



Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión

**Facultad de Ciencias Empresariales
Escuela Profesional de Negocios Internacionales**

Gestión de calidad y competitividad del área de exportación de la Empresa Dogana

S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023

Tesis

Para optar el Título profesional de Licenciado(a) en Negocios Internacionales

Autores

Ordóñez López, Joyce Anette

Ramírez Gutierrez, Ilan Andree

Asesor

Dr. Valenzuela Narváez Daniel Alberto Oswaldo

Huacho – Perú

2023



Reconocimiento - No Comercial – Sin Derivadas - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Reconocimiento: Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. **No Comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sin restricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.



UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
LICENCIADA

(Resolución de Consejo Directivo N° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020)

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

INFORMACIÓN

<u>DATOS DEL AUTOR (ES):</u>		
<u>NOMBRES Y APELLIDOS</u>	<u>DNI</u>	<u>FECHA DE SUSTENTACIÓN</u>
Joyce Anette Ordóñez López	72354622	07 de agosto del 2023
Ilan Andree Ramírez Gutierrez	72637805	07 de agosto del 2023
<u>DATOS DEL ASESOR:</u>		
<u>NOMBRES Y APELLIDOS</u>	<u>DNI</u>	<u>CÓDIGO ORCID</u>
Dr. Daniel Alberto Oswaldo Valenzuela Narváez	15724937	0000-0001-8967-1684
<u>DATOS DE LOS MIEMROS DE JURADOS – PREGRADO/POSGRADO-MAESTRÍA-DOCTORADO:</u>		
<u>NOMBRES Y APELLIDOS</u>	<u>DNI</u>	<u>CÓDIGO ORCID</u>
Dra. Flor De María Garivay Torres	15587359	0000-0002-2051-4901
Dr. Félix Gil Caro Soto	32124959	0000-0002-0946-5395
M(O). Ider Walter Alor Bellon	15737214	0000-0001-8355-7960

GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD

INFORME DE ORIGINALIDAD

20%

INDICE DE SIMILITUD

18%

FUENTES DE INTERNET

4%

PUBLICACIONES

8%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.unjfsc.edu.pe Fuente de Internet	3%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	Submitted to Universidad Nacional Jose Faustino Sanchez Carrion Trabajo del estudiante	1%
5	Submitted to SEK International Schools Trabajo del estudiante	1%
6	Gabriel Alejandro Diaz Muñoz, Diego Alfredo Salazar Duque. "La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial", PODIUM, 2021 Publicación	1%
7	repositorio.upt.edu.pe Fuente de Internet	1%

scielo.conicyt.cl

Título:

**GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DEL ÁREA DE
EXPORTACIÓN DE LA EMPRESA DOGANA S.A. AGENTES
AFIANZADOS DE ADUANAS, LIMA, 2023.**

DEDICATORIA

Joyce:

Dedicado a mis abuelas que desde donde estén espero estén orgullosas de la nieta que criaron. A mi Madre que con su esfuerzo y dedicación me sacó adelante pese a las dificultades, a mis pequeños ángeles, a mi familia y por último ,y no menos importante, a Benito por brindarme su compañía cuando más lo necesitaba.

Ilan:

Dedico esta tesis a todas las personas que alguna vez cuestionaron mi decisión de estudiar una carrera universitaria, a quienes esperaban que abandone esta etapa. Decirles que solo me motivaron a no rendirme y ser capaz de hacer más de lo que en un inicio pensé.

AGRADECIMIENTO

Los Autores:

En Primer lugar agradecemos a la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión por la aceptación a ser parte de ella y abirnos las puertas para poder estudiar la carrera, así como también a la gran plana de docentes que nos brindaron sus conocimientos y apoyo para lograr nuestros objetivos día a día.

Agradecemos a nuestro Asesor de Tesis el Dr. Daniel Valenzuela por brindarnos la oportunidad de recurrir a su capacidad y conocimiento científico, así como también brindarnos la paciencia para guiarnos durante el desarrollo de la tesis.

Y finalmente agradecemos a los Gerentes Generales de DOGANA Agentes Afianzados de Aduanas el Sr. Mario Giachetti y el Sr. Fernando Florez por habernos aceptado en realizar la tesis en su prestigiosa empresa.

ÍNDICE GENERAL

TITULO	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE GENERAL	iv
ÍNDICE DE TABLAS	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCIÓN	x

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática	01
1.2. Formulación del Problema	03
1.2.1. Problema General	03
1.2.2. Problemas Específicos	03
1.3. Objetivos de la Investigación	04
1.3.1. Objetivo General	04
1.3.2. Objetivos Específicos	04
1.4. Justificación de la investigación	04
1.5. Delimitación del estudio	05
1.6. Viabilidad del estudio	05

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación	06
2.1.1. Investigaciones internacionales	06
2.1.2. Investigaciones nacionales	07
2.2. Bases Teóricas	09
2.3. Definiciones de términos básicos	31
2.4. Hipótesis de investigación	33
2.4.1. Hipótesis General	33

2.4.2. Hipótesis Específicas	33
2.5. Operacionalización de las variables	34

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Diseño metodológico	35
3.2. Población y muestra	35
3.2.1. Población	35
3.2.2. Muestra	35
3.3. Técnicas de recolección de datos	36
3.4. Técnicas para el procesamiento de la información	36

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Análisis de resultados	37
4.2. Contrastación de hipótesis	47

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

5.1. Discusión de resultados	52
------------------------------	----

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones	56
6.2. Recomendaciones	57

REFERENCIAS

7.1. Fuentes bibliográficas	59
7.2. Fuentes electrónicas	59

ANEXOS	64
---------------	----

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Distribución de frecuencia de Planificación de la calidad	37
Tabla 2.	Distribución de frecuencia de Implementación de la calidad	38
Tabla 3.	Distribución de frecuencia de Control de la calidad	39
Tabla 4.	Distribución de frecuencia de Retroalimentación	40
Tabla 5.	Distribución de frecuencia del Poder de negociación de los clientes	41
Tabla 6.	Distribución de frecuencia de la Amenaza de nuevos competidores	42
Tabla 7.	Distribución de frecuencia de la Rivalidad entre competidores	43
Tabla 8.	Distribución de frecuencia de la Amenaza de productos sustitutos	44
Tabla 9.	Distribución de frecuencia del Poder de negociación con los proveedores	45
Tabla 10.	Pruebas de normalidad	46
Tabla 11.	Prueba de Pearson entre la gestión de la calidad y competitividad	47
Tabla 12.	Prueba de Pearson entre la planificación de la calidad y competitividad	48
Tabla 13.	Prueba de Pearson entre la implementación de la calidad y competitividad	49
Tabla 14.	Prueba de Pearson entre el control de la calidad y competitividad	50
Tabla 15.	Prueba de Pearson entre la mejora de la calidad y competitividad	51

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Planificación de la calidad	37
Figura 2.	Implementación de la calidad	38
Figura 3.	Control de la calidad	39
Figura 4.	Retroalimentación	40
Figura 5.	Poder de negociación de los clientes	41
Figura 6.	Amenaza de nuevos competidores	42
Figura 7.	Rivalidad entre competidores	43
Figura 8.	Amenaza de productos sustitutos	44
Figura 9.	Poder de negociación con los proveedores	45

RESUMEN

Objetivo: Conocer la relación entre la gestión de calidad y la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023.

Métodos: La investigación presente es de tipo aplicada, su nivel es correlacional, diseño no experimental, enfoque cuantitativo. La población considerada fue de 26 trabajadores del área de exportación.

Resultados: en cuestión a si considera que la empresa dispone de manera oportuna de los recursos para mejorar la calidad de su servicio el 46.2% respondió que está totalmente en desacuerdo y en desacuerdo; en mención a si la empresa aplica registros y formatos de gestión de calidad el 73.1% asumió que está totalmente de acuerdo y de acuerdo; en cuanto a si la empresa implementa acciones correctivas frente a errores o fallos en las actividades que se realizan el 73.1% determinó que está totalmente de acuerdo y de acuerdo; en mención a si considera competitivos los costos ofrecidos por la empresa el 80.8% asumió que está totalmente de acuerdo y de acuerdo; en mención a si la empresa ha logrado una buena cuota de participación en el mercado el 65.4% asumió que está totalmente de acuerdo y de acuerdo.

Conclusión: la gestión de calidad se relaciona significativamente con la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023; se respalda en el resultado obtenido por la Prueba de Pearson siendo 0.927.

Palabras clave: gestión de calidad y competitividad.

ABSTRACT

Objective: To know the relationship between quality management and the competitiveness of the export area of the company DOGANA S.A. Bonded Customs Agents, Lima, 2023.

Methods: This research is applied, level is correlational, non-experimental design, quantitative approach. The population was 26 workers from the export area.

Results: in question to whether they consider that the company has timely resources to improve the quality of its service, 46.2% answered that they totally disagree and disagree; In reference to whether the company applies quality management records and formats, 73.1% assumed that they fully agree and agree; Regarding whether the company implements corrective actions against errors or failures in the activities that are carried out, 73.1% determined that they fully agree and agree; In reference to whether they consider the costs offered by the company competitive, 80.8% assumed that they fully agree and agree; In reference to whether the company has achieved a good share of the market, 65.4% assumed that they fully agree and agree.

Conclusion: quality management is significantly related to the competitiveness of the export area of the company DOGANA S.A. Bonded Customs Agents, Lima, 2023; it is supported by the result obtained by the Pearson Test being 0.927.

Keywords: quality management and competitiveness.

INTRODUCCIÓN

Las empresas buscan constantemente en la actualidad aumentar su competitividad, a medida que se esfuerzan por mejorar la atención al cliente y otras características del servicio, todo para indemnizar los requerimientos de los clientes y de esa manera poder aumentar la cartera de clientes. La evidente fragilidad en la capacidad de gestión por parte de la mayoría de las empresas que desconocen los métodos adecuados en la gestión de calidad aumenta los errores en sus procesos y lo vuelve menos competente.

Es por ello que la actual investigación buscó conocer la relación entre la gestión de calidad y la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023.

La investigación está conformada por VI capítulos, donde en el primer capítulo se desarrolló el planteamiento del problema. El segundo capítulo, se desarrolló del marco teórico. El tercer capítulo, detalló la metodología. En el cuarto capítulo se desarrollaron los análisis de los resultados. Mientras que, en el quinto capítulo se realizó la discusión y en el sexto las conclusiones y recomendaciones. La investigación cuenta, además, con las referencias y los anexos complementarios.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

Hoy en día, las empresas se centran en la calidad que puedan tener sus productos y/o servicios para que de esta manera se acojan, de acuerdo con diversas designaciones y en diversos niveles del trabajo. Internacionalmente, es muy confuso este tipo de contexto, en relación a la gestión de calidad, muchas empresas, tales en países como Colombia muestran un frecuente retraso en la tecnología, una débil capacidad innovadora, además de una marcada obsolescencia de sus maquinarias que retrasan su capacidad de gestión (Díaz, Fontalvo y Julio, 2022). Respecto a la competitividad, la investigación realizada por Reyes y Sánchez (2020) señala que ciertos aspectos como la seguridad, la orientación del gobierno hacia el futuro y la transparencia/corrupción crean desconfianza entre los empresarios y aumentan el costo de hacer negocios con ellos, afectando así su competitividad en el mercado del exterior.

En el ámbito nacional, en relación a la competitividad, el estudio realizado por Falcón y Roque (2018) indica que el recurso humano debe ser capacitado, además existe una cantidad de empresas que usan un sistema de proyección y control inapropiado que disminuye la calidad en sus servicios ofrecidos. Por otro lado, respecto a la competitividad, el estudio realizado por Peña (2021) evidencia que las empresas exportadoras no tienen instrumentos eficaces para lograr demostrar sus conocimientos y estar al nivel que requiere el mercado del exterior.

Las empresas buscan constantemente en la actualidad aumentar su competitividad, a medida que se esfuerzan por mejorar la atención al cliente y otras características del servicio, todo para indemnizar los requerimientos de los clientes y de esa manera poder aumentar la cartera de clientes. La evidente fragilidad en la capacidad de gestión por parte de la mayoría de las empresas que desconocen los métodos adecuados en la gestión de calidad aumenta los errores en sus procesos y lo vuelve menos competente. Para que una empresa logre la competitividad, debe tener la capacidad de lograr valor real a largo plazo, y en su estrategia comercial, las empresas dar prioridad en construir un plan de ventaja competitiva sostenible a lo largo

del tiempo. La competitividad debe basarse en la aplicación de tecnología y el uso efectivo de recursos y/o factores que confirma el capital, los naturales y recursos humanos. Sin embargo, estos factores por sí solos, incluso cuando se utilizan con eficacia, no determinan la competitividad de una empresa. Básicamente, depende de qué tan inteligentes se usen (Almeida, 2017). Por este motivo, la gestión de calidad es una pieza clave para optimizar el uso de dichos factores. Por lo expuesto la actual indagación tiene como propósito conocer el vínculo entre la gestión de calidad y la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023.

En la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, se han evidenciado problemas que han ido disminuyendo notablemente su competitividad, dichos problemas surgen a raíz de la falta de un programa de control documental actualizado en el que tenga acceso el cliente para la revisión del estatus de su DAM de exportación; las agencias de aduanas de la competencia tienen mejor distribución de su personal en relación con las funciones que realizan; se ha detectado una alta rotación del personal ya que al cumplir con su máximo nivel de aprendizaje optan por irse a otra empresa que paguen lo que corresponde a sus capacidades; las agencias de la competencia trabajan con transporte homologado que cumplen con los servicios a las horas pactadas sin demoras y cumpliendo con los plazos de ingreso de puerto; existen muchas demoras en la empresa debido a ello los clientes optan por irse con otra agencia de aduanas que cumplan con sus plazos establecidos.

Asimismo, también se ha identificado problemas en la gestión de calidad que viene ejecutando la empresa debido a la sobrecarga laboral, ya que un trabajador desarrolla funciones que se pueden descentralizar y así cumplir con los KPI de los clientes; hay personal nuevo cada 6 meses, no hay personal que se mantenga en el mismo puesto debido a las renunciaciones masivas debido a la falta de apoyo de gerencia generando así un sinnúmero de errores por personal no capacitado y/o sin experiencia; faltan unidades de transporte, se trabaja con la empresa Transportes Ambrogio que no tiene las unidades suficientes para los clientes de carga Dry dándole prioridad a clientes con carga Reefer ocasionando la coordinación de transporte hasta 1 día antes de la gestión de ingreso de contenedor a puerto; se ha generado sobrecostos por corrección extemporánea debido a la demora de información por parte de los despachadores en planta y por último, la demora en la regularización de la DAM, por

la falta de control de los asistentes documentarios con respecto a la solicitud de documentos de exportación.

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema General

¿Cuál es la relación entre la gestión de calidad y la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023?

1.2.2. Problemas Específico

- a. ¿Cuál es la relación entre la planificación de la calidad y la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023?
- b. ¿Cuál es la relación entre la implementación de la calidad y la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023?
- c. ¿Cuál es la relación entre el control de la calidad y la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023?
- d. ¿Cuál es la relación entre la mejora de la calidad y la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023?

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo General

Conocer la relación entre la gestión de calidad y la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023.

1.3.2. Objetivos Específicos

- a. Conocer la relación entre planificación de la calidad y la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023.
- b. Conocer la relación entre la implementación de la calidad y la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023.
- c. Conocer la relación entre control de la calidad y la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023.
- d. Conocer la relación entre la mejora de la calidad y la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023.

1.4. Justificación de la investigación

Justificación metodológica

Metodológicamente la justificación de esta indagación se centra en la proporción de un cuestionario cuyo carácter es de instrumento universal de tal manera que dicho cuestionario sirva para otras empresas que compartan la misma realidad problemática.

Justificación teórica

La actual indagación se justifica teóricamente, puesto que se va realizar una investigación empleando un conjunto de teorías, conceptos y diferentes definiciones que permitirá tener un mejor conocimiento sobre las características de las variables en estudio.

1.5. Delimitación del estudio

1.5.1. Delimitación geográfica: Empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, departamento de Lima.

1.5.2. Delimitación temporal: octubre del 2022 a abril del 2023.

1.5.3. Delimitación social: Trabajadores de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas.

1.5.4. Delimitación semántica: Gestión de la calidad y Competitividad.

1.6. Viabilidad del estudio

La investigación tiene viabilidad o factibilidad del estudio; ya que, se dispone de tiempo, recursos económicos, humanos y materiales que llevarán a cabo el logro del estudio. También se tiene acceso al lugar en el que se realizará el estudio.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Investigaciones internacionales

Mata, Maldonado y Devesa (2021), “La gestión de la cadena de suministro como factor influyente en la competitividad de las pymes del estado de Aguascalientes”, Escuela Naval Almirante Padilla – ENAP. Bolívar. Colombia. Objetivo: enfocarse en el proceso para abastecer con arena el sandblasting en la empresa. Su diseño es: no experimental. Es de tipo: transversal y correlacional. La técnica fue: la entrevista y observación directa. En base a los resultados mencionan que: pese a los avances en herramientas y estrategias comerciales que agilizan los procesos internos y externos de las empresas a lo largo de la cadena de suministro, existe la preocupación de que el nivel de no disponibilidad o “agotados” se convierta en uno de los indicadores que continúan llamando la atención no solo en logística, sino también en la gestión en general, porque para todos está claro que cada parte interesada es parte de la base de toda la cadena de suministro. Se concluyó que: ASOMAN que es el proveedor en este caso, tiene que considerar e invertir significativamente en infraestructura física y tecnológica, así como en una organización administrativa y logística más eficiente, para fortalecer sus capacidades existentes que les permitan a los proveedores adquirir la capacidad necesaria para responder a los requerimientos de COTECMAR de una manera oportuna.

Viteri (2021), “Modelo de gestión de calidad para la Florícola AGRINAG S.A., de la provincia de Cotopaxi”, Universidad Técnica de Cotopaxi. Guayaquil. Ecuador. Objetivo: hacer el diseño de un patrón de gestión de calidad que mejore la productividad. Es de tipo: descriptivo. El universo fue: 26 empleados. Las técnicas fueron: la observación directa y la entrevista. En base a los resultados mencionan que: se identificó la existencia de debilidades, falta de mecanismos de gestión de control de calidad, asociados

a estándares del exterior, que perjudican el sistema de producción. Esto dio lugar a la propuesta de un marco de gestión de la calidad que se base en el Modelo Europeo de Excelencia EFQM (European Business Excellence Model), que identifica, describe y explica cada paso o fase a dar. Se concluyó que: si bien existe un método de gestión de la calidad el cual se basa en normas y reglamentos nacionales e internacionales, no tiene un programa para evaluar y cuantificar la calidad de las técnicas, lo cual es una limitante para determinar la realización de proyectos estratégicos respecto a las actividades que afectan la productividad y la calidad.

Salas et al. (2019), “Evaluación de la cadena de suministro para mejorar la competitividad y productividad en el sector metalmeccánico en Barranquilla, Colombia”, Universidad de la Costa. Barranquilla. Colombia. Objetivo: calcular el grado de competitividad y productividad. La técnica fue: la encuesta. En base a los resultados mencionan que: se han realizado soluciones para operaciones logísticas completadas en la cadena de suministro, considerando los patrones de calidad de los métodos y seguridad de la cadena de suministro. Se concluyó que: la industria ha expuesto un alto crecimiento financiero en el país, además, es indispensable dar una mejorar continua en el proceso de producción a través del seguimiento y control de los indicadores asociados.

2.1.2. Investigaciones nacionales

García (2021), “Gestión de calidad para incrementar la productividad en la empresa Grupo Purisatal SAC - Lambayeque 2020”, Universidad Señor de Sipán. Perú. Objetivo: fijar la gestión de la calidad con el fin de aumentar la productividad. Su diseño es: no experimental. Es de tipo: aplicada. El universo fue: 14 personas. Las técnicas fueron: la encuesta y entrevista. En base a los resultados mencionan que: las principales causas que tendrán un impacto directo en la productividad son el tiempo de inactividad, las pérdidas, incluidas las causadas por la falta o ausencia de mano de obra directa, o daños en los equipos. Al hacer el Beneficio Costo de las propuestas, se observó que es factible económicamente para la empresa. Se concluyó que: la productividad

actual es de 1.61; un producto no efectúa con un control de calidad efectivo, por lo que sus procesos de planificación están mal producidos.

Alegría y Angulo (2019), “Relación de la gestión de la cadena de suministros y la competitividad de las pymes del Sector Calzado de Trujillo, 2019”, Universidad César Vallejo. Perú. Propósito: establecer un patrón de la gestión de la cadena de suministros para dar una mejora en la competitividad. Su diseño es: no experimental. Es de tipo: transversal y correlacional. El universo fue: 50 empresas. La muestra fue: 44 empresas. La técnica fue: la encuesta. En base a los resultados mencionan que: el 72.73% de las PYMES manejan regularmente su cadena de suministro y el 81.82% de las PYMES que se encuestaron tienen baja competitividad, lo que permite determinar una asociación que es moderada entre las variables gestión de la cadena de suministro y el nivel de competitividad. Se concluyó que: los resultados de la dimensión de la cadena de suministro muestran que el 50% tienen una gestión sistemática porque su base de datos no está actualizada; de igual forma para la dimensión competitividad el 59.09% tiene un nivel bajo de control de costos, por la falta de estrategias de desarrollo y procesos establecidos para el aprovechamiento de los recursos.

Facundo y Purihuaman (2019), “Gestión de calidad y competitividad en la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia, 2019”, Universidad César Vallejo. Perú. Propósito: establecer la asociación existente entre gestión de la calidad y la competitividad en la empresa. Es de diseño: descriptivo-correlacional. Es de tipo: aplicada. El universo fue: 30 empleados. La técnica fue: la encuesta. En base a los resultados mencionan que: la correlación que se obtuvo de ambas variables fue positiva fuerte de 0.952, el valor de significancia fue de $0.000 < 0.05$, entonces se acepta la H1 y se rechaza la H0. Se concluyó que: hay vínculo entre ambas variables investigadas, significa, entre la gestión de calidad y competitividad.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Variable 1: Gestión de calidad

A. *Definiciones*

Díaz y Salazar (2021) definen a la gestión de calidad como un grupo de actividades planeadas y sistemáticas requeridas para brindar a los consumidores la plena seguridad de que un bien o prestación efectúe con los estándares de calidad.

Pereira (2019) indica que la gestión de la calidad es un elemento clave para optimizar los procesos y poder planificar, controlar, asegurar y mejorar la calidad en una empresa.

Nueva ISO 9001 (2018) la gestión de la calidad es un grupo de operaciones planeadas y sistemáticas que permiten la diferenciación e inspiran confianza en el producto y/o servicio prestado.

Gonzales (2017) aluden que la gestión de la calidad es un grupo de procesos para planificar, asignar recursos, planificar la calidad y evaluar un producto y/o servicio específico mediante el sistema de producción de una empresa u organización, específicamente para indemnizar los requerimientos de calidad de los consumidores.

B. *Dimensiones*

Según lo desarrollado por Ayuso y De Andrés (2018) la gestión de calidad tiene las siguientes dimensiones:

a. Planificación de la calidad

De acuerdo con Ayuso y De Andrés (2018) indican que se trata de describir principios, metas y estrategias, así como evaluar a los clientes, sus necesidades y mejorar el proceso de un servicio o producto.

b. Implementación de la calidad

De acuerdo con Ayuso y De Andrés (2018) es importante que todos los empleados, a través de una comunicación permanente, conozcan y se capaciten en los procedimientos para implementar y ejecutar.

c. Control de calidad

De acuerdo con Sánchez y Enríquez (2013) estos son procesos y actividades operativas para cumplir con los requisitos de calidad, incluyen el análisis, la medición del producto, la inspección de la línea de producción hasta que se descubren los defectos y se corrigen, de manera que el proceso asegure la estandarización y la confiabilidad de los productos ofrecidos por la compañía.

d. Mejora de la calidad

De acuerdo con Ayuso y De Andrés (2018) es un proceso de autoevaluación en el que los empleados verifican y eliminan los defectos detectados, basado en las necesidades del cliente para que los procesos se desarrollen de manera continua y eficaz en cualquier área de la empresa.

C. Importancia de la gestión de calidad

Amaya, Félix y Rojas (2020) la gestión de la calidad es importante en las empresas, y las organizaciones afines necesitan reenfocar la visión y adoptar modelos de gestión exigentes y modelos que definan las prácticas, las maneras y principios como rectores a nivel de gestión desarrollados. Desde el concepto más sencillo, la calidad orientada desde un principio como estar libre de defectos, esta definición ha evolucionado con el pasar de los años, asumiendo que actualmente satisface plenamente los requerimientos, aspiraciones y requerimientos de los clientes y usuarios. Por una parte, toma un enfoque global que asegura la coherencia funcional y la calidad técnica, y por otro extremo, logra confiabilidad, responsabilidad, empatía, certeza y tangibilidad. En cualquier caso, apostar por ella, quiere decir reconocer su importancia y los beneficios que reporta cuando se adopta oficialmente en las organizaciones.

A nivel de principios investigados, se asume que estos son los principios rectores que guían la acción, es decir, los lineamientos o referencias que guían a la organización hacia la satisfacción del cliente, los cuales requieren un compromiso integral desde el nivel estratégico superior hasta los niveles básicos de gestión la estructura organizativa. Por una parte, preocuparse por los requisitos del cliente, el liderazgo y cómo se hace en la organización; se vuelve importante capacitar y

trabajar para incentivar, gestionar, responsabilizar y comprometer a todo el talento humano para mejorar la calidad.

El cómo los empleados utilizan sus habilidades y competencias para conseguir los propósitos de la organización; porque el talento es un elemento primordial en la gestión, porque es la persona que implementa los procesos clave, y al mismo tiempo contribuyen a realizar variaciones significativas para asegurar una gestión de calidad total. Por otro extremo, el desarrollo de los procesos según el principio de máxima eficacia y el cumplimiento de los requisitos y detalles globales, la mejora continua lleva por regla general al re-aprendizaje diario. Esto requiere tomar decisiones basadas en datos específicos sobre las operaciones internas de la organización.

Por último, la gestión de relaciones, especialmente con proveedores y otras entidades, es esencial en todo el sistema en crecimiento y está ganando importancia en las organizaciones del siglo XXI de hoy. Todos los integrantes de la organización necesitan compromiso y dedicación para que esta fluya como un sistema interrelacionado e interconectado, dominado por un Sistema de Gestión de la Calidad Total, que, si bien requiere dedicación y esfuerzo, pero le permitirá disfrutar de los beneficios y bondades que se traducen en productos y servicios de calidad alta.

D. Principios sobre la calidad total

Díaz y Salazar (2021) citando a Kotler y Armstrong argumentan que, si una organización está posicionando su producto para brindar el mejor servicio y calidad, debe entregar lo que promete al mercado, porque el posicionamiento se trata de brindar más valor para los consumidores que lo que ofrecen los competidores. Cuando los competidores que están en medio sienten amenaza por parte de una empresa que agrega valor a sus productos, los produce de manera más eficiente y es claramente aceptada por los clientes, inevitablemente se ve obligada a mejorar, renovar y reformar sus procesos para mejorar la calidad de su producto y no perder cuota de mercado. Esto es esencial para la industria actual porque es probable que desaparezcan aquellos en algún momento de su vida empresarial o las absorban las demás empresas grandes y dinámicas.

Por lo tanto, es significativo comprender que los requerimientos de los clientes cambian con el tiempo y suelen ser más elevados que en años anteriores; por lo tanto, es importante que la industria preste mucha atención no solo para saber los requerimientos de los consumidores, sino también para equiparar los factores relacionados con la calidad, y la necesidad de mejorar para llegar a un conjunto de factores que satisfagan las necesidades de los consumidores. o incluso superar sus requisitos esperados. La implementación de un sistema de gestión de la calidad proporciona a una empresa una multitud de beneficios que, combinados con el contexto empresarial, facilitarán el aprovechamiento de las oportunidades, reducirán los riesgos y aumentarán la capacidad de satisfacer los requisitos de la demanda de los clientes.

La familia de normas ISO 9000:2015 fue desarrollada según los estándares de gestión de la calidad, inicialmente había ocho normas y luego su número se redujo a siete. Por su parte, Cortes (2017) afirma que los principios de gestión de la calidad dan la oportunidad a las empresas de disponer de un grupo de claves con el fin de crear una cultura de la calidad de acuerdo a lo establecido en la norma ISO 9000.

Los siete principios de gestión de la calidad, se pueden utilizar por la dirección de una organización para llevar a la industria a una mayor productividad y pueden aplicarse en cualquier empresa, pero su uso total o parcial va a depender de elementos como la dimensión de la industria, los recursos humanos, las particularidades del producto, tipo de mercado de apoyo, entre otros, y en base a ello establecerá el orden de implementación; sin embargo, el orden recomendado Sánchez (2017) es el mencionado a continuación:

- a) Orientación al cliente.
- b) Liderazgo
- c) Participación de los empleados.
- d) Enfoque de proceso.
- e) Mejorar continuamente.
- f) Un enfoque que se base en antecedente para elegir decisiones.
- g) Una relación de proveedor mutuamente beneficiosa.

E. El rol de la cúpula organizacional en la gestión de la calidad

Díaz y Salazar (2021) los líderes empresariales tienen muchas funciones diferentes dentro del sistema de gestión de calidad, pero su función primordial es establecer pautas para que el estándar se implemente adecuadamente en toda la industria. De acuerdo con Van de Berghe (2016), el papel del líder es hacer juntas periódicas para informar la posición financiera, las ventas, la participación de mercado, las metas y la estrategia de la empresa, y buscar ideas y sugerencias para implementar un estilo de gestión participativo y evocar un sentido de calidad de los empleados. Se pueden tomar las opiniones de este autor siempre que las partes interesadas tengan la orientación y comprensión necesarias de cómo se deben realizar las actividades antes de la adopción del sistema de gestión de la calidad y qué modificaciones se tienen que hacer para que esas funciones contribuyan positivamente al cambio y a la implantación de la norma.

Calidad significa lograr que la totalidad de los integrantes de la empresa estén comprometidos, con el fin de conseguir el mejor producto posible, mediante el uso de trabajadores con las habilidades necesarias, una gestión eficaz y procesos de fabricación apropiados. Si bien la mejora a través de sistemas de gestión orientados a la calidad es excelente en todos los aspectos, los cambios dentro de una empresa pueden ser significativos y es indispensable estar preparado para ellos, ya que cualquier cambio puede causar serios problemas de resistencia entre los empleados y es relevante poseer un proyecto establecido para minimizar esto y evitar una continuación de los procedimientos operativos existentes. Según Münch (2005), el recurso más relevante en cualquier industria es el personal que trabaja en ella, por lo que la formación es uno de los factores determinantes que no se puede menospreciar ni darle mínima importancia, porque “en términos de calidad global, no tiene que centrarse únicamente en adquirir nuevos conocimientos, sino también para cambiar actitudes y comportamientos” (Fernández, 2010, p. 95).

Robbins (2006) mencionado por Genesia y Suárez (2010), declaró que la calidad del talento humano es probablemente uno de los recursos más importantes, ya que garantiza la capacidad de lograr un rendimiento óptimo. El segundo concepto, en el periodo moderno, se ha vuelto muy popular, pero a pesar de ello, esto no es en todas las organizaciones, ya que no todas pueden lograr esto que los cambios en las posturas, la conducta de los empleados es definitivamente necesarias

para implementar adecuadamente el sistema de gestión de calidad; no obstante, la capacidad de resistir el cambio en lo que se expresa entre las partes interesadas en responder al riesgo de inestabilidad laboral, incluida la implementación de políticas que requieren un nuevo sistema con la próxima adaptación en los procesos de producción y en los trabajadores, razón por la cual, esto es muy bueno y la confianza que transmiten los gerentes se convierten en factor crucial que permite que toda la empresa opere en armonía y se centre en los resultados.

La actitud del empleado cambia de manera positiva y puede reflejarse entre los individuos en todo el contexto empresarial, cuando los trabajadores se sienten satisfechos con su trabajo de acuerdo con Coleman (2017), pero asociado a estas posturas, existe un liderazgo que tiene la capacidad de determinar proyectos de acción para continuar y crear conciencia en los trabajadores, la motivación y el deseo de realizar sus acciones, porque ha sido concebida para la calidad, porque cuando las actividades y las operaciones de las partes no están claras, el personal atacante es incierto y esto puede causar una serie de factores en el clima de trabajo que al mismo tiempo, puede ser un escenario desfavorable para las condiciones que pretenden generar mediante el liderazgo, el cual es definido como “un fenómeno extremadamente confuso que no solo depende del último individuo para usarlo, sino además de los seguidores y del contexto de la situación” (Castillo y Cubeiro, 2016, p. 16).

Si se habla de liderazgo, se piensa en el individuo más antiguo de la compañía o que tiene el conocimiento mayor; pero este término incluye varios aspectos: proponen conocimiento además de la práctica o la capacitación académica y la capacitación vocacional de una persona, porque se le considera un líder que rige un conjunto de individuos y de acuerdo con Sánchez (2017) las partes interesadas consideran esto como tal. Esto le permite dirigir al grupo en un camino que termina con un rendimiento exitoso de una acción determinada, las características como el carisma y la empatía son necesarias y, según Miranda, Chamorro y Rubio (2007), toman un rol importante en todo el programa ya que la alta dirección, tiene que ejercer en una filosofía coordinada, estimular la cooperación y la participación de todos los empleados en el proceso para mejorar continuamente.

F. Gestión de calidad y crecimiento empresarial: relaciones esenciales

Ornaza y Guerrero (2021) para aumentar la competitividad de las empresas, la gestión de calidad se considera una estrategia indispensable de los gerentes.

Hernández, Barrios y Martínez (2018) argumentan que esto contribuye a la productividad y crecimiento de la empresa al beneficiarse de la aplicación continua de la gestión de la calidad, el alineamiento e integración de los resultados proyectados y la capacidad de enfocarse en el desempeño, la eficiencia y la flexibilidad.

La gestión de calidad incluye implementar sistemas de gestión y procesos internos, lo que conduce a la mejora de los instrumentos de gestión. Así, se puede aseverar que existe un vínculo estrecho entre la gestión de la calidad y el desarrollo. Los sistemas y los estándares de gestión, son un elemento básico en la vida de una organización y una condición para supervivir en el siglo XXI.

Con base en los criterios anteriores, se puede concluir que, en la práctica de gestión moderna, la gestión de calidad juega un rol significativo, al aseverar que la calidad es un elemento estratégico para conseguir que la empresa sea exitosa, para mejorar la competitividad y la eficiencia empresarial de las empresas en el mundo, ya sean grandes y pequeñas, tanto industriales como de servicios, aplican el principio de calidad total.

La teoría de la gestión de la calidad ha sido desarrollada en tres áreas distintas, incluidas los aportes de los líderes de calidad, los patrones de evaluación formal y la investigación de medición, lo que permite que la teoría haga uso de una serie de realidades para el desarrollo empresarial. La estrategia centrada en la calidad impacta positivamente en el desarrollo sostenible del negocio. Asimismo, para la supervivencia a largo alcance, la calidad tiene que entenderse como el principal propósito de la organización.

Con respecto al éxito de calidad percibido de 109 empresas en el transcurso de cinco años, se encontró en su investigación que los factores de calidad de ISO9000 estaban significativamente relacionados con el éxito descubierto de la gestión de calidad total. Las prácticas de gestión de calidad (QM), estableciendo que un buen desempeño muestra que todo el grupo de prácticas de gestión de calidad (QM) sigue siendo válido. Aplicar estándares de calidad significa

incorporar instrumentos de gestión a la empresa, según Huarng, Horng, & Chen (1999) enfatizando la aplicación de estándares de calidad, ya que han sido de gran ayuda para las empresas taiwanesas en aseguramiento de la calidad, innovación, competencia internacional, reducción de costos y crecimiento de ventas, creando el desarrollo empresarial.

Hay un vínculo positivo entre las prácticas de gestión de la calidad y el desempeño de la organización, puesto que impactan directamente en el desempeño operativo, las prácticas fundamentales que afectan la calidad del producto y el buen desempeño son esenciales para el crecimiento. Zhang (2000) indica que gestionar la calidad mediante patrones de gestión, permite hacer una evaluación a las fortalezas y debilidades de una empresa, consiguiendo un impacto positivo en la calidad del producto y, por consiguiente, un mejor impacto en los resultados del negocio.

Las empresas se centran cada vez más en la gestión de la calidad total (TQM); esto se considera como una de las opciones estratégicas primordiales, para que las empresas manufactureras perduren y sigan siendo productivas en el contexto competitivo actual. Las prácticas de TQM están en parte asociadas con el desempeño de calidad de las empresas indias.

Durante la década de 1990, la industria manufacturera enfrentó varios cambios y desafíos debido a la globalización, que desde entonces se ha extendido significativamente entre las empresas manufactureras como una forma de aumentar la eficiencia y la competitividad en los métodos de gestión de calidad (QM).

Lo anterior, lleva a la conclusión de que, a través de la gestión de calidad, las empresas no solo perduran, sino que también luchan por crecer, manteniendo la competitividad. Por ello, el involucramiento de la alta dirección debe ser activo y asertivo en la aplicación de la gestión de la calidad, enfatizando que esta apoya las acciones y conductas que siguen las empresas para lograr el éxito en las medidas de calidad internas y externas.

La gestión de calidad ha cobrado gran importancia hoy en día, debido a la implementación de diversos programas que inciden positivamente en el crecimiento del negocio. Un número relevante de empresas ha adoptado alguna forma de gestión

de la calidad en sus operaciones, con beneficios evidentes. Hay una tendencia hacia el aumento de la demanda de mejores métricas de rendimiento empresarial.

Por ende, se puede suponer que el crecimiento y supervivencia de una organización está íntimamente relacionado con la gestión de la calidad, por lo que las empresas deben darse cuenta de la importancia de incorporar la calidad como un factor integral de la gestión empresarial.

G. Teorías de gestión de calidad

Sánchez, Seminario y Oruna (2021) abordando distintas teorías de la gestión de la calidad, este sistema ha evolucionado a lo largo del tiempo desde un enfoque hacia la completa satisfacción de los consumidores y usuarios; de la inspección a la gestión de la calidad; el aseguramiento; hasta hoy en día desarrollarse como la gestión de la calidad y los sistemas integrados de gestión de la calidad. Es un componente superior para planear, controlar y mejorar la calidad empresarial. La empresa del futuro es como una orquesta sinfónica, dominada por una alta individualización, coherencia y sincronismo. Por supuesto, la calidad debe verse como una parte integral de las estrategias de responsabilidad social para garantizar la mejora social y ambiental, como poner productos o servicios en línea con los clientes.

Para nuestro estudio de la definición de gestión de la calidad, creemos que Camisón et al. tales como los factores, directivas, reglas, capacidades, conocimientos, propósitos y demás cosas con las que el empresario determina proyectos de acción, dirige, ejecuta y controla las diferentes acciones para lograr los objetivos pactados. Además, otro concepto en este estudio, nos fijamos en el nivel de desempeño laboral, como la evaluación, el rendimiento, las acciones pasadas y presentes de los empleados en comparación con sus estándares; y la seguridad y salud de los trabajadores como sistema encargado de identificar, evaluar, minimizar y eliminar los riesgos que puedan generar accidentes, incidentes o enfermedades de los trabajadores, que puede ser gestionado tanto por el empresario como por el trabajador, que debe recibir formación para poder colaborar con él.

H. Implementación de un sistema de gestión de calidad

Chillogallo, Alvarez y Alvarez (2022), indican que implementar un método de gestión de calidad es un reflejo de un trabajo complicado y comprometido, que puede llevar mucho tiempo hasta que se logre y puede ver el impacto en la empresa para lograr este procedimiento. La empresa necesita liderazgo, todas las clases organizadas de una empresa familiarizada, grupo, responsabilidad y juicio. Por lo tanto, puede ser necesario utilizar las habilidades para garantizar su incorporación, en las que los propietarios y todas las personas que trabajan en la empresa deben ser comprometidas en su posición, porque son una parte importante de la empresa y de ellos dependerá que sigan juntos o esté estancada, harán una predicción y con el tiempo es completamente popular para determinar el uso de bienes, optimizar los procedimientos y alcanzar el nivel una mayor satisfacción, para lograr esto, es necesario usar una vitalidad más grande para usar los bienes que la compañía tiene, debe tener bienes externos, traer práctica, distinguir entre los procesos necesarios para optimizar.

En el anuncio de Rincón David identifica nueve etapas, incluido el tipo de alta gerencia que está comprometida internamente con la fase PHVA (diseño, implementación, evaluación y monitoreo). El primer paso es identificar el gran compromiso que el jefe debe tener en cuenta y las protecciones que deben crearse para los accionistas y gerentes, ya que necesitarán invertir una cantidad significativa de dinero y tiempo en la gestión de la implementación del proyecto. Por ende, en esta etapa es necesario definir y priorizar, identificar al líder que toma el control del proyecto desde el principio y mantiene la operación del proyecto, define el proyecto, significa, a que departamentos o procesos afectará el sistema de calidad, asimismo, de avisar y educar a la gerencia, proporcionando toda la información relevante para la mejora continua de los procesos. La segunda fase es de diseño y gestión, ya que define la entrega, lineamientos y métodos de apoyo y planificación de orientación a un sistema de gestión de la calidad con alta eficiencia. Las funciones primordiales a realizar son una evaluación del estado actual, que implica un flujo continuo de información, para determinar lo que la empresa quiere conseguir en términos de su política de calidad y posición actual. Además, debe haber una estructura de proyecto en la que los equipos se organicen típicamente en tres niveles, un comité ejecutivo donde los integrantes de la alta dirección serán

responsables de revisar el progreso del proyecto, un segundo comité interdepartamental. y un tercer grupo incluirá empleados familiarizados con los métodos utilizados por la organización.

Asimismo, tienen que preparar un plan de proyecto, en el que establecen su propia estructura, los deberes de cada integrante, los recursos que se utilizarán, igualmente se tienen que desarrollar los principios principales del sistema de calidad, en el cual estén todos los aspectos asociados al SGC, estas reglas para su desarrollo, de modo que todo tenga una estructura coherente, por ende, gestionar la calidad de la calidad de SGC, los factores incluyen todas las actividades de la organización y del SGC, la dirección específica y detallada citada en los campos que se necesitarán para garantizar la calidad de producción y por último, pero no menos importante es la elección de la agencia de certificación, ya que puede recopilar experiencias y otras organizaciones que utilizan soluciones y métodos que pueden ajustarse de acuerdo con el proceso. En la tercera fase se realizan explicaciones e investigaciones de métodos, cuyo fin es conocer los métodos utilizados en la invención y promoción de productos en preparación para la predicción de la calidad, por ende, en esta etapa, los procesos comerciales se determinarán desarrollando sus diagramas, también se establecerán sus interfaces, se calculará el desempeño del proceso, lo cual favorecerá a la identificación de las equivocaciones y de esa manera, se lograrán hacer modificaciones en los procesos para progresar firmemente y enfocados en la gestión y la mejora. En la cuarta fase, se deben emprender proyectos listos para usar con el objetivo de inventar y documentar todas las áreas donde se combinan asignaciones, bienes y tareas para la ejecución con perspectivas y condiciones del comprador, para conseguir esto, es necesario determinar el trabajo requerido, lo que significa que la organización debe tener un sistema que favorezca al cálculo y control del trabajo de los procesos para ayudar a garantizar la calidad, ya que se tienen que establecer los requisitos de calidad además de una forma más especificada de la etapa tres, debido a que se utilizan mediciones más detalladas de calidad de los consumidores, asimismo, se tienen que seleccionar límites, mediciones, métodos y eventualmente cambiar los procedimientos, porque es indispensable repensar los procesos de reemplazo y los métodos de trabajo.

El quinto paso se establecen los factores del enfoque de calidad, por lo que el objetivo de este paso es crear esquemas de práctica fáciles de usar para describir, documentar e incorporar cada componente del sistema de gestión de calidad, para desarrollar adecuadamente esta etapa se deben realizar actividades, entre ellas la formación de grupos básicos, conformados por personas con conocimientos, experiencia o cargo específico, además de hacer un análisis profundo de las diferencias, clarificar prioridades, desarrollar un plan de acción que contenga métodos de implementar cada componente del SGC y examinar el elemento general del proyecto.

La sexta fase se ocupa de la documentación de los componentes del SC, el objetivo de esta fase es garantizar que la documentación de cada factor del SC esté debidamente preparada, probada y aprobada. Por ende, para conseguir este propósito, es necesario tomar medidas que contribuyan a la misma, por lo que debe considerarse los principios esenciales del sistema de calidad para ayudar a los documentos sólidos a reparar pequeñas falencias que puedan encontrar, logando de esta manera, perfeccionar dicha documentación y poder verificarla mediante el usuario o usarla en condiciones de funcionamiento reales, así como a las pruebas adaptadas a la verificación de la consistencia y la compatibilidad de la documentación, asegurando que sea útil y fácil de entender para que puede ser aprobado, en esta etapa, puede desarrollarse manual de calidad, considere que es necesario cumplir con todos los procedimientos y documentos de soporte para prepararse.

La séptima etapa es la entrada a los elementos del Sistema de Gestión de la Calidad, por lo que su objetivo es ampliar por completo todos los elementos del Sistema de Gestión de la Calidad, a medida que se desarrollen y prueben la experiencia para asegurar el cumplimiento de las competencias, órdenes e instrucciones de trabajo, y para demostrar la eficacia de todo el sistema de gestión de calidad. Además, se tiene que perfeccionar la estrategia de implementación, ejecutar procedimientos, hacer auditorías de cumplimiento y realizar un seguimiento del desempeño. La octava etapa trata de la aprobación de la incorporación, cuyo objetivo es crear la familiaridad necesaria con el sistema de gestión de calidad, haciendo relevante su efectividad durante la búsqueda de la certificación, durante en esta etapa, se evalúa todo el método, se lo justifica y se

resuelven los problemas. Finalmente, el noveno paso es generar aseguramiento del SGC, por lo que el propósito de este paso es demostrar la alineación sistemática de SGC con los propósitos comerciales y la satisfacción del cliente mediante la incorporación de un ciclo comercial de mejora continua. Sin embargo, luego de la certificación, la inspección se seguirá realizando todos los años.

2.2.2. Variable 2: Competitividad

A. Definiciones

Barrientos, Morris y Sánchez (2022) aluden que la competitividad empresarial puede ser definida por sus propios elementos dentro del enfoque teórico cultural, es decir, la comunicación, actitudes, idiomas, valores, entre otros.

Moreira, Barcia y Soledipa (2022) mencionan que la competitividad es que una empresa sea capaz de brindar productos y servicios efectivos y de calidad en el mercado, procediendo como un grupo de habilidades para lograr los propósitos de la organización. Ser competitivo requiere no sólo atención a los resultados, sino también el fortalecimiento de los procesos internos y externos de una organización, para que logre una posición de mercado cada vez más extensa.

Díaz, Quintana y Fierro (2021) dicen que es que las empresas sean capaces de mantener y aumentar su participación en los mercados de la localidad y del exterior, de forma rentable para impulsar su desarrollo.

Romero, Pertuz y Orozco (2020) señalan que la competitividad es la capacidad de una organización para generar productos o servicios y venderlos al mejor precio, calidad y condiciones posibles, a diferencia de sus competidores.

B. Dimensiones

Arroyo (2017) basándose en el modelo del análisis estratégico de las cinco fuerzas de Porter, señala que las dimensiones de competitividad son los siguientes:

a. Poder de negociación de los proveedores

Esta amenaza depende de los proveedores de la industria, porque tienen poder de acuerdo con el grado de concentración o para la calidad de entrega, entre otros.

A la hora que hay proveedores con poder en el mercado, capturan la mayor parte del valor para sí mismos de muchas maneras; circunscribiendo la calidad y con precios muchos más altos.

b. Amenaza de nuevos competidores

Los nuevos competidores en la industria quieren ganar cuota de mercado y esto ejerce presión sobre los costes de otros competidores. Los nuevos competidores pueden remecer la competencia, limitando las ganancias de la industria. Cuando la amenaza es elevada, es necesario mantener los precios bajos o aumentar la inversión. Este factor depende del nivel de los obstáculos de ingreso existentes y de la reacción que el nuevo competidor espera del existente y de la reacción de los clientes.

c. Rivalidad entre competidores

La rivalidad determina la rentabilidad de la industria: cuantos menos competidores haya en la industria, más rentable por regla general y viceversa. La competencia implícita es un factor que potencia la competencia entre competidores; la aparición de nuevos competidores y la diversificación de productos significa que las empresas que describimos como no establecidas en el campo pueden unirse en cualquier instante.

d. Amenaza de productos sustitutos

Esta sección trata sobre los obstáculos de ingreso para nuevos productos/competidores. Cuanto más sencillo es entrar, mayor es la amenaza. En otras palabras, al montar una pequeña empresa, es muy sencillo que nuevos competidores entren en el mercado.

e. Poder de negociación de los compradores o clientes

Este poder es la presión que los clientes ejercen sobre las organizaciones con el fin de ofrecer productos mejores, un servicio excelente a los consumidores, precios más bajos, entre otros.

C. Pilares de la competitividad global

García, Tumbajulca y Cruz (2021) mencionan que el Foro Económico Mundial, señaló que el Índice de Competitividad Global consta de 12 pilares categorizados en tres factores. Gracias a estos pilares, los resultados de las encuestas permiten monitorear las tendencias de desarrollo económico en los países donde la estrategia se basa en el precio, la propuesta de valor y la diferenciación del producto. También ayuda a examinar la presencia de baja productividad y, por lo tanto, baja competitividad.

a. Necesidades esenciales

- Ambiente Institucional
- Infraestructura extensa y adecuada
- Estabilidad macroeconómica
- Salud y educación básica
- Formación superior y preparación
- Desempeño del Mercado de Productos
- Desempeño del Mercado Laboral

b. Eficiencia

- Sofisticación en los mercados financieros
- Disponibilidad y empleo de tecnologías nuevas
- Dimensión de mercado

c. Innovación

- Sofisticación del comercio
- Innovación especializada

Muñoz indicó que desarrollar modelos competitivos para integrar clústeres en cuatro dimensiones (producto, proceso, marketing e innovación organizacional) puede hacer que los clústeres sean más competitivos.

D. La competitividad vista bajo cuatro niveles

Romero, Pertuz y Orozco (2020) manifiestan que la competitividad se puede analizar definiendo cuatro niveles: nivel superior, nivel macro, nivel intermedio y nivel micro.

- El nivel superior trata aspectos vinculados con las estructuras económicas y políticas guiadas hacia el desarrollo y los planes nacionales.
- En el nivel macro, incluyendo aspectos relacionados con la cadena productiva y económica del país,
- el nivel intermedio analiza los factores internos de la empresa como la productividad, los costos y la innovación,
- en tanto que en el nivel micro es la capacidad de alentar y desarrollar los esfuerzos de toda la empresa.

De esta manera, la competitividad de las empresas está establecida por factores tanto internos como externos. Al analizar estos factores, se debe enfatizar que la competitividad es un fenómeno complicado en el que muchos factores como las actividades productivas, la organización y gestión empresarial interactúan entre sí, generando ventajas competitivas. Por lo tanto, la competitividad se convierte en un concepto el cual es dinámico, ajustando gradualmente los diversos recursos internos y externos de las organizaciones. Desde un punto de vista interno, los comportamientos que afectan de manera negativa la competitividad empresarial y tienen raíces éticas son: competencia desleal, incumplimiento de las normas de la empresa, condiciones económicas, niveles de formación, corrupción; además, desperdicia el tiempo del personal y escasez de claridad con los clientes a la hora de hacer las operaciones de servicio al cliente.

E. Liderazgo empresarial a través de la competitividad

Díaz, Quintana y Fierro (2021) hay mucha literatura sobre liderazgo que es difícil dar una definición específica, un líder se define como alguien que es reconocido como tal por sus compañeros. Se refiere a un verdadero líder como alguien que es reconocido porque de alguna forma sus subordinados se desempeñan constantemente por encima del promedio. El liderazgo corresponde a un conjunto

de particularidades comunes que comparten todos los gerentes de empresas, relacionadas con el deseo y la ambición de interceder en las actitudes de los demás y así lograr resultados positivos para la industria a mediano y largo alcance. Hay cualidades que caracterizan a los gerentes, como carisma, sensibilidad, confianza, capacidad de motivar y otras, suelen ser consideradas cualidades innatas de los líderes; sin embargo, el liderazgo se basa en lo que ven los demás y no en cualidades innatas, porque existe un reto real, en encontrar el equilibrio adecuado entre la personalidad y la capacidad de influir en el carácter de los demás.

Las particularidades mencionadas con anterioridad e interconectadas dan confianza al grupo de trabajo y permiten conducir a la empresa por el camino que lleva al logro de las metas organizacionales; no obstante, en el mundo de hoy, es evidente que el liderazgo es importante y que las grandes empresas y las personas exitosas muestran profundidad de liderazgo y pueden usar las cualidades de liderazgo de forma adecuada y con un objetivo. La motivación del personal es el motor de la mejora continua, el factor más importante para agregar valor a las organizaciones de hoy en día y uno de los muchos beneficios de un liderazgo bien informado. El término, ha sido definido de manera diferente por los expertos a lo largo de los años, por ejemplo, Chiavenato denomina liderazgo a la influencia interpersonal que se ejerce en un contexto específico, enfocado a lograr una o más metas a través de la comunicación interpersonal.

La flexibilidad de la comunicación dentro de una empresa es una parte importante de su estrategia y diseño, debe adaptarse a las necesidades del consumidor en constante evolución, cuyas expectativas son altas y sus requisitos son a menudo muy diferentes de sus expectativas, de lo que revelaron hace años o meses. Esto significa que la organización y su naturaleza dinámica y adaptativa tiene que ser de constante transición y cambio, porque la estática y la falta de innovación son los dos inconvenientes primordiales que crean insatisfacción en los clientes y reducen las ventas.

Estos contextos, además de la amenaza a la existencia de la organización, producen muchas consecuencias perjudiciales como el deterioro de la imagen de la empresa y la pérdida de motivación de los empleados que se dan cuenta de la caída en el nivel de ventas y producción en la industria, dispuestos a bajar su nivel de productividad, y por lo tanto el nivel de competitividad se reduce

significativamente. Por lo tanto, el liderazgo tiene que centrarse en una serie de factores relacionados con la postura de los empleados con el entorno de trabajo, como el sentido de identidad organizacional, la motivación y el aumento de la productividad en el lugar de trabajo. Este último factor, es uno de los más relevantes porque tiene un impacto directo en el desempeño del producto o servicio que la empresa brinda a sus clientes, por lo que el vínculo entre la empresa y sus grupos de interés debe ser revisado de manera permanente en un considerativo, de respeto y desarrollo recíproco, asegurando el desarrollo financiero de la industria, así como la oportunidad de cada miembro de la organización de mejorar en las áreas personal, profesional y económica, beneficiándose mutuamente.

Aunque parezca paradójico, la razón más común del fracaso de una parte importante de las empresas, a pesar de tener una buena infraestructura y gente talentosa, es su gestión, la organización carece de liderazgo, por lo que identifica a una persona con las competencias necesarias, las habilidades y la capacidad para interceder de manera positiva en los empleados son factores absolutamente significativos desde el punto de vista del liderazgo y mejoran la competitividad de las empresas.

F. La competitividad analizada desde diferentes escenarios

Rueda, Gonzáles y Luzardo (2022) aluden que, mirando el desarrollo histórico de la teoría de la competitividad, Benzaquen et al. Hacen referencia a dos teorías: a) la teoría económica habitual, que se refiere a los mercados internacionales y la distinción entre los dos entornos (macro y microeconómico), y b) la teoría económica actual, asociada con el modelo de Porter de la ventaja competitiva de los países.

La competitividad puede ser analizada en distintos contextos: competitividad nacional, regional, de la industria, empresarial. No obstante, mantienen relaciones cercanas, porque la competitividad de los intermediarios es la competitividad del país y la región, basada en la política y los impulsores, que contribuyen a la capacidad de mantener los resultados comerciales y garantizar el éxito de la población. Un país con relaciones económicas, políticas e internacionales estables para el libre comercio e infraestructura regional que fortalece los recursos y la

capacidad de las empresas para contribuir al desempeño económico y financiero del país.

La competitividad empresarial, según la región y el país donde opera la empresa, representará mayores esfuerzos; las empresas con mercados locales (no transables) tienen la capacidad de adaptarse más rápidamente y controlar el precio; las empresas con mercados (transables) de libre competencia no solo deben competir con precios, también con innovación en procesos, productos y estrategias de mercados, las regulaciones del Estado y las tasas de cambios.

La competitividad empresarial no depende solo de ellas mismas, operan en un sistema en el que interactúan diferentes actores políticos, económicos y sociales, grupos de interés relacionados directamente con las actividades claves de la empresa, y además están reguladas por el Estado, a través de políticas públicas y normativas, que da lugar al concepto de competitividad sistémica. La participación de las empresas con productos transables genera procesos de aprendizaje, innovación, conocimiento y buenas prácticas.

G. La productividad como factor determinante de la competitividad

Díaz, Quintana y Fierro (2021), definen la productividad como el vínculo entre producción e insumos, el vínculo entre lo que sale y lo que ingresa, o la relación entre lo que se recibe y los recursos utilizados para que se produzca. Usualmente, el término competitividad se asocia con productividad; esta conexión es ahora un principio en el contexto empresarial y una filosofía de vida de las organizaciones de hoy en día, ya que cuanto mayor es el desempeño de una empresa, mayor es su competitividad, por lo que hablar de competitividad implica necesariamente hablar de productividad. Como se logra entender, productividad y competitividad son dos conceptos que están relacionados, pero tienen significados diferentes. Cuando se trata de definir la competitividad, por lo general se refiere a un grupo de particularidades que tiene una empresa que la ayuda a destacarse de sus competidores; significa, la competitividad tiene más que ver con la calidad del producto o servicio vendido en el mercado y su aceptación por parte de los clientes. La productividad, por otro lado, es la maximización del uso de los recursos disponibles en la industria para conseguir el mayor beneficio en términos de

cantidad o unidades de producto elaborados. Por regla general, los términos productividad y competitividad están relacionados, pero la diferencia entre los dos no siempre es clara. Estos términos hacen referencia a que la competitividad se refiere a la posición que ocupa un producto o empresa en el mercado en relación con otros productos o empresas, y que la productividad incluye un grupo de elementos que contribuyen a crear la competitividad de los productos antes mencionados producidos por un país o industria. Se dice que una organización es productiva en la medida en que puede aumentar su rendimiento, aprovechar al máximo los recursos disponibles y adaptarse al cambio constante y las necesidades latentes de la sociedad para generar más y mejor que los competidores, pero con menos recursos.

En este escenario, uno de los errores más comunes es concluir que si la empresa tiene automáticamente una excelente capacidad de producción, esto es completamente incorrecto. Por lo inverso, si la empresa produce una calidad única de bienes o servicios, pero en cantidades muy pequeñas, se convertirá en insuficientes ingresos, por lo que es un beneficio económico absurdo para la industria.

Cuando se trata de productividad y competitividad, la industria tiende a enfocar todas sus armas de guerra en la productividad, pero los indicadores de competitividad se descuidan en gran medida. Esto sucede cuando se olvidan de administrar adecuadamente el proceso de producción que involucra un grupo de actividades y operaciones que, cuando se realizan de forma sistemática y ordenada, le permitirán crear valor a través de la conversión de recursos o materias primas en productos o servicios.

La planificación de los procesos productivos permite la correcta ejecución, control e identificación del personal operativo y administrativo requerido para llevar a cabo los procesos mediante los cuales, las industrias entregan productos o servicios que se acercan al consumidor cuando su idiosincrasia es igual o superior a la de sus competidores, de ahí los aspectos de gestión en términos de costo, tiempo de entrega, calidad y flexibilidad.

H. Factores que afectan la competitividad de las empresas

Díaz, Quintana y Fierro (2021) sostienen que la competitividad se calcula por distintos indicadores, como las condiciones físicas de la fábrica, organizar el proceso de producción, la estimulación del sistema y los pagos basados en los resultados, que son factores que afectan los efectos dominantes; no obstante, Alonso, a diferencia de esta posición, asevera que la competitividad es un concepto referente y factores que lo establecen y pueden afectar su cálculo dependiendo de las variables tomadas como referencia.

El entorno empresarial es un factor importante y muy extenso que incluye un grupo de fuerzas económicas y sociales que tienen que ser analizadas debido a que afectan de una forma u otra a todas las organizaciones y por lo tanto, no pueden ser evaluadas de la misma manera a todas las industrias, mercados y la calidad de sus productos o prestaciones requieren tomar en cuenta los parámetros que cálculo a los factores que son parte de la estrategia y por tanto, determinarán la conducta entre ellos.

Hay factores que implican la competitividad empresarial, requiriendo proyectos de acción y procesos de gestión para hacer frente a los riesgos y amenazas que podrían afectar seriamente su capacidad de competir: suministros, desabastecimientos o retrasos y demás eventos. De acuerdo con Rojas, Chavarría y Sepúlveda implican costos de venta a corto alcance y perjudican la complacencia del consumidor a largo alcance. Hay varios factores que pueden ir en contra de la competitividad de una empresa, algunos de los cuales pueden ser factores externos sobre los que la empresa no tiene influencia, pero otros pueden gestionarse internamente. Por lo general, los defectos de fabricación se descubren al final de la cadena productiva, lo que resulta en un reprocesamiento a expensas de las materias primas, la clase obrera y el tiempo productivo posterior. Este tipo de situación se da por error de los trabajadores de mantenimiento y suele ser por falta de comunicación, poca o nula secuencia en la realización del proceso productivo y escasez de control, incluidos los estándares de calidad de las materias primas.

Por lo tanto, es necesario tomar en cuenta este tipo de situaciones y administrar eficientemente los procesos productivos para incrementar su competitividad, y, por ende, la búsqueda de asegurar la duración y sustentabilidad

en el mercado con base en la posición de Anderson, mucho de ello depende en la medida en que los requerimientos reales de los clientes puedan satisfacerse de manera oportuna con base en el análisis de las oportunidades previstas en el mercado para generar nuevos productos, mejorar los existentes o identificar nuevas demandas que no han sido indemnizadas. Investigar el contexto competitivo puede tener un impacto en la competitividad de una industria, por lo que es fundamental realizar un estudio global antes de definir una estrategia y un plan de acción. Cinco fuerzas competitivas necesitan análisis para comprender cómo pueden apoyar o dificultar la competitividad de una organización y cómo se relacionan entre sí.

I. La globalización y la competitividad

De acuerdo con Díaz, Quintana y Fierro (2021), actualmente, el contexto de las empresas es cada vez más competitivo, la competencia entre empresas es cada vez más intensa, y este es el impacto de la economía globalizada y el fácil acceso a la información sobre productos y servicios gracias a la sencillez y rapidez que trae lo digital en las herramientas y medios.

La competitividad no es un asunto nuevo que digamos; sus orígenes se remontan a los inicios de la humanidad, cuando el hombre intentó crear algo distinto y mejor que sus competidores, utilizando herramientas como la innovación y la creatividad para reconocer y estimular el deseo de compra de algunos consumidores del tiempo.

Las empresas existentes tienen muy alta presión para mantener sus mercados altamente competitivos y exitosos relacionados con la alta conciencia de la productividad, la eficiencia y la eficacia en los procesos operativos, que son sistemas de distributivos y comercializadores de sus productos, uno de los factores decisivos para expandirse a los nuevos mercados y nuevos consumidores. Hoy en día depende no solo de los clientes locales, en tiempos pasados, las industrias atendían la demanda no satisfecha de los clientes a través de productos y servicios ofertados en el mercado local, hoy en día la empresa está operando cada vez más en todo el mundo y desarrollando estrategias de marketing con el fin de adaptarse al mercado internacional para abrir su visión y seguir desarrollando en términos de

social y economía, la globalización proporciona todos los productos, ventajas y facilidades.

Definen este concepto como el resultado de la integración de la economía global, que ha creado los factores, recursos, conocimientos, clientes y otros factores que favorecen el desarrollo de la economía mundial.

La economía de los mercados ha cambiado drásticamente debido a la globalización, donde los mercados están abiertos y los productos o servicios ofrecidos por las empresas pueden ofrecerse a los clientes de distintos territorios sin que la empresa opere. Este contexto lleva a la necesidad de hacer mejor las cosas para ser competitivos, para ganar el reconocimiento y la aceptación de los compradores independientemente de su ubicación.

En la actualidad, ninguna empresa, grande o pequeña, puede ser inmune a la globalización, pues es un fenómeno que se desarrolla en todo el mundo y surge debido a la integración de la economía global, que ha posibilitado el abastecimiento de materias primas y recursos para la producción y comercialización de bienes o servicios.

2.3. Definición de términos básicos

Gestión de calidad

Nueva ISO 9001 (2018) la gestión de la calidad es un grupo de operaciones planeadas y sistemáticas que permiten la diferenciación e inspiran confianza en el producto y/o servicio prestado.

Competitividad

Díaz, Quintana y Fierro (2021) dicen que es que las empresas sean capaces de mantener y aumentar su participación en los mercados de la localidad y del exterior, de forma rentable para impulsar su desarrollo.

Planificación de la calidad

Según Ayuso y De Andrés (2018) indican que se trata de describir principios, metas y estrategias, así como evaluar a los clientes, sus necesidades y mejorar el proceso de un servicio o producto.

Implementación de la calidad

Según Ayuso y De Andrés (2018) es importante que todos los empleados, a través de una comunicación permanente, conozcan y se capaciten en los procedimientos para implementar y ejecutar.

Control de calidad

Según Sánchez y Enríquez (2013) estos son procesos y actividades operativas para cumplir con los requisitos de calidad, incluyen el análisis, la medición del producto, la inspección de la línea de producción hasta que se descubren los defectos y se corrigen, de manera que el proceso asegure la estandarización y la confiabilidad de los productos ofrecidos por la compañía.

Mejora de la calidad

Según Ayuso y De Andrés (2018) es un proceso de autoevaluación en el que los empleados verifican y eliminan los defectos detectados, basado en las necesidades del cliente para que los procesos se desarrollen de manera continua y eficaz en cualquier área de la empresa.

Poder de negociación de los proveedores

Arroyo (2017), esta amenaza depende de los proveedores de la industria, porque tienen poder de acuerdo con el grado de concentración o para la calidad de entrega, entre otros.

Amenaza de nuevos competidores

Arroyo (2017), cuando la amenaza es elevada, es necesario mantener los precios bajos o aumentar la inversión. Este factor depende del nivel de los obstáculos de ingreso existentes y de la reacción que el nuevo competidor espera del existente y de la reacción de los clientes.

Rivalidad entre competidores

Arroyo (2017), la rivalidad determina la rentabilidad de la industria: cuantos menos competidores haya en la industria, más rentable por regla general y viceversa.

Amenaza de productos sustitutos

Arroyo (2017), esta sección trata sobre los obstáculos de ingreso para nuevos productos/competidores. Cuanto más sencillo es entrar, mayor es la amenaza. En otras

palabras, al montar una pequeña empresa, es muy sencillo que nuevos competidores entren en el mercado.

Poder de negociación de los compradores o clientes

Arroyo (2017), este poder es la presión que los clientes ejercen sobre las organizaciones con el fin de ofrecer productos mejores, un servicio excelente a los consumidores, precios más bajos, entre otros.

2.4. Hipótesis de investigación

2.4.1. Hipótesis general

La gestión de calidad se relaciona significativamente con la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023.

2.4.2. Hipótesis específicas

- a. La planificación de la calidad se relaciona significativamente con la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023.
- b. La implementación de la calidad se relaciona significativamente con la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023
- c. El control de la calidad se relaciona se relaciona significativamente con la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023.
- d. La mejora de la calidad se relaciona significativamente con la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023.

2.5. Operacionalización de las variables

Variable 1	Dimensiones	Indicadores
GESTIÓN DE CALIDAD	Planificación de la calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Objetivos de la calidad. - Política de la calidad. - Procedimientos. - Planificación del producto.
	Implementación de la calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Flujos de procesos. - Instrucciones de trabajo.
	Control de la calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Supervisión de los procesos. - Registros de control. - Verificación de resultados.
	Retroalimentación	<ul style="list-style-type: none"> - Acciones correctivas. - Acciones preventivas. - Resultados esperados.

Fuente: Ayuso y De Andrés (2018).

Variable 2	Dimensiones	Indicadores
COMPETITIVIDAD	Poder de negociación de los clientes	<ul style="list-style-type: none"> - Clientes fijos. - Presión de costos. - Presión por calidad.
	Amenaza de nuevos competidores	<ul style="list-style-type: none"> - Cantidad de barreras de ingreso y salida. - Cuota del mercado. - Expansión del mercado. - Incremento de la competencia.
	Rivalidad entre competidores	<ul style="list-style-type: none"> - Rivalidad. - Diversificación. - Impacto de la competencia.
	Amenaza de productos sustitutos	<ul style="list-style-type: none"> - Participación en el mercado. - Presión de costos. - Productos y servicios sustitutos.
	Poder de negociación con los proveedores	<ul style="list-style-type: none"> - Nivel de calidad el producto. - Grado de dependencia con los proveedores.

Fuente: Arroyo (2017).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Diseño metodológico

3.1.1. Tipo de investigación: “Tipo aplicada porque busca conocimientos con fines de aplicarlo inmediatamente a la realidad para modificarlo, es decir, presenta solución a problemas prácticos” (Díaz et al., 2013).

3.1.2. Nivel de investigación: “El nivel es correlacional porque se establece la relación entre las variables de estudio” (Hernández et al., 2014).

3.1.3. Diseño de investigación: “El diseño es no experimental porque no se manipuló las variables de estudio” (Hernández et al., 2014).

3.1.4. Enfoque de investigación: “Es de enfoque cuantitativo porque usa a la ciencia estadística para llegar a conclusiones sobre el objeto de estudio, teniendo aspectos numéricos que ayudan a entender la realidad y valorarlos” (Muñoz, 2011).

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

La población estuvo representada por 26 trabajadores del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima.

3.2.2. Muestra

No fue necesario el cálculo de la muestra, ya que será factible medir a toda la población. “La muestra se haya cuando no es posible medir a toda la población, por lo que se obtiene o selecciona una muestra” (Hernández et al., 2014, p.175).

3.3. Técnicas de recolección de datos

Técnica: encuesta. El instrumento evaluó las variables en estudio, gestión de calidad y competitividad. “Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir” (Hernández et al., 2014, p. 217). El cuestionario fue

respondido por los trabajadores del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima.

3.4. Técnicas para el procesamiento de la información

Se utilizará la prueba de normalidad de Shapiro Wilk.

El software a emplear será el Statical Package for the Social Sciences - SPSS. Los resultados serán presentados en tablas y figuras.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Análisis de resultados

A. Análisis descriptivo de la gestión de la calidad

Tabla 1

Distribución de frecuencia de Planificación de la calidad

	TDS		EDS		N		DA		TDA	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. Considera que en la empresa se cumplen los objetivos de calidad.	7	26.9%	2	7.7%	8	30.8%	5	19.2%	4	15.4%
2. Usted conoce la política de calidad de la empresa.	6	23.1%	7	26.9%	3	11.5%	6	23.1%	4	15.4%
3. La empresa tiene definido claramente cada procedimiento que realiza.	8	30.8%	3	11.5%	5	19.2%	1	3.8%	9	34.6%
4. Considera que la empresa dispone oportunamente de los recursos para mejorar la calidad de su servicio.	9	34.6%	3	11.5%	6	23.1%	3	11.5%	5	19.2%

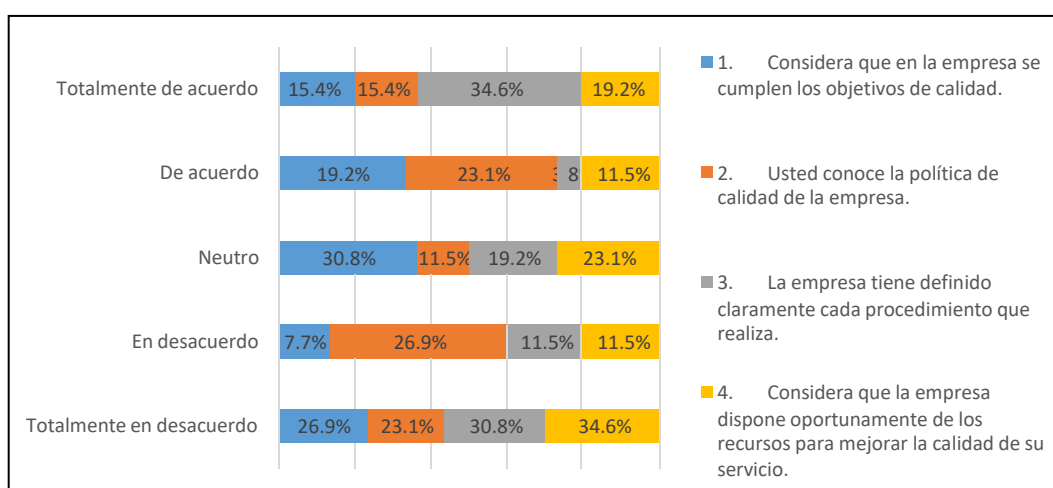


Figura 1. Planificación de la calidad.

Tabla 1, en cuanto a si considera que en la empresa se cumplen los objetivos de calidad el 34.6% determinó que está totalmente en desacuerdo y en desacuerdo. En segundo lugar, en mención a si conoce la política de calidad de la empresa el 50% indicó que está totalmente en desacuerdo y en desacuerdo. En tercer lugar, en cuanto a si la empresa tiene definido

claramente cada procedimiento que realiza el 42.3% manifestó que está totalmente en desacuerdo y en desacuerdo. En cuarto lugar, en cuestión a si considera que la empresa dispone oportunamente de los recursos para mejorar la calidad de su servicio el 46.2% respondió que está totalmente en desacuerdo y en desacuerdo.

Tabla 2

Distribución de frecuencia de Implementación de la calidad

	TDS		EDS		N		DA		TDA	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
5. La empresa un adecuado flujo de procesos en cada área.	6	23.1%	2	7.7%	2	7.7%	9	34.6%	7	26.9%
6. Los superiores le proporcionan adecuadamente las instrucciones de trabajo.	4	15.4%	6	23.1%	4	15.4%	5	19.2%	7	26.9%

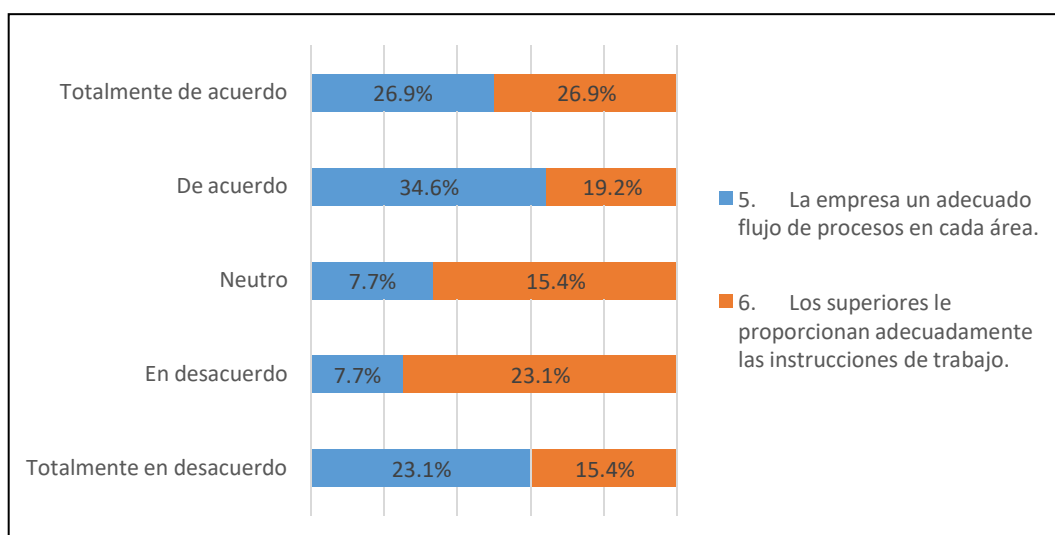


Figura 2. Implementación de la calidad.

Tabla 2, en cuanto a si la empresa un adecuado flujo de procesos en cada área el 61.5% determinó que está totalmente de acuerdo y de acuerdo. En segundo lugar, en mención a si los superiores le proporcionan adecuadamente las instrucciones de trabajo el 46.2% asumió que está totalmente de acuerdo y de acuerdo.

Tabla 3

Distribución de frecuencia de Control de la calidad

	TDS		EDS		N		DA		TDA	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
7. La empresa realiza supervisa cada actividad antes, durante y después de su ejecución.	2	7.7%	3	11.5%	3	11.5%	13	50.0%	5	19.2%
8. La empresa aplica registros y formatos de gestión de calidad.	1	3.8%	2	7.7%	4	15.4%	12	46.2%	7	26.9%
9. La empresa realiza seguimiento sistemático y documentado de calidad de sus servicios.	2	7.7%	5	19.2%	7	26.9%	3	11.5%	9	34.6%

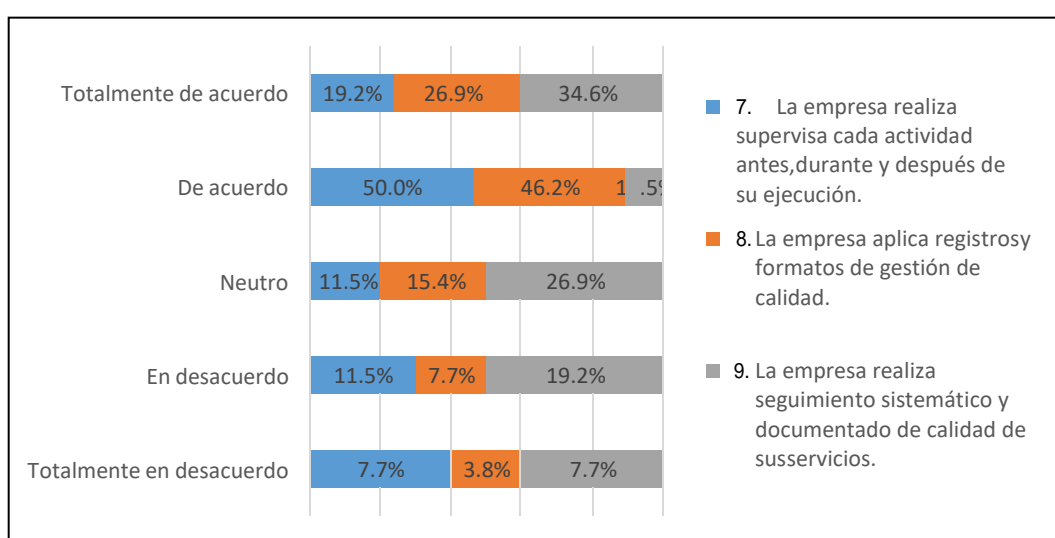


Figura 3. Control de la calidad.

Tabla 3, en cuanto a si la empresa realiza supervisa cada actividad antes, durante y después de su ejecución el 69.2% determinó que está totalmente de acuerdo y de acuerdo. En segundo lugar, en mención a si la empresa aplica registros y formatos de gestión de calidad el 73.1% asumió que está totalmente de acuerdo y de acuerdo. En tercer lugar, en cuanto a si la empresa realiza seguimiento sistemático y documentado de calidad de sus servicios el 46.2% contestó que está totalmente de acuerdo y de acuerdo.

Tabla 4

Distribución de frecuencia de Retroalimentación

	TDS		EDS		N		DA		TDA	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
10. La empresa implementa acciones correctivas frente a errores o fallos en las actividades que se realizan.	2	7.7%	1	3.8%	4	15.4%	11	42.3%	8	30.8%
11. La empresa dispone de medidas efectivas con acciones para evitar posibles fallas en las actividades que se realizan.	3	11.5%	2	7.7%	2	7.7%	10	38.5%	9	34.6%
12. La empresa evalúa continuamente los resultados en relación a la calidad de sus servicios.	3	11.5%	7	26.9%	5	19.2%	2	7.7%	9	34.6%

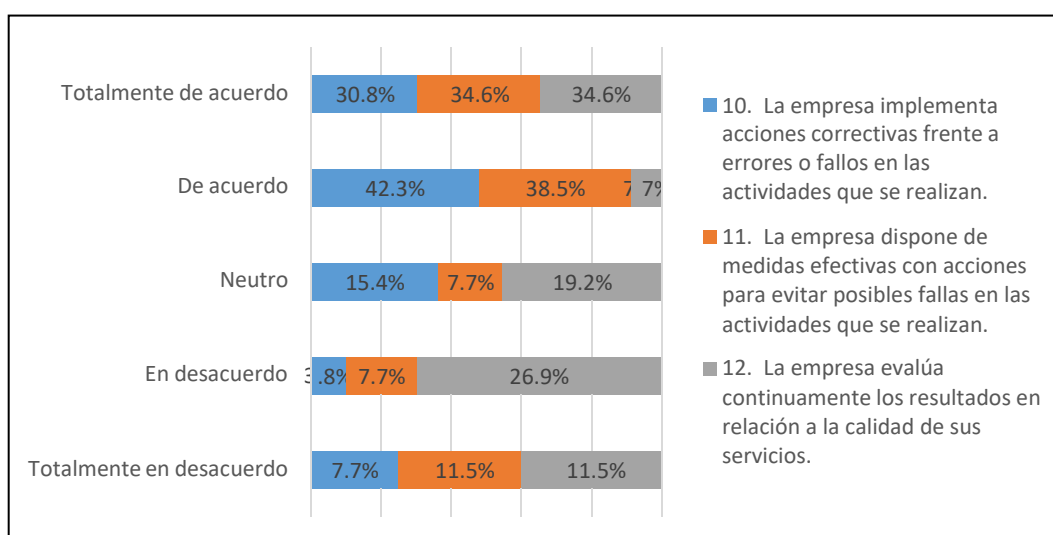


Figura 4. Retroalimentación.

Tabla 4, en cuanto a si la empresa implementa acciones correctivas frente a errores o fallos en las actividades que se realizan el 73.1% determinó que está totalmente de acuerdo y de acuerdo. En segundo lugar, en mención a si la empresa dispone de medidas efectivas con acciones para evitar posibles fallas en las actividades que se realizan el 73.1% asumió que está totalmente de acuerdo y de acuerdo. En tercer lugar, en cuanto a si la empresa evalúa continuamente los resultados en relación a la calidad de sus servicios el 42.3% contestó que está totalmente de acuerdo y de acuerdo.

B. Análisis descriptivo de la competitividad

Tabla 5

Distribución de frecuencia del Poder de negociación de los clientes

	TDS		EDS		N		DA		TDA	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
13. La empresa se esfuerza por incrementar la cantidad de clientes fijos.	2	7.7%	2	7.7%	3	11.5%	12	46.2%	7	26.9%
14. Considera competitivos los costos ofrecidos por la empresa.	2	7.7%	2	7.7%	1	3.8%	11	42.3%	10	38.5%
15. Considera competitivos los productos y/o servicios ofrecidos por la empresa.	3	11.5%	6	23.1%	6	23.1%	2	7.7%	9	34.6%

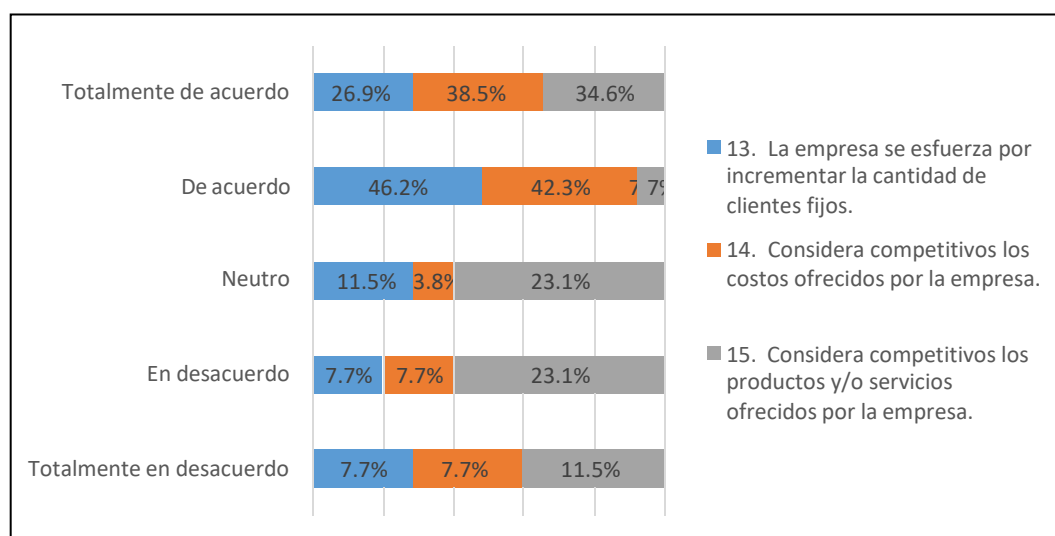


Figura 5. Poder de negociación de los clientes.

Tabla 5, en cuanto a si la empresa se esfuerza por incrementar la cantidad de clientes fijos el 73.1% determinó que está totalmente de acuerdo y de acuerdo. En segundo lugar, en mención a si considera competitivos los costos ofrecidos por la empresa el 80.8% asumió que está totalmente de acuerdo y de acuerdo. En tercer lugar, en cuanto a si considera competitivos los productos y/o servicios ofrecidos por la empresa el 42.3% contestó que está totalmente de acuerdo y de acuerdo.

Tabla 6

Distribución de frecuencia de la Amenaza de nuevos competidores

	TDS		EDS		N		DA		TDA	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
16. Considera difícil el ingreso de los productos y/o servicios que brinda la empresa hacia los mercados internacionales.	4	15.4%	4	15.4%	1	3.8%	11	42.3%	6	23.1%
17. La empresa ha logrado una buena cuota de participación en el mercado.	3	11.5%	2	7.7%	4	15.4%	11	42.3%	6	23.1%
18. Ha sido difícil la expansión de la empresa en el mercado.	4	15.4%	5	19.2%	6	23.1%	3	11.5%	8	30.8%
19. Se ha incrementado la competencia en el mercado.	7	26.9%	4	15.4%	7	26.9%	4	15.4%	4	15.4%

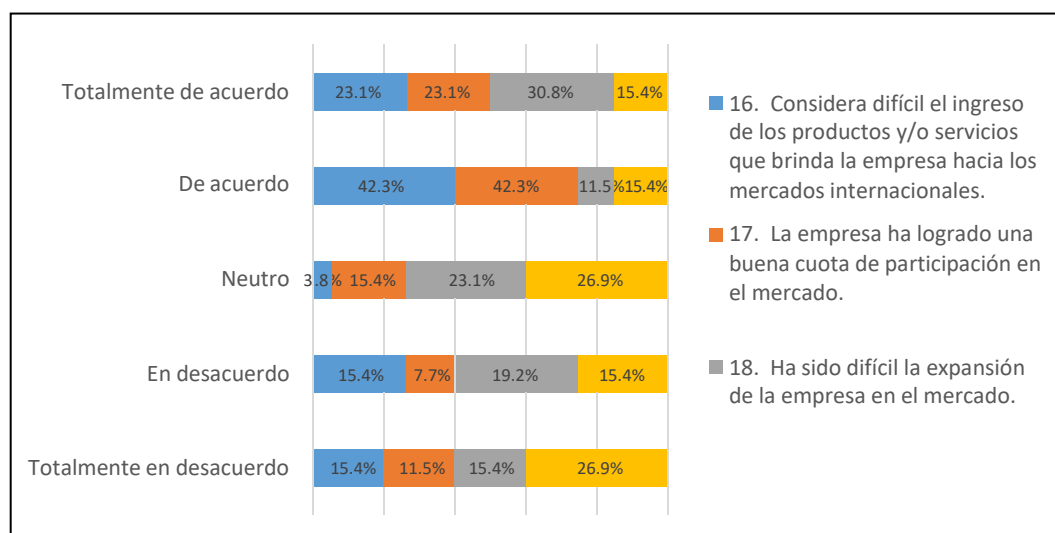


Figura 6. Amenaza de nuevos competidores.

Tabla 6, en cuanto a si considera difícil el ingreso de los productos y/o servicios que brinda la empresa hacia los mercados internacionales el 65.4% determinó que está totalmente de acuerdo y de acuerdo. En segundo lugar, en mención a si la empresa ha logrado una buena cuota de participación en el mercado el 65.4% asumió que está totalmente de acuerdo y de acuerdo. En tercer lugar, en cuanto a si ha sido difícil la expansión de la empresa en el mercado el 42.3% contestó que está totalmente de acuerdo y de acuerdo. En cuarto lugar, en cuanto a si se ha incrementado la competencia en el mercado el 42.3% manifestó que está totalmente en desacuerdo y en desacuerdo.

Tabla 7

Distribución de frecuencia de la Rivalidad entre competidores

	TDS		EDS		N		DA		TDA	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
20. Existe una fuerte rivalidad en el mercado.	3	11.5%	3	11.5%	2	7.7%	11	42.3%	7	26.9%
21. La empresa se preocupa por diversificar su cartera de productos y/o servicios.	3	11.5%	7	26.9%	6	23.1%	2	7.7%	8	30.8%
22. La empresa maneja adecuadamente el impacto de la competencia.	6	23.1%	5	19.2%	5	19.2%	3	11.5%	7	26.9%

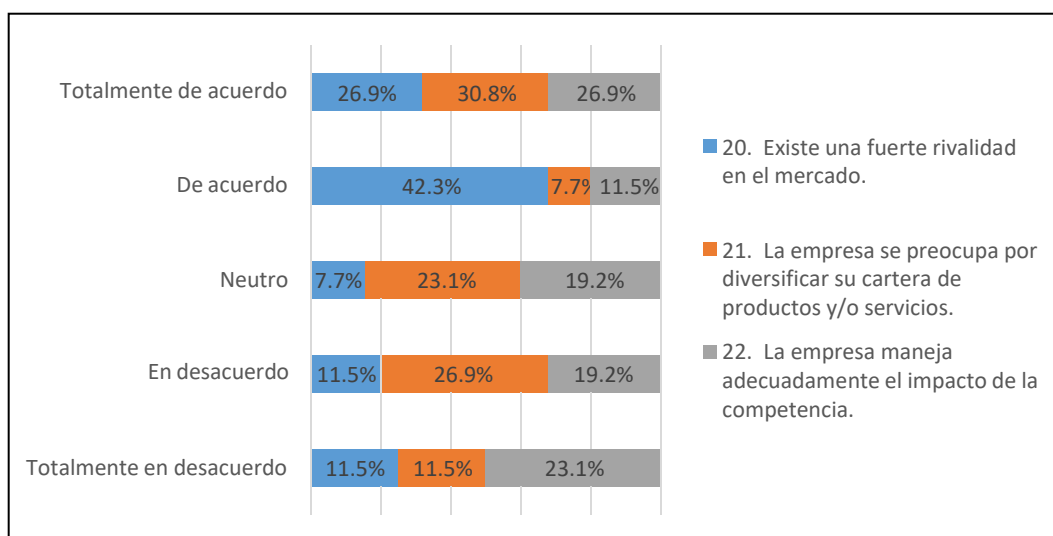


Figura 7. Rivalidad entre competidores.

Tabla 7, en cuanto a si existe una fuerte rivalidad en el mercado el 69.2% determinó que está totalmente de acuerdo y de acuerdo. En segundo lugar, en mención a si la empresa se preocupa por diversificar su cartera de productos y/o servicios el 38.5% indicó que está totalmente en desacuerdo y en desacuerdo. En tercer lugar, en cuanto a si la empresa maneja adecuadamente el impacto de la competencia el 42.3% manifestó que está totalmente en desacuerdo y en desacuerdo.

Tabla 8

Distribución de frecuencia de la Amenaza de productos sustitutos

	TDS		EDS		N		DA		TDA	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
23. La empresa se esfuerza por tener una participación en el mercado.	4	15.4%	2	7.7%	3	11.5%	11	42.3%	6	23.1%
24. La presión de costos ha debilitado la participación de la empresa en el mercado.	2	7.7%	6	23.1%	5	19.2%	4	15.4%	9	34.6%
25. Los productos o servicios sustitutos debilitan la participación de la empresa en el mercado.	5	19.2%	5	19.2%	6	23.1%	5	19.2%	5	19.2%

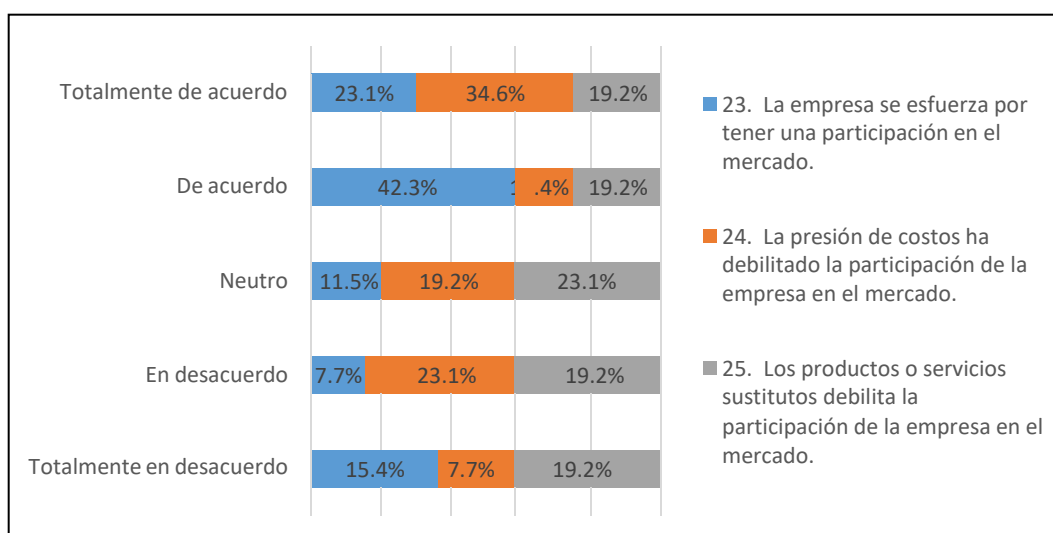


Figura 8. Amenaza de productos sustitutos.

Tabla 8, en cuanto a si la empresa se esfuerza por tener una participación en el mercado el 65.4% determinó que está totalmente de acuerdo y de acuerdo. En segundo lugar, en mención a si la presión de costos ha debilitado la participación de la empresa en el mercado el 50% asumió que está totalmente de acuerdo y de acuerdo. En tercer lugar, en cuanto a si los productos o servicios sustitutos debilita la participación de la empresa en el mercado el 38.5% manifestó que está totalmente en desacuerdo y en desacuerdo, el 23.1% asumió una posición neutral.

Tabla 9

Distribución de frecuencia del Poder de negociación con los proveedores

	TDS		EDS		N		DA		TDA	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
26. La empresa emplea diferentes estrategias con sus proveedores para tener la mejor calidad en sus servicios.	4	15.4%	2	7.7%	1	3.8%	11	42.3%	8	30.8%
27. La empresa continuamente está en busca de nuevos proveedores.	2	7.7%	5	19.2%	6	23.1%	4	15.4%	9	34.6%

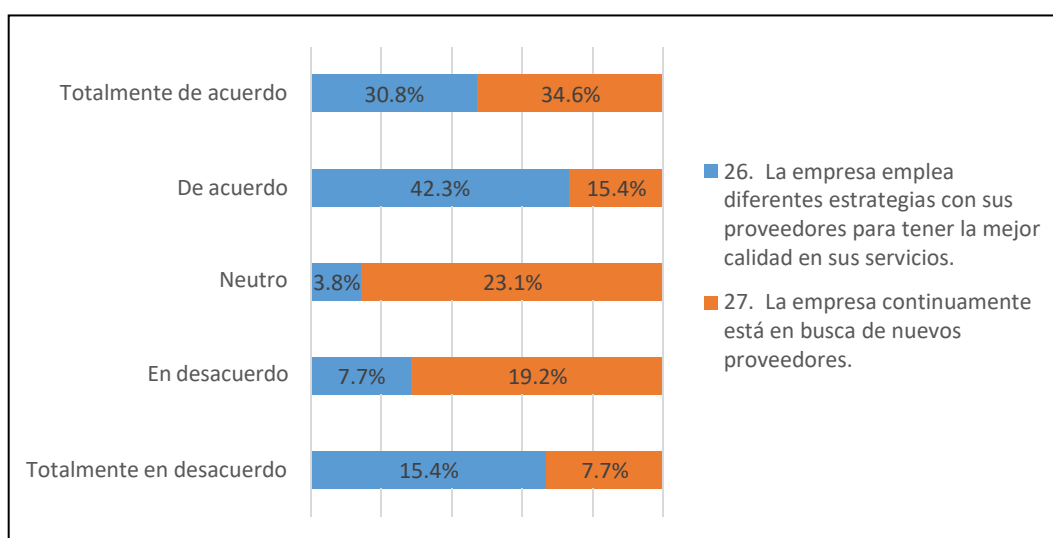


Figura 9. Poder de negociación con los proveedores.

Tabla 9, en cuanto a si la empresa emplea diferentes estrategias con sus proveedores para tener la mejor calidad en sus servicios el 73.1% determinó que está totalmente de acuerdo y de acuerdo. En segundo lugar, en mención a si la empresa continuamente está en busca de nuevos proveedores el 50% asumió que está totalmente de acuerdo y de acuerdo.

C. Prueba de normalidad

Tabla 10

Pruebas de normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de calidad	0.969	26	0.590
Planificación de la calidad	0.925	26	0.058
Implementación de la calidad	0.953	26	0.268
Control de la calidad	0.962	26	0.426
Retroalimentación	0.925	26	0.058
Competitividad	0.953	26	0.276

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

La prueba de normalidad es esencial para garantizar la validez de los resultados obtenidos a partir de cualquier prueba de hipótesis. Esta prueba se utiliza para determinar si los datos de una muestra se distribuyen de forma normal o no alrededor de una media, por lo tanto, en la Tabla 10 se muestra que sus niveles de significancia son mayores que el 0.05; decidiendo en la comprobación de hipótesis el uso de la estadística paramétrica.

4.2. Contrastación de hipótesis

HIPÓTESIS GENERAL

Tabla 11

Prueba de Pearson entre la gestión de la calidad y competitividad

		Gestión de calidad	Competitividad
Gestión de calidad	Correlación de Pearson	1	,927**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	26	26
Competitividad	Correlación de Pearson	,927**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	26	26

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

Tabla 11, la gestión de calidad se relaciona significativamente con la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023; se respalda en el resultado obtenido por la Prueba de Pearson siendo 0.927.

HIPÓTESIS ESPECIFICA 1

Tabla 12

Prueba de Pearson entre la planificación de la calidad y competitividad

		Planificación de la calidad	Competitividad
Planificación de la calidad	Correlación de Pearson	1	,865**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	26	26
Competitividad	Correlación de Pearson	,865**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	26	26

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

Tabla 12, la planificación de la calidad se relaciona significativamente con la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023; se respalda en el resultado obtenido por la Prueba de Pearson siendo 0.865.

HIPÓTESIS ESPECIFICA 2

Tabla 13

Prueba de Pearson entre la implementación de la calidad y competitividad

		Implementación de la calidad	Competitividad
Implementación de la calidad	Correlación de Pearson	1	,660**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	26	26
Competitividad	Correlación de Pearson	,660**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	26	26

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

Tabla 13, la implementación de la calidad se relaciona significativamente con la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023; se respalda en el resultado obtenido por la Prueba de Pearson siendo 0.660.

HIPÓTESIS ESPECIFICA 3

Tabla 14

Prueba de Pearson entre el control de la calidad y competitividad

		Control de la calidad	Competitividad
Control de la calidad	Correlación de Pearson	1	,642**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	26	26
Competitividad	Correlación de Pearson	,642**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	26	26

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

Tabla 14, el control de la calidad se relaciona significativamente con la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023; se respalda en el resultado obtenido por la Prueba de Pearson siendo 0.642.

HIPÓTESIS ESPECIFICA 4

Tabla 15

Prueba de Pearson entre la mejora de la calidad y competitividad

		Mejora de la calidad	Competitividad
Mejora de la calidad	Correlación de Pearson	1	,776**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	26	26
Competitividad	Correlación de Pearson	,776**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	26	26

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

Tabla 15, la mejora de la calidad se relaciona significativamente con la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023; se respalda en el resultado obtenido por la Prueba de Pearson siendo 0.776.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1. Discusión de resultados

Según el objetivo general el de conocer el vínculo entre la gestión de calidad y la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023; se respalda en el resultado obtenido por la Prueba de Pearson siendo 0.927. Se puede inferir que la gestión de la calidad es aplicar medidas de garantía, control y mejora de la calidad para garantizar que todos los servicios sean de máxima calidad y cumplan las perspectivas de los clientes. Esto ayuda a garantizar que los clientes se encuentren satisfechos con los servicios que reciben y, a su vez, contribuye a la competitividad del área de exportación al aumentar la fidelidad y la confianza de los clientes. La gestión de la calidad asimismo apoya a someter el riesgo de deterioros en los servicios y otros problemas, lo que puede reducir costos, aumentar la eficacia y mejorar la satisfacción de cliente. Internacionalmente, es muy confusa este tipo de contexto, en lo que respecta a la gestión de calidad, muchas empresas, tales en países como Colombia muestran un frecuente retraso en la tecnología, una débil capacidad innovadora, además de una marcada obsolescencia de sus maquinarias que retrasan su capacidad de gestión (Díaz, Fontalvo y Julio, 2022). Respecto a la competitividad, la investigación realizada por Reyes y Sánchez (2020) señala que ciertos aspectos como la seguridad, la orientación del gobierno hacia el futuro y la transparencia/corrupción crean desconfianza entre los empresarios y aumentan el costo de hacer negocios con ellos, afectando así su competitividad en el mercado del exterior. En el ámbito nacional, en relación a la competitividad, el estudio realizado por Falcón y Roque (2018) indica que el recurso humano debe ser capacitado, además existe una cantidad de empresas que usan un sistema de proyección y control inapropiado que disminuye la calidad en sus servicios y/o productos ofrecidos. Por otro lado, respecto a la competitividad, el estudio realizado por Peña (2021) evidencia que las empresas exportadoras no tienen instrumentos eficaces para lograr canalizar sus conocimientos y estar al nivel que requiere el mercado del exterior.

De acuerdo al primer objetivo conocer el vínculo entre planificación de la calidad y la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023; se respalda en el resultado obtenido por la Prueba de Pearson siendo 0.865. Se puede inferir que la planificación de la calidad ayuda a garantizar que la empresa brinde servicios fiables y de alta calidad que satisfagan las necesidades y perspectivas de los clientes. La planificación de la calidad también puede ayudar a la empresa a identificar problemas de calidad y a introducir mejoras para indemnizar los requerimientos de los clientes. Por esa razón, García (2021) en su tesis de licenciatura con título “Gestión de calidad para incrementar la productividad en la empresa Grupo Puritasal SAC - Lambayeque 2020”, la cual sus resultados determinaron que las principales causas que tendrán un impacto directo en la productividad son el tiempo de inactividad, las pérdidas, incluidas las causadas por la falta o ausencia de mano de obra directa, o daños en los equipos. Al hacer el Beneficio Costo de las propuestas, se observó que es factible económicamente para la empresa. Se concluyó que: en Grupo Puritasal SAC, la productividad actual es de 1.61; un producto no efectúa con un control de calidad efectivo, por lo que sus procesos de planificación están mal producidos.

De acuerdo al segundo objetivo corresponde a conocer el vínculo entre la implementación de la calidad y la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023; se respalda en el resultado adquirido por la Prueba de Pearson siendo 0.660. Se puede inferir que los servicios de calidad suelen ser más atractivos para los clientes y pueden ayudar a una empresa a diferenciarse de la competencia. Los procesos de calidad también pueden ayudar a garantizar que los bienes exportados se producen con una calidad y fiabilidad constantes, reduciendo las posibilidades de insatisfacción de los clientes y las devoluciones de productos. Esto puede ayudar a una empresa a forjarse una reputación de calidad y aumentar la lealtad de los clientes, haciendo que la empresa sea más potencial en el mercado de exportación. Por ese motivo es que, Viteri (2021) en su tesis magistral titulada “Modelo de gestión de calidad para la Florícola AGRINAG S.A., de la provincia de Cotopaxi”, la cual en sus resultados se identificó la existencia de debilidades, falta de mecanismos de gestión de control de calidad, asociados a estándares del exterior, que perjudican el sistema de producción. Esto dio lugar a la propuesta de un marco de gestión de la calidad que se base en el Modelo Europeo de

Excelencia EFQM (European Business Excellence Model), que identifica, describe y explica cada paso o fase a dar. Se concluyó que: AGRINAG S.A. si bien existe un método de gestión de la calidad el cual se basa en normas y reglamentos nacionales e internacionales, no tiene un programa para evaluar y cuantificar la calidad de las técnicas, lo cual es una limitante para determinar la realización de proyectos estratégicos respecto a las actividades que afectan la calidad y la productividad.

De acuerdo al tercer objetivo corresponde a conocer el vínculo entre control de la calidad y la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023; se respalda en el resultado adquirido por la Prueba de Pearson siendo 0.642. Se puede inferir que el control de calidad es importante para la competitividad porque garantiza que los productos o servicios exportados se efectúen con las normas del mercado al que se dirigen. El control de calidad garantiza que los productos de la empresa puedan tener un precio competitivo y satisfacer los requerimientos del consumidor. El control de calidad también garantiza que la empresa pueda mantener su reputación y confianza con el cliente proporcionando productos y servicios de calidad. Bajo ese contexto, García (2021) en su tesis de licenciatura con título “Gestión de calidad para incrementar la productividad en la empresa Grupo Purisatal SAC - Lambayeque 2020”, la cual sus resultados determinaron que las principales causas que tendrán un impacto directo en la productividad son el tiempo de inactividad, las pérdidas, incluidas las causadas por la falta o ausencia de mano de obra directa, o daños en los equipos. Al hacer el Beneficio Costo de las propuestas, se observó que es factible económicamente para la empresa. Se concluyó que: la productividad actual es de 1.61; un producto no efectúa con un control de calidad efectivo, por lo que sus procesos de planificación están mal producidos.

De acuerdo al cuarto objetivo corresponde conocer el vínculo entre la mejora de la calidad y la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023; se respalda en el resultado obtenido por la Prueba de Pearson siendo 0.776. Se puede inferir que la mejora de localización ayuda a la empresa a destacar sus productos de los de la competencia, así como a labrarse una reputación de fiabilidad y confianza. La mejora de la empresa puede ayudar a reducir costes mediante la reducción de residuos e ineficiencias. Además, al mejorar la calidad, las empresas pueden reducir reclamaciones y devoluciones de los clientes,

lo que puede aumentar su satisfacción. Es por ello Alegría y Angulo (2019) desarrollaron la tesis de titulación titulada “Relación de la gestión de la cadena de suministros y la competitividad de las pymes del Sector Calzado de Trujillo, 2019”, la cual sus resultados sostienen que el 72.73% de las PYMES manejan regularmente su cadena de suministro y el 81.82% de las PYMES que se encuestaron tienen baja competitividad, lo que permite determinar una asociación que es moderada entre las variables gestión de la cadena de suministro y el nivel de competitividad. Se concluyó que: los resultados de la dimensión de la cadena de suministro muestran que el 50% tienen una gestión sistemática porque su base de datos no está actualizada; de igual forma para la dimensión competitividad el 59.09% tiene un nivel bajo de control de presupuesto, por la falta de estrategias de desarrollo y procesos establecidos para el aprovechamiento de los recursos.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

- La planificación de la calidad se asocia de manera importante con la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023; se respalda en el resultado obtenido por la Prueba de Pearson siendo 0.865. Se puede inferir que la planificación de la calidad ayuda a garantizar que la empresa brinde servicios fiables y de alta calidad que satisfagan los requerimientos y perspectivas de los clientes.
- La implementación de la calidad se asocia de manera importante con la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023; se respalda en el resultado adquirido por la Prueba de Pearson siendo 0.660. Se puede inferir que los servicios de calidad suelen ser más atractivos para los clientes y pueden ayudar a una empresa a diferenciarse de la competencia. Los procesos de calidad también pueden ayudar a garantizar que los bienes exportados se producen con una calidad y fiabilidad constantes, reduciendo las posibilidades de insatisfacción de los clientes y las devoluciones de productos.
- El control de la calidad se asocia de manera importante con la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023; se respalda en el resultado obtenido por la Prueba de Pearson siendo 0.642. Se puede inferir que el control de calidad es importante para la competitividad porque garantiza que los servicios que se brindan cumplen las normas del mercado al que se dirigen. El control de calidad garantiza que los servicios de la empresa puedan tener un precio competitivo y cumplir con las necesidades del cliente.
- La mejora de la calidad se asocia de manera importante con la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023; se respalda en el resultado obtenido por la Prueba de Pearson siendo 0.776. Se puede inferir que la mejora de localización ayuda a la

empresa a destacar sus productos de los de la competencia, así como a labrarse una reputación de fiabilidad y confianza. La mejora de la empresa puede ayudar a reducir costes mediante la reducción de ineficiencias.

- La gestión de calidad se asocia de forma notable con la competitividad del área de exportación de la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, 2023; se respalda en el resultado obtenido por la Prueba de Pearson siendo 0.927. Se puede inferir que la gestión de la calidad conlleva aplicar medidas de garantía, control y mejora de la calidad para avalar que todos los servicios sean de máxima calidad y efectúen con las expectativas de los consumidores.

6.2. Recomendaciones

- Se recomienda a la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima desarrollar un procedimiento de gestión de la calidad que efectúe con las necesidades de seguridad, rendimiento y reglamentación pertinentes en el mercado de exportación, siendo esta esencial para avalar la calidad de los productos exportados
- Se recomienda a la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, proporcionar al personal los accesos a las herramientas y recursos necesario para aplicar eficazmente las normas de calidad, como equipos de inspección, software de control y protocolos de garantía de calidad
- Se recomienda a la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima invertir en sistemas de control de calidad donde incluya la comprobación de documentación del producto a exportar, la inspección del producto a exportar y la supervisión de todo el proceso de ingreso del contenedor al puerto.
- Se recomienda a la empresa DOGANA S.A. Agentes Afianzados de Aduanas, Lima, incorporar un software de control de calidad a sus operaciones de exportación donde incluya la inspección de producto a exportar y para probar e inspeccionar el contenedor antes de enviarlo a los clientes. Además, se debe contar con un equipo de profesionales formados para supervisar la calidad de los procesos de exportación e identificar cualquier problema.

REFERENCIAS

7.1. Fuentes bibliográficas

Díaz, F., Escalona, M., Castro, D., León, A., & Ramírez, M. (2013). *Metodología de la investigación*. México D.F., México: Trillas.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6 ed.). México D.F., México: Mc Graw Hill.

INEGI. (2005). *Metodología de la investigación*. México: INEGI.

Muñoz, C. (2011). *Como elaborar y asesorar una investigación de tesis* (2 ed.). México: Pearson.

7.2. Fuentes electrónicas

Alegría, J., & Angulo, R. (2019). *Relación de la gestión de la cadena de suministros y la competitividad de las pymes del Sector Calzado de Trujillo, 2019*. Tesis de titulación, Universidad César Vallejo, Chepén. Recuperado el 09 de febrero de 2023, de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/41666/Alegr%c3%ada_CJR-Angulo_RRF.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Almeida, A. (2017). *Diseño de un sistema de gestión de calidad para exploraciones mineras Andinas Ecuador S.A.* Grado de maestría, Pontificia Universidad Católica del Ecuador , Quito. Recuperado el 09 de febrero de 2023, de <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/8057>

Amaya, P., Felix, E., & Rojas, D. (2020). Estrategias para potenciar el aprendizaje y el rendimiento académico en estudiantes universitarios. *Revista Venezolana de Gerencia*, 90(25). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/290/29063559014/29063559014.pdf>

Arroyo, J. (2017). El desarrollo de las ventajas competitivas de Porter y los IPAS verdes en el comercio exterior del Perú. *Revista Paideia XXI*, 4(5). Obtenido de <http://revistas.urp.edu.pe/index.php/Paideia/article/view/904>

Ayuso, D., & De Andrés, B. (2018). *Gestión de calidad*. México D.F.: Díaz de Santos. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=cEluDwAAQBAJ&printsec=frontcov>

er&dq=mejora+continua+de+la+calidad&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwjE4q3otLXpAhUEIrkGHVuqBUA4FBDoAQhvMAk#v=onepage&q=mejora%20continua%20de%20la%20calidad&f=false

Barrientos, E., Morris, L., & Sánchez, K. (2022). La gestión logística como base de la competitividad empresarial. Estudio de caso latinoamericano. *Avances en investigación científica*, 3, 137-148. Recuperado el 04 de Octubre de 2022, de https://www.researchgate.net/profile/Nelson-Fonseca-Carreno/publication/358927539_libro_3_tomo3_ciencias_multidisciplinarias/links/621e15e36051a1658202ceae/libro-3-tomo3-ciencias-multidisciplinarias.pdf#page=137

Chillogallo, E., Alvarez , B., & Alvarez , D. (2022). La importancia de la implementación de un sistema de gestión de calidad después del Covid 19 en las empresas. *Revista Científica Multidisciplinaria*, 6(1), 91-93. Obtenido de <https://revistas.unesum.edu.ec/index.php/unesciencias/article/view/634/535>

Díaz, D., Fontalvo, A., & Julio, M. (2022). Diseño de un plan de mejora de la calidad para aumentar la competitividad de la empresa Todo Fresco S.A.S. *Revista de la Universidad del Norte*. Obtenido de https://www.lareferencia.info/vufind/Record/CO_4d4f712c26303e586fc04534ca9d3b74

Díaz, G., & Salazar, D. (junio - noviembre de 2021). La calidad como herramienta estratégica para la gestión empresarial. *Revista Scielo*(39). Obtenido de http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S2588-09692021000100019&script=sci_arttext

Díaz, G., Quintana, M., & Fierro, D. (2021). La competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 6(1), 145-161. Obtenido de <https://www.google.com/search?q=La+competitividad+como+factor+de+crecimiento+para+las+organizaciones+Competitiveness+as+a+growth+factor+for+organizations&oq=La+competitividad+como+factor+de+crecimiento+para+las+organizaciones+Competitiveness+as+a+growth+f>

- Facundo, V., & Purihuaman, L. (2019). *Gestión de calidad y competitividad en la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia, 2019*. Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo, Lima. Recuperado el 09 de febrero de 2023, de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/62749>
- Falcón, W., & Roque, O. (julio-diciembre de 2018). Las competencias laborales y la implementación de gestión de calidad ISO 9001:2015. *Paideia*, 8(2), 161-171. Obtenido de <http://revistas.urp.edu.pe/index.php/Paideia/article/view/2042/1996>
- García, H. (2021). *Gestión de calidad para incrementar la productividad en la empresa Grupo Purisatal SAC - Lambayeque 2020*. Tesis de grado, Universidad Señor de Sipán. Recuperado el 9 de febrero de 2023, de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8400/Garc%c3%ada%20Vilcherrez%2c%20Jessica%20Nancy%20Esther.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García, J., Tumbajulca, I., & Cruz, J. (15 de Junio de 2021). Innovación organizacional como factor de competitividad empresarial en mypes durante el Covid-19. *Comuni@ccion: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 12(2), 99-110. Recuperado el 04 de Octubre de 2022, de <http://www.scielo.org.pe/pdf/comunica/v12n2/2219-7168-comunica-12-02-99.pdf>
- Mata, S., Maldonado, G., & Devesa, D. (17 de Junio de 2021). La gestión de la cadena de suministro como factor influyente en la competitividad de las pymes del estado de Aguascalientes. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 14(14), 1-18. Recuperado el 09 de febrero de 2022, de <https://www.riico.net/index.php/riico/article/view/1964/1803>
- Moreira, M., Barcia, F., & Solesdipa, X. (18 de Febrero de 2022). Modelo causal de competitividad empresarial basado en la potenciación del apalancamiento competitivo. *Serie Científica de la Universidad de las Ciencias Informáticas*, 15(3), 65-77. Recuperado el 04 de Octubre de 2022, de <https://publicaciones.uci.cu/index.php/serie/article/view/1044/891>

- Nueva ISO 9001. (2018). *¿Quiere saber lo que significa la gestión de calidad?* Obtenido de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2022/07/quiere-saber-lo-que-significa-la-gestion-de-calidad/>
- Ornaza, M., & Guerrero, M. (enero - marzo de 2021). Gestión de calidad y crecimiento empresarial: Análisis bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(93). Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/290/29066223021/29066223021.pdf>
- Peña, & I. (2021). Factores determinantes de competitividad de las PYMES del sector de minas y canteras de la provincia de Manabí. *Revistas - Universidad Católica los Ángeles de Chimbote*, 12(1). Obtenido de <https://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increscendo/article/view/2299>
- Pereira, C. (24 de mayo de 2019). Actualidad de la Gestión Empresarial en las Pymes. *Apuntes Contables*(24), 39–53. Obtenido de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/contad/article/view/5982>
- Reyes, F. y. (2020). Competitividad del sector de la floricultura colombiana a nivel internacional. *Revsita de Universitaria Agustiniiana*. Obtenido de <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/1490/ReyesFlorez-Oriana-2020.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Romero, D., Pertuz, V., & Orozco, E. (Octubre de 2020). Factores determinantes de competitividad e integración organizacional: revisión sistemática exploratoria. *Información Tecnológica*, 31(5), 21-32. Recuperado el 04 de Octubre de 2022, de <https://www.scielo.cl/pdf/infotec/v31n5/0718-0764-infotec-31-05-21.pdf>
- Rueda, G., Gonzáles, J., & Luzardo, M. (2022). *Factores determinantes de la competitividad y sostenibilidad de las empresas del sector agrícola en Santander* (1 ed.). Santander, Colombia: Universidad Pontificia Bolivariana. Recuperado el 04 de Octubre de 2022, de <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/10056/factores%20determinantes.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Salas, K., Meza, J., Obredor, T., & Mercado, N. (Abril de 2019). Evaluación de la Cadena de Suministro para Mejorar la Competitividad y Productividad en el Sector Metalmecánico en Barranquilla, Colombia. *Información Tecnológica*,

30(2), 25-32. Recuperado el 09 de febrero de 2023, de <https://www.scielo.cl/pdf/infotec/v30n2/0718-0764-infotec-30-02-00025.pdf>

Sánchez, J., Seminario, A., & Oruna, A. (2021). Responsabilidad social y la gestión de calidad: Empresa Peruana de Seguros. *Revista Scielo*, 11(21). Obtenido de http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86182021000100117

Viteri, K. (2021). *Modelo de Gestión de Calidad para la Florícola AGRINAG S.A., de la provincia de Cotopaxi*. Tesis de maestría, Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga. Recuperado el 9 de febrero de 2023, de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/8057/1/MUTC-001054.pdf>

ANEXOS

ANEXO N°01 - CUESTIONARIO

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	

II. Instrucciones

En el siguiente cuadro de preguntas marcar con una equis “X” según corresponda, teniendo en cuenta el cuadro de calificación siguiente:

CUADRO DE CALIFICACIÓN	
Totalmente de acuerdo	5
De acuerdo	4
Neutro	3
En desacuerdo	2
Totalmente en desacuerdo	1

ITEM	1	2	3	4	5
GESTIÓN DE CALIDAD					
DIMENSIÓN 01					
1. Considera que en la empresa se cumplen los objetivos de calidad.					
2. Usted conoce la política de calidad de la empresa.					
3. La empresa tiene definido claramente cada procedimiento que realiza.					
4. Considera que la empresa dispone oportunamente de los recursos para mejorar la calidad de su servicio.					
DIMENSIÓN 02					
5. La empresa un adecuado flujo de procesos en cada área.					
6. Los superiores le proporcionan adecuadamente las instrucciones de trabajo.					
DIMENSIÓN 03					
7. La empresa realiza supervisa cada actividad antes, durante y después de su ejecución.					
8. La empresa aplica registros y formatos de gestión de calidad.					
9. La empresa realiza seguimiento sistemático y documentado de calidad de sus servicios.					
DIMENSIÓN 04					
10. La empresa implementa acciones correctivas frente a errores o fallos en las actividades que se realizan.					
11. La empresa dispone de medidas efectivas con acciones para evitar posibles fallas en las actividades que se realizan.					
12. La empresa evalúa continuamente los resultados en relación a la calidad de sus servicios.					
COMPETITIVIDAD					
DIMENSIÓN 01					
13. La empresa se esfuerza por incrementar la cantidad de clientes fijos.					
14. Considera competitivos los costos ofrecidos por la empresa.					
15. Considera competitivos los productos y/o servicios ofrecidos por la empresa.					
DIMENSIÓN 02					
16. Considera difícil el ingreso de los productos y/o servicios que brinda la empresa hacia los mercados internacionales.					
17. La empresa ha logrado una buena cuota de participación en el mercado.					
18. Ha sido difícil la expansión de la empresa en el mercado.					
19. Se ha incrementado la competencia en el mercado.					
DIMENSIÓN 03					
20. Existe una fuerte rivalidad en el mercado.					

21. La empresa se preocupa por diversificar su cartera de productos y/o servicios.					
22. La empresa maneja adecuadamente el impacto de la competencia.					
DIMENSIÓN 04					
23. La empresa se esfuerza por tener una participación en el mercado.					
24. La presión de costos ha debilitado la participación de la empresa en el mercado.					
25. Los productos o servicios sustitutos debilitan la participación de la empresa en el mercado.					
DIMENSIÓN 05					
26. La empresa emplea diferentes estrategias con sus proveedores para tener la mejor calidad en sus servicios.					
27. La empresa continuamente está en busca de nuevos proveedores.					

ANEXO N°02 – DATOS GENERALES

Tabla
Características de la población

		f	%
Género	Masculino	14	53.8%
	Femenino	12	46.2%
Edad	Entre 18 años a 24 años	3	11.5%
	Entre 25 años a 31 años	14	53.8%
	Entre 32 años a 45 años	5	19.2%
	Más de 45 años	4	15.4%

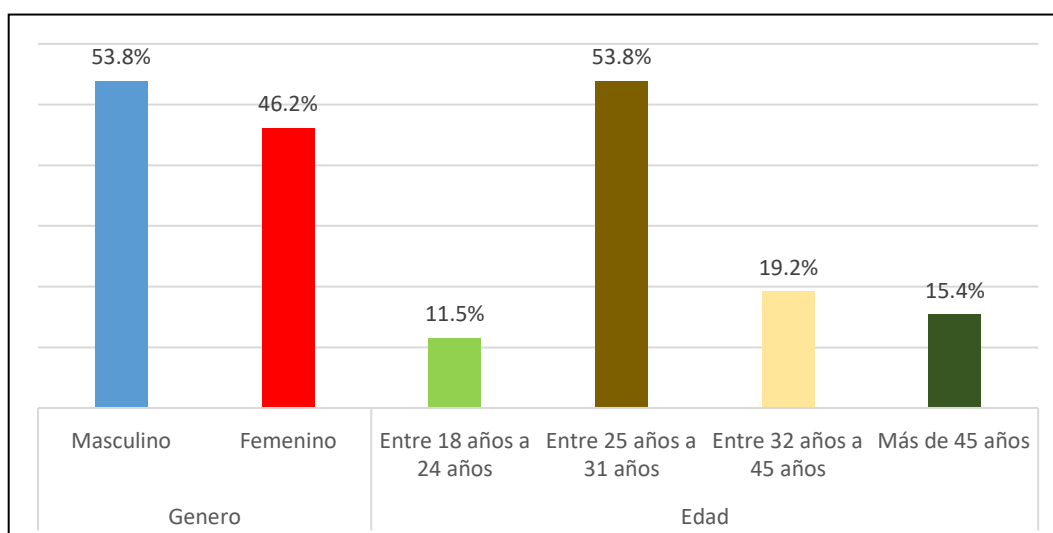


Figura. Característica de la población.

Tabla, el 53.8 pertenece al género masculino y el 46.2% pertenece al género femenino. En cuanto a la edad el 11.5% tiene entre 18 a 24 años, el 53.8% tiene entre 25 a 31 años, el 19.2 % tiene entre 32 a 45 años y el 15.4% tiene más de 45 años.

ANEXO N° 03 – VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

VALIDEZ DE LA GESTIÓN DE CALIDAD

<i>Prueba de KMO y Bartlett</i>		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		0.784
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	443.680
	gl	66
	Sig.	0.000

<i>Comunalidades</i>		
	Inicial	Extracción
p1	1.000	0.509
p2	1.000	0.743
p3	1.000	0.818
p4	1.000	0.511
p5	1.000	0.735
p6	1.000	0.783
p7	1.000	0.745
p8	1.000	0.833
p9	1.000	0.788
p10	1.000	0.756
p11	1.000	0.797
p12	1.000	0.498
Método de extracción: análisis de componentes principales.		

VALIDEZ DE LA COMPETITIVIDAD

<i>Prueba de KMO y Bartlett</i>		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		0.761
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	508.333
	gl	105
	Sig.	0.000

<i>Comunalidades</i>		
	Inicial	Extracción
p13	1.000	0.626
p14	1.000	0.612
p15	1.000	0.758
p16	1.000	0.729
p17	1.000	0.527
p18	1.000	0.549
p19	1.000	0.743
p20	1.000	0.592
p21	1.000	0.750
p22	1.000	0.695
p23	1.000	0.611
p24	1.000	0.794
p25	1.000	0.521
p26	1.000	0.741
p27	1.000	0.603
Método de extracción: análisis de componentes principales.		

CONFIABILIDAD DE LA GESTIÓN DE CALIDAD

<i>Estadísticas de fiabilidad</i>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.840	12

CONFIABILIDAD DE LA COMPETITIVIDAD

<i>Estadísticas de fiabilidad</i>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.888	15

ANEXO N° 05 – BASE DE DATOS

Género	Edad	Gestión de calidad	Planificación de la calidad	p1	p2	p3	p4	Implementación de la calidad	p5	p6	Control de la calidad	p7	p8	p9	Retroalimentación	p10	p11	p12
1	2	30	6	2	2	1	1	6	3	3	10	1	4	5	8	3	3	2
1	3	32	10	3	2	3	2	7	5	2	7	2	1	4	8	4	2	2
1	3	31	10	1	4	1	4	6	1	5	9	2	2	5	6	3	1	2
1	3	53	18	4	4	5	5	9	5	4	11	4	5	2	15	5	5	5
2	2	29	4	1	1	1	1	5	1	4	9	3	3	3	11	3	5	3
2	2	43	12	3	3	3	3	4	2	2	12	4	5	3	15	5	5	5
2	2	46	15	3	2	5	5	7	5	2	12	5	5	2	12	5	5	2
2	2	36	4	1	1	1	1	6	1	5	11	3	3	5	15	5	5	5
2	2	40	16	4	4	4	4	2	1	1	11	4	4	3	11	4	4	3
1	2	34	11	3	2	3	3	5	4	1	9	4	4	1	9	4	4	1
1	2	38	12	3	3	3	3	6	4	2	10	4	4	2	10	4	4	2
1	2	48	13	3	2	5	3	9	4	5	13	4	4	5	13	4	4	5
1	1	22	6	1	2	2	1	4	1	3	7	1	3	3	5	1	1	3
1	3	20	4	1	1	1	1	4	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2
1	3	30	4	1	1	1	1	8	4	4	15	5	5	5	3	1	1	1
1	1	43	14	5	5	2	2	7	4	3	11	4	4	3	11	4	4	3
1	1	48	12	3	1	5	3	10	5	5	11	4	4	3	15	5	5	5
1	4	49	17	5	2	5	5	8	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4
1	4	57	17	2	5	5	5	10	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5
2	4	50	16	5	5	3	3	8	5	3	13	5	5	3	13	5	5	3
2	4	45	13	4	4	1	4	8	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4
2	2	49	14	4	4	5	1	9	4	5	13	4	4	5	13	4	4	5
2	2	45	14	4	4	5	1	5	4	1	13	4	4	5	13	4	4	5
2	2	60	20	5	5	5	5	10	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5
2	2	31	10	3	3	2	2	5	3	2	8	3	3	2	8	3	3	2
2	2	24	4	1	1	1	1	2	1	1	9	4	4	1	9	4	4	1

Competitividad	Poder de negociación de los clientes	p1 3	p1 4	p1 5	Amenaza de nuevos competidores	p1 6	p1 7	p1 8	p1 9	Rivalidad entre competidores	p2 0	p2 1	p2 2	Amenaza de productos sustitutos	p2 3	p2 4	p2 5	Poder de negociación con los proveedores	p2 6	p2 7
39	9	4	4	1	6	1	3	1	1	7	3	2	2	9	3	4	2	8	4	4
52	13	3	5	5	10	4	1	4	1	11	4	2	5	10	3	2	5	8	5	3
43	12	5	5	2	10	2	4	1	3	4	2	1	1	11	4	3	4	6	1	5
73	15	5	5	5	18	5	5	5	3	15	5	5	5	15	5	5	5	10	5	5
47	11	3	5	3	12	1	3	3	5	9	1	3	5	10	1	5	4	5	1	4
53	12	4	5	3	12	2	3	3	4	13	5	3	5	8	1	4	3	8	5	3
54	12	5	5	2	15	5	5	2	3	10	5	2	3	10	5	2	3	7	5	2
38	7	1	1	5	9	1	1	5	2	8	1	5	2	8	1	5	2	6	1	5
58	11	4	4	3	16	4	4	3	5	12	4	3	5	12	4	3	5	7	4	3
39	9	4	4	1	11	4	4	1	2	7	4	1	2	7	4	1	2	5	4	1
50	10	4	4	2	14	4	4	2	4	10	4	2	4	10	4	2	4	6	4	2
56	13	4	4	5	14	4	4	5	1	10	4	5	1	10	4	5	1	9	4	5
28	5	1	1	3	7	1	1	3	2	6	1	3	2	6	1	3	2	4	1	3
33	6	2	2	2	9	2	2	2	3	7	2	2	3	7	2	2	3	4	2	2
36	6	2	2	2	10	2	2	2	4	8	2	2	4	8	2	2	4	4	2	2
52	11	4	4	3	14	4	4	3	3	10	4	3	3	10	4	3	3	7	4	3
63	15	5	5	5	16	5	5	5	1	11	5	5	1	11	5	5	1	10	5	5
57	12	4	4	4	15	4	4	4	3	11	4	4	3	11	4	4	3	8	4	4
75	15	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	10	5	5
59	13	5	5	3	16	5	5	3	3	11	5	3	3	11	5	3	3	8	5	3
60	12	4	4	4	16	4	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	8	4	4
56	13	4	4	5	14	4	4	5	1	10	4	5	1	10	4	5	1	9	4	5
56	13	4	4	5	14	4	4	5	1	10	4	5	1	10	4	5	1	9	4	5
75	15	5	5	5	20	5	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	10	5	5
37	8	3	3	2	10	3	3	2	2	7	3	2	2	7	3	2	2	5	3	2
36	9	4	4	1	10	4	4	1	1	6	4	1	1	6	4	1	1	5	4	1