



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Gestión de calidad y competitividad exportadora de prendas de vestir
para bebés en la galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra,
2014

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

AUTORA:

Marquez Reynaldos, Elizabeth Rocio (ORCID: 0000-0003-0953-6648)

ASESOR:

Dr. Raul Delgado Arenas (ORCID: 0000-0003-4941-4717)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y comercio internacional

LIMA – PERÚ

2014

PÁGINA DEL JURADO

DEDICATORIA

Este trabajo le dedico a mi abnegada y trabajadora madre, mi gran motivo de ser. Aquella gran mujer a quien amo, quien siempre estuvo conmigo y me enseñó que en la vida todos nuestros sueños se pueden cumplir con esfuerzo y sacrificio. También le dedico a mi querido padre quien siempre vive en mi mente y corazón, quien desde el cielo vigila y guía mis pasos.

AGRADECIMIENTO

Les dirijo mis profundos agradecimientos a mis estimados y ejemplares profesores quienes con su dedicación y su enseñanza constante han aportado a mi formación profesional y personal, así como también me han inspirado y motivado para lograr mis metas. También le dirijo mi agradecimiento especial a mi querida y muy abnegada profesora Fabiola Navarro quien como una madre me apoyó y me inspiró diariamente al logro de mis objetivos.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Marquez Reynaldos Elizabeth Rocio, alumna de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo - Lima declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan a la Tesis titulado "Gestión de calidad y competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería "El Rey" del Emporio Comercial de Gamarra, 2014" son:

1. De mi autoría
2. El presente Trabajo de Investigación no ha sido plagiado ni total, ni parcialmente.
3. El Trabajo de Investigación no ha sido publicado ni presentado anteriormente.
4. Los resultados presentados en el presente Trabajo de Investigación son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

Lima, 11 de Septiembre de 2020



.....
Marquez Reynaldos Elizabeth Rocio
DNI: 45581277

ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO	II
DEDICATORIA.....	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	V
ÍNDICE	VI
ÍNDICE DE TABLAS	VII
ÍNDICE DE FIGURAS	X
ÍNDICE DE ANEXOS	XII
RESUMEN	XIII
ABSTRACT	XIV
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	6
III. METODOLOGÍA.....	15
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	16
3.2 Variables y operacionalización.....	16
3.3 Población, muestra y muestreo.....	16
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	17
3.5 Procedimientos.....	18
3.6 Método de análisis de datos.....	18
3.7 Aspectos éticos.....	18
IV. RESULTADOS.....	19
V. DISCUSIÓN.....	53
VI. CONCLUSIONES	57
VII. RECOMENDACIONES.....	60
VIII. REFERENCIAS	63
IX. ANEXOS.....	69

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>La organización maneja medios tecnológicos para el desarrollo de sus operaciones productivas entre ellas maquinarias de última generación que le permiten obtener prendas de calidad.....</i>	20
Tabla 2. <i>Para la confección de prendas de vestir para bebés, la empresa elabora dichas prendas con telas hechas a base de algodón.....</i>	21
Tabla 3. <i>La empresa posee recursos tecnológicos para el desarrollo de sus operaciones productivas entre ellas maquinarias de última generación que le permiten obtener prendas de calidad.</i>	22
Tabla 4. <i>Para la confección de prendas de vestir para bebés, la empresa elabora dichas prendas con telas hechas a base de algodón.....</i>	23
Tabla 5. <i>La empresa formula estrategias desarrollo de producto para el mejoramiento continuo en la producción de prendas para bebés.</i>	24
Tabla 6. <i>La empresa formula constantemente estrategias para satisfacer de manera eficiente los gustos y preferencias de sus clientes.....</i>	25
Tabla 7. <i>La empresa formula estrategias para obtener la calidad deseada en sus productos.</i>	26
Tabla 8. <i>La empresa plantea objetivos de largo plazo para el logro de su crecimiento sostenido.....</i>	27
Tabla 9. <i>Dentro del desarrollo y gestión, la empresa considera a la innovación y a la creatividad como parte de su reto diario para el mejoramiento continuo.</i>	28
Tabla 10. <i>Dentro de las instalaciones la empresa cuenta con un ambiente de trabajo adecuado que propicia el desarrollo del talento humano.</i>	29
Tabla 11. <i>Dentro de la empresa se realiza seguimiento diario a sus diversas actividades y a sus procesos productivos.</i>	30
Tabla 12. <i>La empresa tiene un sistema de control de calidad que se aplica constantemente o diariamente para obtener las prendas con calidad deseada.</i>	31
Tabla 13. <i>La empresa mide el nivel de satisfacción de sus clientes para mejorar y fidelizar a los mismos.</i>	32
Tabla 14. <i>La empresa tiene un sistema de mejora continuo enfocado y relacionado a la calidad.....</i>	33

Tabla 15. <i>Dentro de la empresa se realiza capacitación constante a sus trabajadores.</i>	34
Tabla 16. <i>Las prendas elaboradas brindan valor agregado sin presentar defecto alguno.</i>	35
Tabla 17. <i>La empresa conoce y busca información acerca de las diversas necesidades de sus clientes.</i>	36
Tabla 18. <i>Dentro del sector textil la empresa diferencia las necesidades de cada cliente para satisfacerlos eficientemente.</i>	37
Tabla 19. <i>La empresa implemente una diferenciación amplia de sus prendas, identificando cuales se venden más, cuales se venderán a futuro y cuales tienen mayores perspectivas de crecimiento.</i>	38
Tabla 20. <i>La empresa mantiene contacto directo y constante con sus clientes más exigentes.</i>	39
Tabla 21. <i>La empresa coordina y mantiene una relación recíproca y de apoyo con sus proveedores.</i>	40
Tabla 22. <i>Para el logro de su crecimiento la empresa busca apoyo y/o financiamiento en empresas relacionadas al sector.</i>	41
Tabla 23. <i>Se realiza inversión de tipo industrial para dotar a la empresa de maquinaria y estructura técnica para el logro y el cumplimiento de una producción óptima.</i>	42
Tabla 24. <i>La empresa realiza inversión de innovación o modernización del sistema técnico para mejorar la posición competitiva.</i>	43
Tabla 25. <i>La empresa realiza inversión de diversificación para defender la posición competitiva a través de la elaboración de nuevos productos y la venta en nuevos mercados.</i>	44
Tabla 26. <i>La empresa realiza inversión de investigación y desarrollo para tener mayor participación, posicionamiento y expansión en el sector.</i>	45
Tabla 27. <i>Se desarrolla mejoras sostenibles en todas las áreas de la empresa, promoviendo un mejor ambiente de trabajo, mayor desempeño y productividad.</i>	46
Tabla 28. <i>La empresa identifica a las principales empresas de su competencia para enfrentar y formular estrategias, así como también para tener mayor control y participación de mercado en el sector.</i>	47
Tabla 29. <i>Pruebas chi cuadrado entre gestión de calidad y competitividad.</i>	48

Tabla 30. <i>Pruebas chi cuadrado entre planificación de la gestión y competitividad.</i>	49
Tabla 31. <i>Pruebas chi cuadrado entre planificación de la gestión y competitividad.</i>	50
Tabla 32. <i>Pruebas chi cuadrado entre control de la gestión de calidad y competitividad.</i>	51
Tabla 33. <i>Pruebas chi cuadrado entre el progreso de la gestión de calidad y competitividad.</i>	51
Tabla 34. <i>Matriz de operacionalización de variables.</i>	70

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> La organización maneja medios tecnológicos para el desarrollo de sus operaciones productivas entre ellas maquinarias de última generación que le permiten obtener prendas de calidad.	20
<i>Figura 2.</i> Para la confección de prendas de vestir para bebés, la empresa elabora dichas prendas con telas hechas a base de algodón.	21
<i>Figura 3.</i> La empresa posee recursos tecnológicos para el desarrollo de sus operaciones productivas entre ellas maquinarias de última generación que le permiten obtener prendas de calidad.	22
<i>Figura 4.</i> Para la confección de prendas de vestir para bebés, la empresa elabora dichas prendas con telas hechas a base de algodón.	23
<i>Figura 5.</i> La empresa formula estrategias desarrollo de producto para el mejoramiento continuo en la producción de prendas para bebés.	24
<i>Figura 6.</i> La empresa formula constantemente estrategias para satisfacer de manera eficiente los gustos y preferencias de sus clientes.	25
<i>Figura 7.</i> La empresa formula estrategias para obtener la calidad deseada en sus productos.	26
<i>Figura 8.</i> La empresa plantea objetivos de largo plazo para el logro de su crecimiento sostenido.	27
<i>Figura 9.</i> Dentro del desarrollo y gestión, la empresa considera a la innovación y a la creatividad como parte de su reto diario para el mejoramiento continuo.	28
<i>Figura 10.</i> Dentro de las instalaciones la empresa cuenta con un ambiente de trabajo adecuado que propicia el desarrollo del talento humano.	29
<i>Figura 11.</i> Dentro de la empresa se realiza seguimiento diario a sus diversas actividades y a sus procesos productivos.	30
<i>Figura 12.</i> La empresa tiene un sistema de control de calidad que se aplica constantemente o diariamente para obtener las prendas con calidad deseada.	31
<i>Figura 13.</i> La empresa mide el nivel de satisfacción de sus clientes para mejorar y fidelizar a los mismos.	32
<i>Figura 14.</i> La empresa tiene un sistema de mejora continuo enfocado y relacionado a la calidad.	33

<i>Figura 15.</i> Dentro de la empresa se realiza capacitación constante a sus trabajadores.	34
<i>Figura 16.</i> Las prendas elaboradas brindan valor agregado sin presentar defecto alguno.....	35
<i>Figura 17.</i> La empresa conoce y busca información acerca de las diversas necesidades de sus clientes.....	36
<i>Figura 18.</i> Dentro del sector textil la empresa diferencia las necesidades de cada cliente para satisfacerlos eficientemente.	37
<i>Figura 19.</i> La empresa implementa una diferenciación amplia de sus prendas, identificando cuales se venden más, cuales se venderán a futuro y cuales tienen mayores perspectivas de crecimiento.	38
<i>Figura 20.</i> La empresa mantiene contacto directo y constante con sus clientes más exigentes.	39
<i>Figura 21.</i> La empresa coordina y mantiene una relación recíproca y de apoyo con sus proveedores.	40
<i>Figura 22.</i> Para el logro de su crecimiento la empresa busca apoyo y/o financiamiento en empresas relacionadas al sector.....	41
<i>Figura 23.</i> Se realiza inversión de tipo industrial para dotar a la empresa de maquinaria y estructura técnica para el logro y el cumplimiento de una producción óptima.	42
<i>Figura 24.</i> La empresa realiza inversión de innovación o modernización del sistema técnico para mejorar la posición competitiva.	43
<i>Figura 25.</i> La empresa realiza inversión de diversificación para defender la posición competitiva a través de la elaboración de nuevos productos y la venta en nuevos mercados.	44
<i>Figura 26.</i> La empresa realiza inversión de investigación y desarrollo para tener mayor participación, posicionamiento y expansión en el sector.....	45
<i>Figura 27.</i> Se desarrolla mejoras sostenibles en todas las áreas de la empresa, promoviendo un mejor ambiente de trabajo, mayor desempeño y productividad.....	46
<i>Figura 28.</i> La empresa identifica a las principales empresas de su competencia para enfrentar y formular estrategias, así como también para tener mayor control y participación de mercado en el sector.	47

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Matriz de operacionalización de variables.....	70
Anexo 2: Instrumento de recolección de datos.....	71
Anexo 3: Tabla de validez de instrumento	75
Anexo 4: Análisis de fiabilidad.....	76
Anexo 5: El ciclo de Deming.....	80
Anexo 6: Diagrama de causa y efecto de Kaoru Ishikawa	81
Anexo 7: El diamante de Porter como sistema.....	82
Anexo 8: Acta de Aprobación de Originalidad de Tesis	83
Anexo 9: Pantallazo del Software Turnitin.....	84
Anexo 10: Formulario de Autorización de Publicación de Tesis en Repositorio Institucional UCV.....	85
Anexo 11: Autorización de la Versión Final del Trabajo de Investigación / Tesis	86

RESUMEN

El problema de la investigación fue ¿En qué medida se relaciona la gestión de la calidad con la competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014? El objetivo de la investigación fue identificar el vínculo que existe entre la gestión de la calidad y competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra. El tipo de investigación fue descriptivo – correlacional y por la temporalidad es de tipo transversal, el diseño fue no efectivo porque no se va a manipular la variable. La técnica aplicada fue la encuesta, para la recolección de la información se construyó un cuestionario, luego se aplicó el instrumento para recolectar datos, se procesó estadísticamente la información haciendo uso del paquete estadístico SPSS22.0. Para el análisis e interpretación de datos se tuvo en cuenta tablas, figuras estadísticas y finalmente se llegó a la conclusión general que existe una concordancia significativa entre la gestión de calidad y la competitividad exportadora de prendas para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra. Se recomienda que la empresa realice constantes auditorías internas, ejecute frecuentemente el control de procesos y seguimiento a todas las tareas que se ejecutan en los interiores de la organización. También se recomienda medir las fases de complacencia de sus consumidores, así como también fidelizar a los mismos y complacer de manera eficiente los diversos agrados y particularidades de los compradores.

Palabras clave: Gestión de calidad, competitividad exportadora, desarrollo exportador, comercio exterior y potencial exportador.

ABSTRACT

The problem of the study was to what extent is quality management related to the export competitiveness of baby clothing at the “El Rey” Gallery of the Emporio Comercial de Gamarra, 2014? The purpose of the study was identify the link that exists between quality management and export competitiveness of baby clothing in the "El Rey" Gallery of the Emporio Comercial de Gamarra. The type of investigation was descriptive - correlational and due to its temporality it is of a transversal type, the design was not effective because the variable will not be manipulated. The applied technique was the survey, to collect the information a questionnaire was constructed, then the instrument to collect data is applied, the information is statistically processed using the statistical package SPSS22.0. For the analysis and interpretation of data, tables and statistical figures were taken into account tables and finally, the general conclusion was reached that there is a significant agreement between quality management and the export competitiveness of baby clothing in the “El Rey” Gallery of the Emporio Comerial de Gamarra. It is recommended that the company carry out constant internal audits, frequently execute the process control and follow up on all the tasks that are carried out inside the organization. It is also recommended to measure the phases of complacency of your consumers, as well as to retain their loyalty and efficiently satisfy the diverse pleasures and peculiarities of the buyers.

Keywords: Quality management, export competitiveness, export development, foreign trade and potencial exporter.

I. INTRODUCCIÓN

Durante la última década los distintos países de Sudamérica y América del Centro han llevado a cabo procesos de reforma enfocados a comercio exterior con el objetivo de desarrollar proyectos para lograr ingresar a nuevos mercados internacionales, incrementar el desempeño productivo, promover el crecimiento de empresas y generar diversas fuentes empleo. En el Perú las distintas empresas realizan gestiones para lograr su internacionalización. En ese sentido el sector textil en el Perú, un sector pujante y generador de empleo se encuentra en un mercado altamente competitivo. Según ADEX (2018) Las empresas exportadoras de prendas de vestir intentan a paso lento lograr tener una mayor participación y ser más competitivos en mercados internacionales. Según PROMPERU (2019) la industria textil se enfrenta a una situación de desaceleración debido a la baja competitividad que desempeña y a las circunstancias que enfrenta el Perú, en donde será un gran reto lograr los 2,000 millones de dólares que logró exportar años anteriores en comparación 961 millones que se logró en el año 2018 y 1,400 millones en el año 2019. Dentro de ello cabe mencionar que las exportaciones textiles representan 1.9% del Producto Bruto Interno (PBI) y 10% del total de la producción manufacturera.

Según ADEX (2019) La creciente demanda por productos de confección textil en el mundo representa una oportunidad para las empresas textiles de nuestro país. Llegar a nuevos mercados, mantenerse sosteniblemente y tener una participación significativa representan un desafío que se pueden lograr gracias a una competitividad exportadora y a la gestión de calidad que cada empresa textil tiene que alcanzar para poder cumplir con la constante demanda y altas expectativas que los mercados internacionales requieren y esperan.

A pesar de que nuestro país cuenta con una ventaja natural para producir algodón de calidad tenemos diversas dificultades y debilidades que no nos favorecen para lograr la competitividad exportadora que el mercado internacional requiere y demanda. Contamos con materia prima de calidad, así como también contamos con mano de obra barata y especializada que podría permitir obtener un producto con altos estándares y con precios competitivos para los mercados más exigentes en el mundo. Según PPODUCE (2018) a

pesar de las distintas ventajas con los que cuenta nuestro país, a nivel competitivo y en comparación con otros países, las empresas textiles de nuestro país se encuentran en un lento crecimiento y tienen una baja participación en el mercado exterior. La falta de una adecuada gestión de calidad hace que las empresas textiles del Perú no logren ingresar y mantenerse competitivamente en el mercado exterior. Esa es la situación de las empresas textiles de la “Galería El Rey, del emporio comercial de Gamarra”

De la Oz, Gonzales y Santana (2016) en su artículo científico titulado “Metodología de medición del potencial exportador de las organizaciones empresariales” estudio realizado en la Universidad de Cartagena en el que se realizó un estudio con un enfoque experimental. Se logran hallar los factores fundamentales de la competitividad exportadora y se determinaron las métricas para la valoración competitiva que se debe desarrollar. Se realiza una aplicación y llegaron a la conclusión de que son fundamentales los factores claves como la gestión de la calidad para el logro de la competitividad exportadora.

Rodríguez (2016) realizó una investigación en Chimbote – Perú, en donde concluyó que las medianas y pequeñas empresas afirman que la Gestión de Calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus negocios. Gonzales (2015) realizó una investigación en el Sector Textil en el Marco de la Ley N° 28015 en el distrito de la Victoria – Lima – Perú, donde demostró que la mayoría de las empresas desconocen la Ley N° 28015, como consecuencia no les permite ser competitivos, no tienen una buena gestión, no pueden enfrentar las situaciones futuras en cuanto a las exportaciones y el uso del financiamiento.

La presente investigación busca identificar el vínculo que existe entre la gestión de la calidad y competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014

Esta investigación tiene una justificación teórica, ya que se benefició aportando información y conocimiento para el buen desempeño y desarrollo de

la gestión y como consecuencia al logro de la competitividad. Se dio prioridad al conocimiento como fuente generadora de estrategias teniendo en cuenta el progreso continuo abarcando todas las áreas la cual forman parte de una empresa. Según Carrasco (2005) la justificación teórica se sustenta en que los resultados de la investigación podrán generalizarse e incorporarse al conocimiento científico (p.119). Según Dávila (2017) la teorización de categorías y conceptos es fundamental para conocer mejor el tema.

Según Carrasco (2005) una justificación económica radica en los beneficios y utilidades que se reporta para la población los resultados de la investigación. Por lo tanto esta investigación permitió que las empresas exportadoras dedicadas a la fabricación y exportación de prendas de vestir para bebés de la galería “El Rey” obtengan un crecimiento económico y mayor rentabilidad, esto debido a su contribución para el logro de la competitividad exportadora.

Según Bernal (2010) una justificación social define los aportes que el trabajo de tesis ofrece para la solución de las demandas de la sociedad presente y futura. Por lo tanto esta investigación fue de gran aporte porque no solo satisface las exigencias de los clientes internacionales, de igual forma se aportó en el crecimiento de la compañía y como consecuencia directa se logró una mayor fuente de empleo para muchos jóvenes gracias a la competitividad exportadora lograda.

Sobre la base de realidad problemática presentada se planteó el problema general y los problemas específicos de la investigación. El problema general de la investigación fue ¿En qué medida se relaciona la gestión de la calidad con la competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014? Los problemas específicos de la investigación fueron los siguientes: **PE1:** ¿De qué manera la planificación de la gestión de calidad se relaciona con la Competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014?; **PE2:** ¿De qué manera la ejecución de la gestión de calidad se relaciona con la competitividad exportadora de

prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014?; **PE3:** ¿De qué manera el control de la gestión de calidad se relaciona con la competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014? y **PE4:** ¿De qué manera el plan de mejora de la gestión de calidad se relaciona con la Competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014?

El objetivo general fue identificar el vínculo que existe entre la gestión de la calidad y competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014. Los objetivos específicos fueron los siguientes: **OE1:** Identificar la relación de la planificación con la competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014; **OE2:** Reconocer la relación de la ejecución con la competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014; **OE3:** Identificar el vínculo del control con la Competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014 y **OE4:** Identificar el vínculo del plan de mejora con la competitividad exportadora de ropa de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014.

II. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se mencionó los trabajos previos relacionados a la variable independiente y variable dependiente; así mismo se abordó las bases teóricas de cada variable con la finalidad de tener claro todos los conceptos relacionados al estudio.

Sánchez, Albarracín, Vicens y Jabaloyes (2019) en el artículo: Diagnóstico de sistemas de gestión de calidad utilizando análisis de datos: Un estudio de caso en el sector manufacturero, buscaron mejorar la satisfacción del cliente mediante el desarrollo y prueba de un método para estudiar los sistemas de gestión de calidad. Sánchez, Albarracín, Vicens, Jabaloyes (2019) la metodología que utilizaron se centra en la identificación y cuantificación de las relaciones entre las métricas internas y externas que permiten pasar de la medición del desempeño a la gestión efectiva del *desempeño*; se probó con un enfoque de estudio de caso utilizando datos reales de dos años completos del cuadro de mando integral de una empresa de fabricación líder. Como resultado del estudio se concluyó que la nueva comprensión de cómo funciona el sistema de gestión de calidad que se utilizó para tomar decisiones sistémicas y estratégicas mejora el desempeño a largo plazo de la empresa. Sánchez, Albarracín, Vicens, Jabaloyes (2019) recomendaron que los profesionales de la industria con un nivel moderado de habilidad analítica de datos pueden usarlo para ayudar a los gerentes y ejecutivos a mejorar los sistemas de gestión.

Zhou y Li (2019) en el artículo: El impacto de las prácticas de la cadena de suministro y la gestión de la calidad en el desempeño de la empresa: Evidencia de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de China, buscaron explorar el impacto de las prácticas de la cadena de suministro y la gestión de calidad en el desempeño empresarial de la empresa. Zhou y Li (2019) la metodología que utilizaron básica, nivel correlacional, para la recolección de datos aplicaron una encuesta a 138 pequeñas y medianas empresas en China. Como resultado del estudio se concluyó que el intercambio de información de la cadena de suministro tiene un impacto positivo significativo en las prácticas de gestión de calidad y la inversión específica del proveedor; y las prácticas de gestión de calidad y la inversión específica del proveedor tienen un impacto positivo significativo tanto en el rendimiento de la

cuota de mercado como en el rendimiento de la innovación. Zhou y Li (2019) recomendaron que para que las empresas logren un éxito sostenido se deben enfocar en la gestión de calidad y la inversión específica del proveedor.

Sener y Delican (2019) en el artículo: La relación causal entre innovación, competitividad y comercio exterior en países desarrollados y en desarrollo, examinaron las relaciones causales entre competitividad, innovación y comercio exterior para 31 países desarrollados y 26 países en desarrollo. Sener y Delican (2019) utilizaron un análisis de causalidad de panel entre 2007 y 2017. Como resultado del estudio se concluyó que hay dependencia de la sección transversal, a diferencia de los resultados del grupo de países desarrollados, los resultados del grupo de países en desarrollo muestran una causalidad unidireccional desde la competitividad hasta la exportación y desde la innovación hasta la competitividad. Sener y Delican (2019) recomendaron que la dinámica del comercio exterior es diferente en los países desarrollados y en desarrollo por ello se debe de estudiar de manera separada.

Xu, Peng, Pavur y Prybutok (2019) en el artículo: Desarrollo de la teoría de gestión de calidad a través del metanálisis, buscaron proporcionar información para expandir la teoría de gestión de la calidad utilizando evidencia de un metanálisis que examina las correlaciones presentadas en estudios empíricos anteriores. Xu, Peng, Pavur y Prybutok (2019) utilizaron una muestra de 28 estudios empíricos que abarcan un período de veinte años, de 1995 a 2015. Como resultado del estudio concluyeron que la mayoría de las prácticas individuales de gestión de calidad tienen un impacto positivo en el desempeño organizacional agregado y las dimensiones de desempeño, incluido el desempeño financiero, el desempeño operativo y el servicio al cliente y calidad del producto. Los resultados también revelan que existen moderadores entre las relaciones entre la mayoría de los pares de prácticas de gestión de calidad y rendimiento. Xu, Peng, Pavur y Prybutok (2019) recomendaron que un alto nivel de importancia está asociado con el liderazgo de gestión y la gestión de calidad de proveedores en comparación con otras prácticas de gestión de calidad, como lo demuestran sus relaciones positivas tanto con el desempeño organizacional agregado como con las cuatro dimensiones de desempeño.

Hernández, Martínez y Barrios (2018) en el artículo: Gestión de la calidad: Elemento clave para el desarrollo de las organizaciones, buscaron examinar cómo se puede usar la gestión de calidad como pieza clave para el progreso de las instituciones. Hernández, Martínez y Barrios (2018) utilizaron el tipo de investigación básico, de nivel descriptivo, haciendo uso de la revisión de la literatura académica. Como resultado del estudio se concluyó que la gestión de calidad es utilizada como vehículo para lograr la productividad, ventajas competitivas y eficacia a través del ciclo de mejora continua. Hernández, Martínez y Barrios (2018) recomendaron que toda institución debería incorporar una gestión de calidad para obtener una mejor productividad.

Dávila (2017) buscó diseñar un sistema de gestión de calidad que acceda a minorar la producción defectuosa e incrementar la rentabilidad de la empresa. Dávila (2017) utilizó un sintagma holístico, el enfoque fue mixto, el tipo fue proyectiva, el diseño fue no experimental. Como resultado del estudio se concluyó que se mejoraría los procesos de la empresa si se implementa un sistema de gestión de calidad, asimismo disminuiría y eliminaría problemas existentes y podría ser aplicado en diferentes instituciones y empresas para mejorar la rentabilidad de éstas. Asimismo, Dávila (2017) recomendó que se contrate personal calificado para vigilar que se ejecute a cabalidad la creación y aplicación del diseño de implementación de la gestión de calidad.

Campos (2017) buscó conocer la relación del conocimiento sobre las ventajas competitivas del desarrollo exportador orientado al producto de las Mype textiles en el Distrito de Villa El Salvador. Campos (2017) utilizó como muestra 200 individuos constituido por trabajadores y empleados, el nivel de investigación fue descriptiva – correlacional, el enfoque fue mixto. Como resultado del estudio se concluyó que existen tres estrategias competitivas que colaboran con el crecimiento exportador las cuales son: Cadena de valor, posicionamiento y competitividad. Asimismo, Campos (2017) recomendó que las Mypes, deben incrementar estrategias orientadas para aumentar el posicionamiento estratégico de sus instituciones y alcanzar un crecimiento empresarial acorde a sus oportunidades, necesidades, capacidades y demanda de los mercados hacia los que apuntan.

Cetindere, Duran y Seda (2016) en el artículo: Los efectos de la gestión de calidad total en el rendimiento empresarial: una aplicación en la provincia de Kütahya, buscaron conocer la relación de la gestión de calidad total y el desempeño del negocio. Cetindere, Duran y Seda (2016) la metodología fue básica, su nivel fue descriptivo y utilizaron un cuestionario para la recolección de datos. De acuerdo con los resultados del análisis de regresión que se realizó para presentar las características de desempeño de las organizaciones con respecto a los criterios de TQM (educación, liderazgo, mejora continua, cliente interno y cliente externo), se observó que los criterios relacionados con el liderazgo y la educación tienen una correlación más fuerte con el desempeño. Cetindere, Duran y Seda (2016) recomendaron que las organizaciones deberían brindar la educación y capacitación necesarias sobre la calidad a sus empleados y apoyar la mejora bajo el liderazgo de la alta dirección.

Como parte de las teorías relacionadas de esta investigación se detallan algunos conceptos como:

Juran (2004) consideró que la descripción de calidad se encuentra direccionada hacia la necesidad del consumidor determinando enfoques modernos en gestión de primacía, desde que expuso la concepción que «el consumidor es el fragmento más significativo de la línea de producción. La calidad debe ser cuestionada por las necesidades del consumidor, presente y futuro».

Evans (2005) aportó que la implementación de un enfoque establecido como calidad de gestión determina valores que inculcan a un crecimiento estable en la cultura de organización.

Berry (1991) resolvió que la reducción de mandos intermedios implementados durante una gestión gerencial permite que los trabajadores tengan una mayor participación y colaboración en el desarrollo de una tarea.

Ishikawa (1988) ostentó que "calidad es aquella que cumple los exigencias de los consumidores" manifestando gastos en los requisitos.

La ISO 8402 (1994) describe la calidad como “calidad individual de una institución que desarrolla aptitudes con la finalidad de satisfacer necesidades establecidas o implícitas” esta definición no solo considera el producto o servicio que brinda la institución, sino además al conjunto humano conformado por ella.

Crosby (1994) precisó que un gerente debe realizar gestión de calidad en base a ciclo afianzado y continuo. En este caso, involucrando su filosofía de producción con cero defectos considerando las necesidades de los clientes.

Según ISO 9001(2018) durante lo expuesto hoy queremos presentar todas las conceptualizaciones básicas a recurrir en gestión de calidad. Aunque es fundamental instituir convicciones claras, por esta sugerencia es primordial informarse que es un proceso de calidad antes de conocer los conceptos básicos.

Las vías más importantes a ejecutarse dentro de una organización para el logro de los objetivos y como consecuencia obtener éxito en cada proceso y cada área de la organización. Todo lo mencionado es gracias a la gestión llevada considerando las normas ISO 9000.

Santomá (2008) aportó que el método certificado de gestión radica en la hechura de acreditación que certifique las políticas, ordenamientos y conocimientos de la gestión son acordes con sus directrices anunciadas por la norma a la cual se nomina a nivel ordinario, estos sistemas de gestión certificados están vinculados en todos los procesos que se llevan dentro de la empresa.

El Ivancevich (1994) dio tres justificaciones necesarias para proyectar la planificación de la gestión de calidad, los cuales son:

1. Definir los objetivos que se pretenden lograr tanto a corto, mediano y a largo plazo. En este punto es sumamente importante definir cada objetivo que se tiene. Estos objetivos deben ser alcanzables y

medibles por la empresa que tiene el propósito de lograr los objetivos trazados.

2. Asignación de responsabilidades y tareas – En este punto es fundamental que los gerentes de cada empresa sepan asignar cada labor que va realizar un trabajador de una determinada área para que finalmente el plan puesto en marcha pueda funcionar eficientemente.
3. Evaluación de la capacidad y recursos.- Es imprescindible el análisis de la capacidad que la empresa posee para el logro de un determinado objetivo y plan. Así mismo son altamente relevantes los recursos con los cuenta la empresa, puesto que sin recursos no sería posible ningún plan que la empresa pretenda llevar a cabo.

González (2012) expresó que Frederick Taylor, se considera Padre de la Administración Científica, al esbozar una primicia traslación en la confección de planes de gestión de calidad y el trabajo en tareas individuales, distinguiendo las tareas de reconocimiento en la producción y gestión, así como también el trabajo de proyección de elaboración dentro de una empresa.

La planificación ISO 9001:2015 de calidad recibe una categoría clave ya que está vinculada con aspectos claves para posicionar el éxito en la culminación de un proyecto que una empresa tiene, dicho proyecto que implica el logro y el éxito en crecimiento de la empresa con eficientes procesos en todos los niveles y en todas las áreas.

En la ejecución de la gestión de calidad, el propósito de excelencia es un proyecto en el que la empresa profundiza y fundamenta actividades que se impulsarán con todos los procedimientos idóneos desarrollando enfoques de manera continua y centrándose en los beneficios que finalmente la empresa obtendrá tanto como una organización o empresa, así como también el beneficio que los clientes obtendrán.

Según la Real Academia Española (2001) definió competitividad como competitivo, al individuo que desarrolla una capacidad de disputar en una

determinada actividad como líder en comparación a otros. El caso sería aplicable también para empresas.

Porter (1985) realizó que la capacidad es la idoneidad de una empresa para promover y segmentar bienes, mejorando situaciones de precio, calidad en relación a sus competidores.

Ivancevich, Lorenzi y Skinner (1994) aportaron que la potencialidad es el acto en que una nación de preponderancia, bajo posiciones de coyuntura de demanda suelta y confiable, es capaz de generar patrimonios y trabajo que puedan imponerse con prestigio en los mercados extranjeros. Posicionándose así entre los habitantes de una determinada nación.

Enright (1994) aportó que el talento de una empresa es la capacidad para proporcionar un producto o servicio de calidad superior en comparación a las empresas de su competencia.

Hernández (1998) Una empresa competitiva siempre tendrá la capacidad de ser mejor en comparación a otras gracias a sus gestiones internas, las cuales son gestiones estratégicas que la empresa desarrolla constantemente para poder ser líder en el mercado.

Paredes (1994) consideró que en muchos países las pequeñas empresas pueden enfrentar a condiciones difíciles donde hay insuficientes segmentos de distribución y existe un mercado reducido, pero a pesar las dificultades estas pequeñas empresas pueden lograr tener un crecimiento sostenido y ser competitivas frente a otras empresas.

Guerrero (2005) determinó que los países en auge de progreso establecen organizaciones lucrativas muy exitosas lo cual es una gran oportunidad para optimizar los ciclos de potencialidad.

Coriat y Dominique (1993) en sus ya conocidos estudios de los 'Made in', examinaron la multidimensionalidad de la competitividad y analizaron los

enfoques que se centran factores de crecimiento, analizaron en especial, los relacionados con los costos.

Esser, Hillbrand, Messner y Meyer (1994) resaltan que la competitividad debe presentarse en 4 bases: nivel meta: contenido nacional de dirección; nivel macro: circunstancias macroeconómicas estables; nivel meso: alineación de organizaciones y políticas selectivas y nivel micro: eficiencia, disposición, flexibilidad y urgencia.

Coriat y Dominique (1993) con respecto a la competitividad: Es la capacidad que una determinada empresa tiene o desarrolla para ser líder y tener ventaja competitiva frente a las demás. Las empresas competitivas son superiores en tecnología, procesos, gestiones y sobre todo gestiones estratégicas. Hoy en día podemos ver miles de empresas líderes en el mercado internacional quienes ha cruzado muchas fronteras y actualmente se encuentran posicionadas, dichas empresas han sabido llevar una gestión de calidad eficiente como una estrategia de mejora continua que les ha permitido lograr éxito, como consecuencia hoy se han convertido en las empresas competitivas más exitosas del mundo.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

El tipo de investigación es descriptivo – correlacional y por la temporalidad es de tipo transversal, porque se ejecutó en un solo ápice. Se describió la correlación que halla en medio de las dos variantes disponiendo como principio primordial al análisis por investigación.

El diseño de investigación es no efectivo porque no se va a manipular la variable.

Tal como describe Kerlinger (1979, p. 116). “La investigación empírica o ex post facto es cualquier averiguación en la cual encarna un papel trascendental en la aplicación de variables o cargo aleatorio a los sujetos en investigación.

3.2 Variables y operacionalización

Variable independiente: Gestión de calidad

Es un proceso de mejoramiento constante desarrollado en conjunto con los partes de la compañía, que implica la planificación, la organización y el control hacia el éxito de las finalidades (Conway, 1988).

Variable dependiente: Competitividad

Las empresas representan el talento de producción vinculadas a un patrón de efecto específico, manipulando recursos durante un cronograma establecido semejante al resto de países dedicados a este rubro (Haguenauer, 1990).

3.3 Población, muestra y muestreo

Población.

La población constó por 6 únicas empresas exportadoras de la Galería “El Rey” localizado en el conocido emporio comercial de Gamarra, ciudad de Lima. Se ha encuestado a 4 personas por cada empresa que en total se obtuvo una población de 24 personas. Las personas a quienes se realizó la encuesta son los comisionados directos de acarrear la regencia de eficacia en cada área

de la empresa, principalmente, como el gerente general, recursos humanos, producción y jefe de ventas.

Muestra.

Dado el número reducido de la población encuestada, la muestra tuvo el mismo número de personas encuestadas que la población, es por ello fue una muestra censal no probabilística.

Ortiz y García (2008) mencionaron: “Es un conjunto de datos, los cuales corresponden a las características de un grupo de individuos u objetos, tal como las alturas y pesos de los estudiantes de una escuela en particular o como el número de chapas defectuosas y no defectuosas producidas por una fábrica en un día determinado.” (p. 132)

Muestreo.

El muestreo que se aplicó en esta investigación fue censal no probabilística.

Unidad de análisis.

Las unidades de análisis son las personas a quienes se realizó la encuesta como el gerente general, recursos humanos, producción y jefe de ventas.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas.

La práctica aplicada fue una encuesta a los gerentes o administrativos, así como al dirigente de producción y capital humanos de cada empresa de la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra.

Instrumento.

El instrumento aplicado fue un cuestionario de 45 preguntas con un grado de respuestas de la escala de Likert.

3.5 Procedimientos

El presente trabajo de investigación se llevó a cabo utilizando el paquete estadístico SPSS 22.0 el cual procesaron los resultados y lograr la interpretación, análisis y discusión de los gráficos y figuras estadísticos, contar con las conclusiones, implicando los objetivos y las hipótesis que será el producto final de la investigación.

3.6 Método de análisis de datos

El método de a usar para el presente trabajo fue el método estadístico descriptivo e inferencial, en el caso del método estadístico descriptivo se hizo aplicando tablas de frecuencia para cada uno de los ítems del cuestionario, y en el caso del método estadístico inferencial se aplicó el test chi cuadrado para comprobar el vínculo entre las variables y la contrastación de hipótesis.

3.7 Aspectos éticos

La actual investigación obtendrá en cuenta la autenticidad de efectos; además del rendimiento por la capacidad intelectual, el respeto por las doctrinas políticas, religiosas y morales, la veneración por el ecosistema y la diversidad biológica, el compromiso social, política, jurídica y ética, el respeto a la intimidad y proteger la identidad de los sumidores que cooperan en la tesis.

IV. RESULTADOS

Análisis descriptivo

Tabla 1

La organización maneja medios tecnológicos para el desarrollo de sus operaciones productivas entre ellas maquinarias de última generación que le permiten obtener prendas de calidad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	1	4,2	4,2
	Casi nunca	5	20,8	25,0
	A veces	9	37,5	62,5
	Casi siempre	7	29,2	91,7
	Siempre	2	8,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0

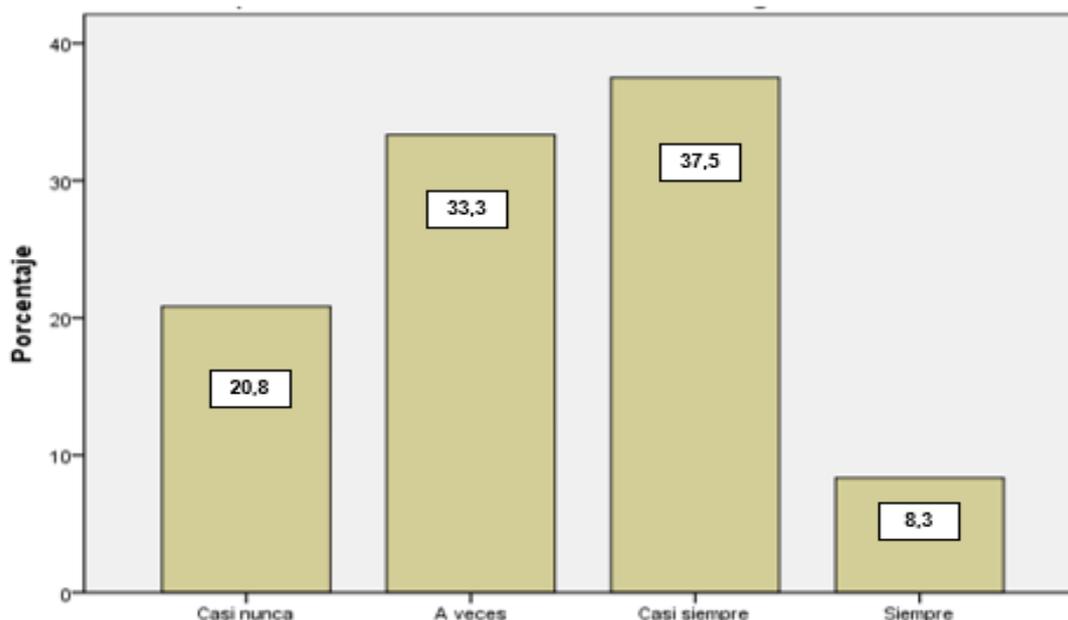


Figura 1. La organización maneja medios tecnológicos para el desarrollo de sus operaciones productivas entre ellas maquinarias de última generación que le permiten obtener prendas de calidad.

Interpretación:

De la tabla y del gráfico observamos que existe 37.5% que casi siempre para las prendas de vestir para bebés, la empresa confecciona prendas con telas a base de algodón, en cambio el 8.3% de la empresa lo hace siempre.

Tabla 2

Para la confección de prendas de vestir para bebés, la empresa elabora dichas prendas con telas hechas a base de algodón.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi nunca	5	20,8	20,8	20,8
	A veces	8	33,3	33,3	54,2
	Casi siempre	9	37,5	37,5	91,7
	Siempre	2	8,3	8,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

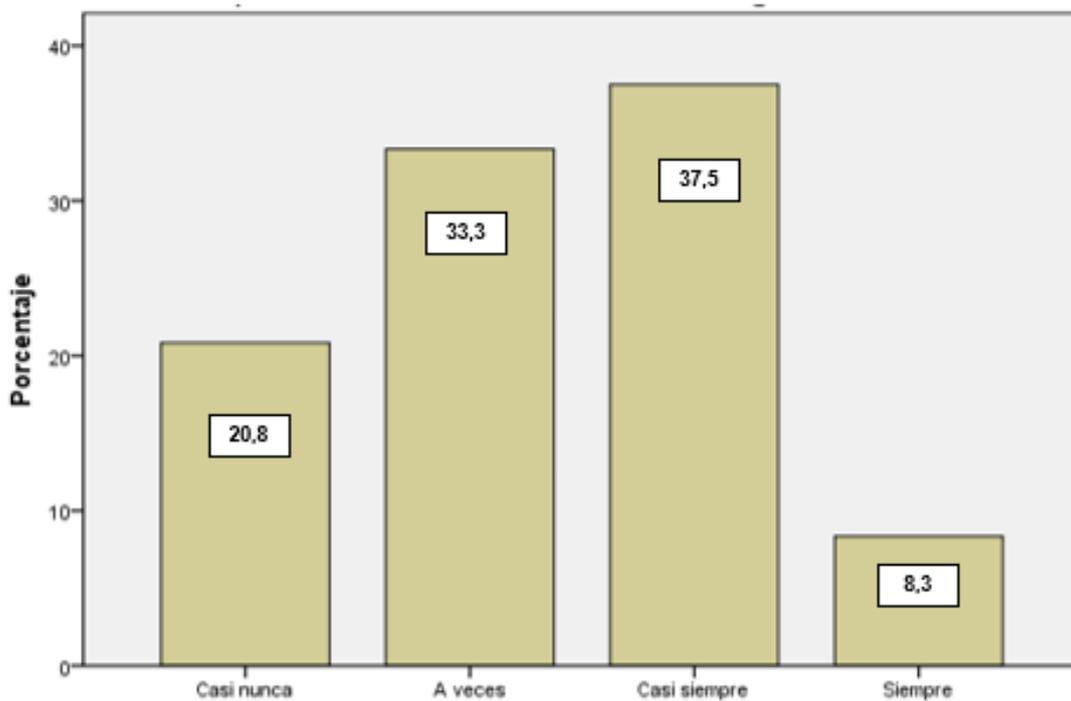


Figura 2. Para la confección de prendas de vestir para bebés, la empresa elabora dichas prendas con telas hechas a base de algodón.

Interpretación:

De la tabla y del gráfico observamos que existe 37.5% que casi siempre para las prendas de vestir para bebés, la empresa confecciona prendas con telas a base de algodón, en cambio el 8.3% de la empresa lo hace siempre.

Tabla 3

La empresa posee recursos tecnológicos para el desarrollo de sus operaciones productivas entre ellas maquinarias de última generación que le permiten obtener prendas de calidad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	1	4,2	4,2
	Casi nunca	5	20,8	25,0
	A veces	9	37,5	62,5
	Casi siempre	7	29,2	91,7
	Siempre	2	8,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0

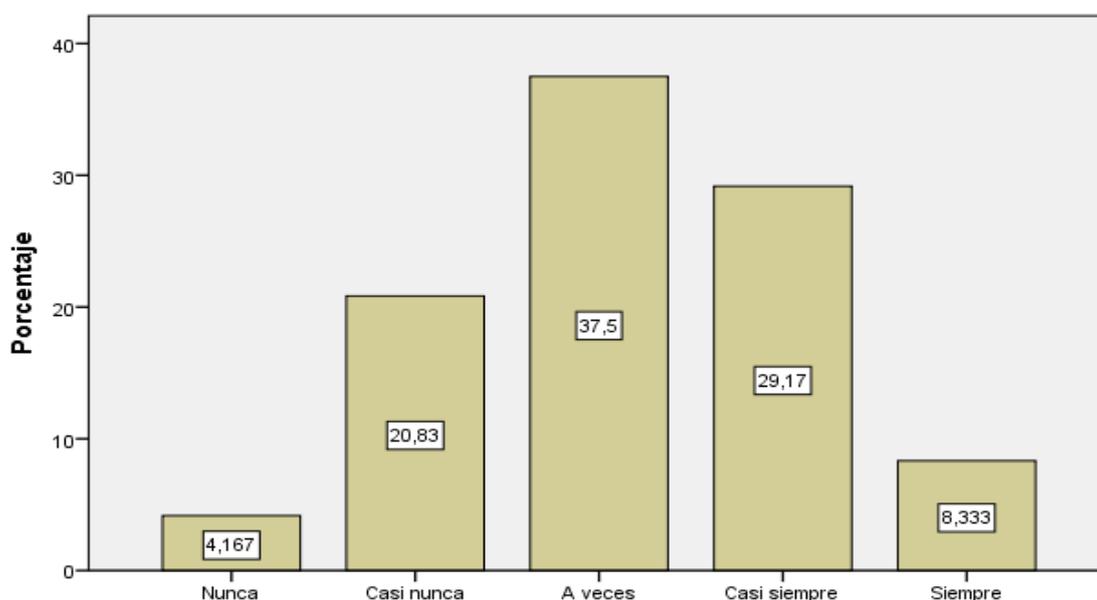


Figura 3. La empresa posee recursos tecnológicos para el desarrollo de sus operaciones productivas entre ellas maquinarias de última generación que le permiten obtener prendas de calidad.

Interpretación:

De la tabla y del gráfico observamos que existe 37.5% que a veces la empresa posee recursos tecnológicos para el desarrollo de sus operaciones productivas entre ellas maquinarias de última generación que le permiten obtener prendas de calidad, en cambio el 4.2% de la empresa nunca posee estos recursos.

Tabla 4

Para la confección de prendas de vestir para bebés, la empresa elabora dichas prendas con telas hechas a base de algodón.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	0	0	0	0
	Casi nunca	5	20,8	20,8	20,8
	A veces	9	33,3	33,3	33,3
	Casi siempre	7	37,5	37,5	37,5
	Siempre	3	8,3	8,3	8,3
	Total	24	100,0	100,0	

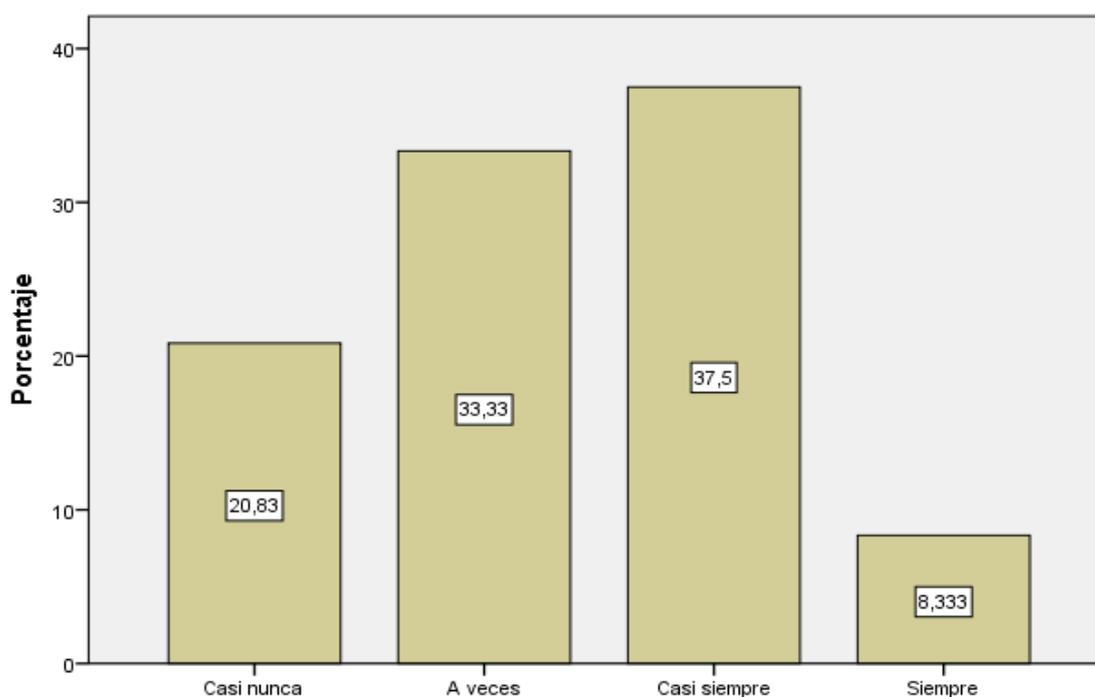


Figura 4. Para la confección de prendas de vestir para bebés, la empresa elabora dichas prendas con telas hechas a base de algodón.

Interpretación:

De la tabla y del gráfico anteriores se repara que existe 37.5% que casi siempre para la confección de prendas de vestir para bebés, la empresa elabora dichas prendas con telas hechas a base de algodón, en cambio el

8.33% de la empresa elabora dichas prendas con telas hechas a base de algodón.

Tabla 5

La empresa formula estrategias desarrollo de producto para el mejoramiento continuo en la producción de prendas para bebés.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	1	4,2	4,2
	Casi nunca	3	12,5	16,7
	A veces	10	41,7	58,3
	Casi siempre	6	25,0	83,3
	Siempre	4	16,7	100,0
	Total	24	100,0	100,0

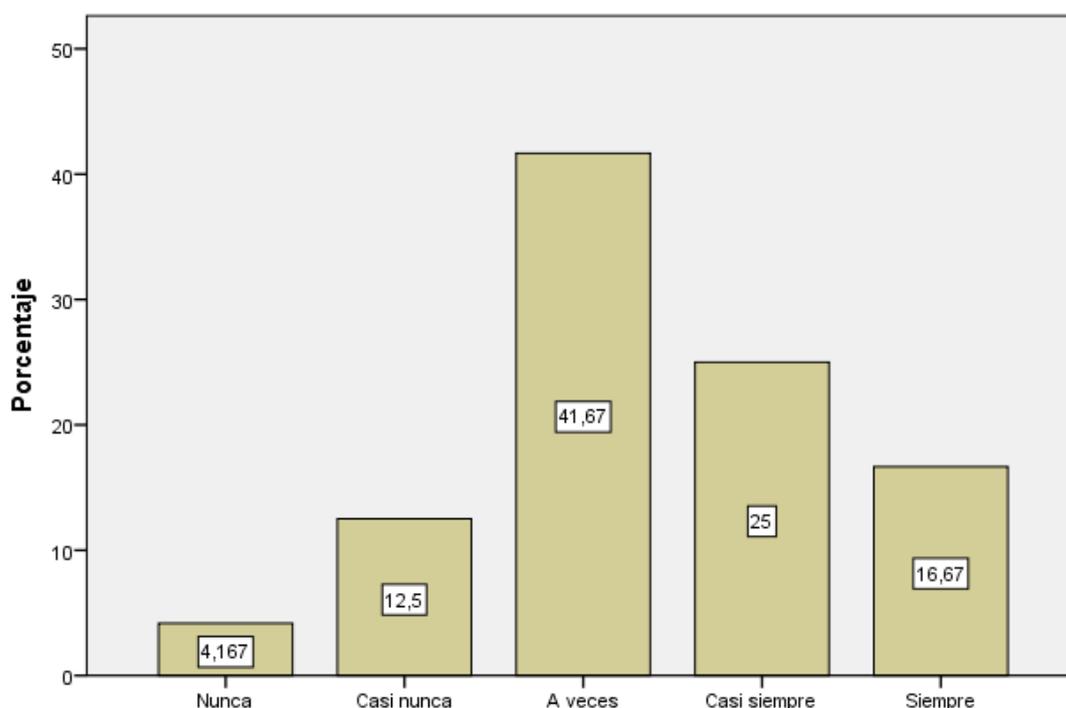


Figura 5. La empresa formula estrategias desarrollo de producto para el mejoramiento continuo en la producción de prendas para bebés.

Interpretación:

De la tabla y del gráfico anteriores se repara que existe 41.67% que a veces la empresa formula estrategias desarrollo de producto para el mejoramiento

continuo en la producción de prendas para bebés, en cambio el 4.2% de la empresa nunca lo hace.

Tabla 6

La empresa formula constantemente estrategias para satisfacer de manera eficiente los gustos y preferencias de sus clientes.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi nunca	4	16,7	16,7	16,7
	A veces	5	20,8	20,8	37,5
	Casi siempre	11	45,8	45,8	83,3
	Siempre	4	16,7	16,7	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

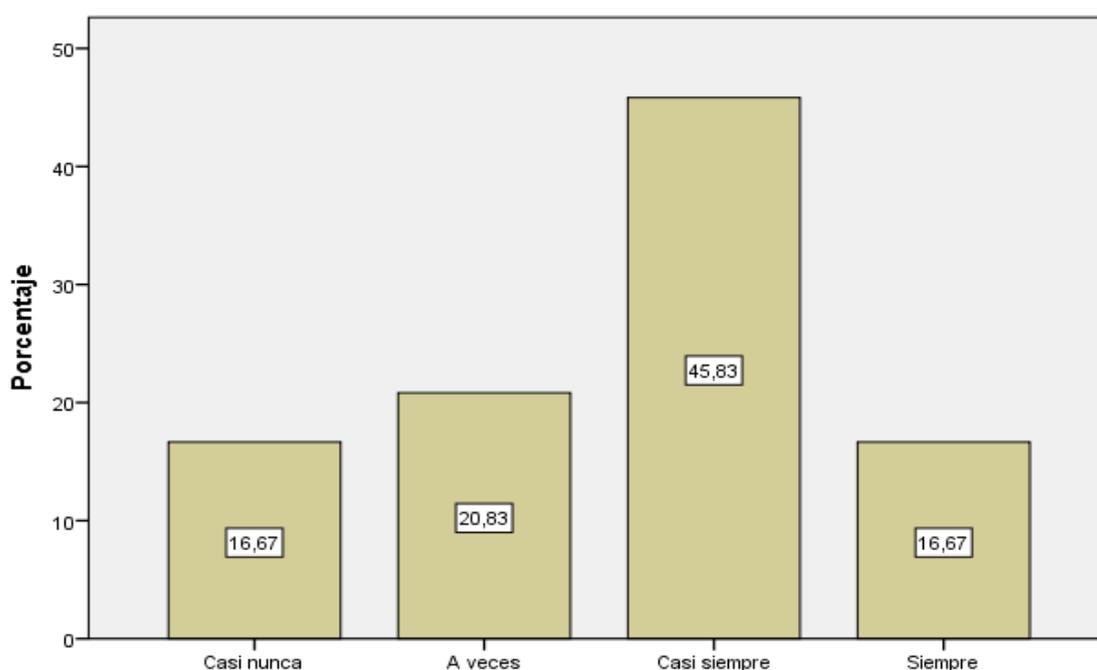


Figura 6. La empresa formula constantemente estrategias para satisfacer de manera eficiente los gustos y preferencias de sus clientes.

Interpretación:

De la tabla y del gráfico anteriores se repara que existe 45.8% que casi siempre la empresa formula constantemente estrategias para satisfacer de

manera eficiente los gustos y preferencias de sus clientes, en cambio existe un 16.67% que casi nunca lo hace y otro 16.7% que siempre lo hace.

Tabla 7

La empresa formula estrategias para obtener la calidad deseada en sus productos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi nunca	3	12,5	12,5	12,5
	A veces	8	33,3	33,3	45,8
	Casi siempre	11	45,8	45,8	91,7
	Siempre	2	8,3	8,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

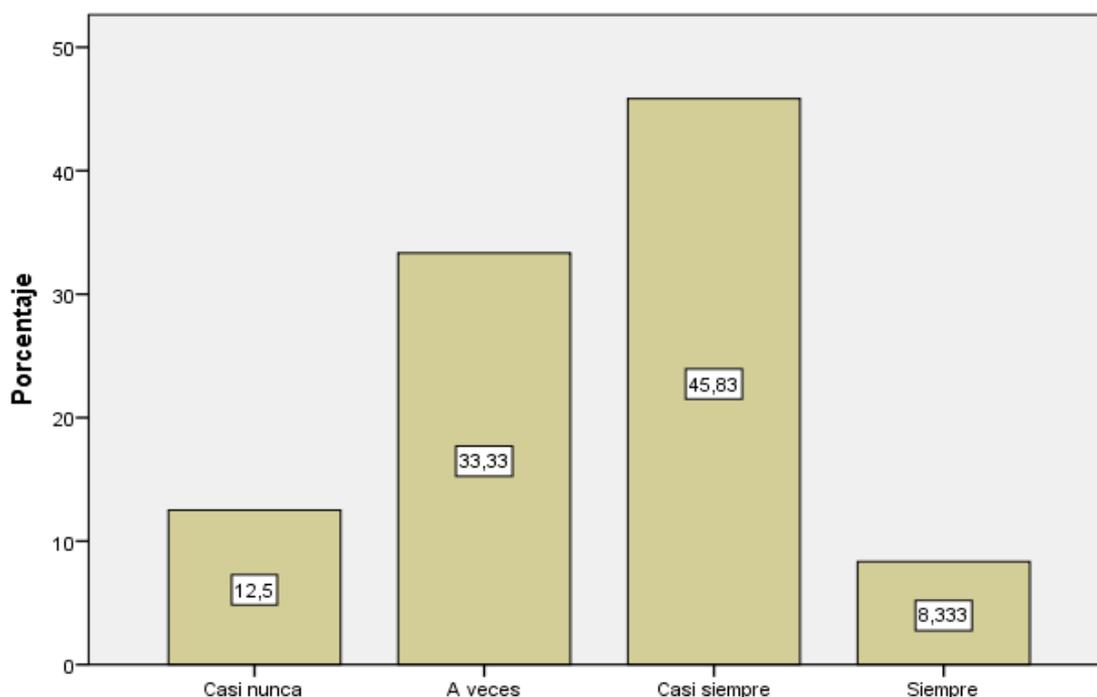


Figura 7. La empresa formula estrategias para obtener la calidad deseada en sus productos.

Interpretación:

De la tabla y del gráfico anteriores se repara que existe 45.8% que casi siempre la empresa formula estrategias para obtener la calidad deseada en sus productos, en cambio el 8.3% no formula dichas estrategias mencionadas.

Tabla 8

La empresa plantea objetivos de largo plazo para el logro de su crecimiento sostenido.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	1	4,2	4,2
	Casi nunca	2	8,3	12,5
	A veces	10	41,7	54,2
	Casi siempre	5	20,8	75,0
	Siempre	6	25,0	100,0
	Total	24	100,0	100,0

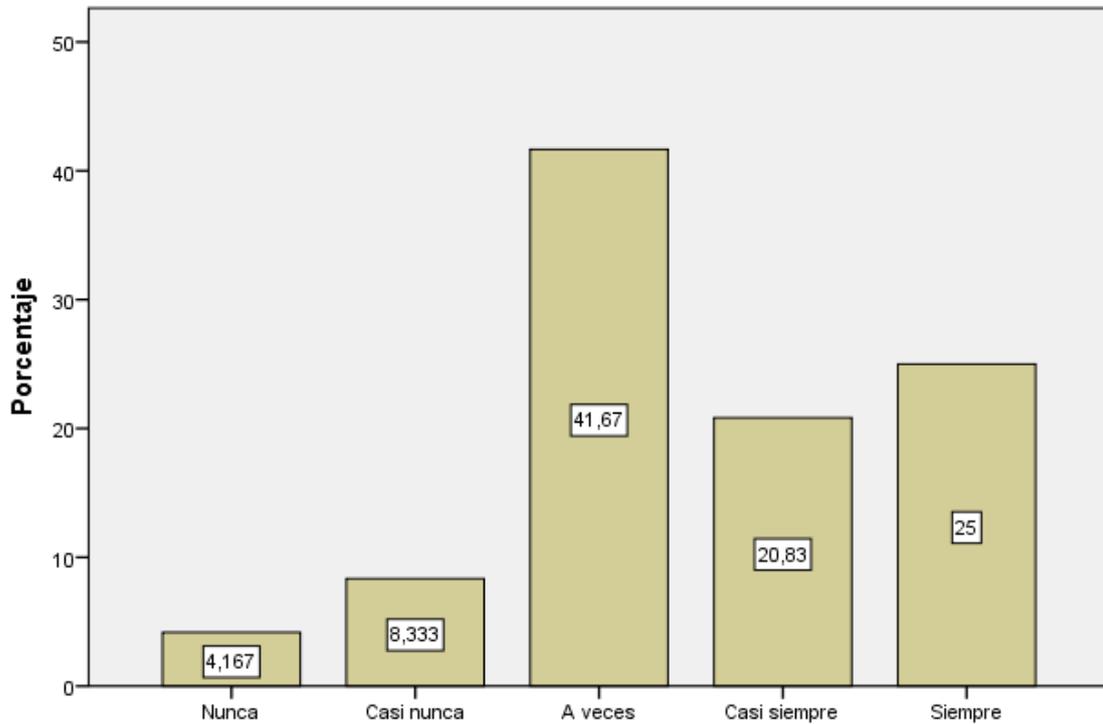


Figura 8. La empresa plantea objetivos de largo plazo para el logro de su crecimiento sostenido.

Interpretación:

De la tabla y del gráfico anteriores se repara que existe 41.67% de la muestra que opina que a veces la empresa plantea objetivos de largo plazo para el

logro de su crecimiento sostenido, en cambio el 4.2% de la empresa nunca los plantea.

Tabla 9

Dentro del desarrollo y gestión, la empresa considera a la innovación y a la creatividad como parte de su reto diario para el mejoramiento continuo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	7	29,2	29,2	29,2
	Casi siempre	9	37,5	37,5	66,7
	Siempre	8	33,3	33,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

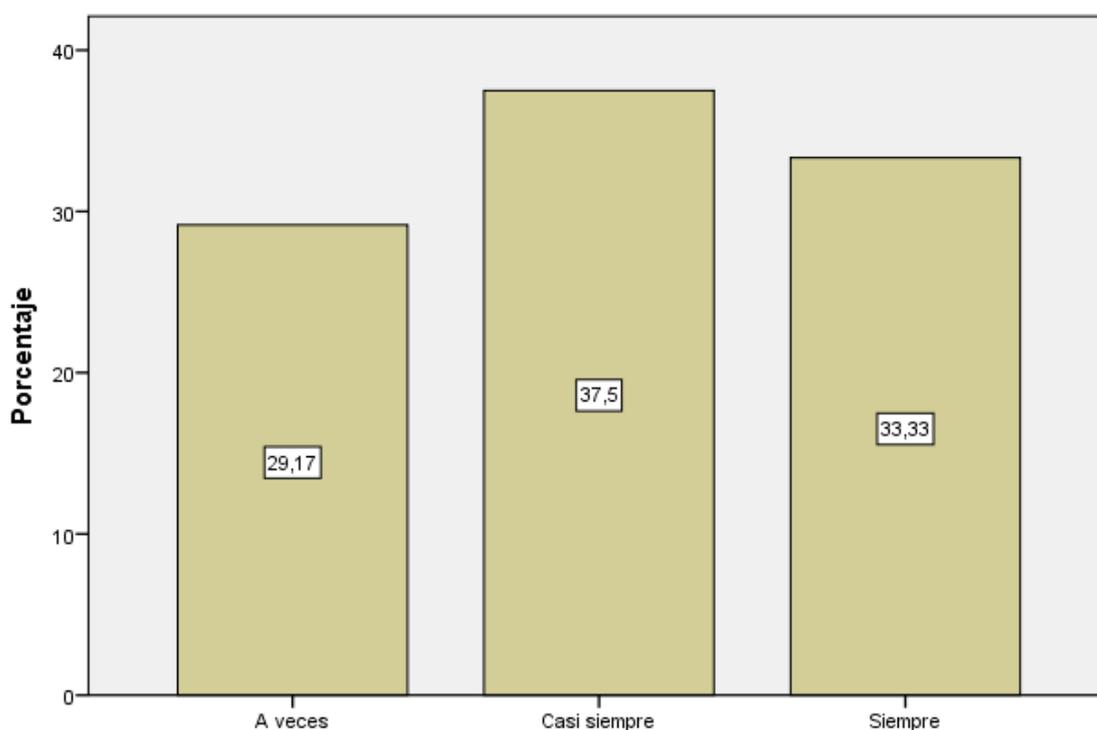


Figura 9. Dentro del desarrollo y gestión, la empresa considera a la innovación y a la creatividad como parte de su reto diario para el mejoramiento continuo.

Interpretación:

De la tabla y del gráfico anteriores se repara que existe 37.5% casi siempre la empresa considera a la innovación y a la creatividad como parte de su reto

diario para el mejoramiento continuo, en cambio el 29.2% a veces la empresa considera a la innovación y a la creatividad como parte de su reto diario.

Tabla 10

Dentro de las instalaciones la empresa cuenta con un ambiente de trabajo adecuado que propicia el desarrollo del talento humano.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	A veces	3	12,5	12,5	12,5
	Casi siempre	14	58,3	58,3	70,8
	Siempre	7	29,2	29,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

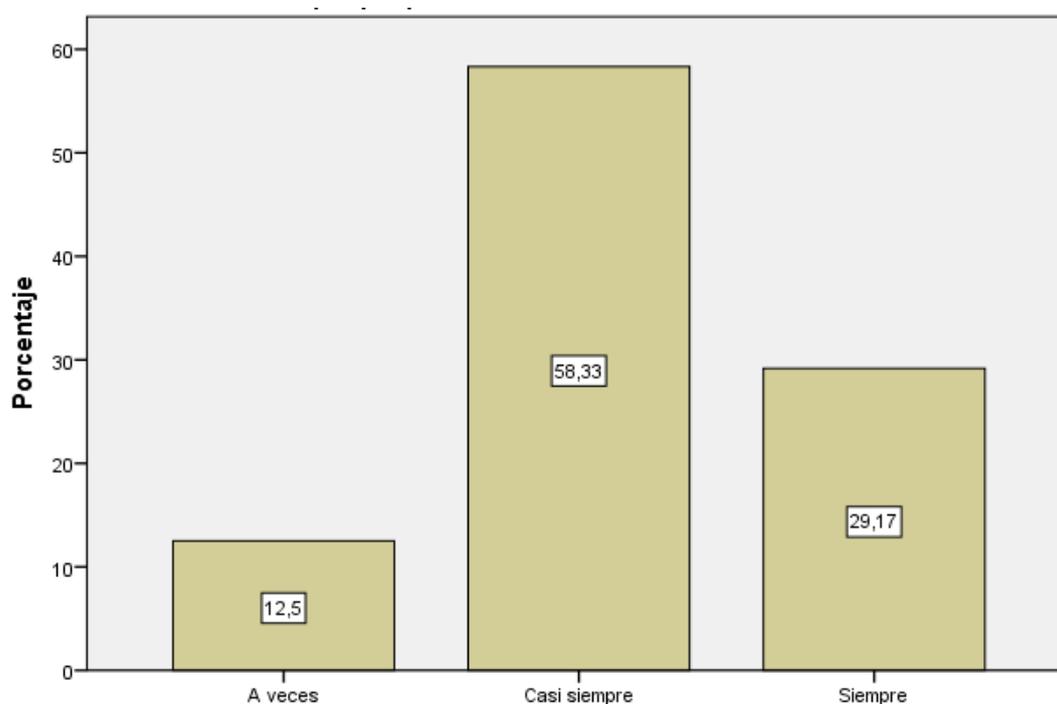


Figura 10. Dentro de las instalaciones la empresa cuenta con un ambiente de trabajo adecuado que propicia el desarrollo del talento humano.

Interpretación:

De la tabla y del gráfico anteriores se repara que existe 58.3% que casi siempre la empresa considera que dentro de las instalaciones la empresa cuenta con un ambiente de trabajo adecuado que propicia el desarrollo del

talento humano, en cambio el 12.5% a veces considera lo mencionado anteriormente.

Tabla 11

Dentro de la empresa se realiza seguimiento diario a sus diversas actividades y a sus procesos productivos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	1	4,2	4,2
	Casi nunca	6	25,0	29,2
	A veces	10	41,7	70,8
	Casi siempre	7	29,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0

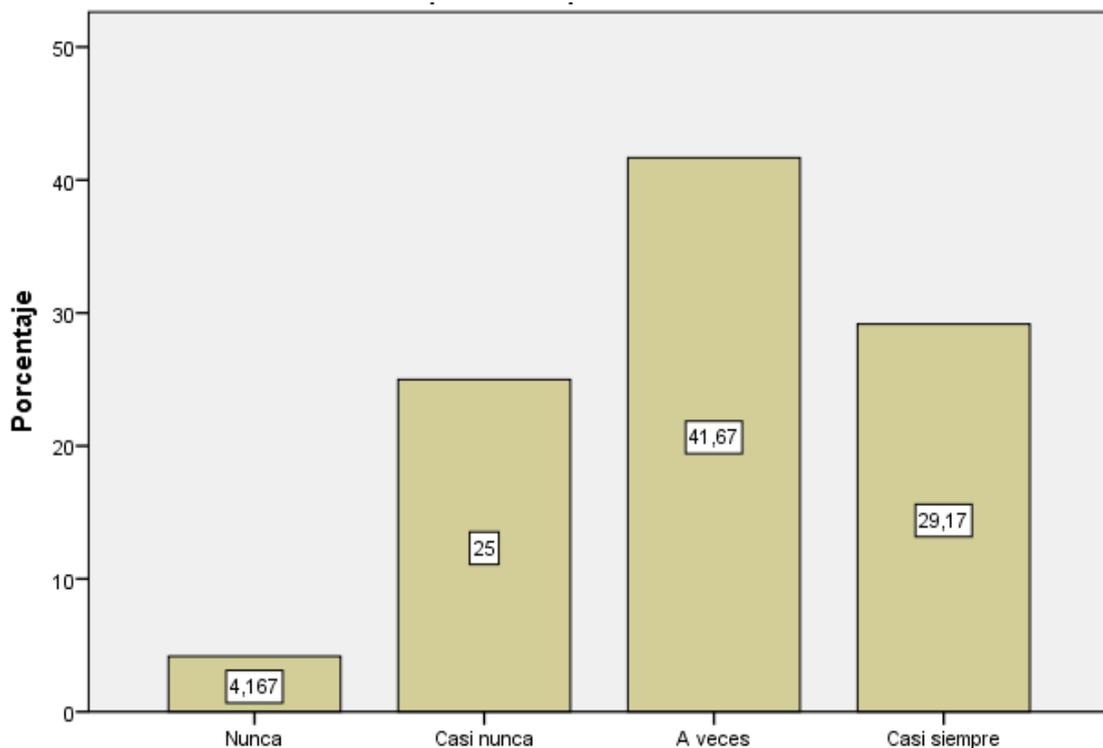


Figura 11. Dentro de la empresa se realiza seguimiento diario a sus diversas actividades y a sus procesos productivos.

Interpretación:

De la tabla y del gráfico anteriores se repara que el 41.7% considera que a veces dentro de la empresa se realiza seguimiento diario a sus diversas

actividades y a sus procesos productivos, en cambio el 4.2% nunca la empresa considera lo mencionado anteriormente.

Tabla 12

La empresa tiene un sistema de control de calidad que se aplica constantemente o diariamente para obtener las prendas con calidad deseada.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	4,2	4,2	4,2
Casi nunca	6	25,0	25,0	29,2
Válidos A veces	13	54,2	54,2	83,3
Casi siempre	4	16,7	16,7	100,0
Total	24	100,0	100,0	

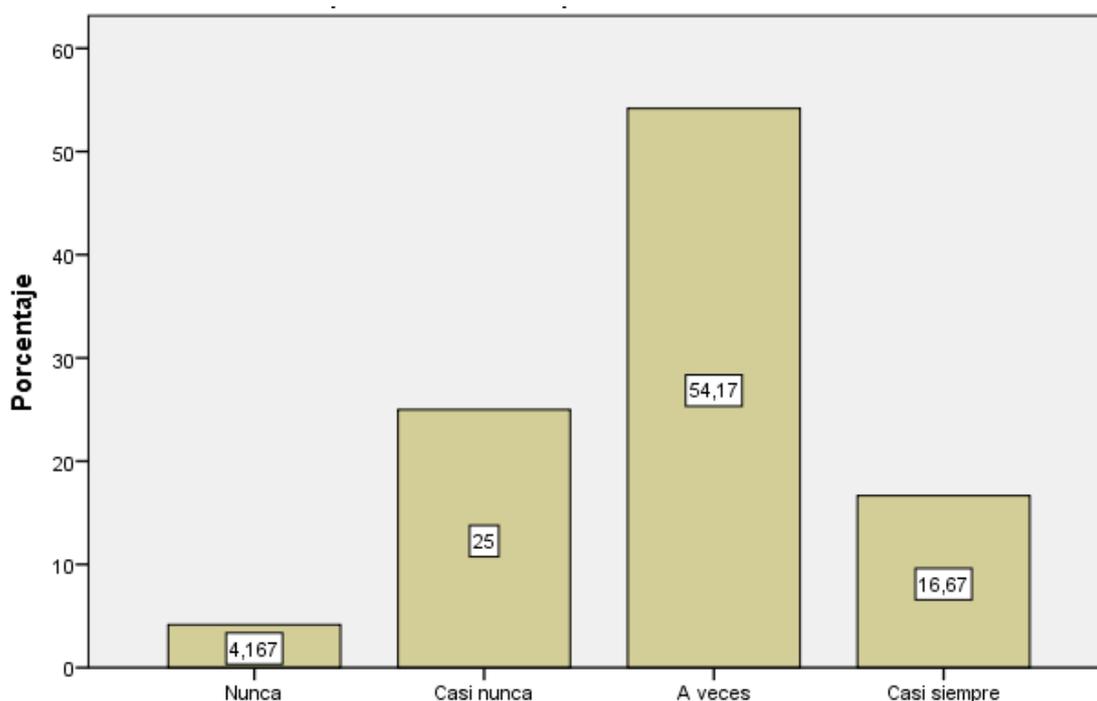


Figura 12. La empresa tiene un sistema de control de calidad que se aplica constantemente o diariamente para obtener las prendas con calidad deseada.

Interpretación:

De la tabla y del gráfico anteriores se repara que el 54.2% considera que a veces la empresa tiene un sistema de control de calidad que se aplica

constantemente o diariamente para obtener las prendas con calidad deseada, en cambio el 4.2% nunca la empresa tiene un sistema de control de calidad que se aplica constantemente o diariamente para obtener las prendas con calidad deseada.

Tabla 13

La empresa mide el nivel de satisfacción de sus clientes para mejorar y fidelizar a los mismos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	5	20,8	20,8
	Casi nunca	7	29,2	50,0
	A veces	4	16,7	66,7
	Casi siempre	4	16,7	83,3
	Siempre	4	16,7	100,0
	Total	24	100,0	100,0

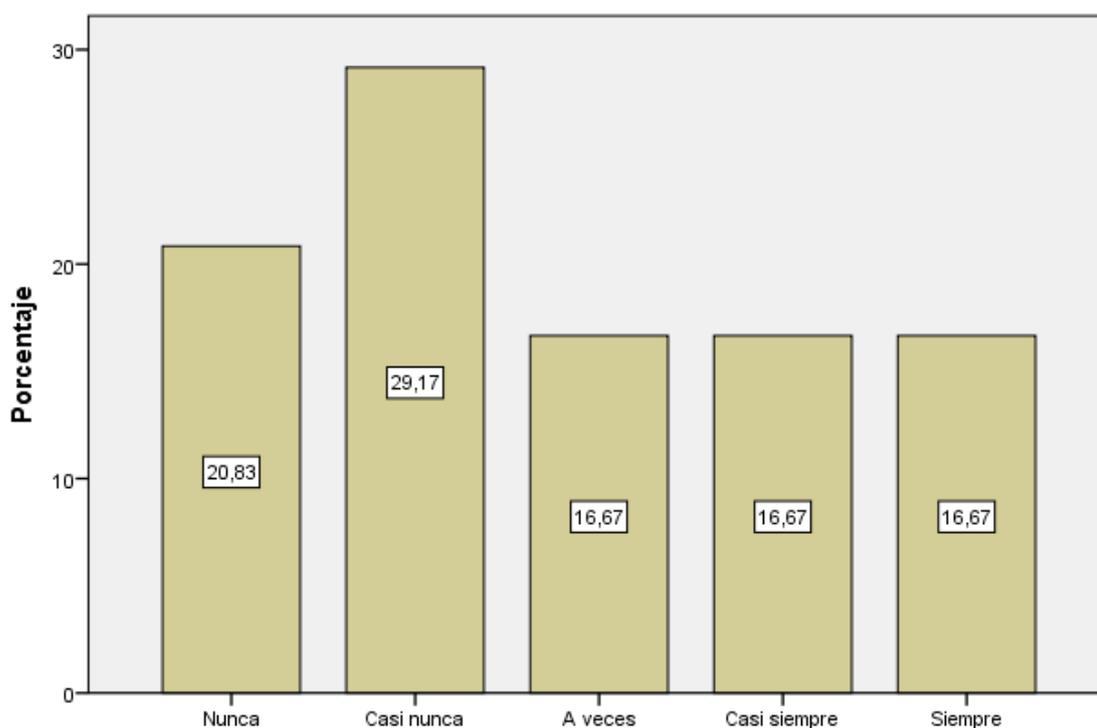


Figura 13. La empresa mide el nivel de satisfacción de sus clientes para mejorar y fidelizar a los mismos.

Interpretación:

De la tabla y del gráfico anteriores se repara que existe 29.2% que casi nunca considera que la empresa mide el nivel de satisfacción de sus clientes para mejorar y fidelizar a los mismos, en cambio el 16.7% a veces la empresa mide el nivel de satisfacción de sus clientes para mejorar y fidelizar a los mismos.

Tabla 14

La empresa tiene un sistema de mejora continuo enfocado y relacionado a la calidad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	2	8,3	8,3	8,3
Casi nunca	6	25,0	25,0	33,3
Válidos A veces	10	41,7	41,7	75,0
Casi siempre	6	25,0	25,0	100,0
Total	24	100,0	100,0	

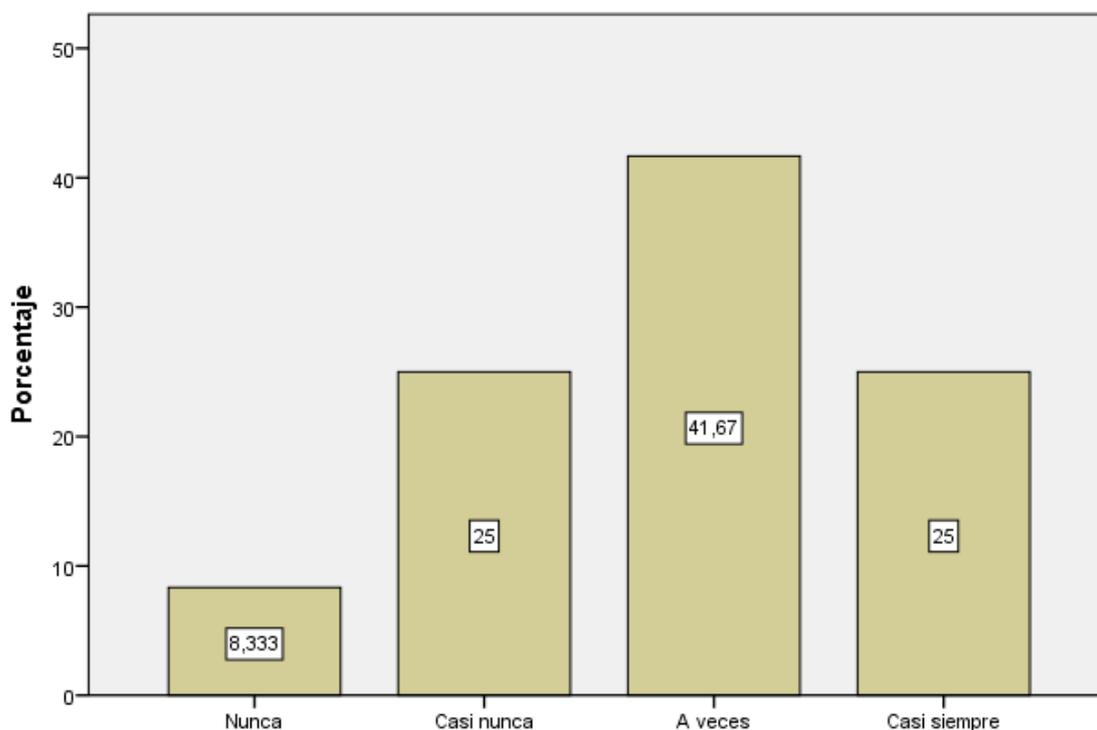


Figura 14. La empresa tiene un sistema de mejora continuo enfocado y relacionado a la calidad.

Interpretación:

De la tabla y del gráfico anteriores se repara que existe 41.7% que a veces considera que la empresa tiene un sistema de mejora continuo enfocado y relacionado a la calidad, en cambio el 8.3% considera que nunca la empresa tiene un sistema de mejora continuo enfocado y relacionado a la calidad.

Tabla 15

Dentro de la empresa se realiza capacitación constante a sus trabajadores.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	3	12,5	12,5
	Casi nunca	14	58,3	70,8
	A veces	6	25,0	95,8
	Casi siempre	1	4,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0

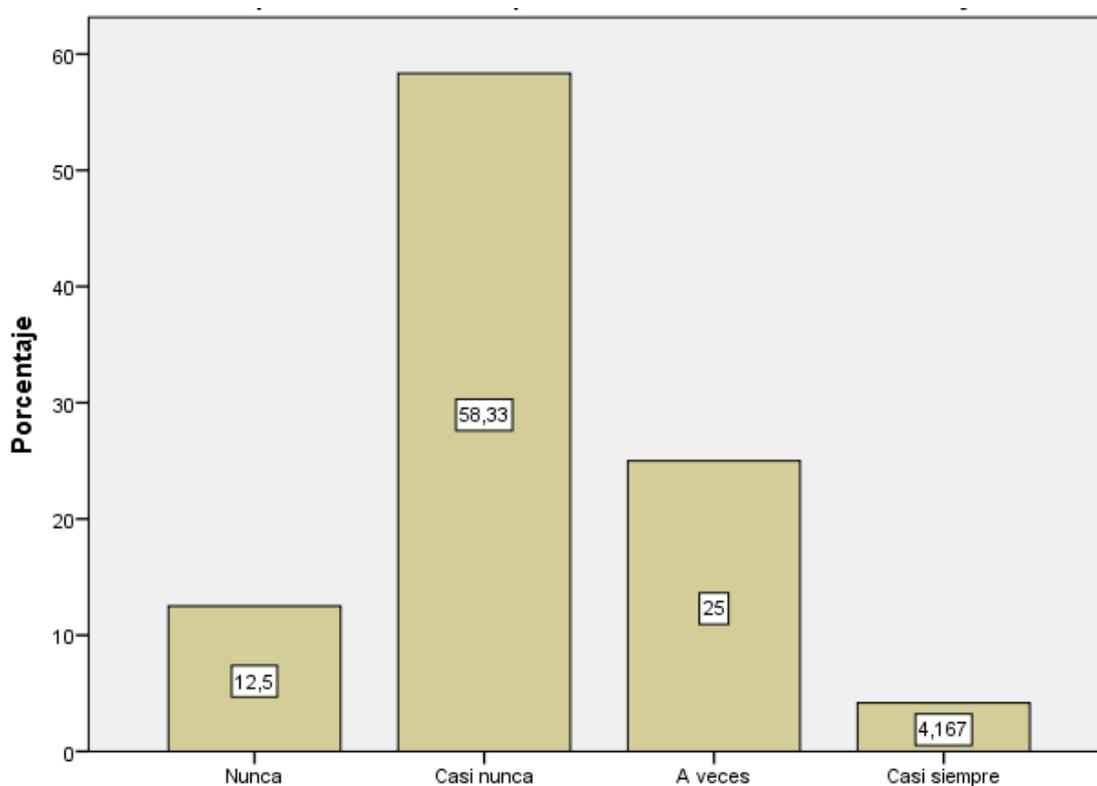


Figura 15. Dentro de la empresa se realiza capacitación constante a sus trabajadores.

Interpretación:

De la tabla y del gráfico anteriores se repara que existe 58.3% considera que casi nunca dentro de la empresa se realiza capacitación constante a sus trabajadores, en cambio el 4.2% considera que casi siempre dentro de la empresa se realiza capacitación constante a sus trabajadores.

Tabla 16

Las prendas elaboradas brindan valor agregado sin presentar defecto alguno.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi nunca	2	8,3	8,3
	A veces	10	41,7	50,0
	Casi siempre	9	37,5	87,5
	Siempre	3	12,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0

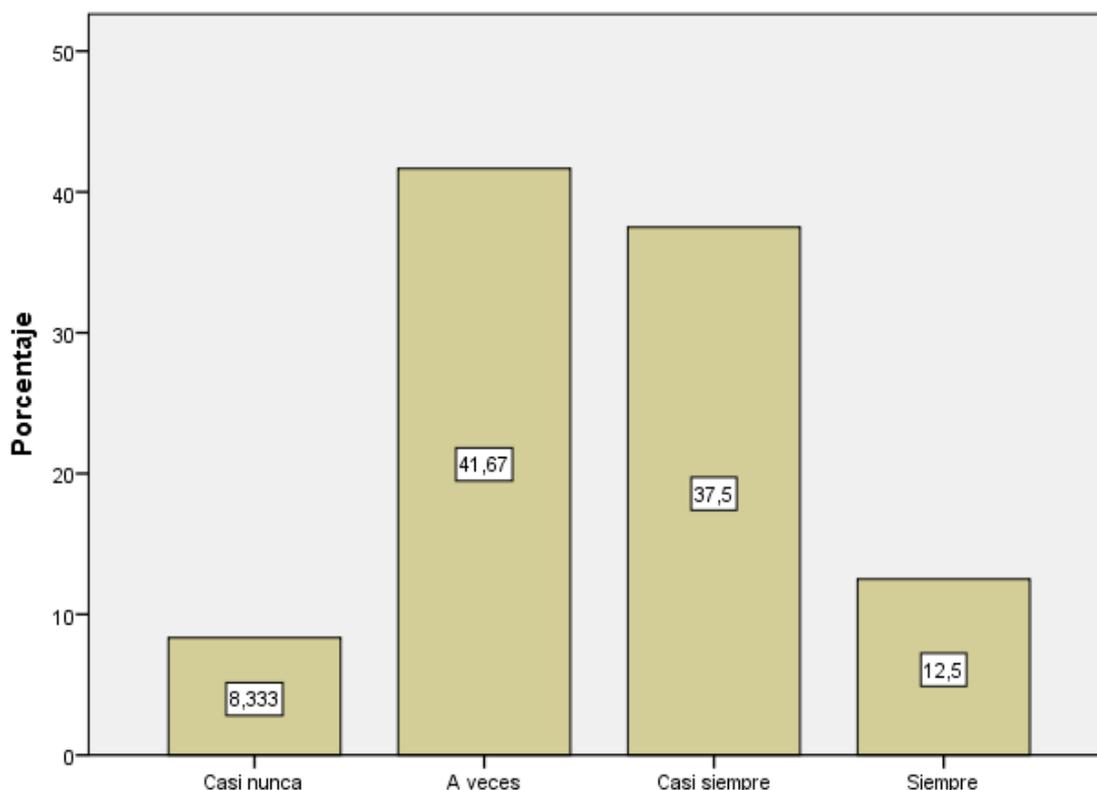


Figura 16. Las prendas elaboradas brindan valor agregado sin presentar defecto alguno.

Interpretación:

De la tabla y del gráfico anteriores se repara que el 41.7% considera que a veces las prendas elaboradas brindan valor agregado sin presentar defecto alguno, en cambio el 8.3% de la muestra afirma que casi las prendas elaboradas brindan valor agregado sin presentar defecto alguno.

Tabla 17

La empresa conoce y busca información acerca de las diversas necesidades de sus clientes.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	2	8,3	8,3
	Casi nunca	2	8,3	16,7
	A veces	10	41,7	58,3
	Casi siempre	4	16,7	75,0
	Siempre	6	25,0	100,0
	Total	24	100,0	100,0

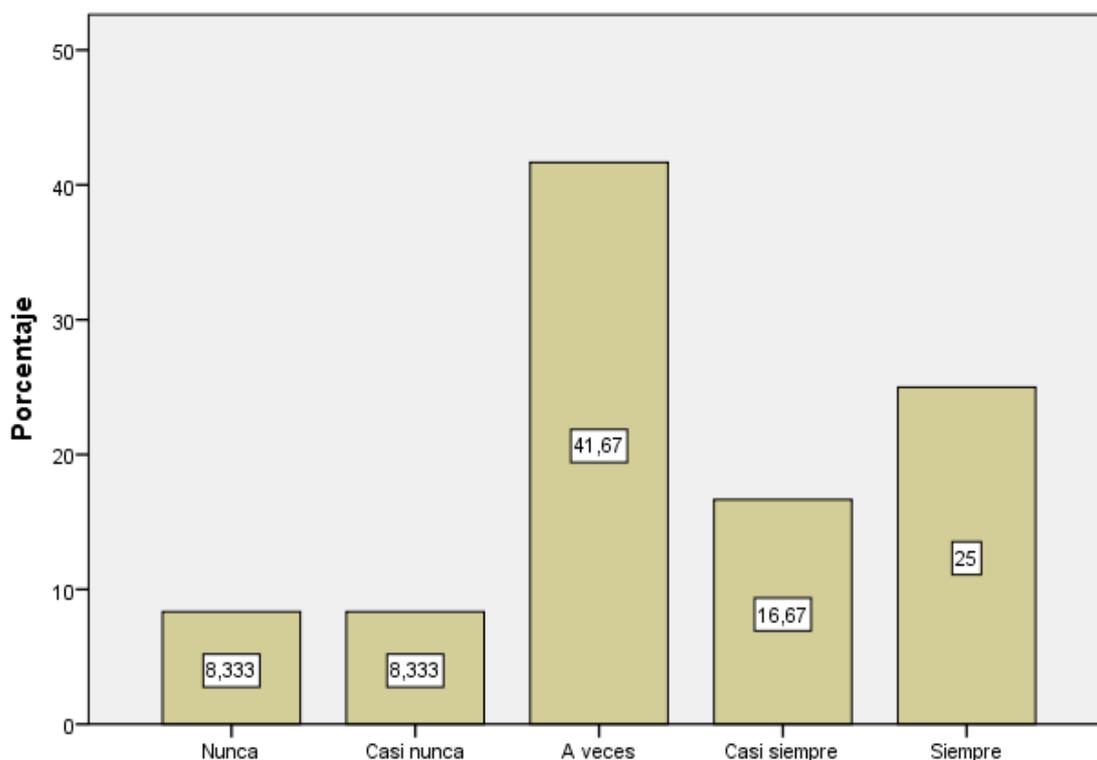


Figura 17. La empresa conoce y busca información acerca de las diversas necesidades de sus clientes.

Interpretación:

De la tabla y del gráfico anteriores se repara que existe 41.7% considera que a veces la empresa conoce y busca información acerca de las diversas necesidades de sus clientes, en cambio el 8.3% considera que nunca la empresa conoce y busca información acerca de las diversas necesidades de sus clientes.

Tabla 18

Dentro del sector textil la empresa diferencia las necesidades de cada cliente para satisfacerlos eficientemente.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi nunca	4	16,7	16,7	16,7
	A veces	8	33,3	33,3	50,0
	Casi siempre	12	50,0	50,0	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

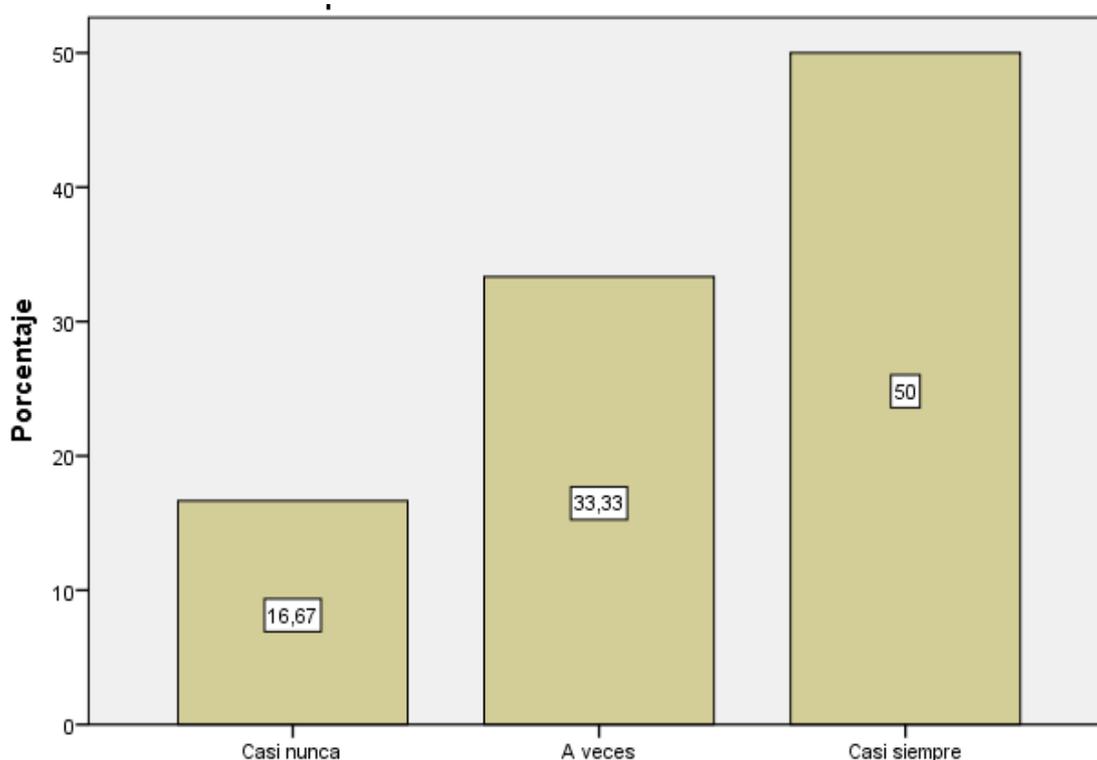


Figura 18. Dentro del sector textil la empresa diferencia las necesidades de cada cliente para satisfacerlos eficientemente.

Interpretación:

De la tabla y del gráfico anterior se repara que el 50% considera que casi siempre dentro de la empresa del sector textil la empresa diferencia las necesidades de cada cliente para satisfacerlos eficientemente, en cambio el 16.7% considera que casi nunca dentro de la empresa del sector textil la empresa diferencia las necesidades de cada cliente para satisfacerlos eficientemente.

Tabla 19

La empresa implemente una diferenciación amplia de sus prendas, identificando cuales se venden más, cuales se venderán a futuro y cuales tienen mayores perspectivas de crecimiento.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi nunca	3	12,5	12,5
	A veces	10	41,7	54,2
	Casi siempre	10	41,7	95,8
	Siempre	1	4,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0

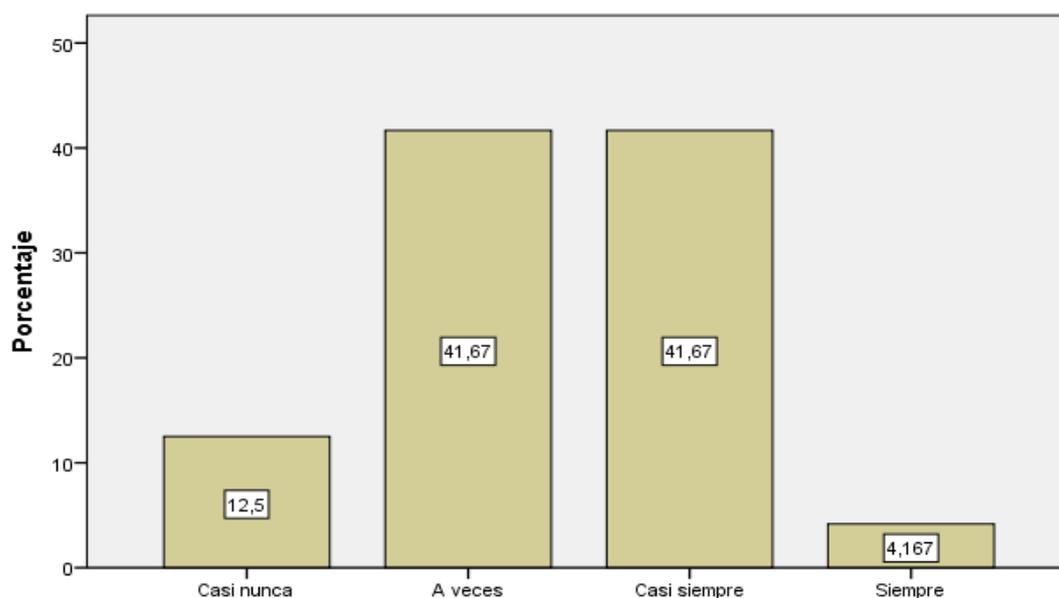


Figura 19. La empresa implemente una diferenciación amplia de sus prendas, identificando cuales se venden más, cuales se venderán a futuro y cuales tienen mayores perspectivas de crecimiento.

Interpretación:

De la tabla y del gráfico anteriores se repara que existe 41.7% considera que casi siempre la empresa implemente una diferenciación amplia de sus prendas, identificando cuales se venden más, cuales se venderán a futuro y cuales tienen mayores perspectivas de crecimiento, en cambio el 4.2% considera que siempre la empresa implemente una diferenciación amplia de sus prendas, identificando cuales se venden más, cuales se venderán a futuro y cuales tienen mayores perspectivas de crecimiento.

Tabla 20

La empresa mantiene contacto directo y constante con sus clientes más exigentes.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	1	4,2	4,2
	Casi nunca	2	8,3	12,5
	A veces	11	45,8	58,3
	Casi siempre	7	29,2	87,5
	Siempre	3	12,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0

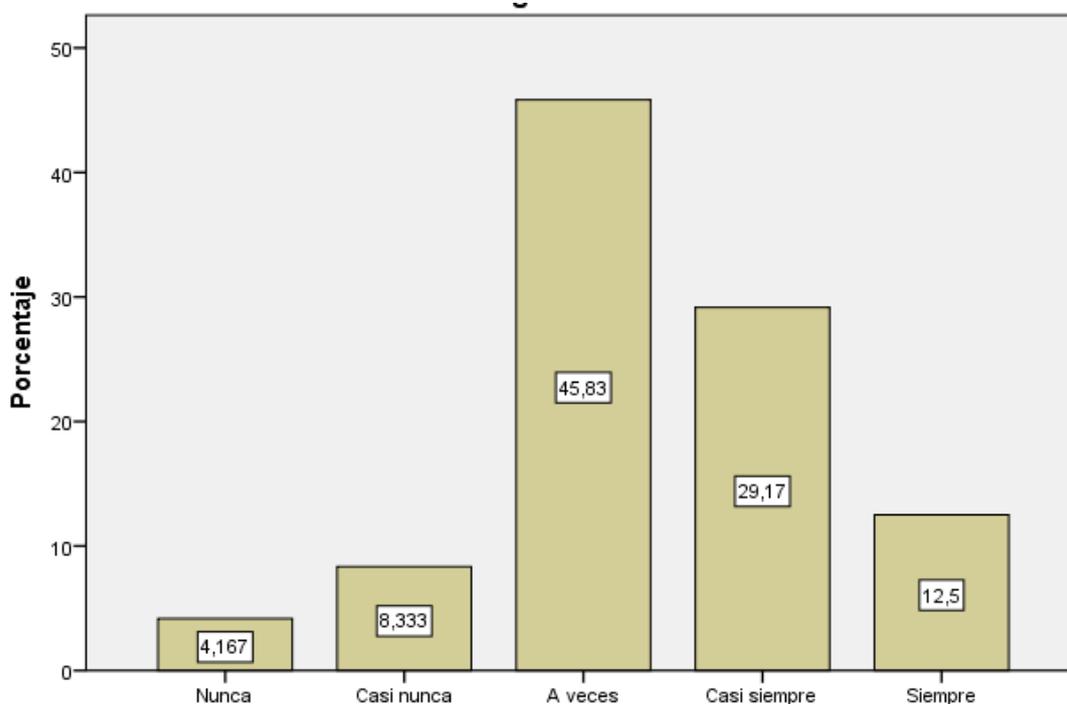


Figura 20. La empresa mantiene contacto directo y constante con sus clientes más exigentes.

Interpretación:

De la tabla y del gráfico anteriores se repara que el 45.8% considera que a veces la empresa mantiene contacto directo y constante con sus clientes más exigentes, en cambio el 4.2% considera que nunca la empresa mantiene contacto directo y constante con sus clientes más exigentes.

Tabla 21

La empresa coordina y mantiene una relación recíproca y de apoyo con sus proveedores.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	1	4,2	4,2
	Casi nunca	1	4,2	8,3
	A veces	7	29,2	37,5
	Casi siempre	4	16,7	54,2
	Siempre	11	45,8	100,0
	Total	24	100,0	100,0

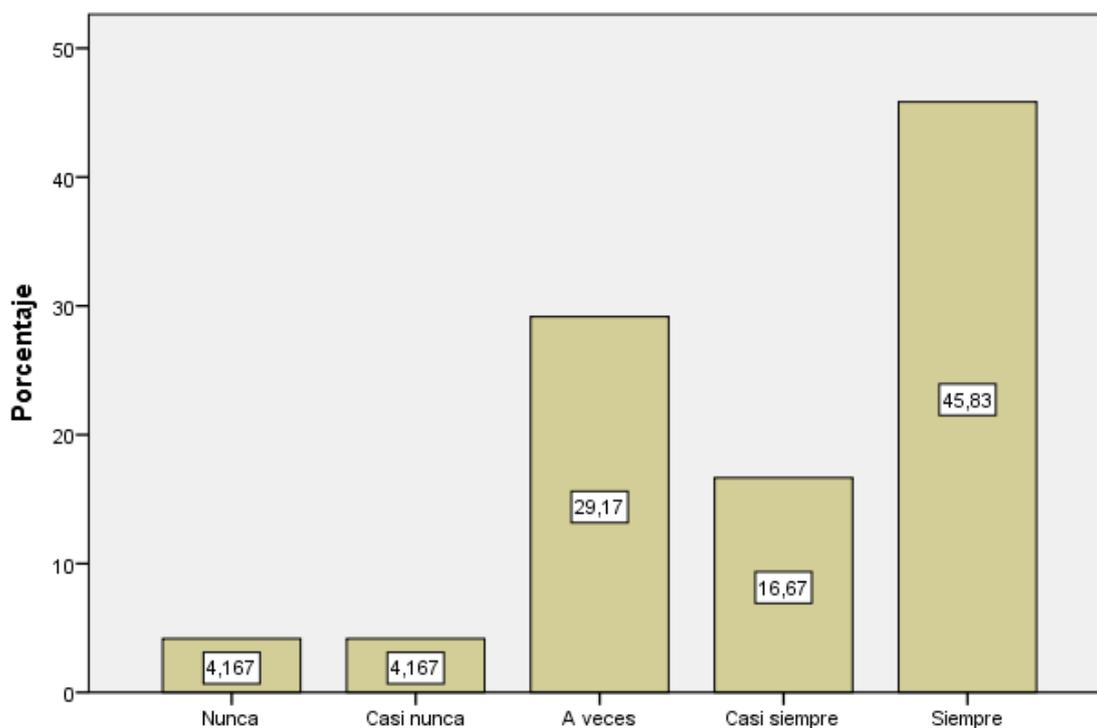


Figura 21. La empresa coordina y mantiene una relación recíproca y de apoyo con sus proveedores.

Interpretación:

De la tabla y del gráfico anteriores se repara que existe 45.8% considera que siempre la empresa coordina y mantiene una relación recíproca y de apoyo con sus proveedores, en cambio el 4.2% considera que nunca la empresa coordina y mantiene una relación recíproca y de apoyo con sus proveedores.

Tabla 22

Para el logro de su crecimiento la empresa busca apoyo y/o financiamiento en empresas relacionadas al sector.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi nunca	3	12,5	12,5	12,5
	A veces	3	12,5	12,5	25,0
	Casi siempre	7	29,2	29,2	54,2
	Siempre	11	45,8	45,8	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

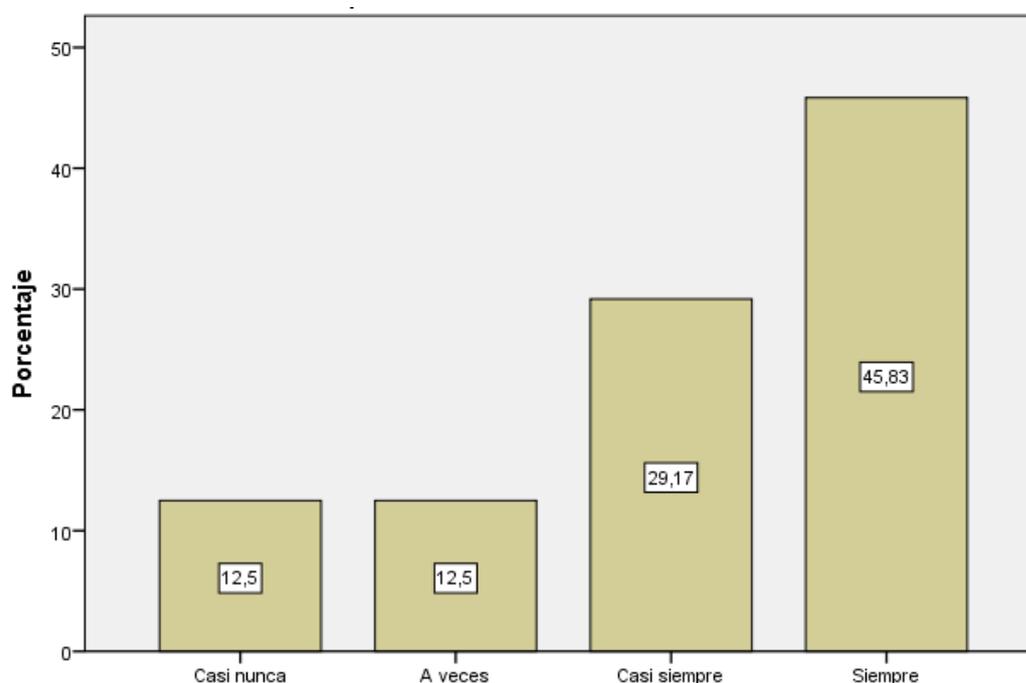


Figura 22. Para el logro de su crecimiento la empresa busca apoyo y/o financiamiento en empresas relacionadas al sector.

Interpretación:

De la tabla y del gráfico anteriores se repara que existe 45.8% considera que siempre para el logro de su crecimiento la empresa busca apoyo y/o financiamiento en empresas relacionadas al sector, en cambio el 12.5% considera que casi nunca que para el logro de su crecimiento la empresa busca apoyo y/o financiamiento en empresas relacionadas al sector

Tabla 23

Se realiza inversión de tipo industrial para dotar a la empresa de maquinaria y estructura técnica para el logro y el cumplimiento de una producción óptima.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi nunca	5	20,8	20,8	20,8
	A veces	16	66,7	66,7	87,5
	Casi siempre	3	12,5	12,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

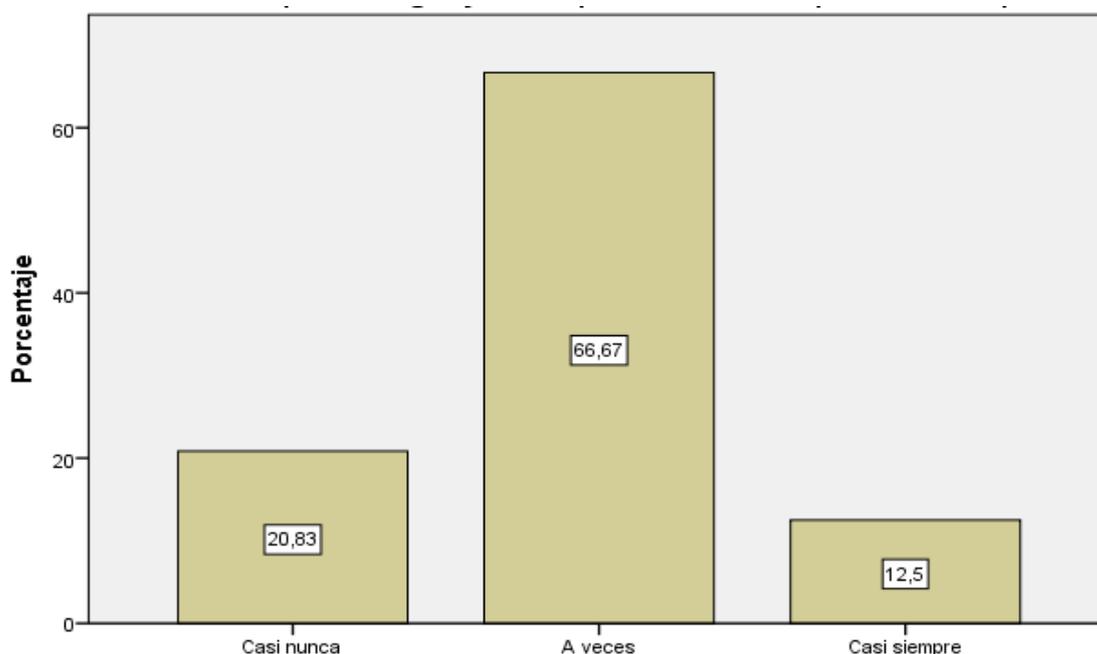


Figura 23. Se realiza inversión de tipo industrial para dotar a la empresa de maquinaria y estructura técnica para el logro y el cumplimiento de una producción óptima.

Interpretación:

De la tabla y del gráfico anteriores se repara que el 66.7% considera que a veces la empresa se realiza inversión de tipo industrial para dotar a la empresa de maquinaria y estructura técnica para el logro y el cumplimiento de una producción óptima, en cambio el 12.5% considera que casi siempre la empresa se realiza inversión de tipo industrial para dotar a la empresa de maquinaria y estructura técnica para el logro y el cumplimiento de una producción óptima.

Tabla 24

La empresa realiza inversión de innovación o modernización del sistema técnico para mejorar la posición competitiva.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	1	4,2	4,2
	Casi nunca	6	25,0	29,2
	A veces	11	45,8	75,0
	Casi siempre	6	25,0	100,0
	Total	24	100,0	100,0

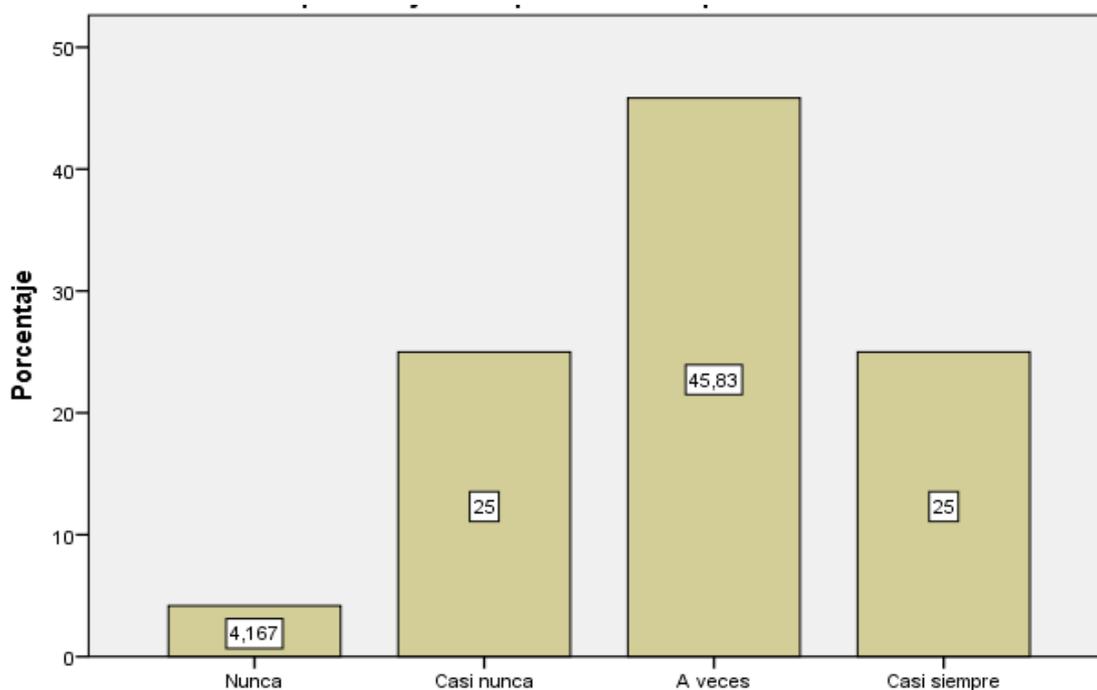


Figura 24. La empresa realiza inversión de innovación o modernización del sistema técnico para mejorar la posición competitiva.

Interpretación:

De la tabla y del gráfico anteriores se repara que existe 45.8% que a veces La empresa realiza inversión de innovación o modernización del sistema técnico para mejorar la posición competitiva, en cambio el 4.2% de la muestra afirma que la empresa nunca lo hace.

Tabla 25

La empresa realiza inversión de diversificación para defender la posición competitiva a través de la elaboración de nuevos productos y la venta en nuevos mercados.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	1	4,2	4,2
	Casi nunca	4	16,7	20,8
	A veces	13	54,2	75,0
	Casi siempre	3	12,5	87,5
	Siempre	3	12,5	100,0
	Total	24	100,0	100,0

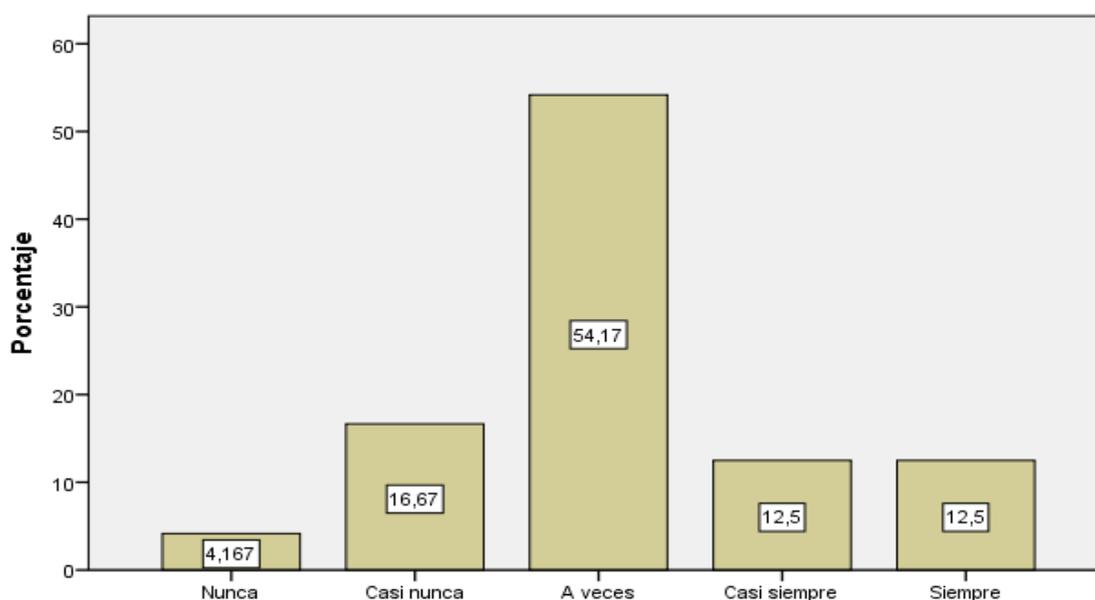


Figura 25. La empresa realiza inversión de diversificación para defender la posición competitiva a través de la elaboración de nuevos productos y la venta en nuevos mercados.

Interpretación:

De la tabla y del gráfico anteriores se repara que existe 54.2% que a veces La empresa realiza inversión de diversificación para defender la posición competitiva a través de la elaboración de nuevos productos y la venta en nuevos mercados, en cambio el 4.2% de la muestra afirma que la empresa nunca lo realiza.

Tabla 26

La empresa realiza inversión de investigación y desarrollo para tener mayor participación, posicionamiento y expansión en el sector.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	4	16,7	16,7	16,7
Casi nunca	11	45,8	45,8	62,5
Válidos A veces	6	25,0	25,0	87,5
Casi siempre	3	12,5	12,5	100,0
Total	24	100,0	100,0	

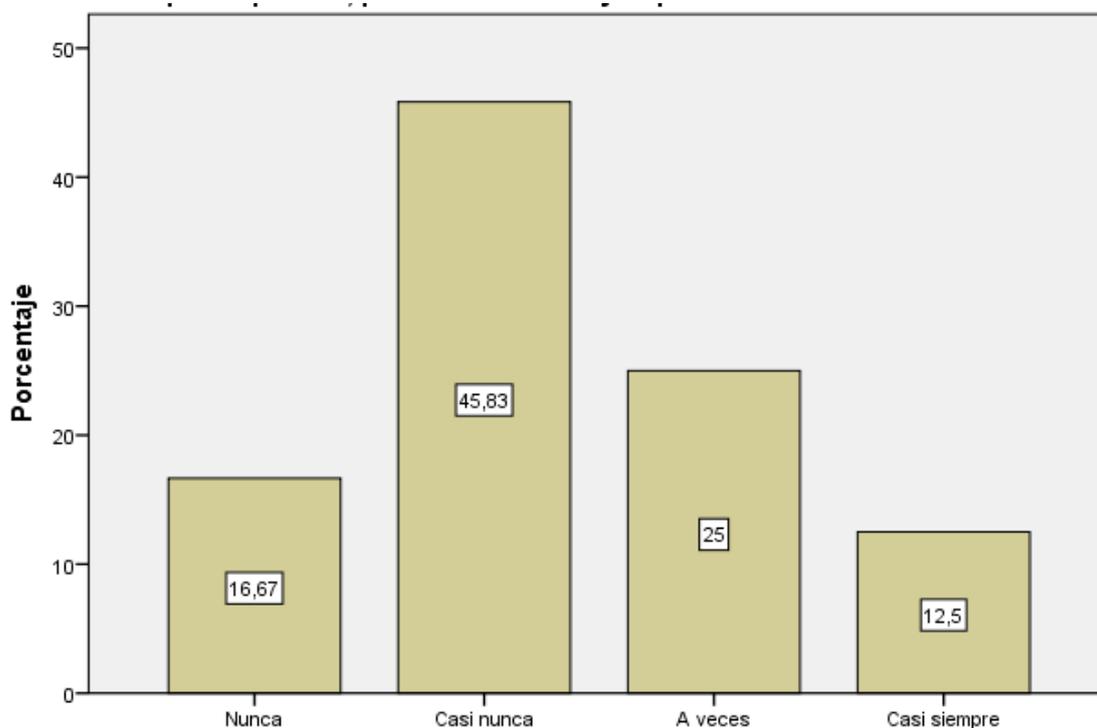


Figura 26. La empresa realiza inversión de investigación y desarrollo para tener mayor participación, posicionamiento y expansión en el sector.

Interpretación:

De la tabla y del gráfico anteriores se repara que existe 45.8% que casi nunca la empresa realiza inversión de investigación y desarrollo para tener mayor participación, posicionamiento y expansión en el sector, en cambio el 12.5% de la muestra afirma casi siempre la empresa lo realiza.

Tabla 27

Se desarrolla mejoras sostenibles en todas las áreas de la empresa, promoviendo un mejor ambiente de trabajo, mayor desempeño y productividad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casi nunca	4	16,7	16,7
	A veces	4	16,7	33,3
	Casi siempre	15	62,5	95,8
	Siempre	1	4,2	100,0
	Total	24	100,0	100,0

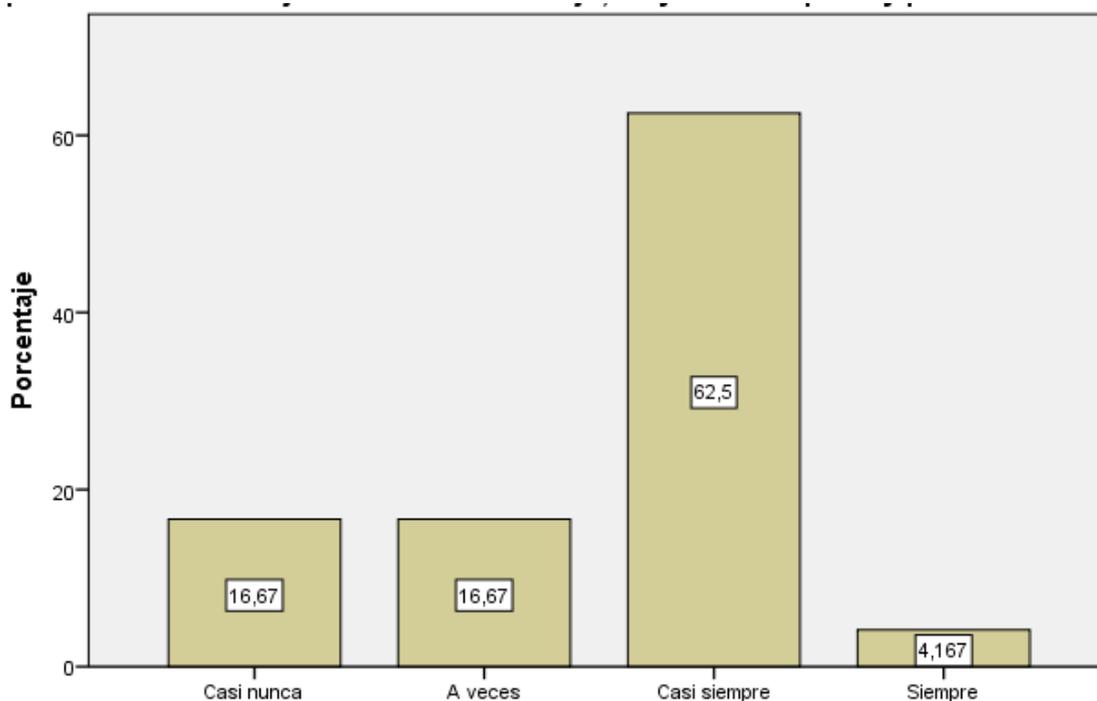


Figura 27. Se desarrolla mejoras sostenibles en todas las áreas de la empresa, promoviendo un mejor ambiente de trabajo, mayor desempeño y productividad.

Interpretación:

De la tabla y del gráfico anteriores se repara que existe un 62.5% que casi siempre se desarrolla mejoras sostenibles en todas las áreas de la empresa, promoviendo un mejor ambiente de trabajo, mayor desempeño y productividad, en cambio el 4.2% de la muestra afirma que la empresa siempre lo hace.

Tabla 28

La empresa identifica a las principales empresas de su competencia para enfrentar y formular estrategias, así como también para tener mayor control y participación de mercado en el sector.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	13	54,2	54,2	54,2
Casi siempre	9	37,5	37,5	91,7
Siempre	2	8,3	8,3	100,0
Total	24	100,0	100,0	

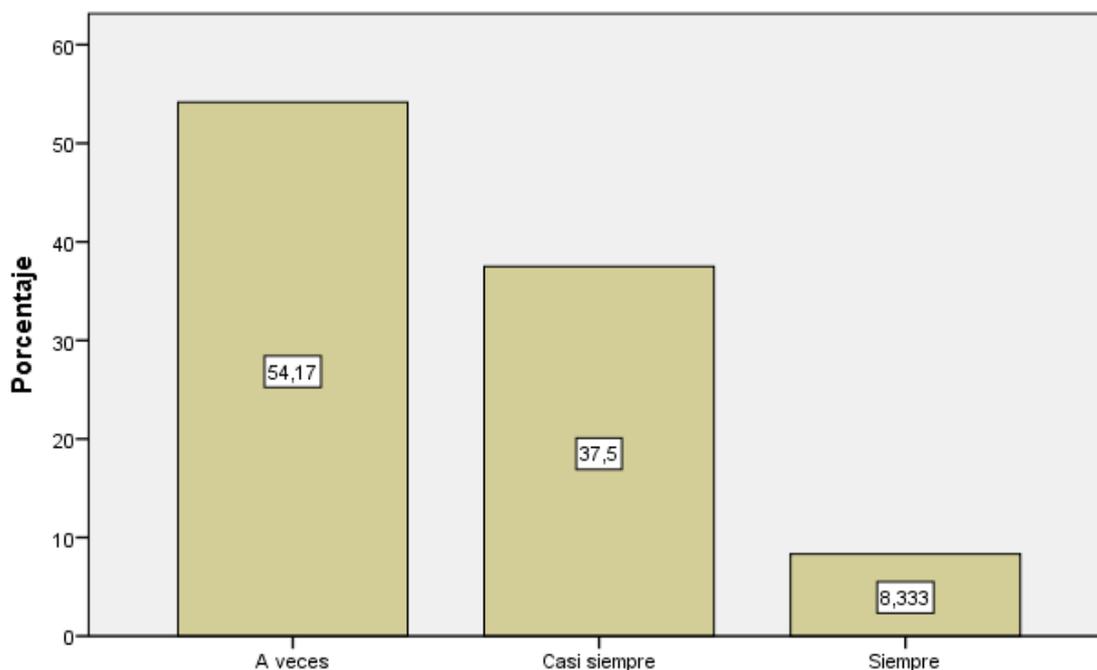


Figura 28. La empresa identifica a las principales empresas de su competencia para enfrentar y formular estrategias, así como también para tener mayor control y participación de mercado en el sector.

Interpretación:

De la tabla y del gráfico anteriores se observa que el 54.2% considera que a veces la empresa identifica a las principales empresas de su competencia para enfrentar y formular estrategias, así como también para tener mayor control y participación de mercado en el sector, en cambio el 8.3% de la muestra afirma que la empresa siempre lo hace.

Contrastación de hipótesis

Hipótesis General

H_0 : No existe una relación entre gestión de la calidad y la competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014.

$$H_0: \rho > 0.05$$

H_1 : Existe una relación entre gestión de la calidad y la competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014.

Tabla 29.

Pruebas chi cuadrado entre gestión de calidad y competitividad.

	Valor	gl	Sig. Asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	14,743 ^a	2	,001
Razón de verosimilitudes	19,105	2	,000
Asociación lineal por lineal	13,436	1	,000
N de casos válidos	24		

Para aceptar o rechazar H_0 :

De lo observado en la tabla $p < 0.05$ ($p = 0,001$), rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna, por lo tanto existe una relación entre gestión de la calidad y la competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014.

Hipótesis específica 1

H_0 : No existe una relación entre la planificación de la gestión de calidad y la competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014.

$$H_0: \rho > 0.05$$

H_1 : Existe una relación entre la planificación de la gestión de calidad y la competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014.

$$H_1: \rho < 0.05$$

Tabla 30

Pruebas chi cuadrado entre planificación de la gestión y competitividad.

	Valor	gl	Sig. Asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	233,333a	196	,035
Razón de verosimilitudes	105,725	196	1,000
Asociación lineal por lineal	15,986	1	,000
N de casos válidos	24		

Para aceptar o rechazar H_0 :

De lo observado en la tabla ($\rho=0,035$), podemos concluir que existe una relación entre la dimensión planificación de la gestión de calidad y la Competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014.

Hipótesis específica 2

H_0 : No existe una correlación entre la ejecución de la gestión de calidad y la Competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014.

$$H_0: \rho > 0.05$$

H_1 : Existe una relación entre la ejecución de la gestión de calidad y la Competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014.

$$H_1: \rho < 0.05$$

Tabla 31

Pruebas chi cuadrado entre planificación de la gestión y competitividad.

	Valor	gl	Sig. Asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	163,400a	112	,001
Razón de verosimilitudes	86,720	112	,963
Asociación lineal por lineal	4,135	1	,042
N de casos válidos	24		

Para aceptar o rechazar H_0 :

De lo observado en la tabla ($\rho=0,001$), podemos concluir que la ejecución de la gestión de calidad y la competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2019.

Hipótesis específica 3

H_0 : No existe una analogía entre el control de la gestión de calidad y la competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014.

$$H_0: \rho > 0.05$$

H_1 : Existe una dependencia entre el control de la gestión de calidad y la competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014.

$$H_1: \rho < 0.05$$

Tabla 32

Pruebas chi cuadrado entre control de la gestión de calidad y competitividad.

	Valor	gl	Sig. Asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	134,167a	98	,009
Razón de verosimilitudes	74,547	98	,963
Asociación lineal por lineal	15,179	1	,000
N de casos válidos	24		

Para aceptar o rechazar H_0 :

De lo observado en la tabla ($\rho=0,009$), podemos concluir que Existe una relación entre el control de la gestión de calidad y la competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014.

Hipótesis específica 4

H_0 : No concurre una correlación entre el plan de mejora de la gestión de calidad y la Competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014.

$$H_0: \rho > 0.05$$

H_1 : Existe una relación entre el plan de progreso de la gestión de calidad y la competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014.

$$H_1: \rho < 0.05$$

Tabla 33

Pruebas chi cuadrado entre el progreso de la gestión de calidad y competitividad.

	Valor	gl	Sig. Asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	134,167a	98	,009
Razón de verosimilitudes	74,547	98	,963
Asociación lineal por lineal	15,179	1	,000

N de casos válidos	24
--------------------	----

Para aceptar o rechazar H_0 :

De lo observado en la tabla ($p=0,002$), logramos concluir que existe una correlación entre el plan de mejora de la gestión de calidad y la competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014.

V. DISCUSIÓN

El presente trabajo de investigación obtuvimos resultados que demuestran la afirmación que existe un vínculo entre Gestión de Calidad y competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014.

Respecto a la hipótesis específica H1, en la prueba Chi cuadrado, se estipula que sí existe correlación entre el espacio proyección de la variable Gestión de calidad y la variable Competitividad Exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014.

De acuerdo al estudio desarrollado en esta investigación se puede demostrar que la planificación está estrechamente relacionada con la competitividad, lo que muestra que si una empresa realiza el proceso planificación en base a sus recursos necesarios, trazando constantemente logros obtenidos a largo y corto plazo, así también como promoviendo normas de comunicación eficaz y sobre todo formulando estrategias idóneas, la empresa podrá lograr sus fines propuestos. Los encargados de llevar estas acciones son directamente los gerentes, administradores, jefes de áreas quienes a diario toman decisiones para el logro de un objetivo. Estos resultados coinciden con los resultados de Juan Daniel Martimore en donde se revisa la gestión que realiza cada una de la pequeña y mediana empresa, enfocadas al logro de la calidad y basados es una disposición operacional de labor, digitalizada e integrada a los ordenamientos prácticos y administrativos, para anteponer las funciones que la fuerza de trabajo, el mecanismo o agrupamiento, y la búsqueda de la agrupación de manera práctica, dirigida y proyectada que asevere el logro de la competitividad.

En relación a la hipótesis específica H2, la prueba estadística Chi cuadrado, señala que existe relación entre la extensión que ejecuta la variable gestión de calidad y la variable Competitividad Exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014. De acuerdo al resultado que se ha obtenido en esta investigación la ejecución es un proceso primordial, posicionándose directamente congruente

con la competitividad lo que demuestra que es fundamental que dentro de una compañía evolucione una red de primacía, como también tener los equipos adecuados, el ambiente adecuado y el personal competente porque estos componentes influirán rectamente en la competitividad de la organización. Este efecto se ajusta con los de Ramírez y Sánchez (2006) en su trabajo de investigación, culminación del medio de gestión de particularidad en sustento a la disposición ISO 9001: 2000 en la empresa industrial hidalgo, ellos describen la importancia de la red de regencia de la primacía dentro de una compañía. Demuestran la obtención y la realización de un adecuado régimen estricto de eficacia para satisfacer a sus clientes y al crecimiento de la empresa.

En proporción a la hipótesis única H3, describe que la prueba Chi cuadrado, se cerciora que existe perfección entre la dimensión Control y Competitividad exportadora de vestimenta de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014. Este resultado encontrado muestra que si una empresa desarrolla un control eficiente en base a auditorías internas, seguimientos y control de todos sus procesos podrá obtener un producto competitivo frente a otros. Es muy importante que la empresa mida la fase de complacencia entre sus clientes cumpliendo adecuadamente con sus necesidades. Este resultado se compara con los resultados de Zuta y Wiese (2009) en donde muestran los problemas que surgen durante el desarrollo de estas empresas a causa de no llevar un control de calidad, estiman la regencia de primacía como un artilugio primordial para la consecución de las metas frente a otras empresas. En relación a la comparación de resultados se puede decir que se está de acuerdo con la idea interpretada ya que es fundamental para el logro de la eficacia y por ende lograr una excelente competencia.

Finalmente respecto a la hipótesis específica H4, el resultado importante encontrado en esta indagación es la vinculación entre el plan de mejora de la gestión de la calidad y la competitividad, lo que muestra que si una empresa lleva un plan de mejora basado en acciones correctivas, acciones preventivas y en una mejora continua, esta empresa podrá tener mayor desarrollo y esto se verá reflejado en su competitividad. Este resultado coincide con los resultados de Martínez (2010) en su tesis titulada Métodos estadísticos para monitorear la

primacía y la mejora continua en la metamorfosis de una empresa. En sus resultados se explica la aplicación fundamental de un sistema de mejora continua y control de calidad. Por lo tanto, comparando los resultados obtenidos se coincide en decir que es fundamental establecer un sistema de mejora continua permanente e inteligente que facilite detectar las causas, y al mismo tiempo permita optimar los métodos de obtención en calidad de gestión y por consiguiente del talento exportador.

VI. CONCLUSIONES

Las conclusiones de la investigación fueron las siguientes:

1. Existe una relación significativa entre la planificación de la gestión de calidad y la competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014. Por el resultado obtenido en esta investigación se puede concluir y es muy esencial que la compañía realice el procedimiento de planificación basado en sus recursos, objetivos de largo y corto plazo, asimismo sagacidad y sobre todo formular estrategias adecuadas que les permitan tomar las decisiones oportunas para desarrollo de una gestión de calidad eficiente. Por lo tanto se demuestra la primera hipótesis específica planteada, y asimismo se ejecutó con el primer objetivo específico.
2. Existe una vinculación significativa entre la ejecución de la gestión de calidad y la competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014. Demostrando la segunda hipótesis específica planteada, y asimismo se cumplió con el segundo objetivo específico. Concluimos que es fundamental que dentro de la empresa se implemente un sistema de calidad, también se cuente con equipos adecuados, ambiente adecuado y con personal altamente calificado y capacitado, quienes elaboran el producto de manera directa, mismo trabajan en equipo para el logro de una producción perfecta y esto incide en la potencialidad de cada compañía.
3. Existe una concordancia significativa el control de la gestión de calidad y la competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014. Por este impacto logrado se puede determinar qué compañía es importante que se realice constantemente control de procesos, seguimiento, auditorías, así como también calcular el nivel de complacencia y las perspectivas de los consumidores para poder cumplir los requerimientos ofrecidos por la compañía. Por lo mencionado se puede decir que se demuestra la tercera hipótesis específica planteada, y asimismo se cumplió con el tercer objetivo específico.

4. Existe una proporción demostrativa entre el plan de mejora de la gestión de calidad y la competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014. A partir de este resultado se puede decir que es necesario que dentro de una empresa se desarrolle un sistema de crecimiento continuo también se lleve una supervisión de los actos correctivos y preventivos como una forma de análisis para llevar una gestión en cada área de la empresa. De esta forma se logra demostrar el cuarto hipótesis específico, así como también se cumplió el cuarto objetivo específico planteado.
5. Existe un lazo considerable y consecuente entre la variable Gestión de calidad y la variable competitividad exportadora de prendas de vestir analizadas en la Galería “El Rey” del Emporio Comercial de Gamarra, 2014. Por lo tanto, para finalizar se puede mencionar y concluir que la potencialidad se somete directamente de la regencia de primacía que se promueve dentro de cada empresa, es por ello que es fundamental que los gerentes o administradores lleven a cabo de esta gestión propuesta ya que aportará significativamente al crecimiento de la empresa y por ende el alza de la economía de la nación suscitando puestos de trabajo.

VII. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones para futuras investigaciones son las siguientes:

1. En base a la decisión de que la planificación y la competitividad muestran una relación significativa, se puede exponer que es trascendental que las corporaciones cuenten con la cualidad primordial, como el conjunto de personas para lo cual la empresa debe realizar constantes capacitaciones a todo el grupo humano que labora. En el caso de recursos tecnológicos es elemental y necesario que la empresa realice inversión para el crecimiento de la misma. Se propone que la compañía escudriñe financiamientos. Así como ejecutar incesantes tácticas con propósitos de corto y largo plazo. También se recomienda desarrollar políticas basadas al logro de la primacía en todos los sectores, como un principio fundamental que se tiene que cumplir dentro de toda la empresa.
2. La ejecución de la gestión de la calidad posee una reciprocidad significativa con la segunda variable competitividad, es por ello que se exhorta que en la corporación se ejecute una técnica de primacía basado en constante cambio, así como también la empresa debe contar con los equipos adecuados y el ambiente adecuado para realizar sus tareas.
3. La preponderancia de la gestión de la calidad muestra una relación significativa por cual se recomienda que la empresa realice constantes auditorías internas, ejecute frecuentemente control de procesos y seguimiento a todas las tareas que se ejecutan en los interiores de la organización. También se recomienda medir las fases de complacencia de sus consumidores, así como también fidelizar a los mismos y complacer de manera eficiente los diversos agrados y particularidades de los compradores.
4. El plan de mejora de la gestión de calidad muestra una relación significativa por lo cual se recomienda que la empresa ejecute constantemente acciones preventivas y correctivas en todas las áreas, todas estas con el propósito del logro de la calidad.
5. El servicio de calidad y competencia muestran una afinidad significativa por lo cual se recomienda un fundamento a desarrollar por la

organización, planificando y ejecutando un control de actividades con el fin de encontrar mejoras, obteniendo un mayor crecimiento y posicionamiento en el segmento donde el rubro se desarrolla.

VIII. REFERENCIAS

ADEX (2018). *Diversificación de mercados y productos eleva demanda de prendas.* Recuperado de <https://www.adexperu.org.pe/notadeprensa/diversificacion-de-mercados-y-productos-eleva-demanda-de-prendas/>

Bernal (2010). *Metodología de la investigación* (Tercera edición). Colombia: Pearson Educacion

Berry (1991). Perceived service quality as a customer-based performance measure: An empirical examination of organizational barriers using an extended service quality model. *Journal of Marketing*, 52, 35 – 48.

Campos (2017). *Estrategias competitivas para el desarrollo exportador de las Mype Textiles en el distrito de Villa El Salvador, 2017* (Tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú). Recuperado de <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/4300>

Carrasco, S. (2005). *Metodología de la investigación científica*. Lima, Perú: San Marcos

Cetindere, A., Duran, C. y Seda, Y. (2016). The effects of total quality management on the business performance: An application in the province of Kütahya. *ScienceDirect*, (23).

Conway, W. (1988). *The quality secret*. Second Edition.

Coriat, B. y Dominique, T. (1993). *Made in France. Cómo enfrentar los desafíos de la competitividad industrial*. (1ª. Ed.)

Crosby, P. (1994). *Reflexiones sobre la gestión de la calidad*. México. Editorial McGraw Hill.

Dávila, M. D (2017). *Gestión de calidad para incrementar la rentabilidad en la empresa GM Fiori Industrial SRL, 2017* (Tesis de pregrado, Universidad

Norbert Wiener, Lima, Perú). Recuperado de <http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1160/TITULO%20-%20D%C3%A1vila%20D%C3%A1vila%2C%20Marisel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

De La Hoz, E., González, Á. L., & Santana, A. (2016). Metodología de Medición del Potencial de las Organizaciones Empresariales. *Información tecnológica*, 27(6), 11-18.

Enright, M. (1994). *Venezuela, el reto de la competitividad*. Ediciones IESA, Caracas, Venezuela.

Esser, K., Hillbrand, W., Messner, D. y Meyer, J. (1994). *Competitividad sistemática*. Instituto Alemán de Desarrollo, Berlin.

Evans (2005). *Administración y control de la Calidad*. Editorial: 6a. ed. Thomson, 2005, México.

González, Nel (2012). *Frederick Winslow Taylor, el padre de la administración científica*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/frederick-winslow-taylor-padre-administracion-cientifica/>

Gonzales, L. J. (2015). *Gestión empresarial y competitividad en las Mypes del sector textil en el Marco de la Ley N° 28015 en el distrito de la Victoria* (Tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú). Recuperado de http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/1117/gonzales_lj.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Guerrero, D. (2005). La técnica, los costos, la ventaja absoluta y la competitividad. *Comercio exterior*. Recuperado de <http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/315/7/RCE7.pdf>

Haguenauer, L. (1990). Competitividad, conceptos y medidas. *Instituto de Económica Industrial*, Universidad Federal de Rio de Janeiro.

Hernández P. H., Martínez, S. D. y Barrios P. I. (2018). Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio Libre*, 16(28), 169-185. Recuperado de <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2018v16n28.2130>

Hernández, L. (1998). *Los estudios de competitividad en América Latina y Venezuela* (Trabajo de ascenso para optar a la categoría de profesor Agregado). Venezuela.

Ishikawa, K. (1988): *¿Qué es el control total de calidad? La modalidad japonesa*. Grupo Editorial Norma. Colombia.

ISO (1994). Quality management and quality assurance - Vocabulary. Recuperado de <https://www.iso.org/standard/20115.html>

ISO (2018). Norma ISO 9001:2018: Sistema de gestión de la calidad. Ginebra: ISO.

Ivancevich, J., Lorenzi, P. y Skinner, S. (1994). Gestión: Calidad y competitividad. Madrid, España: Editorial McGraw-Hill Interamericana.

Juran, J. M. (2004). *Método Juran. Análisis y planeación de la calidad* (5° ed.). Ciudad de México, México: Mc Graw Hill.

Kerlinger (1979). *Metodología de la investigación*. México McGraw – Hill. Recuperado de https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-laInvestigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf

Martimore, M. (2001). *La búsqueda de la competitividad*. Madrid. Editorial: Pacífico.

- Martínez, M. (2010). *Métodos estadísticos para el control de la calidad y la mejora continua en la industria de la transformación* (Tesis de Maestría no publicada, UPC, Lima, Perú)
- Ortiz, F. y García, M. (2008). *Metodología de la investigación: El proceso y sus técnicas*. México: Limusa Palella, S. y Martinss F. (2003). *Metodología de la investigación cuantitativa*. [en línea].
- Paredes, W. (1994). Políticas de Competitividad. *Revista de la CEPAL*. 53. Pp. 49-58.
- Porter (1985). *Fundamentos sobre competitividad de Machel Porter*. Recuperado de: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/rrr/1.pdf>
- PRODUCE (2018). *Textil y confecciones*. Recuperado de: <http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/oe-documentos-publicaciones/documentos-de-trabajo/item/725-textil-y-confecciones>
- PROMPERU (2019). *Boletín de exportaciones N° 001-2020*. Recuperado de: <https://www.promperu.gob.pe/ContenidosBoletinesExterior/boletin-promperu-vestimenta-001.pdf>
- Ramírez, D. y Sánchez, F. (2006). *Implementación del sistema de gestión de calidad en base a la norma ISO 9001: 2000 en la empresa Industrial Hidalgo*. Tesis de licenciatura no publicada, UNMSM, Lima, Perú.
- Real Academia Española (2001). *Diccionario de la lengua española*. Espasa. Vigésima segunda edición.
- Rodríguez, P. M. (2016). *Caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las Mypes en los servicios de venta de electrodomésticos en el distrito de Juanjuí* (Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles, Chimbote, Perú). Recuperado de <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/629/GESTI>

- Sanchez, M. S., Albarracín, G. J., Vicens, S. E. y Jabaloyes, V. J. (2019). Diagnosis of quality management systems using data analytics – A case study in the manufacturing sector. *ScienceDirect*, 115 (2), 103-183
- Santomá, V. R. (2008). *Aspectos de gestión en la calidad de servicio. Una aplicación del concepto Mapping al caso de las cadenas hoteleras*. Universidad Ramon Llull, Barcelona, España.
- Sener, S. y Delican, D. (2019). The causal relationship between innovation, competitiveness and foreign trade in developed and developing countries. *ScienceDirect*, 158 (3), 533-540
- Xu, L., Peng, X., Pavur, R. y Prybutok, V. (2019). Quality management theory development via meta-analysis. *ScienceDirect* 229, 107-117.
- Zhou, H. y Li, L. (2019). The impact of supply chain practices and quality management on firm performance: Evidence from China's small and medium manufacturing enterprises. *ScienceDirect*, (230).
- Zuta y Wiese (2009). *Guía para entender y evaluar un procedimiento de gestión de la calidad en Lima Metropolitana* (Tesis de pregrado).

IX. ANEXOS

Anexo 1: Matriz de operacionalización de variables

Tabla 34. Matriz de operacionalización de variables

**TABLA N° 01: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES
VARIABLE INDEPENDIENTE: GESTIÓN DE CALIDAD**

	Definición Conceptual	Definición Operacional	DIMENSIONES	Indicadores	Escala
GESTIÓN DE CALIDAD	Edwards Deming(1999) Transcurso de mejora continuo, esta es un instrumento establecido para todas las instituciones porque les permite establecer procesos organizacionales lo cual nos permite realizar organizaciones y empresas estén en constante modernización. Este proceso permite que las organizaciones sean más eficaces y competencias para establecer el mercado.	Obtendremos fuentes primarias, mediante la técnica de encuesta y determinar la categoría que tienen la planificación, ejecución, la verificación y las labores en conjunto con la potencialidad de las compañías vendedoras de ropaje de vestir para bebés en la galería “El Rey” del emporio comercial de Gamarra, 2014. Este vínculo nos permitirá establecer componentes e indicadores con los demás.	Planificación	Recursos	N
				estrategias	
				objetivos	
				políticas	
			Ejecución	comunicación	O
				Sistema de calidad	
				Personal competente	M
				Equipos adecuados	
			Control	Ambiente adecuado	I
				Auditorías internas	
				Seguimiento	N
				Control de procesos	
			Plan de mejora	Nivel de satisfacción del cliente	A
Mejora continua					
Acciones correctivas	L				
Acciones preventivas					
			Capacitación		
VARIABLE DEPENDIENTE: COMPETITIVIDAD					
COMPETITIVIDAD	Michael Porter (1996) Raciocinio en que la cual la institución tiene la potestad de generar bienes y servicios de calidad con el objetivo de lograr el éxito y aceptación en el segmento local.	Encontraremos datos de las fuentes primarias, mediante la técnica de encuesta y determinar si adicional a la gestión de calidad, el empresario exportador de prendas de vestir para bebés en la galería “El Rey” del emporio comercial de Gamarra, 2014. Considere importante, las condiciones de factores, condiciones de demanda, Industrias relacionadas y de apoyo; Estrategia, estructura y rivalidad entre empresas	Dimensiones	Indicadores	N
			Condiciones de factores	Calidad	
			Condiciones de demanda	Especialización	O
				Necesidades de clientes	
				Exigencia de clientes locales	M
			Especialización de segmentos		
			Industrias relacionadas y de apoyo	Presencia de proveedores	I
				Crecimiento de mercado	
Estrategia, estructura y	Inversión	N			
	Mejoras sostenidas				

Anexo 2: Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO DE OBSERVACIÓN SOBRE GESTIÓN DE CALIDAD

Estimado(a)

Mediante el presente cuestionario se está ejecutando un estudio a fin de determinar la relación que existe entre la gestión de calidad y la competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del emporio comercial de Gamarra, 2014.

LEYENDA:	
SIEMPRE	5
CASI SIEMPRE	4
A VECES	3
CASI NUNCA	2
NUNCA	1

Le pedimos indicar con franqueza al siguiente cuestionario, la información obtenida será utilizada para fines exclusivamente académicos.

VARIABLE 1: GESTIÓN DE CALIDAD						
DIMENSIONES	INDICADORES	1	2	3	4	5
PLANIFICACION	RECURSOS					
	1	La empresa posee recursos tecnológicos para el desarrollo de sus operaciones productivas, entre ellas maquinarias de última generación que le permitan obtener prendas de calidad.				
	2	Para la elaboración de prendas de vestir para bebés, la empresa elabora dichas prendas con telas hechas a base de algodón.				
	ESTRATEGIAS					
	3	La empresa formula estrategias desarrollo de producto para el mejoramiento continuo en la producción de prendas para bebés.				
	4	La empresa formula constantemente estrategias para satisfacer de manera eficiente los gustos y preferencias de sus clientes.				
	5	La empresa formula estrategias para obtener la calidad deseada en sus productos.				
	OBJETIVOS					
	6	La empresa plantea objetivos de largo plazo para el logro de su crecimiento sostenido.				
	7	La empresa plantea objetivos de largo plazo para mejorar e incrementar su tecnología y maquinaria.				
	8	La empresa plantea objetivos de mediano y corto plazo para extender la especialización en el diseño de estilos de elevado valor otorgado para la elaboración de exportación con altos patrones de calidad.				
	9	La empresa tiene objetivos de corto plazo para el desarrollo y mejoramiento de sus recursos humanos.				
	POLITICAS					
10	Dentro de la empresa existen políticas enfocadas al logro de la calidad en los productos.					
11	Dentro del desarrollo y gestión, la empresa considera a la innovación y a la creatividad como parte de su reto diario para el mejoramiento continuo.					
COMUNICACION						
12	La empresa tiene un sistema de comunicación eficiente con su personal.					
13	La empresa tiene una adecuada y eficiente comunicación con sus clientes y proveedores.					
EJECUCIÓN	SISTEMA DE CALIDAD					

	14	Dentro del área de fabricación, la fábrica cuenta con un sistema de calidad que le permite obtener los productos deseados.							
	PERSONAL COMPETENTE								
	15	Para el eficiente desarrollo de sus actividades, la empresa maneja un personal competente y hábil.							
	EQUIPOS ADECUADOS								
	16	La empresa, para el desarrollo de su producción, cuenta con equipos en condiciones óptimas.							
	AMBIENTE ADECUADO								
	17	Dentro de las instalaciones la empresa cuenta con un ambiente de trabajo adecuado que propicia el desarrollo del talento humano.							
CONTROL	AUDITORIAS INTERNAS								
	18	Dentro de la empresa se realiza verificación constante para el cumplimiento, la eficacia y la optimización de actividades para facilitar el cumplimiento de objetivos.							
	SEGUIMIENTO								
	19	Dentro de la compañía se realiza seguimiento diario a sus múltiples actividades y a sus procesos productivos.							
	CONTROL DE PROCESOS								
20	La empresa tiene un sistema de control de calidad que se aplica constantemente o diariamente para obtener las prendas con la calidad deseada.								
NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE									
	21	La empresa mide el nivel de satisfacción de sus clientes para mejorar y fidelizar a los mismos.							
PLAN DE MEJORA	MEJORA CONTINUA								
	22	La empresa tiene un sistema de mejora continua enfocado y relacionado a la calidad.							
	ACCIONES CORRECTIVAS								
	23	En el área de producción se realizan constantes actividades correctivas enfocadas a la calidad.							
	ACCIONES PREVENTIVAS								
24	Para su mejor desarrollo y desempeño, la empresa toma medidas preventivas para evitar problemas futuros.								
CAPACITACION									
	25	Dentro de la empresa se realiza capacitación constante a sus trabajadores.							

CUESTIONARIO DE OBSERVACIÓN SOBRE COMPETITIVIDAD

Estimado(a)

Mediante el presente sondeo que se está desarrollando con el fin de determinar la concordancia que se establecen entre la gestión de calidad y la competitividad exportadora de prendas de vestir para bebés en la Galería “El Rey” del emporio comercial de Gamarra, 2014.

Requerimos responder con franqueza al siguiente interrogatorio, la información obtenida será utilizada para fines exclusivamente de investigación.

LEYENDA:	
SIEMPRE	5
CASI SIEMPRE	4
A VECES	3
CASI NUNCA	2
NUNCA	1

VARIABLE 1: COMPETITIVIDAD						
DIMENSIONES	INDICADORES					
		1	2	3	4	5
CONDICIONES DE FACTORES	CALIDAD					
	1	Las características de las prendas para bebés cumplen las expectativas esperadas y satisfacen eficientemente la necesidad del cliente.				
	2	Las prendas elaboradas brindan valor agregado sin presentar defecto alguno.				
	ESPECIALIZACION					
3	La empresa cuenta con la infraestructura necesaria para el desarrollo de sus diversas actividades.					
4	Dentro de la infraestructura de producción, la empresa cuenta con sistemas y procedimientos para el logro de una producción óptima.					
CONDICIONES DE DEMANDA	NECESIDADES DE CLIENTES					
	5	La empresa conoce y busca información acerca de las diversas necesidades de sus clientes.				
	6	Dentro del sector textil la empresa diferencia las necesidades de cada cliente para satisfacerlos eficientemente.				
	EXIGENCIA DE CLIENTES LOCALES					
	7	La empresa implementa una diferenciación amplia de sus prendas, identificando cuales se venden más, cuales se venderán a futuro y cuales tienen mayores perspectivas de crecimiento.				
	8	La empresa mantiene contacto directo y constante con sus clientes más exigentes.				
	9	La empresa propicia la innovación constante de los programas de fidelización para satisfacer al cliente exigente.				
	ESPECIALIZACION DE SEGMENTO					
	10	Las prendas elaboradas son comercializadas a un segmento determinado con gustos y preferencias similares.				
	11	La empresa produce prendas con diferenciación enfocados a un segmento determinado.				
	RELACIONADAS Y DE APOYO	PRESENCIA DE PROVEEDORES				
12		La empresa coordina y mantiene una relación recíproca y de apoyo con sus proveedores.				

	13	La relación que mantiene con sus proveedores busca intereses comunes de innovación y perfeccionamiento para el logro de su desarrollo.					
	PRESENCIA DE COMPANIAS RELACIONADAS						
	14	Para el logro de su crecimiento, la empresa busca apoyo y/o financiamiento en empresas relacionadas al sector.					
ESTRATEGIAS, ESTRUCTURA Y RIVALIDAD ENTRE EMPRESAS	INVERSION						
	15	Se realiza inversión de tipo industrial para dotar a la empresa de maquinaria y estructura técnica para el logro y el cumplimiento de una producción óptima.					
	16	La empresa realiza inversión de innovación o de modernización del sistema técnico para mejorar la posición competitiva.					
	17	La empresa realiza inversión de diversificación para defender la posición competitiva a través de la elaboración de nuevos productos y la venta en nuevos mercados.					
	18	La empresa realiza inversión en investigación y desarrollo para tener mayor participación, posicionamiento y expansión en el sector.					
	MEJORA SOSTENIDA						
	19	Se desarrolla mejoras sostenibles en todas las áreas de la empresa, promoviendo un mejor ambiente de trabajo, mayor desempeño y productividad.					
	RIVALIDAD LOCAL						
	20	La empresa identifica a las principales empresas de su competencia para enfrentar y formular estrategias, así como también para tener mayor control y participación de mercado en el sector.					

Anexo 3: Tabla de validez de instrumento

Tabla 35. Validez de instrumento

JUEZ	CRITERIO									Σ
	Claridad	Objetividad	Actualidad	Suficiencia	Entonación	Consistencia	Coherencia	Metodología	Pertinencia	
Fernando Marquez Caro	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	720
Bernardo Cojal Loli	78%	78%	78%	78%	78%	78%	78%	78%	78%	702
Fabiola Navarro Soto	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	720
Danny Pachecho Infante	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	720
Raúl Delgado Arenas	75%	75%	75%	75%	75%	75%	75%	75%	80%	680

$$\% = \frac{3542}{45} = 78.71$$

Anexo 4: Análisis de fiabilidad

Para establecer la confiabilidad del instrumento se posicionará el alfa de Cronbach.

Criterios de confiabilidad

Criterio de confiabilidad	Valores
No es confiable	-1 a 0
Baja confiabilidad	0.01 a 0.49
Moderada confiabilidad	0.5 a 0.75
Fuerte confiabilidad	0.76 a 0.89
Alta confiabilidad	0.9 a 1

$$\text{Fórmula es: } \alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right)$$

Dónde:

α = Valor del coeficiente de Cronbach para resolver la confiabilidad en %.

K = Número de ítems.

S_i^2 = Varianza de cada ítem.

S_T^2 = Varianza al cuadrado de los puntajes totales.

Para conseguir la confiabilidad del Instrumento, se manipuló un ejemplar, igual a la población, ya que la muestra es igual a la población, por ser un estudio no probabilístico por conveniencia. En total de 24 empleados. Luego de ejecutado el estudio de Alfa de Cronbach para la variable gestión de calidad se adquirió que α equivalente a 94.1% de confiabilidad. Así mismo para la variable dependiente competitividad exportadora igualmente considerando la sucesión de valores de 0 a 1, el valor resultante de 0.901 en el cálculo de la confiabilidad, el instrumento expuesto en la presente investigación posee una Alta Confiabilidad.

El estudio de confiabilidad para distintas de las dimensiones de la variable 1 es como se manifiesta en los siguientes gráficos.

Fiabilidad por dimensiones variable gestión de calidad

Escala: Dimensión planificación

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,896	13

Escala: Dimensión ejecución

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,716	4

Escala: Dimensión control

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,867	4

Escala: Dimensión plan de mejora

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,839	4

Fiabilidad de la variable competitividad exportadora por dimensiones

Escala: Dimensión condiciones de factores

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,716	4

Escala: Dimensión condiciones de demanda

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,726	7

Escala: Dimensión industrias relacionadas y de apoyo

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,704	3

Escala: Dimensión estratégica; estructura y rivalidad entre empresas

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,627	6

Escala: Variable gestión de calidad

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,941	25

Para la variable 1 gestión de calidad consiguió que α semejante a 94.1% de confiabilidad. Reflexionando la sucesión de valores de 0 a 1, y el valor derivado de 0.941 en el cálculo de la confiabilidad, se puede decir que el instrumento aplicado en la vigente investigación posee una Alta Confiabilidad.

Escala: Variable competitividad exportadora

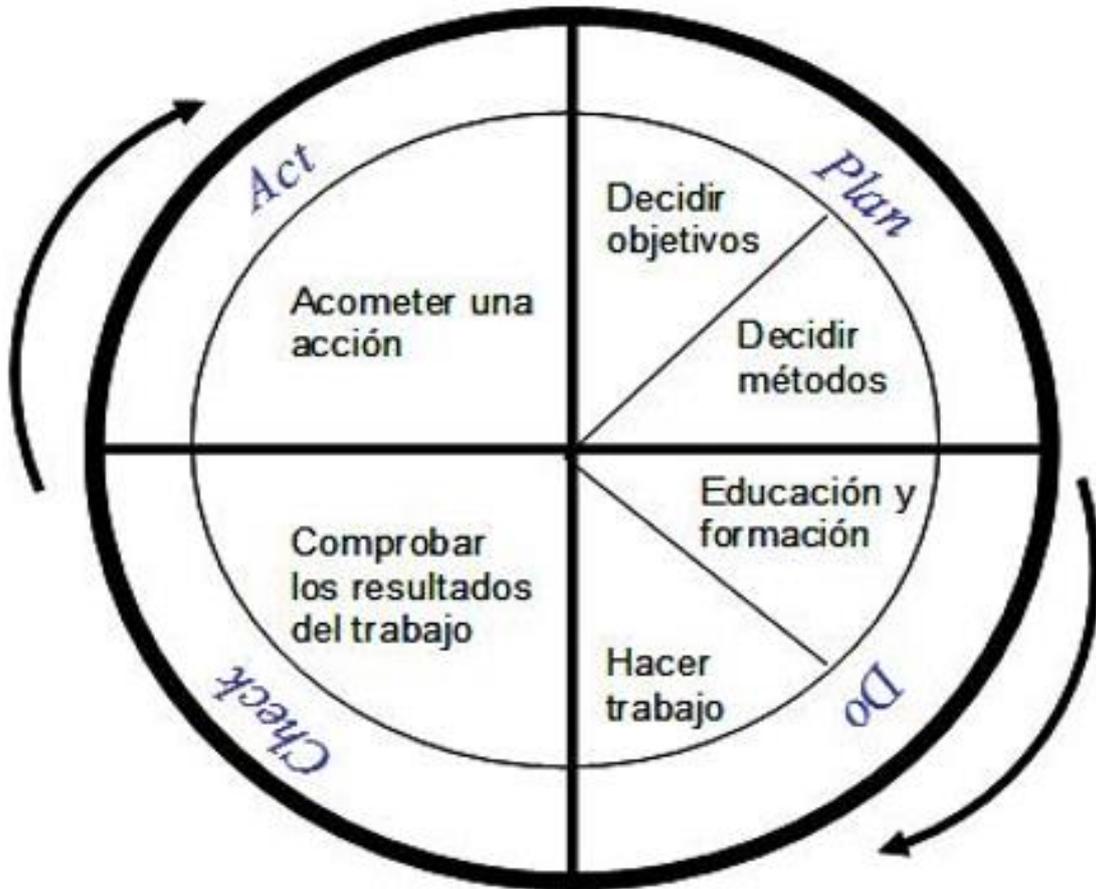
La confiabilidad en este análisis muestra que las dimensiones de la variable 2 es como se describen en el presente gráfico.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,905	20

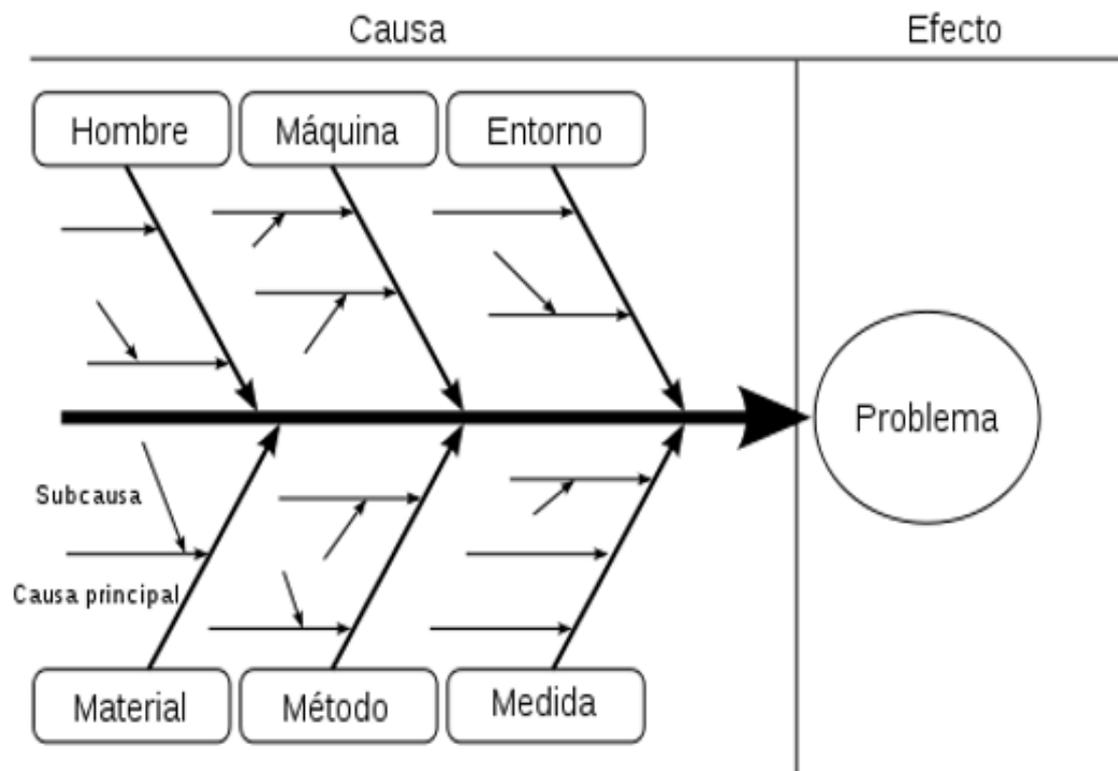
Para la variable 2 competitividad exportadora se logró que α es equivalente a 90.5% de confiabilidad. Fundamento que la escala de valores de 0.9 a 1, y el valor resultante de 0.905 en el cálculo de la confiabilidad, se puede indicar que el instrumento destinado en la presente investigación posee una elevada confiabilidad.

Anexo 4: El ciclo de Deming



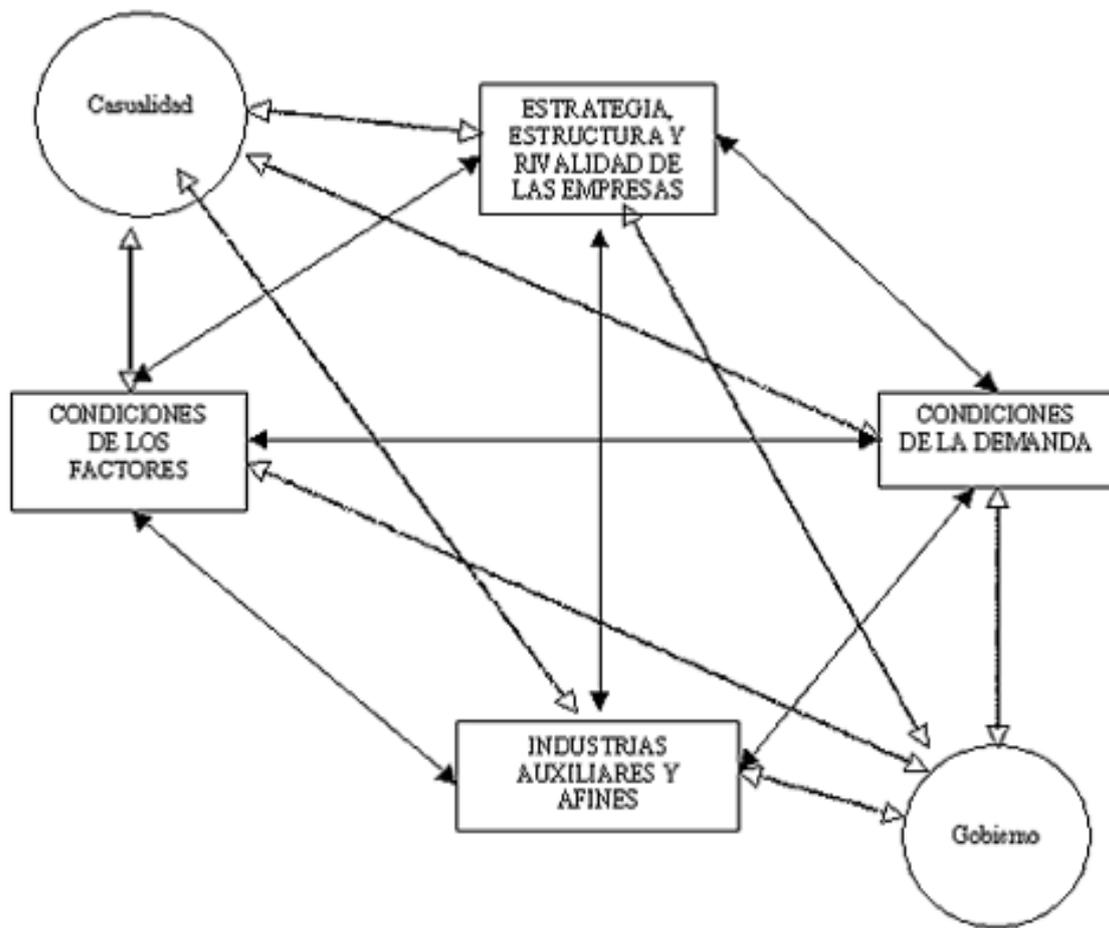
Fuente: César Camisón, 2001.

Anexo 6: Diagrama de causa y efecto de Kaoru Ishikawa



Fuente. Consorcio de equipos mecánicos, 1998

Anexo 7: El diamante de Porter como sistema



Fuente. Porter, 1990