en el sistema financiero formal?	Ninguno	Ninguno	8
24	Itm24	Numérico	8	0	24. ¿Les permite acceder a créditos de cuentas por cobrar?	Ninguno	Ninguno	8
25	Itm25	Numérico	8	0	25. ¿Les permite acceder a financiación de cuentas por cobrar?	Ninguno	Ninguno	8

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

*Sin título1 [ConjuntoDatos0] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Cr
49	Rea.Produc	Númérico	5	0	Rea Prod (Agrupada)	{1, Mala}...	Ninguno	12
50	Med AnaMej	Númérico	5	0	Med AnaM (Agrupada)	{1, Mala}...	Ninguno	12
51	For Empre	Númérico	5	0	For Emp (Agrupada)	{1, Mala}...	Ninguno	11
52	Acc.Financ	Númérico	5	0	Acc.Finan (Agrupada)	{1, Mala}...	Ninguno	12
53	Asoc.empre...	Númérico	5	0	Asoc.empre (Agrupada)	{1, Mala}...	Ninguno	14
54	exportacion	Númérico	5	0	Exporta (Agrupada)	{1, Mala}...	Ninguno	13
55								
56								
57								
58								
59								
60								
61								
62								
63								
64								
65								
66								
67								
68								
69								
70								
71								
72								
73								

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

12:34 p.m. 06/09/2020

*Sin título1 [ConjuntoDatos0] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Calculadora

Variable objetivo: = Expresión numérica:

Tipo y etiqueta:

1. En su empres...
 2. En su empres...
 3. Los objetivos d...
 4. Se tienen defin...
 5. Se ha estable...
 6. Se asignan los...
 7. El personal de...
 8. Las condicon...
 9. Se realiza el m...
 10. Se tiene docu...
 11. Cuenta con ...
 12. Se informa al...
 13. Existe el contr...
 14. Se realiza se...
 15. Se tienen el c...
 16. Se tiene un c...
 17. Se toman en ...
 18. Se realizan el...
 19. ¿La formaliza...

Grupo de funciones:
 Todo
 Aritméticas
 CDF y CDF no centrada
 Conversión
 Fecha/hora actual
 Cálculo de fechas

Funciones y variables especiales:

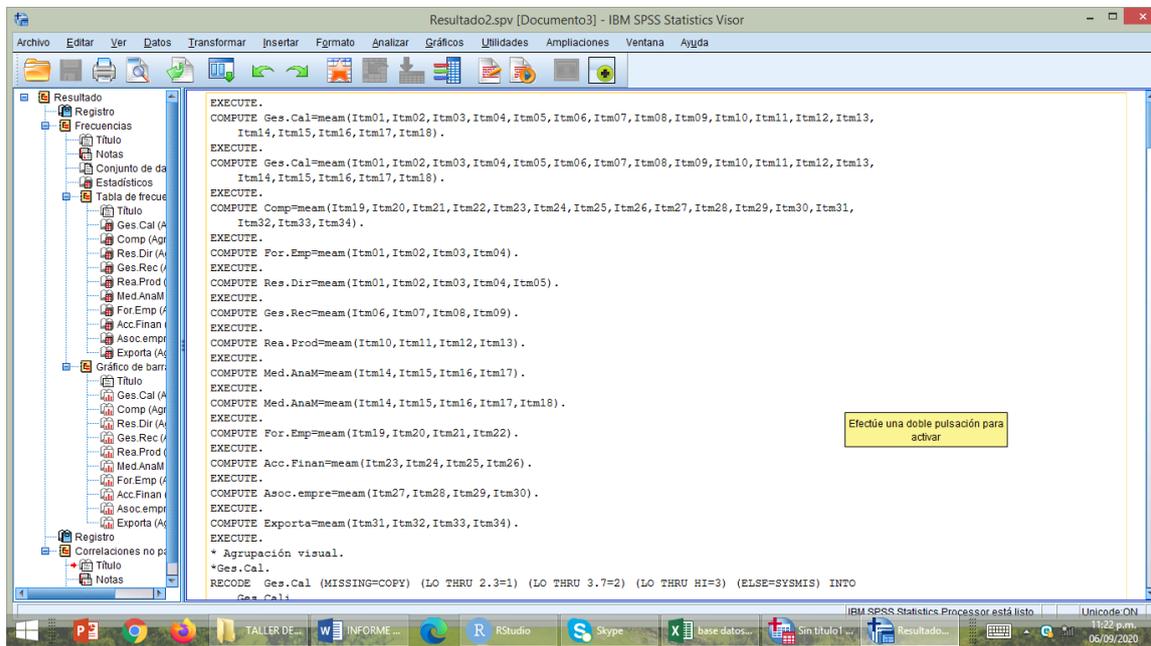
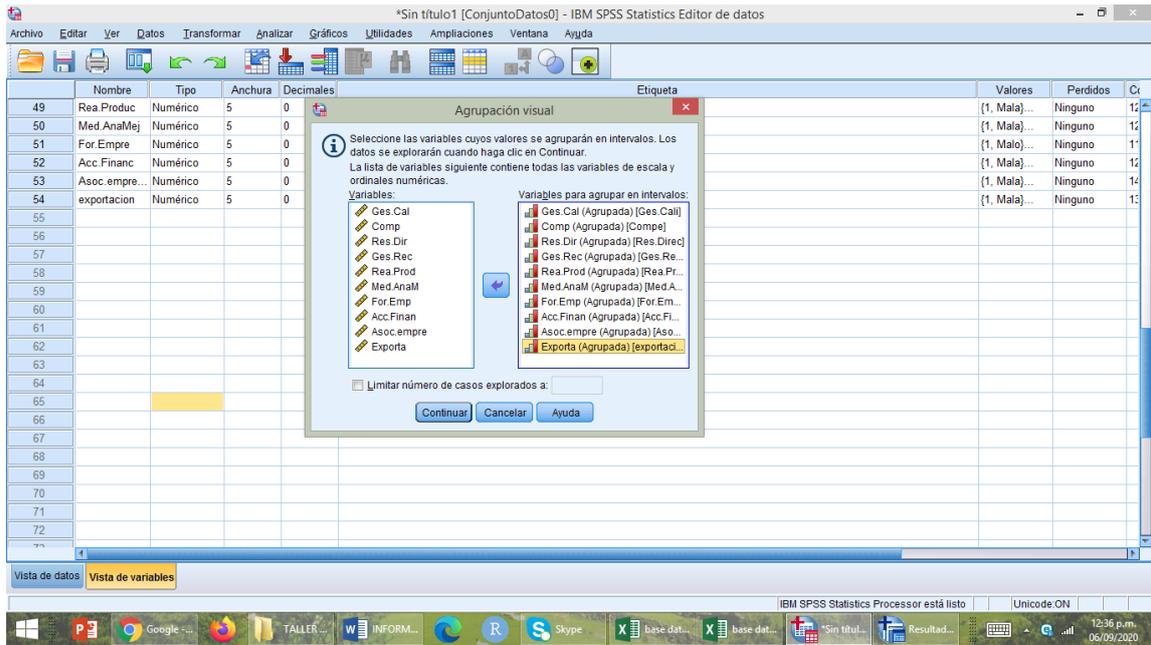
(condición de selección de caso opcional)

Aceptar Pegar Restablecer Cancelar Ayuda

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode ON

12:35 p.m. 06/09/2020



The screenshot shows a web browser displaying an RPub on the RStudio platform. The page title is "Correlación y Regresión Lineal". The main content area shows R code and its output for a Spearman correlation analysis. The code includes `cor(x, y, method = "spearman")` and `cor.test(x, y, method = "spearman")`. The output shows a Spearman's rank correlation coefficient of 0.1666667 and a p-value of 0.6777. The page also includes a sidebar with navigation links and a footer with the author's name, "Oscar Ramírez-Alán", and the date "2017-10-09".

```
data: y
W = 0.94856, p-value = 0.6743

Una de las variables es asimétrica, por lo que tendremos que utilizar una correlación no paramétrica de Spearman

cor(x, y, method = "spearman")

[1] 0.1666667

cor.test(x, y, method = "spearman")

Spearman's rank correlation rho

data: x and y
S = 100, p-value = 0.6777
alternative hypothesis: true rho is not equal to 0
sample estimates:
rho
0.1666667
```

Anexo 6. Ficha de validación por expertos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

PROGRAMA DE POST GRADO

Maestría en Administración



FICHA PARA EVALUACION DE INSTRUMENTOS DE ACOPIO DE DATOS

I. REFERENCIAS

- 1.1 EXPERTO: Ventura Hurtado, Tolomeo
- 1.2 ESPECIALIDAD: Licenciado en Administración
- 1.3 CARGO ACTUAL: Jefe de planificación de presupuesto H.M.A.I.
- 1.4 GRADO ACADEMICO: Maestro en Educación con mención en docencia currícula e investigación.
- 1.5 INSTITUCION DE TRABAJO: Hospital Manuel Angel Higa Arakaki.
- 1.6 LUGAR Y FECHA: Satipo 27 de Setiembre del 2019

II. TABLA DE VALORACION POR EVIDENCIAS

N°	EVIDENCIAS	VALORACION				
		4	3	2	1	0
1	Pertinencia de Indicadores	X				
2	Relación indicadores-reactivos	X				
3	Calidad de reactivos	X				
4	Facilita la prueba de hipótesis	X				
5	Introducción, instrucciones y referencias		X			
6	Estrategias de Aplicación		X			
7	Interpretación de instrumentos	X				
8	Presentación		X			
	TOTAL	20	9			

• Coeficiente de Valoración Porcentual C = 90.63 %

III. OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES :

.....
.....

IV. RESOLUCION

- a. Aprobado (C >= 75 %)
- b. Desaprobado (C < 75 %)



[Handwritten Signature]
 Lic. Adm. Tolomeo Ventura Hurtado
 CIAD 4579
 M.C. MAESTRO EN EDUCACIÓN CON MENCIÓN
 EN DOCENCIA CURRÍCULO E INVESTIGACIÓN



Firma del Experto



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
PROGRAMA DE POST GRADO
Maestría en Administración



FICHA PARA EVALUACION DE INSTRUMENTOS DE ACOPIO DE DATOS

I. REFERENCIAS

1.1 EXPERTO: Juan Carlos Ureta Medrano
 1.2 ESPECIALIDAD: Contador público
 1.3 CARGO ACTUAL: Catedrático
 1.4 GRADO ACADEMICO: maestro en enseñanza estrategica.
 1.5 INSTITUCION DE TRABAJO: Universidad Católica Los Angeles de Chimbote (ULADECH)
 1.6 LUGAR Y FECHA: Satipo 26 de setiembre

II. TABLA DE VALORACION POR EVIDENCIAS

N°	EVIDENCIAS	VALORACION				
		4	3	2	1	0
1	Pertinencia de Indicadores	X				
2	Relación indicadores-reactivos	X				
3	Calidad de reactivos	X				
4	Facilita la prueba de hipótesis	X				
5	Introducción, instrucciones y referencias		X			
6	Estrategias de Aplicación	X				
7	Interpretación de instrumentos	X				
8	Presentación		X			
TOTAL		24	6			

• Coeficiente de Valoración Porcentual $C = 93.75\%$

III. OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES :

.....

IV. RESOLUCION

a. Aprobado ($C \geq 75\%$)
 b. Desaprobado ($C < 75\%$)

Mgr. CPC Juan Carlos Ureta Medrano
 Firma del Experto



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
PROGRAMA DE POST GRADO
Maestría en Administración



FICHA PARA EVALUACIÓN DE INSTRUMENTOS DE ACOPIO DE DATOS

I. REFERENCIAS

- 1.1 EXPERTO: Juan Carlos Gonzales Borda
- 1.2 ESPECIALIDAD: Licenciado en Administración
- 1.3 CARGO ACTUAL: Técnico Administrativo I
- 1.4 GRADO ACADÉMICO: Maestro en Administración Pública y Gobierno
- 1.5 INSTITUCIÓN DE TRABAJO: Facultad de Ciencias Agrarias - UNCP Filial Satipo
- 1.6 LUGAR Y FECHA: Río Negro 30 de setiembre de 2019

II. TABLA DE VALORACIÓN POR EVIDENCIAS

N°	EVIDENCIAS	VALORACIÓN				
		4	3	2	1	0
1	Pertinencia de indicadores	x				
2	Relación indicadores - reactivos	x				
3	Calidad de reactivos	x				
4	Facilita la prueba de hipótesis	x				
5	Introducción, instrucciones y referencias		x			
6	Estrategias de aplicación	x				
7	Interpretación de instrumentos	x				
8	Presentación		x			
TOTAL		24	6			

- Coeficiente de Valoración Porcentual C = 93.75 %

III. OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES :

.....
.....
.....

IV. RESOLUCIÓN

- a. Aprobado (C \geq 75 %)
- b. Desaprobado (C < 75 %)


Firma del Experto

Anexo 7: Panel fotográfico

Encuesta realizado a la empresa ALCAFESA E.I.R.L.



Centro de acopio COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA PANGOA LTDA.

