



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

TESIS

**LA ADMINISTRACIÓN DE LA CALIDAD Y SU INFLUENCIA EN
LA CALIDAD DEL PRODUCTO DE LA EMPRESA
EXPORTADORA WORLD FRUIT PERUVIAN PRODUCT,
PROVINCIA DE HUAURA, 2017.**

PRESENTADO POR LA BACHILLER:

HEIDDY MILAGROS PANANA ARISMENDIZ

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Huacho – Perú

2018

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

Dr. Luis Alberto Baldeos Ardián
Presidente

Mg. Santiago Ernesto Ramos y Yovera
Secretario

Mg. Félix Gil Caro Soto
Vocal

Mg. Daniel Alberto Oswaldo Valenzuela Narváez
Asesor

DEDICATORIA

A mis padres, por su constante apoyo.

AGRADECIMIENTO

A los profesores de la facultad por orientarme en mi formación profesional.

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL	4
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN	9
ABSTRACT	10
INTRODUCCIÓN	11

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática	13
1.2. Formulación del Problema	15
1.2.1. Problema General	15
1.2.2. Problemas Específicos	15
1.3. Objetivos de la Investigación	16
1.3.1. Objetivo General	16
1.3.2. Objetivos Específicos	16
1.4. Justificación de la Investigación	16

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación	17
2.2. Bases Teóricas	18
2.3. Definiciones conceptuales	44
2.4. Formulación de las hipótesis	47
2.4.1. Hipótesis General	47
2.4.2. Hipótesis Específicas	47

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Diseño metodológico	48
3.1.1. Tipo	48
3.1.2. Enfoque	48
3.2. Población y muestra	49
3.3. Operacionalización de variables e indicadores	49
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	51
3.4.1. Técnicas a emplear	51
3.4.2. Descripción del Instrumento	51
3.5. Técnicas para el procesamiento de la información	52

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Presentación de tablas, figuras e interpretaciones	53
---	----

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Discusión	72
5.2. Conclusiones	74
5.3. Recomendaciones	75

CAPÍTULO VI

FUENTES DE INFORMACIÓN

6.1. Fuentes bibliográficas	76
-----------------------------	----

6.2. Fuentes electrónicas 77

ANEXO

Instrumento de recolección de datos 79

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Género de los trabajadores de la empresa World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura	53
Tabla 2.	Edad de los trabajadores de la empresa World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura	54
Tabla 3.	Grado de instrucción de los trabajadores de la empresa World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura	55
Tabla 4.	Porcentaje de Administración de la calidad en el aspecto humano	57
Tabla 5.	Porcentaje de Administración de la calidad en el aspecto técnico	58
Tabla 6.	Porcentaje de planificación de la realización del producto	60
Tabla 7.	Porcentaje del proceso relacionado con el cliente	61
Tabla 8.	Porcentaje de diseño y desarrollo	62
Tabla 9.	Porcentaje de Compras	64
Tabla 10.	Porcentaje de producción y prestación del servicio	65
Tabla 11.	Porcentaje de control de los dispositivos del seguimiento y medición	67
Tabla 12.	Correlación de Pearson entre el aspecto humano y la calidad del producto	69
Tabla 13.	Correlación de Pearson entre el aspecto técnico y la calidad del producto	70
Tabla 14.	Correlación de Pearson entre la administración de la calidad y la calidad del producto	71

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Género de los trabajadores de la empresa World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura	54
Figura 2.	Edad de los trabajadores de la empresa World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura	55
Figura 3.	Grado de instrucción de los trabajadores de la empresa World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura	56
Figura 4.	Porcentaje de Administración de la calidad en el aspecto humano	57
Figura 5.	Porcentaje de Administración de la calidad en el aspecto técnico	59
Figura 6.	Porcentaje de planificación de la realización del producto	60
Figura 7.	Porcentaje del proceso relacionado con el cliente	61
Figura 8.	Porcentaje de diseño y desarrollo	63
Figura 9.	Porcentaje de Compras	64
Figura 10.	Porcentaje de producción y prestación del servicio	66
Figura 11.	Porcentaje de control de los dispositivos del seguimiento y medición	67

RESUMEN

Objetivo: Establecer de que manera la administración de la calidad influye en la calidad del producto de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura. **Métodos:** La población de estudio fueron 27 trabajadores de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product. Se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Se consideraron las dimensiones: aspecto humano, aspecto técnico, planificación de la realización del producto, proceso relacionado con el cliente. El tipo de diseño de la investigación es no experimental, transversal, descriptiva explicativa. La confiabilidad del instrumento se realizó mediante el coeficiente Alfa de Cronbach (0,923). Se utilizó la Correlación de Pearson. **Resultados:** Se determina respecto a los factores más predominantes encontrados en el aspecto humano, el 66,7% de trabajadores manifestaron que nunca los jefes promueven el cambio con el ejemplo; respecto a los factores más predominantes en el aspecto técnico, el 66,7% de trabajadores manifestaron que la empresa no capacita a sus trabajadores; respecto a la calidad del producto, el 48,1% manifestó que la empresa no desarrolla eficientemente los procesos para tener listo el producto para la exportación. **Conclusión:** Con un nivel de significancia $p=0,000 < 0,05$; y correlación positiva alta $r=-0,740$ se concluye que la administración de la calidad influye significativamente en la calidad del producto de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura, 2017.

Palabras clave: aspecto humano, aspecto técnico, planificación de la realización del producto, proceso relacionado con el cliente.

ABSTRACT

Objective: To establish in which way quality management influences the quality of the product of the exporting company World Fruit Peruvian Product, province of Huaura. **Methods:** The study population was 27 workers of the export company World Fruit Peruvian Product. The survey technique was used and the questionnaire was used as an instrument. The dimensions were considered: human aspect, technical aspect, planning of the realization of the product, process related to the client. The type of research design is non-experimental, transversal, descriptive, explanatory. The reliability of the instrument was carried out using the Cronbach's Alpha coefficient (0.923). The Pearson Correlation was used. **Results:** It is determined with respect to the most predominant factors found in the human aspect, 66.7% of workers said that bosses never promote change by example; Regarding the most predominant factors in the technical aspect, 66.7% of workers said that the company does not train its workers; Regarding the quality of the product, 48.1% said that the company does not efficiently develop the processes to have the product ready for export. **Conclusion:** With a level of significance $p = 0.000 < 0.05$; and high positive correlation $r = -0.740$ it is concluded that quality management significantly influences the quality of the product of the exporting company World Fruit Peruvian Product, province of Huaura, 2017.

Keywords: human aspect, technical aspect, product realization planning, customer related process.

INTRODUCCIÓN

Desarrollar técnicas y servicios, no es suficiente para satisfacer las necesidades exigentes de los clientes que busca un producto de calidad por parte de las organizaciones.

En la actualidad el ofrecer al cliente un producto de calidad es una de las armas más poderosas que pueden utilizar las organizaciones para crecer, ya que al brindar un producto de calidad se podrá lograr que el cliente salga satisfecho con el producto que se le ofreció, entonces esto originará que regresen los clientes y a su vez lleguen nuevos clientes. Es por esto que ofrecer y brindar un producto de calidad es un ingrediente vital en la capacidad de una empresa para mantener la rentabilidad y el éxito continuo en el negocio. No sólo un servicio de calidad construye la lealtad para la organización y el producto por encima de todas las otras formas de comercialización, casi garantiza la viabilidad de la organización en el mercado diverso y competitivo de hoy

Es por esto que la investigación tiene como objetivo general el establecer de que manera la administración de la calidad influye en la calidad del producto de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura, 2017.

En el Capítulo I se trata del planteamiento del problema de investigación, la descripción de la realidad problemática, formulación del problema, problema general y específicos, y los objetivos de la investigación.

El Capítulo II, está destinado para el marco teórico, el cual contiene los antecedentes teóricos, las bases teóricas dentro del cual se ha considerado los temas relacionadas con las variables en estudio tales como son la administración de la calidad y calidad del producto.

En el Capítulo III de la metodología, se considera el diseño metodológico, la población y muestra, técnicas de recolección de datos y técnicas para el procesamiento de la información.

El Capítulo IV contiene el análisis de los resultados y la contrastación de las hipótesis de investigación.

El Capítulo V contiene la discusión de los resultados, conclusiones y recomendaciones pertinentes para el tratamiento de la problemática explicada y detallada en la investigación.

El Capítulo VI contiene las referencias provenientes de fuentes bibliográficas y fuentes electrónicas.

Finalmente se establece el instrumento de recolección de datos.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

En la actualidad se hace de suma importancia para todo gerente el conocer la importancia de la calidad, y sobre todo la administración de la calidad. En todas las organizaciones la administración de las empresas está enfrentando nuevos retos en un entorno que presenta cambios constantes gracias a la globalización. La administración de la calidad se hace indispensable para que los gerentes de las organizaciones exploten el potencial de la administración de calidad, haciendo a su vez que el concepto de la administración de la calidad se adapte al entorno del negocio y a su constante cambio.

Teniendo en cuenta lo anterior, se deduce que se hace indispensable para la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product el contar con una administración de la calidad eficiente y adecuadamente desarrollar con la finalidad de buscar la calidad en todos los aspectos de la organización. Sin embargo, dentro de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product se han podido observar algunos problemas que están originando que no se pueda desarrollar una administración de la calidad efectiva a favor de la organización, siendo estos problemas tales como la falta de participación voluntaria en el proceso por parte de algunos trabajadores de la empresa originado principalmente por su falta de desempeño laboral que reflejan; por

otro lado se ha observado que algunos trabajadores no se sienten motivados al momento de desarrollar sus actividades laborales ya que no sienten que su jefe directo promueva el cambio con el ejemplo; así mismo se observó que la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product no invierte continuamente en capacitaciones para sus trabajadores que promuevan los conocimientos técnicos que necesitan en muchos casos para favorecer el desarrollo de la administración de la calidad, además de facilitar o maximizar sus habilidades de solución de problemas; la empresa exportadora no cuenta en muchos casos con un control estadístico adecuado donde se haga un seguimiento al proceso que maneja la empresa para implementar la administración de la calidad.

Por otro lado, también se han podido observar algunos problemas que está teniendo la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product para brindar un producto de calidad a sus clientes, ya que muestra problemas como la falta de planificación y una inadecuada realización del producto; por otro lado la empresa no maneja una adecuada relación con sus clientes por falta de comunicación con los mismos y esto origina que no puedan reconocer los requisitos que tienen sus clientes para reconocer al producto que se le brinda como un producto de calidad; así mismo la empresa exportadora no cuenta con un proceso de compra eficiente que le asegure obtener materia prima de calidad y esto se debe primordialmente a la falta de información de sus proveedores y la falta de verificación luego de la compra; la empresa muestra también un ineficiente control de su productos ya que no cuentan con un sistema diario de control, como tampoco con un proceso de producción adecuado que asegure la calidad del producto.

Como se ha observado anteriormente la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product presenta serios problemas que generan el inadecuado desarrollo de una administración de calidad y a su vez la incapacidad de la empresa para brindar un producto de calidad a sus clientes, generando así una imagen negativa a los ojos de sus clientes. Es por esto que se hace de suma importancia para la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product el combatir dichos problemas capacitando a sus trabajadores con la finalidad de incrementar sus conocimientos técnicos para poder ser parte del cambio organizacional que debe poner en marcha la organización para implementar una administración de la calidad eficiente que conlleve a la empresa a brindar un producto de calidad a sus clientes.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1 Problema General

¿De qué manera la administración de la calidad influye en la calidad del producto de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura, 2017?

1.2.2 Problemas Específicos

- a. ¿De qué manera el aspecto humano influye en la calidad del producto de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura, 2017?
- b. ¿De qué manera el aspecto técnico influye en la calidad del producto de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura, 2017?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo General

Establecer de que manera la administración de la calidad influye en la calidad del producto de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura, 2017.

1.3.2 Objetivos Específicos

- a. Determinar de que manera el aspecto humano influye en la calidad del producto de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura, 2017.
- b. Establecer de que manera el aspecto técnico influye en la calidad del producto de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura, 2017.

1.4. Justificación de la Investigación

La presente investigación se justifica por su conveniencia porque permitirá mejorar la calidad del producto de la empresa a partir de la mejora de los aspectos técnicos y humanos referentes a la administración de la calidad.

Estos hechos son importantes porque le da a la empresa la posibilidad de lograr competitividad. Otro hecho importante a considerar es el factor humano como partícipe en la búsqueda de la calidad. Asimismo, se justifica por su implicación práctica porque se mejorará la calidad del producto. De la misma manera, la justificación metodológica se sostiene en el uso de un instrumento para conocer la administración de la calidad y la calidad del producto, teniendo en cuenta el uso de bases teóricas actualizadas.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

Centurión (2014) realizó la tesis titulada “La Gestión de Calidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas de Chimbote 2013”, la cual fue aprobada por la Universidad Católica de los Ángeles de Chimbote. La investigación tuvo como objetivo general el determinar la influencia de la gestión de calidad en los beneficios de los micros y pequeñas empresas. La tesis utilizó un tipo de investigación cuantitativa de nivel de investigación correlacional y de campo; así mismo utilizó un diseño no experimental – transversal – correlacional.

Arrué (2014) realizó la tesis titulada “Análisis de la calidad del servicio de atención en la oficina desconcentrada de Osiptel Loreto desde la percepción del usuario período junio a setiembre de 2014”, la cual fue aprobada por la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana. La investigación tuvo como objetivo general el evaluar la calidad del servicio de atención a usuarios. La tesis es una investigación con un diseño de tipo transversal descriptivo no experimental. La muestra fue 228 usuarios. La técnica fue la encuesta. Los resultados señalan que los usuarios tienen una satisfacción baja (62%).

Urbina (2014) realizó la tesis titulada “La Calidad del Servicio y la satisfacción de los Clientes de la Empresa: Corporación del Norte S.A.C. – Ciudad de Trujillo 2014”, la cual fue aprobada por la Universidad Nacional de

Trujillo. La investigación tuvo como objetivo general determinar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes. La tesis es una investigación descriptiva – transversal. La población fue 227 empresas. Las técnicas fueron entrevistas y encuestas. Los resultados señalan que los clientes perciben la calidad del servicio en general, como un servicio de calidad media. Se concluye, que la calidad influye favorablemente en la satisfacción de los clientes.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Administración de la calidad

A. Definiciones

Sosa (2015) determina que es una nueva cultura de trabajo la administración de calidad que han logrado desarrollarse en diversas empresas y que se concibe como una actitud de indagar una óptima manera de trabajar y obtener excelentes resultados; busca conseguir la calidad total dicha satisfacción de la clientela a través de una extraordinaria labor a partir del inicio.

Fukui et al (2013) define como un método de administración a la administración de la calidad la cual requiere de calidad de todas más manera en general, y así complacer al cliente dichas exigencias Implica la responsabilidad por parte de los colaboradores de la organización día a día, lo cual diferencia de otras técnicas de administración a la administración de la calidad.

Cantú (2011) menciona que es un método asentado en la orientación universal de sistemas a la administración de la

calidad, la cual consiente a desplegar una sabiduría dicha organización y asimismo un progreso perpetuo para consumir con su misión.

Velasco (2011) escribe referente a la administración de calidad que fundamentalmente es el origen de ahorro y, por ello, incrementar patrocínios para la organización más significativos secreto para avalar la persistencia, logrando, así la satisfacción de la clientela, de los socios, y colaboradores.

Griffin (2011) indica como la energía real y significativa a la administración de calidad, o calidad total, dentro de la organización por cambiar su perspectiva de negocios ocupados para formar de la calidad un componente, en todo lo que realiza la organización guía.

B. Dimensiones de la administración de la calidad

Sosa (2015) indica que en su totalidad para realizar proceso de administración de la calidad necesita de una proporción en el cuidado de dos dimensiones elementales para que marche:

a. Aspecto humano

Una propensión a alcanzar a que “quiera” participar facultativamente la gente en un transcurso la cual conllevaría a laborar en un grado privilegiado al que ya posee actualmente. Tendrá que fortificar su motivación y concientización para conseguir el cambio. Será inevitable que aprecie el cambio la gente previa a iniciar o escuchar de ello,

esto es, que suscitamos el cambio con modelo. Asumiendo en consideración lo antepuesto entonces obtenemos a desglosar los siguientes indicadores:

- Participación voluntaria en el proceso.
- Desempeño eficiente.
- Concientización por el cambio.
- Trabajadores motivados.
- Promover el cambio con el ejemplo.

b. Aspecto técnico

En la cual no es idóneo a que quiera la gente, asimismo se tiene que conseguir a que desarrollen su misma permuta. Es indispensable para ello instruir a los colaboradores en aspectos técnicos como estandarización, método de estudio y resolución de dificultades, inspección estadística del proceso, continua capacitación dentro de su centro laboral, etc. Asumiendo en consideración a lo antepuesto entonces logramos desglosar los siguientes indicadores:

- Capacitación continua
- Conocimientos técnicos
- Conocimientos de estandarización.
- Habilidad para solucionar problemas.
- Control estadístico del proceso.

Lo significativo es entender que no se alcanza simplemente la calidad total con el trabajo en el ámbito motivacional, además es fundamental promover los procesos y programas que sean

indispensables para el adiestramiento. En suma, es imprescindible hallar una equidad en los dos aspectos para contener en el proceso probabilidades de triunfo; no comprenderlo conllevará a que laboremos demasiado y obtengamos lo mínimo.

C. Elementos de la administración de la calidad

Fukui et al (2013), Aprehenden el significado de la calidad estas ocho dimensiones, que es un componente clave elemental actualmente para el éxito organizacional. Comprender la significación esencial de la calidad es excelente primer paso para lograr conducirla de manera más positiva.

- Desempeño. La particularidad operante primaria de un producto; ejemplos son la celeridad en los vehículos y la luminosidad de dibujo en la televisión.
- Rasgos. Complementos a las particularidades de labor elemental de un producto, ya sea las ventanillas eléctricas dentro del vehículo.
- Confiabilidad. Posibilidad de que no se halle un pésimo trabajo en el tiempo puntualizo.
- Conformidad. Nivel al cual las características operativas y el diseño de un producto, efectúan con los patrones fundados.
- Durabilidad. Medida de la vida del producto.
- Capacidad del servicio. La desenvoltura y ligereza de una elaboración.

- Estética. De la manera en que se observa, se siente, se sabe y olfatea un producto.
- Calidad percibida. Como la ve un cliente.

Contiene las cuatro dimensiones elementales la administración de la calidad total, aquí se muestran. Cada una es significativa y se tiene que empezar de manera eficaz si espera en realidad la organización optimizar la calidad.

- Tecnología: los recientes estilos de tecnología asimismo son ventajosos dentro de los programas de calidad. Invertir dentro de los aparatos de nivel superior idóneos de desarrollar labores con alta exactitud y confidencialidad a optimizar la calidad.
- Materiales: otro fragmento substancial de la calidad total es optimizar la calidad de los materiales la cual emplean las organizaciones. Conjeture que ensambla estéreos una empresa adquiere chips y circuitos de otra empresa, sí poseen una enorme tasa de falla lo chips, retornaran los estéreos imperfectos los consumidores a la empresa en la cual dicho nombre emerge en ellos, y no a quien lo elaboro los chips. Entonces pierde en dos maneras la empresa de estéreos: perjudica la reputación y reembolsa a los clientes. Como consecuencia, han incrementado los requerimientos de calidad diversas empresas la cual asignan en sus proveedores, y así optimizar los equivalentes productos la calidad.

- Métodos: Logran aumentar la calidad de los productos y servicios dichos métodos optimizados. Son técnicas operativas los métodos de calidad que emplea la organización en el tiempo de los procesos de transformación existentes.
- Participación de los empleados: La colaboración de los colaboradores es otro componente trascendental dentro de la calidad total. Incluyen casi en los programas de calidad exitosos en general, conllevar a que la personas sea comprometido de asegurarse de que se realicen de manera considerada las cosas.

Entonces, por definición, la participación de los empleados es un componente crucial para mejorar la calidad.

D. Objetivos de un proceso de administración de la calidad

Sosa (2015) indica que se tienen que orientar los objetivos de un proceso de calidad total en tres caminos:

a. Nuestro país

Al instituir dichos procesos dentro de las organizaciones y conllevarlos a realizarlos con honestidad, lograremos apartar del subdesarrollo al país, favoreciendo así con nuestro granito de arena (realizando óptimamente dicha labor en el ambiente en la cual elaboremos).

b. Nuestra empresa

Se manifiesta en sus empresas un país; no puede hallarse naciones desarrollados con organizaciones atrasadas, ni un

país indigente con empresas desarrolladas. Por ende, es por medio de las empresas de qué manera se tiene que edificar un país óptimo, por ende, a nivel empresa el propósito tiene que avalar su persistencia y lograr su progreso por medio de la contribución por parte de sus colaboradores.

c. Nuestra familia

Un resultado razonable de este proceso en general coexistirá una superior prosperidad para nuestras familias; y nosotros de otro modo no se denominarían procesos incesantes y serían momentáneos los resultados.

En medio de otros beneficios que aguardamos alcanzar aun grado individual están:

- Coyunturas de progreso.
- Excelentes contextos de labor.
- Seguridad.
- Óptimos ingresos.
- Progreso individual.

E. Los pilares de la administración de la calidad

Sosa (2015) ha descubierto para que funcione adecuadamente un tipo de calidad total las cuatro áreas de oportunidad dentro de las organizaciones; hemos denominado a estas áreas de oportunidad los cuatro pilares de la calidad, ya que si no cumplimos transitamos en el peligro de que se quede en frases y lema todo:

- Primero: que conozcan lo que tiene que alcanzar la gente. Nada puede ser tan desmotivante de no conocer con qué fin se labora; derrocha la significación de la tarea cotidiana y únicamente concurrimos a realizar una monótona labor; lo adecuado de las situaciones, es el individuo se implica con el proceso, pero está apropiado lo que trascienda, no posee capacidad para cambiar su labor, no conoce por qué lo efectúa.
- Segundo: que conozca como el individuo debe realizarlo permanentemente bueno en una primera ocasión. Se refiere de capacitación (que sea idóneo en mostrar su competitividad en su trabajo) y estandarización (expediente de los procesos), en primer lugar, para que desarrolle un apropiado trabajo el individuo, y en segundo lugar para que alcance conservarlo y de esa manera optimizarlo.
- Tercero: que conozca el individuo y contenga lo indispensable y apropiado para desarrollar su tarea. Se queja con periodicidad la gente de la cual no posee lo indispensable para desarrollar su labor, sin embargo, lo acogen como evasiva los jefes y hacen de cuenta que no escucharon nada; en el momento que hemos averiguado dichas peticiones, revelamos que en gran parte de las situaciones cuenta con la razón la gente y en el instante la cual se reanima a pedir o solicitar sus requerimientos y así laborar dio ya un enorme paso; y estas actitudes no son apropiados ignorarlos.

- Cuatro: quiere realizar su labor la gente. En el momento dialogamos de que desea el individuo, se asombran bastante los gerentes indicando: “aún tengo que esperar que quieran a pesar que se les paga”. Indicamos a un querer causa, comprometido; a que no requiera inspección la gente, a que desee realizan perennemente una buena labor ya que se encuentra incentivada y comprende por el cual lo desarrolla y alcanzarlo lo que simboliza para todo en general; es la presunción del trabajador.

F. Herramientas y técnicas de la administración de la calidad

Fukui et al (2013), pese al contenido estratégico de la calidad, logran asimismo fundamentarse los gerentes en diversas instrumentos y métodos concretos y así optimizar la calidad. En medio de los más notorios actualmente se encuentra el análisis de valor agregado, el benchmarking, el outsourcing y la reducción de los tiempos de ciclo, la ISO 9000:2000 e ISO 14000, el control estadístico de la calidad y Six sigma.

a. Análisis del valor agregado

El análisis de valor agregado es una estimación enorme de las labores de trabajo en general, documentación y flujos de materiales para establecer la cuantía que añaden para la clientela. Manifiesta trabajos de desperdicio o innecesarias dicho análisis la cual alcanzarían descartar sin situar a un riesgo dicho servicio al cliente.

b. Benchmarking

El benchmarking es un transcurso de averiguaciones, así como algunas organizaciones realizan las cosas de manera extraordinariamente alta en su calidad. Ciertas perspectivas del benchmarking son directas y sencillas. Por ejemplo, Canon adquiere de manera habitual copiadoras elaboradas por otras empresas y las desarticula para observar de qué forma marchan. Aquello consiente a estar al día a la empresa en las optimizaciones y modificaciones que sus competidores emplean.

c. Outsourcing

Otra invención para optimizar la calidad es el outsourcing ya que es un transcurso de subcontratar operaciones y servicios con diversas organizaciones y así alcancen desempeñarlos de manera más económica o excelente. Si realiza todos y cada uno de las operaciones administrativas, negocios y sus servicios una empresa, es casi indudable que estará creando, aunque sea poco de algunos de ellos de manera ineficaz o la desestimación calidad. Si se pueden reconocer y subcontratar esas áreas, ahorrará dinero la empresa y conseguirá una operación o servicio de alta calidad.

d. Reducir el tiempo de ciclo

Otra técnica pública es reducir el tiempo de ciclo para la administración de la calidad total. El período de ciclo es el espacio que necesita para desplegar, elaborar y distribuir

productos o servicios la organización. Si alcanza disminuir su tiempo de ciclo una empresa, con periodicidad mejorará la calidad.

e. Control estadístico de la calidad

El control estadístico de la calidad, es otra técnica de control de calidad, se refiere a la expresión la cual propone y se refiere esencialmente con la administración de la calidad. Este es una serie de métodos estadísticos concretos la cual alcanza emplear para monitorear la calidad. Contiene muestrear los productos acabados en el muestreo de aceptación y así aseverar que se hayan concretado sus estándares de calidad. Es eficaz en el momento en la se establezca el porcentaje apropiado de productos en el muestreo de aceptación la cual se tiene que comprobar.

f. Six sigma

Fue desarrollado en la década de 1980 para Motorola. Puede ser empleada el instrumento para organizaciones de servicios o manufactura. Pretende descartar fallas el método Six Sigma. Sin embargo, las empresas pocas veces alcanzan una calidad Six sigma, suministran un propósito provocador.

2.2.2. Calidad de producto

A. Definiciones

Huerta & Rodríguez (2014), determinan que es cualquier labor proyectada sistematizada la calidad y encaminada a conseguir

bienes y servicios de calidad apropiada a los clientes, conjuntamente con la familiaridad de que los productos complazcan exigencias de aquellos finales, depende de la perfección de dos lugares focales trascendentales dentro de los negocios dicho aseguramiento de la calidad.

Koontz & Wehrich (2013) concretan como la apreciación de la labor o beneficio a la que un fragmento brinda a otra dicha calidad de servicio; son sustancialmente impalpables y no dan espacio a la posesión de ninguna forma. Por otro lado, es una estimación la calidad de servicio, una labor ejecutada y así ofrecer un patrocinio o complacer una necesidad. Podría encontrarse enlazada o no con un producto físico dicha producción.

Robbins & Judge (2013) señalan que la calidad de servicio es satisfacer de la mejor manera a los clientes.

Guízar (2013) indica que es el cumplimiento de las perspectivas la calidad de servicio la cual posee el cliente acorde al servicio y de qué manera óptima se brinda el servicio complaciendo sus requerimientos.

Kotler & Armstrong (2013) señalan que, por el lado más restringido, puede definirse la calidad a modo de libre de fallas. Sin embargo, estos autores indican que implica valor y satisfacción la calidad dentro del cliente, y que la American Society for Quality determinan la calidad a modo de “características...la cual se vinculan con su competitividad y así

complacer los requerimientos del cliente, ya sean claras o tácitas” (Kotler y Armstrong, 2013, p. 202).

Miranda, Chamorro & Rubio (2012) definen como el servicio a la calidad de servicio la cual manifiesta a las perspectivas de la clientela, complaciendo sus exigencias y necesidades.

Luna (2012) muestra que se fundamenta en las apreciaciones la calidad de servicios la cual posee el cliente por un servicio que recibió, es una estimación la calidad del servicio la cual destella de qué manera descubre el cliente dicho servicio.

Vargas (2011), menciona que reside la administración de la calidad en proyectar, inspeccionar y optimar la calidad, conforme a los agrados y/o exigencias de la clientela, asentándose en la perfección del producto.

Camisón, Cruz & González (2011) exteriorizan que alude a que es de calidad un servicio, si perciben la satisfacción los clientes de sus requerimientos emplear o al consumir el bien o servicio.

Chiavenato (2011) determina a la calidad de servicio a la manera universal de ocupaciones, particularidades o conductas del servicio.

Alonso & Provedo (2010) estiman que es una metodología sistemática la calidad, coherente y participativa, cuya finalidad es perfeccionar los procesos para optimizar los atributos y las aptitudes de los servicios o productos, y así extender la satisfacción de expectativas y requerimientos de los interesados y consumidores.

B. Dimensiones de la calidad de producto

Sosa (2015) indica que las dimensiones de la calidad de producto son las siguientes:

a. Planificación de la realización del producto

Tiene que proyectar y desplegar la organización dichos procesos que sean indispensable para la ejecución de la utilidad.

b. Proceso relacionado con el cliente

- Decisión de los requerimientos vinculado con el producto

Tiene que establecer la organización los requerimientos explícitos por parte del cliente, envolviendo las posteriores y tareas de entrega.

- Revisión de los requisitos relacionados con el producto

Tiene que examinar la organización los requerimientos vinculados directamente con el producto.

- Comunicación con el cliente

Tiene que implementar y establecer medidas eficaces la organización para realizar la conversación con la clientela, referentes a la indagación referente al producto.

c. Diseño y desarrollo

- Planificación del diseño y desarrollo

Tiene que proyectar e inspeccionar la organización sea el progreso del producto y su esquema.

- Elementos de entrada para el diseño y desarrollo

Tienen que establecerse los componentes de ingreso vinculados con los requerimientos de la utilidad y conservar las inscripciones.

- Resultados del diseño y desarrollo

Las derivaciones del desarrollo y diseño tienen que brindarles de tal forma consienta la comprobación referente a los componentes de ingreso para el esquema y progreso, tienen que ratificarse antes de ser liberados.

- Revisión del diseño y desarrollo

En dichos períodos apropiados, tienen que desarrollarse investigaciones metodologías del diseño y progreso conforme de la cual fue establecido.

- Verificación del diseño y desarrollo

Se tiene que desarrollar conforme a lo proyectado dicha verificación, y así aseverarse a que las derivaciones del diseño avanzado efectúen con ciertos requerimientos de componente de ingreso del progreso y del diseño.

- Validación del diseño y desarrollo

Se tiene que desarrollar el desarrollo y ratificación del diseño conforme lo establecido y aseverar de que es idóneo en complacer el producto derivado de las exigencias.

- Control de los cambios del diseño y desarrollo

Las modificaciones del progreso y bosquejo tienen que reconocerse y tienen que conservar inscritos.

d. Compras

- Procesos de compras

Tiene que aseverarse la organización del producto conseguido llegue a cumplir dichos requerimientos de adquisiciones explícitos. Establecer el alcance del control y prototipo, empleado al abastecedor asimismo el producto o talvez el producto terminable.

- Información de las compras

Tiene que relatar el producto a comprar, encargada de ello la información de las compras.

- Verificación de los productos comprados

Tiene que instituir e implementar la organización para dicha investigación u diversas tareas indispensables y así aseverarse de que la utilidad adquirida efectúe ciertos requerimientos de adquisiciones explícitos.

e. Producción y prestación del servicio

- Control de la producción y la prestación del servicio

Tiene que proyectar y conllevar a realizar la producción y asistencia del servicio la organización regimentada a circunstancias inspeccionadas.

- Validación de los procesos de la producción y la prestación del servicio

Tienen que aprobar ciertos procesos de fabricación la organización y asimismo de contribución del servicio en a

cuál no alcanzan comprobarse los productos derivados a través de labores de búsqueda o cálculo posterior.

- **Identificación y trazabilidad**

En el momento que sea adecuado, tienen que equiparar la organización, el producto a través de caminos apropiados, por medio de la ejecución globalmente del producto.

- **Preservación del producto**

Tiene que resguardar la aprobación del producto la organización en el tiempo la entrega al lugar conocido o proceso interno.

- f. Control de los dispositivos de seguimiento y medición*

Tiene que establecer la persecución y calculo la organización por desarrollar, y los mecanismos de cálculo y búsqueda precisos y así suministrar con los requisitos establecidos y la demostración de la aquiescencia del producto.

C. Principios de la calidad

Huerta & Rodríguez (2014) indican que los principios de la calidad son los siguientes:

- a. Enfoque en los clientes y accionistas*

El juez trascendental de la calidad es el cliente. La satisfacción y las apreciaciones de cuantía llegan a ser aquejadas por distintos elementos en los hábitos, universales

que posee la clientela referente a la adquisición, el servicio del producto y la posesión.

El logro de una organización obedece de la capacidad, destrezas, originalidad y la estimulación para sus colaboradores y accionistas. Por ello tiene que manifestar responsabilidad una organización de calidad total para sus colaboradores, brindar coyunturas de progreso y desarrollo, asimismo conceder reconocimiento.

b. La participación y el trabajo en equipo de todos en la organización

En el momento en la cual brindan a los colaboradores los instrumentos indispensables y así optar por disposiciones convenientes a establecer los directivos, asimismo la autonomía y estimulación para realizar aportaciones, avalan la adquisición de procesos de producción y bienes de una óptima calidad.

La calidad total concentra el cuidado en los vínculos en medio de proveedores y clientes, provocando así la colaboración de todo el ahínco profesional para la resolución de las dificultades de los regímenes, en específico en algunos la cual transfieren los límites utilizables.

c. Enfoque en el proceso y mejora continua

La manera habitual de examinar una organización es estudiando su extensión vertical, sin dejar de lado el organigrama. No obstante, se desarrolla por el lado horizontal

el trabajo o por medio de estas situaciones o de ninguna manera el modo jerárquico. Los prototipos frecuentes de procesos de producción contienen tareas de blindado, composición, empalme, preparación de pedidos y asentimiento sobre prestaciones.

Se describe, así como las modificaciones incrementales a la mejora continua la cual son chicos y progresivos, ya sea como el caso de las invenciones, que son estimables y vertiginosas optimizaciones. Consiguen amparar dichas optimizaciones cualquiera de las diversas maneras:

- Acrecientan la cuantía para la clientela por medio de servicios distintos y productos optimizados.
- Disminuyen las fallas, desperfectos, inmundicias y sus precios vinculados.
- Aumentan la eficacia en el empleo de recursos y su producción.
- Optimizar el contenido de contestación y la ocupación del período del curso para procesamientos, asimismo dar solución a los reclamos de la clientela o lanzar desconocidos mercaderías al mercado.

El progreso existente obedece de la instrucción, la cual involucra comprender, por medio de la retroalimentación en medio de las derivaciones y prácticas, ya que las modificaciones poseen un éxito. Esto origina diferentes propósitos y destrezas.

Un período de instrucción constituye de cuatro fases:

- Planeación.
- Realización de proyectos.
- Estimación del proceso.
- Examen de los propósitos en base a las derivaciones de la estimación

d. Infraestructura, prácticas y herramientas

Se describe la infraestructura a los métodos administrativos elementales indispensables y así maniobrar de forma eficaz y colocarlo en campo los métodos de la calidad universalmente.

Contiene los siguientes elementos:

- Administración y planeación estratégica.
- Dirección de los procesos.
- Conducción de los vínculos con la clientela.
- Planeación y liderazgo estratégica.

Las prácticas son las tareas la cual suceden interiormente de cada componente de la infraestructura y así alcanzar propósitos de profunda ocupación.

D. Calidad y ventaja competitiva

Huerta & Rodríguez (2014) mencionan que el vocablo “Ventaja Competitiva” muestra el contenido de una organización y así lograr la supremacía dentro del mercado. Extensamente, una prerrogativa competidora continuada brinda como consecuencia

un trabajo gigante al promedio. S.C. Wheelwright identificó seis particularidades de las ventajas competitivas:

- Son impulsadas por los requerimientos y anhelos del cliente.
Una organización que goza de una ventaja competitiva suministra un importe a sus clientes la cual no brindan sus competidores.
- Contribuyen de manera característica al triunfo del negocio.
- Mezclan los patrimonios singulares de la empresa con las coyunturas del entorno ambiental.
- Son duraderas y difíciles de copiar por parte de los contrincantes.
- Constituyen el fundamento para dicha optimización en un tiempo posterior.
- Brindan a toda la empresa orientación y estimulación

Las auténticas expectativas del cliente y necesidades se saben que se refieren a la calidad deseada. Reconoce esas insuficiencias y perspectivas, el producto, asimismo las convierte en descripciones y así fabricar bienes y servicios. Es la consecuencia del proceso de producción la calidad autentica y es aquella es la cual hace entrega a la clientela.

Las triunfantes organizaciones globalmente en las divisiones desarrollan una enorme diversidad de experiencias encaminadas con dirección al cliente, la cual encamina a una alta producción y contribución dentro del mercado. En síntesis, las organizaciones de éxito:

- Delimitan con refulgencia las asociaciones de clientes y mercado secreto, estimando a los competitivos y otras probables clientelas, y segmentar a la clientela de forma apropiada.
- Comprende los requerimientos y perspectivas de la clientela a un periodo corto y extenso, asimismo emplean procesos metódicos con el fin de aprender de ellos y oírlos
- Comprende las relaciones en medio del dictamen del cliente y los procesos de producción, diseño y entrega.
- Entablan vínculos con la clientela por medio de responsabilidades la cual originan la confidencialidad, y proporcionan el camino a los individuos y la averiguación; instituyen eficaces normativas de servicios; instruyen a los colaboradores que no poseen ninguna relación con el comprador, así efectúan una persecución segura de procedimientos, productos, servicios.
- Tienen métodos eficaces de administración de reclamo por medio las cuales exponen, enuncian los clientes su descontento y absorben una resolución vertiginosa a sus impaciencias.
- Regulan la satisfacción del consumidor, cotejan las derivaciones referentes con los contendientes la cual emplean averiguaciones y así estimar y optimizar los procesos internamente

E. La importancia de la Identificación de los clientes en la calidad

Huerta & Rodríguez (2014) señalan que es una labor de los dirigentes reconocer a los consumidores vinculada con la visión y misión de organización. Posee distintos clientes externos un negocio la cual podrían situarse dentro del consumidor y la empresa, los cuales posee diversos requerimientos y perspectivas. Así, las relaciones entre fabricantes y clientes pueden ser directas o estar mediadas por otros actores.

Los procesos multifuncionales y departamentos secretos de una empresa poseen clientelas internamente la cual favorecen a al propósito de la organización, y que obedecen de los servicios y productos del departamento y así servir, y por último aspecto, a los consumidores y clientes externos.

Contienen exigencias y perspectivas distintas a los clientes. Por esa razón, dificultosamente lograr satisfacer una organización totalmente a ellos con productos o servicios iguales. Dicha apariencia es de trascendencia especial para las organizaciones la cual globalmente realizan negocio. Las organizaciones la cual proporcionan a su clientela en conjuntos naturales e individualizan los servicios y los productos confiesan optimizar a sus insuficiencias.

Propone Garvín que posean varias dimensiones de calidad los servicios y los productos:

- Desempeño.

- Características.
- Cumplimiento.
- Capacidad de servicio.
- Confiabilidad.
- Estética.

Los clientes realizan un arqueo de estas dimensiones y evalúan los productos conforme con sus necesidades y perspectivas. La administración de los vínculos con la clientela estriba de cinco apariencias:

- Selección y desarrollo de los empleados que tienen contacto con la clientela.
- Sociedades y alianzas estratégicas.
- Accesibilidad y responsabilidad.
- Conducción eficaz de reclamos.
- Requerimientos distinguidos del contacto con los clientes.

Para optimizar los procesos, en el mismo momento en que se complace al cliente, hay que emanar de cuatro maneras.

a. Planear, lo que implica:

- Precisar el proceso: desde que empieza hasta que culmine. y lo que efectuó.
- Relatar el proceso.
- Relatar a los participantes.
- Determinar las expectativas del cliente.
- Establecer qué informaciones históricas se encuentran utilizable referente al desempeño de la clientela.

- Relatar las dificultades distinguidos vinculados con el transcurso.
- Seleccionar una o varias soluciones más competentes.

b. Hacer, lo que compone dos pasos:

- Ejecutar un análisis piloto y así tantear el resultado de las resoluciones viables.
- Reconocer los indicadores y así comprender la manera en que cierta modificación o resolución posea triunfo al maniobrar las dificultades denotadas.

c. Estudiar, lo que supone:

- Examinar los resultados del estudio piloto.
- Reconocer diversas experimentaciones que talvez requieran ser indispensables.
- Establecer si optimizo el desempeño del proceso.

d. Actuar, implica:

- Elegir la óptima modificación o resolución.
- Desplegar un proyecto de implementación: la cual es indispensable realizar, aquello tiene que contribuir y en el momento la cual se tiene que conllevar a realizar el proyecto.
- Generalizar la resolución.
- Instituir cierto proceso con el fin de inspeccionar y fiscalizar el desarrollo del proceso.

Juran instituye una sucesión de invención, que contribuye a optimizar los procesos y que reside en los siguientes pasos:

- Experiencia de la necesidad.
- Identificar los proyectos.
- Organizar para desarrollar la innovación.
- Fase de análisis.
- Fase de enmienda.
- Almacenar los beneficios.

Un apreciable instrumento para optimizar los procesos se refiere a la resolución innovadora de problemas. Creatividad involucra ver las cosas de una forma novedosa.

Por otro lado, coexisten distintos recursos gráficos la cual consiente detallar un proceso y, por consiguiente, auxilian a optimizar. A continuación, lo describiremos.

a. Diagrama de flujo

- Distingue la sucesión de labores o la secuencia de materiales de averiguación dentro de un transcurso.
- Asiste a los individuos a contribuir en transcurso a comprenderlo excelentemente y con una alta ecuanimidad, al brindar un paisaje de los caminos indispensables y así desarrollar las labores.

Se catalogan los diagramas de flujo conforme a su naturaleza:

- De oficina o administrativos.
- De taller o sustantivos.

2.3. Definiciones conceptuales

Administración de la calidad

La administración de calidad es una nueva cultura de trabajo que se han desarrollado algunas empresas y que se entiende como una actitud de buscar una mejor forma de trabajar y lograr mejores resultados.

Aspecto humano

Una tendencia a lograr que la gente “quiera” participar voluntariamente en un proceso que la llevara a trabajar en un nivel superior al que tiene en la actualidad. Para lograrlo deberá fortalecer su concientización y motivación por el cambio. Será necesario que la gente sienta el cambio antes de empezar a oír de él, esto es, que promovamos el cambio con el ejemplo.

Aspecto técnico

En el que no es suficiente que la gente quiera, también se debe lograr que procesen su propio cambio. Para esto es necesario capacitar al personal en aspectos técnicos como estandarización, control estadístico del proceso, capacitación continua en su trabajo, etc.

Calidad del producto

Calidad es cualquier actividad planeada sistematizada dirigida a obtener bienes de calidad adecuada a los clientes, con la confianza de que los productos satisfacen requerimientos de estos últimos, el aseguramiento de la calidad depende de la excelencia de dos puntos focales importantes en los negocios.

Planificación de la realización del producto

La organización debe planificar y desarrollar los procesos necesarios para la realización del producto.

Determinación de los requisitos relacionados con el producto

La organización debe determinar los requisitos especificados por el cliente, incluyendo las actividades de entrega y las posteriores.

Revisión de los requisitos relacionados con el producto

La organización debe revisar los requisitos relacionados con el producto.

Comunicación con el cliente

La organización debe determinar e implementar disposiciones eficaces para la comunicación con los clientes, relativas sobre el producto.

Planificación del diseño y desarrollo

La organización debe planificar y controlar el diseño y desarrollo del producto.

Elementos de entrada para el diseño y desarrollo

Deben determinarse los elementos de entrada relacionados con los requisitos del producto y mantener registros.

Resultados del diseño y desarrollo

Los resultados del diseño y desarrollo deben proporcionarse de tal manera que permitan la verificación con respecto a los elementos de entrada para el diseño y desarrollo, deben aprobarse antes de su liberación.

Revisión del diseño y desarrollo

En las etapas adecuadas, deben realizarse revisiones sistemáticas del diseño y desarrollo de acuerdo con lo planificado.

Verificación del diseño y desarrollo

Se debe realizar la verificación, de acuerdo con lo planificado, para asegurarse de que los resultados del diseño desarrollado cumplen con los requisitos de los elementos de entrada del diseño y desarrollo.

Validación del diseño y desarrollo

Se debe realizar la validación del diseño y desarrollo de acuerdo con lo planificado para asegurarse de que el producto resultante es capaz de satisfacer los requerimientos.

Control de los cambios del diseño y desarrollo

Los cambios del diseño y desarrollo deben identificarse y se deben mantener registros.

Procesos de compras

La organización debe asegurarse de que el producto adquirido cumple los requisitos de compras especificados. Determinar el tipo y alcance del control aplicado al proveedor y al producto o sobre el producto final.

Información de las compras

La información de las compras debe describir el producto a comprar.

Verificación de los productos comprados

La organización debe establecer e implementar la inspección u otras actividades necesarias para asegurarse de que el producto comprado cumpla los requisitos de compras especificados.

Control de la producción y la prestación del servicio

La organización debe planificar y llevar a cabo la producción y la prestación del servicio bajo condiciones controladas.

Validación de los procesos de la producción y la prestación del servicio

La organización debe validar aquellos procesos de producción y de prestación del servicio donde los productos resultantes no puedan verificarse mediante actividades de seguimiento o medición posterior.

Identificación y trazabilidad

Cuando sea apropiado, la organización debe identificar el producto por medios adecuados, a través de toda la realización del producto.

Propiedad del cliente

La organización debe cuidar los bienes que son propiedad del cliente mientras estén bajo el control de la organización o estén siendo utilizados por la misma.

Preservación del producto

La organización debe preservar la conformidad del producto durante el proceso interno y la entrega al destino previsto.

2.4. Formulación de las hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

La administración de la calidad influye significativamente en la calidad del producto de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura, 2017.

2.4.2. Hipótesis específicas

- a. El aspecto humano influye significativamente en la calidad del producto de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura, 2017.
- b. El aspecto técnico influye significativamente en la calidad del producto de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura, 2017.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Diseño Metodológico

3.1.1. Tipo

La presente investigación tiene como tipo de diseño a la investigación no experimental, transversal, descriptiva, explicativa.

Hernández, Fernández & Baptista (2014) señalan que las investigaciones de diseño no experimental se definen como las investigaciones que se realizan sin manipular a las variables de estudio.

Es transversal ya que se recolectó la información en un solo momento.

Es descriptivo porque describe los aspectos que caracterizan a las variables de estudio, además explica como las dimensiones de la variable independiente afecta en la variable dependiente.

3.1.2. Enfoque

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo.

3.2. Población y muestra

La población está representada por 27 trabajadores de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura.

Siendo la población significativa y pertinente con los objetivos que se busca alcanzar en la presente investigación, no se realizó el cálculo de la muestra, siendo por este motivo que el instrumento se aplicó al total de la población que está conformado por los 27 trabajadores de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura.

3.3. Operacionalización de variables e indicadores

Variables	Dimensiones	Indicadores
Variable independiente: Administración de la calidad	Aspecto humano Aspecto técnico	<ul style="list-style-type: none">- Participación voluntaria en el proceso.- Desempeño eficiente.- Concientización por el cambio.- Trabajadores motivados.- Promover el cambio con el ejemplo. - Capacitación continua- Conocimientos técnicos- Conocimientos de estandarización.- Habilidad para solucionar problemas.- Control estadístico del proceso.

<p>Variable dependiente:</p> <p>Calidad del producto</p>	<p>Planificación de la realización del producto</p> <p>Proceso relacionado con el cliente</p> <p>Diseño y desarrollo</p> <p>Compras</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Planificar los procesos para la realización del producto. - Desarrollar los procesos para la realización del producto. - Determinación de los requisitos relacionados con el producto. - Revisión de los requisitos relacionados con el producto. - Comunicación con el cliente. - Planificación del diseño y desarrollo. - Elementos de entrada para el diseño y el desarrollo. - Resultados del diseño y desarrollo. - Revisión del desarrollo y desarrollo. - Verificación del diseño y desarrollo. - Validación del diseño y desarrollo. - Control de los cambios del diseño y desarrollo. - Procesos de compras. - Información de las compras.
--	---	--

	<p style="text-align: center;">Producción y prestación del servicio</p> <p style="text-align: center;">Control de los dispositivos del seguimiento y medición</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Verificación de las compras. - Control de la producción y la prestación del servicio. - Validación de los procesos de la producción y la prestación del servicio. - Identificación y trazabilidad. - Propiedad del cliente. - Preservación del producto. - Seguimiento. - Medición. - Dispositivos de seguimiento. - Dispositivos de medición.
--	---	---

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.4.1. Técnica a emplear

La presente investigación empleó la técnica de la encuesta, cuyo instrumento utilizado fue el cuestionario.

3.4.2. Descripción del instrumento

Se utilizó un cuestionario, el cual contuvo una serie de preguntas que se contestaron por escrito a fin de obtener información.

El instrumento se aplicó a los trabajadores de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura, el cual medió ambas variables las cuales son “Administración de la calidad” y “Calidad del producto”. Se utilizó la escala de Likert.

Validez y confiabilidad del instrumento

A. Validez

1. La validez se determinó mediante un análisis factorial, empleando el estadístico de Kaiser – Meyer-Olkin, y la esfericidad de Bartlett, obteniendo una correlación de (0.669). Este valor indica que estadísticamente el instrumento para evaluar las variables es válido.

KMO y prueba de Bartlett		
Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,669
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	1614,772
	gl	561
	Sig.	,000

B. Confiabilidad

El estadístico de confiabilidad empleada en la presente investigación fue: Alpha de Cronbach, el cual tuvo un valor de 0.923 siendo el instrumento altamente confiable.

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,923	34

3.5. Técnicas para el procesamiento de la información

Para el procesamiento de la información se empleó el análisis de la técnica estadística descriptiva de distribución de frecuencias.

El software que se empleó fue el Statical Package for the Social Sciences - SPSS versión N° 24. Los resultados son presentados en tablas y figuras.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Presentación de tablas, figuras e interpretaciones

Después de realizado un estudio minucioso con respecto al planteamiento del problema, marco teórico conceptual y metodología, seguidamente se pone a consideración los resultados obtenidos: En primera instancia se anota los resultados referentes a los datos generales como son el: género, edad y grado de instrucción de los trabajadores de la empresa World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura. Asimismo, se elabora de forma detallada los resultados de las variables de investigación: instrumentos sobre administración de la calidad y calidad del producto. Al término de la interpretación de los ítems de las variables de estudio, donde finalmente se procede a realizar la contratación de las hipótesis planteadas.

A. Datos Generales

Tabla 1
Género de los trabajadores de la empresa World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura

		Frecuencia	Porcentaje
	Masculino	15	55,6
Válidos	Femenino	12	44,4
	Total	27	100,0

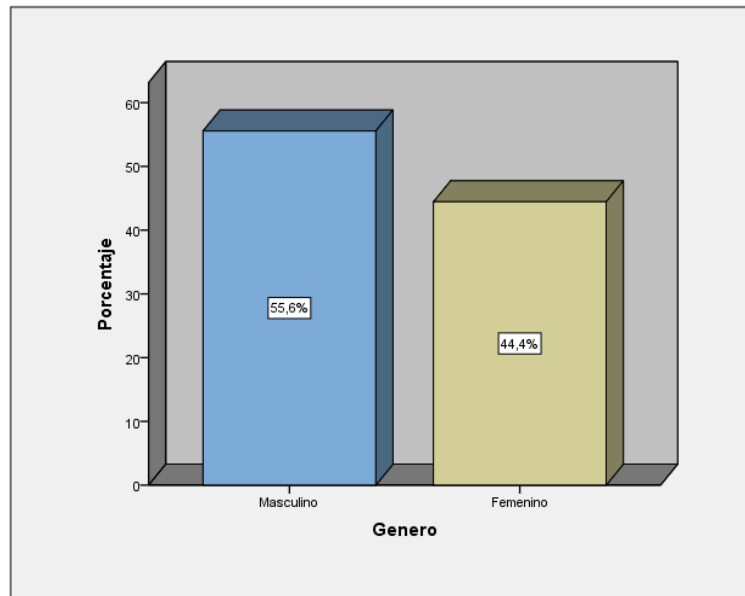


Figura 1. Género de los trabajadores de la empresa World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura.

Se observa en la Tabla 1 que el 55,5% de los encuestados son del género masculino y el 44,4% son del género femenino.

Tabla 2

Edad de los trabajadores de la empresa World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura

	Frecuencia	Porcentaje
Entre 18 años a 24 años	2	7,4
Entre 25 años a 31 años	11	40,7
Válidos Entre 32 años a 45 años	6	22,2
Más de 45 años	8	29,6
Total	27	100,0

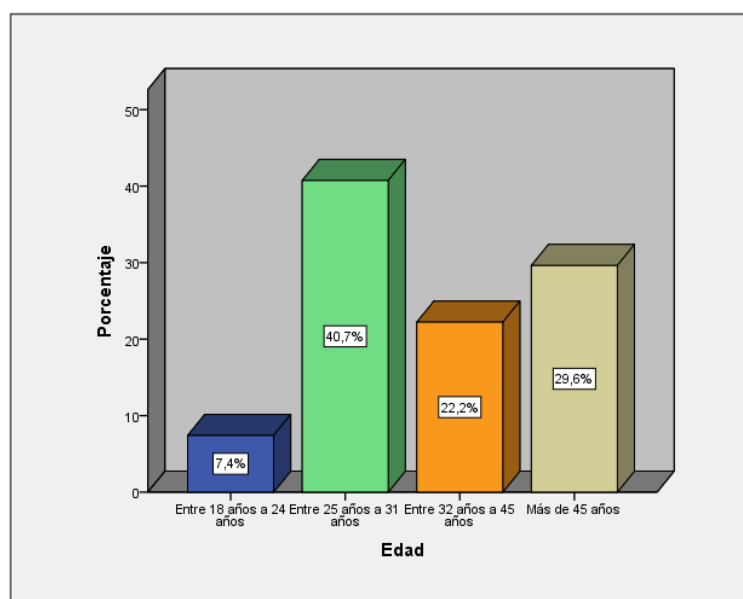


Figura 2. Edad de los trabajadores de la empresa World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura.

Se observa en la Tabla 2 que el 40,7% de los encuestados tiene entre 25 años a 31 años, el 29,9% tiene más de 45 años, el 22,2% se encuentra entre 32 años a 45 años y solo un 7,4% se encuentra entre 18 años a 24 años.

Tabla 3

Grado de instrucción de los trabajadores de la empresa World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura

	Frecuencia	Porcentaje
Grado de Bachiller	9	33,3
Título profesional	6	22,2
Otros	12	44,4
Total	27	100,0

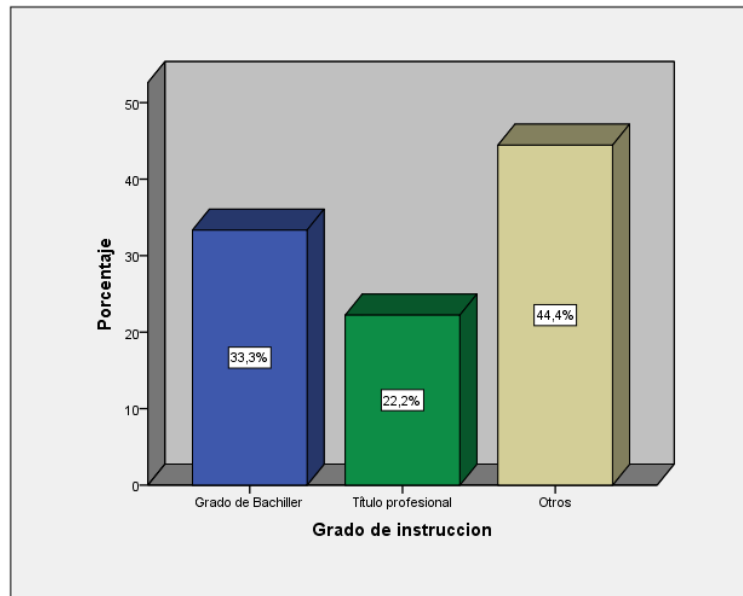


Figura 3. Grado de instrucción de los trabajadores de la empresa World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura.

Se observa en la Tabla 3 que el 44,4% de los encuestados tiene otro tipo de estudios, el 33,3% tiene grado de bachiller y el 22,2% tiene título profesional.

B. Análisis estadístico e interpretación de tablas sobre la variable “Administración de la calidad”

A continuación, se desarrolla el análisis e interpretación de los resultados, que han sido obtenidos al ejecutar las encuestas de los trabajadores de la empresa World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura.

Tabla 4

Porcentaje de Administración de la calidad en el aspecto humano

Ítems	Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
1. ¿Los trabajadores de la empresa participan de manera voluntaria en los procesos?	3	11,1	5	18,5	0	0,0	19	70,4	0	0,0
2. ¿El desempeño de los trabajadores es eficiente?	7	25,9	1	3,7	10	37,0	9	33,3	0	0,0
3. ¿Existe una concientización por el cambio que beneficie a la empresa, por parte de los trabajadores?	4	14,8	4	14,8	10	37,0	9	33,3	0	0,0
4. ¿La empresa se preocupa por motivar a sus trabajadores, con el fin de maximizar su desempeño?	3	11,1	7	25,9	11	40,7	6	22,2	0	0,0
5. ¿Los jefes promueven el cambio con el ejemplo?	3	11,1	5	18,5	1	3,7	18	66,7	0	0,0

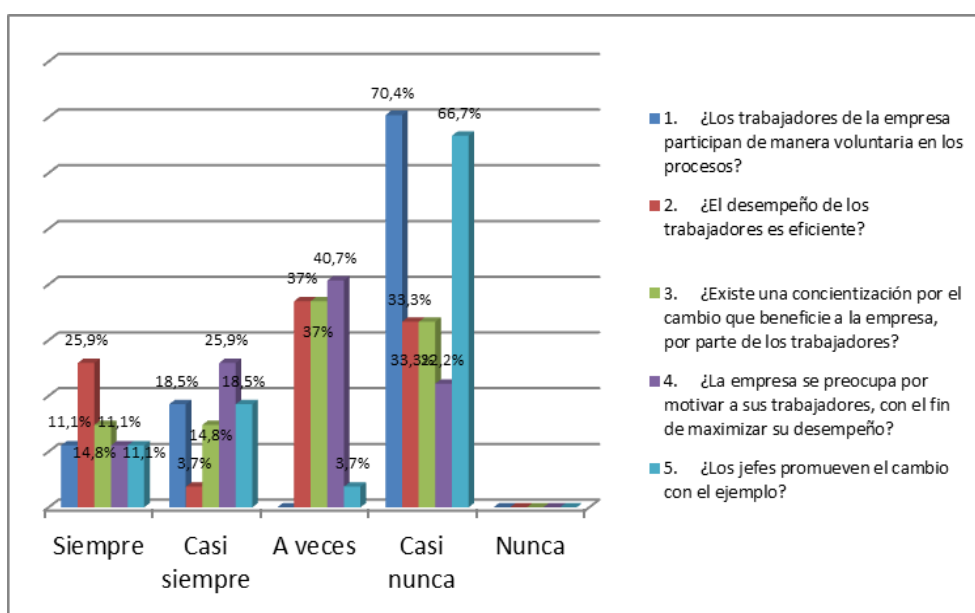


Figura 4. Porcentaje de Administración de la calidad en el aspecto humano.

Se observa en la Tabla 4 que los factores más predominantes encontrados en el aspecto humano son que el 66,7% de los trabajadores manifestaron que nunca los jefes promueven el cambio con el ejemplo, además el 33,0% determinó que el desempeño de los trabajadores no es eficiente y que tampoco existe una concientización por el cambio que beneficie a la empresa, por parte de los trabajadores.

Tabla 5

Porcentaje de Administración de la calidad en el aspecto técnico

Ítems	Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
6. ¿La empresa capacita a sus trabajadores?	4	14,8	5	18,5	0	0,0	18	66,7	0	0,0
7. ¿Los trabajadores de la empresa demuestran tener los conocimientos técnicos necesarios?	3	11,1	4	14,8	13	48,1	7	25,9	0	0,0
8. ¿Los trabajadores de la empresa demuestran tener los conocimientos de estandarización necesarios?	3	11,1	6	22,2	5	18,5	13	48,1	0	0,0
9. ¿Los trabajadores de la empresa demuestran tener la habilidad para solucionar problemas?	3	11,1	6	22,2	0	0,0	18	66,7	0	0,0
10. ¿Existe un control estadístico del proceso?	3	11,1	5	18,5	4	14,8	15	55,6	0	0,0

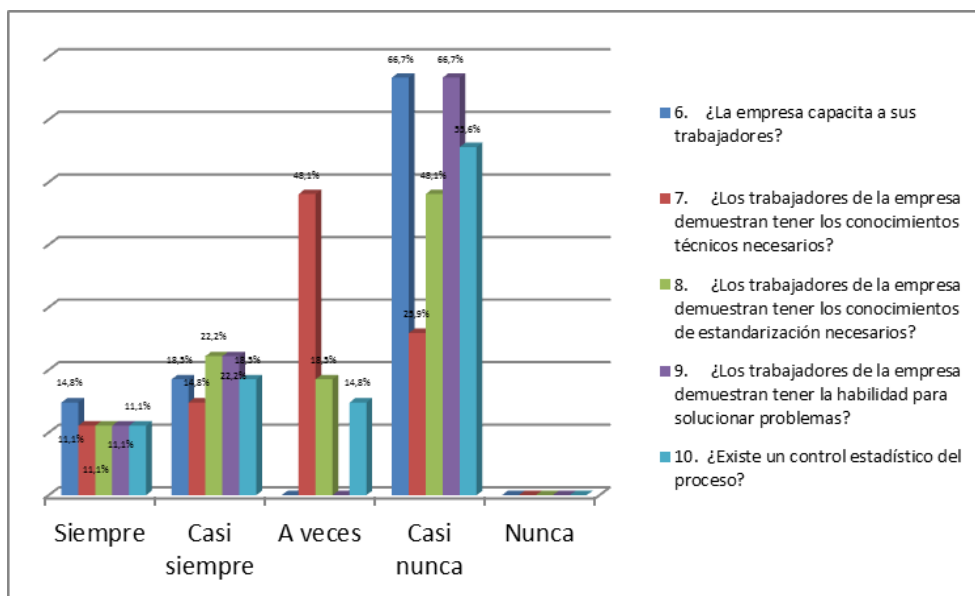


Figura 5. Porcentaje de Administración de la calidad en el aspecto técnico.

Se observa en la Tabla 5 que los factores más predominantes en el aspecto técnico son que el 66,7% de los trabajadores manifestaron que la empresa no capacita a sus trabajadores, por ende, da como resultado que ellos mismo no demuestran tener la habilidad para solucionar problemas, sobretodo en el manejo del control estadístico.

C. Análisis estadístico e interpretación de tablas sobre la variable “Calidad de producto”

A continuación, se desarrolla el análisis e interpretación de los resultados, que han sido obtenidos al ejecutar las encuestas de los trabajadores de la empresa World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura.

Tabla 6

Porcentaje de planificación de la realización del producto

Ítems	Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
11. ¿La empresa planifica adecuadamente los procesos para tener listo el producto para la exportación?	3	11,1	6	22,2	9	33,3	9	33,3	0	0,0
12. ¿La empresa desarrolla eficientemente los procesos para tener listo el producto para la exportación?	3	11,1	10	37,0	1	3,7	13	48,1	0	0,0

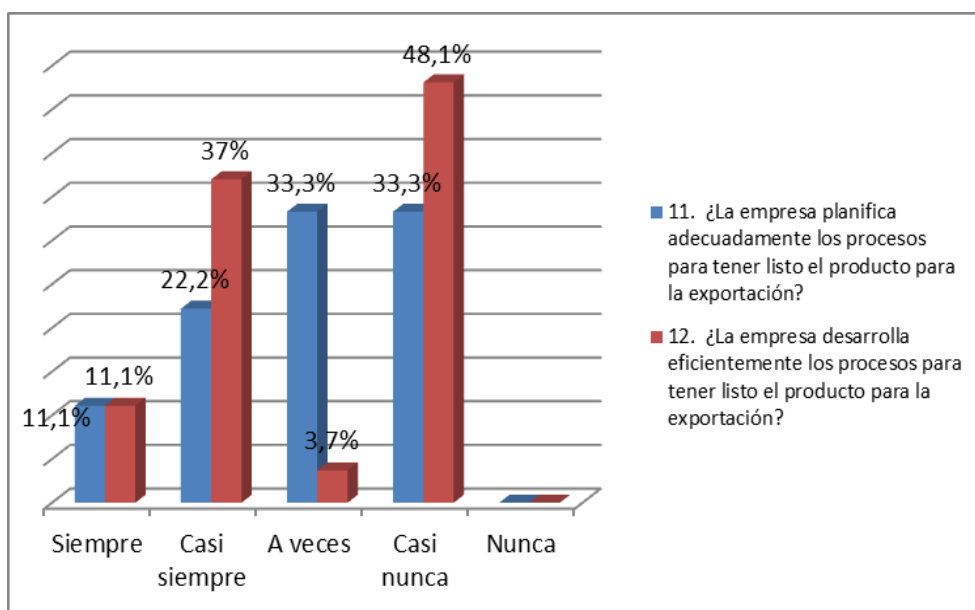


Figura 6. Porcentaje de planificación de la realización del producto.

Se observa en la Tabla 6 que los aspectos que predominaron negativamente en la planificación de la realización del producto son que el 48,1% del personal manifestó que la empresa no desarrolla eficientemente los procesos para tener listo el producto para la exportación.

Tabla 7

Porcentaje del proceso relacionado con el cliente

Ítems	Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
13. ¿La empresa determina oportunamente los requisitos relacionados a los procesos del producto y a su exportación?	5	18,5	5	18,5	9	33,3	8	29,6	0	0,0
14. ¿La empresa revisa los requisitos relacionados a los procesos del producto y a su exportación?	5	18,5	4	14,8	2	7,4	16	59,3	0	0,0
15. ¿La empresa mantiene una comunicación fluida con el cliente?	4	14,8	6	22,2	1	3,7	16	59,3	0	0,0

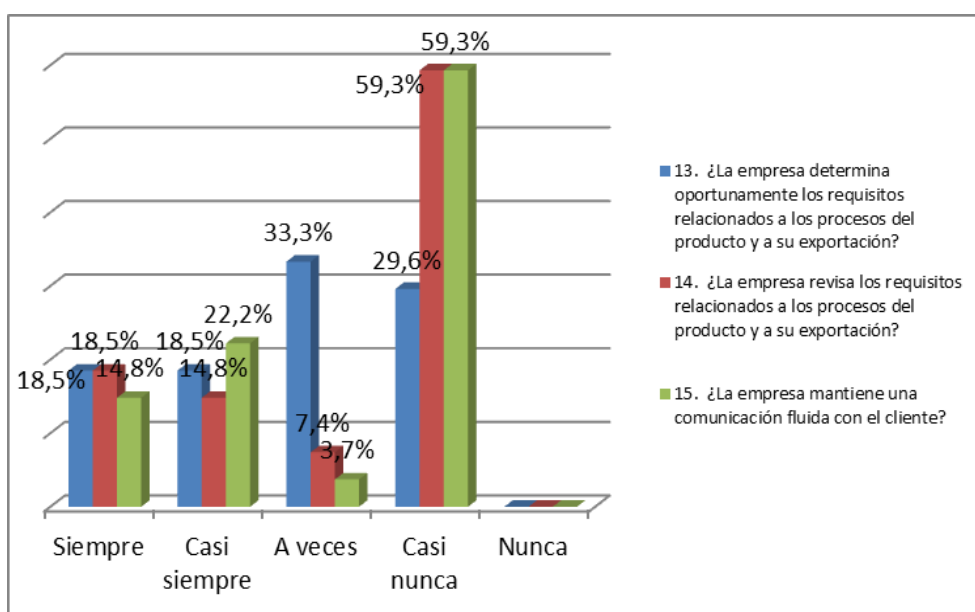


Figura 7. Porcentaje del proceso relacionado con el cliente.

Se observa en la Tabla 7 que dentro de los factores que más predominaron negativamente en el proceso relacionado con el cliente, es que el 59,3% de los trabajadores manifestaron que la empresa no revisa los requisitos relacionados a los procesos del producto y a su exportación y

tampoco los requisitos relacionados a los procesos del producto y a su exportación.

Tabla 8

Porcentaje de diseño y desarrollo

Ítems	Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
16. ¿La empresa planifica y, controla el diseño y desarrollo del producto antes de ser exportado?	3	11,1	3	11,1	5	18,5	16	59,3	0	0,0
17. ¿La empresa cuenta con registros de los elementos de entrada relacionados a los requisitos para la exportación del producto y su calidad?	3	11,1	3	11,1	14	51,9	7	25,9	0	0,0
18. ¿Los resultados del diseño y desarrollo se proporcionan de tal manera que permitan la verificación con respecto a los elementos de entrada para el diseño y desarrollo?	3	11,1	3	11,1	10	37,0	11	40,7	0	0,0
19. ¿Se realizan revisiones sistemáticas del diseño y desarrollo de acuerdo con lo planificado?	6	22,2	8	29,6	5	18,5	8	29,6	0	0,0
20. ¿Se realiza la verificación, de acuerdo con lo planificado, para asegurarse de que los resultados del diseño desarrollado cumplen con los requisitos de los elementos de entrada del diseño y desarrollo?	7	25,9	9	33,3	3	11,1	8	29,6	0	0,0
21. ¿Se realiza la validación del diseño y desarrollo de acuerdo con lo planificado para asegurarse de que el producto resultante es capaz de satisfacer los requerimientos?	5	18,5	8	29,6	5	18,5	9	33,3	0	0,0
22. ¿Se identifican y registran los cambios del diseño y desarrollo que surgen durante el proceso?	5	18,5	7	25,9	7	25,9	8	29,6	0	0,0

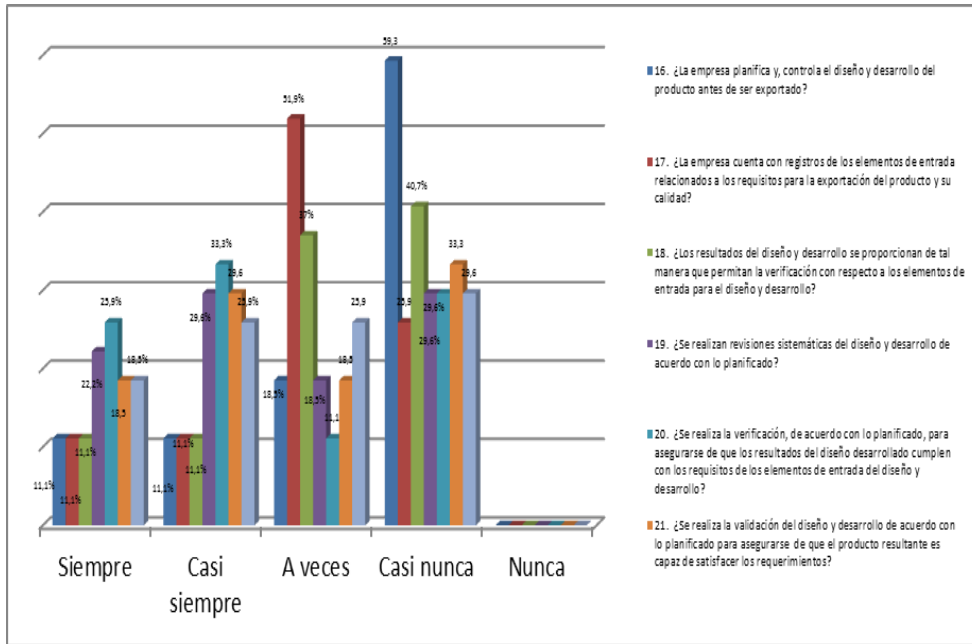


Figura 8. Porcentaje de diseño y desarrollo.

Se observa en la Tabla 8 que los aspectos más predominantes negativamente en el diseño y desarrollo es que el 59,3% manifestaron que la empresa no planifica y, tampoco controla el diseño y desarrollo del producto antes de ser exportado. En cuanto al 33,3% del personal determinó que la empresa no realiza la validación del diseño y desarrollo de acuerdo con lo planificado para asegurarse de que el producto resultante es capaz de satisfacer los requerimientos.

Tabla 9

Porcentaje de Compras

Ítems	Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
23. ¿La empresa maneja un adecuado proceso de compras?	8	29,6	0	0,0	6	22,2	13	48,1	0	0,0
24. ¿La empresa se informa de los productos a comprar antes de comprarlos?	6	22,2	8	29,6	3	11,1	10	37,0	0	0,0
25. ¿La empresa implementa la inspección u otras actividades necesarias para asegurarse de que el producto comprado cumpla los requisitos de compras especificados?	6	22,2	8	29,6	0	0,0	5	18,5	8	29,6

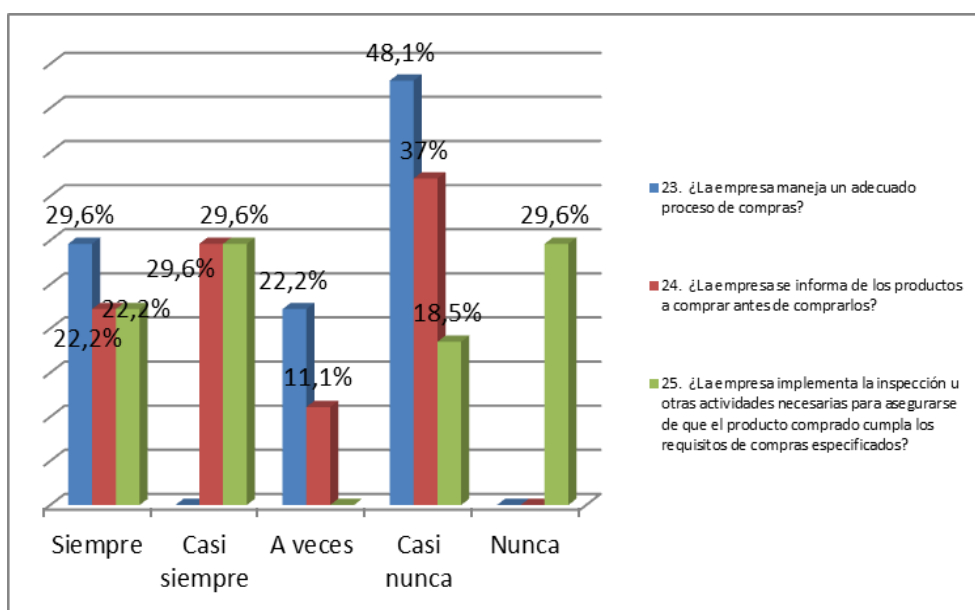


Figura 9. Porcentaje de Compras.

Se observa en la Tabla 9 que dentro de los aspectos predominantes más negativamente con respecto a las compras es que el 48,1% de los empleados manifestó que la empresa no maneja un adecuado proceso de

compras, además el 37% que determinó que la empresa no se informa de los productos a comprar antes de comprarlos.

Tabla 10

Porcentaje de producción y prestación del servicio

Ítems	Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
26. ¿La empresa planifica y lleva a cabo la producción y la prestación del servicio bajo condiciones controladas?	8	29,6	17	63,0	2	7,4	0	0,0	0	0,0
27. ¿La empresa analiza el proceso, que lleva el producto para poder exportarlo, con el fin de validarlo posteriormente?	10	37,0	5	18,5	1	3,7	11	40,7	0	0,0
28. ¿La empresa identifica el producto por medios adecuados, a través de toda la realización del producto?	9	33,3	5	18,5	2	7,4	11	40,7	0	0,0
29. ¿La empresa se preocupa por cuidar los productos que son para los clientes hasta que llegue a las manos de los mismos?	7	25,9	9	33,3	9	33,3	2	7,4	0	0,0
30. ¿La empresa preservar la conformidad del producto durante el proceso interno y la entrega al destino previsto?	7	25,9	9	33,3	9	33,3	2	7,4	0	0,0

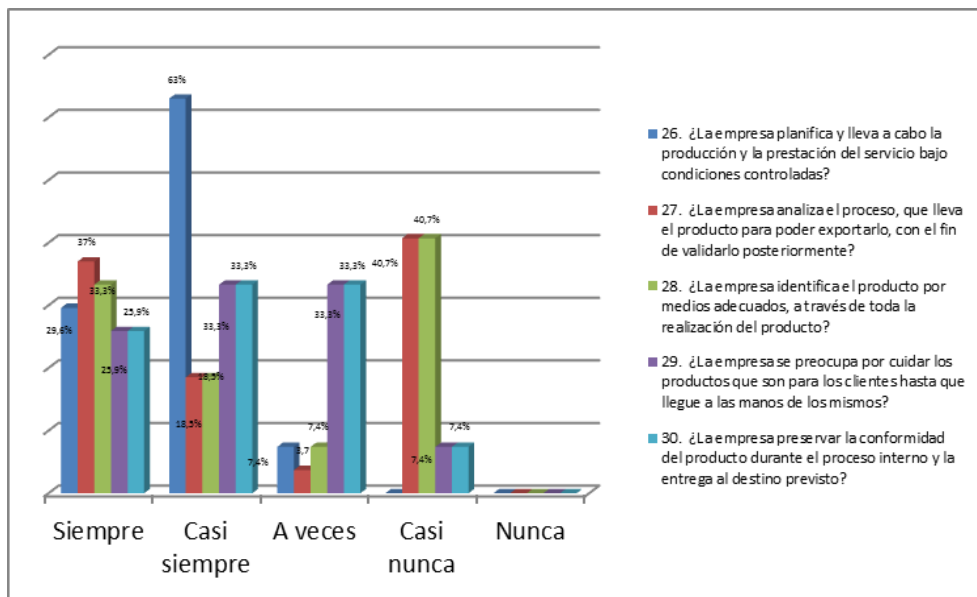


Figura 10. Porcentaje de producción y prestación del servicio.

Se observa en la Tabla 10 que dentro de los aspectos encontrados negativamente que resaltan en la producción y prestación del servicio es que el 40,7% del personal manifestó que la empresa no analiza el proceso, que lleva el producto para poder exportarlo, con el fin de validarlo posteriormente, además de no identificar el producto por medios adecuados, a través de toda la realización del producto.

Tabla 11

Porcentaje de control de los dispositivos del seguimiento y medición

Ítems	Siempre		Casi siempre		A veces		Casi nunca		Nunca	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
31. ¿La empresa hace un seguimiento de sus productos mientras está en camino al destino previsto?	6	22,2	12	44,4	2	7,4	1	3,7	6	22,2
32. ¿La empresa lleva un control de la cantidad de producto mandado al cliente?	3	11,1	6	22,2	6	22,2	0	0,0	12	44,4
33. ¿La empresa utiliza dispositivos de seguimiento para hacer un control a su mercancía enviada al cliente?	4	14,8	7	25,9	1	3,7	0	0,0	15	55,6
34. ¿La empresa utiliza dispositivos de medición para llevar el control de lo mandado al cliente?	12	44,4	13	48,1	1	3,7	0	0,0	1	3,7

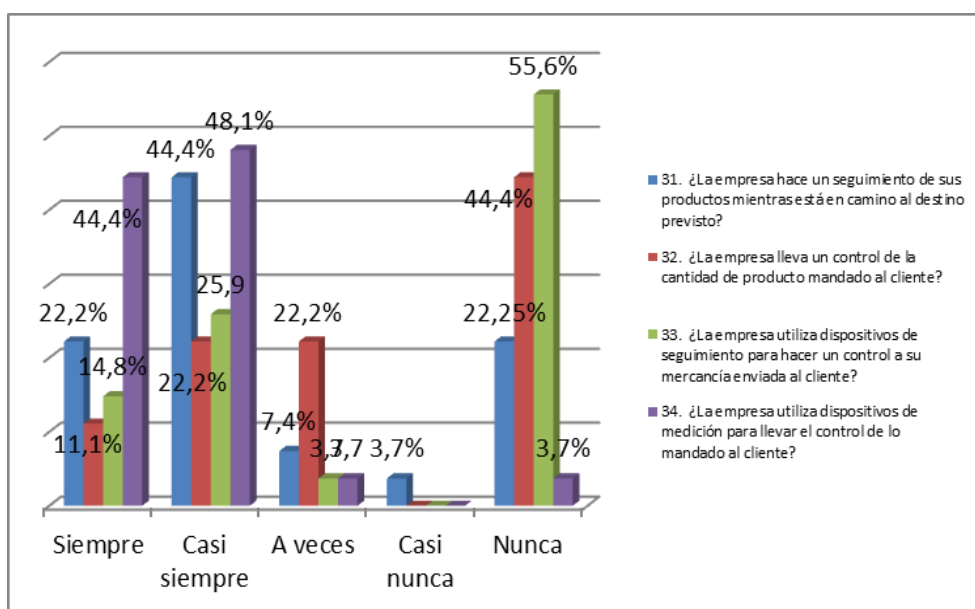


Figura 11. Porcentaje de control de los dispositivos del seguimiento y medición.

Se observa en la Tabla 11 que dentro de los aspectos más predominantes negativamente en el control de los dispositivos del seguimiento y medición son que el 55,5% del personal manifestó que la empresa no utiliza dispositivos de seguimiento para hacer un control a su mercancía enviada al cliente y el 44,4% determinó que la empresa no lleva un control de la cantidad de producto mandado al cliente.

D. Comprobación de Hipótesis

Con la información estadística presentada anteriormente de los cuestionarios aplicados a trabajadores de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura, en la cual se efectuará a la comprobación de las hipótesis planteadas.

Hipótesis Específica 1

Ho: El aspecto humano no influye significativamente en la calidad del producto de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura, 2017.

Ha: El aspecto humano influye significativamente en la calidad del producto de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura, 2017.

Tabla 12

Correlación de Pearson entre el aspecto humano y la calidad del producto

		Aspecto Humano	Calidad del producto
Aspecto humano	Correlación de Pearson	1	,685**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	27	27
Calidad del producto	Correlación de Pearson	,685**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	27	27

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

Se observa en la Tabla 11 que con un nivel de significancia $p=0,000 < 0,05$; y correlación positiva alta $r=-0,685$ se concluye que el aspecto humano influye significativamente en la calidad del producto de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura, 2017.

Hipótesis Específica 2

Ho: El aspecto técnico no influye significativamente en la calidad del producto de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura, 2017.

Ha: El aspecto técnico influye significativamente en la calidad del producto de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura, 2017.

Tabla 13

Correlación de Pearson entre el aspecto técnico y la calidad del producto

		Aspecto técnico	Calidad del producto
Aspecto técnico	Correlación de Pearson	1	,620**
	Sig. (bilateral)		,001
	N	27	27
Calidad del producto	Correlación de Pearson	,620**	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	27	27

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

Se observa en la Tabla 12 que con un nivel de significancia $p=0,001 < 0,05$; y correlación positiva alta $r=-0,620$ se concluye que el aspecto técnico influye significativamente en la calidad del producto de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura, 2017.

Hipótesis General

Ho: La administración de la calidad no influye significativamente en la calidad del producto de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura, 2017.

Ha: La administración de la calidad influye significativamente en la calidad del producto de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura, 2017.

Tabla 14

Correlación de Pearson entre la administración de la calidad y la calidad del producto

		Administración de la calidad	Calidad del producto
Administración de la calidad	Correlación de Pearson	1	,740
	Sig. (bilateral)		,000
	N	27	27
Calidad del producto	Correlación de Pearson	,740	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	27	27

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

Se observa en la Tabla 13 que con un nivel de significancia $p=0,000 < 0,05$; y correlación positiva alta $r=-0,740$ se concluye que la administración de la calidad influye significativamente en la calidad del producto de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura, 2017.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Discusión

En la actualidad se hace de suma importancia para todo gerente el conocer la administración de la calidad.

Teniendo en cuenta lo anterior, se deduce que se hace indispensable para la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product el contar con una administración de la calidad eficiente y adecuadamente desarrollar con la finalidad de buscar la calidad en todos los aspectos de la organización. Sin embargo, dentro de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product se han podido observar algunos problemas que están originando que no se pueda desarrollar una administración de la calidad efectiva a favor de la organización, siendo estos problemas tales como la falta de participación voluntaria en el proceso por parte del 70,4% trabajadores de la empresa originado principalmente por su falta de desempeño laboral que reflejan el 37% ; por otro lado se ha observado que algunos particularmente el 40,7% trabajadores no se sienten motivados al momento de desarrollar sus actividades laborales ya que no sienten que su jefe directo promueva el cambio con el ejemplo; así mismo el 66,7% de los trabajadores observó que la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product no invierte continuamente en capacitaciones en ellos para que promuevan los conocimientos técnicos que necesitan en muchos casos para favorecer el

desarrollo de la administración de la calidad, además de tener facilitar o maximizar sus habilidades de solución de problemas. En cuanto al 55,6% de los trabajadores manifestaron que la empresa exportadora no cuenta en muchos casos con un control estadístico adecuado donde se haga un seguimiento al proceso que maneja la empresa para implementar la administración de la calidad.

Centurión (2014) realizó la tesis titulada “La Gestión de Calidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas de Chimbote 2013”, mencionó que en un mercado tan competitivo como el actual, la calidad es el factor clave del éxito. Hay muchos intentos de definir la calidad y la mayoría son generales, pero todas esas definiciones tienen en común que aluden a la capacidad de un producto/servicio para satisfacer las expectativas de la persona que lo adquiere

Por otro lado, también se han podido observar algunos problemas que está teniendo la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product para brindar un producto de calidad a sus clientes, ya que el 48,1% manifestó que muestran problemas como la falta de planificación y un adecuado realización del producto; por otro lado el 55,6% manifestaron que la empresa no maneja una adecuada relación con sus clientes por falta de comunicación con los mismos y esto origina que no puedan reconocer los requisitos que tienen sus clientes para reconocer al producto que se le brinda como un producto de calidad; así mismo el 48,1% manifestaron que la empresa exportadora no cuenta con un proceso de compra eficiente que le asegure obtener materia prima de calidad y esto se debe primordialmente a la falta de información de sus proveedores y la falta de verificación luego de la compra; el 44,4%

manifestó también que la empresa muestra también una ineficiente control de su productos ya que no cuentan con un sistema diaria de control (dispositivos de seguimiento o dispositivos de medición) como tampoco con un proceso de producción adecuado que asegure la calidad del producto.

5.2. Conclusiones

- Se concluye con un nivel de significancia ($p=0,000 < 0,05$; y correlación positiva alta $r=-0,685$ que el aspecto humano influye significativamente en la calidad del producto de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura, 2017. Esto determina que a medida que se logre que el personal quiera participar voluntariamente en un proceso que la llevara a trabajar en un nivel superior al que tiene en la actualidad, para obtener bienes de calidad adecuados a los clientes, con la confianza de que los productos satisfacen sus requerimientos.
- Se concluye con un nivel de significancia ($p=0,001 < 0,05$; y correlación positiva alta $r=-0,623$ que el aspecto técnico influye significativamente en la calidad del producto de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura, 2017. Esto determina que a medida que el personal esté capacitado en aspectos técnicos como estandarización, control estadístico del proceso, etc., se logrará para obtener bienes de calidad adecuados a los clientes, con la confianza de que los productos satisfacen sus requerimientos.

Por lo expuesto anteriormente:

- Se concluye con un nivel de significancia ($p=0,001 < 0,05$; y correlación positiva alta $r=-0,740$ que la administración de la calidad influye

significativamente en la calidad del producto de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura, 2017.

5.3. Recomendaciones

- Para lograr fortalecer su concientización y motivación deberá participar voluntariamente en el proceso que la lleve a trabajar en un nivel superior al que tiene en la actualidad al cambio.
- Capacitar a los trabajadores con la finalidad de incrementar sus conocimientos técnicos para poder ser parte del cambio organizacional que debe poner en marcha la organización para implementar una administración de la calidad eficiente que conlleve a la empresa a brindar un producto de calidad a sus clientes.
- Comprender que la calidad total no se logra solamente con el trabajo en el aspecto motivacional, también es esencial emprender los programas y procesos de capacitación que sean necesarios. En suma, es indispensable encontrar un equilibrio en ambos aspectos para tener posibilidad de éxito en el proceso; no entenderlo así provocará que trabajemos mucho y logremos poco.

CAPÍTULO VI

FUENTES DE INFORMACIÓN

6.1. Fuentes bibliográficas

Alonso, J. & Provedo, P. (2010). *Gestión de la calidad* (2ª Ed.). España: Editorial Santillana Formación Profesional.

Camisón, C., Cruz, S. & González T. (2011). *Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas* (2ª Ed.). España: Editorial Pearson.

Cantú, H. (2011). *Desarrollo de una cultura de calidad* (4ª Ed.). México: Mc Graw Hill.

Chiavenato I., (2011). *Administración de Recursos Humanos* (9ª Ed.) México, D.F., México: Mc Graw- Hill/Interamericana Editores.

Fukui, R.; Honda, Y.; Inoue, H.; Kaneko, N.; Miyauchi, I. & Soriano, S. (2013). *Manual de administración de la calidad total y círculos de control de calidad*. Vol. I. México: Banco Interamericano de Desarrollo.

Griffin, R. (2011). *Administración* (10ª Ed.). México: Cengage Learning.

Guízar, R. (2013). *Desarrollo Organizacional. Principios y Aplicaciones* (4ª Ed.). México: Mc Graw Hill.

Hernández, R.; Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ª Ed.) México: Mc Graw Hill.

Huerta, J. & Rodríguez, G. (2014). *Desarrollo de Habilidades Directivas* (2ª Ed.). México: Pearson.

- Koontz, H. & Weihrich, H. (2013). *Elementos de Administración. Un enfoque internacional y de innovación* (8ª Ed.). México: Mc Graw Hill Education.
- Kotler, P. & Armstrong, K. (2013). *Fundamentos de marketing* (11ª Ed.). México: Pearson Educación.
- Luna, M. (2012). *Marketing Estratégico*. Huacho. Perú: LUNAGRAF.
- Miranda, F., Chamorro, A. & Rubio, S. (2012). *Introducción a la Gestión de la Calidad*. Madrid. España: DELTA.
- Robbins, S. & Judge, T. (2013). *Comportamiento Organizacional* (15ª Ed.). México: Pearson.
- Sosa, D. (2015). *Administración por calidad* (2ª Ed.). México: Limusa.
- Vargas, M & Aldana, L. (2011). *Calidad de Servicio: Concepto y Herramientas* (2ª Ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones: Universidad de La Sabana.
- Vargas, M. (2011). *Calidad y servicio. Concepto y herramientas* (2ª Ed.). Bogotá: Ecoe.

6.2. Fuentes electrónicas

- Arrué, J. (2014) Análisis de la calidad del servicio de atención en la oficina desconcentrada de Osiptel Loreto desde la percepción del usuario período junio a setiembre de 2014. Universidad Nacional de la Amazonía Peruana. Recuperado el 12 de enero del 2017, de http://dspace.unapiquitos.edu.pe/bitstream/una_piquitos/394/1/1.%20INFORME%20FINAL%20TESIS%202014.pdf

Centurión, R. (2014). La Gestión de Calidad y su influencia en los beneficios de las micro y pequeñas empresas de Chimbote 2013. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado el 12 de enero del 2017, de <http://erp.uladech.edu.pe/archivos/03/03012/documentos/repositorio/2014/01/11/162855/16285520150508092848.pdf>

Urbina, S. (2014). La Calidad del Servicio y la satisfacción de los Clientes de la Empresa: Corporación del Norte S.A.C. – Ciudad de Trujillo 2014. Universidad Nacional de Trujillo. Recuperado el 12 de enero del 2017, de http://dspace.unitru.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/UNITRU/973/urbinacabrera_susan.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

CUESTIONARIO SOBRE ADMINISTRACIÓN DE LA CALIDAD Y CALIDAD DEL PRODUCTO

El presente cuestionario tiene como propósito fundamental reunir información sobre la Administración de la calidad y la Calidad del producto de la empresa exportadora World Fruit Peruvian Product, provincia de Huaura. El cuestionario es anónimo y la información será utilizada únicamente para fines académicos y se garantiza estricta confidencialidad.

I. Por favor marque con una equis (X) en el espacio correspondiente:

a. Género

Masculino	
Femenino	

b. Edad

Entre 18 años a 24 años	
Entre 25 años a 31 años	
Entre 32 años a 45 años	
Más de 45 años	

c. ¿Cuál es el grado académico o título profesional más alto alcanzado?

Grado de Bachiller	
Título profesional	
Grado de Magister o Maestro	
Grado de Doctor	
Otros:	

II. Instrucciones

En el siguiente cuadro marcar con una equis “X” según corresponda teniendo en cuenta la escala de calificación que aparece en la parte superior derecha del cuadro.

ITEM	Siempre	Casi Siempre	A veces	Casi Nunca	Nunca
ADMINISTRACIÓN DE LA CALIDAD					
DIMENSIÓN: ASPECTO HUMANO					
1. ¿Los trabajadores de la empresa participan de manera voluntaria en los procesos?					
2. ¿El desempeño de los trabajadores es eficiente?					
3. ¿Existe una concientización por el cambio que beneficie a la empresa, por parte de los trabajadores?					
4. ¿La empresa se preocupa por motivar a sus trabajadores, con el fin de maximizar su desempeño?					
5. ¿Los jefes promueven el cambio con el ejemplo?					
DIMENSIÓN: ASPECTO TÉCNICO					
6. ¿La empresa capacita a sus trabajadores?					
7. ¿Los trabajadores de la empresa demuestran tener los conocimientos técnicos necesarios?					
8. ¿Los trabajadores de la empresa demuestran tener los conocimientos de estandarización necesarios?					
9. ¿Los trabajadores de la empresa demuestran tener la habilidad para solucionar problemas?					
10. ¿Existe un control estadístico del proceso?					
CALIDAD DEL PRODUCTO					
DIMENSIÓN: PLANIFICACIÓN DE LA REALIZACIÓN DEL PRODUCTO					
11. ¿La empresa planifica adecuadamente los procesos para tener listo el producto para la exportación?					
12. ¿La empresa desarrolla eficientemente los procesos para tener listo el producto para la exportación?					

DIMENSIÓN: PROCESO RELACIONADO CON EL CLIENTE					
13. ¿La empresa determina oportunamente los requisitos relacionados a los procesos del producto y a su exportación?					
14. ¿La empresa revisa los requisitos relacionados a los procesos del producto y a su exportación?					
15. ¿La empresa mantiene una comunicación fluida con el cliente?					
DIMENSIÓN: DISEÑO Y DESARROLLO					
16. ¿La empresa planifica y, controla el diseño y desarrollo del producto antes de ser exportado?					
17. ¿La empresa cuenta con registros de los elementos de entrada relacionados a los requisitos para la exportación del producto y su calidad?					
18. ¿Los resultados del diseño y desarrollo se proporcionan de tal manera que permitan la verificación con respecto a los elementos de entrada para el diseño y desarrollo?					
19. ¿Se realizan revisiones sistemáticas del diseño y desarrollo de acuerdo con lo planificado?					
20. ¿Se realiza la verificación, de acuerdo con lo planificado, para asegurarse de que los resultados del diseño desarrollado cumplen con los requisitos de los elementos de entrada del diseño y desarrollo?					
21. ¿Se realiza la validación del diseño y desarrollo de acuerdo con lo planificado para asegurarse de que el producto resultante es capaz de satisfacer los requerimientos?					
22. ¿Se identifican y registran los cambios del diseño y desarrollo que surgen durante el proceso?					
DIMENSIÓN: COMPRAS					
23. ¿La empresa maneja un adecuado proceso de compras?					
24. ¿La empresa se informa de los productos a comprar antes de comprarlos?					
25. ¿La empresa implementa la inspección u otras actividades necesarias para asegurarse de que el					

producto comprado cumpla los requisitos de compras especificados?					
DIMENSIÓN: PRODUCCIÓN Y PRESTACIÓN DEL SERVICIO					
26. ¿La empresa planifica y lleva a cabo la producción y la prestación del servicio bajo condiciones controladas?					
27. ¿La empresa analiza el proceso, que lleva el producto para poder exportarlo, con el fin de validarlo posteriormente?					
28. ¿La empresa identifica el producto por medios adecuados, a través de toda la realización del producto?					
29. ¿La empresa se preocupa por cuidar los productos que son para los clientes hasta que llegue a las manos de los mismos?					
30. ¿La empresa preservar la conformidad del producto durante el proceso interno y la entrega al destino previsto?					
DIMENSIÓN: CONTROL DE LOS DISPOSITIVOS DEL SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN					
31. ¿La empresa hace un seguimiento de sus productos mientras está en camino al destino previsto?					
32. ¿La empresa lleva un control de la cantidad de producto mandado al cliente?					
33. ¿La empresa utiliza dispositivos de seguimiento para hacer un control a su mercancía enviada al cliente?					
34. ¿La empresa utiliza dispositivos de medición para llevar el control de lo mandado al cliente?					