



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**"El ciclo deming y la competitividad de la Empresa ASENCIOS, Ventanilla,
2018"**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

Machuca Avendaño, Ida Liz

ASESOR:

Dr. Edwin Arce Álvarez

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

GESTIÓN DE ORGANIZACIONES

LIMA - PERÚ

2018

DEDICATORIA

Esta tesis va dedicada a mi familia en especial a mis padres, y amistades por su apoyo incondicional a lo largo de mi formación profesional.

AGRADECIMIENTO

A mi familia porque son mi mayor motivación y apoyo para poder realizarme profesionalmente, también, a los docentes que me prepararon a lo largo de mi carrera, a mis amistades por estar presente en los momentos que más necesitaba de un apoyo y un consejo y a Dios por darme la vida y darme la oportunidad de lograr mis objetivos.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Ida Liz Machuca Avendaño con DNI N° 46212314, a efecto de cumplir con las disposiciones actuales consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que la tesis titulada “El ciclo Deming y la competitividad de la empresa Asencios, Ventanilla, 2018”, y toda la documentación que agrego es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se muestra en la presente tesis son original y veraces.

En tal sentido acepto el compromiso que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información contribuida por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 27 de noviembre del 2018



Ida Liz Machuca Avendaño

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis Titulada “Ciclo Deming y Competitividad en la empresa Asencios, Ventanilla, 2018”, la misma que someto a su consideración y espero que cumpla con los requisitos de conformidad para obtener el título profesional de Licenciada en Administración.

Ida Liz Machuca Avendaño

ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	v
PRESENTACIÓN	vi
ÍNDICE.....	vii
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xi
I. INTRODUCCIÓN	12
1.1 Realidad problemática	13
1.2 Trabajos previos.....	14
1.3 Teorías relacionadas al tema.....	20
1.4 Formulación de problema	23
1.5 Justificación del estudio.....	24
1.6 Hipótesis	25
1.7 Objetivos.....	25
II. METODO	27
2.1 Tipo, diseño y nivel de investigación	27
2.1.1 Método de investigación.....	27
2.1.2 Tipo de investigación	27
2.1.3 Nivel de Investigación.....	27
2.1.4 Diseño de investigación.....	28
2.2 Variables, Operacionalización	28
2.3 Población y muestra.....	36
2.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de datos, validez y confiabilidad	36
2.4.1 Técnica	36
2.4.2 Instrumento de recolección de datos:	36
2.4.3 Validez.....	37
2.4.4 Confiabilidad	37
2.5 Metodología de análisis de datos	38
2.5.1. Análisis Descriptivo	38
2.6 Aspectos éticos	38

III.	RESULTADOS	39
3.1	Gráfica de frecuencia	39
3.2	Prueba de normalidad	46
3.3	Prueba de hipótesis	46
IV.	DISCUSIÓN.....	52
V.	CONCLUSIÓN.....	55
VI.	RECOMENDACIONES	56

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 01. Matriz de Operacionalización	39
TABLA N° 02. Tabla de Validación	41
TABLA N° 03. Tabla Categórica del Coeficiente Alfa Cronbach	42
TABLA N° 04. Alfa de Cronbach (Análisis de Fiabilidad)	42
TABLA N° 05. Dimensión Planear	44
TABLA N° 06. Dimensión Hacer	45
TABLA N° 07. Dimensión Verificar	46
TABLA N° 08. Dimensión Actuar	47
TABLA N° 09. Dimensión Productividad	48
TABLA N° 10. Dimensión Empresa	49
TABLA N° 11. Dimensión Localización	50
TABLA N° 12. Prueba de Shapiro - Wilk para una muestra	51
TABLA N° 13. Niveles de correlación dependiendo el coeficiente Rho.	52
TABLA N° 14: Correlación de ciclo Deming y la competitividad	52
TABLA N° 15: Correlación de planear y competitividad	53
TABLA N°16: Correlación de hacer y competitividad	54
TABLA N° 17: Correlación de verificar y competitividad	55
TABLA N° 18: Correlación de actuar y competitividad	56

ÍNDICE DE GRÁFICAS

GRÁFICO N°01. Dimensión Planear	44
GRÁFICO N° 02. Dimensión Hacer	45
GRÁFICO N° 03. Dimensión Verificar	46
GRÁFICO N° 04. Dimensión Acuar	47
GRÁFICO N° 05. Dimensión Productividad	48
GRÁFICO N° 06. Dimensión Empresa	49
GRÁFICA N° O7: Dimensión Localización	50

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre ciclo Deming y la competitividad de la Empresa Asencios, Ventanilla para el año 2018. Tuvo como método hipotético - deductivo, de tipo aplicada, con nivel descriptiva-correlacional, diseño experimental del tipo cuasi experimental, la población fueron los clientes de la Empresa Asencios, teniendo 36 clientes, con un método censal. Se usó la técnica que fue la encuesta, teniendo como instrumento un cuestionario compuesto por 16 preguntas de la variable ciclo Deming y 12 preguntas de la variable competitividad, la cual se usó la Escala de Likert para la medición. En el proceso de indagación se manejó el estadístico SPSS 24 y se comprobó la confiabilidad del cuestionario a través de la utilización del alfa de Cronbach, a la vez se usó el método de Spearman para la medición de la correlación. Finalmente se determinó que el ciclo Deming se correlaciona con la competitividad en la Empresa Asencios, Ventanilla para el año 2018.

Palabras clave: Ciclo Deming y Competitividad.

ABSTRACT

The objective of the research was to determine the relationship between the Deming cycle and the competitiveness of the Company, Ventanilla for the year 2018. It had as a hypothetical-deductive method, applied type, with descriptive-correlational level, experimental design of the quasi-experimental type, the Population of the clients of the Asencios Company, having 36 clients, with a census method. The technique that was the survey was used, having as instrument a questionnaire composed of 16 questions of the Deming cycle variable and 12 questions of the competitiveness variable, which was used the Likert Scale for the measurement. In the process of investigation the SPSS 24 statistic was managed and the reliability of the questionnaire was checked through the use of Cronbach's alpha, and the Spearman method was used to measure the correlation. Finally, it was determined that the Deming cycle correlates with competitiveness in the Asencios, Ventanilla Company for the year 2018.

Key words: Deming Cycle, Competitiven

I. INTRODUCCIÓN

El trabajo fue titulada Ciclo Deming y la Competitividad de la Empresa Asencios, Ventanilla, 2018.

Este proyecto de investigación consideró el objetivo de demostrar la relación del ciclo Deming y la competitividad de la empresa Asencios, Ventanilla, 2018. Se planeó como objetivo específico describir la relación del planear y competitividad de la empresa Asencios, Ventanilla, 2018, describir la relación del hacer y la competitividad de la empresa Asencios, Ventanilla, 2018, describir la relación del verificar y la competitividad de la empresa Asencios, Ventanilla, 2018 y describir la relación del actuar y la competitividad de la empresa Asencios, Ventanilla, 2018.

Para lograr los objetivos de la investigación se estructuró en seis capítulos que se describe a continuación:

En este primer capítulo, planteamos la condición del problema, antecedentes, las teorías relacionados al tema, formulación del problema, justificación lo cual se observó la preparación del trabajo de investigación, las hipótesis y objetivos, de lo general a lo específico; en el segundo capítulo, se detalló la metodología de investigación que se analizó en el desarrollo del trabajo, el tipo de investigación, el diseño de la indagación, el nivel de investigación, el estudio de variables y la matriz operacional, se puntualiza la generalidad poblacional, muestra, las técnicas y herramientas de recaudación de información, confiabilidad, las metodologías de estudios de datos y el aspecto ético para la investigación; en el tercer capítulo, se expuso resultados del trabajo realizado; como la prueba de normalidad, prueba de hipótesis y las representaciones de frecuencia; en el cuarto capítulo, se desarrolló la discusión de los resultados; en el quinto capítulo se trabajó las conclusiones; y en el sexto capítulo se puntualizó las recomendaciones que se consideró, y como último capítulo las referencias bibliográficas, los anexos usados para la indagación.

1.1 Realidad problemática

A nivel mundial la competitividad, se ha vuelto un principio determinante en el éxito de las organizaciones, debido a que está es la capacidad que tiene una empresa como estrategia para diferenciarse en cuanto a sus competidores con mejora continua, la cual genera mayor rentabilidad; la competitividad ha evolucionado, en los últimos años, tanto en sus aplicaciones como en sus enfoques, pasando en su primer factor la proactividad esto buscar el cambio, el mejor momento para cambiar es cuando las cosas estén en situaciones agradables no esperar estar en situaciones desfavorables para realizar el cambio, el segundo factor es planificar es el camino que vas trazar para llegar al objetivo.

A nivel Nacional existen algunos problemas que impide el desarrollo sostenido, respecto a su competitividad. Estas problemáticas son deficiencias en el factor institucional, infraestructura, tecnología e innovación en las empresas, lo cual, genera una inestabilidad competitiva. Sin embargo, si los factores antes mencionados son desarrollados eficazmente por el gobierno, conllevaría a un mejor crecimiento del país, ya que, optimizaría el traslado de productos, la exportación, la productividad, minimizar costos, la comunicación, el cumplimiento de leyes, las inversiones y para ello es necesario la participación tanto de entidades públicas como privadas, que tengan un objetivo común de generar oportunidades, trabajo, una economía creciente e implantar una nueva imagen competitiva.

En el entorno específico de la investigación se observa una inadecuada planeación, deficiente verificación, inadecuado actuar, con una deficiente productividad, con una mala localización de la empresa.

Por tal razón nace la necesidad de analizar la situación planteada e investigar la relación entre el ciclo Deming y la competitividad; en lo cual la tesis tuvo como finalidad general fijar la relación de ambas variables, debido que son piezas elementales de la compañía.

1.2 Trabajos previos

En seguida se da a conocer una diversidad de trabajos anteriores referente a la variable independiente y dependiente que permitan dar sustento teórico al estudio de investigación.

Antecedentes nacionales

Montaño (2017), nos da conocer una de sus investigaciones titulada “*Análisis de la implementación del ciclo PHVA para el aseguramiento de la calidad de servicios en el área de AT YOUR SERVICE en la actualidad*” (Tesis para optar el grado de licenciada en turismo y hotelería en la Universidad San Martín de Porres – Lima - Perú). El investigador planteo como objetivo de que forma el ciclo PHVA avalará la ejecución de los procesos de calidad según la normativa de acuerdo (Brand Standard) del hotel JW Marriott en el área de estudio. El método que utilizó: el contexto de dicha investigación es de tipo cuasi – experimental, en un enfoque cuantitativo y cualitativo, de tipo observacional y tipo longitudinal, nivel correlación, la técnicas de recolección que se empleó son la encuesta, entrevista y observación, el instrumento son diversos ello dependerá del tipo de cada método de recolección como orientador de entrevista, guía de observación y cuestionario. Al finalizar la investigación mencionada la autora llegó a la conclusión que el PHVA afirma la ejecución de los procedimientos de la calidad de acuerdo a la normativa del hotel Marriott mediante acciones correctivas – preventivas programadas de las percepciones reveladas en las supervisiones; siguiendo el orden de desarrollo del ciclo PHVA. La economía manifiesta la destreza para la gestión de recursos financieros tomando en cuenta la calidad en el área de a su servicio, puesto que el costo de poner en funcionamiento no sobrepasa al presupuesto del área.

Marlon (2015), en su investigación titulada: “*Implementación del ciclo de mejora continua Deming para aumentar la productividad de la empresa Calzados León en el año 2015*” (Tesis para lograr el título profesional de ingeniero industrial en la Universidad César Vallejo – Lima - Perú). El investigador planteo como objetivo en su proyecto poner en práctica el ciclo PHVA al proceso productivo que maximiza el rendimiento de la organización Calzado León. Como parte del estudio se utiliza el método experimental, se empleó una variable independiente que ayuda a obtener resultados en la dependiente con una

prueba de pre y post test. Después de la aplicación del proyecto se llegó a las diferentes conclusiones, con el análisis del motivo de los problemas de la empresa se determinó las causas principales por el cual se da la baja productividad: ausencia de trabajo en equipo, desmotivación, personal no capacitado, escasas de supervisión en la producción, amontonamiento de productos en proceso, déficit de insumos, así también la baja personal no capacitado para cumplir con sus funciones. Al implementarse la mejora se logra disminuir un buen porcentaje en distancia de recorrido y en movimiento innecesario después de la nueva distribución de área de producción en base al método Richard Muther y Gouchet. La capacitación y la implementación de un programa de reconocimiento influyo en la mejora de la producción y en la eliminación de acumulo de productos en el área de producción.

Santander (2013), en su investigación titulada: *“Estrategias para inducir la formalidad de la MYPE de la industria gráfica – OFFSET por medio de gestión competitiva”* (Tesis para optar el título de magister en derecho de la empresa con mención en gestión empresarial en Pontificia Universidad Católica del Perú). El objetivo de la indagación fue fomentar, organizar, ejecutar, vigilar y evaluar políticas competitivas. La herramienta que se utilizó son distintas estrategias didácticas conforme al grupo de la población al que va enfocado el manual tanto teórico y práctico, apoyado por las herramientas que provee el estado a favor del empresario de micro y pequeña empresa. Como desenlace de la investigación se concluye que una MYPE se considera formal siempre y cuando se presente los siguientes requisitos: Número de RUC vigente, pertenecer a la renta de tercera categoría, no exceder los montos fijados en ventas, estar orientado a una labor económica legal, cumplimiento de sus políticas laborales y poseer una licencia de funcionamiento. La formalidad e informalidad de un empresario la mayoría de las veces depende de sus convicciones personales, el impedimento a la formalidad es el importe de la licencia de funcionamiento municipal con estimación que oscilan entre S/. 300 y S/. 600 solamente en Lima metropolitana. La competitividad de la empresa es la destreza que posee, la cual, marca una diferencia respecto de sus rivales y así obtener una posición en el mercado que garantice su éxito. Es indispensable que el manejo de costo, administración y gestión empresarial, marketing, finanzas y contabilidad, mejora de técnica, derecho, manejo de residuos son estrategias indispensables para que el sector micro y pequeña empresa sea más competitivo.

Vela (2016), en su investigación titulada: *“La competitividad y la Integración Económica en América Latina: Caso de la comunidad Andina de las Naciones 2006 – 2014”* (Tesis para optar el título profesional de economía en la Universidad Ricardo Palma). El investigador planteó como objetivo definir en qué forma la integración económica de América Latina influyó en la competitividad de la sociedad Andina de Naciones en el periodo mencionado en el título de la investigación. La metodología de investigación es descriptivo y explicativo organizándose en una investigación. El diseño de dicha investigación pertenece al tipo correlacional, debido a que se orienta a establecer la relación estadística entre competitividad y la integración económica en el periodo 2010 – 2014. Como resultado de la investigación se concluye que la globalización se ha incrementado en el mundo, de paso la internalización de la empresa. En Latinoamérica la alianza andina (comunidad andina de naciones) evidencia un acuerdo de negocio y ganancias mutuas entre estos mismos. Uno de las metas más grande del bloque económico es la integración y la condición es su estabilidad y desarrollo económico, condiciones necesarias para la competitividad.

Azabache y Quiroz (2017), en su investigación titulada: *“Estrategia competitiva para el desarrollo económico del valle viejo de Olmos del distrito de Olmos”* (Tesis para optar el título de ingeniería economista de universidad Señor de Sipan). El indagador planteó como objetivo de su investigación el planear, táctica competitiva para generar riqueza a fin de mantener la prosperidad en el Valle Viejo de Olmos. En la investigación utilizo el método analítico, deductivo, inductivo y como instrumento la encuesta y entrevista para poder recolectar datos y llegar a una conclusión mediante los análisis de los mismos. Como producto de la investigación se concluye que en el territorio estudiado denominado Valle Viejo de Olmos es un territorio rural geográficamente demarcadas por áreas de regadío, con una área total de 5, 500 ha y una área agrícola sembrada de 940 hectáreas. La afinidad de los factores que impulsaron la capacidad de producir a nivel local para la valorización de potencial competitivo su teoría ha concluido lo siguiente: El trabajo es un punto importante, ya que ofrece mayor oportunidad de acceder a beneficios a la empresa como es la productividad y rentabilidad. Dicho valle es un lugar, por medio, de factores que impulsan la productividad como el trabajo participativo y el desarrollo de cultivos orgánicos por el tipo de suelo, puede aprovechar las potencialidades y mejorar la diferencia economía.

Antecedentes internacionales

López (2015), en su investigación titulada: *“Estrategias para la competitividad territorial. Aysen, Chile”* (La siguiente investigación es una tesis doctoral en la facultad de geografía I historia, programa de doctoral: geografía, planificación territorial gestión ambiental en universidad de Barcelona – España). El objetivo primordial de la investigación es establecer estrategias para el desarrollo y competitividad en zonas rurales, la cual asegura su gestión y crecimiento sostenible. Para alcanzar el objetivo planteado en la investigación se empleó un diseño de investigación descriptivo – exploratorio – explicativo, el cual dará lugar a un modelo de gestión de la competitividad territorial de espacios rurales aplicable a cualquier territorio, dado que: Descriptivo: busca indagar dinámicas del capital territorial, lo que permitirá modelar los resultados. Exploratorio: debido a que las dinámicas territoriales tal la definición de indicadores de la competitividad, no se ha verificado hallazgos que de indicios que han sido investigados territorialmente a nivel sub municipal. Explicativo: por lo que responde las causas de los eventos que modelan la competitividad proponiendo una versión posterior del territorio. Añadido a su estructura global esta investigación es no experimental, transversal, e histórica: no experimental motivo por el cual las variables no son manipulables, y se analiza un fenómeno en contexto natural. Transversal, ya que, la investigación se recolecta en un tiempo único. Histórico: basará parte de la explicación en documento histórico. En el presente trabajo se concluye que el objetivo general era establecer estrategias para el desarrollo y competitividad territorial en zonas rurales, que aseguren su gestión y crecimiento sostenible, se efectúa más allá de su propuesta, ya que se agregó un modelo de gestión integral sostenible de espacios rurales sobre una base teórica robusta y con herramientas de trabajo, y cercioran una decisión optima en el territorio, a la vez encargándose de la valoración cuantitativa de los espacios rurales que acceden en el tiempo medir si las estrategias diseñadas obtienen lo establecido esto se valora con una calidad superior.

Molina (2014), en su investigación titulada. *“Modelo de mejora en los procesos de fabricación, empresa farmacéutica mexicana. Caso de estudio”* (La investigación se realizó con fin de optar el grado de maestro en ingeniería industrial en el instituto Politécnico Nacional de México). El objetivo establecido en dicha investigación que los productos sean surtidos a los clientes tanto internos como externos cumpliendo las especificaciones

señaladas en la farmacopea (herramienta fundamental para garantizar la calidad de los medicamentos) de los Estados Unidos Mexicanos. El proceso de mejora continuo es necesario la inversión en tecnologías más eficiente y preparar al personal y proporcionar un servicio de calidad. El autor diseñó la propuesta estratégica: compromiso y participación del comité directivo, definir equipo multidisciplinario, medición de calidad, evaluar los costos de calidad, conciencia de calidad, implementar acciones correctivas, estandarizar acciones, mantenimiento de la calidad. En el trabajo se llega a las conclusiones que a través de la mejora mencionada en las líneas anteriores la empresa disminuye los costos de retrabajos y el número de muestreos de inspección de media a una hora.

Uriarte (2015), en su investigación titulada: *“Propuesta de mejora de proceso, basado en normas de higiene para un restaurante”* (La siguiente investigación se realizó con la finalidad de optar el grado de maestro en administración, en el instituto politécnico nacional en México). El propósito de la investigación es realizar una propuesta de mejora de higiene al restaurante, a través de sus procesos operativos. El estudio utilizó la metodología enfoque basado en proceso. Por motivos de limitaciones de este trabajo de tesis, de los 5 pasos para hacer la *“Propuesta de mejora de proceso, basado en normas e higiene”* se realizó 2: identificación de los procesos de la organización y planificación de procesos que ayudaran a dar la satisfacción del cliente y los 3 pasos restantes no se tomaran en cuenta para este trabajo, puesto que busca implementar los procesos creados dentro del negocio, obtener indicadores para saber si los procesos realmente cumplen con los objetivos y las acciones correctivas para mejorar y dar ajustes a los procesos. El primer paso que se realizó fue identificar los procesos de la organización con ello se definió cuál es el propósito del negocio, identificar su mercado para poder enfocarse a este y satisfacer las necesidades y expectativas que tiene sobre el restaurante. Dentro de este primer paso, se realizó un cuadro comparativo entre lo que el negocio pretende ofrecer y las percepciones y expectativas que tiene sus clientes sobre este, y como resultado similitud. Ya definido las necesidades del cliente, se crearon nuevas políticas y objetivos para la organización.

Baños (2011), en su investigación titulada: *“Competencias esenciales, clima organizacional e innovación como factores de competitividad empresarial: Propuesta y aplicación de un modelo para la detección y desarrollo de competencias en la pequeña y mediana empresa del sector calzado en México”* (La investigación es una tesis doctoral, en la universidad Autónoma de Madrid – España). La finalidad de dicho trabajo de investigación es determinar de qué manera las competencias importantes, el ambiente en el trabajo y sus resultados afectan a la innovación en la empresa, así como, la influencia que tenga en los resultados, con el fin de generar un modelo que detecte competencias para las PYMES. Para ello se dio uso del diseño no experimental y transversal. Las conclusiones planteadas por el autor fueron, las principales competencias son un compuesto de aptitudes y procesos desarrollados por los mismos colaboradores de una empresa, amparando e innovando las ventajas competitivas. Expertos en competencia de la empresa separan también a los recursos que por medio de estrategia se convertirán en competencias. Consideró una clasificación de los conceptos (recursos y capacidades) la división se estableció la siguiente manera: a) competencias relacionadas al mercado, por ejemplo, promoción de productos, una marca autentica, flexibilidad en los precios, estrategias de marketing, nuevas marcas, diferencias entre los productos de nuestra competencia. b) competencias relacionadas con los clientes y con los proveedores. c) competencias dirigidas al progreso del colaborador como incentivos por la buena labor, capacitación, comunicación interna. d) competencias enfocadas a procedimientos productivos: minimizar costos, adquisición de nuevas tecnologías (nuevos mobiliarios o implementación de nuevos procesos), procesos internos y calidad de los productos.

Serrano (2014), en su investigación titulada: *“Sistema de gestión de la calidad. Metodología para implementar proyectos de mejora continua para la reducción de los defectos de construcción en edificaciones de viviendas”* (La siguiente investigación se realizó con la finalidad de obtener el doctorado en innovación tecnológica en edificaciones de la Universidad Politécnica de Madrid – España). Su objetivo es implantar una metodología que permitan a las actividades económicas implementar planes de mejora continua con la finalidad de incrementar la condición en las viviendas de los usuarios. Para lograr el objetivo planteado en la investigación se utilizó el siguiente esquema metodológico: búsqueda bibliográfica y documentado, clasificación de la oportunidad de mejora, resultados de esta

implementación de dicho documento de discernimiento para realizar la mejora de los forros cerámicos y propuestas. En el presente trabajo realizado se concluye que da la posibilidad de implementar planes de mejora continua en la construcción de vivienda y esto se logra con las acciones mencionadas a continuación: a las necesidades concretas del problema se adapta el ciclo Deming para remediar, preparando a todo colaborador de la empresa que participarán en el proceso constructivo, se hace entrega al personal involucrado un documento que contiene la normativa, recomendaciones de expertos de cómo prevenir los posibles defectos y la práctica de medidas correctivas en caso de producirse, asignando responsabilidad y cada interviniente tenga muy en claro su misión, verificando los resultados mediante los índices fijados, un pequeño problema puede generar un gran coste de reparación.

1.3 Teorías relacionadas al tema

Variable X: Ciclo Deming

Para Münch (2013), El ciclo Deming enfatiza el proceso integral de producción y servicio con análisis interno y externo para mejorar continua (p. 33).

Bonilla, E. et al. (2010), las etapas generales de la sistemática de mejora continua se basa con el ciclo PHVA (Planificar, Hacer/ejecutar, Verificar/comprobar y Actuar) su característica es una cadena lógica de los cuatro pasos reiterados que se deben llevar a cabo consecutivamente con el fin de mejorar continuamente. Inventado por Shewart y dado a comprender por Deming (p. 39).

Agudelo (2012), refirió la reacción en cadena que permite incrementar el desempeño de la empresa e incremento de generación de empleo (p. 74).

Según Agudelo (2012), los catorce puntos de Deming: Crear una visión. Ser constantes por el deseo de mejorar los productos y servicios.

Se define la visión y misión. Un dato muy interesante los clientes muestran fidelidad y atención a aquellas organizaciones que satisfacen sus expectativas de diferentes maneras.

Adoptar la nueva filosofía

Se entiende por adoptar la nueva filosofía al cambio de pensar y actuar cuando se interactúa con los clientes. Esta adopción crea conciencia de hacer bien las cosas desde un inicio, para generar más productividad. Se resalta la importancia de ser constante en aquello que se pretende cambiar.

No pretender más de la inspección masiva

La inspección al 100% durante el mejoramiento es muy costosa y no es efectiva, ya que en distintas ocasiones no se detectan dónde está la falla del proceso, por lo cual es recomendable realizar sólo cuando se requiere y en lugar y momento adecuado.

Dejar de tomar decisiones basadas únicamente en el precio

Deming en este punto hace un hincapié: si la empresa se basa en comprar por precios siempre corre el riesgo de adquirir productos defectuosos, también de cargarse de trabajo en controlar los distintos proveedores. Recomienda trabajar con un solo proveedor por motivos de que se logre mejorar el producto final al acorde con el método de mejoramiento y garantiza el crecimiento conjunto.

Los acuerdos con los proveedores permitirán conocer y descubrir sus necesidades de la organización, de esa manera de esa manera puede aprovisionar productos o servicios según su requerimiento.

Mejora continua y por siempre

Este punto Deming estableció como base central. En una economía siempre habrá una mejor manera de hacer las cosas y se deben buscar cuáles son verdaderamente las mejoras, la actividad de mejora es evitar que los problemas ocurran, es donde ahí hay que aplicar consistentemente estos puntos.

Instituir la capacitación en el trabajo

En un porcentaje muy elevada las empresas dejan a cargo a los trabajadores antiguos a realizar la capacitación de las actividades de un proceso a los nuevos colaboradores, es un grave error, lo que se está transmitiendo es la percepción del personal mas no lo que se debe hacer y esto conlleva a la distorsión de la realidad de lo que se debe hacer en un largo plazo.

Instituir el liderazgo

El líder de la alta dirección es quien genera en las personas confianza y credibilidad y es considerado por su aptitud. La actividad de la dirección debe orientarse a instruir y orientar a la personas para que desempeñen bien en su trabajo.

Para seleccionar a un personal que va dirigir se requiere como requisito fundamental su conocimiento sobre el proceso que dirige y la capacidad de transmitir.

Eliminar el miedo

Cuando el miedo y la inseguridad de la persona por informar sobre alguna falla o por preguntar cómo se hace las cosas viene surgen errores y fallas en el proceso. Solamente dónde existe la confianza para opinar, se podrá lograr el proceso de mejora de la organización.

Derribar las barreras entre áreas de dirección

Construcción de una organización horizontal

Eliminar los lemas

Las lemas solo generan frustraciones y rencor eliminarlos por completo. En cuanto este aspecto el gerente debe de planear y renovar todo el sistema para que se den buenos resultados desde un inicio.

Eliminar las cuotas numéricas

Son medidas de estándar de producción, en su mayoría de veces individuales para el pago de salario en cuanto al desempeño. Según Deming esta medida ayuda a generar piezas defectuosas.

Destruir las barreras que puedan obstaculizar el sentimiento de orgullo de hacer un trabajo de calidad.

En este punto en una empresa siempre se realizan evaluaciones para determinar el desempeño de los colaboradores pero no se les informan los resultados para conocer como se ha hecho la labor.

Implantar un riguroso programa de educación y de reentrenamiento

Se requiere conocer al personal para que puedan adaptarse mejor al cambio y que la organización se comprometa en que no reducirá al personal.

Tomar decisiones para lograr la transformación

Para lograr la transformación es fundamental que cada integrante de la empresa empiece a pensar que la actividad que realice va proporcionarle satisfacción al cliente.

Variable Y: Competitividad

Para Alarco, et al. (2011) la competitividad es el desarrollo de constante cambio de mejora del ambiente donde operan las empresas y hace frente a los desafíos propios de crecimiento. En la medida en cuanto estos desarrollan sus capacidades competitivas y modos de competir, se mueven a través de tres circunstancias característicos (p.41).

Apaza (2006), refirió como atraer, mantener, incrementar la participación en los mercados. Conjunto de capacidades y requerimientos para el ejercicio de la competencia.

Según Haguenaer, L. (1989), capacidad que posee una organización para generar bienes con estándares de calidad solicitados en el mercado, usando los recursos en cantidades iguales o menores a los que sobresalen en las industrias parecidas en todo el mundo, en un tiempo determinado (p.23).

1.4 Formulación de problema

Problema General

¿Cómo se relaciona el ciclo Deming y la competitividad de la empresa Asencios, Ventanilla, 2018?

Problemas Específicos

¿Cómo se relaciona el planear y la competitividad de la empresa Asencios, Ventanilla, 2018?

¿Cómo se relaciona el hacer y la competitividad de la empresa Asencios, Ventanilla, 2018?

¿Cómo se relaciona el verificar y la competitividad de la empresa Asencios, Ventanilla, 2018?

¿Cómo se relaciona el actuar y la competitividad de la empresa Asencios, Ventanilla, 2018?

1.5 Justificación del estudio

El logro de la empresa hasta la actualidad es gracias al proceso de servicio que sus colaboradores realizan, pero no solo eso es suficiente para obtener dicho resultado, es importante aplicar las técnicas adecuadas para potenciar el servicio.

Es importante analizar detenidamente cada proceso de servicio para así lograr detectar el error o la actividad engorrosa que dificulta el seguimiento práctico del proceso de servicio de nuestra empresa, en seguida aplicar la mejora adecuada para agilizar la actividad y como resultado lograr satisfacer sus expectativas del cliente. De no ser así generaría retrasos e incumplimiento de metas de logro.

Teórica

Con el presente trabajo de indagación se pretende difundir información que contribuya en cuanto a conocimiento y futuros estudios vinculados a las variables desarrolladas (ciclo Deming y competitividad), indicando así que mediante el ciclo Deming mejora la competitividad. Aporta a tomar medidas de mejora continua con el fin de resolver los problemas planteados.

Metodológica

El modelo de estudio fue aplicado porque se ejecutara la aprobación de los dos variables, de nivel descriptivo, se hará una descripción puntual y precisa de la información; correlacional en consecuencia se buscó una relación entre ambas variables; exhibiendo el diseño no experimental - transversal.

Justificación práctica

Con el presente trabajo de indagación se busca implementar un instrumento empresarial para mejorar el proceso de servicio mediante la aplicación de la herramienta ciclo Deming la cual es un método que se implementa en todo el mundo, por su excelente resultado, sencillez y efectividad. De esta manera se lograra ofrecer un buen servicio, al hacer uso de esta herramienta nos ayudara prevenir los defectos y mejorar los procesos actuales, previniendo los resultados no deseados.

Viabilidad

La investigación tuvo como propósito solucionar la problemática identificada y busca la relación de las variables donde se analiza el ciclo Deming y la competitividad.

Relevancia social

La investigación servirá de apoyo a estudiantes y a empresas que plantean una investigación similar para profundizar el tema.

1.6 Hipótesis

Hipótesis general

El ciclo Deming está relacionada con la competitividad en la empresa Asencios, Ventanilla, 2018.

Hipótesis específicas

- El planear se vincula con la competitividad de la empresa Asencios, Ventanilla, 2018.
- El hacer se vincula con la competitividad de la empresa Asencios, Ventanilla, 2018.
- El verificar se vincula con la competitividad de la empresa Asencios, Ventanilla, 2018.
- El actuar se vincula con la competitividad de la empresa Asencios, Ventanilla, 2018.

1.7 Objetivos

Objetivo general

Determinar la relación del ciclo Deming y la competitividad de la empresa Asencios, Ventanilla, 2018.

Objetivos específicos

- a. Determinar la relación del planear y competitividad en la empresa Asencios, Ventanilla, 2018.
- b. Determinar la relación del hacer y competitividad en la empresa Asencios, Ventanilla, 2018.
- c. Determinar la relación del verificar y competitividad en la empresa Asencios, Ventanilla, 2018.
- d. Determinar la relación del actuar y competitividad en la empresa Asencios, Ventanilla, 2018.

II. METODO

2.1 Tipo, diseño y nivel de investigación

El análisis tuvo como enfoque cuantitativo.

Gómez (2006), emplea la recolección y análisis de datos para señalar a las incógnitas de la investigación y constatar las hipótesis, creer en el conteo, medida numérica y en la ejecución de la estadística para establecer patrones de comportamiento y probar teoría (p.60).

2.1.1 Método de investigación

En esta investigación se empleó el método hipotético- deductivo.

Bernal (2006), es el camino que sigue el indagador para realizar de su tarea una práctica científica. El hipotético - deductivo consiste en un proceso que siguen las ciencias para buscar refutar o falsear tales hipótesis; viene de unas afirmaciones en la calidad de hipótesis, deduciendo de ellas desenlaces que deben verificar con los hechos (p. 60).

2.1.2 Tipo de investigación

La investigación aplicada necesita de los descubrimientos y las contribuciones teóricas de la investigación y busca comparar la teoría con la realidad. Esta forma de investigar se orienta a su aplicación inmediata (Ramírez, 2010, p.205).

La investigación aplicada tiene como propósito resolver un determinado problema enfocándose en la búsqueda de fortalecimiento del conocimiento para su aplicación a la vez el enriquecimiento del desarrollo cultural y científico.

2.1.3 Nivel de Investigación.

En el trabajo estudiado se empleó el nivel descriptivo – correlacional, porque se busca detallar los rasgos y la relación de ambas variables.

Hernández, Fernández y baptista (2010), detalló “los perfiles y las características de sujetos, colectivos y grupos, también como otro evento que exprese una investigación” (p.102).

Bernal (2006), definió “la correlación analiza alianzas pero no vínculos causales, lo cual una modificación en un elemento interviene precisamente en una modificación en otro” (p. 114).

2.1.4 Diseño de investigación

Su diseño es catalogado no experimental; ya que, no se manipulan ambas variables; con corte transversal, porque se recaudaron la información en el momento dado.

Gómez (2006), definió “como la indagación que se efectúa sin manipular las variables; lo que hacemos es abrir los ojos en su contexto natural los fenómenos tal y como se realiza, para examinarlos” (p.102).

Bernal (2010), La investigación transversal, se adquiere información del objetivo de estudio una única vez en momento dado (p. 123).

2.2 Variables, Operacionalización

Variable X: Ciclo Deming

Definición teórica:

Para Münch (2013), El ciclo Deming enfatiza el proceso integral de producción y servicio con análisis interno y externo para mejorar continua. (p. 33).

Agudelo (2012), refirió la reacción en cadena que permite incrementar el desempeño de la empresa e incremento de generación de empleo (p. 74).

Bonilla, E. et al. (2010), las etapas generales de la sistemática de mejora continua se basa en el ciclo PHVA (Planificar, Hacer/ejecutar, Verificar/comprobar y Actuar) su característica es una secuencia lógica de los cuatro pasos reiterados que se deben llevar a cabo consecutivamente con el fin de mejorar continuamente. Creado por Shewart y dado a comprender por Deming (p. 39).

Definición Conceptual:

El ciclo Deming es un ciclo de mejor continua y consiste en planear, hacer, verificar y actuar, es una sucesión constante de acciones realizadas a través del periodo de vida del servicio o producto, con el fin de planificar su calidad, en la mejora continua, como conclusión permite incrementar el desempeño de la empresa.

Definición Operacional:

El autor propone la definición operacional del ciclo Deming como el proceso integral de producción y servicio enfatiza al cliente interno y externo fundamentalmente de mejora continua considerando el ciclo planear, hacer, verificar y ejecutar; cuya indagación se hará con métodos estadísticos. SPS

Definiciones Dimensionales:

Dimensión N° 1: Planear

Münch (2013), consta en determinar las actividades esenciales para prevenir, controlar y excluir las variables que generan las disconformidad entre las necesidades del consumidor y la ejecución del proceso (p. 34).

Indicador: Programar

Ballenato (2013), es una herramienta que nos permite disminuir gran parte de la duda acerca del futuro. No se trata de hacer predicción, sino de establecer una aproximación. Es un mapa que nos sirve de guía. Si no tenemos establecida la ruta, no es de extrañar que nos perdamos.

Indicador: Estructurar

Real Academia Española [RAE], 2014 define como estructurar, distribuir, organizar las partes de un conjunto”.

Indicador: Diseñar

[RAE, 2014] es elaborar un diseño, el diseño es proyecto, plan que configura algo”.

Indicador: Organizar

[RAE, 2014] “es fijar o acondicionar algo para lograr un fin, organizando las personas y los medios adecuados”.

Dimensión N° 2: Hacer

Münch (2013), refirió encaminar el plan a los hechos previos ensayos, para esto será indispensable capacitar a todo el personal.

Indicador: Procedimiento

El procedimiento es una sucesión definida de pasos, de funciones o acciones que se deben seguir en orden fijado para hacer adecuadamente una tarea (Riquelme, 2017, “Qué es un procedimiento en una empresa”, párr. 1).

Indicador: Instruir

[RAE, 2014] define “comunicar sistemáticamente ideas, sabidurías o doctrinas. Dar a conocer a alguien la situación de algo, informarle de ello, o comunicarle reglas de conducta.

Indicador: Implementar

[RAE, 2014] define “poner en marcha o aplicar métodos, medidas, etc., para encaminar algo a cabo”.

Indicador: Desarrollo

[RAE, 2014] define “Acción y efecto de desarrollar o desarrollarse”

Dimensión N° 3: Verificar

Münch (2013), refirió “Adaptar el análisis estadísticos al nuevo procedimiento para determinar la disminución de las desviaciones” (p. 35).

Indicador: Comprobar

[RAE, 2014] define “confirmar la veracidad o exactitud de algo”

Indicador: Examinar

[RAE, 2014] define “inspeccionar la calidad de algo, observando si contiene algún defecto o error.

Indicador: Revisar

[RAE, 2014] define “exponer algo a nuevo examen para enmendar, rectificarlo o repararlo”.

Indicador: Observar

[RAE, 2014] define “supervisar con atención y modestia, espiar”.

Dimensión N° 4: Actuar

Münch (2013), refiere “esta periodo poner en práctica los cambios detectadas en la fase anterior reduciendo la diferencia entre las necesidades del consumidor y la ejecución del proceso” (p. 35).

Indicador: Desempeñar

Arias y Heredia (2013), cumplir las tareas relacionado a un profesión, cargo u oficio. Ejercer, laborar, dedicarse a una función satisfactoria mente (p. 133).

Indicador: Intervenir

Legault (2000), Estado de concentración de la atención sobre los efectos, sobre los resultados observados; entonces se prepara un plan de análisis. Observamos que la prueba de necesidad de intervenir es a menudo dependiente de la intención que tiene la dirección de contribuir cambios (p. 29).

Indicador: Proceder

[RAE, 2014] define “proceder y gobernar sus acciones bien o mal”.

Indicador: Elaborar

[RAE, 2014] define “cambiar una cosa o alcanzar un producto por medio de un trabajo adecuado”.

Variable Y: Competitividad

Definición teórica:

Para Alarco, et al. (2011) la competitividad es el proceso de constante cambio de mejora del ambiente donde operan las empresas y hace frente a los retos propios de crecimiento. En la medida en cuanto estos desarrollan sus ventajas competitivas y modos de competir, se mueven a través de tres circunstancias característicos (p.41).

Apaza (2006), refirió como captar, mantener, incrementar la participación en los mercados. Conjunto de capacidades y requisitos requeridas para el ejercicio de la competencia.

Según Haguenaer, L. (1989), sostiene respecto a la competitividad: la capacidad de una organización de generar bienes con estándares de calidad requeridos en los mercados, empleando recursos en cantidades iguales o menos a los que sobresalen en industrias de todo el mundo, durante un cierto periodo (p.23).

Definición Conceptual:

La competitividad es el proceso de constante cambio de mejora de ambiente, capacidad de producción de bienes, captación de clientes, fidelización clientes logrando incrementar la participación en el mercado.

Definición Operacional:

El autor propone la definición operacional de la competitividad como elementos a la Productividad, empresa y localización con mejora continua y logro de resultados, en la investigación aplica los métodos estadísticos SPSS 24.

Definiciones Dimensionales:

Dimensión N° 1: Productividad

Alarco, et al. (2011), la productividad depende de la calidad y singularidad de los bienes y servicios y de la eficiencia con la que ellos producen, el cual se da en un determinado periodo con el objetivo de dar un resultado prospero en la organización (p, 29).

Cruelles (2012), es una medida económica que mide la eficiencia de producción por cada factor (capital, trabajador, costes, tiempo, etc) como el resultado que se consiguen en un proceso o sistema, mayor productividad es conseguir destacados resultados estimando los recursos utilizados para originarlos (p. 20).

Indicador: Capacidad

Pérez (2010), define como la destreza para usar de manera efectiva el saber, los conocimientos técnico y las aptitudes propios. A la vez como decisión e ingenio de una persona para lograr el objetivo que se ha planteado (p. 55)

Indicador: Rendimiento

Este indicador está asociada a la relación entre los medios empleados para obtener resultados. A la vez menciona que el rendimiento es cuando mínimo es el tiempo para llegar al resultado, el sistema es más productivo. Laboral es lo que está vinculado con el trabajo. Las líneas anteriores nos permiten entender el concepto del rendimiento laboral: es el resultado logrado en el entorno laboral en relación a los recursos utilizables (Pérez, Merino, 2016, “Rendimiento laboral” párr.1-3).

Indicador: Eficiencia

Pérez (2010), lo define como la existencia de relación del potencial humano, recursos utilizados y el producto institucional adquirido, para alcanzar el producto deseado con un diminuto empleo de recursos.

Indicador: Tiempo

[RAE, 2014] define “oportunidad, ocasión o coyuntura de hacer algo”.

Dimensión N° 2: Empresa

Alarco, et al. (2011), refirió que el medio esencial para generar riqueza es la empresa.

Pérez (2010), refirió que la empresa es una organización creada por personas naturales, personas jurídicas o sucesiones indivisas, que su actividad lucrativa puede ser de extracción, producción, comercio o servicios industriales, con exclusión de las asociaciones y fundaciones que no tienen fin lucrativo (p. 130).

López (2009), Definió a la empresa como una mezcla organizada de dinero y de personas que trabajan justas, que elabora un bien tanto para los propietarios como para los empleados, mediante la producción de productos o servicios que ofrecen a los clientes (p. 29).

Indicador: Bienes

Pérez (2010), indicó que los bienes “son los que constituyen el soporte de una explotación, concebidos para la producción de nuevos bienes y destinados a producir en forma económica a fin de obtener beneficios (p.46)”.

Indicador: Operación

Este indicador desarrolla aquellas tareas que tienen vínculo en las áreas donde se desarrolla el producto o servicio que se va ofrecer al cliente. Es la forma en la que procede la organización (Gómez, 2016, “Operaciones en empresas de servicio”, párr. 1)

Indicador: condición

[RAE, 2014] define “Estado, situación especial en que se halla alguien o algo”.

Indicador: Servicios

[RAE, 2014] conjunto de acciones de una organización o personal empleando desempeños basado en el tiempo para lograr resultados, comprometido por cumplir las necesidades de los clientes.

Dimensión N° 3: Localización

Krajewski, Ritzman y Malhotra (2008), definió que la localización es la elección de un lugar geográfico para la realización de una empresa. La decisión de elección de la localización puede tener importancia crucial y producir un profundo impacto en la cadena de valor para las empresas.

Indicador: Situación

[RAE, 2014] “Disposición de una cosa respecto del lugar que ocupa”.

Indicador: Ubicación

Porter (2013), La ubicación de las empresas es mucho más que construcción de las oficinas o fábricas, el autor menciona tener en cuenta el potencial de productividad general, las empresas deben captar las ventajas de costo y las actividades radicadas en lugares donde no hay otras empresas del mismo campo (p. 336).

Indicador: Delimitación

[RAE, 2014] define “acción y efecto de limitar”.

Indicador: Punto

[RAE, 2014] define “Sitio o lugar”.

TABLA 01: Matriz de Operacionalización

"El Ciclo Deming y la Competitividad de la Empresa <u>Asencios</u> , Ventanilla, 2018"						
VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	ESCALA DE MEDICIÓN
CICLO DEMING	Para <u>Münch</u> (2013), El ciclo Deming enfatiza el proceso integral de producción y servicio con análisis interno y externo para mejorar continua considerando Planear, hacer, Verificar y actuar. (p.33)	El autor propone la definición operacional del ciclo Deming como el proceso integral de producción y servicio enfatiza al cliente interno y externo fundamentalmente de mejora continua considerando el ciclo planear, hacer, verificar y ejecutar; cuya indagación se hará con métodos estadísticos. SPS	Planear	Programar	P 01	Ordinal
				Estructurar	P 02	
				Diseñar	P 03	
				Organizar	P 04	
			Hacer	Procedimiento	P 05	
				Instruir	P 06	
				Implementar las mejoras	P 07	
				Desarrollo	P 08	
			Verificar	Comprobar	P 09	
				Examinar	P 10	
				Revisar	P 11	
				Observar	P 12	
			Actuar	Desempeñar	P 13	
				Intervenir	P 14	
				Proceder	P 15	
				Elaborar	P 16	
COMPETITIVIDAD	Para <u>Alarco</u> , et al. (2011) la competitividad de una localización como la productividad que pueden alcanzar las empresas ubicadas en ese lugar (p.28).	El autor propone la definición operacional de la competitividad como elementos a la Productividad, empresa y localización con mejora continua y logro de resultados, en la investigación aplica los métodos estadísticos. SPS	Productividad	Capacidad	P 17	
				Rendimiento	P 18	
				Eficiencia	P 19	
				Tiempo	P 20	
			Empresa	Bienes	P 21	
				Operación	P 22	
				Condición	P 23	
				Servicios	P 24	
			Localización	Situación	P 25	
				Ubicación	P 26	
				Delimitación	P 27	
				Punto	P 28	

Fuente: *Elaboración propia*

2.3 Población y muestra.

Población

Para Bernal (2010, p.160), es un conjunto de todos los elementos que representan características comunes a los cuales se refiere la investigación.

La población está conformada por 36 que son los clientes que concurren con más frecuencia la empresa.

La población es pequeña, el método es censal

Muestra

Bernal (2010), nos menciona que la muestra es una representación significativa de la población elegida, de la cual se obtiene la información para el desarrollo del estudio, sobre la cual se ejecutaran la medición y la percepción de las variables objeto de estudio (p. 161).

La población es pequeña, el método es censal

Muestreo

La población fue escaso de 36 por lo tanto el método fue censal

2.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1 Técnica

El actual proyecto empleó la técnica para extraer la información, la encuesta de 28 preguntas fueron aplicadas a los clientes de la empresa Asencios; importante para recaudar reportes de estudio.

2.4.2 Instrumento de recolección de datos:

El instrumento de recaudación de información que se empleó para la investigación fue el cuestionario.

2.4.3 Validez

Técnica de opinión del juicio de maestros de la escuela de Administración – Universidad Cesar Vallejo, se menciona a continuación:

TABLA 02: Tabla de validación

Expertos	Calificación del instrumento
Mg. Rosales Domínguez Edith	Aplicable
Dr. Alva Arce <u>Rosel</u> César	Aplicable
Dr. Costilla Castillo, Pedro	Aplicable

Fuente: *Elaboración propia*

2.4.4 Confiabilidad

Se fijó empleando el Alfa de Cronbach, mediante el resultado obtenido de la encuesta, que es aplicada a 36 clientes de la Empresa Asensios, la cual se obtuvo con la siguiente:

TABLA 03: Categórica del Coeficiente Alfa Cronbach

Coeficientes de <u>Alpha de Cronbach</u>	
Coeficiente alfa >.9	es excelente
Coeficiente alfa >.8	es bueno
Coeficiente alfa >.7	es aceptable
Coeficiente alfa >.6	es cuestionable
Coeficiente alfa >.5	Es nula

Fuente: *George y Mallery* (2003, p.231)

TABLA 04: Alfa de Cronbach (Análisis de Fiabilidad)

Estadísticas de fiabilidad	
<u>Alfa de Cronbach</u>	Nº de elementos
.785	20

Fuente: *Elaboración propia*

La tabla N° 04 nos muestra que el nivel de confiabilidad es de 0,785 obtenido con el SPSS 24, por lo tanto el trabajo de investigación es fiable.

2.5 Metodología de análisis de datos

2.5.1. Análisis Descriptivo

El padrón aplicado en esta investigación desarrolló una recolección, ordenamiento e interpretación de datos, gráficos o cálculos de parámetros estadísticos, medidas de dispersión y análisis explicativo de información, las pruebas de normalidad y correlación para llegar a las conclusiones de una población.

La estadística inferencial extraer una conclusión a partir de hechos comunes o específico aplicando este término al estudio de cuestiones estadísticas se busca llegar a conclusiones de una población a partir de los datos limitados de una muestra. Se estudian técnicas y procedimientos teniendo como objetivo esparcir o publicar la información de una muestra a la población.

2.6 Aspectos éticos

Utilización de la información:

Se conserva la identificación privada del individuo de las encuestas por su seguridad; no se dio otro uso a la indagación adquirida. Considerando la autenticidad de los resultados obtenidos y respeto por los autores citados por mi persona; además se reservó la identidad de los clientes que colaboraron con la encuesta establecida para mi investigación.

Valor Social:

En este aspecto no se puso en riesgo a las personas que fueron parte de la encuesta; de tal forma que se proteja su integridad y a la misma vez se demuestra ética profesional.

Selección equitativa de los sujetos:

La clientela de la empresa que participaron de la encuesta aplicada; para el logro de los objetivos del proyecto de investigación.

Validez científica:

Los conceptos presentados como indagación fueron válidas porque provienen de los aportes de autores como Alarco, Münch, quien posee una trayectoria y conocimiento de los puntos a investigar, los cuales son empleadas en otros proyectos como referencias, de manera que han sido demostrado y realizados en el tiempo.

III. RESULTADOS

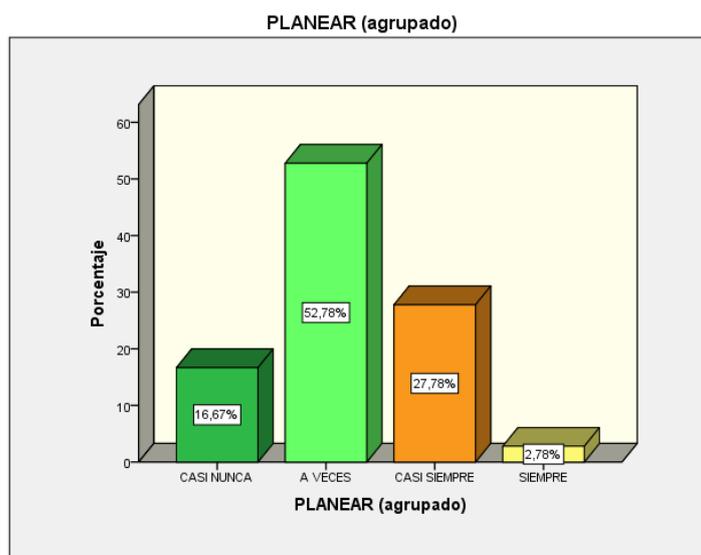
3.1 Gráfica de frecuencia

TABLA 05: Dimensión Planear

PLANEAR (agrupado)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	6	16,7	16,7	16,7
	A VECES	19	52,8	52,8	69,4
	CASI SIEMPRE	10	27,8	27,8	97,2
	SIEMPRE	1	2,8	2,8	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

¿Considera usted que se estructuran las actividades estratégicas para las fechas festivas en la empresa?



Fuente: Elaboración propia

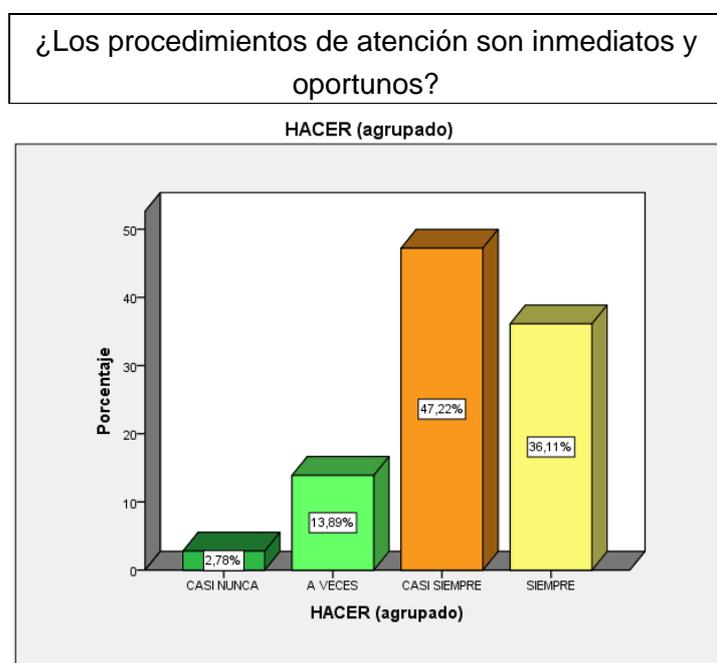
GRÁFICA N° 01: Dimensión Planear

Interpretación: De acuerdo a la tabla 05, el total de encuestado son 36 clientes, el 52.8% de los encuestados manifiestan percibir “A veces” y el 27,8% perciben “casi siempre”, mientras que un 16.7% indica estar “casi siempre”. Por otro lado el 2.8% indica percibir “siempre”.

TABLA 06: Dimensión Hacer

		HACER (agrupado)			Porcentaje acumulado
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	
Válido	CASI NUNCA	1	2,8	2,8	2,8
	A VECES	5	13,9	13,9	16,7
	CASI SIEMPRE	17	47,2	47,2	63,9
	SIEMPRE	13	36,1	36,1	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

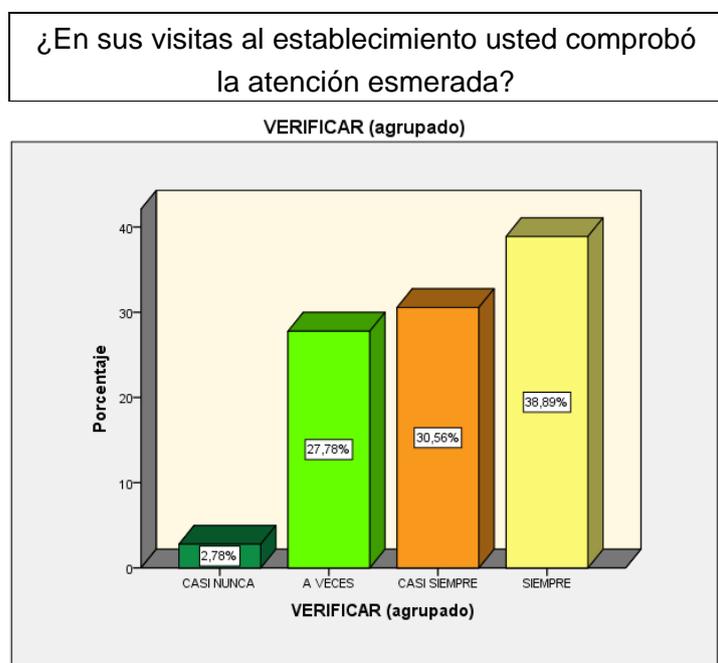
GRÁFICA N° 02: Dimensión Hacer

Interpretación: En base a la tabla 06, los encuestados en total son 36 clientes, de los cuales el 47,2% de los encuestados indicaron percibir “casi siempre”; el 36 % indicó “siempre”; mientras que el 13.9% afirmó percibir “a veces”. Por lo tanto, se muestra que el ciclo Deming se relaciona con el hacer.

TABLA 07: Dimensión Verificar

		VERIFICAR (agrupado)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	1	2,8	2,8	2,8
	A VECES	10	27,8	27,8	30,6
	CASI SIEMPRE	11	30,6	30,6	61,1
	SIEMPRE	14	38,9	38,9	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

GRÁFICA N° O3: Dimensión Verificar

Interpretación: La tabla 07, nos da a conocer que el mayor porcentaje de encuestados se clasifica en la categoría “siempre” representado por el 38,9%, un 30,6% se ubica en la categoría “casi siempre”, el 27,8% manifiesta “a veces” y el 2.8% indica estar “casi siempre”.

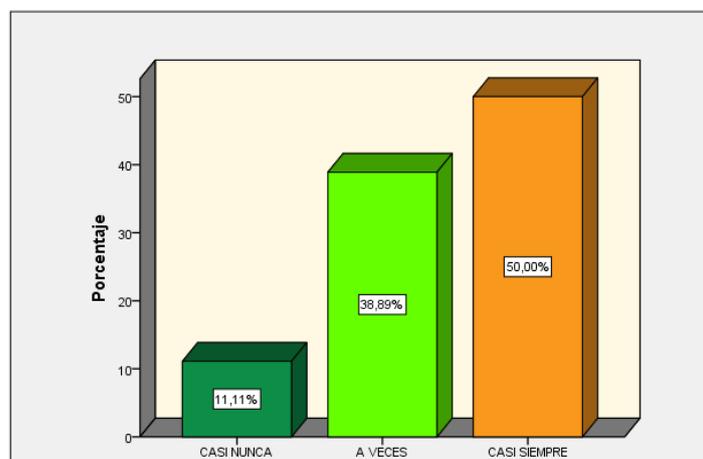
TABLA 08: Dimensión Actuar

		ACTUAR (agrupado)			Porcentaje acumulado
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	
Válido	CASI NUNCA	4	11,1	11,1	11,1
	A VECES	14	38,9	38,9	50,0
	CASI SIEMPRE	18	50,0	50,0	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

¿El colaborador procede con eficiencia la entrega sus pedidos?

Actuar (agrupado)



Actuar (agrupado)

Fuente: Elaboración propia

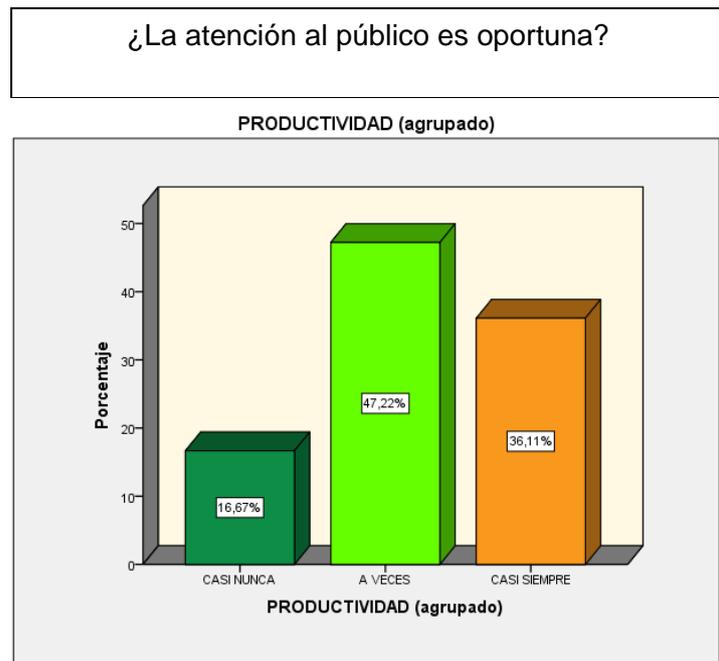
GRÁFICA N° 04: Dimensión Actuar

Interpretación: La tabla 08, nos muestra que el mayor índice de la parte encuestada se posiciona en la categoría “Casi siempre” representado en un 50%, un 38,9% se ubica en la categoría “A veces”, y un 11,1% manifiesta se manifiesta en la categoría “Casi nunca”.

TABLA 09: Dimensión Productividad

PRODUCTIVIDAD (agrupado)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	6	16,7	16,7	16,7
	A VECES	17	47,2	47,2	63,9
	CASI SIEMPRE	13	36,1	36,1	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

GRÁFICA N° O5: Dimensión Productividad

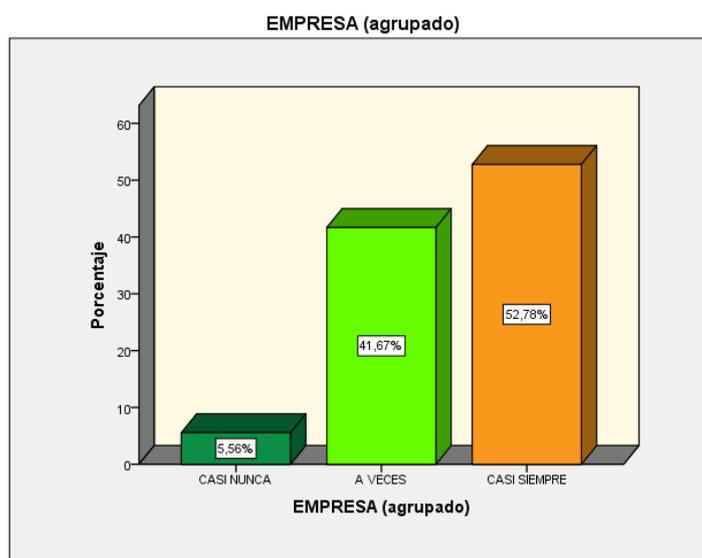
Interpretación: En base a la tabla 09, el 47,2% de encuestados manifiesta “A veces”, el 36,1% indica estar “Casi siempre”, el 16,7% indica estar “Casi nunca”,

TABLA 10: Dimensión Empresa

		EMPRESA (agrupado)			Porcentaje acumulado
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	
Válido	CASI NUNCA	2	5,6	5,6	5,6
	A VECES	15	41,7	41,7	47,2
	CASI SIEMPRE	19	52,8	52,8	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

¿La empresa desarrolla la atención operativa al público con prontitud?



Fuente: Elaboración propia

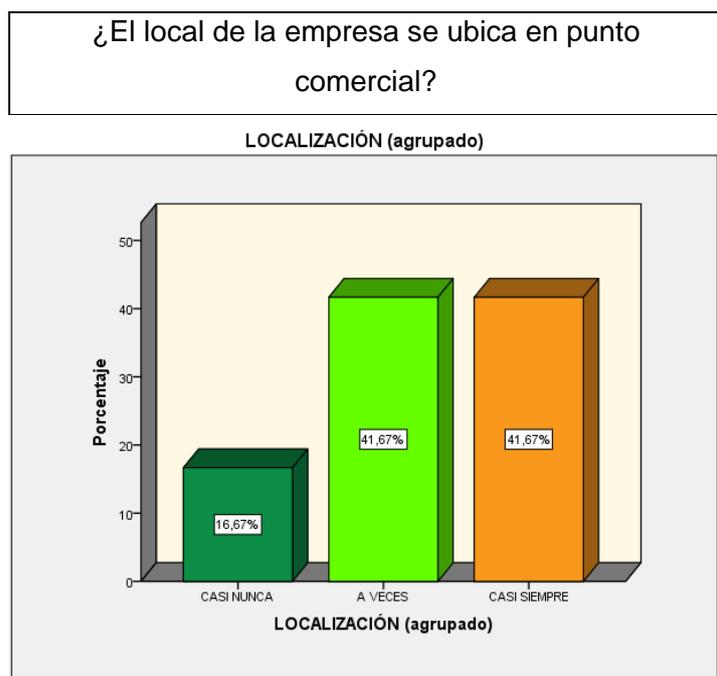
GRÁFICA N° O5: Dimensión Empresa

Interpretación: De acuerdo a la tabla 10, el 52,8% de la parte encuestada manifiesta estar “casi siempre”, el 41.7% indica “A veces”, 5.6% indica “casi nunca”.

TABLA 11: Dimensión Localización

		LOCALIZACIÓN (agrupado)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	6	16,7	16,7	16,7
	A VECES	15	41,7	41,7	58,3
	CASI SIEMPRE	15	41,7	41,7	100,0
Total		36	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

GRÁFICA N° 07: Dimensión Localización

Interpretación: Conforme a la tabla 11, el 41,7% de los encuestados manifiesta estar “Casi Siempre”, el 41,7% indica estar “A veces”, el 16,7% indica estar “Casi Nunca”.

3.2 Prueba de normalidad

En esta prueba se empleó la estadística de Shapiro – Wilk una muestra de 36 clientes.

TABLA 12: Prueba de Shapiro - Wilk para una muestra

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	Gl	Sig.
CICLO DEMING (agrupado)	,386	36	,000	,688	36	,000
COMPETITIVIDAD (agrupado)	,281	36	,000	,790	36	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: $p\text{-valor} = 0.000 < \alpha = 0.05$, tiene un 95% de confianza, por lo tanto se admite la hipótesis alterna, negando la hipótesis nula, el ciclo Deming guarda una relación indispensable con la competitividad. La tabla 12, nos permite ver el resultado de la prueba de Shapiro – Wilk; lo cual la asignación de datos recolectados no es estándar, obteniéndose un valor de significancia 0.000 para ambas variables, es menor a 0.05, por ende se usó la estadística de Rho de Spearman.

3.3 Prueba de hipótesis

Según Bernal (2010) “El análisis de regresión y correlación es un método estadístico usado para calcular la relación entre dos o más variables y su grado de relación” (p. 216).

Tabla 13: Niveles de correlación dependiendo del coeficiente Rho.

Coefficiente	Correlación
-1.00	Correlación negativa perfecta.
-0.90	Correlación negativa muy fuerte.
-0.75	Correlación negativa considerable.
-0.50	Correlación negativa media.
-0.25	Correlación negativa débil.
-0.10	Correlación negativa muy débil.
0.00	No existe correlación alguna entre las variables
+0.10	Correlación positiva muy débil
+0.25	Correlación positiva débil
+0.50	Correlación positiva media
+0.75	Correlación positiva considerable
+0.90	Correlación positiva muy fuerte
+1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández et al. (2005, p.305)

Se adquirió para la contrastación de hipótesis lo siguiente:

Hipótesis General:

H₀: El ciclo Deming no se relaciona con la competitividad de la empresa Asencios, Ventanilla, 2018.

Ha: El ciclo Deming está vinculado con la competitividad de la empresa Asencios, Ventanilla, 2018.

TABLA 14: Correlación de ciclo Deming y la competitividad

			CICLO DEMING (agrupado)	COMPETITIV IDAD (agrupado)
Rho de Spearman	CICLO DEMING(agrupado)	Coeficiente de correlación	1,000	,585**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	36	36
	COMPETITIVIDAD (agrupado)	Coeficiente de correlación	,585**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	36	36

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

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La tabla 14, muestra una correlación de 0.585 para ambas variables teniendo una población de N=36, comparado con los niveles de correlación de la tabla 13 existe una correlación positiva moderada o media; así mismo se observó que la significancia bilateral encontrada es 0.000, lo cual es inferior al nivel de significancia de 0.05, con un 95% de confianza. Por lo tanto la hipótesis alterna se acepta y se niega la hipótesis nula, en consecuencia el ciclo Deming se relaciona con la competitividad.

Hipótesis Específica 1

Ho: El planear no se vincula con la competitividad de la empresa Asencios, Ventanilla, 2018.

Ha: El planear se relaciona con la competitividad de la empresa Asencios, Ventanilla, 2018.

TABLA 15: Correlación de planear y competitividad

			PLANEAR	COMPETITIVI
			(agrupado)	DAD (agrupado)
Rho de Spearman	PLANEAR (agrupado)	Coefficiente de correlación	1,000	,125
		Sig. (bilateral)	.	,469
		N	36	36
	COMPETITIVIDAD (agrupado)	Coefficiente de correlación	,125	1,000
		Sig. (bilateral)	,469	.
		N	36	36

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

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La tabla 15, manifiesta una correlación de 0.125 en ambas variables teniendo una población de $N=36$, comparado con los niveles de correlación de la tabla 13 existe una correlación positiva muy baja o muy debil; lo cual muestra que el significado bilateral encontrado es 0.000 menor que 0.05, ($p\text{-valor} = 0.000 < \alpha=0.05$) con un 95% de confiabilidad. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, en consecuencia con lo expuesto anteriormente el planear se relaciona con la competitividad.

Hipótesis Específica 2

Ho: El hacer no guarda relación con la competitividad de la empresa Asencios, Ventanilla, 2018.

Ha: El hacer se relaciona con la competitividad de la empresa Asencios, Ventanilla, 2018.

TABLA 16: Correlación de hacer y competitividad

			HACER (agrupado)	COMPETITIVI DAD (agrupado)
Rho de Spearman	HACER (agrupado)	Coeficiente de correlación	1,000	,430**
		Sig. (bilateral)	.	,009
		N	36	36
	COMPETITIVIDAD (agrupado)	Coeficiente de correlación	,430**	1,000
		Sig. (bilateral)	,009	.
		N	36	36

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

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: En la tabla 16, se mostró una correlación de 0,430 para ambas variables teniendo una población de 36, comparado con los niveles de correlación de la tabla 13 existe una correlación positiva baja o débil; así mismo se observó que la significancia bilateral encontrada es 0.000 que es menor que 0.05, ($p\text{-valor} = 0.000 < \alpha=0.05$) con una confianza de 95%. Por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, en consecuencia el hacer se relaciona con la competitividad de la empresa

Hipótesis Específica 3

Ho: El verificar no se relaciona con la competitividad de la empresa Asencios, Ventanilla, 2018.

Ha: El verificar se relaciona con la competitividad de la empresa Asencios, Ventanilla, 2018.

TABLA 17: Correlación de verificar y competitividad

			VERIFICAR (agrupado)	COMPETITIVI DAD (agrupado)
Rho de Spearman	VERIFICAR (agrupado)	Coefficiente de correlación	1,000	,548**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	36	36
	COMPETITIVIDAD (agrupado)	Coefficiente de correlación	,548**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	36	36

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

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La tabla 17, se observó una correlación en 0. 548 para ambas variables teniendo una población 32, comparado con los niveles de correlación de la tabla 13 existe una correlación baja o débil; así mismo se mostró que la significancia bilateral encontrada es 0.001 es menor de 0.05, ($p\text{-valor} = 0.000 < \alpha=0.05$) con una confianza de 95%. En consecuencia, sólo se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, en consecuencia el verificar se relaciona con la competitividad.

Hipótesis Específica 4

Ho: El actuar no está relacionado con la competitividad de la empresa Asencios, Ventanilla, 2018.

Ha: El actuar se relaciona con la competitividad de la empresa Asencios, Ventanilla, 2018.

TABLA 18: Correlación de actuar y competitividad

		Correlaciones		
			ACTUAR	COMPETITIVI
			(agrupado)	DAD (agrupado)
Rho de Spearman	ACTUAR (agrupado)	Coefficiente de correlación	1,000	,607**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	36	36
	COMPETITIVIDAD (agrupado)	Coefficiente de correlación	,607**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	36	36

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

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: La tabla 18, nos manifiesta una correlación de 0.607 para ambas variables teniendo una población 32, comparado con los niveles de correlación de la tabla 13 existe una correlación positiva moderada o media; así mismo se mostró que la significancia bilateral encontrada es 0.000 es menor de 0.05, ($p\text{-valor} = 0.000 < \alpha=0.05$) con una confianza de 95%. Por lo tanto se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, en consecuencia el actuar se relaciona con la competitividad.

IV. DISCUSIÓN

Se han respondido a las preguntas, objetivos, e hipótesis que se confirma, siendo el resultado valido y confiable por el uso de metodologías y la contrastación con la realidad.

DISCUSIÓN POR OBJETIVOS:

Como el objetivo general de la investigación es determinar la relación del ciclo Deming y la competitividad. Como objetivo específico 1 es determinar la relación del planear y la competitividad. Como el objetivo específico 2 es determinar la relación del hacer y la competitividad. Como objetivo específico 3 es determinar la relación del verificar y la competitividad. Como objetivo específico 4 es determinar la relación del actuar y la competitividad: para ello se utiliza la prueba de Rho de Spearman a un 95 % de confianza y se logra como resultado un valor inferior al nivel de significancia ($p\text{-valor} = 0.000 < \alpha = 0.05$), lo cual se tiene un coeficiente de correlación de 0.585, positiva moderada o media y se muestra en la tabla 13 por lo que podemos decir que ambas variables están correlacionadas.

El resultado guarda relación con lo obtenido en su investigación de Vela (2016), “La competitividad y la Integración Económica en América Latina: Caso de la comunidad Andina de las Naciones 2006 – 2014”, la indagación concluyó que existe relación directa aceptable con la asociación de las variables y siendo altamente significativo la relación entre la integración económica y la competitividad en la comunidad andina de Naciones; por lo cual las naciones deben impulsar la integración económica, porque se obtiene una estrecha relación con la competitividad, así se contribuye con el desarrollo de la nación. Sin embargo Vela (2016), concluyó que el flujo de capital depende de las exportaciones, las importaciones y el grado de apertura comercial. Ambos objetivos se han logrado, en base a las teorías, metodologías, y técnicas utilizadas; los que se ratifican con la contrastación de los resultados obtenidos y la realidad problemática que analiza con el ciclo Deming y la competitividad.

Discusión por hipótesis

La hipótesis general es si el ciclo Deming se relaciona con la competitividad, como hipótesis específicas 1 se propuso que planear se relaciona con la competitividad; como hipótesis específicas 2 es el hacer se relaciona con la competitividad, como hipótesis específicas 3 es el

verificar se relaciona con la competitividad, como hipótesis específicas 4 el actuar se relaciona con la competitividad; planteando nuevas acciones en los servicios, y mejorando el desempeño o esfuerzo para lograr los propósitos y fines del ciclo Deming y la competitividad.

Vela (2016), a integración económica de América Latina favoreció la competitividad en la Comunidad Andina de Naciones en el periodo 2005-2014.

Los supuestos se ratifican conforme a los resultados presentados, por lo tanto son correctos por que fueron argumentados, y sostenidos en base a teorías y métodos que fueron aplicados a la realidad problemática de ciclo Deming y su relación con la competitividad.

Discusión por método

La investigación aplica el método descriptivo y explicativo constituyendo una investigación aplicada, con nivel descriptiva-correlacional; pues son similares a los métodos empleados por Vela (2016), en su tesis “La competitividad y la integración económica en América Latina: Caso de la comunidad andina de las naciones 2006 - 2014”, López (2015), que fue del tipo básico, de nivel descriptivo correlacional, es de diseño no experimental y transversal. Ambas investigaciones utilizan los mismos métodos con excepción del método básico que se utiliza para generar nuevos conocimientos y su alcance es explorar conocimiento y proveer información para las investigaciones; estos procedimientos permitieron aplicar los conocimientos en el ciclo Deming y la competitividad, en torno a los servicios que presta para lograr propósitos, fines, objetivos, metas, y resultados. Los métodos se apoyan en teorías, técnicas, instrumentos y herramientas para analizar, identificar, y proponer soluciones a la situación problemática del ciclo Deming y su relación con la competitividad presente y futuro, logrando resultados.

Discusión por teoría

Para Münch (2013), El ciclo Deming enfatiza el proceso integral de producción y servicio con análisis interno y externo para mejorar continua considerando Planear, hacer, Verificar y actuar (p. 33).

Vásquez, (1991:41).La competitividad sistemática es un patrón entre la sociedad y el estado, crean de forma intencional las condiciones y sus componentes respectivos para un crecimiento organizacional exitoso. Se distingue cuatro niveles: a) a nivel micro empresas y redes de empresas: empresas en mejora continua, b) en el nivel macro condiciones económicas generales: un marco económico estable y predecible que debe incluir una política cambiara y comercial que

estímulo a la industria social. c) nivel meso instituciones y políticas específicas estas que busquen crear ventajas competitivas enfocados a las políticas que den orientación a la industria y a su ambiente (ejemplo centros de capacitación, etc.) ya sea cualquier tipo de empresa. d) a nivel meta desarrollar valores culturales enfocados a gran parte de la sociedad y la capacidad de los actores de la sociedad civil para formular, de manera conjunta, visiones y estrategias y para implementar políticas. Ambas teorías aplicadas a la situación problemática del ciclo Deming y su relación con la competitividad explican y permiten entender la realidad, por lo tanto han aportado propuestas y soluciones.

V. CONCLUSIÓN

Se ha determinado que existe relación del ciclo Deming con la competitividad. Con la mejora continua que enfatiza la integración de la producción, servicio y análisis interno y externo considerando planear, ejecutar y actuar.

Se ha determinado que existe relación de planear con la competitividad. Porque considera programar, estructurar, diseñar y organizar componentes importantes para una adecuada planeación de los detalles, formulación de los objetivos, definición de las estrategias y diseñar el camino para lograr los resultados.

Se ha determinado que existe relación del hacer con la competitividad. Porque tiene en cuenta que procedimiento, instruir, implementar las mejoras y desarrollo son elementos esenciales. Porque pone en práctica lo planeado, refleja la capacidad de la organización y de su talento humano para toma de decisiones y desarrollo a los procesos y trabajar en equipo

Se ha determinado que existe relación del verificar con la competitividad. Sus factores comprobar, examinar, revisar y observar son acciones de mejoramiento para detectar anomalías. Verificar de cómo se están haciendo las cosas

Se ha determinado que existe relación del actuar con la competitividad. Sus elementos desempeñar, intervenir, proceder y elaborar son importantes para mantener los niveles de estándares establecidos y búsqueda de mejoras.

VI. RECOMENDACIONES

Se dan las siguientes recomendaciones:

Mejorar continuamente la relación que hay entre el ciclo Deming y la competitividad, puesto que se plantea que la empresa debe capacitar a su personal para que estos puedan desarrollar conocimientos y habilidades, y así puede dar solución a los problemas existentes.

Mantener informado al personal de todas las mejoras conseguidas.

Se recomienda aplicar la metodología del ciclo Deming, en la área de producción, con ello se logra disminuir los costos de preparación, optimizar el tiempo, aumenta la eficiencia de la empresa.

Se recomienda mejorar la planificación, monitoreo, verificación, control y seguimiento y feedback- planificación de la aplicación de ciclo Deming, así garantizar el éxito de la herramienta.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Agudelo T., L. (2012). Evolución por gestión por procesos. INCOTEC
- Alarco, G. et al. (2011). Competitividad y desarrollo. Evolución y perspectiva reciente. CENTRUM .Lima, Perú.
- Alcaide J. (2010). Fidelización de clientes. Madrid: ESIC EDITORIAL
- Apaza M. (2006). Costos ABC, ABM, ABB. Lima, Perú: Entrelineas S.R.L
- Azabache, M. y Quiroz, G. (2017). Estrategia competitiva para el desarrollo económico del valle viejo de olmos del distrito de olmos. Recuperado de <file:///E:/tesis/Antesd.%20Competitividad/Tesis%20Estrat%C3%A9gia%20Competitiva.pdf>
- Ballenato, G. (2013). Gestión del tiempo en busca de la eficiencia. Madrid, España :Pirámide
- Barragán, A. (s.f). Cómo elaborar un plan de reducción de costo. Recuperado de <http://www.pymerang.com/direccion-de-negocios/1035-aplicando-el-design-thinking-para-resolver-problemas-de-negocio-cuando-su-mente-se-ha-bloqueado>
- Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación. (3.ª ed.). Colombia: Pearson Educación.
- Bonilla, E., Díaz, B., Kleeberg, F. y Noriega, M. (2010). Mejora continua de los procesos. Perú: Lima 33
- Carro, R. y Gonzáles D. (s.f). Producción y operaciones. Recuperado de http://nulan.mdp.edu.ar/1606/1/01_sistema_de_produccion.pdf
- Gomez, E. (18 de febrero de 2016). Operaciones en empresas de servicio [Mensaje en un blog]. Recuperado <https://www.eoi.es/blogs/emiliogomez/2016/02/18/operaciones-en-empresas-de-servicio/>

- Haguenauer L. (1989) Competitividade, consejitos e medidas. Uma resenha da bibliografia recente com ênfase no caso brasileiro. IEI/UFRJ, TPD No 208, Rio de Janeiro.
- Krajewski, L., Ritzman, L. y Malhotra, M. (2008). Administración de operaciones. (8.ª ed.). México: Pearson Education
- Legault, G. (2000). *Alcanzar la calidad total*. España: Trillas
- López, F. (2009). La empresa explicada en forma sencilla. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=8QqIGLF7txsC&pg=PA27&dq=que+es+em+presa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiyh4qcvtLeAhVFh5AKHSuXALcQ6wEIKDAA#v=onepage&q=que%20es%20empresa&f=false>
- Molina, N. (2014). Modelo de mejora en los procesos de fabricación, empresa farmacéutica mexicana. Caso de estudio. Recuperado de <http://148.204.210.201/tesis/1409767297432TesisNormaMol.pdf>
- Montaño, A. (2017). Analisis de la implementación del ciclo PHVA para el aseguramiento de la calidad de servicio en el área de AT YOUR SERVICE en la actualidad. Recuperado de <http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/handle/usmp/3247>
- Münchu, L. (2013). Calidad y mejora continua. (2ª Ed.). México: Trillas
- Pérez, J. y Merino, M. (2016). Rendimiento laboral [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://definicion.de/rendimiento-laboral/>
- Plata, M. (2004). Propuesta de mejoramiento del proceso de venta de tiquete en call center y puntos de venta para los viajeros privilegio platino de Avianca en la rutas nacionales Bogotá, Medellín y Cali. Recuperado de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/7120/tesis48.pdf?sequence=1>

- Porter, M. (2013). *Ser competitivo*. (6.ª ed.). España: Deusto
- Reyes, M. (2015). Implementación del ciclo de mejora continua Deming para incrementar la productividad de la empresa calzados León en el año 2015. Recuperado de file:///E:/tesis/Antesd.%20Deming/reyes_lm.pdf
- Riquelme, M. (8 de marzo de 2017). ¿Qué es un procedimiento en una empresa? [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://www.webyempresas.com/que-es-un-procedimiento-en-una-empresa/>
- Santander, S. (2013). Estrategias para inducir la formalidad de la mype de la industria gráfica- offset por medio de gestión competitiva (tesis de maestría). Recuperado de <file:///E:/tesis/Antesd.%20Competitividad/Ricardo%20Palma.pdf>
- Serrano, P. (2014), Sistema de gestión de la calidad. Metodología para implementar proyectos de mejora continua para implementar proyectos de mejora continua para la reducción de los defectos de construcción en edificación de vivienda. Recuperado en http://oa.upm.es/29365/1/PATRICIA_DEL_SOLAR_SERRANO.pdf
- Thompson, I. (julio, 2015). Promonegocios.net: Portal de Mercadotecnia con Artículos, Directorios y Foros. Recuperado de <https://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>
- Uriarte, J. (2015). Propuesta de mejora de procesos, basado en normas de higiene para un restaurante. Recuperado de <file:///E:/tesis/Antesd.%20proceso%20de%20%20servicio/1457543137397TESISJUANURIA.pdf>
- Vela, J. (2016). La Competitividad y la Integración Económica en América Latina: Caso de la Comunidad Andina de Naciones 2006-2014. Recuperado de <file:///E:/tesis/Antesd.%20Competitividad/Ricardo%20Palma.pdf>

ANEXOS

CUESTIONARIO

OBJETIVO: Demostrar la relación del ciclo Deming y la competitividad de la empresa Asencios, Ventanilla, 2018.

INSTRUCCIONES: Marque con una X la alternativa que usted considera válida de acuerdo al ítem en los casilleros siguientes:

		NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE			
		N	CN	A	CS	S			
N°	PREGUNTAS	N	CN	A	CS	S			
PLANEAR									
1	¿Considera usted que la empresa Asencios programa con anticipación sus actividades?								
2	¿Considera usted que se estructuran las actividades estratégicas para las fechas festivas en la empresa?								
3	¿El diseño de las ventas con oferta se realiza mensualmente?								
4	¿Usted participó de las actividades organizadas para los onomásticos de los clientes?								
HACER									
5	¿Los procedimientos de atención son inmediatos y oportunos?								
6	¿El personal de la empresa está instruido adecuadamente para su atención?								
7	¿Las mejoras implementadas en la empresa fueron favorables para su comodidad?								
8	¿El aumento de personal para la atención aporta la atención eficiente?								
VERIFICAR									
9	¿En sus visitas al establecimiento usted comprobó la atención esmerada?								
10	¿La calidad de los productos adquiridos por usted son examinados por su persona?								
11	¿El personal revisa y otorga conformidad el producto y servicio solicitado?								
12	¿El personal verifica y comprueba la calidad del producto al momento de la entrega?								
EJECUTAR									
13	¿Considera usted que el desempeño del personal es favorable al cliente?								
14	¿El personal que interviene en algún requerimiento satisface inmediatamente su necesidad?								
15	¿El colaborador procede con eficiencia la entrega de sus pedidos?								
16	¿Los productos elaborados por la empresa brindan su aceptación?								
PRODUCTIVIDAD									
17	¿Cree usted que tiene la capacidad para atender sus pedidos?								
18	¿Considera usted que el personal se esfuerza para darle una atención esmerada?								
19	¿Los productos que ofrece la empresa son atendidos con eficiencia?								
20	¿La atención al público es oportuna?								
EMPRESA									
21	¿La empresa elabora productos con insumos garantizados?								
22	¿La empresa desarrolla la atención operativa al público con prontitud?								
23	¿La empresa tiene una condición favorable y flexible a tus necesidades?								
24	¿La empresa presta servicios al cliente en horarios distintos a lo programado por la empresa?								
LOCALIZACIÓN									
25	¿Considera que la situación actual de la empresa cuenta con las condiciones para competir con sus competidores?								
26	¿La ubicación de la empresa está en un lugar estratégico?								
27	¿La empresa atiende en horarios nocturnos limitando hasta la media noche?								
28	¿El local de la empresa se ubica en un punto comercial?								

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "El Ciclo Deming y la Competitividad de la Empresa Asencios, Ventanilla, 2018"		Apellidos y nombres del investigador: Machuca Avedano Ida Liz		Apellidos y nombres del experto: <i>Hg. Solchit G. Romales Dominguez</i>		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO	
					SI CUMPLE	NO CUMPLE
PLANEAR		Programar: Estructurar Diseñar Organizar	¿Considera usted que la empresa Asencios programa con anticipación sus actividades?			
			¿Considera usted que se estructuran las actividades estratégicas para las fechas festivas en la empresa ?			
			¿El diseño de las ventas con oferta se realizan mensualmente?			
			¿Usted participó de las actividades organizadas para los ornamentos de los clientes?			
HACER		Procedimiento Instruir Implementar Desarrollar Comprobar	¿Los procedimientos de atención son inmediatos y oportunos?			
			¿El personal de la empresa está instruido adecuadamente para su atención?			
			¿Las mejoras implementadas en la empresa fueron favorables para su comodidad?			
			¿El aumento de personal para la atención aporta la atención eficiente?			
VERIFICAR		Examinar Revisar Observar Desempeñar	¿En sus visitas al establecimiento usted comprobó la atención esmerada?			
			¿La calidad de los productos adquiridos por usted son examinados por su persona?			
			¿El personal revisa y otorga conformidad del producto y servicio solicitado?			
			¿El personal observa y comprueba la calidad el producto al momento de la entrega?			
ACTUAR		Intervenir Proceder Elaborar Capacidad	¿Considera usted que el desempeño del personal es favorable al cliente?			
			¿El personal que interviene en algún requerimiento satisface inmediatamente?			
			¿El colaborador procede con eficiencia la entrega de sus pedidos?			
			¿Los productos elaborados por la empresa brindan su aceptación?			
PRODUCTIVIDAD		Rendimiento Eficiencia Tiempo Bienes	¿Cree usted que tiene la capacidad para atender sus pedidos?			
			¿Considera usted que el personal se esfuerza para darle una atención esmerada?			
			¿Los productos que ofrece la empresa son atendidos con eficiencia?			
			¿La atención al público es oportuna?			
EMPRESA		Operación Condición Servicios Situación	¿La empresa elabora productos con insumos garantizados?			
			¿La empresa desarrolla la atención operativa al público con prontitud?			
			¿La empresa tiene una situación favorable y flexible a tu necesidades?			
			¿La empresa presta servicios al cliente en horarios distintos a lo programado por la empresa?			
LOCALIZACIÓN		Ubicación Delimitación Punto	¿Considera que la situación actual de la empresa cuenta con las condiciones para con sus competidores?			
			¿La ubicación de la empresa está en un lugar estratégico?			
			¿La empresa atiende en horarios nocturnos limitando hasta la media noche?			
			¿El local de la empresa se ubica en un punto comercial?			
Firma del experto						
Fecha		4/12/18				

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

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN: "El Ciclo Deming y la Competitividad de la Empresa Asencios, Ventanilla, 2018"		APellidos y nombres del investigador: Machuca Aveniño Iida Liz		APellidos y nombres del experto: <u>Dr. COSOLUA CASTILLO PEDRO</u>			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM (PREGUNTA)	ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO		
					SI CUMPLE	NO CUMPLE	
CICLO DEMING	PLANEAR	Programar	¿Considera usted que la empresa Asencios programa con anticipación sus actividades?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Estructurar	¿Considera usted que se estructuran las actividades estratégicas para las fechas festivas en la empresa?				
		Diseñar	¿El diseño de las ventas con oferta se realizan mensualmente?				
	HACER	Organizar	¿Usted participó de las actividades organizadas para los onomásticos de los clientes?				
		Procedimiento	¿Los procedimientos de atención son inmediatos y oportunos?				
		Instruir	¿El personal de la empresa está instruido adecuadamente para su atención?				
		Implementar	¿Las mejoras implementadas en la empresa fueron favorables para su comodidad?				
	VERIFICAR	Desarrollo	¿El aumento de personal para la atención aporta la atención eficiente?				
		Comprobar	¿En sus visitas al establecimiento usted comprobó la atención esmerada?				
		Examinar	¿La calidad de los productos adquiridos por usted son examinados por su persona?				
ACTUAR	Revisar	¿El personal revisa y otorga conformidad del producto y servicio solicitado?					
	Observar	¿El personal observa y comprueba la calidad el producto al momento de la entrega?					
	Desempeñar	¿Considera usted que el desempeño del personal es favorable al cliente?					
COMPETITIVIDAD	PRODUCTIVIDAD	Intervenir	¿El personal que interviene en algún requerimiento satisface inmediatamente?				
		Proceder	¿El colaborador procede con eficiencia la entrega de sus pedidos?				
		Elaborar	¿Los productos elaborados por la empresa brindan su aceptación?				
	EMPRESA	Capacidad	¿Cree usted que tiene la capacidad para atender sus pedidos?				
		Rendimiento	¿Considera usted que el personal se esfuerza para darle una atención esmerada?				
		Eficiencia	¿Los productos que ofrece la empresa son atendidos con eficiencia?				
		Tiempo	¿La atención al público es oportuna?				
	LOCALIZACIÓN	Bienes	¿La empresa elabora productos con insumos garantizados?				
		Operación	¿La empresa desarrolla la atención operativa al público con prontitud?				
		Condición	¿La empresa tiene una situación favorable y flexible a tu necesidades?				
Firma del experto		Fecha <u>26/11/18</u>					

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

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "El Ciclo Deming y la Competitividad de la Empresa Asencios, Ventanilla, 2018"		Apellidos y nombres del investigador: Machuca Avendaño Lidia Liz		Apellidos y nombres del experto: Dr. ALVA ARCE, Rosal Cejar		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO	
			ASPECTO POR EVALUAR		SI CUMPLE	NO CUMPLE
CICLO DEMING	PLANEAR	Programar	¿Considera usted que la empresa Asencios programa con anticipación sus actividades?		/	
		Estructurar	¿Considera usted que se estructuran las actividades estratégicas para las fechas festivas en la empresa ?		/	
	HACER	Diseñar	¿El diseño de las ventas con oferta se realizan mensualmente?		/	
		Organizar	¿Usted participó de las actividades organizadas para los onomásticos de los clientes?		/	
		Procedimiento	¿Los procedimientos de atención son inmediatos y oportunos?		/	
		Instruir	¿El personal de la empresa está instruido adecuadamente para su atención?		/	
		Implementar	¿Las mejoras implementadas en la empresa fueron favorables para su comodidad?		/	
		Desarrollo	¿El aumento de personal para la atención aporta la atención eficiente?		/	
	VERIFICAR	Comprobar	¿En sus visitas al establecimiento usted comprobó la atención esmerada?		/	
		Examinar	¿La calidad de los productos adquiridos por usted son examinados por su persona?		/	
Revisar		¿El personal revisa y otorga conformidad del producto y servicio solicitado?		/		
Observar		¿El personal observa y comprueba la calidad al momento de la entrega?		/		
ACTUAR	Desempeñar	¿Considera usted que el desempeño del personal es favorable al cliente?		/		
	Intervenir	¿El personal que interviene en algún requerimiento satisface inmediatamente?		/		
	Proceder	¿El colaborador procede con eficiencia la entrega de sus pedidos?		/		
	Elaborar	¿Los productos elaborados por la empresa brindan su aceptación?		/		
PRODUCTIVIDAD	Capacidad	¿Cree usted que tiene la capacidad para atender sus pedidos?		/		
	Rendimiento	¿Considera usted que el personal se esfuerza para darle una atención esmerada?		/		
	Eficiencia	¿Los productos que ofrece la empresa son atendidos con eficiencia?		/		
	Tiempo	¿La atención al público es oportuna?		/		
COMPETITIVIDAD	Bienes	¿La empresa elabora productos con insumos garantizados?		/		
	Operación	¿La empresa desarrolla la atención operativa al público con prontitud?		/		
	Condición	¿La empresa tiene una situación favorable y flexible a tu necesidades?		/		
	Servicios	¿La empresa presta servicios al cliente en horarios distintos a lo programado por la empresa?		/		
LOCALIZACIÓN	Situación	¿Considera que la situación actual de la empresa cuenta con las condiciones para con sus competidores?		/		
	Ubicación	¿La ubicación de la empresa está en un lugar estratégico?		/		
	Delimitación	¿La empresa atiende en horarios nocturnos limitando hasta la media noche?		/		
	Punto	¿El local de la empresa se ubica en un punto comercial?		/		

Firma del experto

Fecha 05/12/2018

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

Matriz de SPSS.24

Sin titulo2.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

1: P1 3

Visible: 46 de 46 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	f
1	3	5	1	5	3	3	5	3	3	5	3	3	5	5	5	
2	5	4	5	1	5	5	3	5	4	5	5	5	5	3	5	
3	5	5	4	2	5	4	5	3	5	5	5	5	4	5	4	
4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	1	5	1	3	5	5	5	5	5	1	3	5	5	5	5	
6	3	2	2	1	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
7	2	2	2	1	2	5	5	5	3	4	5	4	5	4	4	
8	5	4	5	3	5	5	5	3	5	5	4	5	5	4	5	
9	4	4	3	1	4	5	4	5	5	5	1	5	5	5	5	
10	2	4	3	1	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	
11	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	
12	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	4	4	3	4	3	
13	4	3	3	2	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	
14	5	1	1	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	
15	3	4	3	2	4	4	3	3	5	5	4	4	4	4	4	
16	4	4	5	1	4	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
17	1	1	4	1	4	4	2	3	3	5	4	3	3	3	3	
18	4	5	4	2	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
20	3	3	4	1	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	
21	5	4	5	5	4	4	3	3	5	5	4	4	5	4	5	
22	5	5	3	1	5	5	5	5	5	3	5	3	5	3	3	
23	4	3	4	3	3	4	3	5	3	5	3	3	4	3	4	

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

Sin titulo2.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	P1	Numérico	10	0	¿Considera ust...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
2	P2	Numérico	10	0	¿Considera ust...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
3	P3	Numérico	10	0	¿El diseño de L...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
4	P4	Numérico	10	0	¿Usted particip...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
5	P5	Numérico	10	0	¿Los procedimi...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
6	P6	Numérico	10	0	¿El personal de...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
7	P7	Numérico	10	0	¿Las mejoras i...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
8	P8	Numérico	10	0	¿El aumento d...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
9	P9	Numérico	10	0	¿En sus visitas...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
10	P10	Numérico	10	0	¿La calidad de ...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
11	P11	Numérico	10	0	¿El personal re...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
12	P12	Numérico	10	0	¿El personal ve...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
13	P13	Numérico	10	0	¿Considera ust...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
14	P14	Numérico	10	0	¿El personal qu...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
15	P15	Numérico	10	0	¿El colaborador...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
16	P16	Numérico	10	0	¿Los productos...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
17	P17	Numérico	10	0	¿Cree usted qu...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
18	P18	Numérico	10	0	¿Considera ust...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
19	P19	Numérico	10	0	¿Los productos...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
20	P20	Numérico	10	0	¿La atención al...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
21	P21	Numérico	10	0	¿La empresa el...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
22	P22	Numérico	10	0	¿La empresa d...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
23	P23	Numérico	10	0	¿La empresa ti...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
24	P24	Numérico	10	0	¿La empresa pr...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada
25	P25	Numérico	10	0	¿Considera ust...	{1, NUNCA}...	Ninguno	8	Centrado	Ordinal	Entrada

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

Matriz de Consistencia

CICLO DEMING Y LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA ASENCIOS, VENTANILLA, 2018								
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	MÉTODO	POBLACION, MUESTRA		
<p>GENERAL:</p> <p>¿Cómo se relaciona el ciclo Deming y la competitividad de la empresa <u>Asencios, Ventanilla, 2018?</u></p>	<p>GENERAL:</p> <p>Determinar la relación del ciclo Deming y la competitividad de la empresa <u>Asencios, Ventanilla, 2018.</u></p>	<p>GENERAL:</p> <p>El ciclo Deming se relaciona con la competitividad de la empresa <u>Asencios, Ventanilla, 2018.</u></p>	<p>VARIABLE X: CICLO DEMING</p>	<p>PLANEAR</p>	<p>Hipotético deductivo</p>	<p>Cientes de la empresa <u>Asencios, Ventanilla, 2018</u>, que son un total de 36 personas</p>		
<p>SPECIFICOS:</p> <p>a) ¿Cómo se relaciona el planear y la competitividad de la empresa <u>Asencios, Ventanilla, 2018?</u></p> <p>b) ¿Cómo se relaciona el hacer y la competitividad de la empresa <u>Asencios, Ventanilla, 2018?</u></p> <p>c) ¿Cómo se relaciona el verificar y la competitividad de la empresa <u>Asencios, Ventanilla, 2018?</u></p> <p>d) ¿Cómo se relaciona el actuar y la competitividad de la empresa <u>Asencios, Ventanilla, 2018?</u></p>	<p>ESPECIFICOS:</p> <p>a) Determinar la relación del planear y la competitividad de la empresa <u>Asencios, Ventanilla, 2018.</u></p> <p>b) Determinar la relación del hacer y la competitividad de la empresa <u>Asencios, Ventanilla, 2018.</u></p> <p>c) Determinar la relación del verificar y la competitividad de la empresa <u>Asencios, Ventanilla, 2018.</u></p> <p>d) Determinar la relación del actuar y la competitividad de la empresa <u>Asencios, Ventanilla, 2018.</u></p>	<p>ESPECIFICOS:</p> <p>a) El planear se relaciona con la competitividad de la empresa <u>Asencios, Ventanilla, 2018.</u></p> <p>b) El hacer se relaciona con la competitividad de la empresa <u>Asencios, Ventanilla, 2018.</u></p> <p>c) El verificar se relaciona con la competitividad de la empresa <u>Asencios, Ventanilla, 2018.</u></p> <p>d) El actuar se relaciona con la competitividad de la empresa <u>Asencios, Ventanilla, 2018.</u></p>		<p>HACER</p>	<p>NIVEL</p>		<p>Aplicada</p>	
					<p>VERIFICAR</p>			<p>ENFOQUE</p>
					<p>ACTUAR</p>			<p>Cuantitativo</p> <p>DISEÑO</p>
<p>VARIABLE Y: COMPETITIVIDAD</p>	<p>PRODUCTIVIDAD</p>	<p>EMPRESA</p>	<p>LOCALIZACION</p>	<p>No experimental de cortes transversales.</p>	<p>TECNICAS</p>			
					<p>Encuesta con escala tipo Likert</p>			
					<p>INSTRUMENTOS</p>			
						<p>Cuestionario</p>		

Fuente: Elaboración propia

Yo, Arce Alvarez, Edwin, docente de la Facultad Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, Lima Norte (precisar filial o sede), revisor(a) de la tesis titulada

“EL CICLO DEMING Y LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA ASENCIOS, VENTANILLA, 2018”

del (de la) estudiante Machuca Avendaño Ida Liz, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 24 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lima, 28 de noviembre del 2018



Dr. ARCE ALVAREZ, EDWIN

DNI: 46212314

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------