

UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO
ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN
CON MENCIÓN EN GERENCIA EMPRESARIAL



TESIS

**Gestión de calidad y su relación con la competitividad en
Mypes del sector agroindustrial de la provincia de
Lambayeque – 2021.**

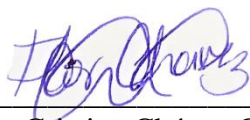
Presentada para obtener el Grado Académico de
Maestra en Administración con mención en Gerencia Empresarial

Autora:
Lic. Flor Cristina Chávez Centeno

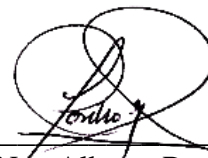
Asesor:
Mg. Noe Alberto Rosillo Alberca

Lambayeque, 2023

“Gestión de calidad y su relación con la competitividad en MYPES del sector agroindustrial de la provincia de Lambayeque - 2021”.



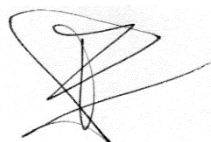
Lic. Flor Cristina Chávez Centeno
Autor



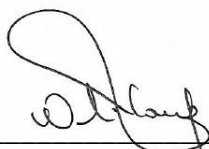
Mg. Noe Alberto Rosillo Alberca
Asesor

Tesis presentada a la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo para optar el Grado Académico de: **MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN CON MENCIÓN EN GERENCIA EMPRESARIAL.**

Aprobado por:



Dr. Luis Fernando Campos Contreras
Presidente del jurado



Dr. Carlos Alberto Olivos Campos
Secretario del jurado



Dr. Jorge Atoche Pacherras
Vocal del jurado

Lambayeque, 2023

Acta de sustentación (copia)

 UNPRG UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO	ESCUELA DE POSGRADO <i>Dr. Dr. Juan Felipe Rodríguez</i>	Versión:	01
		Fecha de Aprobación	30-03-2023
UNIDAD DE INVESTIGACION	FORMATO DE ACTA DE SUSTENTACIÓN VIRTUAL DE TESIS	Pág. 1 de 2	

ACTA DE SUSTENTACIÓN VIRTUAL DE TESIS

Siendo las 10.00 a.m. del martes 18 de abril de 2023, se dio inicio a la Sustentación Virtual de Tesis soportado por el sistema Google Meet, preparado y controlado por la Unidad de Tele Educación de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo de Lambayeque, con la participación en la Video Conferencia de los miembros del Jurado, nombrados con Resolución N° 805-2022-EPG, de fecha 27 de julio de 2022, conformado por:

Dr. LUIS FERNANDO CAMPOS CONTRERAS
 Dr. CARLOS ALBERTO OLIVOS CAMPOS
 Dr. JORGE HERNAN ATOCHE PACHERRES
 Mg. NOE ALBERCA ROSILLO ALBERCA

Presidente
 Secretario
 Vocal
 Asesor

Para evaluar el informe de tesis de la Tesista FLOR CRISTINA CHAVEZ CENTENO, candidata a optar el grado académico de *MAESTRA EN ADMINISTRACION CON MENCION EN GERENCIA EMPRESARIAL*, con la tesis titulada *"GESTIÓN DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EN MYPES DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL DE LA PROVINCIA DE LAMBAYEQUE - 2021."*

El Sr. Presidente, después de transmitir el saludo a todos los participantes en la Video Conferencia de la Sustentación Virtual ordenó la lectura de la Resolución N° 353-2023-EPG de fecha 14 de abril de 2023, que autoriza la Sustentación Virtual del Informe de tesis correspondiente, luego de lo cual autorizó a la candidata a efectuar la Sustentación Virtual, otorgándole 20 minutos de tiempo y autorizando también compartir su pantalla.

Culminada la exposición de la candidata, se procedió a la intervención de los miembros del jurado, exponiendo sus opiniones y observaciones correspondientes, posteriormente se realizaron las preguntas a la candidata.

Culminadas las preguntas y respuestas, el Sr. Presidente, autorizó el pase de los miembros del Jurado a la sala de video conferencia reservada para el debate sobre la Sustentación Virtual del Informe de tesis realizada por la candidata, evaluando en base a la rúbrica de

Formato : Físico/Digital	Ubicación : UI- EPG - UNPRG	Actualización:
--------------------------	-----------------------------	----------------

 UNPRG <small>UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO</small>	ESCUELA DE POSGRADO <i>Dr. Juan Carlos Rodríguez</i>	Versión:	01
		Fecha de Aprobación	30-03-2023
UNIDAD DE INVESTIGACION	FORMATO DE ACTA DE SUSTENTACIÓN VIRTUAL DE TESIS	Pág. 2 de 2	

sustentación y determinando el resultado total de la tesis con DIECISEIS puntos, equivalente a BUENO, quedando la candidata apta para optar el Grado académico de **MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN CON MENCIÓN EN GERENCIA EMPRESARIAL**.

Se retornó a la Video Conferencia de Sustentación Virtual, se dio a conocer el resultado, dando lectura del acta y se culminó con los actos finales en la Video Conferencia de Sustentación Virtual.

Siendo las 11.10 a.m. se dio por concluido el acto de Sustentación Virtual.



Dr. LUIS FERNANDO CAMPOS CONTRERAS
PRESIDENTE



Dr. CARLOS ALBERTO OLIVOS CAMPOS
SECRETARIO



Dr. JORGE HERNAN ATOCHE PACHERRES
VOCAL

Dr. NOE ALBERTO ROSILLO ALBERCA
ASESOR

Formato : FísicoDigital	Ubicación : UI-EPG - UNPRG	Actualización:
-------------------------	----------------------------	----------------


Declaración jurada de originalidad

Yo, Lic. Flor Cristina Chávez Centeno investigador principal, Noe Alberto Rosillo Alberca asesor del trabajo de investigación “GESTIÓN DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EN MYPES DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL DE LA PROVINCIA DE LAMBAYEQUE - 2021”, declaramos bajo juramento que este trabajo no ha sido plagiado, ni contiene datos falsos. En caso se demostrara lo contrario, asumo responsablemente la anulación de este informe y por ende el proceso administrativo a que hubiere lugar. Que puede conducir a la anulación del título o grado emitido como consecuencia de este informe.

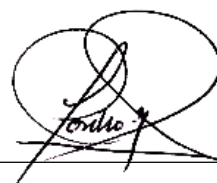
Lambayeque, 12 de diciembre del 2022

Nombre de la investigadora: Lic. Flor Cristina Chávez Centeno

Nombre del asesor: Mg. Noe Alberto Rosillo Alberca



FIRMA-TESISTA



FIRMA-ASESOR

Dedicatoria

Dedico esta tesis a las personas más importantes en mi vida: Mis padres, mis hermanos y mi pequeño hijo, que siempre me brindaron un apoyo incondicional, comprensión y lealtad; influyendo en mí, para lograr mi propósito y metas en la vida.

Chávez Centeno, Flor Cristina

Agradecimiento

Es para mí, un gran anhelo el poder culminar esta investigación que nació de la situación actual del país, siendo beneficioso y orientado a las MYPES que hoy en día han logrado grandes desafíos para competir en el mercado internacional.

Agradezco a cada uno de los docentes de Tesis, que nos brindaron su tiempo y ayuda en la realización de este trabajo.

Agradezco también a aquellas personas y empresarios que nos han prestado su apoyo para la correcta aplicación de mi tema.

Índice General

Acta de sustentación (copia)	iii
Declaración jurada de originalidad	v
Dedicatoria	vi
Agradecimiento.....	vii
Índice General	viii
Índice de Tablas	x
Índice de Figuras	xii
Índice de Anexos	xii
Resumen	xiii
Abstract	xiv
Introducción	15
Capítulo I. Diseño Teórico	16
1.1. Antecedentes de la Investigación.....	16
1.2. Base Teórica	19
1.3. Definiciones Conceptuales	24
1.4. Operacionalización de Variables.....	26
1.5. Hipótesis	27
Capítulo II. Métodos y Materiales	28
2.1. Tipo de Investigación.....	28
2.2. Método de Investigación.....	28
2.3. Diseño de Contrastación	28
2.4. Población, Muestra y Muestreo	29
2.5. Técnicas, Instrumentos, Equipos y Materiales de Recolección de Datos	30
2.6. Procesamiento y Análisis de Datos	31
Capítulo III. Resultados y Discusión	32
3.1. Análisis e Interpretación de Resultados	32
3.2.- Resultados de objetivos según estadística inferencial.....	34
3.3.- Presentación de los resultados de la variable gestión de la calidad	36

3.4.- Presentación de los resultados de la variable competitividad.	45
3.5.- Discusión.	57
Capítulo IV. ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL DE LA PROVINCIA DE LAMBAYEQUE	61
Conclusiones.....	65
Recomendaciones.....	66
Referencias Bibliográficas.....	67
Anexos.....	70

Índice de Tablas

Tabla 1: Alfa de Cronbach de las variables Gestión de la Calidad y Competitividad	32
Tabla 2: Prueba de normalidad.	33
Tabla 3: Correlación de la gestión de la calidad y la competitividad.	34
Tabla 4: Nivel de gestión de la calidad.	34
Tabla 5: Nivel de Competitividad.	35
Tabla 6: La organización atiende y satisface las necesidades del cliente.	36
Tabla 7: Establecen esquemas sistémicos para comunicar las necesidades y expectativas del cliente.	36
Tabla 8: La organización mide frecuentemente las necesidades del cliente y toma acciones respectivas en base a sus análisis documentados.	37
Tabla 9: Utilizan y promueven el uso de herramientas, sistemas y metodologías para la solución de problemas, mejora continua e innovación.	37
Tabla 10: Promueven y desarrollan los pilares de la cultura organizacional.	38
Tabla 11: Reconocen el esfuerzo y logros de todos los miembros de la organización.	38
Tabla 12: El personal tiene participación activa en la toma de decisiones de la empresa.	39
Tabla 13: Realizan el seguimiento continuo del desempeño del personal en la empresa.	39
Tabla 14: Realizan el seguimiento de los procesos de calidad.	40
Tabla 15: Establecen las funciones e indicadores de desempeño para cada proceso.	40
Tabla 16: Realizan evaluaciones periódicas del sistema de calidad.	41
Tabla 17: El sistema de calidad compara el producto ofrecido con las necesidades del cliente a fin de proponer mejoras o rediseños.	41
Tabla 18: Mejoran continuamente la eficiencia del sistema de calidad en la organización.	42
Tabla 19: Realizan capacitaciones al personal de llevar a cabo técnicas y herramientas de mejora continua en los productos, procesos y sistemas.	42
Tabla 20: Utilizan sistemas de datos e información confiable y actualizada para la toma de decisiones.	43
Tabla 21: Realizan alianzas y acuerdos de largo plazo con los proveedores.	43
Tabla 22: Realizan auditoría a sus proveedores.	44
Tabla 23: Establecen políticas para la selección y evaluación a proveedores.	44
Tabla 24: La Mype de su sector agroindustrial promueve sus servicios por redes sociales.	45

Tabla 25: La Mype de su sector agroindustrial ofrece descuentos en los productos a los compradores.	45
Tabla 26: La Mype de su sector agroindustrial realiza programas que beneficien a los compradores frecuentes.	46
Tabla 27: El personal de la Mype de su sector agroindustrial es eficiente en el desarrollo de sus funciones.	46
Tabla 28: El personal de la Mype de su sector agroindustrial resguarda de forma permanente la satisfacción de los clientes.	47
Tabla 29: El personal de la Mype de su sector agroindustrial genera una buena percepción de la organización en el mercado.	47
Tabla 30: El servicio que brinda la Mype de su sector agroindustrial es 100% de calidad.	48
Tabla 31: La Mype de su sector agroindustrial se preocupa por los clientes posterior de haber recibido el servicio.	48
Tabla 32: Considera que la Mype de su sector agroindustrial se diferencia por la calidad de servicio.	49
Tabla 33: Los descuentos que realiza la Mype de su sector agroindustrial, la diferencia de la competencia.	49
Tabla 34: La maquinaria y equipos, la diferencia de la competencia.	50
Tabla 35: Se percibe como una Mype en el sector agroindustrial que innova para satisfacer a sus clientes.	50
Tabla 36: La Mype de su sector agroindustrial se caracteriza por la amabilidad de los colaboradores.	51
Tabla 37: La Mype de su sector agroindustrial es reconocida por tener buena imagen.	51
Tabla 38: La Mype de su sector agroindustrial cuenta con Wifi.	52
Tabla 39: Los centros de producción de la Mype de su sector agroindustrial cuentan con tecnología moderna.	52
Tabla 40: La Mype de su sector agroindustrial es competitiva gracias a la competencia.	53
Tabla 41: La Mype de su sector agroindustrial aplica estrategias de diferenciación gracias a la competencia.	53
Tabla 42: La Mype de su sector agroindustrial tiene mejores estrategias que la competencia para captar clientes.	54
Tabla 43: La Mype de su sector agroindustrial tiene mucha competencia.	54
Tabla 44: La competencia tiene más usuarios que la Mype de su sector agroindustrial.	55
Tabla 45: La Mype de su sector agroindustrial tiene buenos ingresos por los clientes que hacen efectiva su compra.	55
Tabla 46: La Mype de su sector agroindustrial tiene ventaja competitiva frente a la competencia.	56

Tabla 47: La Mype de su sector agroindustrial es percibida como la mejor de todas frente a la competencia.	
.....	56
Tabla 48: La posición actual de la Mype de su sector agroindustrial es aceptable.....	57

Índice de Figuras

Figura 1: Modelo propuesto por Michael Porter	21
--	----

Índice de Anexos

Anexo 1: Cuestionario para medir la Gestión de Calidad	70
Anexo 2: Cuestionario para medir el nivel de competitividad	71
Anexo 3: Data de los principales Mype del sector agroindustrial de la provincia de Lambayeque	72
Anexo 4: Validación de los Expertos	73

Resumen

Perú es protagonista de la mediana y pequeña empresa (MYPES) sector agroindustrial, que ha desafiado a las organizaciones en economías más sofisticadas, incluso existen dificultades en algunos indicadores de competitividad y gestión de la calidad, lo cual es un gran desafío que se manifiesta en el sector. El objetivo general de esta investigación fue Determinar la relación entre la gestión de calidad con la competitividad en MYPES del sector agroindustrial de la provincia de Lambayeque – 2021. El enfoque del estudio fue de tipo cuantitativo con un diseño no experimental de corte transversal, mientras que el tipo de estudio es correlacional - causal. La herramienta utilizada fue la encuesta y el instrumento fue un cuestionario estructurado. La población estuvo constituida por 60 MYPES del sector agroindustrial del arroz, la caña de azúcar, el limón, la naranja, la uva y la palta, dado que los clientes de las MYPES del sector representan más de 10,000 mil unidades muestrales (clientes), entonces se asume que representan una población infinita y por lo tanto si se trabaja con un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 7% la muestra estará representada por 196 encuestados del sector Agroindustrial. Los resultados del estudio de la correlación de Spearman, indican que existe una alta correlación entre las variables, a saber, gestión de calidad con un resultado de 0,995 y competitividad con un resultado de 0,998, por ello el objetivo general, dio un resultado en asociación de la gestión de calidad con la competitividad en las Mypes seleccionadas del sector agroindustrial de la provincia de Lambayeque, en un 0,997 (97%), siendo directa y significativa al nivel 0.01, entonces se confirma que los principios de gestión de la calidad total son primordiales para mejorar su competitividad.

Palabras claves: *Gestión de calidad, competitividad*

Abstract

Peru is the protagonist of the medium and small enterprise (MYPES) agro-industrial sector, which has challenged organizations in more sophisticated economies, there are even difficulties in some indicators of competitiveness and quality management, which is a great challenge that manifests itself in the sector. The general objective of this research was to determine the relationship between quality management and competitiveness in MYPES of the agro-industrial sector of the province of Lambayeque - 2021. The focus of the study was quantitative with a non-experimental cross-sectional design, while the type of study is correlational - causal. The tool used was the survey and the instrument was a structured questionnaire. The population consisted of 60 MYPES from the agro-industrial sector of rice, sugar cane, lemon, orange, grapes and avocado, given that the clients of MYPES in the sector represent more than 10,000 thousand units, then it is assumed that they represent an infinite population and therefore, if one works with a confidence level of 95% and a margin of error of 7%, the sample will be represented by 196 respondents from the agro-industrial sector. The results of the Spearman correlation study indicate that there is a high correlation between the variables, namely, Quality Management with a result of 0.995 and Competitiveness with a result of 0.998, therefore the general objective gave a result in association of quality management with competitiveness in the Mypes selected from the agro-industrial sector of the province of Lambayeque, in 0.997 (97%), being direct and significant at the 0.01 level, then it is confirmed that the principles of total quality management are essential to improve their competitiveness.

Keywords: *Quality management, competitiveness.*

Introducción

La presente investigación cuyo título es “Gestión de Calidad y su relación con la Competitividad en las Mypes del sector Agroindustrial de la provincia de Lambayeque 2021”, busca determinar de qué manera influye la Gestión de Calidad en la Competitividad de las Mypes del sector Agroindustrial local y también propone estrategias viables y factibles que contribuyan en la mejora de la competitividad de las mismas. Si bien es cierto, nuestro país (Perú), es protagonista en el sector de las medianas y pequeñas empresas (MYPES) sector agroindustrial, también es cierto que las mismas presentan algunas deficiencias en los indicadores de competitividad que no les permiten crecer en las dimensiones que los dueños (empresarios), desean. Por los estudios realizados en la Escuela de post grado de la UNPRG, en el programa de maestría en Administración con mención en Gerencia Empresarial, por los conocimientos adquiridos en los cursos de mercadotecnia e investigación de mercados y por haber trabajado cinco (5) años en el sector Agroindustrial, es que me permito realizar la presente investigación dada la problemática existente y porque estoy segura que contribuiré (en parte), en el desarrollo y crecimiento de la Pymes del sector Agroindustrial de la provincia de Lambayeque 2021. La presente investigación se desarrollará en cuatro (4) capítulos, a saber: En el capítulo N°1, se definirá el marco teórico, es decir, se determinará la problemática, el problema, los objetivos, las variables e hipótesis de investigación. En el capítulo N°2, se desarrollará el marco metodológico que permitirá conocer la forma cómo se va a desarrollar la investigación, es decir, se definirá el tipo de investigación, el método de investigación, la población, la muestra, se determinará el tamaño de la muestra, las técnicas de recopilación de la información, entre otros. En el capítulo N°3, se desarrollará el trabajo de campo y se procederá a la tabulación, análisis de los resultados y la discusión. En el capítulo N° 4 se procederá a proponer las estrategias que contribuyan a mejorar el nivel de competitividad de las Mypes del sector Agroindustrial de la provincia de Lambayeque.

Finalmente, soy consciente que la presente investigación constituye un primer esfuerzo por contribuir a mejorar la competitividad de la Mypes del sector Agroindustrial de la provincia de Lambayeque y por consiguiente es susceptible de dar inicio a posteriores investigaciones y propuestas.

Capítulo I. Diseño Teórico

1.1. Antecedentes de la Investigación

1.1.1. A Nivel Internacional

Pincay (2020), tuvo como fin analizar la atención al cliente y la gestión de calidad de las Pymes comerciales del Ecuador, a través de una revisión bibliográfica. La metodología es desarrollada según el modelo cualitativo, el método inductivo utilizado para realizar la revisión descriptiva de la literatura se realizó en dos fases, una con el propósito de encontrar fuentes primarias y la segunda para realizar analizar el contenido de la información. La fuente de información estuvo constituida por 38 artículos/artículos finalizando el estudio, seleccionando una muestra de 13 estudios que cumplieran con los criterios establecidos. Los resultados pretenden determinar las condiciones en las que operan las pequeñas y medianas empresas con relación a la gestión de la calidad del servicio al cliente, sabiendo posiblemente que en este tipo de negocios no se utilizan. El plan de gestión de la calidad y los métodos de evaluación del servicio no son confiables. Finalmente, malinterpretan el alcance y los objetivos de la gestión de la calidad. Concluyendo que la PYME es la pieza fundamental para el crecimiento económico debe ir acompañada de un proceso de formación continua para mejorar los factores internos (actitudes y conocimientos de los empleados); además de las actividades de la empresa de la calidad del servicio al cliente en la gestión de calidad, el modelo SERVQUAL es uno de los modelos más confiables para evaluar la calidad del servicio al cliente en una organización comercial.

Rojas (2020), este estudio realizado en Colombia analizó la calidad del servicio como un factor clave para el cumplimiento de la responsabilidad social en las PYMES. Este método es descriptivo, no empírico y de campo. La población es de 50 pequeñas y medianas empresas del sector logístico, cada una representada por un empleado. Los datos fueron recolectados mediante un cuestionario con alternativas estilo Likert con niveles de confianza de 0,80 y 0,82, mostrando el método de Pearson una correlación de 0,025. En otras palabras, incluso si la calidad del servicio no es óptima, aún pueden asumir su responsabilidad social. Los datos se tabulan con estadísticas descriptivas a través de un eficiente proceso de calidad del servicio. Las PYMES asumen su responsabilidad social porque brindan un servicio

eficiente para el logro de los objetivos. Se concluye que la responsabilidad social depende en muy baja medida de la calidad del servicio de las PYMES.

Ruiz (2019), la economía mundial registró su crecimiento más débil en una década, impulsada por el descenso de la demanda de petróleo y complicada aún más por los problemas mercantiles entre Estados Unidos y China. la aparición de una enfermedad causada por una variante del coronavirus, que la OMS calificó el 11 de marzo de 2020 de pandemia y las medidas adoptadas a nivel mundial para contener su propagación y evitar la pérdida de vidas. Este estudio se desarrolló ante la creciente crisis económica y sanitaria, con el fin de examinar la competitividad de las PYMES agroindustriales ecuatorianas en el mercado internacional, y mediante su aplicación el método de investigación descriptivo - análisis cuantitativo e inferencia de información y estadística, baja competitividad de las PYMES en el sector agropecuario identificado, evidenciado por la baja productividad de los factores compuestos, nulo valor agregado en la producción, limitada diversificación y baja capacidad exportadora, con lo cual se concluye que la baja competitividad de las PYMES en el sector agropecuario no es una limitante de la industria sino que los problemas estructurales impiden la creación de un entorno económico para el desarrollo sostenible, en el que se describen estrategias en las que se pueden superar los factores que limitan la competitividad de las PYMES agrícolas del Ecuador.

1.1.2. A Nivel Nacional

Ayala (2019), involucra las variables en el contexto comercial del rubro en estudio presentando el siguiente propósito: determinar el impacto de la gestión de calidad en la competitividad de las pequeñas empresas del sector comercial de abarrotes. El método fue aplicado inductivo - deductivo, estudio de correlación de nivel aplicado, diseño de estudio transversal no experimental, el cuestionario fue aplicado a un total de 291 organizaciones empresariales de abarrotes. En resumen, concluir que tienen que intentar a la idealización como el órgano rector para generar calidad en su comercio mayor a sus participantes reales y potenciales. Esta competitividad es un elemento de habituación al cambio, debido a que la permanencia de Mype en el mercado es dependiente del comprador.

Sandoval (2020), su trabajo de investigación fue desarrollada con el fin de definir la gestión de calidad total relacionada con el mejoramiento de la competitividad del sistema

administrativo en el Perú. El procedimiento usado es el procedimiento usado es el cuantitativo, a través de una encuesta semi - estructurada que abarco una muestra de 350 individuos, usando la observación y la averiguación. La disputa de resultados de la mencionado estudio establece que en el estudio de la correlación de Spearman, dio resultado a un grado de correlación positiva elevado de 0.8976, de igual manera se desplegó una investigación de correlación de Pearson en el cual se consiguió un valor de 0.895, resultados que garantiza que los principios de la administración de calidad total son de suma importancia para formar una inmejorable competitividad en el organismo administrativo, obligatorios para dar ofrecimiento de servicios y/o productos efectivos, orientados y eficientes a la competitividad del sistema de gestión, ratificando que hay presencia de una correlación significativa entre la administración de la calidad total y la mejoría de la competitividad del organismo de gestión en el Perú. Lima 2017.

Contreras (2018), la finalidad fue decidir la interacción entre la administración de la calidad y la competitividad orientada al consumidor. Es un estudio aplicado, observacional, correlativo y transversal, con método y diseño no experimental cuantitativo, técnica de encuesta y cuestionario documentado. La población es de 70 propietarios. Se concluyó que la tangibilidad (componentes) y todos los indicadores se asocian al nivel de productividad y ahí se concluyó que en la magnitud sensibilidad de la contestación hay 3 indicadores cuyo número se relaciona con la magnitud productividad (disponibilidad, velocidad de atención, flexibilidad). No se ha comunicado la interacción entre la magnitud de productividad y las medidas de funcionamiento del servicio.

1.1.3. A Nivel Local

Mundaca (2021), el análisis se fundamenta en un análisis nombrado Modelo Conceptual de Desarrollo Empresarial (MCDE) para las MYPE del territorio Lambayeque: Centro de Desarrollo Empresarial (CDE), el cual fue validado empíricamente en esta averiguación. El procedimiento deductivo se aplica en la especificación de la interacción en medio de las cambiantes del modelo conceptual, determinando la desviación de cada variable del modelo conceptual. Problema de averiguación: ¿Existe interacción en medio de las cambiantes MCGE para las MYPES en la Zona Lambayeque? ¿Está acreditado MCGE? ¿Qué conocimientos trae y qué aplicabilidad se le debería ofrecer al modelo validado para el desarrollo de la industria? ¿Qué cambiantes tecnológicas y no tecnológicas hay? Objetivo

general: Establecer la sociedad de versiones de MCGE con MYPES para la zona Lambayeque. Objetivo específico: Caracterizar cada variable del MCGE y decidir si las cambiantes de pre-experiencia y el capital social de la organización trabajan como mediadores de las cambiantes. Se aplicaron 8 encuestas y en 7 de ellas se usó estudio factorial confirmatorio. Los resultados sostienen las premisas de averiguación, ya existente una estrecha correlación en medio de las cambiantes y el grado de importancia aceptable; El estudio de elevado KMO y componente en la transición de 7 a 11 elementos muestra la alta trascendencia de la agrupación de versiones. Las premisas sobre las cambiantes medianas del modelo no se confirmaron. Los resultados presentan que el MCGE se puede validar a grado de correlación, y como sugerencias, el desarrollo de tácticas de mediación para agentes de desarrollo en la administración del entendimiento industrial; Las tácticas de desarrollo empresarial y capacitación son elaboradas por la Separación de Producción (PRODUCE) y CDE. Como aporte al entendimiento, el modelo validado dejará una perspectiva sistemática de las intervenciones y la identificación y papel de las cambiantes tecnológicas y en especial no tecnológicas en los procesos de administración del entendimiento para el desarrollo de la innovación y la competitividad de las organizaciones fundamentadas en I+D+i.

1.2. Base Teórica

1.2.1 Gestión de Calidad

Camisón, et al. (2006), Identifica un conjunto de técnicas simples, un modelo o práctica moderna de gestión, un órgano de administración con una forma de administración especial, adicionando una estrategia más sencilla y manipulable.

Dentro de las dimensiones de la gestión de calidad. Gutiérrez (2010) considera los ocho (08) principios reconocidos en la norma ISO 9000, donde a continuación se detalla cada uno de ellos:

- a) Enfoque en el cliente: las empresas tienen que dar productos y servicios basados en las necesidades y la satisfacción del comprador y enfocarse en superar sus expectativas. Por consiguiente, ya que el comprador es calificado y establece la calidad, la compañía debería mejorar, mejorar y/o repensar una y otra vez sus procesos. Si la compañía no confía en sus consumidores, va a ser víctima de una mala calidad y

no puede haber acción para revertir este caso. Se debe ponerse en la dermis del comprador y conocerlo para percibir de la calidad del producto.

- b) Liderazgo: en conjunto la organización define una estrategia hacia el incremento de ventajas competitivas sostenibles que se mantienen en el tiempo y que deberían establecer el alineamiento de intenciones y dirección para el logro de metas. Un óptimo jefe debería tener perspectiva, disciplina, pasión y conciencia, y llevar a los empleados a participar de las metas de la compañía, pudiendo de esta forma una más grande productividad y eficiencia.
- c) Participación de los empleados: los empleados deben participar en los planes y proyectos comerciales, y la organización debe crear un entorno propicio para que desarrollen su talento y dedicación para mejorar los sistemas y procesos.
- d) Enfoque basado en procesos: es muy importante centrarse en las actividades que conducen al resultado final, en lugar de solo el resultado final. Significa gestionar sistemáticamente los procesos y sus relaciones para detectar los procesos que añaden costo al producto, examinar desviaciones y no conformidades, y de esta forma brindar superiores resoluciones.
- e) Enfoque sistemático de la gestión: la gestión en las empresas debe realizarse sobre la base de que la empresa es un sistema, es decir, un grupo interconectado que ayuda a comprender más sobre los procesos y sus interacciones.
- f) Enfoque sistemático de la gestión: la gestión en las empresas debe realizarse sobre la base de que la empresa es un sistema, es decir, un grupo interconectado que ayuda a comprender más sobre los procesos y sus interacciones.
- g) Enfoque basado en la evidencia para la toma de decisiones: la evidencia como enfoque para asumir las decisiones para que otros postulados sean efectivos, se tienen que buscar elecciones objetivas, o sea, respaldadas por datos y estudio actuales y confiables, y, por consiguiente, se tomarán elecciones efectivas.

Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor: Esta es una de las primeras fases del proceso, por lo cual es fundamental tener una interacción a extenso plazo con ellos, ya que sin ellos no hay calidad, hay retrasos y no hay mejoras.

1.2.2 Competitividad

La Real Academia Española (2021) define a la competitividad como “posibilidad de competir” y “Rivalidad para conseguir un objetivo”.

El concepto de competitividad para Martínez (2007), es la capacidad de mantener o aumentar los beneficios en las condiciones de mercado prevalecientes.

Dentro de las dimensiones de la variable competitividad, se consideran según la serie de valores de Michael Porter. A continuación, se muestra una descripción de cada uno de ellos:

1. Dimensión: Cadena de valor

Según Porter (2015) La cadena de valor es una herramienta de trabajo fundamental para analizar las fuentes de ventaja competitiva, un método sistemático que permite examinar todas las actividades realizadas y sus interacciones. Además, permite a la empresa segmentar en actividades alineadas estratégicamente para comprender el comportamiento de los costos, así como las fuentes de diferenciación actuales y potenciales.

Por su parte, Kotler y Keller (2012) Definen la cadena de valor como el proceso de entrega de valor que incluye la selección, entrega (o entrega) y entrega de valor superior. La cadena de valor es una herramienta para identificar las principales actividades generadoras de valor y costos en una empresa en particular.

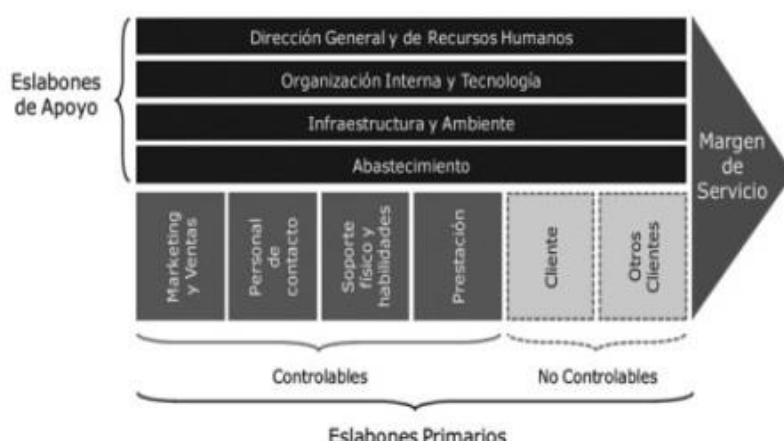


Figura 1: Modelo propuesto por Michael Porter

Eslabones primarios controlables

- Marketing y Ventas: Incluye publicidad, promoción, fuerza de ventas y merchandising, entre otras tareas. Ofrece ofertas comerciales, pero actualmente se considera el punto de partida del servicio.
- Contacto con el equipo de trabajo: Los empleados directamente involucrados en el servicio, y la interacción con el cliente, se consideran entre los factores más importantes que se deben tener en cuenta para asegurar la calidad del servicio prestado.
- Apoyo material y técnico: Está formado por todos los componentes que intervienen en la prestación de cada servicio de la empresa. Cada uno de estos factores regula a su manera la calidad de las actividades que satisfacen y manipulan a favor o en contra de la práctica prometida y prevista por el cliente.
- Servicio: Esta asociación está relacionada con el modelo Porter (servicio), en cuyo caso se refiere a que el servicio debe ser adaptado cuando corresponda, y debe ser distinguido, para aportar más valor a la experiencia.

Eslabones primarios no controlables

- Cliente: Cada cliente constituye una variable humana más y determina la calidad del servicio prestado. En este sentido, la fluidez de los diálogos creados entre el cliente, el servicio, los contactos y otros vínculos, por supuesto ayudará a la sinergia en la construcción del modo flotante deseado.
- Otros clientes: para esta asociación, el hashing debe considerarse como una clave, ya que reduciremos el potencial de interferencia, pero en un grado realmente serio.

En cuanto a los eslabones de apoyo, también realizan tareas importantes de prestación de servicios.

- Administración Pública y Recursos Humanos: La misión aboga por la gestión del factor humano, que es sentar las bases de una cultura de servicio orientada hacia una visión, entendimiento y compromiso común.
- Organización interna y tecnología: Se ocupa de dividir los departamentos de la organización y su secuencia de tareas para facilitar la prestación del servicio.

- Infraestructura y medio ambiente: Aquí otra acepción, por infraestructura y medio ambiente, se refiere al espacio físico donde ocurren los bienes o servicios en un momento de verdad entre el producto del cliente y la empresa.

- Abastecimiento: Este eslabón ha cambiado respecto al modelo anterior, ya que sigue teniendo un papel importante en la adquisición de insumos, como materias primas, servicios de formación, seguros médicos económicos, etc. Es importante brindar el servicio al nivel esperado o requerido por el target o público objetivo, lo que permitirá acceder a una cierta ventaja competitiva mediante el seguimiento de otros eslabones requeridos para el proceso, su eficacia y eficiencia.

- Margen de Servicio: Esta es la razón o motivo para ejecutar la herramienta al cambiar el flujo de valor de Porter como se mencionó anteriormente. Eslabón en esta cadena se refiere a la suma de las ventajas competitivas obtenidas al agregar enlaces pre procesados, que los clientes descubren, viven y experimentan al usar un servicio en particular. El servicio que podamos brindar, lo distinguirá de los demás, sin duda es la conexión real y las relaciones afectivas de alguna manera lo que hace que nuestros clientes no dejen de comprar o utilizar un producto o servicio.

2. Dimensión: Diferenciación

Porter (2015) Esto nos dice que una empresa puede diferenciarse de sus competidores al ofrecer algo único que será valioso para los compradores más allá de ofrecer precios bajos y aumentar la demanda diaria.

Por su parte, Kotler y Keller (2012) Nos dicen que comienza con diferenciarse realmente de las ofertas de marketing de la empresa, de una manera que agregue valor a los consumidores.

3. Dimensión: Selección de competidores

Según Porter (2015) Esto nos muestra que los buenos competidores pueden cumplir una variedad de propósitos estratégicos para mejorar la ventaja competitiva legítima de una empresa y mejorar la estructura de sus sectores industriales.

Por su parte, Kotler y Armstrong (2007) Señalaron que para elegir un competidor hay que tener en cuenta los siguientes factores:

Competidores fuertes o débiles: una empresa se puede clasificar en varios tipos de competidores. La mayoría de las empresas eligen competir con competidores más débiles

porque requieren menos recursos y menos tiempo. Sin embargo, en el proceso, la empresa ganará muy poco. Se podría argumentar que la asociación también tiene que competir con oponentes más fuertes para perfeccionar sus habilidades. De la misma manera, incluso los competidores que se consideran fuertes tienen una u otra debilidad, y el éxito frente a ellos significa mayores ganancias.

Los competidores buenos y malos: la empresa realmente necesita y prefiere a sus competidores. Tener competidores crea muchas ventajas importantes. Sin embargo, la empresa puede pensar que no todos sus competidores ofrecen una ventaja. La industria suele tener competidores "buenos" y "malos". Los buenos competidores siguen las regulaciones de la industria. A diferencia de los malos competidores que infringen las normas y tratan de comprar acciones en lugar de ganarlas, asumen grandes riesgos y sacuden la industria en general.

1.3. Definiciones Conceptuales

1.3.1 Competitividad

Es la capacidad para dar aumento u mantener su rentabilidad en las circunstancias que predominan en el mercado. (Martinez, 2007)

Gestión de la calidad: Es un grupo de técnicas básicas, un modelo o procedimiento de administración nuevo, un sistema de administración con una cierta filosofía de administración, una elección estratégica o una profesión de administración complementaria. (Camisón; Cruz & Gonzáles, 2006).

Enfoque de sistema para la gestión: Es un sistema, es decir una agrupación relacionada de forma mutua que interactúan lo dicho proporciona una comprensión más elevada de la técnica de procesos y sus interacciones. (Gutiérrez, 2010).

1.3.2 Producto

Stanton, W. J y Futrell, C, en su libro “Fundamentos de mercadotecnia”, refieren lo siguiente: El producto viene a ser el conjunto completo de beneficios que ofrece un comerciante en el mercado. Este conjunto contiene un potencial de satisfacción que se deriva en parte de las características tangibles y objetivas del producto. Por tanto, las características

físicas de un producto suministran cierta satisfacción que los compradores esperan obtener mediante el intercambio.

Kotler. P, en su libro “Mercadotecnia”, refiere lo siguiente: El producto incluye todas las actividades que realiza un especialista de mercadotecnia para comunicar satisfacción desde el reconocimiento inicial de una necesidad del mercado hasta la evaluación final del producto por parte de los consumidores. El mercadólogo debe reconocer y satisfacer todos los pasos del proceso de intercambio.

Además, refiere, que cualquier producto reúne tres características: Genérico. Físico y Psicológico.

- a. El Producto Genérico. Se refiere al tipo básico de producto y a la función primaria que cumple. Por ejemplo: El arroz es un alimento conocido que sirve para el consumo humano.
- b. El Producto Físico. Se refiere al objeto en sí. Por ejemplo: Se considera el arroz como una porción humeante de masa hecha a base de arroz. Al Mercadólogo le interesa el producto físico en el sentido que entiende que el diseño del producto es de vital importancia para la percepción del mismo.
- c. El Producto Psicológico. Es el producto acompañado de una gama de servicios, presentación, garantía, etc., que permiten aumentar su atractivo. Por ejemplo: La porción de arroz puede ser vendido en un Restaurante de 5 Tenedores, con Cheff expertos y una excelente atención al público.

IPM. (2006). Instituto Peruano de Marketing, en su libro ¿Cómo aplicar el Marketing en el Perú?, refiere lo siguiente: El Producto es la base de todo negocio. Una compañía aspira a hacer un producto u ofrecimiento mejor y diferente, de manera tal que el mercado objetivo lo prefiera e incluso pague un precio superior. El producto difiere en el grado hasta el cual se pueden diferenciar. Existe una frase que dice: “Si quieres llegar al éxito, haz algo diferente”

1.3.3 Productividad

Lovelock. C y Wirtz. J. (2015), en su libro “Marketing de servicios: personal, tecnología y estrategia”, refieren lo siguiente: La productividad mide la cantidad de resultado producido en relación con la cantidad de insumo utilizado. Por lo tanto, para mejorar la productividad

es necesario incrementar la tasa de productos con respecto a los insumos. El aumento de esta tasa podría lograrse disminuyendo los recursos necesarios para crear un volumen dado de producto o aumentando el producto obtenido de un nivel dado de insumos.

1.3.4 Percepción

Opinión o sentimiento particular respecto de “algo específico” en relación con la experiencia personal en momentos determinados.

1.3.5 Servicio

Pretell. G. (2016), en su libro “Marketing una herramienta para el crecimiento”, refiere lo siguiente: Los servicios o productos intangibles son adquiridos para lograr una satisfacción especial no pudiéndose coger, oler, transportar, almacenar, ya que no son físicos. La mujer que ingresa a una sala de belleza en busca de un corte de cabello, experimenta la satisfacción de haber mejorado su apariencia física, lo que la hace sentir mejor.

1.4. Operacionalización de Variables

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores
Gestión de Calidad (Variable independiente)	Es un grupo de técnicas básicas, un modelo o procedimiento de administración nuevo, un sistema de administración con una cierta filosofía de administración, una elección estratégica o una profesión de administración complementaria.	1. Enfoque al cliente.	Atención al cliente
			Comunicación al cliente
			Importancia al cliente
		2. Liderazgo	Nivel de pertinencia
			Solución de problemas
			Toma de decisiones
		3. Participación del personal	Nivel de involucramiento
			Nivel de participación
			Reconocimientos
		4. Mejora continua	Evaluaciones periódicas
			Capacitaciones
			Uso de herramientas de mejora

Competitividad Laboral (Variable dependiente)	Es la capacidad para dar aumento u mantener su rentabilidad en las circunstancias que predominan en el mercado.	1. Cadena de valor	Nivel de los descuentos
			Nivel de innovación
			Nivel de percepción de los clientes
		2. Diferenciación	Nivel de diferenciación
			Imagen
			Amabilidad con los clientes
		3. Selección de competidores	Nivel de competencia
			Nivel de ingresos
			Nivel de aceptación

Nota: Cuadro elaborado por la Tesista.

1.5. Hipótesis

“El nivel de influencia entre la Gestión de Calidad y la competitividad en las Mypes del sector Agroindustrial de la provincia de Lambayeque – 2021, es directa y significativa”

Capítulo II. Métodos y Materiales

2.1. Tipo de Investigación

El enfoque de la investigación es cuantitativo. Según Hernández, Fernández & Baptista. (2014), define el enfoque de tipo cuantitativo porque trata de medir las características de los datos seleccionados que involucra desarrollar un marco referencial de las variables para tener conocimiento del ámbito de los términos que son medidos.

El tipo de estudio es correlacional, porque utiliza recursos estadísticos para medir la relación entre las variables del estudio buscando nivel de significancia. El diseño es no experimental de corte transversal ya que son estudios que se realizan sin la manipulación de las variables, sino que solo se observan situaciones ya existentes para ser analizados; y transversal porque dicho instrumento se tomará en un solo momento del tiempo.

2.2. Método de Investigación

Los métodos de investigación deben ser eficientes y concretos para obtener resultados adecuados y el análisis de la formulación del problema, por lo tanto, será **deductivo**, debido a que este método desarrolla el razonamiento a partir de hechos concretos y generales hasta llegar a particularidades relacionadas a los hechos que ocurren en una organización, en este caso se parte del hecho general de la MYPES Agroindustrial y se llega hasta la desagregación para entender los niveles de calidad y de competitividad.

2.3. Diseño de Contrastación

El diseño de la investigación fue un diseño descriptivo y correlacional. El estudio tiene un diseño descriptivo porque los datos se recopilan solo de la realidad natural en la que existe la entidad observada, sin cambiar la realidad natural en la forma en que se representa realmente la entidad observada. Esto no es empírico, ya que no manipulamos deliberadamente las variables de competitividad y control de calidad. La investigación es relevante porque tiene como objetivo mostrar o probar las relaciones entre las variables o los resultados de las variables. De manera que se confronta la relación entre una variable y la

otra, sin entrar en los detalles de la causalidad. De manera que la correlación examina las correlaciones, más no las relaciones causales (Pino, 2007).

2.4. Población, Muestra y Muestreo

2.4.1 Población

La población está constituida por todos los clientes de las diferentes MYPES del sector Agroindustrial de la provincia de Lambayeque. Dado que, la cantidad de clientes supera el número de 10,000 elementos, entonces el tipo de población es infinita.

2.4.2 Muestra

La muestra está constituida por todos los clientes de las MYPES del sector Agroindustrial del arroz, la caña de azúcar, el limón, la naranja, la uva y la palta de la provincia de Lambayeque.

2.4.3 Muestreo

El tamaño de la muestra se alcanzó por muestreo probabilístico, utilizando la siguiente formula estadística para la población infinita:

$$n = \frac{Z^2 (p) (q)}{e^2}$$

Donde:

Z = nivel de confianza (95%)

E = error (7%)

p = probabilidad de éxito

q = probabilidad de fracaso

Entonces, desarrollando la formula tenemos que:

$$n = 196$$

2.5. Técnicas, Instrumentos, Equipos y Materiales de Recolección de Datos

2.5.1 Técnica

La técnica utilizada fue la encuesta. El método utilizado en la construcción de un conjunto de preguntas o ítems relacionados con las variables de estudio y sus indicadores. Una pregunta y respuesta se define como un método de investigación que tiene como objetivo realizar la indagación, la exploración y la recopilación de datos a través de preguntas directas o indirectas para estudiar un tema o unidad de análisis.

2.5.2 Instrumentos

Un cuestionario estructurado sirvió como medio. El formato se desarrolló claramente de acuerdo con el método de investigación. Su utilidad contribuyó a la recogida de datos de cada una de las unidades analíticas que componen la muestra de estudio. Por lo tanto, los cuestionarios estructurados son la herramienta más utilizada para el estudio de un gran número de personas, con respuestas directas a través de cuestionarios entregados a cada ítem de la muestra, y las preguntas son avanzadas y se requiere la confirmación de un experto (Ángeles, 2005).

Cuadro N° 1.- Métodos, técnicas y uso de software de tratamiento y análisis de datos.

Recolección de datos		Análisis de datos	
Técnica	Instrumento	Técnica	Instrumento
1) Encuesta	1) Cuestionario estructurado	1) Exploración de datos	1) Tablas de contingencia SPSS
2) Análisis Documental	2) Fichas de trabajo	2) Contraste de hipótesis	2) Libros. Tesis. Revistas especializadas. Artículos científicos.

Fuente: Cuadro elaborado por la Tesista.

2.6. Procesamiento y Análisis de Datos

Con el apoyo del software estadístico SPSS versión 23.0, a continuación, se realizará el procesamiento de datos y el análisis estadístico relacionado con la clasificación, disposición, codificación, tabulación y presentación de datos, tablas y figuras.

Confiabilidad. Para determinar si la herramienta aplicada es confiable, se realizó una prueba piloto a 30 empresarios de la provincia de Lambayeque, la prueba se aplicó de manera práctica y directa, luego se procesó la información. La razón para determinar la confiabilidad es entonces con el coeficiente de consistencia, expresión alfa interna de Cronbach:

Donde:

α es el coeficiente alfa de Cronbach,

S_j^2 : es la varianza del puntaje del j-ésimo ítem,

S^2 : es la varianza del puntaje total del instrumento,

m : es el número de ítems

Capítulo III. Resultados y Discusión

En este capítulo se podrán apreciar todos los resultados luego de haber aplicado las herramientas de recolección a las Mypes seleccionadas del sector agroindustrial de la provincia de Lambayeque.

3.1. Análisis e Interpretación de Resultados

3.1.1.- Confiabilidad de los instrumentos de acuerdo a las variables.

Para verificar que los instrumentos utilizados fueron altamente confiables, se utilizó el programa estadístico SPSS, con el propósito de determinar el rango de confiabilidad a través del Alfa de Cronbach a la muestra establecida, los resultados acerca de la confiabilidad para cada variable fueron los siguientes, tal como denota la Tabla 1.

Tabla 1: Alfa de Cronbach de las variables Gestión de la Calidad y Competitividad

Variables	Alfa de Cronbach	N de elementos
Gestión de la calidad	,995	18
Competitividad	,998	25

Nota. Información obtenida por IBM SPSS Statistics 25.

Los valores que más se acerquen al valor de 1, en relación al coeficiente de Cronbach, demostrará una mayor fiabilidad. Tomando en consideración el valor de las variables, se concluyó que los instrumentos tuvieron un alto grado de confiabilidad.

3.1.2.- Resultados de objetivos según estadística inferencial.

Con la finalidad de llevar a cabo los resultados inferenciales, se consideró necesario aplicar la prueba de la normalidad, en un primer momento, lo cual sirvió para determinar la prueba estadística indicada para analizar las influencias correspondientes, considerando los datos recogidos de los instrumentos utilizados.

Ho: Existe influencia significativa entre la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector Agroindustrial de la provincia de Lambayeque 2021.

Ha: No existe influencia significativa entre la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector Agroindustrial de la provincia de Lambayeque 2021.

Tabla 2: Prueba de normalidad.

Kolmogorov-Smirnova			
	Estadístico	Gl	Sig.
Gestión de la calidad	,249	196	,000
Competitividad	,320	196	,000

Nota. Información obtenida por IBM SPSS Statistics 25.

Criterio para evaluar: Dado el valor de Sig menor a 0.05, se infiere que no existe distribución normal, caso contrario si el valor Sig hubiera sido mayor a 0.05, existiera distribución normal.

De acuerdo a lo indicado en la Tabla 2, se consideró usar Kolmogorov-Smirnova debido a que la muestra es mayor a 50 individuos, reflejando un Sig inferior a 0.05 en ambas variables, denotando que esta información resultante del estudio no se llega a distribuir sobre la curvatura de la normalidad, por ende, se confiere a las influencias se determinen bajo una evaluación no paramétrica, siendo Rho de Spearman, la prueba correcta para analizar los hallazgos inferenciales planteados en cada objetivo del estudio.

1.3.3.- Contrastación de hipótesis

“El nivel de influencia de la gestión de la calidad en la competitividad de las Mypes seleccionadas del sector agroindustrial de la provincia de Lambayeque año 2021, es directa y significativa”

Tabla 3: Correlación de la gestión de la calidad y la competitividad.

		Gestión de la calidad		Competitividad
Rho de Spearman	Gestión de la calidad	Coefficiente de correlación	1,000	,818**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	196	196
	Competitividad	Coefficiente de correlación	,818**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	196	196

Nota. Información obtenida por IBM SPSS Statistics 25.

En la tabla 3, se halló un factor Sig. (bilateral) $0.000 < 0.05$, indicando que el nivel de influencia de la gestión de la calidad en la competitividad de las Mypes seleccionadas del sector agroindustrial de la provincia de Lambayeque año 2021, es significativa.

3.2.- Resultados de objetivos según estadística inferencial

3.2.1.- Hipótesis específica N° 1.

El nivel de la gestión de la calidad de las Mypes del sector agroindustrial de la provincia de Lambayeque año 2021, es moderado.

Tabla 4: Nivel de gestión de la calidad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	96	49,0	49,0	49,0
Medio	89	45,4	45,4	94,4
Alto	11	5,6	5,6	100,0
Total	196	100,0	100,0	

Nota. Información obtenida por IBM SPSS Statistics 25.

Como se aprecia en la tabla 4, el 49% del total de la muestra encuestada indicaron que el nivel de gestión de calidad es bajo, un 45,4% denotaron que dicho nivel es medio, mientras que el 5,6% respondió que el nivel es alto. Entonces, si juntamos los resultados de las alternativas “Medio” (45.4%) y “Alto” (5.6%), entonces podemos concluir que el nivel de gestión de la calidad en las Mypes del sector Agroindustrial de la provincia de Lambayeque es moderado (51,0%).

3.2.2.- Hipótesis específica N° 2.

El nivel de competitividad de las Mypes del sector agroindustrial de la provincia de Lambayeque año 2021, es bajo.

Tabla 5: Nivel de Competitividad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	119	60,7	60,7	60,7
Medio	67	34,2	34,2	94,9
Alto	10	5,1	5,1	100,0
Total	196	100,0	100,0	

Nota. Información obtenida por IBM SPSS Statistics 25.

Como se aprecia en la tabla 5, el 60,7% del total de la muestra encuestada indicaron que el nivel de competitividades bajo, un 34,2% denotaron que dicho nivel es medio, mientras que el 5,1% respondió que el nivel es alto. Entonces, si juntamos los resultados de las alternativas “Medio” (34,2%) y “Bajo” (60,7%), entonces podemos concluir que el nivel de competitividad de las Mypes del sector Agroindustrial de la provincia de Lambayeque es bajo (94,9%).

3.2.3.- Hipótesis específica N° 3.

El nivel de influencia de la gestión de calidad en la competitividad de las Mypes del sector agroindustrial de la provincia de Lambayeque año 2021, es significativo.

En relación a los hallazgos que se obtuvieron durante el procedimiento estadístico de la tabla 3, se evidenció un factor correlacional Rho Spearman de 0.818, valor que oscila entre 0.80 y 1.00, indicando que hay una correspondencia muy buena entre ambas variables. Además, el nivel de influencia de la gestión de la calidad en la competitividad de las Mypes del sector agroindustrial de la provincia de Lambayeque año 2021, es significativa.

3.2.4.- Hipótesis específica N° 4.

Las estrategias propuestas contribuyen a mejorar la competitividad de las Mypes del sector agroindustrial de la provincia de Lambayeque año 2021.

3.3.- Presentación de los resultados de la variable gestión de la calidad

Tabla 6: La organización atiende y satisface las necesidades del cliente.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
En desacuerdo	10	5,1	5,1	5,1
Ni de acuerdo ni desacuerdo	110	56,1	56,1	61,2
De acuerdo	67	34,2	34,2	95,4
Totalmente de acuerdo	9	4,6	4,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 6 indica que, del total de la muestra encuestada, el 56,1% expresa que no está de acuerdo ni desacuerdo, seguido de un 34,2% que denota de acuerdo, por otro lado, el 5,1% dice estar en desacuerdo y por último un 4,6% afirma estar totalmente de acuerdo que la organización atiende y satisface las necesidades del cliente.

Tabla 7: Establecen esquemas sistémicos para comunicar las necesidades y expectativas del cliente.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
En desacuerdo	10	5,1	5,1	5,1
Ni de acuerdo ni desacuerdo	110	56,1	56,1	61,2
De acuerdo	67	34,2	34,2	95,4
Totalmente de acuerdo	9	4,6	4,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 7 indica que, del total de la muestra encuestada, el 56,1% expresa que no está de acuerdo ni desacuerdo, seguido de un 34,2% que denota de acuerdo, por otro lado, el 5,1% dice estar en desacuerdo y por último un 4,6% afirma estar totalmente de acuerdo que establecen esquemas sistémicos para comunicar las necesidades y expectativas del cliente.

Tabla 8: La organización mide frecuentemente las necesidades del cliente y toma acciones respectivas en base a sus análisis documentados.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
En desacuerdo	11	5,6	5,6	5,6
Ni de acuerdo ni desacuerdo	85	43,4	43,4	49,0
De acuerdo	93	47,4	47,4	96,4
Totalmente de acuerdo	7	3,6	3,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 8 indica que, del total de la muestra encuestada, el 47,4% expresa estar de acuerdo, seguido de un 43,4% que denota no estar de acuerdo ni desacuerdo, por otro lado, el 5,6% dice estar en desacuerdo y por último un 3,6% afirma estar totalmente de acuerdo que la organización mide frecuentemente las necesidades del cliente y toma acciones respectivas en base a sus análisis documentados.

Tabla 9: Utilizan y promueven el uso de herramientas, sistemas y metodologías para la solución de problemas, mejora continua e innovación.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
En desacuerdo	10	5,1	5,1	5,1
Ni de acuerdo ni desacuerdo	110	56,1	56,1	61,2
De acuerdo	67	34,2	34,2	95,4
Totalmente de acuerdo	9	4,6	4,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 9 indica que, del total de la muestra encuestada, el 56,1% expresa que no está de acuerdo ni desacuerdo, seguido de un 34,2% que denota de acuerdo, por otro lado, el 5,1% dice estar en desacuerdo y por último un 4,6% afirma estar totalmente de acuerdo que utilizan y promueven el uso de herramientas, sistemas y metodologías para la solución de problemas, mejora continua e innovación.

Tabla 10: Promueven y desarrollan los pilares de la cultura organizacional.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
En desacuerdo	11	5,6	5,6	5,6
Ni de acuerdo ni desacuerdo	85	43,4	43,4	49,0
De acuerdo	93	47,4	47,4	96,4
Totalmente de acuerdo	7	3,6	3,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 10 indica que, del total de la muestra encuestada, el 47,4% expresa estar de acuerdo, seguido de un 43,4% que denota no estar de acuerdo ni desacuerdo, por otro lado, el 5,6% dice estar en desacuerdo y por último un 3,6% afirma estar totalmente de acuerdo en promover y desarrollar los pilares de la cultura organizacional.

Tabla 11: Reconocen el esfuerzo y logros de todos los miembros de la organización.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
En desacuerdo	13	6,6	6,6	6,6
Ni de acuerdo ni desacuerdo	106	54,1	54,1	60,7
De acuerdo	68	34,7	34,7	95,4
Totalmente de acuerdo	9	4,6	4,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 11 indica que, del total de la muestra encuestada, el 54,1% expresa no estar de acuerdo ni desacuerdo, seguido de un 34,7% que denota estar de acuerdo, por otro lado, el 6,6% dice estar en desacuerdo y por último un 4,6% afirma estar totalmente de acuerdo en reconocer el esfuerzo y logros de todos los miembros de la organización.

Tabla 12: El personal tiene participación activa en la toma de decisiones de la empresa.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
En desacuerdo	11	5,6	5,6	5,6
Ni de acuerdo ni desacuerdo	85	43,4	43,4	49,0
De acuerdo	93	47,4	47,4	96,4
Totalmente de acuerdo	7	3,6	3,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 12 indica que, del total de la muestra encuestada, el 47,4% expresa estar de acuerdo, seguido de un 43,4% que denota no estar de acuerdo ni desacuerdo, por otro lado, el 5,6% dice estar en desacuerdo y por último un 3,6% afirma estar totalmente de acuerdo en que el personal tenga participación activa en la toma de decisiones de la empresa.

Tabla 13: Realizan el seguimiento continuo del desempeño del personal en la empresa.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
En desacuerdo	13	6,6	6,6	6,6
Ni de acuerdo ni desacuerdo	106	54,1	54,1	60,7
De acuerdo	68	34,7	34,7	95,4
Totalmente de acuerdo	9	4,6	4,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 13 indica que, del total de la muestra encuestada, el 54,1% expresa no estar de acuerdo ni desacuerdo, seguido de un 34,7% que denota estar de acuerdo, por otro lado, el

6,6% dice estar en desacuerdo y por último un 4,6% afirma estar totalmente de acuerdo en realizar el seguimiento continuo del desempeño del personal en la empresa.

Tabla 14: Realizan el seguimiento de los procesos de calidad.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
En desacuerdo	11	5,6	5,6	5,6
Ni de acuerdo ni desacuerdo	85	43,4	43,4	49,0
De acuerdo	93	47,4	47,4	96,4
Totalmente de acuerdo	7	3,6	3,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 14 indica que, del total de la muestra encuestada, el 47,4% expresa estar de acuerdo, seguido de un 43,4% que denota no estar de acuerdo ni desacuerdo, por otro lado, el 5,6% dice estar en desacuerdo y por último un 3,6% afirma estar totalmente de acuerdo en realizar el seguimiento de los procesos de calidad.

Tabla 15: Establecen las funciones e indicadores de desempeño para cada proceso.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
En desacuerdo	11	5,6	5,6	5,6
Ni de acuerdo ni desacuerdo	85	43,4	43,4	49,0
De acuerdo	93	47,4	47,4	96,4
Totalmente de acuerdo	7	3,6	3,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 15 indica que, del total de la muestra encuestada, el 47,4% expresa estar de acuerdo, seguido de un 43,4% que denota no estar de acuerdo ni desacuerdo, por otro lado, el 5,6% dice estar en desacuerdo y por último un 3,6% afirma estar totalmente de acuerdo en establecer las funciones e indicadores de desempeño para cada proceso.

Tabla 16: Realizan evaluaciones periódicas del sistema de calidad.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
En desacuerdo	10	5,1	5,1	5,1
Ni de acuerdo ni desacuerdo	110	56,1	56,1	61,2
De acuerdo	67	34,2	34,2	95,4
Totalmente de acuerdo	9	4,6	4,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 16 indica que, del total de la muestra encuestada, el 56,1% expresa que no está de acuerdo ni desacuerdo, seguido de un 34,2% que denota de acuerdo, por otro lado, el 5,1% dice estar en desacuerdo y por último un 4,6% afirma estar totalmente de acuerdo en realizar evaluaciones periódicas del sistema de calidad.

Tabla 17: El sistema de calidad compara el producto ofrecido con las necesidades del cliente a fin de proponer mejoras o rediseños.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
En desacuerdo	10	5,1	5,1	5,1
Ni de acuerdo ni desacuerdo	110	56,1	56,1	61,2
De acuerdo	67	34,2	34,2	95,4
Totalmente de acuerdo	9	4,6	4,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 17 indica que, del total de la muestra encuestada, el 56,1% expresa que no está de acuerdo ni desacuerdo, seguido de un 34,2% que denota de acuerdo, por otro lado, el 5,1% dice estar en desacuerdo y por último un 4,6% afirma estar totalmente de acuerdo en que el sistema de calidad compara el producto ofrecido con las necesidades del cliente a fin de proponer mejoras o rediseños.

Tabla 18: Mejoran continuamente la eficiencia del sistema de calidad en la organización.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
En desacuerdo	10	5,1	5,1	5,1
Ni de acuerdo ni desacuerdo	110	56,1	56,1	61,2
De acuerdo	67	34,2	34,2	95,4
Totalmente de acuerdo	9	4,6	4,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 18 indica que, del total de la muestra encuestada, el 56,1% expresa que no está de acuerdo ni desacuerdo, seguido de un 34,2% que denota de acuerdo, por otro lado, el 5,1% dice estar en desacuerdo y por último un 4,6% afirma estar totalmente de acuerdo en mejorar continuamente la eficiencia del sistema de calidad en la organización.

Tabla 19: Realizan capacitaciones al personal de llevar a cabo técnicas y herramientas de mejora continua en los productos, procesos y sistemas.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
En desacuerdo	7	3,6	3,6	3,6
Ni de acuerdo ni desacuerdo	93	47,4	47,4	51,0
De acuerdo	85	43,4	43,4	94,4
Totalmente de acuerdo	11	5,6	5,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 19 indica que, del total de la muestra encuestada, el 47,4% expresa que no está de acuerdo ni desacuerdo, seguido de un 43,4% que denota de acuerdo, por otro lado, el 5,6% dice estar totalmente de acuerdo y por último un 3,6% afirma estar totalmente de acuerdo en realizar capacitaciones al personal de llevar a cabo técnicas y herramientas de mejora continua en los productos, procesos y sistemas.

Tabla 20: Utilizan sistemas de datos e información confiable y actualizada para la toma de decisiones.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
En desacuerdo	7	3,6	3,6	3,6
Ni de acuerdo ni desacuerdo	93	47,4	47,4	51,0
De acuerdo	85	43,4	43,4	94,4
Totalmente de acuerdo	11	5,6	5,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 20 indica que, del total de la muestra encuestada, el 47,4% expresa que no está de acuerdo ni desacuerdo, seguido de un 43,4% que denota de acuerdo, por otro lado, el 5,6% dice estar totalmente de acuerdo y por último un 3,6% afirma estar totalmente de acuerdo en utilizar sistemas de datos e información confiable y actualizada para la toma de decisiones.

Tabla 21: Realizan alianzas y acuerdos de largo plazo con los proveedores.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
En desacuerdo	7	3,6	3,6	3,6
Ni de acuerdo ni desacuerdo	93	47,4	47,4	51,0
De acuerdo	85	43,4	43,4	94,4
Totalmente de acuerdo	11	5,6	5,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 21 indica que, del total de la muestra encuestada, el 47,4% expresa que no está de acuerdo ni desacuerdo, seguido de un 43,4% que denota de acuerdo, por otro lado, el 5,6% dice estar totalmente de acuerdo y por último un 3,6% afirma estar totalmente de acuerdo en realizar alianzas y acuerdos de largo plazo con los proveedores.

Tabla 22: Realizan auditoría a sus proveedores.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
En desacuerdo	7	3,6	3,6	3,6
Ni de acuerdo ni desacuerdo	93	47,4	47,4	51,0
De acuerdo	85	43,4	43,4	94,4
Totalmente de acuerdo	11	5,6	5,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 22 indica que, del total de la muestra encuestada, el 47,4% expresa que no está de acuerdo ni desacuerdo, seguido de un 43,4% que denota de acuerdo, por otro lado, el 5,6% dice estar totalmente de acuerdo y por último un 3,6% afirma estar totalmente de acuerdo en realizar auditoría a sus proveedores.

Tabla 23: Establecen políticas para la selección y evaluación a proveedores.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
En desacuerdo	7	3,6	3,6	3,6
Ni de acuerdo ni desacuerdo	93	47,4	47,4	51,0
De acuerdo	85	43,4	43,4	94,4
Totalmente de acuerdo	11	5,6	5,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 23 indica que, del total de la muestra encuestada, el 47,4% expresa que no está de acuerdo ni desacuerdo, seguido de un 43,4% que denota de acuerdo, por otro lado, el 5,6% dice estar totalmente de acuerdo y por último un 3,6% afirma estar totalmente de acuerdo en establecer políticas para la selección y evaluación a proveedores.

3.4.- Presentación de los resultados de la variable competitividad.

Tabla 24: La Mype de su sector agroindustrial promueve sus servicios por redes sociales.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Totalmente en desacuerdo	10	5,1	5,1	5,1
En desacuerdo	110	56,1	56,1	61,2
Ni de acuerdo ni desacuerdo	67	34,2	34,2	95,4
De acuerdo	9	4,6	4,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 24 indica que, del total de la muestra encuestada, el 56,1% expresa que está en desacuerdo, seguido de un 34,2% que denota no estar de acuerdo ni desacuerdo, por otro lado, el 5,1% dice estar totalmente en desacuerdo y por último un 4,6% afirma estar de acuerdo que la Mype de su sector agroindustrial promueve sus servicios por redes sociales.

Tabla 25: La Mype de su sector agroindustrial ofrece descuentos en los productos a los compradores.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Totalmente en desacuerdo	10	5,1	5,1	5,1
En desacuerdo	110	56,1	56,1	61,2
Ni de acuerdo ni desacuerdo	67	34,2	34,2	95,4
De acuerdo	9	4,6	4,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 25 indica que, del total de la muestra encuestada, el 56,1% expresa que está en desacuerdo, seguido de un 34,2% que denota no estar de acuerdo ni desacuerdo, por otro lado, el 5,1% dice estar totalmente en desacuerdo y por último un 4,6% afirma estar de acuerdo que la Mype de su sector agroindustrial ofrece descuentos en los productos a los compradores.

Tabla 26: La Mype de su sector agroindustrial realiza programas que beneficien a los compradores frecuentes.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Totalmente en desacuerdo	10	5,1	5,1	5,1
En desacuerdo	110	56,1	56,1	61,2
Ni de acuerdo ni desacuerdo	67	34,2	34,2	95,4
De acuerdo	9	4,6	4,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 26 indica que, del total de la muestra encuestada, el 56,1% expresa que está en desacuerdo, seguido de un 34,2% que denota no estar de acuerdo ni desacuerdo, por otro lado, el 5,1% dice estar totalmente en desacuerdo y por último un 4,6% afirma estar de acuerdo que la Mype de su sector agroindustrial realiza programas que beneficien a los compradores frecuentes.

Tabla 27: El personal de la Mype de su sector agroindustrial es eficiente en el desarrollo de sus funciones.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Totalmente en desacuerdo	10	5,1	5,1	5,1
En desacuerdo	110	56,1	56,1	61,2
Ni de acuerdo ni desacuerdo	67	34,2	34,2	95,4
De acuerdo	9	4,6	4,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 27 indica que, del total de la muestra encuestada, el 56,1% expresa que está en desacuerdo, seguido de un 34,2% que denota no estar de acuerdo ni desacuerdo, por otro lado, el 5,1% dice estar totalmente en desacuerdo y por último un 4,6% afirma estar de acuerdo que la Mype de su sector agroindustriales eficiente en el desarrollo de sus funciones.

Tabla 28: El personal de la Mype de su sector agroindustrial resguarda de forma permanente la satisfacción de los clientes.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Totalmente en desacuerdo	10	5,1	5,1	5,1
En desacuerdo	110	56,1	56,1	61,2
Ni de acuerdo ni desacuerdo	67	34,2	34,2	95,4
De acuerdo	9	4,6	4,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 28 indica que, del total de la muestra encuestada, el 56,1% expresa que está en desacuerdo, seguido de un 34,2% que denota no estar de acuerdo ni desacuerdo, por otro lado, el 5,1% dice estar totalmente en desacuerdo y por último un 4,6% afirma estar de acuerdo que la Mype de su sector agroindustrial resguarda de forma permanente la satisfacción de los clientes.

Tabla 29: El personal de la Mype de su sector agroindustrial genera una buena percepción de la organización en el mercado.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Totalmente en desacuerdo	10	5,1	5,1	5,1
En desacuerdo	110	56,1	56,1	61,2
Ni de acuerdo ni desacuerdo	67	34,2	34,2	95,4
De acuerdo	9	4,6	4,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 29 indica que, del total de la muestra encuestada, el 56,1% expresa que está en desacuerdo, seguido de un 34,2% que denota no estar de acuerdo ni desacuerdo, por otro lado, el 5,1% dice estar totalmente en desacuerdo y por último un 4,6% afirma estar de

acuerdo que la Mype de su sector agroindustrial genera una buena percepción de la organización en el mercado.

Tabla 30: El servicio que brinda la Mype de su sector agroindustrial es 100% de calidad.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Totalmente en desacuerdo	10	5,1	5,1	5,1
En desacuerdo	110	56,1	56,1	61,2
Ni de acuerdo ni desacuerdo	67	34,2	34,2	95,4
De acuerdo	9	4,6	4,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 30 indica que, del total de la muestra encuestada, el 56,1% expresa que está en desacuerdo, seguido de un 34,2% que denota no estar de acuerdo ni desacuerdo, por otro lado, el 5,1% dice estar totalmente en desacuerdo y por último un 4,6% afirma estar de acuerdo que la Mype de su sector agroindustriales 100% de calidad.

Tabla 31: La Mype de su sector agroindustrial se preocupa por los clientes posterior de haber recibido el servicio.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Totalmente en desacuerdo	10	5,1	5,1	5,1
En desacuerdo	110	56,1	56,1	61,2
Ni de acuerdo ni desacuerdo	67	34,2	34,2	95,4
De acuerdo	9	4,6	4,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 31 indica que, del total de la muestra encuestada, el 56,1% expresa que está en desacuerdo, seguido de un 34,2% que denota no estar de acuerdo ni desacuerdo, por otro lado, el 5,1% dice estar totalmente en desacuerdo y por último un 4,6% afirma estar de

acuerdo que la Mype de su sector agroindustrial se preocupa por los clientes posterior de haber recibido el servicio.

Tabla 32: Considera que la Mype de su sector agroindustrial se diferencia por la calidad de servicio.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Totalmente en desacuerdo	13	6,6	6,6	6,6
En desacuerdo	106	54,1	54,1	60,7
Ni de acuerdo ni desacuerdo	67	34,2	34,2	94,9
De acuerdo	10	5,1	5,1	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 32 indica que, del total de la muestra encuestada, el 54,1% expresa que está en desacuerdo, seguido de un 34,2% que denota no estar de acuerdo ni desacuerdo, por otro lado, el 6,6% dice estar totalmente en desacuerdo y por último un 5,1% afirma estar de acuerdo en considerar que la Mype de su sector agroindustrial se diferencia por la calidad de servicio.

Tabla 33: Los descuentos que realiza la Mype de su sector agroindustrial, la diferencia de la competencia.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Totalmente en desacuerdo	13	6,6	6,6	6,6
En desacuerdo	106	54,1	54,1	60,7
Ni de acuerdo ni desacuerdo	67	34,2	34,2	94,9
De acuerdo	10	5,1	5,1	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 33 indica que, del total de la muestra encuestada, el 54,1% expresa que está en desacuerdo, seguido de un 34,2% que denota no estar de acuerdo ni desacuerdo, por otro lado, el 6,6% dice estar totalmente en desacuerdo y por último un 5,1% afirma estar de

acuerdo que los descuentos que realiza la Mype de su sector agroindustrial, la diferencia de la competencia.

Tabla 34: La maquinaria y equipos, la diferencia de la competencia.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Totalmente en desacuerdo	13	6,6	6,6	6,6
En desacuerdo	106	54,1	54,1	60,7
Ni de acuerdo ni desacuerdo	67	34,2	34,2	94,9
De acuerdo	10	5,1	5,1	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 34 indica que, del total de la muestra encuestada, el 54,1% expresa que está en desacuerdo, seguido de un 34,2% que denota no estar de acuerdo ni desacuerdo, por otro lado, el 6,6% dice estar totalmente en desacuerdo y por último un 5,1% afirma estar de acuerdo que la maquinaria y equipos, la diferencia de la competencia.

Tabla 35: Se percibe como una Mype en el sector agroindustrial que innova para satisfacer a sus clientes.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Totalmente en desacuerdo	13	6,6	6,6	6,6
En desacuerdo	106	54,1	54,1	60,7
Ni de acuerdo ni desacuerdo	67	34,2	34,2	94,9
De acuerdo	10	5,1	5,1	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 35 indica que, del total de la muestra encuestada, el 54,1% expresa que está en desacuerdo, seguido de un 34,2% que denota no estar de acuerdo ni desacuerdo, por otro lado, el 6,6% dice estar totalmente en desacuerdo y por último un 5,1% afirma estar de acuerdo que se percibe como una Mype en el sector agroindustrial que innova para satisfacer a sus clientes.

Tabla 36: La Mype de su sector agroindustrial se caracteriza por la amabilidad de los colaboradores.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Totalmente en desacuerdo	13	6,6	6,6	6,6
En desacuerdo	106	54,1	54,1	60,7
Ni de acuerdo ni desacuerdo	67	34,2	34,2	94,9
De acuerdo	10	5,1	5,1	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 36 indica que, del total de la muestra encuestada, el 54,1% expresa que está en desacuerdo, seguido de un 34,2% que denota no estar de acuerdo ni desacuerdo, por otro lado, el 6,6% dice estar totalmente en desacuerdo y por último un 5,1% afirma estar de acuerdo que la Mype de su sector agroindustrial se caracteriza por la amabilidad de los colaboradores.

Tabla 37: La Mype de su sector agroindustrial es reconocida por tener buena imagen.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Totalmente en desacuerdo	13	6,6	6,6	6,6
En desacuerdo	106	54,1	54,1	60,7
Ni de acuerdo ni desacuerdo	67	34,2	34,2	94,9
De acuerdo	10	5,1	5,1	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 37 indica que, del total de la muestra encuestada, el 54,1% expresa que está en desacuerdo, seguido de un 34,2% que denota no estar de acuerdo ni desacuerdo, por otro lado, el 6,6% dice estar totalmente en desacuerdo y por último un 5,1% afirma estar de acuerdo que la Mype de su sector agroindustrial es reconocida por tener buena imagen.

Tabla 38: La Mype de su sector agroindustrial cuenta con Wifi.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Totalmente en desacuerdo	10	5,1	5,1	5,1
En desacuerdo	120	61,2	61,2	66,3
Ni de acuerdo ni desacuerdo	57	29,1	29,1	95,4
De acuerdo	9	4,6	4,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 38 indica que, del total de la muestra encuestada, el 61,2% expresa que está en desacuerdo, seguido de un 29,1% que denota no estar de acuerdo ni desacuerdo, por otro lado, el 5,1% dice estar totalmente en desacuerdo y por último un 4,6% afirma estar de acuerdo que la Mype de su sector agroindustrial cuenta con wifi.

Tabla 39: Los centros de producción de la Mype de su sector agroindustrial cuentan con tecnología moderna.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Totalmente en desacuerdo	10	5,1	5,1	5,1
En desacuerdo	120	61,2	61,2	66,3
Ni de acuerdo ni desacuerdo	57	29,1	29,1	95,4
De acuerdo	9	4,6	4,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 39 indica que, del total de la muestra encuestada, el 61,2% expresa que está en desacuerdo, seguido de un 29,1% que denota no estar de acuerdo ni desacuerdo, por otro lado, el 5,1% dice estar totalmente en desacuerdo y por último un 4,6% afirma estar de acuerdo que los centros de producción de la Mype de su sector agroindustrial cuentan con tecnología moderna.

Tabla 40: La Mype de su sector agroindustrial es competitiva gracias a la competencia.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Totalmente en desacuerdo	10	5,1	5,1	5,1
En desacuerdo	120	61,2	61,2	66,3
Ni de acuerdo ni desacuerdo	57	29,1	29,1	95,4
De acuerdo	9	4,6	4,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 40 indica que, del total de la muestra encuestada, el 61,2% expresa que está en desacuerdo, seguido de un 29,1% que denota no estar de acuerdo ni desacuerdo, por otro lado, el 5,1% dice estar totalmente en desacuerdo y por último un 4,6% afirma estar de acuerdo que la Mype de su sector agroindustrial es competitiva gracias a la competencia.

Tabla 41: La Mype de su sector agroindustrial aplica estrategias de diferenciación gracias a la competencia.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Totalmente en desacuerdo	10	5,1	5,1	5,1
En desacuerdo	120	61,2	61,2	66,3
Ni de acuerdo ni desacuerdo	57	29,1	29,1	95,4
De acuerdo	9	4,6	4,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 41 indica que, del total de la muestra encuestada, el 61,2% expresa que está en desacuerdo, seguido de un 29,1% que denota no estar de acuerdo ni desacuerdo, por otro lado, el 5,1% dice estar totalmente en desacuerdo y por último un 4,6% afirma estar de acuerdo que la Mype de su sector agroindustrial aplica estrategias de diferenciación gracias a la competencia.

Tabla 42: La Mype de su sector agroindustrial tiene mejores estrategias que la competencia para captar clientes.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Totalmente en desacuerdo	10	5,1	5,1	5,1
En desacuerdo	120	61,2	61,2	66,3
Ni de acuerdo ni desacuerdo	57	29,1	29,1	95,4
De acuerdo	9	4,6	4,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 42 indica que, del total de la muestra encuestada, el 61,2% expresa que está en desacuerdo, seguido de un 29,1% que denota no estar de acuerdo ni desacuerdo, por otro lado, el 5,1% dice estar totalmente en desacuerdo y por último un 4,6% afirma estar de acuerdo que la Mype de su sector agroindustrial tiene mejores estrategias que la competencia para captar clientes.

Tabla 43: La Mype de su sector agroindustrial tiene mucha competencia.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Totalmente en desacuerdo	13	6,6	6,6	6,6
En desacuerdo	106	54,1	54,1	60,7
Ni de acuerdo ni desacuerdo	67	34,2	34,2	94,9
De acuerdo	10	5,1	5,1	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 43 indica que, del total de la muestra encuestada, el 54,1% expresa que está en desacuerdo, seguido de un 34,2% que denota no estar de acuerdo ni desacuerdo, por otro lado, el 6,6% dice estar totalmente en desacuerdo y por último un 5,1% afirma estar de acuerdo que la Mype de su sector agroindustrial tiene mucha competencia.

Tabla 44: La competencia tiene más usuarios que la Mype de su sector agroindustrial.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Totalmente en desacuerdo	10	5,1	5,1	5,1
En desacuerdo	110	56,1	56,1	61,2
Ni de acuerdo ni desacuerdo	67	34,2	34,2	95,4
De acuerdo	9	4,6	4,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 44 indica que, del total de la muestra encuestada, el 56,1% expresa que está en desacuerdo, seguido de un 34,2% que denota no estar de acuerdo ni desacuerdo, por otro lado, el 5,1% dice estar totalmente en desacuerdo y por último un 4,6% afirma estar de acuerdo que la competencia tiene más usuarios que la Mype de su sector agroindustrial.

Tabla 45: La Mype de su sector agroindustrial tiene buenos ingresos por los clientes que hacen efectiva su compra.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Totalmente en desacuerdo	10	5,1	5,1	5,1
En desacuerdo	120	61,2	61,2	66,
Ni de acuerdo ni desacuerdo	57	29,1	29,1	95,4
De acuerdo	9	4,6	4,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 45 indica que, del total de la muestra encuestada, el 61,2% expresa que está en desacuerdo, seguido de un 29,1% que denota no estar de acuerdo ni desacuerdo, por otro lado, el 5,1% dice estar totalmente en desacuerdo y por último un 4,6% afirma estar de acuerdo que la Mype de su sector agroindustrial tiene buenos ingresos por los clientes que hacen efectiva su compra.

Tabla 46: La Mype de su sector agroindustrial tiene ventaja competitiva frente a la competencia.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Totalmente en desacuerdo	10	5,1	5,1	5,1
En desacuerdo	120	61,2	61,2	66,
Ni de acuerdo ni desacuerdo	57	29,1	29,1	95,4
De acuerdo	9	4,6	4,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 46 indica que, del total de la muestra encuestada, el 61,2% expresa que está en desacuerdo, seguido de un 29,1% que denota no estar de acuerdo ni desacuerdo, por otro lado, el 5,1% dice estar totalmente en desacuerdo y por último un 4,6% afirma estar de acuerdo que la Mype de su sector agroindustrial tiene ventaja competitiva frente a la competencia.

Tabla 47: La Mype de su sector agroindustrial es percibida como la mejor de todas frente a la competencia.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Totalmente en desacuerdo	10	5,1	5,1	5,1
En desacuerdo	120	61,2	61,2	66,
Ni de acuerdo ni desacuerdo	57	29,1	29,1	95,4
De acuerdo	9	4,6	4,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 47 indica que, del total de la muestra encuestada, el 61,2% expresa que está en desacuerdo, seguido de un 29,1% que denota no estar de acuerdo ni desacuerdo, por otro lado, el 5,1% dice estar totalmente en desacuerdo y por último un 4,6% afirma estar de acuerdo que la Mype de su sector agroindustrial es percibida como la mejor de todas frente a la competencia.

Tabla 48: La posición actual de la Mype de su sector agroindustrial es aceptable.

	Frecuencias	Porcentajes	Porcentajes válidos	Porcentajes acumulados
Totalmente en desacuerdo	10	5,1	5,1	5,1
En desacuerdo	110	56,1	56,1	61,2
Ni de acuerdo ni desacuerdo	67	34,2	34,2	95,4
De acuerdo	9	4,6	4,6	100,0
Totales	196	100.0	100.0	

Nota. Data obtenida de IBM SPSS Statistics 25.

La tabla 48 indica que, del total de la muestra encuestada, el 56,1% expresa que está en desacuerdo, seguido de un 34,2% que denota no estar de acuerdo ni desacuerdo, por otro lado, el 5,1% dice estar totalmente en desacuerdo y por último un 4,6% afirma estar de acuerdo que la posición actual de la Mype de su sector agroindustrial es aceptable.

3.5.- Discusión.

Los resultados de la presente investigación coinciden con los resultados de la investigación de Pincay (2020), toda vez que realizó un estudio para determinar el nivel de relación que existe entre la calidad de las Pymes comerciales del Ecuador, a través de una revisión bibliográfica. De igual manera el tipo de investigación fue cuantitativa y el método utilizado fue el inductivo para realizar la revisión descriptiva. Los resultados determinaron que existe una relación significativa entre la gestión de calidad y las condiciones en las que operan las pequeñas y medianas empresas de servicios al cliente. El plan de gestión de la calidad y los métodos de evaluación del servicio son confiables. Finalmente, se concluye que la gestión de la calidad es fundamental para las organizaciones en general y especialmente en las MYPES de servicios del Ecuador dado que representan la pieza fundamental para el crecimiento económico del país. Dentro de las recomendaciones se incide en que debe acompañar con un proceso de formación continua para mejorar los factores internos (actitudes y conocimientos de los empleados), además de las actividades de la empresa de la calidad del servicio al cliente en la gestión de calidad, el modelo SERVQUAL es uno de los modelos más confiables para evaluar la calidad del servicio al cliente en una organización comercial.

De igual manera los resultados de la presente investigación coinciden con los resultados de la investigación de Rojas (2020), puesto que en este estudio realizado en Colombia se analizó la calidad del servicio como un factor clave para el cumplimiento de la responsabilidad social en las PYMES. De igual manera el método que se utilizó fue el descriptivo y de campo. Se analizó los resultados de una población de 50 clientes de la MYPES seleccionadas del sector servicios y cada una representada por un grupo de clientes. Para el caso del estudio de Rojas. (2020), los datos fueron recolectados mediante un cuestionario con alternativas estilo Likert con niveles de confianza de 0,80 y 0,82, mostrando el método de Pearson una correlación de 0,025. En otras palabras, se determinó que incluso si la calidad del servicio no es óptima, aún pueden asumir su responsabilidad social. Los datos se tabulan con estadísticas descriptivas a través de un eficiente proceso de calidad del servicio. Finalmente, se concluye en primer lugar que las PYMES asumen su responsabilidad social porque brindan un servicio eficiente para el logro de los objetivos y en segundo lugar que la gestión de calidad influye significativamente del servicio de las PYMES. Entonces, podemos darnos cuenta que los resultados de la investigación de Rojas (2020), coinciden muchísimo con los resultados de la presente investigación.

Por otro lado, los resultados de la presente investigación coinciden con los resultados de la investigación de Ruiz (2019), puesto que el estudio se desarrolló ante la creciente crisis económica y sanitaria, con el fin de examinar la competitividad de las PYMES agroindustriales ecuatorianas en el mercado internacional, y mediante su aplicación el método de investigación descriptivo - análisis cuantitativo e inferencia de información y estadística, baja competitividad de las PYMES en el sector agropecuario identificado, evidenciado por la baja productividad de los factores compuestos, nulo valor agregado en la producción, limitada diversificación y baja capacidad exportadora, con lo cual se concluye que la baja competitividad de las PYMES en el sector agropecuario no es una limitante de la industria sino que los problemas estructurales impiden la creación de un entorno económico para el desarrollo sostenible, en el que se describen estrategias en las que se pueden superar los factores que limitan la competitividad de las PYMES agrícolas del Ecuador. De igual manera podemos darnos cuenta que la competitividad de las PYMES agrícolas del vecino país del Ecuador es baja, de igual manera que el nivel de competitividad de las MYPES del sector Agroindustrial de la ciudad de Lambayeque, por lo que existe la necesidad de proponer estrategias para mejorar el nivel de competitividad de las mismas.

Por otro lado, los resultados de la presente investigación también coinciden con los resultados de la investigación de Ayala (2019), por cuanto el estudio involucra las variables gestión de calidad y competitividad en el contexto comercial y cuyo propósito es determinar el impacto de la gestión de calidad en la competitividad de las pequeñas empresas del sector comercial de abarrotes. El método que utilizo fue el aplicado inductivo - deductivo, el estudio de igual manera es de tipo correlación de nivel aplicado, el diseño de estudio transversal no experimental, el cuestionario fue aplicado a un total de 291 organizaciones empresariales de abarrotes. En resumen, en el estudio se concluye que tienen que la gestión de calidad influye de manera significativa en la competitividad en las empresas de abarrotes y que se debe reforzar la generación de calidad en su comercio mayor a sus participantes reales y potenciales. La competitividad es un elemento de habituación al cambio, debido a que la permanencia de Mype en el mercado es dependiente del comprador. Entonces por los resultados de la investigación podemos afirmar que se asemejan mucho a los resultados de la presente investigación.

De igual manera, los resultados de la presente investigación también coinciden con los resultados de la investigación de Sandoval (2020), puesto que su trabajo de investigación fue desarrollado con el fin de definir la gestión de calidad total relacionada con el mejoramiento de la competitividad del sistema administrativo en el Perú. El procedimiento usado es el procedimiento cuantitativo, a través de una encuesta semi estructurada que abarco una muestra de 350 individuos, usando la observación y la averiguación. La disputa de resultados de la mencionado estudio establece que en el estudio de la correlación de Spearman, dio resultado a un grado de correlación positiva elevado de 0.8976, de igual manera se desplegó una investigación de correlación de Pearson en el cual se consiguió un valor de 0.895, resultados que garantiza que los principios de la administración de calidad total son de suma importancia para formar una inmejorable competitividad en el organismo administrativo, obligatorios para dar ofrecimiento de servicios y/o productos efectivos, orientados y eficientes a la competitividad del sistema de gestión, ratificando que hay presencia de una correlación significativa entre la administración de la calidad total y la mejoría de la competitividad del organismo de gestión en el Perú. Lima 2017. Entonces podemos darnos cuenta por los resultados de la investigación que coinciden con los resultados de la presente investigación.

Por otro lado, los resultados de la presente investigación también coinciden con los resultados de la investigación de Contreras. (2018), puesto que la finalidad del estudio fue

decidir la interacción entre la administración de la calidad y la competitividad orientada al consumidor. De igual forma es un estudio aplicado, observacional, correlativo y transversal, con método y diseño no experimental cuantitativo, técnica de encuesta y cuestionario documentado. La población es de 70 propietarios. Se concluyó que la tangibilidad (componentes) y todos los indicadores se asocian al nivel de productividad y ahí se concluyó que en la magnitud sensibilidad de la contestación hay 3 indicadores cuyo número se relaciona con la magnitud productividad (disponibilidad, velocidad de atención, flexibilidad). Por los resultados obtenidos en la investigación de Contreras. (2017), podemos darnos cuenta que coinciden mucho con los resultados de la presente investigación aplicada a las MYPES del sector Agroindustrial de la ciudad de Lambayeque.

Finalmente, la presente investigación cuyo título es “Gestión de calidad y su relación con la competitividad en las MYPES del sector Agroindustrial de la provincia de Lambayeque 2021, es un constructo que es susceptible de seguir siendo reforzado con otras investigaciones científicas.

Capítulo IV. ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL DE LA PROVINCIA DE LAMBAYEQUE

4.1.- Estrategias para mejorar la cadena de valor.

Objetivo N° 1.- Promover los servicios por las redes sociales.

Los resultados muestran que los encuestados refieren que las Mypes del sector Agroindustrial seleccionadas, no promueven los servicios que ofrecen por las redes sociales, esta información nos sirve para plantear la necesidad de proponer algunas estrategias que contribuyan a fomentar el uso de las redes sociales orientadas a dar información de los servicios a los clientes.

Por ejemplo:

- a. Adquisición de nuevas tecnologías que permitan ofrecer productos y servicios de mejor calidad a precios al alcance de los diferentes clientes.
- b. Adquisición de nueva tecnología que permita ofrecer productos más duraderos y rendidores para el consumo humano.
- c. Que se garantice la percepción de los clientes sobre los productos que compra y que son de calidad.
- d. Constante capacitación a los trabajadores de las Mypes del sector Agroindustrial de la provincia de Lambayeque, con la finalidad de garantizar una buena atención y la satisfacción de los clientes.
- e. La adquisición de un software especializado (CRM), en el registro de los clientes, en el registro de sus necesidades y deseos, con la finalidad de atenderlos en sus necesidades.
- f. Implementar un programa o un área de control de la calidad con técnicos profesionales al interior de las Mypes del sector Agroindustrial de la provincia de Lambayeque.
- g. Implementar el registro de quejas y reclamos en las Mypes del sector Agroindustrial de la provincia de Lambayeque, con la finalidad de conocer los puntos críticos de los procesos internos y por otro lado, que los clientes sientan que son escuchados y valorados.

- h. Contratar los servicios de un profesional experto en el manejo de las redes sociales para que, gracias a su conocimiento, las Mypes del sector Agroindustrial de la provincia de Lambayeque, puedan tener presencia provincial y nacional.

4.2.- Estrategias para mejorar la diferenciación de las Mypes.

Objetivo N° 2.- Promover la diferenciación de las Mypes del sector Agroindustrial de la provincia de Lambayeque.

En este aspecto, cabe recordar que los productos físicos varían en cuanto a su potencial de diferenciación. En un extremo encontramos productos que casi no permiten variación: pollo, acero, aspirina, aquí solo habría potencial de diferenciación en la marca, pero en el resto de productos si es posible proponer estrategias de diferenciación.

Por ejemplo:

- a. **En cuanto a la Forma.** - Que los productos que ofrecen las Mypes del sector Agroindustrial de la provincia de Lambayeque, se presenten con nuevas formas, por ejemplo: la presentación de las uvas que no solo sea a granel y para todo tipo de clientes, en este caso se podría proponer una presentación embolsada por kilos para aquellos clientes que son sofisticados y que presumen de su condición.
- b. **En cuanto a las Características.** - Que las principales características de los productos que ofrecen las Mypes del sector Agroindustrial de la provincia de Lambayeque, puedan ser susceptibles de observar, por ejemplo: si se ofrece calidad, entonces la calidad se tiene que percibir en los productos que se ofrecen, esa debe ser su principal característica.
- c. **En cuanto a la Calidad del Desempeño.** - Los productos que ofrecen las Mypes del sector Agroindustrial de la provincia de Lambayeque, no tienen por qué tener costos elevados, por cuanto ello origina que los precios sean elevados y no puedan estar al alcance del bolsillo de los clientes. Que un producto se caro origina no solo la mala imagen de la empresa que lo vende (Se percibe como una empresa carera), sino que también origina malestar en los clientes, máxime en una economía de sobrevivencia como la que estamos viviendo en estos momentos.
- d. **En cuanto a la Calidad del Rendimiento.** - Los propietarios de las Mypes del sector Agroindustrial de la provincia de Lambayeque, tienen que ser conscientes que los compradores esperan que los productos tengan calidad de rendimiento, es decir, que

se garantice que todas las unidades producidas son idénticas y se ajustan a las expectativas prometidas. También deben tener consciencia en el sentido de que ya no se le puede engañar a los clientes, darse cuenta que los clientes buscan información constantemente y que ya no están dispuestos a comprar por comprar. Evitar en todo momento vender los productos defectuosos o malogrados.

- e. **En cuanto a la Durabilidad.** - Los propietarios de las Mypes del sector Agroindustrial de la provincia de Lambayeque, tienen que garantizar que los productos que ofrecen rinden mayores tiempos de conservación, para ello se requiere que sus profesionales propongan medidas que garanticen la durabilidad de los productos, que puedan enfrentar exitosamente los tiempos y los climas de la localidad.
- f. **En cuanto a la Confiabilidad.**- En este aspecto, los propietarios de las Mypes del sector Agroindustrial de la provincia de Lambayeque, tienen que tener en cuenta que los clientes y/o los compradores, normalmente pagan más por productos de alta confiabilidad, entendiendo la confiabilidad como una medida en que el producto no fallara o tendrá desperfectos, en este sentido tanto los productos y los servicios que ofrecen las Mypes del sector Agroindustrial de la provincia de Lambayeque tienen garantizar que sus productos no fallaran y mucho menos tienen desperfectos.
- g. **En cuanto al Estilo.** - En este aspecto, los propietarios de las Mypes del sector Agroindustrial de la provincia de Lambayeque, tienen que tener en cuenta que los clientes tienen sensaciones y que las sensaciones son provocadas por los productos que se ofrecen. Por ello deben contar con la presencia de un profesional que maneje las sensaciones de los clientes.
- h. **En cuanto a la diferenciación de los servicios.**- En este aspecto, es de vital importancia que conozcan los propietarios de las Mypes del sector Agroindustrial de la provincia de Lambayeque, que si no es fácil diferenciar el producto físico, la clave para el éxito competitivo podría radicar en añadir servicios que sean apreciados y en mejorar su calidad, entonces en este sentido, se debe tener en consideración algunos aspectos como: implementar una sala de espera con revistas especializadas del sector, periódicos locales, etc., de preferencia modernos y que no tengan mucho tiempo de haber sido emitidos, con ello las Mypes del sector Agroindustrial se diferenciarían de las demás. La calidad de la atención debe estar asegurada y las personas encargadas de atender a los clientes tienen que ser las adecuadas para evitar demoras.

- i. **En cuanto a la facilidad para ordenar.** - Se refiere a qué tan fácil es para el cliente hacer un pedido a la empresa, entonces los propietarios de las Mypes del sector Agroindustrial de la provincia de Chiclayo, deben tener en cuenta esto, evaluar inclusive la probabilidad de atender pedidos de manera virtual.
- j. **En cuanto a la entrega.** - Se refiere a qué tan bien se hace llegar el producto o servicio al cliente, e incluye rapidez, exactitud y cuidado del cliente, este es otro aspecto importante que los propietarios de las Mypes del sector Agroindustrial de la provincia de Lambayeque, deben tener en consideración, para ello es de vital importancia la capacitación constante al personal de trabajadores.

4.3.- Estrategia para la selección de competidores.

Objetivo N° 3.- Diagnostico empresarial para conocer a los competidores.

En este aspecto, el objetivo es entender y analizar el comportamiento dentro del mercado para así planificar actividades que contrarresten sus puntos fuertes (fortaleza) y descubrir las debilidades de la competencia; lo único que se tiene que hacer son: estudios, diagnósticos, seguimientos y monitoreo, sobre la evolución de la competencia, saber, por ejemplo:

- a. Tiempo de operaciones en el sector.
- b. Participación en el mercado.
- c. Nivel de ventas.
- d. Número de clientes.
- e. Productos que ofrece.
- f. Servicios adicionales que ofrece (créditos, por ejemplo)
- g. Cartera de clientes.

Conclusiones

1.- Por los resultados obtenidos en la Tabla N° 4, donde el 49% del total de la muestra encuestada indicaron que el nivel de gestión de calidad es bajo, un 45,4% denotaron que dicho nivel es medio, mientras que el 5,6% respondió que el nivel es alto. Entonces, si juntamos los resultados de las alternativas “Medio” (45.4%) y “Alto” (5.6%), podemos concluir que el nivel de gestión de la calidad en las Mypes del sector Agroindustrial de la provincia de Lambayeque es moderado (51,0%).

2.- De igual manera por los resultados obtenidos en la Tabla N° 5, donde como se puede apreciar que el 60,7% del total de la muestra encuestada indicaron que el nivel de competitividad es bajo, un 34,2% denotaron que dicho nivel es medio, mientras que el 5,1% respondió que el nivel es alto. Entonces, si juntamos los resultados de las alternativas “Medio” (34,2%) y “Bajo” (60,7%), entonces podemos concluir que el nivel de competitividad de las Mypes del sector Agroindustrial de la provincia de Lambayeque es bajo (94,9%).

3.- El nivel de influencia de la gestión de calidad en la competitividad de las Mypes del sector agroindustrial de la provincia de Lambayeque año 2021, es significativo. Esta conclusión se da en relación a los hallazgos que se obtuvieron durante el procedimiento estadístico de la Tabla N° 3, donde se evidencia el factor correlacional Rho Spearman de 0.818, valor que oscila entre 0.80 y 1.00, indicando que hay una correspondencia muy buena entre ambas variables. Además, el nivel de influencia de la gestión de la calidad en la competitividad de las Mypes del sector agroindustrial de la provincia de Lambayeque año 2021, es significativa.

4.- Las estrategias propuestas contribuyen a mejorar la competitividad de las Mypes del sector agroindustrial de la provincia de Lambayeque año 2021, puesto que por un lado son viables y factibles de ejecutar y por el otro lado son estrategias que muchas empresas de servicios las están ejecutando con excelentes resultados.

Recomendaciones

- 1.- Se recomienda a los propietarios de las Mypes del sector Agroindustrial de la provincia de Lambayeque, tener en cuentas las diferentes estrategias propuestas en la presente investigación, puesto que les serán de mucha utilidad en la mejora de la competitividad de su empresa.
- 2.- Se recomienda que las Mypes, generen un valor diferencial asumiendo procesos ágiles que las convierta en flexibles y adaptables a los cambios del entorno, así mismo, que puedan tener resultados de impacto en los consumidores.
- 3.- Se recomienda realizar un estudio a profundidad sobre los competidores en otras regiones del país que ofrecen los mismos productos y servicios con el fin de generar una mayor propuesta de valor a sus consumidores (nacionales e internacionales).
- 4.- Finalmente, se recomienda a la escuela de posgrado de la universidad pública implementar líneas de investigación que puedan relacionar la gestión de calidad y competitividad en MYPES Agroindustriales; para conseguir un mejor conocimiento teórico y práctico sobre dicho sector.

Referencias Bibliográficas

Alfaro, J.; Maldonado, M.; Paredes, R. & Ticona, E. (2016). Modelo de articulación Público-Privada para mejorar la competitividad de los pequeños agricultores del Valle Viejo de Olmos. Chiclayo, Perú.

Alvarado León, E., Díaz Zamora, J. (2020). Propuesta de un modelo de Planeamiento y Control de la Producción basado en la Gestión por Procesos aplicados a las MYPES productoras de Mango en la provincia de Casma, Áncash, con la finalidad de incrementar su productividad. <http://doi.org/10.19083/tesis/653321>

Amaya López, O. (2020). Medición de los factores determinantes del éxito competitivo de las PYME agroindustrial de Tegucigalpa F.M. Tendencias Investigación Universitaria. Una visión desde Latinoamérica. 12, 215-342. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8095526>

Ayala Ramos, C. (2019). Gestión de calidad y su incidencia en la competitividad de las Mypes del sector comercial, rubro abarrotes del distrito de Sullana. Tesis maestría, Universidad Católica los ángeles de Chimbote. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/11783>

Balaguer, L. (2017). *¿Por qué es importante analizar a la competencia para crear una empresa?* Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/por-que-es-importante-analizar-a-la-competencia-para-crear-una-empresa.html>

Camisón, C.; Cruz, S. & Gonzáles, T. (2006). *Gestión de Calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid: Pearson Educación, S. A.

Contreras, M. (2018). Gestión de la calidad con enfoque al cliente y su relación con la competitividad en microempresas farmacéuticas del cercado de Lima Caso: Galería Capón Center 2013. Lima, Perú.

Gutiérrez, H. (2010). *Calidad total y productividad 3era edición*. México, D.F.

Hernández, R.; Fernández, C. & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). México., México D.F., México: McGraw-Hill.

Huacho, G. (2018). *Calidad de servicio y competitividad en la empresa de transportes grupo Transani E.I.R.L, Mala, Cañete, 2018. Tesis para optar el título de Administrador. Universidad Autónoma del Perú.*

Kotler, P. y Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. Obtenido de <http://www.montartuempresa.com/wp-content/uploads/2016/01/direccion-de-marketing-14edi-kotler1.pdf>

Kotler. Philip & Armstrong. Gary. (2017). Libro “Fundamentos de Marketing”. Editorial Perarson Educación de México. Idioma Español. México.

Lovelock. C y Wirtz. J. (2015), Marketing de servicios. personal, tecnología y estrategia. Editor, Pearson Educación. SEXTA EDICIÓN. México

Martínez, E. (2007). *Competitividad, crecimiento y capitalización de las regiones españolas*. Fundación BBVA.

Mundaca guerra, J. (2021). Valores del empresario, orientación emprendedora, capital social, cultura organizacional, orientación al mercado, capacidad de innovación y competitividad empresarial de las MYPES de la región Lambayeque. Tesis doctoral, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. <https://hdl.handle.net/20.500.12893/10039>

Pincay Morales, Y. (2020). Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador. Revista científica Dominio de las Ciencias. 6(03), 1118-1142. <https://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i3.1341>

Porter, M. (2015). *Estrategia Competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores*. Obtenido de https://books.google.com.pe/books/about/Estrategia_Competitiva.html?id=n0dDAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Porter. Michael. (2009). Libro: “Estrategia competitiva”. Ediciones Pirámide. Idioma Español. Madrid-España.

Prettel, G. (2016). Marketing una herramienta para el crecimiento. Bogotá: Ediciones de la U – Transversal. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=hzOjDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=marketing+gustavo+prettel&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwjxzZelhtLwAhUzH7kGHZMjCNwQ6AEwAHoECAYQAg#v=onepage&q=marketing%20gustavo%20prettel&f=false>

Real Academia Española. (2021). *Competitividad*. Obtenido de <https://dle.rae.es/competitividad>

Rivadeneira Santa Cruz, E., Bustamante Quintana, P. (2020). GESTIÓN DE CALIDAD Y EL USO DEL PLANEAMIENTO ESTRATEGICO EN MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS PILADORAS DE ARROZ DE LAMBAYEQUE. Revista científica EPISTEMIA. 4(02). <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/EPT/article/view/1343>

Rojas Martínez, C., Niebles Núñez, W., Hernández Palma, H. (2020). Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas. Scielo Información Tecnológica. 31(04), 718-764. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000400221>

Ruiz Tonato, C. (2020). Análisis de la competitividad de las pymes del sector agroindustrial del Ecuador en el mercado internacional. Tesis maestría, Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/51215>

Sandoval, K. (2020). La gestión de calidad total y la mejora de la competitividad del sistema administrativo en el Perú. Lima, Perú.

Stanton. William & Etzel. Michael & Walker. Bruce. (2007). Libro “Fundamentos de Marketing”. Editorial Mc Graw Hill. Décimo cuarta Edición. México.

Solarte Solarte, M., Solarte Solarte, C., & Rivera Vallejo, G. (2021). Emprendimiento productivo estrategia de reincorporación frontera Colombo-ecuatoriana en el conflicto. Conocimiento Global, 6(1), 1-23. Recuperado a partir de <http://conocimientoglobal.org/revista/index.php/cglobal/article/view/92>

Vega Martínez, J. (2020). Marketing interno y Tecnologías de información: hacia la competitividad de los agronegocios mexicanos. Revista Venezolana de Gerencia, 25,92. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29065286025>

Anexos

Anexo 1: Cuestionario para medir la Gestión de Calidad

Estimado(a): Mediante el presente documento me dirijo a usted a fin de obtener información relevante para el desarrollo de la tesis titulada: GESTIÓN DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EN MYPES DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL DE LA PROVINCIA DE LAMBAYEQUE - 2021”, la cual permitirá medir las variables de investigación y probar la hipótesis, por lo que pedimos su apoyo en las respuestas. Le expreso mi agradecimiento de manera sincera por su ayuda y a la vez le exhorto a que la información obtenida será reservada y anónima.

Cargo:

Edad:

Empresa:

Ubicación:

CUESTIONARIO DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

Después de leer cuidadosamente cada enunciado, marque con una X la respuesta que corresponda a su opinión. Tenga la gentileza de solicitar ayuda en caso de requerirlo.

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

VARIABLE. GESTIÓN DE CALIDAD	1	2	3	4	5
Dimensión 1. Enfoque al cliente					
La organización atiende y satisface las necesidades del cliente					
Establecen esquemas sistémicos para comunicar las necesidades y expectativas del cliente					
La organización mide frecuentemente las necesidades del cliente y toma acciones respectivas en base a sus análisis documentados					
Dimensión 2. Liderazgo					
Utilizan y promueven el uso de herramientas, sistemas y metodologías para la solución de problemas, mejora continua e innovación					
Promueven y desarrollan los pilares de la cultura organizacional					
Reconocen el esfuerzo y logros de todos los miembros de la organización					
Dimensión 3. Participación del personal					
El personal tiene participación activa en la toma de decisiones de la empresa					
Realizan el seguimiento continuo del desempeño del personal en la empresa					
Dimensión 4. Enfoque basado en los procesos					
Realizan el seguimiento de los procesos de calidad					
Establecen las funciones e indicadores de desempeño para cada proceso					
Dimensión 5. Enfoque de sistema para la gestión					
Realizan evaluaciones periódicas del sistema de calidad					
El sistema de calidad compara el producto ofrecido con las necesidades del cliente a fin de proponer mejoras o rediseños					
Mejoran continuamente la eficiencia del sistema de calidad en la organización					
Dimensión 6. Mejora continua					
Realizan capacitaciones al personal de llevar a cabo técnicas y herramientas de mejora continua en los productos, procesos y sistemas					
Dimensión 7. Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones					
Utilizan sistemas de datos e información confiable y actualizada para la toma de decisiones					
Dimensión 8. Relaciones beneficiosas con el proveedor					
Realizan alianzas y acuerdos de largo plazo con los proveedores					
Realizan auditorías a sus proveedores					
Establecen políticas para la selección y evaluación a proveedores					

Anexo 2: Cuestionario para medir el nivel de competitividad

Después de leer cuidadosamente cada enunciado, marque con una X la respuesta que corresponda a su opinión. Tenga la gentileza de solicitar ayuda en caso de requerirlo

Nº	VARIABLE. COMPETITIVIDAD	1	2	3	4	5
	Dimensión 1. Cadena de valor					
1	La Mype de su sector agroindustrial promueve sus servicios por redes sociales					
2	La Mype de su sector agroindustrial ofrece descuentos en los productos a los compradores					
3	La Mype de su sector agroindustrial realiza programas que beneficien a los compradores frecuentes					
4	El personal de la Mype de su sector agroindustrial es eficiente en el desarrollo de sus funciones					
5	El personal de la Mype de su sector agroindustrial resguarda de forma permanente la satisfacción de los clientes					
6	El personal de la Mype de su sector agroindustrial genera una buena percepción de la organización en el mercado					
7	El servicio que brinda la Mype de su sector agroindustrial es 100% de calidad					
8	La Mype de su sector agroindustrial se preocupa por los clientes posterior de haber recibido el servicio					
	Dimensión 2. Diferenciación					
9	Considera que la Mype de su sector agroindustrial se diferencia por la calidad de servicio					
10	Los descuentos que realiza la Mype de su sector agroindustrial, la diferencia de la competencia					
11	La maquinaria y equipos, la diferencia de la competencia					
12	Se percibe como una Mype en el sector agroindustrial que innova para satisfacer a sus clientes					
13	La Mype de su sector agroindustrial se caracteriza por la amabilidad de los colaboradores					
14	La Mype de su sector agroindustrial es reconocida por tener buena imagen					
15	La Mype de su sector agroindustrial cuenta con Wifi					
16	Los centros de producción de la Mype de su sector agroindustrial cuentan con tecnología moderna					
	Dimensión 3. Selección de competidores					
17	La Mype de su sector agroindustrial es competitiva gracias a la competencia					
18	La Mype de su sector agroindustrial aplica estrategias de diferenciación gracias a la competencia					
19	La Mype de su sector agroindustrial tiene mejores estrategias que la competencia para captar clientes					
20	La Mype de su sector agroindustrial tiene mucha competencia					
21	La competencia tiene más usuarios que la Mype de su sector agroindustrial					
22	La Mype de su sector agroindustrial tiene buenos ingresos por los clientes que hacen efectiva su compra					
23	La Mype de su sector agroindustrial tiene ventaja competitiva frente a la competencia					
24	La Mype de su sector agroindustrial es percibida como la mejor de todas frente a la competencia					
25	La posición actual de la Mype de su sector agroindustrial es aceptable					

¡Muchas gracias por su tiempo!

Anexo 3: Data de los principales Mype del sector agroindustrial de la provincia de Lambayeque

RUC	NOMBRE/RAZÓN SOCIAL	ESTADO	CONDICIÓN	TAMAÑO	DISTRITO	PROVINCIA
20479793078	AGRICOLA SAN ISIDRO SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	ACTIVO	HABIDO	MEDIANO	MOTUPE	LAMBAYEQUE
20480401957	CORPORACION AGRICOLA EL CHOLOQUE SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	CHICLAYO	LAMBAYEQUE
20480402252	AGRO OLMOS SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	ACTIVO	HABIDO	MEDIANO	OLMOS	LAMBAYEQUE
20480402252	AGRO OLMOS SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	ACTIVO	HABIDO	MEDIANO	OLMOS	LAMBAYEQUE
20480402252	AGRO OLMOS SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	ACTIVO	HABIDO	MEDIANO	OLMOS	LAMBAYEQUE
20480402252	AGRO OLMOS SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	ACTIVO	HABIDO	MEDIANO	OLMOS	LAMBAYEQUE
20487438031	AGROPECUARIA SAGASA E.I.R.L.	ACTIVO	HABIDO	MEDIANO	LAMBAYEQUE	LAMBAYEQUE
20487438031	AGROPECUARIA SAGASA E.I.R.L.	ACTIVO	HABIDO	MEDIANO	LAMBAYEQUE	LAMBAYEQUE
20487589919	AGRICOLA MAQUEN S.A.C	ACTIVO	HABIDO	MEDIANO	JAYANCA	LAMBAYEQUE
20487589919	AGRICOLA MAQUEN S.A.C	ACTIVO	HABIDO	MEDIANO	JAYANCA	LAMBAYEQUE
20487589919	AGRICOLA MAQUEN S.A.C	ACTIVO	HABIDO	MEDIANO	JAYANCA	LAMBAYEQUE
20539209851	AGRICOLA JLAM	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	OLMOS	LAMBAYEQUE
20539209851	AGRICOLA JLAM	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	OLMOS	LAMBAYEQUE
20539209851	AGRICOLA JLAM	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	OLMOS	LAMBAYEQUE
20539209851	AGRICOLA JLAM	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	OLMOS	LAMBAYEQUE
20557314386	RMC SEED PRODUCERS S.A.C.	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	OLMOS	LAMBAYEQUE
20557314386	RMC SEED PRODUCERS S.A.C.	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	OLMOS	LAMBAYEQUE
20557314386	RMC SEED PRODUCERS S.A.C.	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	OLMOS	LAMBAYEQUE
20561109410	EMPRESA GANADERA FUNDO STAR EIRL	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	MOTUPE	LAMBAYEQUE
20561109410	EMPRESA GANADERA FUNDO STAR EIRL	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	MOTUPE	LAMBAYEQUE
20561128635	AGRICOLA MEZCU S.A.C	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	JAYANCA	LAMBAYEQUE
20561128635	AGRICOLA MEZCU S.A.C	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	JAYANCA	LAMBAYEQUE
20561128635	AGRICOLA MEZCU S.A.C	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	JAYANCA	LAMBAYEQUE
20561159191	ASOCIACION AGRO IMPE OLMOS	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	OLMOS	LAMBAYEQUE
20561159191	ASOCIACION AGRO IMPE OLMOS	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	OLMOS	LAMBAYEQUE
20561159191	ASOCIACION AGRO IMPE OLMOS	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	OLMOS	LAMBAYEQUE
20561159191	ASOCIACION AGRO IMPE OLMOS	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	OLMOS	LAMBAYEQUE
20561159191	ASOCIACION AGRO IMPE OLMOS	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	OLMOS	LAMBAYEQUE
20561208400	AGROPECUARIA CARPENA EIRL	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	LAMBAYEQUE	LAMBAYEQUE
20561208400	AGROPECUARIA CARPENA EIRL	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	LAMBAYEQUE	LAMBAYEQUE
20561323098	GANADERIA EL PAPAYO E.I.R.L	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	MOTUPE	LAMBAYEQUE
20561323098	GANADERIA EL PAPAYO E.I.R.L	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	MOTUPE	LAMBAYEQUE
20600406826	INVERSIONES CHORRO BLANCO S.A.C.	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	LAMBAYEQUE	LAMBAYEQUE
20600406826	INVERSIONES CHORRO BLANCO S.A.C.	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	LAMBAYEQUE	LAMBAYEQUE
20600406826	INVERSIONES CHORRO BLANCO S.A.C.	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	LAMBAYEQUE	LAMBAYEQUE
20600525124	ASOCIACION SANTA LUCIA-CORRAL DE ARENA	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	OLMOS	LAMBAYEQUE
20600525124	ASOCIACION SANTA LUCIA-CORRAL DE ARENA	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	OLMOS	LAMBAYEQUE
20600525124	ASOCIACION SANTA LUCIA-CORRAL DE ARENA	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	OLMOS	LAMBAYEQUE
20600525124	ASOCIACION SANTA LUCIA-CORRAL DE ARENA	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	OLMOS	LAMBAYEQUE
20600525124	ASOCIACION SANTA LUCIA-CORRAL DE ARENA	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	OLMOS	LAMBAYEQUE
20600645383	AGRICOLA LIGURIA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	MOTUPE	LAMBAYEQUE
20600645383	AGRICOLA LIGURIA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	MOTUPE	LAMBAYEQUE
20600645383	AGRICOLA LIGURIA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	MOTUPE	LAMBAYEQUE
20600645383	AGRICOLA LIGURIA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	MOTUPE	LAMBAYEQUE
20600775724	SALVATORE QUIROZ OLAZABAL E.I.R.L.	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	LAMBAYEQUE	LAMBAYEQUE
20600775724	SALVATORE QUIROZ OLAZABAL E.I.R.L.	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	LAMBAYEQUE	LAMBAYEQUE
20600848837	SOLO PARA VALIENTES S.A.C.	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	MOTUPE	LAMBAYEQUE
20600848837	SOLO PARA VALIENTES S.A.C.	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	MOTUPE	LAMBAYEQUE
20600848837	SOLO PARA VALIENTES S.A.C.	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	MOTUPE	LAMBAYEQUE
20602196829	SOCIEDAD AGRICOLA MARIA AUXILIADORA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	OLMOS	LAMBAYEQUE
20602196829	SOCIEDAD AGRICOLA MARIA AUXILIADORA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	OLMOS	LAMBAYEQUE
20602196829	SOCIEDAD AGRICOLA MARIA AUXILIADORA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	OLMOS	LAMBAYEQUE
20602478298	VIVERO CASA VERDE DE MOTUPE E.I.R.L.	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	MOTUPE	LAMBAYEQUE
20602478298	VIVERO CASA VERDE DE MOTUPE E.I.R.L.	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	MOTUPE	LAMBAYEQUE
20604524483	AGRO OLMOS EXPORT S.A.C.	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	OLMOS	LAMBAYEQUE
20604524483	AGRO OLMOS EXPORT S.A.C.	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	OLMOS	LAMBAYEQUE
20604524483	AGRO OLMOS EXPORT S.A.C.	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	OLMOS	LAMBAYEQUE
20604524483	AGRO OLMOS EXPORT S.A.C.	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	OLMOS	LAMBAYEQUE
20605216227	INVERSIONES AGRICOLAS CANENE E.I.R.L.	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	MOTUPE	LAMBAYEQUE
20605216227	INVERSIONES AGRICOLAS CANENE E.I.R.L.	ACTIVO	HABIDO	PEQUEÑO	MOTUPE	LAMBAYEQUE

Anexo 4: Validación de los Expertos

MATRIZ DE VALIDACIÓN (GESTION DE CALIDAD)

TÍTULO DE LA TESIS: “GESTIÓN DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EN MYPES DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL DE LA PROVINCIA DE LAMBAYEQUE – 2021”

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES
				1	2	3	4	5	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEMS		RELACIÓN ENTRE EL ITEMS Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Gestión de Calidad Es una simple colección de técnicas, un nuevo paradigma o forma de dirigir, un sistema de gestión con una cierta filosofía de dirección, una opción estratégica o una función directiva más. (Camisón; Cruz & Gonzáles, 2006).	Enfoque al cliente	• Necesidades del cliente	Ítem: 1,2 y 3						X		X		X		X	X	
	Liderazgo	• Liderazgo organizacional	Ítem: 4,5 y 6						X		X		X		X	X	
	Participación del personal	• Participación del personal en los objetivos de la	Ítem: 7 y 8						X		X		X		X	X	
	Enfoque basado en los procesos	• Seguimiento de los procesos	Ítem: 9 y 10						X		X			X	X	X	
	Enfoque de sistema para	• Sistema de calidad	Ítem: 11, 12 y 13						X		X		X		X	X	
	Mejora continua	• Mejora de la capacidad organizacional	Ítem: 14						X		X		X		X	X	
	Enfoque basado en hechos para	• Análisis de datos e información	Ítem: 15						X		X			X	X	X	
	Relaciones beneficiosas con el	• Evaluación a proveedores	Ítem: 16, 17 y 18						X		X		X		X	X	

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

“Escala Valorativa del cuestionario GESTIÓN DE LA CALIDAD”

OBJETIVO: Determinar y analizar la relación de la gestión de la calidad y con la competitividad en pymes del sector agroindustrial de la provincia de Lambayeque en 2021.

DIRIGIDO A: Gerentes o representantes de Mypes de del sector agroindustrial de la provincia de Lambayeque

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: VÍCTOR HUGO GÓMEZ RAMÍREZ

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: MAGISTER

VALORACIÓN:

Muy Alto	Alto	Medio	Bajo	Muy Bajo
----------	------	-------	------	----------

(La valoración va a criterio del investigador esta valoración es solo un ejemplo)



VÍCTOR HUGO GÓMEZ RAMÍREZ
INGENIERO QUÍMICO
Reg. C.I.P. 150123

FIRMA DEL EVALUADOR

MATRIZ DE VALIDACIÓN (COMPETITIVIDAD)

TÍTULO DE LA TESIS: “GESTIÓN DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EN MYPES DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL DE LA PROVINCIA DE LAMBAYEQUE – 2021”

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES
				1	2	3	4	5	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEMS		RELACIÓN ENTRE EL ITEMS Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Competitividad Es la capacidad por mantenerse o aumentar su rentabilidad en las condiciones que prevalecen en el mercado. (Martínez, 2007)	Cadena de valor	• Marketing y ventas	Ítem: 1,2,3,4,5,6,7,8						X		X		X		X		
		• Personal de contacto									X		X		X		
		• Prestación									X		X		X		
	Diferenciación	• Valor agregado	Ítem: 9,10,11,12,13,14,15,16						X		X		X		X		
		• Imagen									X			X	X		
		• Tecnología									X		X		X		
	Selección de competidores	• Buenos competidores	Ítem: 17,18,19,20,21,22,23,24 ,25						X		X		X			X	
		• Participación de mercado									X		X		X		
		• Posicionamiento									X			X	X		

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

“Escala Valorativa del cuestionario COMPETITIVIDAD”

OBJETIVO: Determinar y analizar la relación de la gestión de la calidad y con la competitividad en pymes del sector agroindustrial de la provincia de Lambayeque en 2021.

DIRIGIDO A: Gerentes o representantes de Mypes de del sector agroindustrial de la provincia de Lambayeque

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: VÍCTOR HUGO GÓMEZ RAMÍREZ

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: MAGÍSTER

VALORACIÓN:

Muy Alto	Alto	Medio	Bajo	Muy Bajo
----------	------	-------	------	----------

(La valoración va a criterio del investigador esta valoración es solo un ejemplo)


 VÍCTOR HUGO GÓMEZ RAMÍREZ
 INGENIERO QUÍMICO
 Reg. C.I.P. 150123

FIRMA DEL EVALUADOR

MATRIZ DE VALIDACIÓN (GESTION DE CALIDAD)

TÍTULO DE LA TESIS: "GESTIÓN DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EN MYPES DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL DE LA PROVINCIA DE LAMBAYEQUE – 2021"

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA			CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES
				Siempre	A veces	Nunca	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEMS		RELACIÓN ENTRE EL ITEMS Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
							SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Gestión de Calidad Es una simple colección de técnicas, un nuevo paradigma o forma de dirigir, un sistema de gestión con una cierta filosofía de dirección, una opción estratégica o una función directiva más. (Camisón; Cruz & Gonzáles, 2006).	Enfoque al cliente	• Necesidades del cliente	Ítem: 1,2 y 3				X		X		X		X		
	Liderazgo	• Liderazgo organizacional	Ítem: 4,5 y 6				X		X		X		X		
	Participación del personal	• Participación del personal en los objetivos de la	Ítem: 7 y 8				X		X		X		X		
	Enfoque basado en los procesos	• Seguimiento de los procesos	Ítem: 9 y 10				X		X		X		X		
	Enfoque de sistema para	• Sistema de calidad	Ítem: 11, 12 y 13				X		X		X		X		
	Mejora continua	• Mejora de la capacidad organizacional	Ítem: 14				X		X		X		X		
	Enfoque basado en hechos para	• Análisis de datos e información	Ítem: 15				X		X		X		X		
	Relaciones beneficiosas con el	• Evaluación a proveedores	Ítem: 16, 17 y 18				X		X		X		X		

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

"Escala Valorativa de Cuestionario GESTION DE CALIDAD"

OBJETIVO: Determinar la relación entre la gestión de calidad con la competitividad en Mypes del sector agroindustrial de la provincia de Lambayeque – 2021.

DIRIGIDO A: Gerentes o representantes de Mypes del sector Agroindustrial de la Provincia de Lambayeque.

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: AGUIÑAGA FERNANDEZ HECTOR AGUSTIN

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: MAGISTER EN ADMINISTRACION UNOLM

VALORACIÓN:

Muy Alto	Alto	Medio	Bajo	Muy Bajo
---------------------	------	-------	------	----------

(La valoración va a criterio del investigador esta valoración es solo un ejemplo)


 FIRMA DEL EVALUADOR
 REG 1594

MATRIZ DE VALIDACIÓN (COMPETITIVIDAD)

TÍTULO DE LA TESIS: "GESTIÓN DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EN MYPES DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL DE LA PROVINCIA DE LAMBAYEQUE – 2021"

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA			CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES
				Siempre	A veces	Nunca	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACION ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEMS		RELACIÓN ENTRE EL ITEMS Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
							SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Competitividad Es la capacidad por mantenerse o aumentar su rentabilidad en las condiciones que prevalecen en el mercado. (Martinez, 2007)	Cadena de valor	• Marketing y ventas	Ítem: 1,2,3,4,5,6,7,8				X		X		X		X		
		• Personal de contacto					X		X		X		X		
		• Prestación					X		X		X		X		
	Diferenciación	• Valor agregado	Ítem: 9,10,11,12,13,14,15,16				X		X		X		X		
		• Imagen					X		X		X		X		
		• Tecnología					X		X		X		X		
	Selección de competidores	• Buenos competidores	Ítem: 17,18,19,20,21,22,23,24, 25				X		X		X		X		
		• Participación de mercado					X		X		X		X		
		• Posicionamiento					X		X		X		X		

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO:

"Escala Valorativa de Cuestionario COMPETITIVIDAD"

OBJETIVO: Determinar la relación entre la gestión de calidad con la competitividad en Mypes del sector agroindustrial de la provincia de Lambayeque – 2021.

DIRIGIDO A: Gerentes o representantes de Mypes del sector Agroindustrial de la Provincia de Lambayeque.

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR: HÉCTOR AGOSTIN AQUINAGA FERNANDEZ

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: MAGISTER EN ADM. UNALM

VALORACIÓN:

Muy Alto	Alto	Medio	Bajo	Muy Bajo
---------------------	------	-------	------	----------

(La valoración va a criterio del investigador esta valoración es solo un ejemplo)


 Ms. Ing. H. Agostin Aquinaga Fernandez

UNIVERSIDAD NACIONAL
 DE LAMBAYEQUE
 FIRMA DEL EVALUADOR

MATRIZ DE VALIDACIÓN (COMPETITIVIDAD)

TÍTULO DE LA TESIS: "GESTIÓN DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EN MYPES DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL DE LA PROVINCIA DE LAMBAYEQUE – 2021"

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA			CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES
				Siempre	A veces	Nunca	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ÍTEM		RELACIÓN ENTRE EL ÍTEM Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
							SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Competitividad Es la capacidad por mantenerse o aumentar su rentabilidad en las condiciones que prevalecen en el mercado. (Martínez, 2007)	Cadena de valor	• Marketing y ventas	Ítem: 1,2,3,4,5,6,7,8				X		X		X		X		
		• Personal de contacto					X		X		X				
		• Prestación					X		X		X				
	Diferenciación	• Valor agregado	Ítem: 9,10,11,12,13,14,15,16				X		X		X				
		• Imagen					X		X		X				
		• Tecnología					X		X		X				
	Selección de competidores	• Buenos competidores	Ítem: 17,18,19,20,21,22,23,24, 25				X		X		X				
		• Participación de mercado					X		X		X				
		• Posicionamiento					X		X		X				

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:****"Escala Valorativa de Cuestionario COMPETITIVIDAD"****OBJETIVO:** Determinar la relación entre la gestión de calidad con la competitividad en Mypes del sector agroindustrial de la provincia de Lambayeque – 2021.**DIRIGIDO A:** Gerentes o representantes de Mypes del sector Agroindustrial de la Provincia de Lambayeque.**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:** CHAVARRY Isla ABEL EDUARDO**GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR:** MAGISTER Administración**VALORACIÓN:**

Muy Alto	Alto	Medio	Bajo	Muy Bajo
----------	------	-------	------	----------

(La valoración va a criterio del investigador esta valoración es solo un ejemplo)

FIRMA DEL EVALUADOR

Dr. Abel Chavarry Isla
Magister en Administración
Universidad ESAN
Reg. N° 4101

MATRIZ DE VALIDACIÓN (GESTIÓN DE CALIDAD)

TÍTULO DE LA TESIS: "GESTIÓN DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EN MYPES DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL DE LA PROVINCIA DE LAMBAYEQUE – 2021"

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA			CRITERIOS DE EVALUACIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIONES
				Siempre	A veces	Nunca	RELACIÓN ENTRE LA VARIABLE Y LA DIMENSIÓN		RELACIÓN ENTRE LA DIMENSIÓN Y EL INDICADOR		RELACIÓN ENTRE EL INDICADOR Y EL ITEMS		RELACIÓN ENTRE EL ITEMS Y LA OPCIÓN DE RESPUESTA		
							SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Gestión de Calidad Es una simple colección de técnicas, un nuevo paradigma o forma de dirigir, un sistema de gestión con una cierta filosofía de dirección, una opción estratégica o una función directiva más. (Camisón; Cruz & Gonzáles, 2006).	Enfoque al cliente	• Necesidades del cliente	Ítem: 1,2 y 3				X		X		X		X		
	Liderazgo	• Liderazgo organizacional	Ítem: 4,5 y 6				X		X		X		X		
	Participación del personal	• Participación del personal en los objetivos de la	Ítem: 7 y 8				X		X		X		X		
	Enfoque basado en los procesos	• Seguimiento de los procesos	Ítem: 9 y 10				X		X		X		X		
	Enfoque de sistema para	• Sistema de calidad	Ítem: 11, 12 y 13				X		X		X		X		
	Mejora continua	• Mejora de la capacidad organizacional	Ítem: 14				X		X		X		X		
	Enfoque basado en hechos para	• Análisis de datos e información	Ítem: 15				X		X		X		X		
	Relaciones beneficiosas con el	• Evaluación a proveedores	Ítem: 16, 17 y 18				X		X		X		X		


MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO**NOMBRE DEL INSTRUMENTO:****"Escala Valorativa de Cuestionario GESTION DE CALIDAD"****OBJETIVO:** Determinar la relación entre la gestión de calidad con la competitividad en Mypes del sector agroindustrial de la provincia de Lambayeque – 2021.**DIRIGIDO A:** Gerentes o representantes de Mypes del sector Agroindustrial de la Provincia de Lambayeque.**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:** CHÁVARRY ISLA ABEL EDUARDO**GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR:** MAESTRO ADMINISTRACIÓN**VALORACIÓN:**

Muy Alto	Alto	Medio	Bajo	Muy Bajo
---------------------	------	-------	------	----------

(La valoración va a criterio del investigador esta valoración es solo un ejemplo)

FIRMA DEL EVALUADOR


Dr. Abel Chavarry Isla
Magister en Administración
Universidad ESAN
Reg. N° 4101

 UNPRG UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO	ESCUELA DE POSGRADO <i>M. Sc. Francis Villena Rodríguez</i>	Versión:	01
		Fecha de Aprobación	30-03-2023
UNIDAD DE INVESTIGACION	<u>FORMATO DE ACTA DE SUSTENTACIÓN VIRTUAL DE TESIS</u>	Pág. 1 de 2	

ACTA DE SUSTENTACIÓN VIRTUAL DE TESIS

Siendo las 10.00 a.m. del martes 18 de abril de 2023, se dio inicio a la Sustentación Virtual de Tesis soportado por el sistema Google Meet, preparado y controlado por la Unidad de Tele Educación de la Escuela de Posgrado de la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo de Lambayeque, con la participación en la Video Conferencia de los miembros del Jurado, nombrados con Resolución N° 805-2022-EPG, de fecha 27 de julio de 2022, conformado por:

Dr. LUIS FERNANDO CAMPOS CONTRERAS
 Dr. CARLOS ALBERTO OLIVOS CAMPOS
 Dr. JORGE HERNAN ATOCHE PACHERRES
 Mg. NOE ALBERCA ROSILLO ALBERCA

Presidente
 Secretario
 Vocal
 Asesor


Para evaluar el informe de tesis de la Tesista FLOR CRISTINA CHAVEZ CENTENO, candidata a optar el grado académico de *MAESTRA EN ADMINISTRACION CON MENCION EN GERENCIA EMPRESARIAL*, con la tesis titulada “*GESTIÓN DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EN MYPES DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL DE LA PROVINCIA DE LAMBAYEQUE - 2021.*”.

El Sr. Presidente, después de transmitir el saludo a todos los participantes en la Video Conferencia de la Sustentación Virtual ordenó la lectura de la Resolución N° 353-2023-EPG de fecha 14 de abril de 2023, que autoriza la Sustentación Virtual del Informe de tesis correspondiente, luego de lo cual autorizó a la candidata a efectuar la Sustentación Virtual, otorgándole 20 minutos de tiempo y autorizando también compartir su pantalla.

Culminada la exposición de la candidata, se procedió a la intervención de los miembros del jurado, exponiendo sus opiniones y observaciones correspondientes, posteriormente se realizaron las preguntas a la candidata.

Culminadas las preguntas y respuestas, el Sr. Presidente, autorizó el pase de los miembros del Jurado a la sala de video conferencia reservada para el debate sobre la Sustentación Virtual del Informe de tesis realizada por la candidata, evaluando en base a la rúbrica de

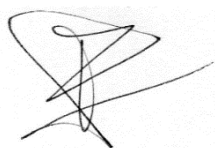
Formato : Físico/Digital	Ubicación : UI- EPG - UNPRG	Actualización:
---------------------------------	------------------------------------	-----------------------

 UNPRG <small>UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO</small>	ESCUELA DE POSGRADO <i>M. Sc. Francis Villena Rodríguez</i>	Versión:	01
		Fecha de Aprobación	30-03-2023
UNIDAD DE INVESTIGACION	<u>FORMATO DE ACTA DE SUSTENTACIÓN VIRTUAL DE TESIS</u>	Pág. 2 de 2	

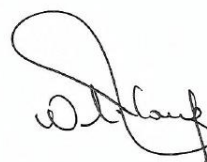
sustentación y determinando el resultado total de la tesis con DIECISEIS puntos, equivalente a BUENO, quedando la candidata apta para optar el Grado académico de **MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN CON MENCIÓN EN GERENCIA EMPRESARIAL**.

Se retornó a la Video Conferencia de Sustentación Virtual, se dio a conocer el resultado, dando lectura del acta y se culminó con los actos finales en la Video Conferencia de Sustentación Virtual.

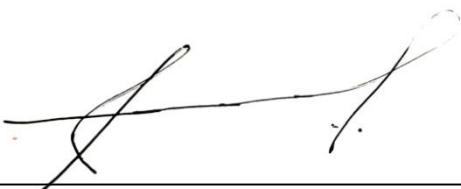
Siendo las 11.10 a.m. se dio por concluido el acto de Sustentación Virtual.



Dr. LUIS FERNANDO CAMPOS CONTRERAS
PRESIDENTE



Dr. CARLOS ALBERTO OLIVOS CAMPOS
SECRETARIO



Dr. JORGE HERNAN ATOCHE PACHERRES
VOCAL

Dr. NOE ALBERTO ROSILLO ALBERCA
ASESOR

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

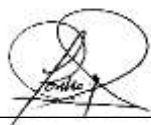
Yo, NOE ALBERTO ROSILLO ALBERCA, Docente¹ / Asesor de Tesis²/ Revisor del trabajo de investigación³, de la estudiante FLOR CRISTINA CHÁVEZ CENTENO.

Titulada: “GESTIÓN DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EN MYPES DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL DE LA PROVINCIA DE LAMBAYEQUE – 2021”.

Luego de la revisión exhaustiva del documento constato que la misma tiene un índice de similitud de 20% verificable en el reporte de similitud del programa Turnitin.

El suscrito 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 Nacional Pedro Ruiz Gallo.

Lambayeque, 14 de diciembre de 2022



Mg. Noé Alberto Rosillo Alberca
ASESOR
DNI: 17935127



Lic. Flor Cristina Chávez Centeno
TESISTA
DNI: 46069644

Se adjunta:

Resumen del Reporte (Con personajes y parámetros de configuración)

Recibo digital

¹En caso corresponda a Investigación formativa dentro de las asignaturas que tiene a cargo del docente y sea necesario emitir constancia.

²Para el caso de las asesorías de tesis de pregrado y posgrado.

³Para el caso de la revisión de investigaciones de los docentes o procesos de publicación en las revistas.

“GESTIÓN DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON LA COMPETITIVIDAD EN MYPES DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL DE LA PROVINCIA DE LAMBAYEQUE – 2021”.

INFORME FINAL

INFORME DE ORIGINALIDAD

20%

INDICE DE SIMILITUD

19%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

8%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

renatiga.sunedu.gob.pe

Fuente de Internet

1%

2

es.scribd.com

Fuente de Internet

1%

3

conocimientoglobal.org

Fuente de Internet

1%

4

Submitted to Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo

Trabajo del estudiante

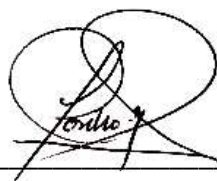
1%

5

upc.aws.openrepository.com

Fuente de Internet

1%



FIRMA-ASESOR
DNI: 17935127



FIRMA-TESISTA



Recibo digital

Este recibo confirma que su trabajo ha sido recibido por **Turnitin**. A continuación podrá ver la información del recibo con respecto a su entrega.

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega: Flor Chavez
Título del ejercicio: INFORME FINAL
Título de la entrega: INFORME FINAL
Nombre del archivo: TESIS_FINAL_EPG_FLOR_CHAVEZ.pdf
Tamaño del archivo: 1.6M
Total páginas: 62
Total de palabras: 9,774
Total de caracteres: 57,443
Fecha de entrega: 11-dic.-2022 05:53p. m. (UTC-0500)
Identificador de la entrega: 1978291518

Mg. Noe Rosillo Alberca
Asesor
DNI: 17935127

Lic. Flor Chávez Centeno
Tesista

UNIVERSIDAD NACIONAL POPOYAN
FACULTAD DE INGENIERÍA
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA DE SISTEMAS
CON VINCULO DE MAESTRIA EN INGENIERIA



TESIS

TRABAJO DE GRADUACIÓN DE INGENIERÍA DE SISTEMAS PARA
LA ESPECIALIZACIÓN EN INGENIERÍA DE SISTEMAS
COMPLETADO EN 2022

MAESTRO EN INGENIERIA
DE INGENIERIA DE SISTEMAS

ASesor
Mg. Noe Rosillo Alberca

MAESTRIA EN INGENIERIA