



Universidad Nacional
SAN LUIS GONZAGA



[Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

Esta licencia permite a otras combinar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial, siempre y cuando den crédito y licencia a nuevas creaciones bajo los mismos términos.

http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0



UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA"
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
FACENI



EVALUACION DE ORIGINALIDAD

CONSTANCIA

El Que suscribe, deja constancia que se ha realizado el análisis con el software de verificación de similitud al documento cuyo título es:

**GESTIÓN DE LA CALIDAD Y GESTIÓN DE LA CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE
LAS EMPRESAS AGROEXPORTADORAS DE UVAS EN UNA PROVINCIA DEL
PERÚ, 2022**

Presentado por:

ESPINO SICHA MARIA LUZ Del nivel **PREGRADO** de la Facultad de Ciencias Económicas y Negocios Internacionales, Escuela Académico Profesional de **NEGOCIOS INTERNACIONALES**. El resultado obtenido es **6%** por el cual se otorga el calificativo de:


APROBADO

Se adjunta al presente el reporte de evaluación con el software de verificación de originalidad.

Observaciones:

Ica, 15 de agosto del 2023

UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA"
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN



Dr. JORGE LUIS HERNÁNDEZ NAPA
DIRECTOR

UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA"

Escuela de Negocios Internacionales



TESIS
GESTIÓN DE LA CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS
AGROEXPORTADORAS DE UVAS EN UNA PROVINCIA DEL PERÚ,
2022

Línea de investigación:

Sociedad, desarrollo sostenible, políticas públicas y ambientales

PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN NEGOCIOS
INTERNACIONALES

Autor:

Bach. MARÍA LUZ ESPINO SICHA

Asesor:

Dr. Héctor William Carlos Cruces

Ica, Perú

2023

DEDICATORIA

A todas las personas que confiaron en mí.

Principalmente a mi madre Sonia, a mis hermanos

Stevenson y Evetsi, a mi bisabuelo

Silvestre quien desde el cielo

es mi guía, a mi bisabuela Rufina quien

siempre ora por mi bien, a mis tíos.

A mis profesoras de educación secundaria que fueron

como una segunda madre: Leonor C. L. T.,

Aida M. T. E. y a todas mis amistades

quienes siempre confían en mí persona.

AGRADECIMIENTO

Al creador por ser mi luz del día a día

A mi madre por su comprensión

y amor fraterno.

A mi bisabuelo por haber sido

como un padre para mí.

A mi asesor por sus aportes

ÍNDICE

Portada	
- Dedicatoria	ii
- Agradecimientos	iii
- Índice	iv
- Índice de contenidos	iv
- Índice de tablas	v
- Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. Introducción	9
II. Estrategia metodológica	39
III. Resultados	42
IV. Discusión	54
V. Conclusiones	56
VI. Recomendaciones	57
VII. Referencias bibliográficas	58
VIII. Anexos	63

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla	Título	Pág.
01	Conceptos de innovación	30
02	Análisis del posicionamiento	32
03	Liderazgo	42
04	Planificación	43
05	Gestión de los procesos	44
06	Gestión de la calidad	45
07	Innovación	46
08	Posicionamiento	47
09	Competitividad	48
10	Gestión de la calidad y competitividad	50
11	Liderazgo y competitividad	51
12	Planificación y competitividad	52
13	Gestión por procesos y competitividad	53

ÍNDICE DE FIGURAS

Figuras	Título	Pág.
01	Metodología PHVA para sistemas de gestión de la calidad	20
02	Modelo de gestión de calidad ISO 9001:2015	21
03	Competitividad de las empresas	29
04	Diseño correlacional	39
05	Liderazgo	42
06	Planificación	43
07	Gestión por procesos	44
08	Gestión de la calidad	45
09	Innovación	46
10	Posicionamiento	47

Resumen

La gestión de calidad y competitividad en las agroexportadoras de uvas del Perú ,se refiere a la implementación de procesos y estrategias que garantizan altos estándares de calidad en la producción y exportación de uvas, así como la capacidad de mantenerse competitivos en el mercado global, el estudio tuvo como analizar la relación de la gestión de la calidad y competitividad de las empresas agroexportadoras de uvas en la provincia de Ica, 2022, metodológicamente uso un paradigma positivista, diseño ex post facto , correlacional , muestra de 70 participantes de empresas agroexportadoras de uvas, destinándose un cuestionario de preguntas para el recojo de datos , llevándose acabó por medio de la encuesta de interrogaciones con escala de Likert sobre las variables de investigación, también se aprovechó el análisis documental, obteniendo como resultados con un $p = 0,00$ ($p < 0.05$), obteniendo un valor de Rho de Spearman $= 0,935$ ”, se afirma que existe una correlación positiva alta entre el liderazgo y competitividad, así mismo con un $Rho = 0,988$, con un nivel de significancia teórico $p = 0,007$ ($p < 0,05$), existe una perfecta asociación entre la dimensión planificación y competitividad, también con un $Rho = 0,982$ con un nivel de significancia $p\text{-valué} = 0,000$, se afirma que existe una correlación alta entre la dimensión gestión de los procesos y competitividad, concluyendo que la relación entre la gestión de la calidad y competitividad es de $\rho = 0,955^{**}$ señalando una correlación alta entre las variables, $p = 0$, ($p < 0.05$); evidenciando hay una concordancia significativa y directa entre las variables, a mejor gestión de la calidad, mejorara la competitividad. de las empresas agroexportadoras de uvas en una provincia del Perú.

Palabras claves: , planificación, posicionamiento, innovación, agroexportación

Abstract

The management of quality and competitiveness in the agro-exporters of grapes of Peru, refers to the implementation of processes and strategies that guarantee high quality standards in the production and export of grapes, as well as the ability to remain competitive in the global market, the study had how to analyze the relationship of quality management and competitiveness of agro-exporting companies of grapes in the province of Ica, 2022, methodologically I use a positivist paradigm, ex post facto design, correlational, sample of 70 participants of agro-export companies of grapes, assigning a questionnaire of questions for the collection of data, taking finished through the survey of interrogations with Likert scale on the research variables, also took advantage of the documentary analysis, obtaining as results with a $p = 0.00$ ($p < 0.05$), obtaining a value of Spearman's $Rho = 0.935$ ", it is stated that there is a high positive correlation between leadership and competitiveness, likewise with a $Rho = 0.988$, with a level of theoretical significance $p = 0.007$ ($p < 0.05$), there is a perfect association between the planning and competitiveness dimension, also with a $Rho = 0.982$ with a significance level $p\text{-value} = 0.000$, It is stated that there is a high correlation between the dimension process management and competitiveness, concluding that the relationship between quality management and competitiveness is $rho = .955^{**}$ indicating a high correlation between the variables, $p = 0$, ($p < 0.05$); Evidencing there is a significant and direct agreement between the variables, the better quality management, the better competitiveness will improve. of grape agro-export companies in a province of Peru

Keywords: , planning, positioning, innovation, agro-export

I.- Introducción

La gestión de la calidad se refiere al conjunto de actividades y procesos que una organización lleva a cabo para asegurar que los productos o servicios que ofrece cumplan con los estándares y requisitos de calidad establecidos, y competitividad se refiere a la capacidad de una empresa, industria o país para competir de manera exitosa en el mercado, logrando ventajas comparativas y ofreciendo productos o servicios de calidad a precios competitivos.

El estudio de la gestión de la calidad y competitividad en las empresas agroexportadoras de uvas es relevante porque permite identificar y mejorar los procesos, asegurar la satisfacción del cliente, cumplir con los estándares internacionales, aumentar la eficiencia y productividad, fortalecer la reputación de la empresa y mantener una ventaja competitiva en el mercado global. implica la implementación de sistemas de control de calidad, la mejora continua de los procesos, el desarrollo de estrategias de marketing y la búsqueda de nuevos mercados.

La implicancia de la pesquisa fue exponer los motivos, razones y causas del estudio en relación a la gestión de la calidad y competitividad, teniendo en cuenta las habilidades blandas y duras del administrador de empresas agroexportadoras, y cómo influye en el desarrollo de las empresas, innovación y creatividad generando beneficios para los empresarios y que redunde en los partícipes de la empresa, siendo importante la pesquisa en la empresas agroexportadoras de uvas la provincia de Ica-Perú, porque su aplicación nos permitirá mejorar la calidad de los productos, cumplir con los estándares internacionales, aumentar la eficiencia operativa, acceder a mercados más exigentes, incrementar la rentabilidad y mantener una posición competitiva en el mercado global.

La gestión de la calidad y competitividad en las empresas agroexportadoras de uvas del Perú es fundamental para garantizar su éxito en el mercado global. Estas empresas se esfuerzan por

cumplir con altos estándares de calidad, desde la producción hasta la comercialización, asegurando que las uvas peruanas sean reconocidas por su sabor, frescura y consistencia. Además, implementan sistemas de gestión de calidad como ISO 9001 para asegurar que sus procesos sean eficientes y estandarizados. Asimismo, invierten en investigación y desarrollo para mejorar constantemente sus técnicas de cultivo y postcosecha, así como en certificaciones internacionales que demuestren el cumplimiento de normas sanitarias y medioambientales. Esto les permite acceder a mercados exigentes y competir con éxito frente a otros productores de uva a nivel mundial.

Se enfocó el problema desde los ejes holopraxico con un enfoque hipotético deductivo, aplicando las técnicas e instrumentos pertinentes, generando implicancia en un análisis sistemático y sintético, logrando resultados importantes para el estudio que servirán de base teórica para futuras investigaciones.

1.1 Antecedentes

En el ámbito Internacional:

Cotrina, A. (2022) El propósito del estudio fue demostrar la relación entre la gestión de calidad y el nivel de exportación al mercado europeo en la empresa GRUPO COMERCIAL CAMPO VERDE S.A.C. en la provincia de Huaral, 2021, haciendo uso de un diseño ex post facto, tipo aplicada, correlacional, muestra de 51 trabajadores, técnica la encuesta resultados: En cuanto a la gestión de la calidad, la organización ha identificado, formalizado y gestionado sus procesos para lograr, mejorar su calidad y satisfacción, con un 27,5% destacando que están muy en desacuerdo y de acuerdo; referencia a si se ha definido y estructurado un sistema de gestión de la calidad, el 25,5% enfatizó que está totalmente en desacuerdo y en desacuerdo. sobre el nivel exportación, con referencia a si se basa en la experiencia y la investigación realizada por la empresa, Los aguacates se exportan con una amplia gama de variedades - Hass al mercado europeo es un 39,2% superior, destacó que estaba totalmente en desacuerdo y en desacuerdo con la cuestión de experiencia e investigaciones realizadas por la empresa, exportación de cítricos, variedades, la demanda de verano para el mercado europeo cayó un 43,1%, que, enfatizó, estaba completamente en desacuerdo. Conclusión: Existe una correlación significativa entre las variables

Valdez, M. (2022) Señalo como objetivo determinar cómo influye la gestión de la calidad en la competitividad de la panadería, hizo uso de una entrevista semiestructurada, aplicando el método hipotético deductivo, muestra de 30 personas, hallando que para continuar en el mercado el negocio debe incrementar sus clientes, por ende generara más ingresos económicos para el propietario, aplicando estrategia en cuanto a la gestión de la calidad y competitividad.

Verdesoto y Murillo (2021) señalo como objetivo la determinación de la relación existente entre la gestión logística y la competitividad empresarial, esgrimió un paradigma positivista, deductivo, correlacional m transeccional, muestra de 103 empresas, utilizo como técnica la encuesta, hallando que mientras mayor sea la implementación logística la competitividad será susceptible a incrementar.

Amaya et al (2020) Este estudio pretende reflexionar y debatir un estudio de los principios de la gestión. La investigación es de carácter cualitativo, sustentada en artículos y documentos científicos escritos por varios científicos,. lo que permite profundizar en el conocimiento y la teoría de la confrontación, enriqueciendo en empresas de clase mundial. sistema de manejo de calidad.

Cabrera y Ludeña (2019) en su artículo planteo como objetivo elaborar una metodología, basada en la cooperación o asociatividad de pequeñas y medianas empresas, se hizo uso de un tipo descriptivo Para lograr este objetivo, se utilizan métodos de investigación teóricos y empíricos, tales como: Una aproximación histórica nos permite analizar la evolución de las asociaciones competitivas y la gestión de la calidad en el ámbito de las microempresas en el Ecuador. Los programas utilizados fueron Análisis y Síntesis.

Se utiliza un enfoque dialéctico para fundamentar los reclamos que actualmente se realizan por relevancia con el fin de buscar fortalecer la competitividad de la industria y derivar su potencial en un mercado globalizado y en constante transformación.

Aplicación de un enfoque de sistemas para evaluar esferoides que modulan y simulan el desempeño de Mipyme. Se utilizó el análisis bibliográfico para estudiar las dificultades del sector microempresarial en el Ecuador, y mediante la aplicación de métodos de análisis logístico se logró diseñar un método con etapas y pasos lógicos.

Las PYMES, que representan una alta proporción del PIB y acumulan una gran parte de los empleos creados en las principales economías del mundo, especialmente en América Latina, enfrentan dificultades, entre ellas, que no cuentan con una estructura institucional unificada, principalmente debido a la falta de regulaciones en el ámbito económico y productivo que permitan definir sus características, necesitan mejorar los mecanismos de gestión de la calidad para poder competir en el mercado, ya que el hecho de la fragmentación y falta de financiamiento crediticio les impide consolidar su posición y la mayoría Incapaces de sostenerse a sí mismos. Los resultados esperados incluyen: mejor participación en los mercados nacionales e internacionales, costos operativos reducidos, desarrollo socioeconómico regional mejorado, desempleo reducido, mayor influencia en la política industrial nacional y gestión de calidad mejorada

Zambrano Y Peña (2019) El propósito de la investigación fue analizar el sistema de calidad que utilizan las empresas ubicadas en los cantones antes mencionados para conocer su incidencia con el desarrollo económico, utilizando un enfoque hipotético-deductivo, análisis documental y encuestas, evidenciando que un 86 % de las empresas encuestadas hacen uso de un sistema de gestión de calidad en el desarrollo de sus procesos y el uso del sistema tributa de manera positiva en el crecimiento del modelo del negocio y el desarrollo empresarial.

Becerra, Andrade y Diaz (2019) El propósito es proponer un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) para el proceso de investigación, basado en la norma ISO 9001:2015 y en el modelo de evaluación institucional utilizado en Ecuador, para certificar la calidad de las universidades, utilizo un diseño SGC , tipo exploratorio y descriptiva , enfoque mixto, hallando que la aplicación ha permitido mejorar la organización del proceso investigativo, demostrado en los resultaos gestión de proyectos y producción científica.

Hernández, H., Barrios, I., y Martínez, D. (2018) La finalidad del estudio fue analizar cómo la gestión de la calidad puede usarse, independientemente del sector, como elemento clave para el desarrollo de las organizaciones, haciendo uso de la ficha de contenido examinando bibliografía relevante, evidenciando que la gestión de calidad sirve de vehículo para alcanzar ventajas competitivas, eficiencia y productividad a través del ciclo de mejora continua.

En el ámbito Nacional:

Chiroque, C. (2021) El estudio tuvo como propósito detectar la Gestión De Calidad Y Competitividad De Las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio Rubro Textiles. Cercado De Tumbes, 2021, aplico un tipo descriptivo, diseño no experimental, enfoque cuantitativo, muestra de 20 micro y pequeñas empresas, manejo como instrumento el cuestionario , en cuanto a las pequeñas empresas un 65% señala dedicarse al negocio textil , predominado un 30% de empleados fijos, donde un 20% revela haber recibido capacitaciones , 50% de las micro y pequeñas empresas tienen señalización en la infraestructura, ventilación adecuada , también un 30% indica tener conocimiento de las Normas ISO,

Damián y Vásquez (2021) El estudio tuvo como objetivo incrementar las exportaciones de uva de la empresa Sociedad Agrícola San Agustín de Zaña S.A, La metodología utilizada para llevar a cabo este estudio tiene una gama de descriptividad de tipos de aplicaciones con métodos mixtos y diseños no experimentales. , la herramienta utilizada para recopilar información es la entrevista., aplicable al personal administrativo del área logística. Se identificaron problemas en las tres dimensiones de la cadena de suministro. Por el lado de la oferta, la falta de organización y planificación ha provocado, costo y tiempo aumentan hasta el final de la cadena; en producción, La capacidad de producción

de la empresa no está siendo utilizada al 100%, lo que significa alto potencial de crecimiento gracias a un buen posicionamiento.

El volumen y la creciente demanda de este producto peruano en el mercado interno

Internacional; en términos de distribución y suministro, no Horarios de despacho como guía para evitar retrasos en la entrega.

La conclusión es una adecuada administración del vínculo de abasto de la empresa permitirá que esto puede optimizar sus procesos, lo que a su vez genera indirectamente incrementar regularmente las exportaciones. deficiencias y la empresa ha estado desorganizada desde sus inicios, lo que limita su capacidad para ampliar el mercado y lograr las eficiencias que busca su desarrollo actividades y procesos de producción.

Gerónimo, E. (2021) La pesquisa tuvo como finalidad determinar la manera como la gestión de calidad se relaciona con la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021; una metodología a nivel transaccional, en la que se aplican métodos técnicos, numéricos y procesamiento estadístico de datos; una muestra de 75 directivos de empresas; se utilizan como técnicas y herramientas encuestas y cuestionarios estructurados. Resultados: Entre los gerentes encuestados, el 66,7% de los gerentes casi siempre expresaron su opinión sobre la gestión de la calidad como primer nivel, el 26,67% de los gerentes la expresaron como primer nivel y el 6,7% de los gerentes expresaron su opinión como primer nivel a veces. En cuanto a la competitividad que tienen, el 80% dijo que casi siempre la implementan, y el 20% mencionó que siempre implementan la competitividad de la empresa. Conclusión: Determinada por significación $0.000 < 0.05$, lo que nos permite demostrar que la relación es significativa. En este sentido, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alternativa, existe por tanto una relación significativa entre las variables.

Pérez, Noriega, Hernández, Olivo y De La Oz(2021) El objetivo del estudio fue identificar en la literatura los modelos de sistemas de gestión de la calidad y competitividad para su caracterización en las organizaciones, esgrimiendo un análisis bibliográfico exploratorio , aportando al sector empresarial un instrumento de aprendizaje motivándolos a instaurar la gestión de la calidad , satisfacción de los consumidores , optimizando los procesos , fidelizando la marca en el mercado logrando obtener un nivel competitivo alto.

Dávila y Mezones (2019) determinar la relación existente entre la gestión de Calidad y Competitividad., hizo uso de un diseño no experimental, correlacional, manejo la técnica e la encuesta, muestra de 10 jefes administrativos, hallando que hay relación directa entre las variables en estudio.

Pérez y Sulluchuco (2019) señalaron como objetivo determinar la calidad y productividad y su influencia en la competitividad del sector agroindustrial en el departamento Lima, estudio de tipo aplicado, muestra de 215 trabajadores, , no experimental de cohorte longitudinal ,utilizo como técnica la encuesta , evidenciando que la calidad y productividad influyen en la competitividad del proceso de producción.

Benites, C. (2017) El objetivo del estudio fue determinar la importancia que tiene la gestión de la Calidad de las empresas agroexportadoras en el departamento de Ica, se hizo uso de un enfoque cuantitativo, esgrimiendo el análisis documental, evidenciando que las empresas que cuentan con un sistema de calidad implementan y desarrollan con más eficiencia los factores del Total Quality Managenement (TQM), en comparación con las que no cuentan con dicho sistema

En el ámbito Regional/ Local

Tipismana, R. (2019) El estudio tuvo como finalidad Proponer las mejoras de la Competitividad como Factor Relevante para la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector comercio rubro Ferreterías del distrito de Pueblo Nuevo, Chincha-Ica, , 2018, pesquisa tipo cuantitativa , descriptiva transversal , muestra censal de 10 tiendas , manejo el cuestionario la investigación fue de tipo cuantitativo, descriptiva y transversal. Se tomo una población de 10 tiendas de ferreterías y la muestra fue la misma cantidad de la población, hizo uso del cuestionario , hallando que un 60% de los encuestados oscila entre 31 a 50 años, 80% de genero masculino, donde un 70% tiene educación superior , donde un 70% de los participantes tienen más de 7 años de permanencia en el mercado , contando la mayoría de las empresas de 1 a 5 trabajadores , en cuanto al objetivo de generar ganancias un 70% revelan que mejorará la empresa brindando un servicio de calidad.

1.2 Bases teóricas de la investigación

1.2.1 Gestión de calidad

Calidad:

Desde la perspectiva de Deming (1989) se refiere a la calidad como al grado en que un producto o servicio cumple con las expectativas y necesidades del cliente (p.132) deduciendo calidad cumple los requisitos para satisfacer las necesidades del consumidor.

La calidad en las empresas agroexportadoras de uvas se refiere a la capacidad de producir uvas que cumplan con los estándares de calidad exigidos por los mercados internacionales, incluyendo factores como el tamaño, sabor, apariencia y durabilidad de la fruta.

Gestión de la calidad:

De acuerdo con Gonzales (2006) considera que gestión de la calidad es el proceso de planificar, controlar y mejorar la calidad de los productos o servicios ofrecidos por una empresa, con el objetivo de satisfacer las necesidades y expectativas del cliente (p.1) En ese orden de ideas las empresas proyectan los procesos de mejora de los productos teniendo en cuenta los componentes fundamentales de la organización con la finalidad de satisfacer a los compradores.

En ese sentido un sistema de gestión de calidad es un conjunto de procesos y procedimientos que una organización implementa para asegurar que sus productos o servicios cumplan con los estándares de calidad establecidos.

Características de la gestión de la calidad

Entre las principales características tenemos:

Enfoque en la mejora continua;

Es el cumplimiento de estándares y normas, participación de todos los niveles de la organización, enfoque en el cliente y toma de decisiones basada en datos.

El enfoque de mejora continua es un proceso constante de revisión, análisis y acción para identificar oportunidades de mejora y realizar cambios incrementales en los procesos, productos o servicios de una organización.

El cumplimiento de estándares y normas;

Implica seguir las pautas y regulaciones establecidas por organismos o entidades para garantizar la calidad, seguridad y eficiencia de los procesos, productos o servicios de una organización.

La participación de todos los niveles de la organización:

Implica involucrar a todos los empleados, desde la alta dirección hasta el personal de base, en la toma de decisiones, la implementación de mejoras y el logro de los objetivos de calidad de la organización.

El enfoque en el cliente

implica centrarse en comprender y satisfacer las necesidades, expectativas y deseos de los clientes, brindando productos o servicios de calidad que cumplan con sus requisitos y superen sus expectativas.

La toma de decisiones basadas en datos

Implica utilizar información objetiva y verificable para analizar y evaluar diferentes opciones, minimizando la subjetividad y maximizando la probabilidad de tomar decisiones acertadas y fundamentadas.

La gestión de la calidad en las empresas agroexportadoras de uvas es de suma importancia, ya que garantiza que los productos cumplan con los estándares de calidad y seguridad alimentaria exigidos por los mercados internacionales, lo que a su vez les permite mantener la competitividad, ganar la confianza de los clientes y asegurar el éxito a largo plazo.

Sistema de gestión de calidad:

Es un conjunto de procesos, políticas y procedimientos que una organización implementa para asegurar y mejorar la calidad de sus productos o servicios, cumpliendo con los requisitos y expectativas de los clientes.

Figura 1

Metodología PHVA para sistemas de gestión de la calidad



Nota. base en ISO 9001:2015.

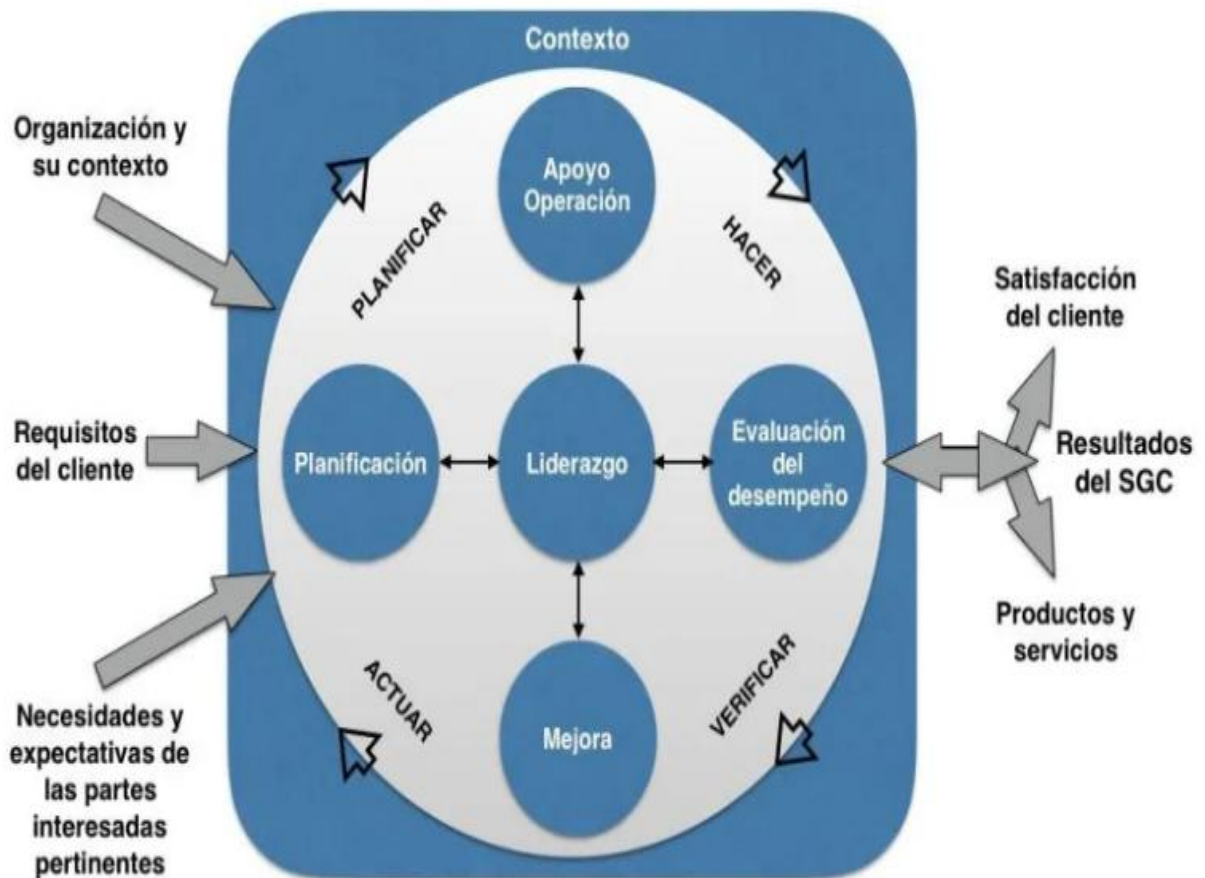
La metodología PHVA (Planificar, Hacer, Verificar, Actuar) es una herramienta útil para la implementación y mejora continua de los sistemas de gestión de calidad, ya que permite identificar oportunidades de mejora, establecer objetivos claros, implementar acciones correctivas y preventivas y monitorear el desempeño del sistema.

Importancia de la gestión de calidad:

La gestión de calidad es importante porque garantiza que los productos y servicios cumplan con los estándares y requisitos establecidos, lo que a su vez mejora la satisfacción del cliente, fortalece la reputación de la empresa y aumenta su competitividad en el mercado., considerándose algunos factores que influyen en la gestión de calidad incluyen la cultura organizacional, la capacitación del personal, el compromiso de la alta dirección, la tecnología disponible y las regulaciones y estándares del mercado.

Figura 2

Modelo de gestión de calidad ISO 9001:2015



Nota. De acuerdo a la Norma – Sistemas de Gestión de Calidad – Requisitos (ISO 9001:2015). International Organization por Standardization, 5ta Edición.

La ISO 9001:2015 es un modelo de gestión de calidad que establece estándares y requisitos para mejorar la eficiencia y satisfacción del cliente en las organizaciones. Su importancia radica en la mejora continua, la identificación de riesgos y oportunidades, y la creación de una cultura de calidad en la empresa.

Se han considerado las dimensiones siguientes:

Liderazgo:

Velasco (2011) argumenta: “Los líderes construyen solidaridad, el propósito y la dirección de la organización. deberían crear y mantener un ambiente interno accesible para el personal plenamente involucrados en el beneficio de la empresa (p.177) En ese sentido liderazgo se entiende como la capacidad de influir y guiar a otros hacia el logro de metas y objetivos comunes.

El liderazgo en las empresas agroexportadoras de uvas es importante porque permite establecer una visión clara, motivar y guiar a los trabajadores, fomentar la innovación y la creatividad, y tomar decisiones efectivas que contribuyan al éxito de la organización en un mercado altamente competitivo.

Factores que limitan el desempeño de liderazgo:

Algunos factores que limitan el desempeño de liderazgo pueden ser la falta de habilidades de comunicación, la falta de experiencia, la resistencia al cambio y la falta de apoyo de los miembros del equipo.

Estilos de liderazgo:

Algunos estilos de liderazgo comunes incluyen el liderazgo autocrático, el liderazgo democrático, el liderazgo transformacional y el liderazgo laissez-faire.

Los líderes ponen en práctica tres diferentes tipos de habilidades:

Los líderes ponen en práctica habilidades técnicas, habilidades humanas y habilidades conceptuales.

Las habilidades técnicas se refieren a la capacidad de un líder para utilizar y aplicar conocimientos específicos relacionados con un campo o industria en particular.

Las habilidades humanas se refieren a la capacidad de un líder para interactuar, comunicarse y trabajar eficazmente con otras personas, incluyendo la gestión de equipos, la resolución de conflictos y la empatía.

Las habilidades conceptuales se refieren a la capacidad de un líder para comprender y analizar situaciones complejas, identificar patrones y tendencias, y tomar decisiones estratégicas a largo plazo.

Planificación:

A juicio de Bernal, M. (2012) define la planificación como la primera función administrativa porque es la base de las demás funciones., toda vez que predetermina los objetivos que deben cumplirse y lo que se debe hacer para lograr estos objetivos, por lo tanto, es un modelo teórico de acción futura, comienza con el establecimiento de metas y el detalle de los planes necesarios para lograr esas metas, implementarlos convenientemente (p.2). En ese orden de ideas la planificación se define como el proceso de establecer objetivos, identificar acciones, recursos necesarios y establecer un cronograma para alcanzar esos objetivos, teniendo como principios la claridad de objetivos, flexibilidad, realismo, participación, coordinación y evaluación y como componentes Objetivos, estrategias, acciones, recursos, plazos y evaluación.

Tipos de planificación:

Algunos tipos de planificación incluyen la planificación estratégica, la planificación táctica, la planificación operativa y la planificación a corto plazo.

La planificación estratégica es el proceso de establecer metas y objetivos a largo plazo, identificar los recursos necesarios y desarrollar estrategias para alcanzarlos.

La planificación táctica es el proceso de traducir los objetivos y estrategias establecidos en la planificación estratégica en acciones y planes concretos a corto y mediano plazo para cada área o departamento de una organización.

La planificación operativa es el proceso de establecer metas, objetivos y estrategias a corto plazo para llevar a cabo las actividades diarias de una organización.

La planificación a corto plazo se refiere al proceso de establecer metas y acciones específicas que se llevarán a cabo en un período de tiempo próximo, generalmente de 3 a 12 meses.

Importancia de la planificación:

La planificación es importante porque permite establecer objetivos y metas claras, definir un rumbo para alcanzarlos, optimizar el uso de recursos, minimizar riesgos y aumentar la eficiencia en la toma de decisiones.

La planificación en las empresas agroexportadoras de uvas es importante, porque permite establecer metas y objetivos claros, organizar los recursos disponibles, anticipar y solucionar posibles problemas,

y maximizar la eficiencia en todas las etapas del proceso de producción y exportación

Los factores más relevantes que influyen en la planificación son:

Los objetivos y metas de la organización, el análisis del entorno, los recursos disponibles, las capacidades y competencias del equipo, y las restricciones o limitaciones existentes.

Los objetivos y metas de la organización:

Son los resultados específicos que se desea lograr a través de las actividades y operaciones de la empresa.

Representan los logros deseados a largo plazo y proporcionan una dirección clara para la planificación y toma de decisiones

El análisis del entorno:

Se refiere a evaluar y comprender los factores externos que pueden afectar a la organización, como el mercado, la competencia, las tendencias económicas, políticas y sociales, la tecnología y otros aspectos que puedan tener un impacto en su desempeño y estrategia.

Recursos disponibles:

Los recursos disponibles:

Son los elementos tangibles e intangibles que la organización tiene a su disposición para llevar a cabo sus actividades y alcanzar sus objetivos. Estos pueden incluir recursos financieros, humanos, tecnológicos, materiales y de información.

Las capacidades y competencias del equipo:

Se refieren a las habilidades, conocimientos, experiencia y aptitudes que poseen los miembros del equipo de trabajo. Estas capacidades y competencias determinan la capacidad del equipo para llevar a cabo eficientemente las tareas y responsabilidades asignadas.

Gestión por procesos:

La gestión de procesos implica el análisis de una organización desde la perspectiva de funcionales, concebida como un conjunto de procesos interrelacionados, haciendo un seguimiento de una cuadrícula horizontal en la organización, más allá de la imagen proporcionada por el departamento (Moreno, Citado por Galiano et al, 2018, p. 41) también Ponce (2016) define la gestión de procesos como los principios de las mejores prácticas, cuyo propósito es mejorar y aumentar la eficiencia y eficacia de todos los

procesos de la organización para lograr una ventaja competitiva sostenible para la empresa (p.20) en síntesis la gestión por procesos es un enfoque de gestión que se centra en la mejora continua de los procesos empresariales para incrementar la satisfacción del cliente.

Características de la gestión por procesos:

Las características de la gestión por procesos incluyen la identificación y mapeo de los procesos clave de una organización, la mejora continua de los procesos, la orientación hacia el cliente, la asignación clara de responsabilidades y la medición y análisis de los resultados obtenidos.

La identificación y mapeo por procesos es el proceso de identificar y documentar de manera detallada los pasos, actividades, roles y responsabilidades involucrados en la ejecución de un proceso específico dentro de una organización.

La mejora continua de los procesos se refiere a la búsqueda constante de oportunidades para optimizar y perfeccionar los procesos existentes, implementando cambios y ajustes que permitan aumentar la eficiencia, reducir costos, eliminar desperdicios y mejorar la calidad en la ejecución de dichos procesos.

La orientación hacia el cliente es la filosofía de centrarse en las necesidades, expectativas y satisfacción del cliente como el principal objetivo de una organización, adaptando sus productos, servicios y procesos para cumplir con estas demandas de manera efectiva.

La asignación clara de responsabilidades implica definir de manera precisa y específica las tareas, funciones y roles de cada miembro del equipo o departamento dentro de una organización, estableciendo quién es responsable de qué actividades y toma de decisiones en un proceso determinado.

La ejecución de un proceso específico dentro de una organización se refiere a llevar a cabo de manera efectiva y eficiente todas las actividades y tareas necesarias para completar dicho proceso, siguiendo los pasos y procedimientos establecidos, asignando recursos adecuados y cumpliendo con los objetivos y metas establecidos.

Requisitos para mejorar la gestión por procesos:

Entre los principales requisitos tenemos:

- Definir claramente los objetivos y metas de la gestión por procesos
- Identificar y mapear los procesos existentes en la organización.

- Documentar los procedimientos y flujos de trabajo de cada proceso.
- Establecer indicadores clave de rendimiento (KPI) para medir la eficiencia y efectividad de los métodos.

- Asignar responsabilidades claras a los miembros del equipo para cada proceso.
- Implementar tecnologías y herramientas adecuadas para automatizar y mejorar los procesos.
- Realizar seguimiento y evaluación periódica de los procesos para identificar áreas de mejora.
- Fomentar la colaboración y comunicación entre los diferentes equipos involucrados en los procesos.

- Capacitar y desarrollar al personal en habilidades relacionadas con la gestión por procesos.
- Establecer un sistema de retroalimentación y mejora continua para optimizar constantemente las metodologías.

Importancia de la gestión por procesos:

Según Dyna (2016) refiere cuando hay suficiente control en el proceso, obtenemos resultados, eficientes en las actividades que se desarrollan dentro de la empresa, permitiéndoles ser eficaces y productivo. Su importancia radica en extender su contribución del dominio de producción a otras áreas de la organización, como un enfoque diferenciado de la gestión empresarial, mostrar la visión horizontal de la organización y acercarse a los clientes, acentuando la cadena de valor para cumplir sus necesidades (p.20). Sintetizando la gestión por procesos permite mejorar la eficiencia y calidad de los productos o servicios, optimizando los recursos y reduciendo los costos.

La gestión de los procesos es importante porque permite optimizar la eficiencia, la calidad y la productividad de una organización, asegurando que los recursos se utilicen de manera efectiva y que se cumplan los objetivos establecidos.

1.2.2 Competitividad de las empresas agroexportadoras:

Competitividad:

La competitividad tiene una concepción multidimensional, se puede observar desde la empresa y el nivel de la institución, el origen radica en la palabra latín que simboliza la participación en un negocio , describiendo las bondades económicas de los competidores en la economía internacional en que las

destrezas y creatividad varían a través de la competitividad de acuerdo al lugar , puede considerarse como la capacidad de la industria para desembarcar productos mayor a lo ofertado por la competencia sin considerar el precio (Cruz, 1992; Ajitabh y Momaya, 2004). También Porter (1991) revela que la competitividad son las estrategias que aplica una empresa para contender en un espacio específico (p. 108). En ese contexto se define la competitividad como la capacidad de una empresa, para competir eficazmente en el mercado global y generar beneficios sostenibles. En ese sentido la competitividad en agroexportadoras de uvas se refiere a la capacidad de una empresa para producir y comercializar uvas de alta calidad a precios competitivos en el mercado internacional.

Características de la competitividad:

Las características de la competitividad incluyen la capacidad de adaptarse al cambio, la innovación, la calidad del producto o servicio, la eficiencia en costos, la diferenciación, el conocimiento del mercado y la capacidad de generar valor para los clientes.

La capacidad de adaptarse al cambio:

Se refiere a la habilidad de una organización o individuo para ajustarse y responder de manera efectiva y flexible a los cambios en el entorno, las demandas del mercado, las tecnologías emergentes y otras circunstancias variables, con el objetivo de mantenerse competitivo y lograr el éxito.

La innovación

se refiere a la capacidad de generar nuevas ideas, conceptos, productos, servicios o procesos que aporten valor y mejoren la forma en que se hacen las cosas, impulsando el crecimiento, la diferenciación y la ventaja competitiva de una organización.

La calidad del producto o servicio:

Se refiere a la capacidad de cumplir con las expectativas y necesidades del cliente, ofreciendo un producto o servicio que es confiable, seguro, eficiente, efectivo y que cumple con los estándares y especificaciones establecidos.

La eficiencia en costos se refiere a la capacidad de una organización para optimizar y minimizar los recursos y gastos involucrados en la producción y entrega de productos o servicios, maximizando el valor generado y minimizando los desperdicios y los costos innecesarios.

El conocimiento del mercado:

Se refiere a la comprensión profunda de las características, necesidades, comportamientos y preferencias de los clientes, así como del entorno competitivo en el que opera una organización. Esto incluye el análisis de tendencias, segmentación de mercado, investigación de mercado y la capacidad de adaptarse a los cambios y demandas del mercado.

Capacidad de generar valor para los clientes:

Se refiere a la habilidad de una organización para ofrecer productos, servicios o soluciones que satisfagan las necesidades y expectativas de los clientes de una manera superior a la competencia, proporcionando beneficios tangibles e intangibles que superen el costo percibido por el cliente.

Modelo de la competitividad

Con base a Meraz (2015) refiere existen varios modelos de competencia, cada uno caracterizado por los enfoques macro y microeconómicos; el primero se refiere a un sector, industria o país, y el segundo se refiere a una empresa. Entonces eso presenta algunos casos por varios autores, desde los que dialogaron de sagacidad de mercado, tecnología, competidores, costos, calidad y procesos, incluso aquellos que abordan problemas de productividad. El modelo de competitividad de Meraz ha sido criticado por su falta de enfoque en aspectos socioeconómicos y ambientales, centrándose principalmente en indicadores financieros y de eficiencia productiva.

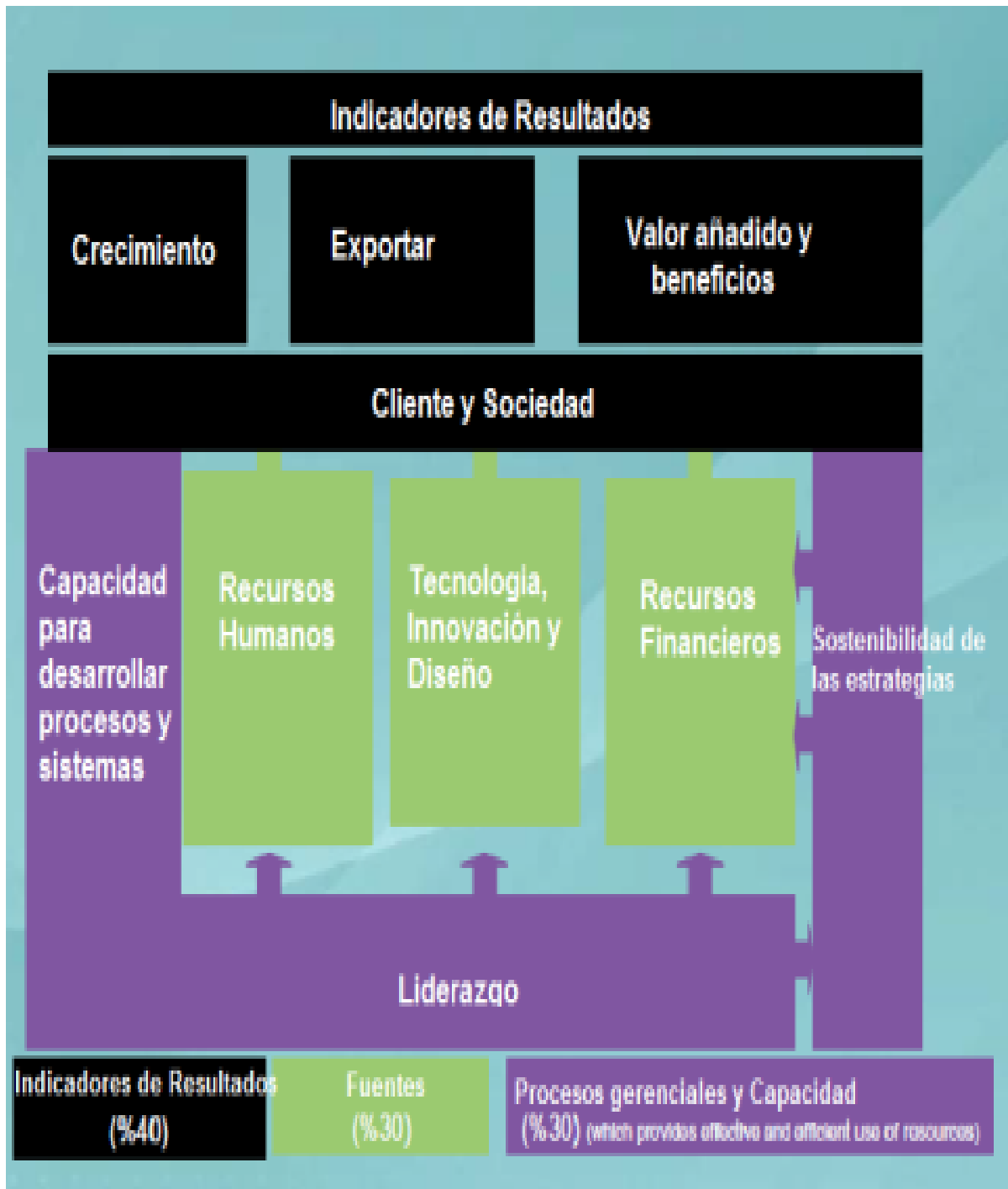
Por otro lado, Cetindamar y Kilitcioglu (2013) sostienen que “la competitividad puede nutrirse si los recursos generados por la competitividad siguen siendo viables y las empresas pueden establecer un conjunto de procesos de gestión, los recursos se han enriquecido y utilizado.

La competitividad en las empresas agroexportadoras de uvas se valora mediante diversos indicadores, como la participación en el mercado, la eficiencia en costos y procesos, la calidad del producto, la capacidad de innovación, la gestión del talento humano y la capacidad de adaptación a los cambios del entorno.

El resultado del modelo integral es como se muestra en la figura 2. Hay diez criterios: cuatro de ellos ayudan a capturar métricas de resultados, tres de las cuales se adaptan a los recursos de la empresa, y los demás discernimientos para valorar los procesos de gestión y capacidades.

Figura 3

Modelo de competitividad de las empresas



Nota. Cetindamar y Kilitcioglu (2013)

Los modelos de competitividad en las empresas agroexportadoras se refieren a las estrategias y enfoques utilizados para mejorar la eficiencia, productividad y posicionamiento de dichas empresas en el mercado internacional.

Innovación en la empresa:

Tabla 1

Conceptos de innovación

Fuente	Concepto
Thompson (1965)	Innovación es la generación, aceptación e implementación de nuevas ideas, procesos, productos o servicios.
Nelson (1968)	Una innovación es el proceso por el cual nuevos productos y técnicas son introducidos en el sistema económico.
Zaltman, Duncan y Holbeck (1973)	Es una idea, práctica o artefacto material percibido como nuevo por la pertinente unidad de adopción.
Tushman y Nadler (1986)	Es la creación de algún producto, servicio o proceso, que es nuevo para una unidad de negocio.
Deward y Dutton (1986)	La innovación es una idea, práctica u objeto que es percibido como nuevo para un individuo u otra unidad de adopción.
COM (1995)	La innovación es la renovación y ampliación del rango de productos, servicios y mercados asociados; el establecimiento de nuevos métodos de producción, suministro y distribución; la introducción de cambios en la gestión, organización del trabajo y las condiciones de trabajo y habilidades de la fuerza de trabajo.
Amabile, Conti, Coon, Lazenby y Herron (1996)	Innovación es la implementación exitosa de ideas creativas dentro de una organización.
Damanpour (1996)	La innovación supone la adopción de una idea que es nueva para la organización que la adopta.
Ordaz, Alcazar y Romero (2000)	Innovar es crear o adquirir una idea o conocimiento e introducirla en la organización, pudiendo materializarse en un nuevo producto, o bien en un proceso o método.
Donofrio (2004)	La innovación es un proceso por el cual una nación crea y transforma nuevos conocimientos en productos, servicios y procesos útiles para los mercados nacionales y globales; dirigiendo hacia la creación de valor para las partes implicadas (stakeholders) y a estándares de vida más altos.
Dalle (2006)	Innovación es el desarrollo creativo, proveniente de un estímulo externo (en este caso tecnología), que dirige hacia productos/servicios comercializables.

Nota. Jordán, J. (2011)

La innovación es el proceso de crear y aplicar ideas nuevas o mejoradas para generar valor y resolver problemas de manera creativa.

Posicionamiento:

El concepto de posicionamiento se usó a partir del año 1969 (Trout,1996); La gestión evolucionó originalmente. El término se utiliza en el contexto de una gran cantidad de información sobre el mercado objetivo. A la audiencia Demasiada información de mercado desencadena una tendencia omitir o eliminar información que no establezca una asociación inmediata, y poderoso. Durante la decodificación, esta información no se considera importancia. En este contexto, el concepto de posicionamiento se conoce como principalmente una batalla para ganarse los corazones y las mentes de los consumidores (Ries, Trout, 1981) ocupan un lugar único en la mente de audiencias relevantes. Tiene un conjunto de asociaciones muy específico y diferenciado. El posicionamiento es cómo una empresa quiere que los clientes la perciban, piensa y siente tu marca frente a las marcas de tus competidores.

En ese orden de ideas el posicionamiento se refiere a la imagen o percepción que los clientes o consumidores, tienen de una marca, producto o empresa en comparación con sus competidores, y cómo se ubica en relación a ellos en la mente de los consumidores.

Según Kotler (2000) es la acción de diseñar la oferta y la imagen de una empresa para que ocupe un lugar distintivo y valorado en la mente del consumidor objetivo (p.338) en ese sentido Walker et al (2003) nos muestran la diferenciación que es muy importante a la hora de segmentar en función de la evaluación de distinguir entre posicionamiento físico y posicionamiento perceptual.

El posicionamiento físico tiene en cuenta las características físicas del objeto, producto para comparar, en contraste con el posicionamiento perceptivo, tiene en cuenta otros aspectos subjetivos, así como la experiencia del producto, opiniones de otros, promociones, historia

Productos y otros. (Pp. 173,175)

Los criterios para el posicionamiento de las empresas agroexportadoras de uvas incluyen la calidad del producto, la diversificación de mercados, la eficiencia logística, la reputación y confiabilidad, la capacidad de ofrecer productos diferenciados, el cumplimiento de estándares internacionales y la fidelización de clientes.

Calidad del producto:

Se refiere a las características y atributos que lo hacen satisfacer las necesidades y expectativas de los usuarios.

La diversificación de los mercados:

Se reseña a la estrategia de expandir la presencia de una empresa en diferentes mercados o segmentos, con el objetivo de reducir riesgos y aprovechar nuevas oportunidades de crecimiento.

Eficiencia Logística:

Se describe como la capacidad de una empresa para gestionar de manera óptima el flujo de productos, desde la producción hasta la entrega al cliente, minimizando costos y tiempos de transporte, almacenamiento y distribución.

Tabla 2

Comparación del Análisis del Posicionamiento Físico y Perceptual

Posicionamiento físico	Posicionamiento perceptual
<ul style="list-style-type: none">• Orientación técnica• Características físicas• Medidas objetivas• Datos fácilmente disponibles• Propiedades físicas de la marca• Dimensiones de gran número• Representaciones del impacto de especificaciones del producto y precios.• Implicaciones directas de la Investigación y desarrollo.	<ul style="list-style-type: none">• Orientación del consumidor• Atributos perceptuales• Medidas perceptuales• Necesidad de estudios de mercado• Posición perceptual de la marca e intensidad del posicionamiento• Número limitado de dimensiones• Representa el impacto de especificaciones de producto y comunicación.• Las implicaciones de R&D necesitan ser interpretad.

Nota: Walker et al (2003)

El posicionamiento físico se refiere a la ubicación geográfica o física de un negocio o producto, mientras que el posicionamiento perceptual se refiere a la imagen o percepción que los clientes tienen de ese negocio o producto en relación con sus competidores.

1.3 Marco conceptual

- Agroexportación: Proceso de producción y comercialización de productos agrícolas destinados a la exportación, es decir, la venta de productos agrícolas a otros países para su consumo o uso en el extranjero.
- Certificación estándar de calidad: Se refiere a la evaluación y reconocimiento oficial de que una organización, producto o servicio cumple con los estándares de calidad establecidos por un organismo o entidad especializada. Esto puede incluir normas como ISO 9001, que garantizan la implementación de un sistema de gestión de calidad efectivo.
- Competitividad: Se refiere a la capacidad de una empresa, industria o país para competir de manera efectiva en el mercado, logrando ventajas y mejorando su posición en comparación con otros.
- Exportación: es la venta de bienes o servicios producidos en un país a otro país, con el fin de obtener ingresos y mejorar la economía del país exportador.
- Factores estratégicos: Son variables o elementos internos y externos que tienen un impacto significativo en el éxito de una organización o en la implementación de su estrategia. Estos factores pueden incluir recursos, capacidades, competencia, entorno económico, tecnología, entre otros.
- Gestión de calidad: Es el conjunto de actividades y procesos que una organización lleva a cabo para asegurar que sus productos o servicios cumplan con los estándares de calidad establecidos, satisfaciendo las necesidades y expectativas de los clientes.
- Gestión por procesos: es un enfoque organizacional que se centra en identificar, diseñar, documentar, implementar y mejorar continuamente los procesos de una organización para lograr eficiencia, calidad y satisfacción del cliente.
- Innovación: Se refiere a la creación, desarrollo e implementación de ideas,

productos, servicios o procesos nuevos o mejorados, con el objetivo de generar valor, resolver problemas y satisfacer las necesidades de las personas de manera más efectiva y eficiente.

- **Liderazgo:** Es la capacidad de influir, motivar y guiar a un grupo de personas hacia el logro de metas y objetivos comunes, fomentando el trabajo en equipo, la toma de decisiones y el desarrollo personal y profesional de los miembros del grupo
- **Planificación:** Es el proceso de establecer objetivos, definir estrategias y desarrollar planes detallados para alcanzar esos objetivos, tomando en cuenta los recursos disponibles, las oportunidades y los riesgos. Es una herramienta importante para la toma de decisiones y la gestión eficiente de proyectos o actividades.
- **Rentabilidad:** se refiere a la capacidad de una inversión, negocio o actividad para generar beneficios o ganancias en relación con los recursos o el capital invertido. Es una medida de eficiencia económica que indica el rendimiento obtenido en relación con el costo o la inversión realizada.
- **Uvas:** Fruta redonda o elíptica, de piel delgada y variedad de colores, que crecen en racimos en la vid. Son dulces o ácidas y se utilizan para producir vino, jugos, mermeladas y otros productos alimenticios.

1.4 Planteamiento del problema

El sector agropecuario en nuestro país es considerado el sector más productivo de la economía del país. Sin embargo, a medida que la economía se descapitaliza y se avanza poco, la tecnología sufrió una recesión que fue mala para las exportaciones, de tal manera que el Gobierno considera que es necesario reactivar la industria a través de una serie de medidas. programas de extensión y capacitación para pequeños agricultores, y atraer inversores extranjeros para promover la industria y dar entender la situación de los productos agrícolas que ingresan al mercado internacional

La muy popular aceptación se refleja en un aumento de las exportaciones.

El problema de las pequeñas empresas es la falta de disciplina, , el alto costo y falta de cultura para ejecutar el programa, el nivel de gestión de la calidad no es alto y algunas empresas carecen de la visión ideal.

A nivel nacional, uno de los problemas esenciales del emprendimiento el exportador, en particular las MyPEs, cumple con los siguientes requisitos: Calidad requerida por los países importadores, además de enfrentar barreras de entrada identificar información e instalaciones para mercados y compradores, y costes de logística o financiación, en ese sentido un 22,8% de los comerciantes debido a errores de medición, su producto puede ser rechazado, resultando en reducir su acceso a los mercados internacionales y aumentar riesgo para los clientes debido a los costos incurridos cuando los productos son rechazados o dañados (Instituto Nacional de Calidad, 2019).

Algunos problemas comunes en la gestión de calidad de las empresas agroexportadoras en Perú incluyen la falta de estándares y certificaciones internacionales, deficiencias en el control de calidad, problemas de trazabilidad, falta de capacitación y conciencia sobre normas de calidad, y dificultades para cumplir con los requisitos fitosanitarios y de inocuidad alimentaria exigidos por los mercados internacionales., en cuanto a la competitividad incluyen la falta de acceso a mercados internacionales, altos costos logísticos, infraestructura deficiente, falta de innovación y desarrollo tecnológico, limitado acceso a financiamiento, competencia desleal, y fluctuaciones en los precios de los productos agrícolas en el mercado internacional.

En la provincia de Ica se revela la problemática siguiente:

La exigua implementación de programas de capacitación técnica para mejorar el rendimiento del cultivo. y. mantener y promover altos niveles de eficiencia competitividad y transparencia, así mismo la falta de promoción e invitación del mayor número de agentes exportadores, especialmente pequeños y medianos productores, también la escasa realización de actividades de divulgación sobre el aprovechamiento de los recursos hídricos siendo uno de los problemas más álgidos en la provincia de Ica, arribando a un estrés hídrico, del mismo modo se acentúa la falta de centro de formación técnica superior para el fomento de la viticultura

En ese argumento el propósito del estudio fue analizar la gestión de la calidad y su relación con la competitividad en las empresas agroexportadoras de uvas de la provincia e Ica, aportando sugerencias relevantes para la mejora de la gestión de calidad y competitividad de la exportación de uvas de la provincia de Ica por ende del Perú.

1.5 Formulación del Problema

General:

¿Como relaciona la gestión de la calidad con la competitividad de las empresas agroexportadoras de uvas en la provincia de Ica, 2022?

Específicos

PE₁: ¿Cómo el liderazgo se relaciona con la competitividad de las empresas agroexportadoras de uvas en la provincia de Ica, 2022?

PE₂: ¿De qué manera la planificación de la calidad se relaciona con la competitividad de las empresas agroexportadoras de uvas en la provincia de Ica, 2022?

PE₃: ¿Como la gestión de los procesos se relaciona con la competitividad de las empresas agroexportadoras de uvas en la provincia de Ica, 2022?

1.6 Objetivos

General

Analizar cómo se relaciona la gestión de la calidad con la competitividad de las empresas agroexportadoras de uvas en la provincia de Ica, 2022

Específicos

OE₁: Describir el liderazgo y su relación con la competitividad de las empresas agroexportadoras de uvas en la provincia de Ica, 2022

OE₂: Analizar la planificación de la calidad y su relación con la competitividad de las empresas agroexportadoras de uvas en la provincia de Ica, 2022

OE₃: Describir la gestión de los procesos y su relación con la competitividad de las empresas agroexportadoras de uvas en la provincia de Ica, 2022

1.7 Hipótesis

General:

Hay relación significativa entre la gestión de la calidad y la competitividad de las empresas agroexportadoras de uvas en la provincia de Ica, 2022

Específicas:

HE₁: El liderazgo se relaciona directamente con la competitividad de las empresas agroexportadoras de uvas en la provincia de Ica, 2022

HE₂: La planificación de la calidad se relaciona favorablemente con la competitividad de las empresas agroexportadoras de uvas en la provincia de Ica, 2022

HE₃: La gestión de los procesos se relaciona significativamente con la competitividad de las empresas agroexportadoras de uvas en la provincia de Ica,

1.8 Variables de investigación

Las variables a estudiar fueron las siguientes:

Variable X: Gestión de la calidad.

Variable Y: Competitividad.

Operacionalización de variables

Para los indicadores a estudiar se operacionalizan las variables en el siguiente cuadro matriz:

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES
VARIABLE X: Gestión de la calidad	Se refiere a las habilidades blandas y duras que posee una persona para emprender sus ideas y lograr cumplir sus metas y objetivos Gómez, et al (2018).	Liderazgo	Programa de calidad Cambios en la empresa Alianzas y acciones de mejora Compromiso de calidad al personal
		Planificación de la calidad	Estrategias, objetivos y planes Desarrollo de procesos Evaluación de resultados
		Gestión de los procesos	- Control y mejora Medidas de calidad Generación de ideas -
VARIABLE Y: Competitividad	Resultados obtenidos de acuerdo a los objetivos, metas y misión planificadas en beneficio de la empresa y clientes (Morris et al,2013. p.2)	Innovación	-Nivel de ventas Productividad laboral
		Posicionamiento	Estrategias ambientales aplicadas a los clientes, empleados, comunidad
		Ambiental	Estrategias ecológicas Impacto ambiental

II.- Estrategia Metodológica

2.1 Tipo, nivel y diseño de Investigación

- **Tipo**

Se aplico un tipo utilitario de acuerdo con Maldonado, J. (2015) manifiesta analizar los conocimientos para su estudio (p.38)

- **Nivel**

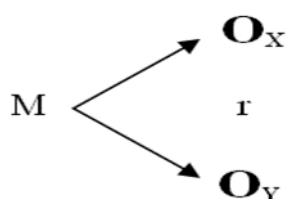
Con base en Ríos, G. (2005) señala fue un estudio de nivel simple elemental porque hay una relación entre las variables.

- **Diseño**

Desde la perspectiva de Valderrama (2014) se tratará de un diseño no experimental, no participan factores externos, la observación es directa (p.178), también es correlacional y cohorte transversal

Figura 2

Diseño correlacional



Donde:

- M = Muestra de estudio
- O_x =Gestión de la calidad
- O_y =Competitividad
- r= Relación

2.2 Población y muestra

2.2.1 Población

Se refiere al conjunto de elementos característicos según Fidias, A. (2012, p.81), se consideró 44 empresas agroexportadoras de uva de Ica hacia EEUU (Sunat, 2022)

2.2.2 Muestra

A juicio de Monje, C. (2011) señala la muestra es una porción de la población (P.123), el muestreo es no probabilístico considerando los trabajadores de tres empresas agroexportadoras según detalle:

Agroexportadora uva red globe	Número de trabajadores
Empresa Agro Export Ica S.A.C	20
Agroindustria fortuna s a	38
Compañía Agrolca S.A.C	12
Total	70

La muestra aplicada fue de 70 trabajadores de las agroexportadoras

2.2.3 Técnicas

Según Münch y Ángeles (2012 a) se extrajo datos de la muestra (p.70) se empleó la encuesta, así mismo se analizaron fuentes fidedignas de acuerdo con Herrero C. (1997, p.44) se manejó el análisis documental.

2.2.4 Instrumentos

Desde la perspectiva de Münch y Ángeles (2012 b), se utilizó el cuestionario por tratarse de una ficha con las preguntas requeridas para el estudio (p.71) , también se manejó la ficha e contenido

2.2.5 Técnicas de procesamiento, análisis e interpretación de datos

Una vez seleccionado los datos, fueron tabulados en una hoja de cálculo Excel con el apoyo de tablas dinámicas, las mismas que sirvieron para el análisis descriptivo y elaboración de tablas y figuras, así mismo los resultados valieron para procesarlos con apoyo del paquete estadístico SPSS V 25 realizar la contrastación de hipótesis, arribando a conclusiones que se interpretaron para exponer las recomendaciones pertinentes a la solución del problema.

III.-Resultados.

Se exponen tablas y figuras según referencias:

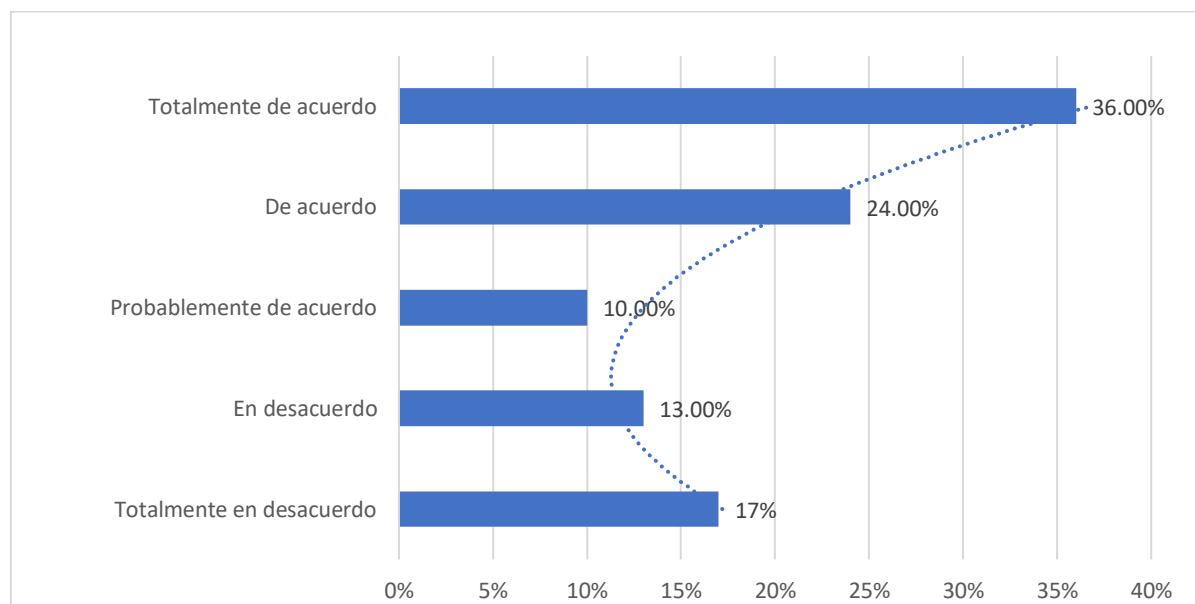
Tabla 3

Dimensión Liderazgo

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	12	17%
En desacuerdo	9	13.00%
Probablemente de acuerdo	7	10.00%
De acuerdo	17	24.00%
Totalmente de acuerdo	25	36.00%
Total	70	100%

Figura 5

Liderazgo



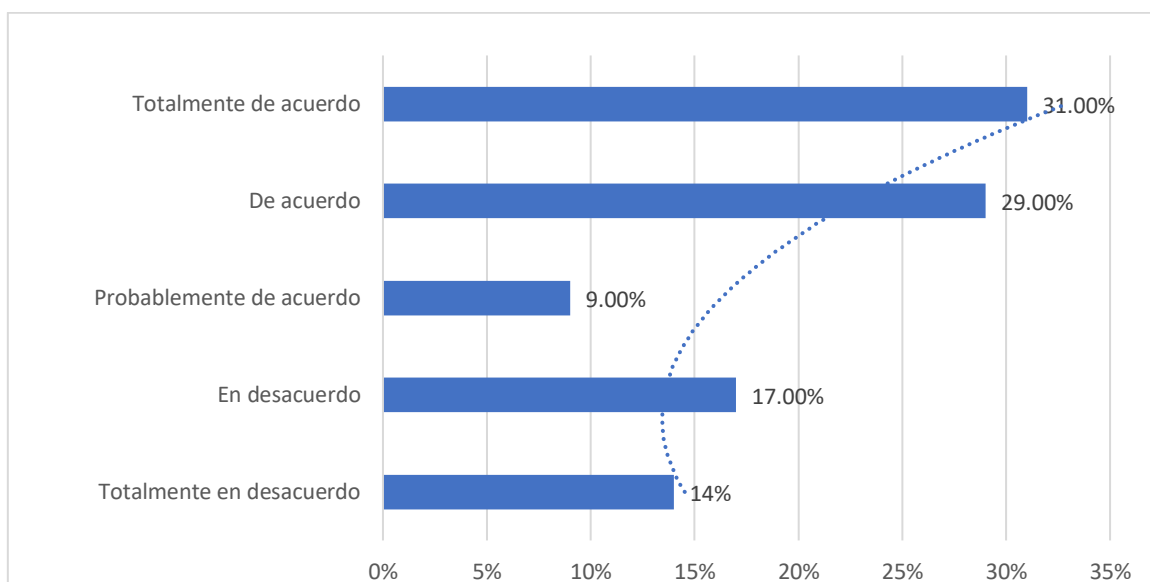
Se puede apreciar en la figura 6 que un 35% de los encuestados consideran estar totalmente de acuerdo con el producto, así mismo un 24% refieren estar de acuerdo, también un 10% consideran estar probablemente de acuerdo, ante un 17% señalan estar totalmente en desacuerdo y solo un 13% indican estar en desacuerdo.

Tabla 4

Dimensión Planificación

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	10	14%
En desacuerdo	12	17.00%
Probablemente de acuerdo	6	9.00%
De acuerdo	20	29.00%
Totalmente de acuerdo	22	31.00%
Total	70	100%

Figura 6
Planificación



Del 100% de encuestados un 31% manifiesta estar totalmente de acuerdo con la planificación, ante un 29% está de acuerdo, evidenciándose un 9% indicar estar probablemente de acuerdo y solo un 14% está totalmente en desacuerdo ante un 17% refiere estar en desacuerdo.

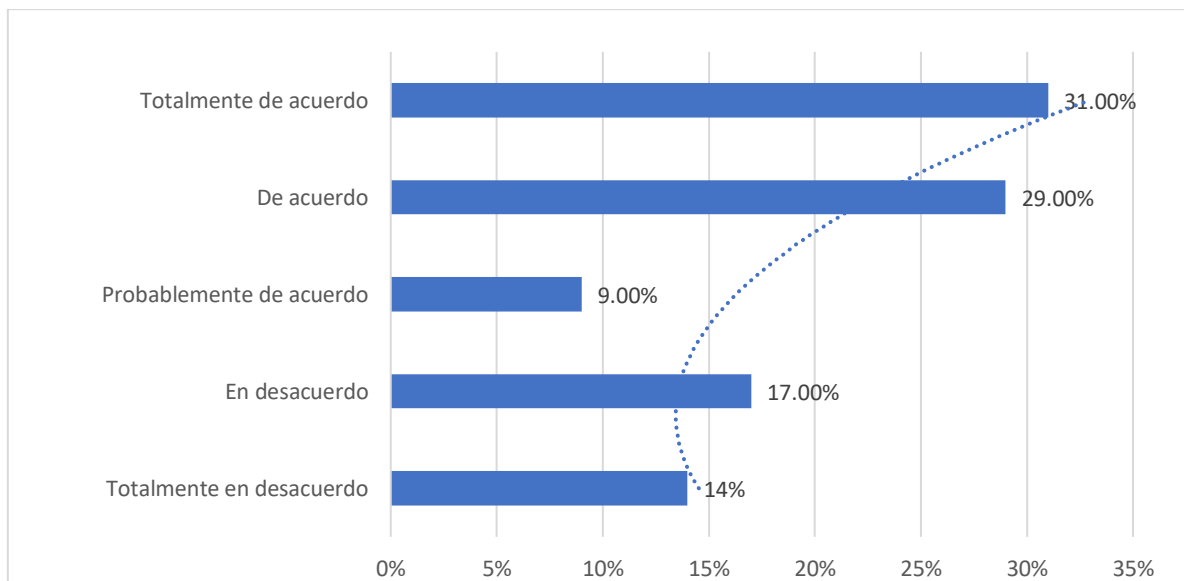
Tabla 5

Dimensión Gestión de los procesos

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	10	14%
En desacuerdo	13	17.00%
Probablemente de acuerdo	5	9.00%
De acuerdo	18	29.00%
Totalmente de acuerdo	24	31.00%
Total	70	100%

Figura 7

Gestión de los procesos



Se puede observar en la figura 5 un 31% de los participantes revelan estar totalmente de acuerdo con la gestión por procesos ante un 29% manifiesta estar de acuerdo a diferencia de un 17% considerar estar en desacuerdo, y un 14% refieren estar totalmente en desacuerdo y solo un 9% considerar estar probablemente de acuerdo.

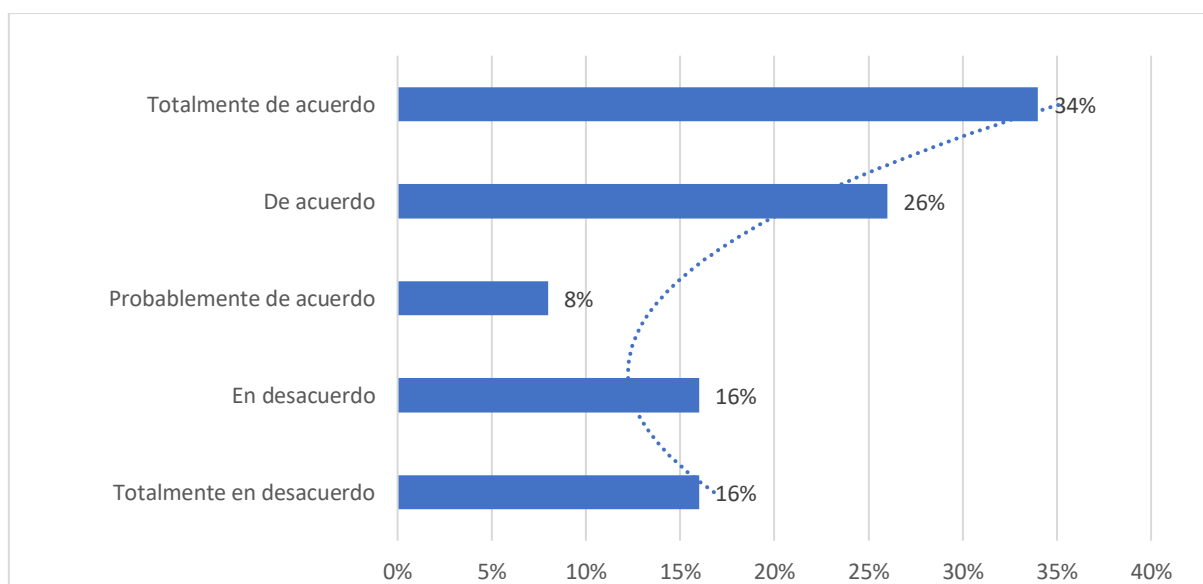
Tabla 6

Gestión de la calidad

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	11	16%
En desacuerdo	11	16%
Probablemente de acuerdo	6	8%
De acuerdo	18	26%
Totalmente de acuerdo	24	34%
Total	70	100%

Figura 8

Gestión de la calidad



En la figura 6 se observa un 34% de los participantes estar totalmente de acuerdo respecto a la gestión de la calidad, ante un 26% estar de acuerdo, considerando un 16% estar totalmente en desacuerdo y solo un 8% revela probablemente de acuerdo.

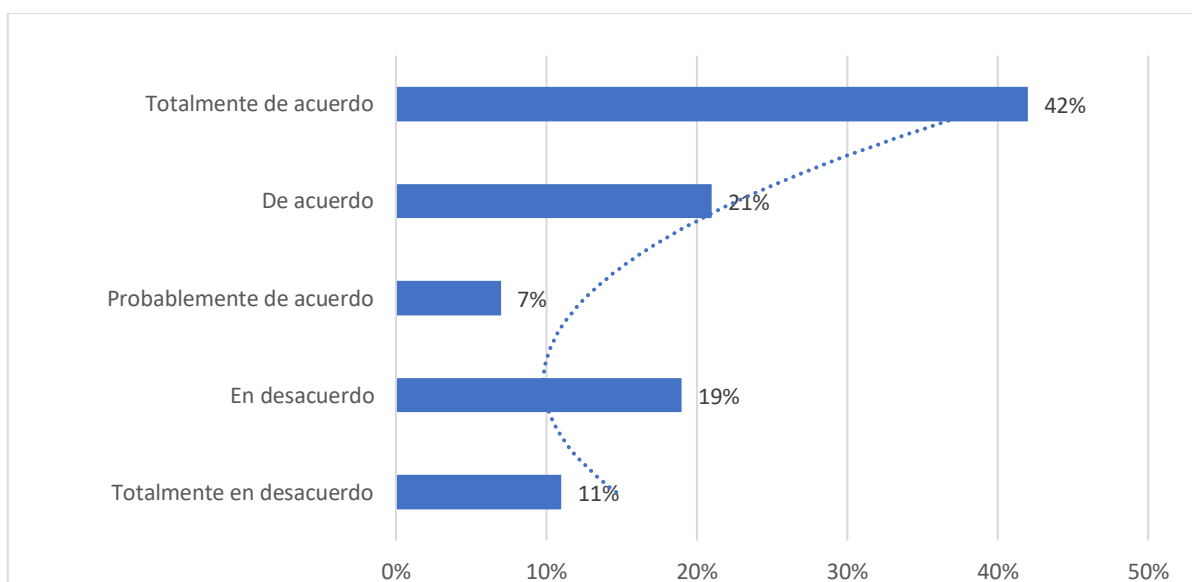
Variable Y: Competitividad

Tabla 7

Dimensión Innovación

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	8	11%
En desacuerdo	13	19%
Probablemente de acuerdo	5	7%
De acuerdo	15	21%
Totalmente de acuerdo	29	42%
Total	70	100%

Figura 9
Innovación



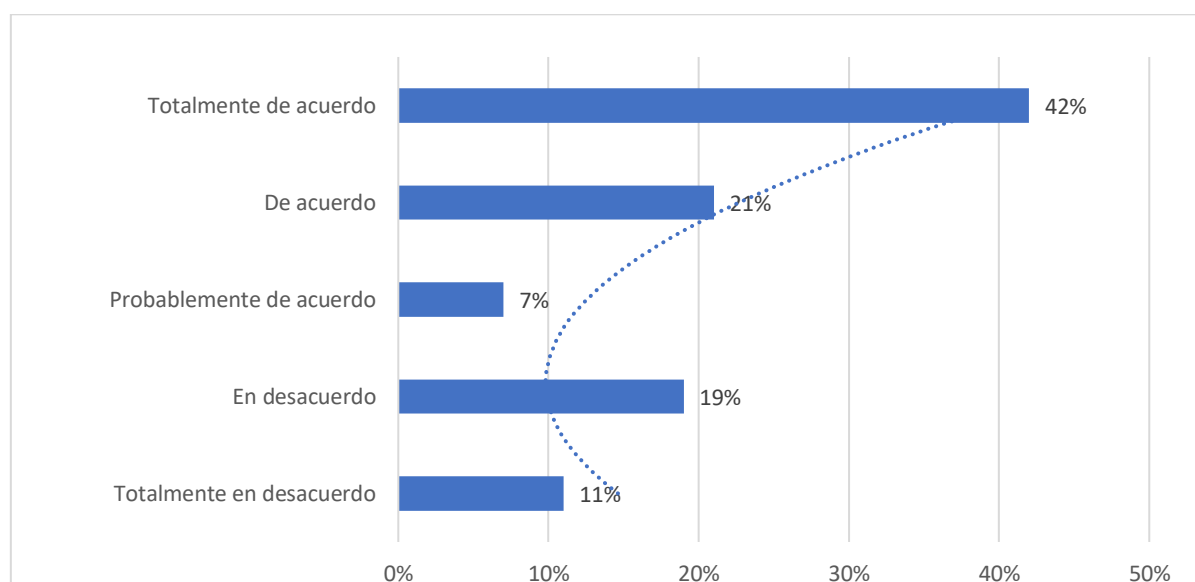
En la figura 7 se aprecia un 42% de los encuestados discurren estar totalmente de acuerdo con la innovación, ante un 21% considera estar de acuerdo, en contraste con un 19% de los colaboradores refieren estar en desacuerdo, ante un 11% consideran estar totalmente en desacuerdo y solo un 75 manifiesta estar probablemente de acuerdo.

Tabla 8

Dimensión Posicionamiento

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	10	11%
En desacuerdo	11	19%
Probablemente de acuerdo	8	7%
De acuerdo	24	21%
Totalmente de acuerdo	17	42%
Total	70	100%

Figura 10
Posicionamiento

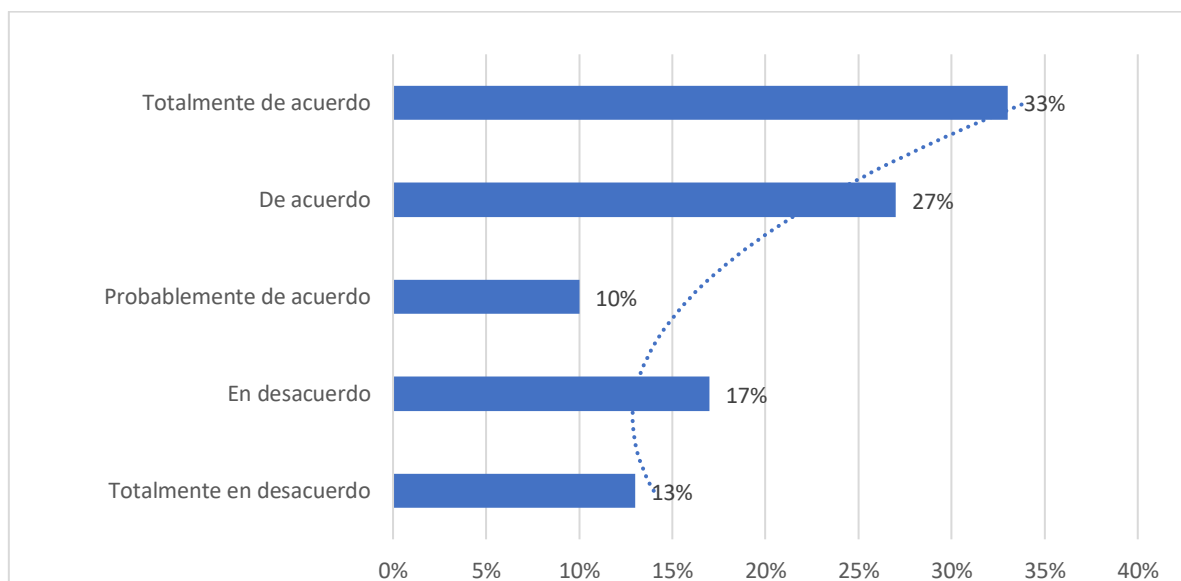


Se puede observar un 42% de los encuestados estar totalmente de acuerdo en cuanto al posicionamiento de la empresa, ante un 21% considerarse de acuerdo, por otro lado, un 18% de los participantes consideraron estar en desacuerdo del mismo modo un 11% manifiestan estar totalmente en desacuerdo y solo un 7% considera probablemente de acuerdo.

Tabla 9
Competitividad

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	9	13%
En desacuerdo	12	17%
Probablemente de acuerdo	7	10%
De acuerdo	19	27%
Totalmente de acuerdo	23	33%
Total	70	100%

Figura 9
Competitividad



De acuerdo al 100% de encuestados un 33% destaca estar totalmente de acuerdo con respecto a la competitividad de la empresa, ante un 27% considera estar de acuerdo, así mismo un 17% considera estar en desacuerdo del mismo modo un 13% refiere encontrarse totalmente en desacuerdo y solo un 10% revela estar probablemente de acuerdo.

3.1 Comprobación de hipótesis

H₁: Hay relación significativa entre las variables de estudio (X, Y).

H₀: No hay relación significativa entre las variables de estudio (X, Y).

Donde:

H₀: $\rho_s \leq 0$

H₁: $\rho_s > 0$

Se utiliza la prueba del coeficiente de correlación de Spearman,

Determinación del nivel de significancia:

La prueba de hipótesis se ejecutó con los datos hallados, con un 95% de nivel de confianza y un error permisible del 5%, habiendo usado la formula siguiente:

$$(\text{Alfa}) \alpha = 5\% = 0.05$$

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2 - 1)}$$

Donde:

r_s = Coeficiente de correlación por rangos de Spearman

d= Diferencia entre los rangos (X menos Y)

n= Numero de datos

Prueba estadística

Prueba t -Student para probar la significancia el valor de la correlación dada por la ecuación siguiente:

$$t = r_s * \sqrt{\frac{N - 2}{1 - r_s^2}}$$

Cálculo del estadístico:

Tabla 10

Correlación entre gestión de la calidad y competitividad.

			X	Y
Rho de Spearman	X	Coeficiente de correlación	,1000	,979**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	70	70
	Y	Coeficiente de correlación	,979**	1000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	70	70

la correlación es significativa en el nivel 0.00 (bilateral)

De los resultados obtenidos en la tabla 10 apreciamos que el Rho de Spearman entre la gestión de la calidad y competitividad con una rho=,979** esta valoración señala hay una correlación alta entre las variables con un p=0, (p<0.05); con ese argumento se acepta la hipótesis alterna H₁: ρ_s>0. concluyendo que hay una asociación perfecta entre las variables.

Comprobación de hipótesis específicas

Hipótesis específica 1

H₁: Hay una relación significativa entre la dimensión 1 de la variable X y la variable Y.

H₀: No hay una relación significativa entre la dimensión 1 de la variable X y la variable Y.

Calculo estadístico:

Tabla 11

Correlación entre liderazgo y competitividad.

		DI1	Y
Rho de Spearman	Y	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,935**
		N	70
	DI1	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,935**
		N	70

De los resultados obtenidos en la tabla 11 se observa que el Rho de Spearman entre la dimensión liderazgo y competencia una rho=0,935", con un p =0,00 (p<0.05); afirmando que existe una correlación positiva alta entre el liderazgo y competitividad.

Hipótesis específica 2

H₁: Hay una relación significativa entre la dimensión 2 de la variable X y la variable Y

H₀: No hay una relación significativa entre la dimensión 2 de la variable X y la variable Y

Calculo estadístico:

Tabla 12

Correlación entre planificación y competitividad.

			Y	DI2
Rho de Spearman	Y	Coeficiente de correlación	1000**	.989"
		Sig. (bilateral)		.000
		N	70	70
	DI2	Coeficiente de correlación	989**	1000*
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	70	70

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Los resultados emanados según la tabla 12 la con un rho=0,988" , con un nivel p= 0,000 (p<0.05) revelando una relación positiva alta, se admite que la planificación se relaciona consecuentemente con la competitividad.

Hipótesis específica 3

H₁ Hay una relación significativa entre la dimensión 3 de la variable X y la variable Y

H₀: No Hay una relación significativa entre la dimensión 3 de la variable X y la variable Y

Tabla 13

Correlación entre gestión de los procesos y competitividad.

		Y	DI3
Rho de Spearman	Y	Coeficiente de correlación	,982**
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	70
	DI3	Coeficiente de correlación	,982**
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	70

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Se aprecia en la tabla 13, de acuerdo a los resultados obtenidos entre la dimensión gestión de los procesos y competitividad con un rho=0,982", considerando una correlación positiva alta, con un nivel de significancia p= 0,000 (p<0.05) , derivando el rechazo de la hipótesis nula aceptando la hipótesis planteada.

IV. **Discusión.**

Habiendo realizado el análisis respectivo permite realizar las discusiones desde un enfoque holopraxico del problema.

Corroborando con estados del arte que inducen a la relevancia del estudio, se expresa en relación al liderazgo y competitividad con un Rho de Spearman =0,935”, se afirma una correlación positiva alta entre las variables concordando con Mendoza y Stucchi (2022) aseverando que el liderazgo esta relacionada directamente con las agroexportadoras, así mismo Vigo, C. (2019) expone que el liderazgo gerencial competitivo influye significativamente en la ejecución de la estrategia reactiva, quedando claro que la relación entre el liderazgo y la competitividad en las empresas agroexportadoras es clave para lograr el éxito, un buen liderazgo puede impulsar la innovación, la eficiencia y la adaptabilidad, factores cruciales para destacar en un mercado cada vez más competitivo. Por otro lado, con un Rho = 0,988, con un $p= 0,007$ ($p<0,05$), existe una perfecta asociación entre la dimensión planificación y competitividad coincidiendo con Alvino y Lingán (2019) considerando que la planificación tiene una relación significativa con las exportaciones el planeamiento estratégico considerando la visión, misión y diferentes herramientas existiendo una relación fluctuante, también una correlación positiva muy fuerte 0,997, en ese sentido una planificación estratégica sólida es fundamental para mejorar la competitividad de las empresas agroexportadoras, permitiendo identificar oportunidades, establecer metas claras y definir acciones concretas para alcanzar ventajas competitivas en el mercado global. En cuanto a la dimensión gestión por procesos y competitividad con una rho:0,982 hay una correlación alta, concordando con el estudio de Carranza, W. (2022) hallo que con la implementación de la gestión de procesos mejora la productividad en la empresa con una rho= 0,686, también Bernal, H. (2022) en su pesquisa describe con

un coeficiente de correlación alta de 0.767, aseverando que la gestión por procesos influye directa y significativamente en la satisfacción de los clientes de la planta empacadora de ARA EXPORT S.A.C., Casma-2022, En ese argumento, queda rotundamente visible que la gestión por procesos puede ser altamente beneficiosa para mejorar la competitividad de las empresas agroexportadoras de uvas, toda vez que al . estandarizar y optimizar los procesos, se puede lograr una mayor eficiencia, calidad y agilidad en la producción, lo que contribuye a mantener una ventaja competitiva en el mercado.

V. Conclusiones.

- De los resultados alcanzados con un nivel de significancia real menor que el nivel de significancia teórico $p = 0,00$ ($p < 0,05$), obteniendo un valor de Rho de Spearman $= 0,935$ ”, se afirma que existe una correlación positiva alta entre el liderazgo y competitividad.
- De los resultados emanados el Rho = 0,988, con un nivel de significancia teórico $p = 0,007$ ($p < 0,05$), existe una perfecta asociación entre la dimensión planificación y competitividad...
- De los resultados logrados un Rho= 0,982 con un nivel de significancia p-valué $= 0,000$, se afirma que existe una correlación alta entre la dimensión gestión de los procesos y competitividad.
- De manera global la relación entre la gestión de calidad y competitividad es de $\rho = 0,955^{**}$ esta valoración señala hay una correlación alta entre las variables, $p = 0$, ($p < 0,05$); concluyendo que hay una correspondencia significativa y directa entre las variables, evidenciando que a mejor gestión de la calidad se mejorara la competitividad. de las empresas agroexportadoras de uvas en una provincia del Perú.

VI. Recomendaciones.

Promover un liderazgo participativo y colaborativo, fomentar la comunicación efectiva entre los equipos de trabajo, establecer metas claras y motivar al personal a alcanzarlas, impulsar la capacitación y desarrollo de habilidades de liderazgo, y promover una cultura de innovación y mejora continua.

Con respecto a la planificación las empresas agroexportadoras de uvas deben desarrollar un plan estratégico que incluya objetivos claros y acciones específicas, realizar un análisis de mercado para identificar oportunidades y amenazas, establecer alianzas estratégicas con otros actores del sector, implementar tecnologías que mejoren la eficiencia y productividad, y estar al tanto de las tendencias y demandas del mercado internacional.

En relación a la gestión de los procesos y competitividad de las empresas agroexportadoras de uvas se sugiere mapear y analizar los procesos existentes para identificar áreas de mejora, implementar sistemas de gestión de calidad como el Lean Manufacturing o Six Sigma, automatizar procesos cuando sea posible para aumentar la eficiencia, establecer indicadores clave de desempeño para monitorear y mejorar continuamente los procesos, y fomentar la colaboración y el trabajo en equipo en todas las etapas del proceso productivo.

De manera global para mejorar la gestión de calidad y competitividad en las empresas agroexportadoras de uvas en la provincia de Ica por ende del Perú, deben implementarse sistemas de control de calidad, invertir en tecnología agrícola avanzada, mejorar la logística y cadena de suministro, diversificar los mercados de exportación y fomentar la capacitación y el desarrollo del personal.

VII. Referencias bibliográficas.

- Alvino y Lingán (2019) La planificación estratégica y las exportaciones de Maíz Blanco Gigante del Cusco hacia España. 2015 -2017.
https://repositorio.ucss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14095/638/Alvino_Ligan_tesis_maestria_2019.pdf?sequence=6&isAllowed=y
- Amaya, P., Félix, E., Rojas, S., Diaz, L.. Revista Venezolana de Gerencia: RVG, ISSN-e 2477-9423, ISSN 1315-9984, Vol. 25, N°. 90, 2020,
- Becerra, Andrade y Diaz (2019) Sistema de gestión de la calidad para el proceso de investigación: universidad de Otavalo, Ecuador. Rev. Actual. Investig. Educ vol.19 n.1 San José Jan./Apr. 2019.
https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S1409-47032019000100571&script=sci_arttext
- Benites, C. (2017) Calidad en las empresas del sector agroexportador del Departamento de Ica. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/9022>
- Bernal, M. (2012) La Planificación: Conceptos Básicos, Principios, Componentes, Características y Desarrollo del Proceso.
<https://nikolayaguirre.files.wordpress.com/2013/04/1-introduccion-a-la-planificacion.pdf>
- Cabrera González, Verónica Cecilia, y Ludeña Rueda, Yelena Maribel. (2019). Metodología para la asociación competitiva y gestión de la calidad en pymes ecuatorianas. *Cooperativismo y Desarrollo*, 7(2), 254-263. Epub 02 de agosto de 2019. Recuperado en 14 de agosto de 2023, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2310-340X2019000200254&lng=es&tlng=es.
- Carranza, W. (2022) Gestión por procesos para mejora de la productividad en la empresa p.a. Perú S.A.C., Lima 2021.

<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/33128/Carranza%20Ferreyra%2c%20Wilson%20Elihu.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cetindamar y Kilitcioglu (2013) Measuring the competitiveness of a firm for an award system. *Rev. Internacional Business Journal*. Vol. 23, nº 1, pp. 7-22.

Chiroque, C. (2021) Gestión de calidad y competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro textiles, cercado de Tumbes, 2021[Licenciado en administración, Universidad Católica los Ángeles Chimbote] https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/23801/GESTION_DE_LA_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_CHIROQUE_JIMENEZ_CARLOS_ERICK.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cotrina, A. (2022) Gestión de calidad y nivel de exportación al mercado europeo en la empresa grupo comercial campo verde S.A.C. en la provincia de Huaral, 2021. <https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/6408/COTRINA%20ABAD%20ANDREA%20KELLY.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cruz (1992); Ajitabh y Momaya (2004) Competitiveness of firms: Review of theory, frameworks, and Models. *Rev. Singapore Management*, vol. 26 numº 1 pp 45-61.

Damián y Vásquez (2021) Gestión de la cadena de suministro para incrementar las exportaciones de uva de la empresa sociedad agrícola san Agustín de Zaña S.A. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/8594/dami%C3%A1n_tcj-vasquez_rtp.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Dávila y Mezones (2019) Gestión de calidad y competitividad de las empresas exportadoras de harina de lúcumo en el departamento de Lima 2018 [Título de Licenciado en Negocios, Universidad Cesar vallejo-Perú] https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/52296/D%c3%a1vila_OKM-Mezones_CAM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Deming, W. (1982). *La administración en el Siglo XXI, parte dos*?. Estados Unidos

Gerónimo, E. (2021) Gestión de calidad y su importancia en la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(4), 5371-5393.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i4.3021

- Gonzales, F. (2006). Gestión de la calidad. Madrid, España: Editorial McGraw-Hill
- Hernández, H., Barrios, I., y Martínez, D. (2018) Gestión de la calidad elemento clave para el desarrollo de las organizaciones Criterio Libre, ISSN 1900-0642, Vol. 16, N°. 28, 2018, págs. 169-185.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6676025>
- Instituto Nacional de Calidad. (2019). Empresas que apuesten por las certificaciones de calidad tienen más posibilidades de superar sus metas de exportación este año.
<https://www.inacal.gob.pe/principal/noticia/inacal-certificacionesexportaciones>
- Jordán, J. (2011) La innovación: una revisión teórica desde la perspectiva de marketing. PERSPECTIVAS, (27), 47-71.
<https://www.redalyc.org/comocitar.oi?id=425941231004>
- Kotler P. (2000). Dirección de Marketing, Edición del Milenio. España: Prentice Hall.
- Maya, E. (2014) Métodos y Técnicas de Investigación. Editorial Universidad Nacional Autónoma de México
- Meraz, L. (2015). Estrategias de competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas vinícolas de la ruta del vino del valle de Guadalupe. Pp.91-96.
- Monje, C. (2011) Metodología de la investigación Cuantitativa y Cualitativa-Guía didáctica. <https://es.slideshare.net/Sadymar11/monje-carlos-arturo-gua-didctica-metodologa-de-la-investigacin>
- Moreno (2018); Propuesta de mejora del proceso de gestión de inventario en una empresa del sector minería y construcción (Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
- Münch y Ángeles (2012) Métodos y técnicas de investigación. Cuarta edición. Ed. Trillas
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J. y Romero, H. (2018)9 Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de tesis. 5a Ed. Colombia: ediciones U
- Pérez y Sulluchuco (2019) Calidad y productividad y su influencia en la competitividad

del sector agroindustrial en el departamento Lima [Maestro en ingeniería industrial, Universidad Nacional del Callao-Perú]
http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/3870/PEREZ%20Y%20SULLUCHUCO_MAESTRIA_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Pérez, M., Noriega, L., Hernández, L., Olivo, J. y De La Hoz, E. “Gestión de la calidad y su relación con la competitividad en el sector manufacturero: una revisión de la literatura en el periodo 2010-2021”, Investigación y Desarrollo en TIC, vol. 12, no. 2, pp. 90-126 2021.

Ponce (2016); Propuesta de implementación de gestión por procesos para incrementar los niveles de productividad en una empresa textil.

Porter, M. (1991). La ventaja competitiva de las naciones. Buenos Aires, Argentina: Vergara

Tipismana, R. (2019) Propuesta de mejora en la competitividad como factor relevante para la gestión de calidad de la micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería de la av. Víctor Raúl Benavides del distrito de pueblo nuevo provincia de chincha departamento de Ica, 2018.
https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/14666/COMPE_TITIVIDAD_GESTION_CALIDAD_TIPISMANA_NEYRA_RUTH_EDITH.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Trout, J., (1996), “Positioning” is a game people play in today’s me-too market place, in: Industrial Marketing, Vol. 54, No. 6, (June 1969), pp. 51–55

Valdez, M. (2022) Gestión de la calidad y competitividad de la Panadería y Pastelería La Unión de la ciudad de Riobamba período 2021. [Tesis de grado, Universidad Nacional de Chimborazo-Ecuador]
<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/9373>

Velasco, J. (2011). Gestión de la calidad. Barcelona, España: EDICIONES PIRAMIDE

Verdesoto y Murillo (2021) La gestión logística y la competitividad en las empresas ferreteras de la provincia de Tungurahua [Maestría en administración de empresas, Universidad técnica de Ambato]

<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/32118>

Vigo, C. (2019) Influencia del Liderazgo Gerencial en la Estrategia de las Empresas Agroexportadoras de la Provincia de Tacna, 2019, <https://repositorio.upt.edu.pe/handle/20.500.12969/1174>

Walker, O.C.; Boyd, H.W.; Mullins, J. y Larréché J.C. (2003): Marketing Strategy: A Decision – Focused Approach, Fourth Edition, Mac Graw-Hill Irwin, New York.

Zambrano Y Peña (2019) Gestión de la calidad para el desarrollo empresarial de Manta y Montecristi. Revista Recus. Publicación arbitrada cuatrimestral. Edición continua. utm - Ecuador e-issn 2528-8075/ vol. 4/no. 2/mayo – agosto/2019/pp. 43-50

Anexos

Anexo N° 01: Instrumento de recolección de información



UNIVERSIDAD NACIONAL SAN LUIS GONZAGA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
NEGOCIOS INTERNACIONALES



CUESTIONARIO

El estudio está diseñado para recopilar datos referentes a la gestión de la calidad y competitividad. Por favor responder con toda la honestidad del caso, y marcar con una (X) la opción que crea conveniente.

ESCALA DE MEDICIÓN – LIKERT				
Nomenclatura				
Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Probablemente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Valoración				
5	4	3	2	1

N°	GESTION DE LA CALIDAD	ESCALA DE MEDICIÓN				
		5	4	3	2	1
	D 1: LIDERAZGO					
1	La gerencia dirige activamente el programa de calidad					
2	A los empleados se les anima a que ayuden a implantar los cambios en la empresa					
3	Los administradores y supervisores permiten a sus empleados tomar ciertas decisiones					
4	La gerencia reconoce los esfuerzos y las mejoras alcanzadas por el personal					
5	La gerencia mantiene contactos con los clientes, proveedores y se compromete con ellos en el fomento y participación de alianzas y acciones de mejora					

6	La gerencia comunica activamente un compromiso de calidad al personal de la empresa					
	D2: PLANIFICACIÓN					
7	Se desarrollan e implantan las estrategias y planes en base a la información sobre los requisitos de los clientes y las capacidades de la empresa					
8	La gerencia comunica su estrategia y objetivo a todo el personal					
9	La gerencia comunica su estrategia y objetivos a los clientes, proveedores y otros agentes externos para que los conozcan					
10	Se compromete al personal en el establecimiento de los objetivos y planes.					
11	Se identifican y desarrollan procesos claves a partir de las estrategias o planes de negocios					
12	Se evalúa los resultados realizando una comparación con los planificadores, con el fin de introducir mejoras					
	D3: GESTION DE LOS PROCESOS					
13	Control y mejora continua de los procesos claves.					
14	Los procesos utilizados en la empresa incluyen medidas de calidad					
15	Se desarrollan nuevos productos con la intención de acceder a otros mercados, anticiparse a las necesidades del mercado actual o tratar de ser mejores que los principales competidores					
16	Se introducen mejoras en los productos como consecuencia de encuestas de satisfacción a los clientes, quejas y reclamaciones					
17	Se identifican las áreas de mejora					
18	La gerencia apoya las actividades que mejoran la satisfacción de los clientes					

19	En su empresa se fomenta y promueve la generación de ideas creativas e innovadoras					
-----------	--	--	--	--	--	--

N°	COMPETITIVIDAD	ESCALA DE MEDICIÓN				
		5	4	3	2	1
	D 1: INNOVACION					
1	En los últimos años la empresa ha logrado introducir al mercado un nuevo o significativamente mejorado producto					
2	La gerencia está comprometida y ofrece apoyo a las actividades de innovación					
3	En su empresa se cuenta con computadoras y teléfonos con acceso a internet					
4	Su empresa destina recursos a la formación o capacitación en el uso y manejo de TIC					
5	La estrategia de su empresa tiene en cuenta la innovación y la considera un factor de competitividad					
	D2: POSICIONAMIENTO					
6	La empresa elige el mejor posicionamiento para el producto					
7	Su empresa desarrolla la comunicación más adecuada para lograr el posicionamiento					
8	En su empresa las estrategias de posicionamiento están basadas en los atributos del producto					
9	Tiene más variedad de producto que sus competidores					
10	En su empresa se comunican con los clientes y proveedores					
11	En su empresa la estrategia comunicacional y comercial genera un posicionamiento en el mercado					

Nota: Adaptado de Soledispa, F. (2018)

Anexo 2

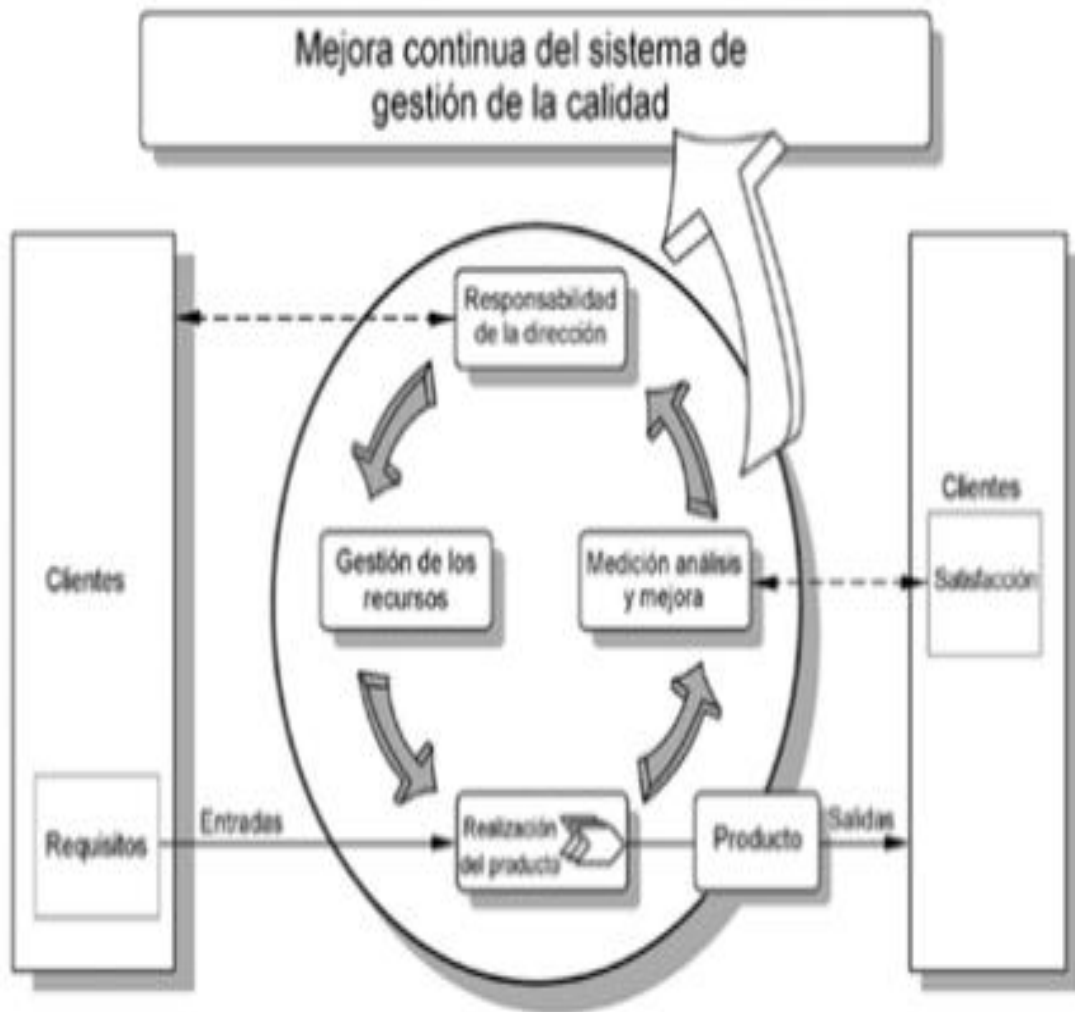
MATRIZ DE COHERENCIA

Título: Gestión de la calidad y competitividad de las empresas agroexportadoras de uvas en una provincia del Perú, 2022.

Problemas	Objetivo	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Metodología
<p>Problema General</p> <p>¿Como relaciona la gestión de la calidad con la competitividad de las empresas agroexportadoras de uvas en la provincia de Ica, 2022?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>¿Cómo el liderazgo se relaciona con la competitividad de las empresas agroexportadoras de uvas en la provincia de Ica, 2022?</p> <p>¿De qué manera la planificación de la calidad se relaciona con la competitividad de las empresas agroexportadoras de uvas en la provincia de Ica, 2022?</p> <p>¿Como la gestión de los procesos se relaciona con la competitividad de las empresas agroexportadoras de uvas en la provincia de Ica, 2022?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Analizar cómo se relaciona la gestión de la calidad con la competitividad de las empresas agroexportadoras de uvas en la provincia de Ica, 2022</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Describir el liderazgo y su relación con la competitividad de las empresas agroexportadoras de uvas en la provincia de Ica, 2022</p> <p>Analizar la planificación de la calidad y su relación con la competitividad de las empresas agroexportadoras de uvas en la provincia de Ica, 2022</p> <p>Describir la gestión de los procesos y su relación con la competitividad de las empresas agroexportadoras de uvas en la provincia de Ica, 2022</p>	<p>Hipótesis General:</p> <p>Hay relación significativa entre la gestión de la calidad y la competitividad de las empresas agroexportadoras de uvas en la provincia de Ica, 2022</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>El liderazgo se relaciona directamente con la competitividad de las empresas agroexportadoras de uvas en la provincia de Ica, 2022</p> <p>La planificación de la calidad se relaciona favorablemente con la competitividad de las empresas agroexportadoras de uvas en la provincia de Ica, 2022</p> <p>La gestión de los procesos se relaciona significativamente con la competitividad de las empresas agroexportadoras de uvas en la provincia de Ica, 2022</p>	<p>Variable independiente:</p> <p>Gestión de la calidad</p> <p>Variable dependiente:</p> <p>Competitividad</p>	<p>Liderazgo</p> <p>Planificación de la calidad</p> <p>Gestión de los procesos</p> <p>Innovación</p> <p>Posicionamiento</p>	<p>. Diseño: No experimental.</p> <p>Nivel:</p> <p>Correlacional de corte transversal</p> <p>Tipo:</p> <p>Aplicada</p> <p>Técnica:</p> <p>La encuesta</p> <p>Análisis documental</p> <p>Instrumentos:</p> <p>Cuestionario</p> <p>Ficha de contenido.</p>

ESTRUCTURA DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD





Leyenda

- ▶ Actividades que aportan valor
- - -▶ Flujo de información

Modelo de un SGC basado en procesos

Fundamentos de un sistema de gestión de calidad

