



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**La gestión de calidad y la rentabilidad en la empresa industrial
manufacturera APROIN PERÚ SAC, Lima, 2021**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTOR:

Tarrillo Mondragón, Eduin (ORCID: 0000-0002-9606-4257)

ASESOR:

Dr. Casma Zárate, Carlos Antonio (ORCID: 0000-0002-4489-8487)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA – PERÚ

2021

Dedicatoria

A Dios, El gran arquitecto del universo, a mi madre que me acompaña desde el cielo, a mi padre por enseñarme el camino del bien, a mi esposa y mis hijos que son mi motivación y fortaleza y a toda mi familia.

Agradecimiento

Quiero agradecer a mi asesor de tesis Dr. Casma Zárate Carlos Antonio por el apoyo brindado al proporcionar información y tutoría para elaborar la presente investigación, al director de plantel por brindar todas las facilidades para realizar la investigación y sobre todo a mi familia por su gran ayuda moral que recibí todo este tiempo.

Índice de Contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	12
3.1. Tipo y diseño de investigación	12
3.2. Población	14
3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	14
3.4. Procedimientos	15
3.5. Método de análisis de datos	15
3.6. Aspectos éticos	15
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	16
V. CONCLUSIONES	23
VI. RECOMENDACIONES	24
REFERENCIAS	25
ANEXOS	28

Índice de tablas

Tabla N° 01: Distribución de la Población	14
Tabla N° 02: Descripción de la dimensión planeamiento estratégico.....	16
Tabla N° 03: Descripción de la dimensión control de calidad.....	17
Tabla N° 04: Descripción de la dimensión mejora continua	17
Tabla N° 05: Descripción de la dimensión toma de decisiones	18
Tabla N° 06: Descripción de la dimensión costo de producción.....	18
Tabla N° 07: Descripción de la dimensión rentabilidad económica	19
Tabla N° 08: Prueba de hipótesis general	20
Tabla N° 09: Prueba de hipótesis específica 1	21
Tabla N° 10: Prueba de hipótesis específica 2.....	22

Índice de gráficos y figuras

Figura N° 1: Dimensión planeamiento estratégico	35
Figura N° 2: Dimensión Control de Calidad.....	35
Figura N° 3: Dimensión mejora continua.....	36
Figura N° 4: Dimensión toma de decisiones	36
Figura N° 5: Dimensión costo de producción	37
Figura N° 6: Dimensión rentabilidad económica.....	37

Resumen

La presente tesis planteada “demostrar la relación existente entre la gestión de calidad y la rentabilidad de la empresa manufacturera APROIN PERÚ SAC, Lima 2021”, y de acuerdo a los datos conseguidos, se buscaba encontrar propuestas relacionadas como la gestión de calidad que puedan significar soluciones en mejorar desde la planificación hasta el servicio de post venta tomando las mejores decisiones acertadas y confiables que garanticen el éxito empresarial.

Para el desarrollo de la presente tesis, el investigador hizo la consulta y uso de las teorías de investigación, además de los métodos que permitieron obtener resultados confiables de acuerdo a los objetivos planteados. Para ello, se trabajó con una unidad muestral de 30 trabajadores administrativos y gerencia de la empresa APROIN PERÚ SAC.

Los datos obtenidos en el trabajo desarrollado en campo demuestran la necesidad de contar con un esquema de actividades y lineamientos que tiene la gestión de calidad para lograr el éxito empresarial. El estudio realizado a APROIN PERÚ SAC, ha reflejado la ausencia clara de una filosofía de trabajo en base a la gestión de calidad. Además, el descarte de contar con un plan estratégico, la no existencia de un control y seguimientos de la calidad de los productos y procesos, la carencia de estrategias que logren mayor competitividad en el mercado e ineficiencia en el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

Palabras clave: Toma de decisiones, costo de producción, rentabilidad económica, planeamiento estratégico, control de calidad, mejora continua.

Abstract

The present thesis proposed "to demonstrate the relationship between quality management and profitability of the manufacturing company APROIN PERÚ SAC, Lima 2021", and according to the data obtained, it was sought to find related proposals such as quality management that may mean solutions to improve from planning to after sales service by making the best accurate and reliable decisions that guarantee business success.

For the development of this thesis, the researcher consulted and used the research theories, as well as the methods that allowed obtaining reliable results according to the objectives set. For this, we worked with a sample unit of 30 administrative and management workers from the company APROIN PERU SAC.

The data obtained in the work carried out in the field shows the need to have a scheme of activities and guidelines that quality management has to achieve business success. The study carried out at APROIN PERU SAC, has reflected the clear absence of a work philosophy based on quality management. In addition, the rejection of having a strategic plan, the lack of control and monitoring of the quality of products and processes, the lack of strategies that achieve greater competitiveness in the market and inefficiency in meeting the objectives of the company.

Keywords: decision making, production cost, economic profitability, strategic planning, quality control, continuous improvement.

I. INTRODUCCIÓN

Las sinergias sincronizadas que se utiliza para desarrollar un trabajo de investigación, se realizan mediante la práctica continua, siguiendo un plan de “Gestión”, desarrollado previamente, que sirve de guía para obtener la eficiencia del mismo. Tales elementos son recursos indispensables que determinan el éxito empresarial, gubernamental, científico, educativo y cualquier sector laboral. El resultado se basa en la importancia de obtener la calidad esperada en el manejo de los procesos, a través de la administración, haciendo uso de las estrategias a corto, mediano y largo plazo, medidas preventivas, corrección, que refuerzan la toma de decisiones, frente a situaciones adversas que puedan atentar con el desarrollo de la empresa. Al tener todas las herramientas que ayuden al éxito de la gestión, también es necesario contar con la inteligencia emocional, que ayuda a hacer y saber actuar en escenarios adversos, respetando las leyes de propiedad.

Una empresa obedece a la rentabilidad apropiada, no sólo con el de mantenerse en el tiempo, si no para el desarrollarse en el mismo. Existen otras circunstancias, que la rentabilidad tiene la posibilidad de verse afectada por determinaciones impropias para el sector de mercado y para aquellos procesos que dependen de sistema operativo.

La etiqueta de calidad, tiene un gran propósito en el escenario de la producción, determina el papel protagónico de relevancia en todos los sectores productivos y cadena de valor en pequeñas, medianas, grandes, públicas y privadas comunidades empresariales, referenciadas al ámbito productivo y de servicio. Por ello, es importante resaltar la participación de los sistemas de mejora continua que se aplican con el fin de hacer una contención robusta en el manejo del control y ordenamiento de la información. Recurso que es indispensable y forma parte de la calidad total de la producción o servicios desarrollados. Además, contribuye en la optimización en el uso de recursos de la organización, para mejora del desempeño laboral, el clima de la organización, los procesos, cada ambiente, en los procedimientos, que finalmente, dan lugar al mejoramiento a la rentabilidad del sector empresarial Textil.

Juran (1997) en su libro menciona que, existen tres procesos relevantes y sistemáticos en relación. Iniciando con una buena planificación, que tiene como objetivo propuesto asistir a las sinergias de operación con la finalidad de obtener resultados de calidad, ya sean productos o servicios, que contribuyan a satisfacer los requerimientos del cliente. Dichas acciones, son elementos importantes en la aplicación en el sector empresarial manufacturera de Lima.

De acuerdo a lo señalado, al no contar con herramientas básicas y necesarias que accionen sobre el control de la producción, no se puede obtener como logro la calidad esperada. Por otro lado, las necesidades son amplias que requieren las empresas del sector textil, en los procesos relacionados con la gestión y producción. Otro aspecto importante que se ha detectado en este sector económico, es la desatención a la competencia, dejando de lado la aplicación de estrategias, mecanismos que favorezcan el posicionamiento a nivel de mercado, la preferencia y satisfacción del cliente, lo cual permitiría obtener mejor rentabilidad.

La búsqueda de la calidad implica a obtener mayores perspectivas, y se debe señalar que, para lograr el crecimiento empresarial, es necesario tener como mecanismo fortalecimiento, a las mejoras continuas, que forman parte de los indicadores de amplitud en el desarrollo de mercado. Por ello, es relevante desarrollar políticas de visión y misión; además, incursionar en procedimientos de corrección y optimización, de nuevas estrategias de inversión, enfocados en las actividades productivas que generen valor a la cadena comercial permitiendo un crecimiento continuo y sostenible en el tiempo.

Es por tal motivo, que se planteó como **problema general** para abordar el estudio, se planteó de la siguiente forma: ¿De qué manera la gestión de calidad tiene incidencia con la rentabilidad en la empresa manufacturera APROIN PERÚ SAC, Lima 2021?; además los problemas específicos, a). ¿De qué manera existe relación entre la gestión de calidad y la toma de decisiones en la empresa manufacturera APROIN PERÚ SAC, Lima 2021? Y b). ¿Qué tipo de relación percibe la gestión de calidad y el costo de producción en la empresa manufacturera APROIN PERÚ SAC, Lima 2021?

Como **objetivo general** se ha planteado: Demostrar la relación que incide la gestión de calidad y la rentabilidad de la empresa manufacturera APROIN PERÚ SAC, Lima 2021- Además, de los siguientes objetivos específicos: a). Demostrar la relación que existe respecto a la gestión de calidad y la toma de decisiones en la empresa manufacturera APROIN PERÚ SAC, Lima 2021 y b). Demostrar la relación que percibe la gestión de calidad y el costo de producción en la empresa manufacturera APROIN PERÚ SAC, Lima 2021.

Se plantó la **hipótesis general**, denotándose que: La relación existente entre la gestión de calidad es significativa con la rentabilidad en la empresa manufacturera APROIN PERÚ SAC, Lima 2021. Acompañada de las hipótesis de tipo específicas, siguiendo el siguiente orden: **a).** la relación existente entre la gestión de calidad es significativa con la toma de decisiones de la empresa manufacturera APROIN PERÚ SAC, Lima 2021; además de una segunda hipótesis específica, **b).** la relación existente entre la gestión de calidad es significativa con el costo de producción de la empresa manufacturera APROIN PERÚ SAC, Lima 2021.

Se justifica la presente investigación en el afán de contribuir con el sector de producción textil, cuya finalidad es demostrar que el uso de las herramientas constituidas en la gestión de la empresa sirve de aliado en la mejora de la calidad, además, contribuyen al desarrollo de la planificación estratégica, entre otros; cuyo enfoque es netamente de gestión teniendo como base fundamental la administración que se ejerce en cada organización, convirtiendo en armonías de ejecución empresarial a través de claras decisiones multidisciplinarias en el afán de lograr los objetivos esperados.

Por consiguiente, es necesario afirmar que el uso de dichas herramientas en el ambiente de los negocios, es el mejor aliado para la seguridad, control, administración en la estructura organizacional de empresa, que permite tener información exacta no sólo de los procesos, sino, también del capital humano.

II. MARCO TEÓRICO

Los antecedentes empleados para la presente investigación hacen referencia a las diversas fuentes secundarias nacionales e internacionales, consultadas a fin de mostrar en ambos ámbitos. Y para precisar se inicia con la información **internacional**, como García y Espinel (2016), en su estudio de investigación sobre la gestión de calidad. Colombia. Cuyo objetivo general fue elaborar un sistema de gestión de calidad que se basa en el ISO 9001. Empleó su metodología de dicha norma, para una revisión documental: manual de funciones, políticas de calidad, información relacionada con el SGC (Sistema de Gestión de la Calidad). La recopilación de los datos más relevantes que consideraron, sirvió para que desarrollen el diagnóstico de la empresa de acuerdo al SGC, en base a la NTC ISO 9001:2015, dando cumplimiento a los requerimientos que incluye dicha norma, además, de consideraron: actividades, procedimientos, inconformidades, riesgos, responsabilidades, que permiten contribuir con la mejora del servicio que se presta, coordinación actividades, mejoramiento del programa académico. Hicieron uso del estudio descriptivo y el método fue de tipo cualitativo, ya que dicho estudio tiene un contexto natural real, que cuenta con sentido e interpreta los fenómenos que acontecen de acuerdo al significado reflejado para los actores involucrados. El diseño propuesto consiste en elaborar un SGC con la NTC ISO 9001, siguiendo el propósito de mejorar el proceso de acreditación. También identificaron y describieron a los actores intervinientes que cumplen ciertas responsabilidades, diligencias y tareas propias de la investigación. Además, propuso lineamientos de contribución en el proceso de póliza, recopilación de información, de documentación relevante para la organización de las actividades propuestas.

Lizano (2015). en su estudio de investigación menciona al sistema de gestión de calidad. Ecuador. Cuyo objetivo general fue proponer que se implemente un SGC, que se aplicó al proceso de ventas, basado en la norma ISO 9001. Hizo su investigación partiendo del análisis situacional de la empresa frente a escenarios externos de política, economía, sociocultural, tecnología, ecología y legal del país, luego realizó el estudio situacional del escenario competitivo en la industria textil, en base a los mecanismos de contratación pública. Posteriormente, realizó la verificación de la evaluación respecto al sistema actual de gestión. Finalmente, al

reunir toda la información necesaria dio lugar a la elaboración de la lista de verificación, para dar lugar a determinación de cumplir de la norma ISO 9001 en dicha organización. Al concluir con la investigación, manifestó: que, con la propuesta de dicha implementación, se daría inicio al proceso de grandes cambios en cuanto representa una cultura organizacional, cumpliendo al logro de satisfacción al cliente, permitiendo la fidelidad y permanencia en la empresa. Además, se vería reflejado en el desarrollo, ampliación y crecimiento en el mercado público.

En base a lo desarrollado por Del Salto (2014), desarrolló una investigación sobre la calidad de atención y satisfacción del usuario. Ecuador. Dicho proyecto, constaba como objetivo principal, demostrar mediante un análisis a la calidad de atención a los usuarios bajo la responsabilidad del staff médico del instituto nacional Mejía, también incluyendo a determinar la satisfacción del estudiante, del docente y personal administrativo; en base a las atenciones que tienen en el tema de la salud. La metodología que utilizó ha sido de un estudio de observación, aplicando el diseño analítico, transversal a una población con 4822 usuarios. Definiendo la muestra aleatoria a 391 usuarios. Concluyendo que no todos los usuarios consideran tener facilidades que permitan dar permiso para atenderse en el departamento médico.

A continuación, se muestran los antecedentes **nacionales**, los cuales también aportan al estudio, tomando en cuenta la similitud de sus variables, de las cuales se logró obtener la siguiente información: Galecio y Alegría, (2015). en su estudio de investigación sobre un sistema de gestión de calidad. Perú. Cuyo objetivo general consistía en cómo diseñar un SGC, que resulte funcional basados en la norma ISO 9001, con la finalidad de dar soporte a la empresa consorcio Textil Vianny. Pensando en desarrollarse y lograr mejorar continuamente y la satisfacción de sus clientes. Para determinar la problemática, desarrollaron un diagnóstico situacional de la empresa consorcio textil Vianny SAC, dónde incluyeron la verificación del cumplimiento de dicha norma en la organización. Continuaron con el análisis de los errores comunes y las consecuencias económicas que representan cada una, las penalidades y devoluciones. Para ello hicieron uso de una encuesta de satisfacción de los clientes, para la evaluar la calidad en el servicio

y, además, de la atención al público. A continuación, una vez realizada el análisis de manera general a la empresa, se dio paso a desarrollar la documentación de acuerdo a la norma técnica ISO 9001:2008, en el cual está constituido por el manual de la calidad, procedimientos, instructivos, planes, fichas e indicadores con el propósito de organizar los recursos documentarios para la empresa en su objetivo a de mediano plazo la certificación. También lograron desarrollar un enfoque estratégico basándose en la mejora continua, con los lineamientos necesarios que debe servir como guía a la empresa Consorcio Textil Vianny SAC en el afán de lograr sus objetivos principales tomando en cuenta la política de calidad, planes, misión, visión y valores.

De acuerdo a Rojas, (2013), en su estudio de investigación respecto a sistema de gestión de calidad. Perú. Cuyo objetivo general consistía en aplicar un diseño, la implementación y gestionar la certificación a un SGC ISO 9001 (sistema de gestión de calidad) para Supermercados Peruanos S.A. que permitirá tener un aseguramiento en la organización se encontraba orientada a la satisfacción de las expectativas del cliente. Además de los objetivos específicos, a). Planificar y normar aquellos procesos como gerencia de auditoria y procesos basados en la ISO 9001, b). Determinar la manera de percepción de los clientes internos para la toma de acciones respecto a los resultados, c) Aplicar auditorías de tipo internas, para que se pueda examinar una adecuada implantación del SGC.

Meza, (2013). en su estudio de investigación sobre la gestión estratégica. Perú. Cuyo objetivo principal fue demostrar la relevancia que cumple la gestión estratégica de las empresas con respecto a los costos y la importancia de las herramientas necesarias que permiten hacer mediciones de desempeño en las diversas actividades propias de la empresa. Y una de sus principales conclusiones indicó que, la carencia de contar con estrategias evita ser competitivo en cuanto a los procesos que gestiona la organización, es por ello que en los resultados no se logran cumplir con los objetivos esperados; peor aún no cuenta con la implementación de una cadena de valor que sirva de soporte en sus actividades globales del suministro.

La teoría base relacionada a la gestión de calidad, que se consultó, se obtuvo diversos enfoques conceptuales que la presente investigación enmarca son los siguientes:

La gestión de calidad se inicia el antecedente de Edward Deming, que trata sobre la aplicación de mecanismos cuantificables en la gestión y control de la calidad. (Rojas, 2018, pág. 2). en el cual explica que a partir de la segunda guerra mundial y llegando hasta los años 1970 en Occidente y en Norteamérica, la gestión calidad está constituida por el resultado final y se concentra para que no haya ningún problema en los bienes y servicios. Respecto a las teorías científicas de gestión de calidad, existen diversas teorías entre ellas las teorías de sistemas, donde destaca la teoría del gran Ishikawa, quien explica que en el país de Japón institucionalizó las normas de la industria en el sistema de marca, argumentado que las normas industriales Japonesas (JIS), ha garantizado la implementación del control de calidad, teniendo como finalidad esencial la evaluación y la implementación de la tecnología extranjera, que posteriormente demostró el desarrollo de la calidad y fiabilidad. Es por ello, que Japón se convirtió en un claro ejemplo en el modelo de control de calidad, desarrollando guías prácticas de acción, para revertir cualquier problema que se genere en los procesos de la empresa. (Mercado, 1999, pág. 73). La teoría de la calidad, muchos autores no lo definen conceptualmente, debido a que explican que se ha obtenido a través de tiempo y gracias a otros escenarios como: el desarrollo de cada organización, el éxito de la aplicación motivacional, el desarrollo del liderazgo, la gestión científica, el mejoramiento de la cultura organizacional, prácticas de trabajo en equipo, hacer participar a los empleados para tomar decisiones. En ese sentido, es fundamental resaltar la opinión al respecto de Deming (1986), que manifiesta que “la calidad es un estado que todos deseamos cuando adquirimos un producto o servicio, o cuando queremos que lo que hacemos salga bien y sin fallas, por ello, podemos decir que la calidad es el grado de uniformidad que tienen los productos a un precio asequible”.

En cuanto a la **teoría de la gestión de la calidad y la trilogía de Juran**, quien manifiesta que la gestión de la calidad está basada en un conjunto de mecanismos que ayudan a lograr la calidad. Esta teoría presenta tres elementos, denominados

trilogía de Juran, desarrollando la analogía en la administración financiera, como; planificación, control y Mejora de la calidad (Gonzales, 1999, pág. 3).

Gestión de calidad, es el alcance que se obtiene a través de un sistema de integración de todos los procesos bien definidos en la organización y sobre todo en el cumplimiento de las metas y objetivos. También es importante mencionar que el cumplimiento de cada meta va acompañado de la mejora continua, que se logra mediante todos los canales de comunicación activos, en el uso de los mismos y en los aportes de ideas de todos. En el ámbito actual la gestión de calidad es sinónimo de éxito y diferenciación, debido a que cada uno de los procesos de la organización trabajan sincronizados y estandarizados con el uso de la norma 9001:2008, lo que complementa al buen uso de las actividades de gestión de la organización. Sin duda, todo el manejo adecuado a nivel organizacional se ve reflejado finalmente en la diferenciación competitiva, en el incremento económico por ventas o servicios, en la expansión de mercados, y sobre todo en el alto grado de satisfacción del cliente. En concordancia con Fayol (1996), explica que el conjunto de operaciones relacionadas con la administración dentro de una organización, ejercen control y direccionamiento a lograr objetivos exitosos.

La gestión de calidad en una organización está basada en la mejora continua, debido a que es básicamente la necesidad de revisar cómo va el funcionamiento de cada proceso, detectar y solucionar los inconvenientes a tiempo. Este procedimiento constante es muy importante para lograr una continuidad de trabajo, reducir estancamientos de los procesos, enseñar al personal y mantener el equilibrio de producción y costos. La mejora continua es un término muy utilizado en el medio, por eso que muchos autores como Sullivan (1994), quien manifiesta que es una especie de esfuerzo que se aplica con el fin de obtener mejoramientos en las áreas de una organización y sobre todo lo que reciben los clientes. Sin duda es muy importante que también se aplique en el proceso de postventa, de esta manera nos aseguramos que el cliente quede satisfecho, la fidelidad del mismo y expandir nuestro buen servicio a más mercados.

En el ámbito organizacional público o privado, existen diversos **tipos de gestión de calidad**, entre ellos tenemos la norma ISO 9001, que ayuda a mejorar el

desempeño laboral, mediante un método de trabajo, que mejora la calidad del servicio o producto, así como también la satisfacción del cliente. Es por ello que se propone aplicarlo con el objetivo de mejorar y ordenar cada uno de los procesos de la empresa.

Las Teorías relacionadas al tema de la rentabilidad, respecto a la teoría base, que se consultó, se obtuvo diversos enfoques conceptuales que la presente investigación enmarca son los siguientes:

Teoría de la rentabilidad y del riesgo en el modelo de Markowitz, se avoca que el empresario impulsará una inversión frente a muchas alternativas que sea tentativa y ofrezca un margen sustancial de beneficios económicos. Esta teoría hace ver que la inversión efectuada frente a diversas alternativas, el riesgo es mínimo, y en ese escenario la decisión del inversor sería óptima manteniendo una postura racional. La teoría relacionada a la rentabilidad y respecto al riesgo en el modelo de mercado de Sharpe (1963), se obtuvo mediante su propio del modelo diagonal, que se obtuvo mediante el método de simplificación que Sharpe desarrolló, siendo el modelo iniciador de su maestro Markowitz. Sharpe, manifestó que el modelo de su maestro, no tenía una valoración definida porque no se conocía la manera adecuada de relación entre ambas variables. En base a ello, manifestó dicha observación, con una propuesta de relacionar la rentabilidad de cada activo financiero con un determinado indicador, que por defecto es a nivel macro económico.

Cuando nos referimos a la importancia de la rentabilidad, sin duda se relaciona con el beneficio obtenido de tipo económico, pero también da lugar a mirarlo desde diferentes puntos de vista, que tendría como beneficio no sólo de manera tangible sino también de manera intangible. Sin duda, la obtención de este bien, logrará que exista un crecimiento a nivel organizativo, no solo económico, sino también a nivel de mercado, posicionamiento, diferenciación, capacidad de expansión, capacidad de inversión y generación de puestos de empleo.

Tipos de rentabilidad, existen dos tipos: a) Económica, también conocida como rentabilidad de inversión y que de acuerdo a Sánchez (2002), define que “la rentabilidad económica o de la inversión es el resultado luego de haber realizado

una medición referente a un horizonte de tiempo, que tienen el rendimiento aquellos activos propios de una empresa independiente del financiamiento de los mismos". Existen muchas definiciones que finalmente se puede traducir como resultados obtenidos luego de poner en práctica la capacidad de operación de los componentes de la organización, antes de tomar en cuenta a los intereses e impuestos. Y b). Financiera o conocida como capital, en la que Sánchez (2002), explica que es un resultado, en referencia a un horizonte de tiempo, respecto al rendimiento resultante en base a los capitales individuales e independientes.

Los indicadores de la rentabilidad, se definen en: a). margen neto de utilidad, que básicamente se traduce entre la utilidad neta y las ventas generales. El resultado de este indicador indicará la rentabilidad en base a los activos y patrimonio. b). Margen bruto de utilidad, es el valor porcentual de la relación entre la utilidad bruta y las ventas totales, se obtiene de los ingresos de operación, descontando el costo de las ventas. c). Margen operacional, se obtiene de la relación que existe entre la utilidad operacional y las ventas totales, cual resultado obtiene el rendimiento de los activos de operación que cuenta la empresa. d). Renta neta sobre la inversión, se obtiene de la relación entre las utilidades netas a los activos totales de la empresa, lo que hace es evaluar la rentabilidad neta que contiene: el uso de los activos, gastos de operación, gastos de financiación y los impuestos. e). Rentabilidad operacional sobre la inversión, se obtiene de acuerdo a la razón de la utilidad de operación a los activos totales de la organización. Hace la evaluación al uso de los activos y los gastos de operación, generados por los mismos. f). rentabilidad sobre el patrimonio, indicador que mide la rentabilidad antes y después de los impuestos generados en la empresa. g). Crecimiento sostenible, básicamente es un indicador que se obtiene de las políticas empleadas en las ventas, en la financiación, en los dividendos y en la capitalización. Es por ello que de acuerdo a la competencia existente en el mercado la estrategia que se emplea es con la finalidad de generar crecimiento en cuanto a cada una de las políticas mencionadas. h). Ebdita, este indicador se refiere a la utilidad operacional sumados los gastos de amortizaciones diferidos y de provisiones. Se obtiene antes de hacer el descuento a los gastos financieros y el impuesto.

Rentabilidad, en base a lo mencionado se define como el valor más importante para la organización, afirmación que coincide con Preve (2009), que manifiesta que la rentabilidad es el término relevante en las organizaciones y, además de ser empleado el sector empresarial. La rentabilidad es uno de los factores que buscar el empresario y sobre todo en las decisiones acertadas que pueda desarrollar. Sirve como un instrumento de medición sobre los ahorros que cuenta una empresa. sin embargo, es un concepto un tanto complicado de entender, pero es simple sabiendo que una empresa obtenga ingresos mayores que sus costos, al generar resultados positivos se considera como una actividad rentable.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de Investigación:

La investigación tiene las facultades de reunir elementos necesarios que pueden calificar como: tipo de “investigación aplicada”, sencillamente por el uso de los conocimientos de la variable gestión de calidad y de la variable rentabilidad.

3.1.2. Diseño de Investigación:

Se determinó que la presente investigación es de índole “No experimental, Correlacional”; debiéndose desarrollar la investigación en base a objetivos, obteniendo como objetivo principal el análisis de la relación entre cada variable que se encuentran presentes en el planteamiento del problema.

3.1.3. Variables y Operacionalización

La operacionalización de las variables gestión de calidad y rentabilidad se encuentra detallado en el Anexo N° 01.

Variable gestión de calidad: de acuerdo a (Burkus, 2017), considera que se trata de procesos sistemáticos que va a permitir que las organizaciones puedan planear, controlar y mejorar de manera continua en cada una de las distintas actividades que realiza. De esta manera garantizará la firmeza y solidez en el ejercicio para dar cumplimiento expectante por los clientes. Respecto a las dimensiones que se consideró, se detallan a continuación: planeamiento estratégico, control de calidad y mejora continua, con medición de escala de Likert.

Dimensión planeamiento estratégico: tomando como referencia a (Sánchez, 2009), quien indica sobre un proceso que elabora un grupo de planes para desarrollarlo como decisiones a futuro, de acuerdo a lo planificado en los objetivos propuesto de la compañía. A su vez se ha considerado como indicadores: estrategias, tendencia de demandas, diagnóstico situacional y evaluación de cliente.

Dimensión control de calidad: señalan (Padilla y Manuel, 2015), viene hacer un grupo de mecanismos, acciones y herramientas que realizan la detección de algún tipo de error. A su vez se ha considerado como indicadores: proceso de gestión, plan de calidad, evaluación del producto y estándares de calidad.

Dimensión mejora continua: según Kabboul (1994), se manifiesta como: es una especie de dispositivo factible y evidentemente al que las compañías de los estados que buscan su desarrollo cierran el concepto tecnológico que mantienen con respecto al espacio desarrollado. A su vez se ha considerado como indicadores: innovación, objetivos a corto plazo, desempeño constante.

Variable Rentabilidad: según (Gironella, 2005), indica que la rentabilidad se describe como el resultado que producen los capitales desviados en un determinado tiempo, lo que implica concordar el rendimiento producido con el caudal invertido. Lo cual se traduce que la rentabilidad es un indicativo de rendimiento en la obtención de ganancias durante un horizonte temporal, luego de haber efectuado una inversión. Respecto a las dimensiones que se consideró, se detallan a continuación: toma de decisiones, costo de producción y rentabilidad económica; con medición de escala de Likert.

Dimensión toma de decisiones: de acuerdo a (Ozeki y Asaka, 1992), quienes manifiestan que son las acciones que se optan luego de realizar una evaluación de la condición en que se encuentra la organización para dar lugar a la importancia en cuanto a la mejora de la calidad, en ese sentido, la adecuada ejecución, tendrá resultados óptimos para el cumplimiento de los objetivos sugeridos. A su vez se ha considerado como indicadores: estudio de mercado, identificar al cliente, necesidades del cliente, conocimiento del cliente, conocimiento sobre el producto.

Dimensión costo de producción: según (Adrián Yirda, 2020), indica que es la aproximación monetaria de todos los pagos que se han realizado interiormente en la compañía, para la obtener un bien o servicio. Estos pagos invertidos, son utilizados para el personal, los gastos de materia prima, además, de los gastos indirectos que están estrechamente relacionados con la obtención de un bien o

servicio. A su vez se ha considerado como indicadores: presupuesto operativo, sistema de costos, asignación de costos, costos de administración y distribución.

Dimensión rentabilidad económica: de acuerdo a (Sevilla, 2015), quien manifiesta que es la capacidad que tiene la compañía de aprovechar todos los recursos con que cuenta y gestar utilidades; los cuales se reflejan en indicadores de tipo financieros que hacen el análisis de la eficacia en el uso por parte de la gestión empresarial.

3.2. Población

Se trata de un **censo poblacional**, en el cual se trabajó a la población que se 100% del estudio de las unidades de análisis, estando conformada por 30 personas, que pertenecen al sector textil de la empresa manufacturera APROIN PERÚ SAC, Lima 2021, tal como se muestra en la tabla N° 01.

Tabla N° 01:

Distribución de la Población

Razón social	Dirección	Población
APROIN PERÚ SAC	Cl. Los Tulipanes Mz. A Lote 59 S.M.P.	30

Elaboración propia

3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se hicieron uso de las siguientes técnicas en la presente investigación: **Encuestas**, Se evaluó al personal de la empresa, con la intención de obtener resultados de la variable de gestión de calidad y de la variable rentabilidad. **Toma de información**, Se llevó a cabo, datos extraídos de libros, textos, normas y diferentes fuentes de información que tienen relación próxima o directa a las variables de Gestión de Calidad y la Rentabilidad. **Análisis documental**, Fue necesario hacer una evaluación a la información, para determinar el grado de relevancia que se ha considerado en el presente proyecto de investigación, cuyo contenido se relaciona directamente con las variables de Gestión de Calidad y la Rentabilidad, y cuyos instrumentos usados para la investigación fueron: Cuestionarios, Fichas bibliográficas, Guías de análisis documental.

3.4. Procedimientos

Al culminar la elaboración del instrumento, el objetivo fue realizar las entrevistas a los empresarios y trabajadores que reúnen las características de experiencia, asumiendo que la información proporcionada por ellos es confiable y verdadera. Para dicha tarea se hizo necesario de una encuesta piloto de 10 personas elegidas al azar, con la intención de comprobar la calidad de la información, llegando a obtener resultados óptimos.

3.5. Método de análisis de datos

La aplicación del método utilizado fue el **descriptivo** para ahondar a profundidad sobre la información extraída, con el fin de tomar decisiones en base a una información completa o parcial. Además, se utilizó técnicas que ayudaron en el procesamiento de datos obtenidos: **Proceso informático con SPSS**, Su uso fue exclusivamente para hacer la digitación, luego realizar el proceso de los datos y finalmente el análisis de los mismos relacionados con las variables: gestión de calidad y la rentabilidad. **Ordenamiento y Clasificación**, Se utilizó para hacer el tratamiento de la información cuantitativa y cualitativa, respecto a las variables: gestión de calidad y la rentabilidad.

3.6. Aspectos éticos

La presente tesis, cumple de manera categórica con la Ética profesional, desde aspectos moralistas, especulativos a nivel individual, social, legal, religioso que generan valor de autenticidad para satisfacer el bien común de la sociedad. Para ello se hizo uso del debido cuidado, respeto, objetividad, confidencialidad y compromiso personal con la verdad.

Por tal motivo, el desarrollo del presente documento ha sido elaborado a través de los valores éticos, en el afán de buscar, descubrir nuevos conocimientos que contribuyan al desarrollo empresarial mediante acciones de transparencia ligados a las buenas prácticas.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En principio se procedió a registrar la información obtenida mediante los cuestionarios en el programa Microsoft Excel y el programa estadístico IBM-SPSS, para su análisis e interpretación. Posteriormente se obtuvieron los gráficos estadísticos para poder analizar los resultados de una manera didáctica.

4.1. Estadística descriptiva

Variable Gestión de Calidad

Tabla N° 02:

Descripción de la dimensión planeamiento estratégico

		Respuestas		% Acumulado
		Nº	Valor %	
1. Dimensión Planeamiento Estratégico	1.Tot. en desacuerdo	40	33.3%	33.3%
	2.En desacuerdo	56	46.7%	80.0%
	3.Ni de acuerdo, ni desacuerdo	4	3.3%	83.3%
	4.De acuerdo	12	10.0%	93.3%
	5.Tot. de acuerdo	8	6.7%	100.0%
Total		120	100.0%	

En la tabla N° 02, se aprecian los resultados de frecuencia y porcentajes de la dimensión planeamiento estratégico, el 80.0% del personal consultado en la empresa APROIN PERÚ SAC, consideran que no se aplican estrategias de crecimiento y no se aprecia el análisis técnico para evaluar la tendencia de mercado; mientras que el 16.7% manifiesta lo contrario y sólo el 3.3% se mantienen neutral.

Tabla N° 03:

Descripción de la dimensión control de calidad

		Respuestas		% Acumulado
		Nº	Valor %	
2. Dimensión control de calidad	1.Tot. en desacuerdo	34	28.3%	28.3%
	2.En desacuerdo	44	36.7%	65.0%
	3.Ni de acuerdo, ni desacuerdo	14	11.7%	76.7%
	4.De acuerdo	21	17.5%	94.2%
	5.Tot. de acuerdo	7	5.8%	100.0%
Total		120	100.0%	

En la tabla N° 03, se aprecian los resultados de frecuencia y porcentajes de la dimensión control de calidad, el 65.0% del personal consultado en la empresa APROIN PERÚ SAC, consideran que no se evidencia el cumplimiento de la gestión por procesos y en otras situaciones no se logra el cumplimiento del plan de calidad basado en la demostración del producto; mientras que 23.3% manifiestan lo contrario y sólo el 11.7% se mantienen neutral.

Tabla N° 04:

Descripción de la dimensión mejora continua

		Respuestas		% Acumulado
		Nº	Valor %	
3. Dimensión mejora continua	1.Tot. en desacuerdo	32	35.6%	35.6%
	2.En desacuerdo	34	37.8%	73.4%
	3.Ni de acuerdo, ni desacuerdo	3	3.3%	76.7%
	4.De acuerdo	13	14.4%	91.1%
	5.Tot. de acuerdo	8	8.9%	100.0%
Total		90	100.0%	

En la tabla N° 04, se aprecian los resultados de frecuencia y porcentajes de la dimensión mejora continua, el 73.4% del personal consultado en la empresa APROIN PERÚ SAC, consideran que faltan innovaciones en procesos respecto a la obtención de calidad en los productos, además, de no lograr mayor participación en el mercado y la falta de capacitación al personal; mientras que el 23.3% manifiesta lo contrario y sólo el 3.3% se mantienen neutral.

Variable Rentabilidad

Tabla N° 05:

Descripción de la dimensión toma de decisiones

		Respuestas		% Acumulado
		Nº	Valor %	
4. Dimensión toma de decisiones	1.Tot. en desacuerdo	34	28.3%	28.3%
	2.En desacuerdo	44	36.7%	65.0%
	3.Ni de acuerdo, ni desacuerdo	14	11.7%	76.7%
	4.De acuerdo	21	17.5%	94.2%
	5.Tot. de acuerdo	7	5.8%	100.0%
Total		120	100.0%	

En la tabla N° 05, se aprecian los resultados de frecuencia y porcentajes de la dimensión toma de decisiones, el 65.0% del personal consultado en la empresa APROIN PERÚ SAC, consideran que no se está utilizando métodos de estudio de mercado, tampoco para identificar a las necesidades de los clientes, tampoco la capacidad para dar a conocer el producto; mientras que el 23.3% manifiesta lo contrario y sólo el 11.7% se mantienen neutral.

Tabla N° 06:

Descripción de la dimensión costo de producción

		Respuestas		% Acumulado
		Nº	Valor %	
5. Dimensión costo de producción	1.Tot. en desacuerdo	35	29.2%	29.2%
	2.En desacuerdo	47	39.2%	68.4%
	3.Ni de acuerdo, ni desacuerdo	12	10.0%	78.3%
	4.De acuerdo	21	17.5%	95.8%
	5.Tot. de acuerdo	5	4.2%	100.0%
Total		120	100.0%	

En la tabla N° 06, se aprecian los resultados de frecuencia y porcentajes de la dimensión costo de producción, el 68.4% del personal consultado en la empresa APROIN PERÚ SAC, consideran que no se prevé de un presupuesto operativo, tampoco se cuenta con un sistema de costos; mientras que el 21.7% indica lo contrario y sólo el 10.0% se mantienen neutral.

Tabla N° 07:

Descripción de la dimensión rentabilidad económica

		Respuestas		% Acumulado
		Nº	Valor %	
6. Dimensión rentabilidad económica	1.Tot. en desacuerdo	38	42.2%	42.2%
	2.En desacuerdo	42	46.7%	88.9%
	3.Ni de acuerdo, ni desacuerdo	3	3.3%	92.2%
	4.De acuerdo	6	6.7%	98.9%
	5.Tot. de acuerdo	1	1.1%	100.0%
Total		90	100.0%	

En la tabla 07 y en el gráfico N° 6, se aprecian los resultados de frecuencia y porcentajes de la dimensión costo de producción, el 88.9% del personal consultado en la empresa APROIN PERÚ SAC, desconocen la existencia de algún plan o estrategia que permita ampliar el giro de negocio y no evidenciar de planes para importar o exportar; mientras que el 7.8% opina lo contrario y sólo el 3.3% se mantienen neutral.

4.2. Estadística inferencial

Con la intención de hacer la demostración de contrastar la prueba de hipótesis, y de acuerdo con Hernández, Fernández y Bautista (2014) quienes manifiestan sobre dicho análisis, la existencia de dos tipos de análisis estadísticos que se puede utilizar para realizar la prueba de hipótesis: el análisis paramétrico y el análisis no paramétrico. Cada uno tiene sus propias características y para su respectivo uso va a depender de la forma cómo se haya planteado la investigación, la hipótesis, y el nivel de medida de cada variable.

Se aplicó una prueba no paramétrica, ya que, de acuerdo a Hernández, Fernández y Bautista (2014, pag.318), manifiestan que se utiliza dicha prueba cuando las variables son categóricas (se miden en la escala de Likert), por lo que, en este caso se cumple con dicho requisito.

Además, se aplicó el **coeficiente rho de Spearman** debido a que las variables cumplen con presentar el nivel ordinal, teniendo relación según lo indicado por Hernández, Fernández y Bautista (2014, pag.322), las unidades de la muestra están ordenadas.

Prueba de hipótesis general

Hipótesis Nula (**H₀**): la relación existente entre la gestión de calidad **no** es significativa con la rentabilidad en la empresa manufacturera APROIN PERÚ SAC, Lima 2021.

Hipótesis Alterna (**H₁**): la relación existente entre la gestión de calidad **si** es significativa con la rentabilidad en la empresa manufacturera APROIN PERÚ SAC, Lima 2021.

A continuación, la regla empleada permitió decidir la aceptación o rechazo de la hipótesis **H₀**.

Si $p < 0.05$, se rechaza la hipótesis nula (**H₀**)

Si $p > 0.05$, se acepta la hipótesis nula (**H₀**)

Tabla N° 08:

Prueba de hipótesis general

		Var. Gestión de Calidad	Var. Rentabilidad
Rho de Spearman	Var. Gestión de Calidad	Coef. de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	30
	Var. Rentabilidad	Coef. de correlación	0.769**
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	30

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

Interpretación: que con un nivel confiabilidad del 99%, se obtuvo el valor de significación (bilateral) < 0.05 ; de manera que, la hipótesis nula se rechaza y la hipótesis alterna se acepta. La evaluación del coeficiente de correlación que se

obtuvo fue de 0.769 concluyendo que la gestión de calidad tiene una **relación positiva significativa** con respecto a la rentabilidad en la empresa manufacturera APROIN PERÚ SAC, Lima 2021.

Prueba de hipótesis específica 1

Hipótesis Nula (H_0): la relación existente entre la gestión de calidad **no** es significativa con la toma de decisiones de la empresa manufacturera APROIN PERÚ SAC, Lima 2021.

Hipótesis Alternativa (H_1): la relación existente entre la gestión de calidad **si** es significativa con la toma de decisiones de la empresa manufacturera APROIN PERÚ SAC, Lima 2021.

Tabla N° 09:

Prueba de hipótesis específica 1

			Var. Gestión Calidad	Dim. Toma de Decisiones
Rho de Spearman	Variable Gestión de Calidad	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1.000 . 30	0.701** 0.000 30
	Dimensión Toma de Decisiones	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	0.701** 0.000 30	1.000 . 30

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

Interpretación: que con un nivel confiabilidad del 99%, se obtuvo el valor de significación (bilateral) < 0.05 ; de manera que, la hipótesis nula se rechaza y la hipótesis alternativa se acepta. La evaluación del coeficiente de correlación que se obtuvo fue de 0.701 concluyendo que la gestión de calidad tiene una **relación positiva significativa** con respecto a la toma de decisiones en la empresa manufacturera APROIN PERÚ SAC, Lima 2021.

Prueba de hipótesis específica 2

Hipótesis Nula (H_0): la relación existente entre la gestión de calidad **no** es significativa con el costo de producción de la empresa manufacturera APROIN PERÚ SAC, Lima 2021.

Hipótesis Alterna (H_1): la relación existente entre la gestión de calidad **si** es significativa con el costo de producción de la empresa manufacturera APROIN PERÚ SAC, Lima 2021.

Tabla N° 10:

Prueba de hipótesis específica 2

			Var. Gestión de Calidad	Dim. Costo de Producción
Rho de Spearman	Variable Gestión de Calidad	Coefficiente de correlación	1.000	0.760**
		Sig. (bilateral)	.	0.000
	N	30	30	
	Dimensión Costo de Producción	Coefficiente de correlación	0.682**	1,000
Sig. (bilateral)		0.000	.	
N	30	30		

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

Interpretación: que con un nivel confiabilidad del 99%, se obtuvo el valor de significación (bilateral) < 0.05 ; de manera que, la hipótesis nula se rechaza y la hipótesis alterna se acepta. La evaluación del coeficiente de correlación que se obtuvo fue de 0.760 concluyendo que la gestión de calidad tiene **relación positiva significativa** con respecto al costo de producción en la empresa manufacturera APROIN PERÚ SAC, Lima 2021.

V. CONCLUSIONES

Luego del resultado que se obtuvo en referencia a las variables de estudio y habiéndose contrastado con las teorías que corresponden a cada dimensión, se ha logrado determinar las siguientes conclusiones:

Primera: la correlación que existe entre gestión de calidad con la rentabilidad en la empresa manufacturera APROIN PERÚ SAC, Lima 2021. Es directa y significativamente ($p = 0.000 < 0.005$, Rho de Spearman = 0.0604, siendo correlación positiva significativa, de manera que, se rechaza la hipótesis nula y la hipótesis planteada se acepta). En ese sentido, se puede deducir que el uso correcto de la gestión de calidad en cualquier empresa, se relaciona positivamente con la rentabilidad en cuanto a la toma de decisiones y costos de producción, permitiendo favorecer la rentabilidad de la empresa, que implicaría un crecimiento permanente y mejor posicionamiento en el mercado.

Segunda: la correlación que existe entre la gestión de calidad con la toma de decisiones en la empresa manufacturera APROIN PERÚ SAC, Lima 2021. Es directa y significativamente ($p = 0.000 < 0.005$, Rho de Spearman = 0.0695, siendo correlación positiva significativa, de manera que, se rechaza la hipótesis nula y la hipótesis planteada se acepta). En ese sentido, se puede deducir que el uso correcto de la gestión de calidad en cualquier empresa, se relaciona positivamente con el estudio de mercado, permitiendo identificar al cliente, determinar las necesidades respecto a los productos que ofrece la empresa.

Tercera: la correlación que existe entre la gestión de calidad con el costo de producción en la empresa manufacturera APROIN PERÚ SAC, Lima 2021. Es directa y significativamente ($p = 0.000 < 0.005$, Rho de Spearman = 0.0682, siendo correlación positiva significativa, de manera que, se rechaza la hipótesis nula y la hipótesis planteada se acepta). En ese sentido, se puede deducir que el uso correcto de la gestión de calidad se relaciona positivamente con el presupuesto operativo, que mejora la asignación de costos que involucren la administración y distribución.

VI. RECOMENDACIONES

En base a los fundamentos expuestos, la obtención de los resultados y definición de las conclusiones, es necesario realizar las siguientes recomendaciones:

Primera: al notarse la correlación directa y significativa que existe entre la gestión de calidad y la rentabilidad se recomienda a gerencia la implementación de estrategias de crecimiento, además del análisis técnico para evaluar la tendencia de mercado, en el plan estratégico como parte de la gestión de calidad en la empresa APROIN PERÚ SAC, 2021.

Segunda: debido a la correlación directa y significativa que existe entre la gestión de calidad y la rentabilidad se recomienda a gerencia que se implementen políticas de cumplimiento en la gestión por procesos, también para el plan de calidad basado en la demostración del producto hacia el mercado y en cuanto a la diferenciación de sus competidores.

Tercera: al comprobarse que existe correlación directa y significativa entre la gestión de calidad y la rentabilidad se recomienda a gerencia, implementar innovaciones en procesos para obtener la calidad en los productos, además, tener mayor participación en el mercado y dar capacitación constante a su personal.

Cuarta: habiéndose comprobado que existe relación directa y moderada entre la gestión de calidad y la rentabilidad se recomienda a gerencia, incorporar métodos de estudio de mercado para identificar las necesidades de los clientes en base a características del producto.

Quinta: luego comprobarse que existe correlación directa y significativa entre la gestión de calidad y la rentabilidad se recomienda a gerencia, la implementación de un sistema de costos con el fin prever presupuestos de tipo operativo que permita cubrir las distintas necesidades futuras, de administración y distribución.

Sexta: Finalmente, al encontrarse correlación directa y significativa entre la gestión de calidad y la rentabilidad se recomienda a gerencia implementar estrategias que permita ampliar el giro del negocio pensado en realizar exportaciones.

REFERENCIAS

- Acosta, J. (2011). Contabilidad de Costos. De <http://www.gerencie.com/definicion-de-costos.html>
- Alfaomega Grupo Editor S.A. México D.F. Jacobs, D. y Homburguer A. (1990). *Como hacer que su empresa sea competitiva*. Ediciones Díaz de Santos S.A. Madrid, España.
- Amat, O. (2002). Valor Económico Agregado. Grupo Editorial Norma. Bogotá, Colombia.
- Apaza, M. (2008). Costos ABC, ABM, ABB Herramientas para Incrementar la Rentabilidad y la Competitividad Empresarial. Editores Entrelineas S.R.L. Lima, Perú.
- Apaza, M. (2010). *Consultor Económico Financiero*. Pacifico Editores. Lima, Perú.
- Carratalá, J. y Albano H. (2012). Gerenciamiento Estratégico de Costos.
- Burkus. D. (2017). Bajo una Nueva Gestión. De <http://acrip.co/acrip.org/images/getabstract/2019/diciembre/bajo-una-nueva-gestion-burkus-es-30952.pdf>
- Del Salto, E. (2014). Evaluación de la Calidad de Atención y Satisfacción del Usuario que Asiste a la Consulta en el Departamento Médico del Instituto Nacional Mejía en el Periodo 2012. Universidad Central del Ecuador. Ecuador.
<http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/4665/1/T-UCE-0006-12.pdf>
- Deming, W. (1986). OUT OF THE CRISIS. Quality, Productivity and Competitive Position. Ediciones Díaz de Santos, S. A. Madrid, España.
https://www.academia.edu/37495998/Fuera_de_crisis_deming
- Fayol, H. (1949). General and Industrial Management. Londres, Inglaterra.
<https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.13518/page/n5/mode/2up>

- Galecio y Alegría, (2015). Diseño de un Sistema de Gestión de Calidad para el Desarrollo de la Mejora Continua en una Empresa Textil. Universidad Ricardo Palma. Lima, Peru.
http://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/2067/alegria_ja-galecio_kl.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- García y Espinel, (2016). Diseño de un sistema de gestión de calidad basado en los requisitos de la NTC ISO 9001:2015. Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Bogotá, Colombia.
<https://repository.udistrital.edu.co/bitstream/handle/11349/3346/Garc%EDaAvenda%F1oCatherineLizeth2016.pdf;jsessionid=5775D36B2A78EA0B968E13A87478E002?sequence=1>
- Giraldo, J. Gerencia Estratégica. De
<http://juliangiraldo.wordpress.com/gerencia/gerenciaestrategica/>
- Kabboul, F. (1994). Mejora continua de los procesos de gestión del conocimiento en instituciones de educación superior ecuatorianas. De
<http://scielo.sld.cu/pdf/rdir/v11n2/rdir05217.pdf>
- Lizano D. (2015). Propuesta de Implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad para el Proceso de Ventas de la Empresa Fabricaciones Institucionales Lizano Torres. Pontificia Universidad Católica del Ecuador Quito, Ecuador.
<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/10741/Tesis%20Final%20Total.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gironella, E. (2005). El apalancamiento financiero: de cómo un aumento del endeudamiento puede mejorar la rentabilidad financiera de una empresa. Revista de Contabilidad y Dirección Vol. 2, año 2005. De
https://accid.org/wp-content/uploads/2018/09/analisis_castellano_071-091.pdf

- Gonzales, F. (1999). teoría de la gestión de la calidad y la trilogía de Juran. <https://redined.educacion.gob.es/xmlui/bitstream/handle/11162/81746/00820073006213.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gryna, F. Chua, R. Defeo, J. Método. (1997). Juran Análisis y planeación de la calidad. (5ta Ed.). McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. México D.F. <http://sistemasdecalidad6to.weebly.com/uploads/4/6/5/8/46581171/metodo-juran-an%C3%A1lisis-y-planeaci%C3%B3n-de-la-calidad-juran-5ta.pdf>
- MacLeod, P. León, P. y Esquivias, P. (2002). *Planificación estratégica y financiera integrada para organizaciones no gubernamentales*. The Nature Conservancy, Arlington, Virginia, USA.
- Meza, (2013). La Gestión Estratégica de Costos en la Rentabilidad en las Empresas de Ensamblaje e Instalación de Ascensores en Lima Metropolitana, Año 2012. Lima, Perú. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/671/meza_vi.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Parada, D. y Rigoberto, J. (1988). *Rentabilidad Empresarial*. (1a Ed.). Editorial Universidad de Concepción. Chile.
- Porter, M. (2002). *Ventaja Competitiva*. Grupo Editorial Patria S.A. México.
- Posada, G. (2009). *Planificación Estratégica: Cuatro componentes de los procesos exitosos*. Recuperado el 10 de marzo del 2009, de <http://manuelgross.bligoo.com/content/view/462712/Planificacion-EstrategicaCuatro-componentes-de-los-procesos-exitosos.html>
- Puente, Alberto. (2009). *Finanzas Corporativas para el Perú*. Pacifico Editores. Lima – Perú.
- Rangel Jesús, Rodríguez, Cabello y Yépez (2008). *Sistemas de Costos*. De <http://www.monografias.com/trabajos90/sistemas-costos/sistemas-costos.shtml>

Rojas, (2013). Implementación del Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001 En la Gerencia de Auditoría y Procesos de Supermercados Peruanos S.A. Lima, Perú.

https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/686/apaza_jl.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Shank, J. y Govindarajan, V. (1997). *Gerencia Estratégica de costos*. Grupo Editorial Norma. Colombia.

Sánchez, A. (2009). "Elaboración del Plan Estratégico Institucional 2005-2009 del Servicio Departamental de Gestión Social Dependiente de la Prefectura del Departamento de La Paz". La Paz, Bolivia. De

<https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/24337/TD-1109.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sánchez, J. (2002). *Análisis de Rentabilidad de la empresa*. De <http://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisR.pdf>

Anexo 01: Matriz de Operacionalización de variables

Título: La gestión de calidad y la rentabilidad en la empresa industrial manufacturera APROIN PERÚ SAC, Lima 2021.

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Escala de medición
Gestión de Calidad	La gestión de calidad es una serie de procesos sistemáticos que le permiten a cualquier organización planear, controlar y mejorar de manera continua las distintas actividades que lleva a cabo. Esto garantiza estabilidad y consistencia en el desempeño para cumplir con las expectativas de los clientes. (Burkus, David; "Bajo una nueva gestión", 2017).	La medida de esta variable se realiza a través de un cuestionario dirigido a los trabajadores de la empresa APROIN PERÚ SAC, se desarrolla la estadística descriptiva e inferencial mediante el software SPSS v.26.	Planeamiento Estratégico	Estrategias	1	Ordinal (LIKERT) 1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo, ni desacuerdo 4. De acuerdo. 5. Totalmente de acuerdo
				Tendencia en demandas	2	
				Diagnóstico situacional	3	
				Evaluación de cliente	4	
			Control de Calidad	Proceso de gestión	5	
				Plan de calidad	6	
				Evaluación del producto	7	
			Mejora Continua	Estándares de calidad	8	
				Innovación	9	
				Objetivos a corto plazo	10	
				Desempeño constante	11	
Rentabilidad	La rentabilidad mide la eficiencia general de la gerencia en la toma de decisiones, demostrada a través de las utilidades obtenidas de las ventas y por el manejo adecuado de los recursos (costo de producción), es decir la inversión, de la empresa generando rentabilidad económica..." (David Fischman, La alta rentabilidad, 2017).	La medida de esta variable se realiza a través de un cuestionario dirigido a los clientes de la empresa APROIN, se desarrolla la estadística descriptiva e inferencial mediante el software SPSS v.26.	Toma de Decisiones	Estudio de mercado	12	Ordinal (Likert) 1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo, ni desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo
				Identificar al cliente	13	
				Necesidades del cliente	14	
				Conocimiento sobre el producto	15	
			Costo de Producción	Presupuesto operativo	16	
				Sistema de costos	17	
				Asignación de costos	18	
				Costos de administración y distribución	19	
			Rentabilidad Económica	Incursionar en nuevos mercados	20	
				Exportación de mercadería	21	
				Importación de insumos y materiales	22	

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación:		La gestión de calidad y la rentabilidad en la empresa industrial manufacturera APROIN Perú SAC, Lima 2021.						
Apellidos y nombres del Investigador:		EDUIN TARRILLO MONDRAGON						
Apellidos y nombres del experto:								
VARIABLES	DIMENSIONES	ASPECTO POR EVALUAR			ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO		
		INDICADORES	ITEM/PREGUNTAS	SI CUMPLE		NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS	
Gestión de Calidad	Planeamiento Estratégico	Estrategias	1. La estrategia aplicada por la empresa, APROIN, ha permitido incrementar su crecimiento.	Ordinal (Likert) 1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo, ni desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Tendencia en demandas	2. El instrumento de análisis técnico, que se utiliza, es el adecuado para determinar la tendencia del mercado.		<input checked="" type="checkbox"/>			
		Diagnóstico situacional	3. Las estrategias realizadas, determinan la situación actual de la empresa, APROIN, en el período de evaluación.		<input checked="" type="checkbox"/>			
		Evaluación de cliente	4. El factor de análisis de precios, ha determinado la selección y contratación de los proveedores para la empresa APROIN.		<input checked="" type="checkbox"/>			
	Control de calidad	Proceso de gestión	5. La gestión por procesos cumple un factor importante en la empresa APROIN.		<input checked="" type="checkbox"/>			
		Plan de calidad	6. Es importante el cumplimiento del plan de calidad basado en la demostración del producto.		<input checked="" type="checkbox"/>			
		Evaluación del producto	7. El producto ofertado tiene diferenciación respecto a sus competidores, cumpliendo las exigencias del mercado.		<input checked="" type="checkbox"/>			
		Estándares de calidad	8. Los productos ofertados por la empresa, APROIN, cumplen con los estándares de calidad.		<input checked="" type="checkbox"/>			
	Mejora continua	Innovación	9. La innovación en procesos contribuye a la obtención de productos de calidad.		<input checked="" type="checkbox"/>			
		Objetivos a corto plazo	10. En la empresa, APROIN, un objetivo importante a corto plazo, es lograr una mayor participación en el mercado.		<input checked="" type="checkbox"/>			
Rentabilidad	Toma de Decisiones	Capacitación constante	11. La capacitación constante de los trabajadores ayuda a lograr los objetivos de la empresa APROIN.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Estudio de mercado	12. El método de estudio de mercados, basado en una encuesta es adecuado para la empresa APROIN.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Identificar al cliente	13. El método estratégico para identificar a un cliente se basa en el interés que tenga por la calidad del producto.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Determinar necesidades del cliente	14. El factor más relevante para determinar la necesidad del cliente se basa en la edad.	<input checked="" type="checkbox"/>				
	Costo de producción	Conocimiento sobre el producto	15. Se tiene la capacidad de dar a conocer el producto convirtiéndolo en atributos para el cliente.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Presupuesto operativo	16. La previsión de un presupuesto operativo permite ver las necesidades futuras.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Sistema de costos	17. El sistema de costos cumple un papel fundamental en la empresa, APROIN, para la toma de decisiones.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Asignación de costos	18. El objetivo principal de la empresa, APROIN, al realizar la asignación de costos, se enfoca en obtener la calidad del producto.	<input checked="" type="checkbox"/>				
	Rentabilidad económica	Costos de administración y distribución	19. Los costos de administración y distribución son importantes para la empresa APROIN.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Incursionar en nuevos mercados	20. Ampliar el giro del negocio a incursionar en nuevos mercados, beneficia la empresa APROIN.	<input checked="" type="checkbox"/>				
Exportación de mercadería		21. El beneficio para la empresa, APROIN, al realizar la exportación de mercadería se traduce en mayores ventas.	<input checked="" type="checkbox"/>					
Importación de insumos y materiales		22. Realizar importaciones de insumos y materiales se reflejaría en un ahorro de costos.	<input checked="" type="checkbox"/>					
Firma del experto		Fecha 25/06/2021						

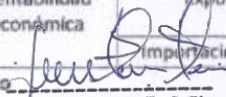
Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación:		La gestión de calidad y la rentabilidad en la empresa industrial manufacturera APROIN Perú SAC, Lima 2021.					
Apellidos y nombres del Investigador:		EDUIN TARRILLO MONDRAGON					
Apellidos y nombres del experto:							
		ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO	
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM/PREGUNTAS	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Gestión de Calidad	Planeamiento Estratégico	Estrategias	1. La estrategia aplicada por la empresa, APROIN, ha permitido incrementar su crecimiento.	Ordinal (Likert) 1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo, ni desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo	✓		
		Tendencia en demandas	2. El instrumento de análisis técnico, que se utiliza, es el adecuado para determinar la tendencia del mercado.		✓		
		Diagnóstico situacional	3. Las estrategias realizadas, determinan la situación actual de la empresa, APROIN, en el periodo de evaluación.		✓		
		Evaluación de cliente	4. El factor de análisis de precios, ha determinado la selección y contratación de los proveedores para la empresa APROIN.		✓		
	Control de calidad	Proceso de gestión	5. La gestión por procesos cumple un factor importante en la empresa APROIN.		✓		
		Plan de calidad	6. Es importante el cumplimiento del plan de calidad basado en la demostración del producto.		✓		
		Evaluación del producto	7. El producto ofertado tiene diferenciación respecto a sus competidores, cumpliendo las exigencias del mercado.		✓		
		Estándares de calidad	8. Los productos ofertados por la empresa, APROIN, cumplen con los estándares calidad.		✓		
	Mejora continua	Innovación	9. La innovación en procesos contribuye a la obtención de productos de calidad.		✓		
		Objetivos a corto plazo	10. En la empresa, APROIN, Un objetivo importante a corto plazo, es lograr una mayor participación en el mercado.		✓		
		Capacitación constante	11. La capacitación constante de los trabajadores ayuda a lograr los objetivos de la empresa APROIN.		✓		
Rentabilidad	Toma de Decisiones	Estudio de mercado	12. El método de estudio de mercados, basado en una encuesta es adecuado para la empresa APROIN.	✓			
		Identificar al cliente	13. El método estratégico para identificar a un cliente se basa en el interés que tenga por la calidad del producto.	✓			
		Determinar necesidades del cliente	14. El factor más relevante para determinar la necesidad del cliente se basa en la edad.	✓			
		Conocimiento sobre el producto	15. Se tiene la capacidad de dar a conocer el producto convirtiéndolo en atributos para el cliente.	✓			
	Costo de producción	Presupuesto operativo	16. La previsión de un presupuesto operativo permite ver las necesidades futuras.	✓			
		Sistema de costos	17. El sistema de costos cumple un papel fundamental en la empresa, APROIN, para la toma de decisiones.	✓			
		Asignación de costos	18. El objetivo principal de la empresa, APROIN, al realizar la asignación de costos, se enfoca en obtener la calidad del producto.	✓			
		Costos de administración y distribución	19. Los costos de administración y distribución son importantes para la empresa APROIN.	✓			
	Rentabilidad económica	Incursionar en nuevos mercados	20. Ampliar el giro del negocio a incursionar en nuevos mercados, beneficia la empresa APROIN.	✓			
		Exportación de mercadería	21. El beneficio para la empresa, APROIN, al realizar la exportación de mercadería se traduce en mayores ventas.	✓			
Firma del experto		Importación de insumos y materiales	22. Realizar importaciones de insumos y materiales se reflejaría en un ahorro de costos.	✓			
		Fecha <u>20/06/2021</u>					

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación:		La gestión de calidad y la rentabilidad en la empresa industrial manufacturera APROIN Perú SAC, Lima 2021.					
Apellidos y nombres del Investigador:		EDUIN TARRILLO MONDRAGON					
Apellidos y nombres del experto:							
VARIABLES	DIMENSIONES	ASPECTO POR EVALUAR		ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO		
		INDICADORES	ITEM/PREGUNTAS		SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
Gestión de Calidad	Planeamiento Estratégico	Estrategias	1. La estrategia aplicada por la empresa, APROIN, ha permitido incrementar su crecimiento.	Ordinal (Likert) 1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo, ni desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Tendencia en demandas	2. El instrumento de análisis técnico, que se utiliza, es el adecuado para determinar la tendencia del mercado.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Diagnóstico situacional	3. Las estrategias realizadas, determinan la situación actual de la empresa, APROIN, en el período de evaluación.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Evaluación de cliente	4. El factor de análisis de precios, ha determinado la selección y contratación de los proveedores para la empresa APROIN.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Control de calidad	Proceso de gestión	5. La gestión por procesos cumple un factor importante en la empresa APROIN.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Plan de calidad	6. Es importante el cumplimiento del plan de calidad basado en la demostración del producto.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Evaluación del producto	7. El producto ofertado tiene diferenciación respecto a sus competidores, cumpliendo las exigencias del mercado.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Estándares de calidad	8. Los productos ofertados por la empresa, APROIN, cumplen con los estándares calidad.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Mejora continua	Innovación	9. La innovación en procesos contribuye a la obtención de productos de calidad.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Objetivos a corto plazo	10. En la empresa, APROIN, Un objetivo importante a corto plazo, es lograr una mayor participación en el mercado.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Capacitación constante	11. La capacitación constante de los trabajadores ayuda a lograr los objetivos de la empresa APROIN.		<input checked="" type="checkbox"/>		
Rentabilidad	Toma de Decisiones	Estudio de mercado	12. El método de estudio de mercados, basado en una encuesta es adecuado para la empresa APROIN.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Identificar al cliente	13. El método estratégico para identificar a un cliente se basa en el interés que tenga por la calidad del producto.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Determinar necesidades del cliente	14. El factor más relevante para determinar la necesidad del cliente se basa en la edad.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Conocimiento sobre el producto	15. Se tiene la capacidad de dar a conocer el producto convirtiéndolo en atributos para el cliente.	<input checked="" type="checkbox"/>			
	Costo de producción	Presupuesto operativo	16. La previsión de un presupuesto operativo permite ver las necesidades futuras.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Sistema de costos	17. El sistema de costos cumple un papel fundamental en la empresa, APROIN, para la toma de decisiones.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Asignación de costos	18. El objetivo principal de la empresa, APROIN, al realizar la asignación de costos, se enfoca en obtener la calidad del producto.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Costos de administración y distribución	19. Los costos de administración y distribución son importantes para la empresa APROIN.	<input checked="" type="checkbox"/>			
	Rentabilidad económica	Incurción en nuevos mercados	20. Ampliar el giro del negocio a incurción en nuevos mercados, beneficia la empresa APROIN.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Exportación de mercadería	21. El beneficio para la empresa, APROIN, al realizar la exportación de mercadería se traduce en mayores ventas.	<input checked="" type="checkbox"/>			
Firma del experto		Fecha		<input checked="" type="checkbox"/>			
 M ^{sc} Juan Carlos Jarazona Guillén CIP 218417		30/06/21					

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

Anexo 02: Encuesta

Mediante la presente técnica de encuesta, se tiene como objetivo obtener la información relevante alineada al título de la presente tesis “la gestión de calidad y la rentabilidad en la empresa industrial manufacturera APROIN PERÚ SAC, Lima 2021”. A continuación, se muestran un total de 22 preguntas y deseamos tu apoyo respondiendo cada una de ellas, marcado con una “X”, en ese sentido agradecemos anticipadamente por tu importante participación.

- 1. **TD** : totalmente en desacuerdo.
- 2. **ED** : en desacuerdo.
- 3. **NAD** : ni de acuerdo, ni desacuerdo.
- 4. **DA** : de acuerdo.
- 5. **TA** : totalmente de acuerdo.

VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD					
Dimensión planeamiento estratégico	TD	ED	NAD	DA	TA
	1	2	3	4	5
1. La estrategia aplicada por la empresa, APROIN, ha permitido incrementar su crecimiento.					
2. El instrumento de análisis técnico, que se utiliza, es el adecuado para determinar la tendencia del mercado.					
3. Las estrategias realizadas, determinan la situación actual de la empresa, APROIN, en el período de evaluación.					
4. El factor de análisis de precios, ha determinado la selección y contratación de los proveedores para la empresa APROIN.					
Dimensión control de calidad	TD	ED	NAD	DA	TA
	1	2	3	4	5
5. La gestión por procesos cumple un factor importante en la empresa APROIN.					
6. Es importante el cumplimiento del plan de calidad basado en la demostración del producto.					
7. El producto ofertado tiene diferenciación respecto a sus competidores, cumpliendo las exigencias del mercado.					
8. Los productos ofertados por la empresa, APROIN, cumplen con los estándares de calidad.					

Dimensión mejora continua	TD	ED	NAD	DA	TA
	1	2	3	4	5
9. La innovación en procesos contribuye a la obtención de productos de calidad.					
10. En la empresa, APROIN, Un objetivo importante a corto plazo, es lograr una mayor participación en el mercado.					
11. La capacitación constante de los trabajadores ayuda a lograr los objetivos de la empresa APROIN.					
VARIABLE RENTABILIDAD					
Dimensión toma de decisiones	TD	ED	NAD	DA	TA
	1	2	3	4	5
12. El método de estudio de mercados, basado en una encuesta es adecuado para la empresa APROIN.					
13. El método estratégico para identificar a un cliente se basa en el interés que tenga por la calidad del producto.					
14. El factor más relevante para determinar la necesidad del cliente se basa en la edad.					
15. Se tiene la capacidad de dar a conocer el producto convirtiéndolo en atributos para el cliente.					
Dimensión costo de producción	TD	ED	NAD	DA	TA
	1	2	3	4	5
16. La previsión de un presupuesto operativo permite ver las necesidades futuras.					
17. El sistema de costos cumple un papel fundamental en la empresa, APROIN, para la toma de decisiones.					
18. El objetivo principal de la empresa, APROIN, al realizar la asignación de costos, se enfoca en obtener la calidad del producto.					
19. Los costos de administración y distribución son importantes para la empresa APROIN.					

Dimensión rentabilidad económica	TD	ED	NAD	DA	TA
	1	2	3	4	5
20. Ampliar el giro del negocio a incursionar en nuevos mercados, beneficia la empresa APROIN.					
21. El beneficio para la empresa, APROIN, al realizar la exportación de mercadería se traduce en mayores ventas.					
22. Realizar importaciones de insumos y materiales se reflejaría en un ahorro de costos.					

Anexo 03: Resultados representados en figuras

Variable Gestión de Calidad

Figura N° 1:

Dimensión planeamiento estratégico

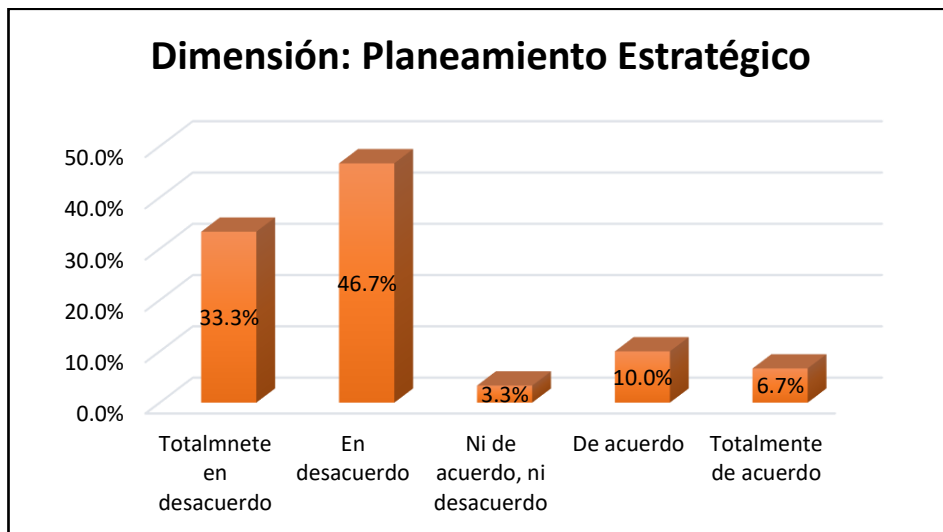


Figura N° 2:

Dimensión Control de Calidad

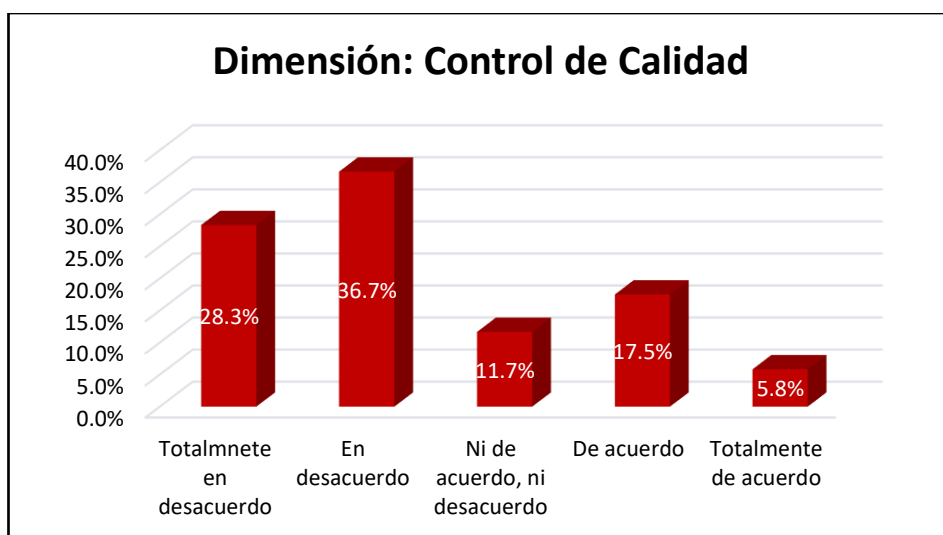
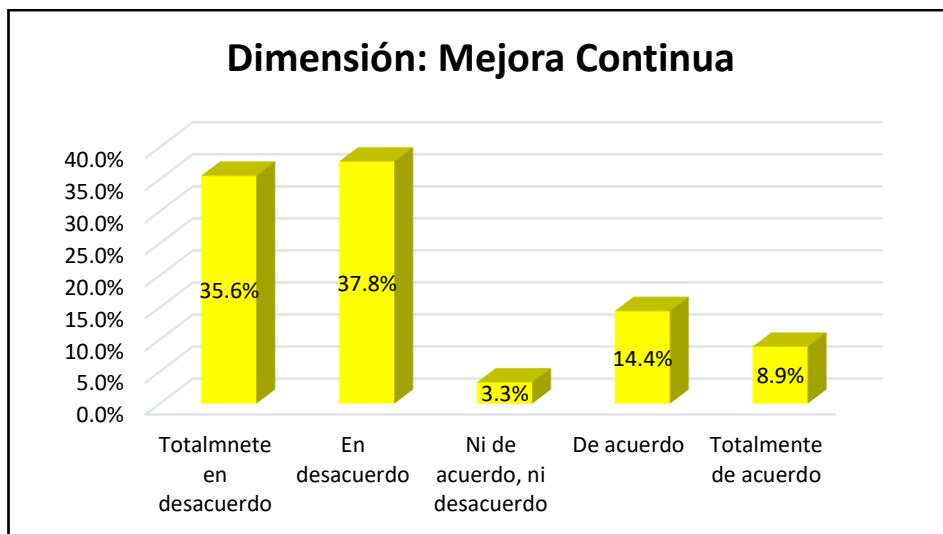


Figura N° 3:

Dimensión mejora continua



Variable Rentabilidad

Figura N° 4:

Dimensión toma de decisiones

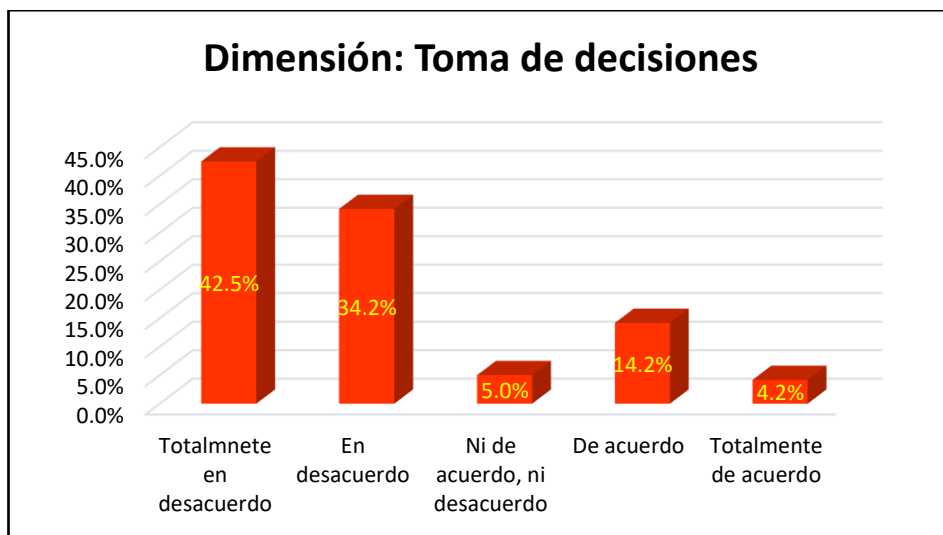


Figura N° 5:

Dimensión costo de producción

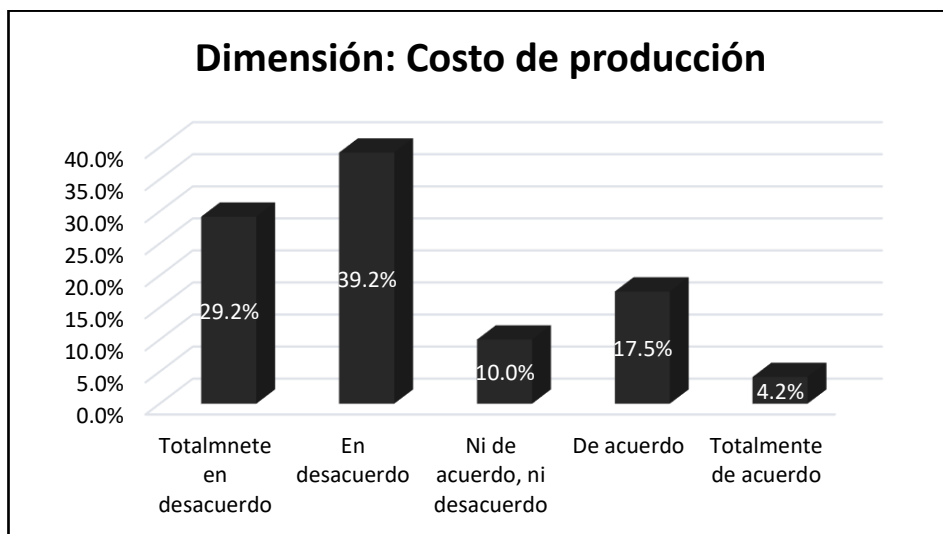
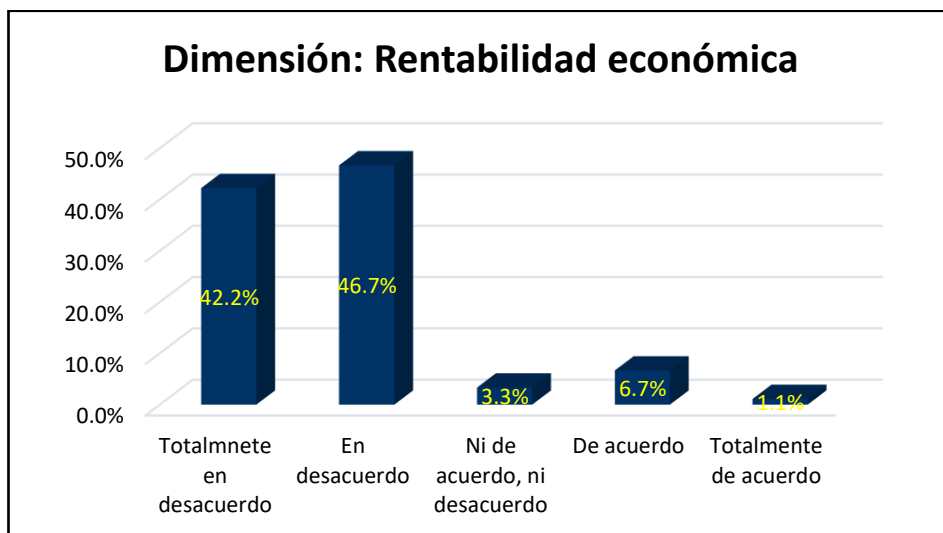


Figura N° 6:

Dimensión rentabilidad económica



Anexo 04: Interpretación de Valores de Correlación

Valor Obtenido	Tipo de Correlación
± 0.96 , ± 1.0	Correlación (Positiva / Negativa) Perfecta
± 0.85 , ± 0.95	Correlación (Positiva / Negativa) Fuerte
± 0.70 , ± 0.84	Correlación (Positiva / Negativa) Significativa
± 0.50 , ± 0.69	Correlación (Positiva / Negativa) Moderada
± 0.20 , ± 0.49	Correlación (Positiva / Negativa) Débil
± 0.10 , ± 0.19	Correlación (Positiva / Negativa) Muy Débil
± 0.09 , 0.0	Correlación Nula

Según Cohen, J. & Cohen, P. (1983).