

DOI: [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i4.3021](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i4.3021)

## Gestión de calidad y su importancia en la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021.

Mgr. Elizabeth Gladys Gerónimo Santiago

[eli\\_26\\_06@hotmail.co](mailto:eli_26_06@hotmail.co)

Universidad Cesar Vallejo  
Lima- Perú

### RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general: determinar la manera como la gestión de calidad se relaciona con la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021; la metodología aplicada fue de tipo cuantitativo, de nivel correlacional transeccional, en el cual se aplicaron las técnicas y métodos numéricos y el procesamiento estadístico de datos; la muestra fue conformada por 75 gerentes de las empresas comercializadoras de frutas; como técnica e instrumento se utilizó la encuesta y el cuestionario estructurado. Resultados: Del total de gerentes encuestados sobre la percepción de la gestión de calidad, el 66.7% señalan de nivel casi siempre, el 26.67% nivel siempre y el 6.7% en nivel algunas veces. Asimismo, los encuestados sobre la competitividad que tienen, el 80% indican es efectuada casi siempre y un 20% mencionaron que siempre efectúan la competitividad de su empresa. Conclusión: se ha determinado por medio de la significancia de  $0,000 < 0.05$  que, permite señalar que la relación es significativa. En ese sentido, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por lo tanto, existe relación directa y significativa entre la gestión de calidad y la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021.

**Palabras clave:** Gestión de calidad, competitividad, empresa, comercializadora, Mypes.

Correspondencia [eli\\_26\\_06@hotmail.co](mailto:eli_26_06@hotmail.co)

Artículo recibido: 10 julio 2022. Aceptado para publicación: 15 agosto 2022.

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

Todo el contenido de **Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar**, publicados en este sitio están disponibles bajo

Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 

Como citar Gerónimo Santiago, M. E. G. (2022). Gestión de calidad y su importancia en la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(4), 5371-5393.

[https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i4.3021](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i4.3021)

## Quality management and its importance in competitiveness in fruit marketing companies, Huaral 2021

### Abstract

The present research work had as a general objective: to determine the way in which quality management is related to competitiveness in fruit trading companies, Huaral 2021; the methodology applied was of a quantitative type, with a transactional correlational level, in which numerical techniques and methods and statistical data processing were applied; the sample was made up of 75 managers of the fruit trading companies; The survey and the structured questionnaire were used as a technique and instrument. Results: Of the total number of managers surveyed about the perception of quality management, 66.7% indicate level almost always, 26.67% level always and 6.7% level sometimes. Likewise, those surveyed about the competitiveness they have, 80% indicate it is carried out almost always and 20% mentioned that they always carry out the competitiveness of their company. Conclusion: it has been determined by means of the significance of  $0.000 < 0.05$ , which allows us to indicate that the relationship is significant. In this sense, the null hypothesis is rejected and the alternate hypothesis is accepted, therefore, there is a direct and significant relationship between quality management and competitiveness in fruit trading companies, Huaral 2021.

**Keywords:** Quality management, competitiveness, company, marketer, Mypes.

### **Introducción**

A nivel mundial los factores de competitividad empresarial han venido sufriendo modificaciones respecto a la forma cómo evaluar dicha competitividad, es así que en Europa las cámaras de comercio como la de España señala que las empresas se enfrentan a escenarios macroeconómicos difíciles (Cámara de Comercio de España, 2019), adoptando a las tecnologías de la información y comunicación como un aspecto importante a considerar, la cual estarían muy asociadas a los factores internos de la empresa y factores sistemáticos fundamentalmente, la cual permitiría mejorar los procesos internos y la gestión de la empresa. Asimismo, en los países del Asia las empresas han logrado mayor desarrollo competitivo gracias a las transformaciones tecnológicas, logrando estas empresas realce en el mercado competitivo internacional, hecho que no viene siendo así en los países de América Latina (CEPAL, 2019)

En estos tiempos, las Micro y Pequeñas empresas (MYPES) en nuestro país tiene una gran labor en la economía en donde se desenvuelven, según lo menciona el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MINTRA), las Mypes cuentan con un alto grado de aporte al PBI (40%), y con un 80% de la oferta laboral local, sin contar con el autoempleo que generan para sus propios empleadores; sin embargo, muchas veces su desarrollo se ve comprometido la lentitud (estancados), principalmente no existir en el sistema de tributación una estabilidad y simplicidad que les dé como posibilidad de mejoras para su formalización y acceder a mejores beneficios en un futuro a mediano plazo para su estabilidad y sostenimiento, en fin, se hará una propuesta tributaria específicamente para este sector, delimitada en la realidad de nuestra población (Sánchez, 2014).

La competitividad de una organización o empresa está asociada a la productividad, a la optimización de recursos y al liderazgo que tiene la empresa u organización en el medio. Según este autor por productividad se entiende la forma en que un país genera prosperidad utilizando sus recursos humanos, económicos y naturales (Porter, 2015). La empresa de rubro comercio se enfrenta diariamente a retos complejos que ponen en juego la supervivencia de sus organizaciones. Para enfrentarse a estos retos son necesarios sistemas de gestión ágiles y modernos y sobre todo adaptados a resolver las necesidades, no solo de sus clientes y autoridades regulatorias, sino de todas las restantes partes interesadas.

A nivel de Latinoamérica y el Caribe, las Mype generan la mayor parte del empleo, el total de empresas suman 11 millones, asimismo generan el 47% de empleo, brindan puestos de trabajo a unos 127 millones de personas, el predominio de las Mype plantea desafíos para los países Latinos, la tasa de informalidad llega casi a 59% en las empresas que cuentan con menos de 10 trabajadores, el 14,4% en las que tienen más trabajadores. Las brechas se ponen de manifiesto en las condiciones laborales, trabajo decente y protección social, ya que solo un 32% de los trabajadores cuenta con un seguro social, al mismo tiempo es un freno para el crecimiento de la productividad, para ello se debe generar políticas integrales, simplificar la reglamentación, acceso al financiamiento, apoyo en la formalización empresarial y laboral, el acceso a tecnologías, procesos de innovación, programas de formación, de tal manera se mejore las condiciones y engrosen el estrato de medianas empresas (Dini y Stumpo, 2018).

En el Perú, la competitividad empresarial obliga a las empresas a la transformación digital donde los espacios físicos han venido dando lugar al uso del internet, es así, que si una empresa no lleva a cabo la transformación digital dejará de ser una empresa competitiva y se verá obligada a sucumbir en el mercado internacional y posteriormente en el mercado nacional (De la Vega, 2019).

La problemática de las empresas radica en la falta de disciplina por parte de los pequeños exportadores, así como los altos costos y la falta de cultura por implementar programas de gestión de calidad, así como la carencia de visión idónea de algunas empresas para expandirse y crecer competitivamente, además de alinear sus diversos procesos internos con programas que auguren calidad para que los productos tengan la aceptación esperada en los diversos mercados internacionales.

En la actualidad la calidad tiene un rol muy importante dentro de las empresas, tanto en las productivas como las de servicio; puesto que al contar con una gestión de calidad óptima dentro las empresas exportadoras se podrá diferenciar de la competencia gracias a las ventajas competitivas que tendrá la organización.

Después de la caracterización de la problemática a nivel internacional, nacional y local, fue necesario preguntar a la realidad formulando las siguientes interrogantes: problema general: ¿De qué manera la gestión de calidad se relaciona con la competitividad en las

empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021?. Luego se desagregaron en las siguientes preguntas específicas: (a) ¿Cuál es la relación que existe entre la planificación y la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021?; (b) ¿Cuál es la relación que existe entre la realización y la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021?; (c) ¿Cuál es la relación que existe entre la comprobación y la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021?; (d) ¿Cuál es la relación que existe entre la actuación y la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021?.

Después de formular preguntas a la realidad es necesario justificar el trabajo de investigación, por la importancia del tema, que tiene en la actualidad; por las siguientes razones:

Justificación metodológica: se justificó el enfoque que se establece en el estudio de la variable, las técnicas e instrumentos utilizados en el acopio de datos e información, procesamiento y análisis de la información realizada por la investigadora y hallar conclusiones válidas acerca de la correlación de las variables de estudio en torno a las empresas comercializadoras de frutas de Huaral.

Justificación relevancia social: los resultados que se obtengan del presente estudio radica por cuanto, a la propuesta se definió las directrices que siguió en el proceso de mejora continua cuya utilidad sirvió para posicionarse en el mercado de rubro comercio de la provincia de Huaral con una orientación competitiva, cuyos resultados pueden ser replicados en otras pequeñas empresas

Justificación práctica: la investigación permite conocer la realidad en que se encuentran las empresas comercializadoras de frutas en la provincia de Huaral, en aspectos de gestión de calidad y su importancia en la competitividad.

En este sentido la gestión de calidad se relaciona con la competitividad y de tal manera genera un mayor crecimiento en el ámbito empresarial. Objetivos de la Investigación general: determinar la manera como la gestión de calidad se relaciona con la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021. Luego se desagregaron en los siguientes objetivos específicas: (a) determinar la relación que existe entre la planificación y la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021; (b) Determinar la relación que existe entre la realización y la competitividad en las empresas

comercializadoras de frutas, Huaral 2021; (c) Determinar la elación que existe entre la comprobación y la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021; (d) Determinar la relación que existe entre la actuación y la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021.

A continuación, se llegó a plantear las siguiente Hipótesis: Hipótesis general: (a) Existe relación directa y significativa entre la gestión de calidad se relaciona con la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021. Ho: No existe relación directa y significativa entre la gestión de calidad se relaciona con la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021. Hipótesis subsidiario Hi1: Existe relación directa y significativa entre la planificación y la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021. Hi2: Existe relación directa y significativa la realización y la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021. Hi3: Existe relación directa y significativa entre la comprobación y la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021. Hi4: Existe relación directa y significativa entre la actuación y la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021.

## **Metodología**

### **Tipo y Diseño de Investigación**

Fue de enfoque cuantitativo y de nivel correlacional transeccional; porque se utilizó técnicas y métodos numéricos como es la estadística (descriptiva e inferencial) y la matemática; asimismo se realizó el procesamiento de recolección de datos y el análisis del resultado para responder las preguntas de investigación; además el método de investigación fue tomado de las ciencias naturales y de las ciencias formales (Caballero, 2014, p. 73).

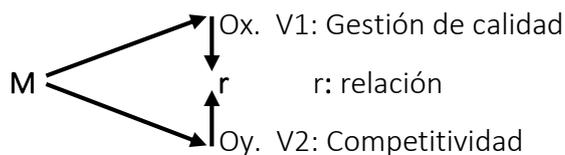
Fue correlacional porque en los estudios correlacionales, el investigador establece relaciones, que se dan entre las variables sin entrar a profundizar a las causas que determinan esta relación. Para Hernández, consiste en evaluar la relación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables (Pino, 2007).

Transeccional: porque la recolección de datos se realizó en un solo momento.

Por su alcance la investigación es correlacional porque trata de averiguar la relación de las variables  $x \rightarrow y$ , cuyo diagrama es:

### **Figura 1**

*Esquema de investigación correlacional*



**Fuente:** Sampieri (2010). *Metodología de investigación*, México, McGraw Hill.

Donde:

M = Muestra de estudio

Ox = Observación en la variable 1: Gestión de calidad

r = Correlación entre variables

Oy

=Observación en la variable 2: Competitividad.

### Variables y Operacionalización

Gestión de calidad: es un conjunto de acciones y herramientas que tienen como objetivo evitar posibles errores o desviaciones en el proceso de producción y en los productos o servicios obtenidos mediante el mismo (ISO 9001, 2018).

Definición operacional: la variable comprende las dimensiones planificación, hacer, verificar y actuar; que se medirán a todos de sus indicadores mediante una escala de valoración politómica ordinal.

La competitividad: según Montoya (2014) sostuvo que la potencia de las organizaciones empresariales de una nación se da para diseñar, desarrollar, producir y colocar en el mercado nacional e internacional, mediante la competencia con otras empresas del mismo rubro en el exterior.

Definición operacional: la variable integra las cuatro dimensiones; ventaja competitiva, estrategia competitiva, rentabilidad, eficiencia y potencial; se mide mediante sus indicadores con una escala valorativa tipo Likert, con 5 alternativas politómicas.

Población y Muestra.

La población es el conjunto de todos los elementos que pertenecen al ámbito espacial donde se desarrolla el trabajo de investigación (Carrasco, 2014, p. 236).

La población estuvo conformada por 85 gerentes de las empresas comercializadoras de frutas de la provincia de Huaral (Fuente: Municipalidad provincial de Huaral).

Carrasco (2014) sostuvo que la muestra es, en esencia, un subgrupo de la población; un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población.

El tamaño de la muestra se obtuvo mediante un muestreo no probabilístico, intencional; porque no se aplicó ninguna fórmula estadística, tampoco el método aleatorio; siendo igual a 75, porque la población es pequeña.

n= 75 Gerentes o representantes de las empresas comercializadoras de frutas de Huaral.

### **Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**

La técnica fue la encuesta porque permite la formulación de preguntas o interrogantes de acuerdo a los indicadores de estudio para la recolección de datos (Carrasco, 2014).

El instrumento utilizado fue: Se aplicó el cuestionario estructurado, elaborado como un formato, con base a los objetivos y el cuadro de operacionalización de variables.

Para la validez externa de los instrumentos se utilizó el juicio de expertos; a quienes se les entregó un ejemplar de cada instrumento con base a un expediente de validación, según la guía otorgada por la Universidad César Vallejo. De acuerdo a las observaciones, se organizó un cuadro de validación; cuyo valor promedio de la sumatoria no debe exceder de 1. El instrumento fue válido cuando mide las variables e indicadores que el investigador desea medir (Hernández, et. al. 2010).

La Confiabilidad se obtuvo, mediante la aplicación del estadístico Alfa de Cronbach y fue igual a 0,89, el instrumento es confiable. Porque el grado de medición produjeron resultados consistentes y coherentes (Carrasco, 2014, p. 339).

### **Procedimiento**

Se remitió a los gerentes de las empresas comercializadoras de frutas de Huaral un oficio de atención y se coordinó el día, hora, fecha para aplicar el cuestionario. El día de la aplicación de los instrumentos se cumplió con informador. Dando a conocer a la gerencia los resultados obtenidos para que tomen las decisiones gerenciales.

### **Método de Análisis de Datos**

Se aplicó el programa SPSS versión 25 para tabular, clasificar, ordenar y codificar los datos, para la presentación en tablas y figuras; para su posterior interpretación y análisis. La prueba de Hipótesis se realizó con Chi cuadrado y Rho de Spearman.

## Aspectos Éticos

Se cumplió con aplicar los principios éticos antes de la ejecución del instrumento donde se informó los objetivos de la recolección de datos, durante y después de la aplicación del instrumento: Principio de Justicia; comprendió el trato justo antes, durante y después de la participación de los elementos de la muestra, se tuvo en cuenta. La selección justa de participantes; el trato sin prejuicio a quienes se rehusaron de continuar participando en el estudio. El trato respetuoso y amable siempre enfocando el derecho a la privacidad y confidencialidad garantizando la seguridad de las personas. Anonimato, los instrumentos de medición se aplicaron indicándoles a los elementos de muestra que el recojo de datos es en forma anónima. Honestidad, se informó a los elementos de la muestra el objetivo de la investigación.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

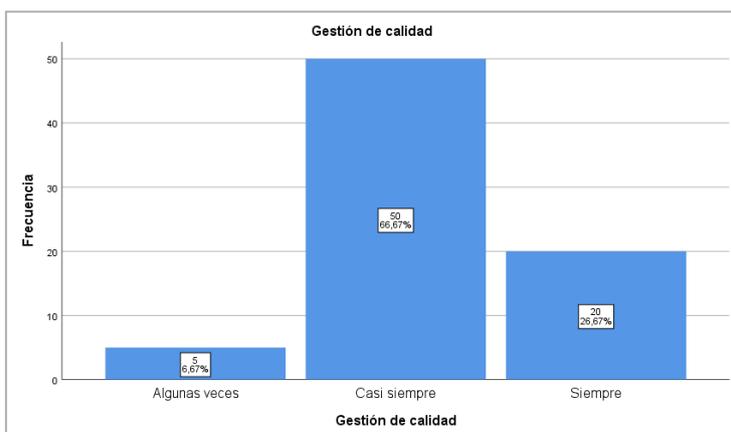
Tabla 1

Tabla de frecuencia de la variable gestión de calidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	5	6,7	6,7	6,7
Casi siempre	50	66,7	66,7	73,3
Siempre	20	26,7	26,7	100,0
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Figura 1

Porcentajes de la variable gestión de calidad



Se observó en la tabla 1, la percepción de los gerentes de las pequeñas empresas comercializadoras de frutas en Huaral, encuestados sobre la gestión de calidad, para el 66.7% es de nivel casi siempre, el 26.67% nivel siempre y el 6.7% en nivel algunas veces

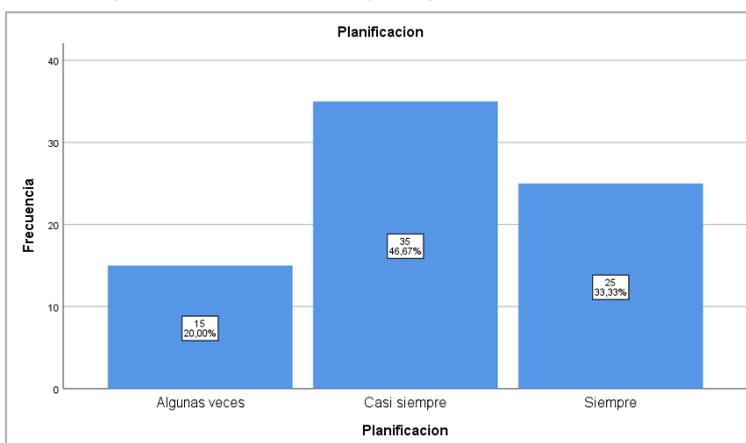
**Tabla2**

Tabla de frecuencia de la dimensión planificación.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	15	20,0	20,0	20,0
Casi siempre	35	46,7	46,7	66,7
Siempre	25	33,3	33,3	100,0
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Figura 2**

*Porcentajes de la dimensión planificación*



En la figura 2, del 100% de encuestados para el 20% de gerentes o representantes de las empresas comercializadoras de frutas-Huaral, encuestados sobre planificación en la gestión de calidad es algunas veces, el 46.67% indicaron que fue casi siempre y el 33.33% indicaron que siempre examinan la situación actual de su empresa.

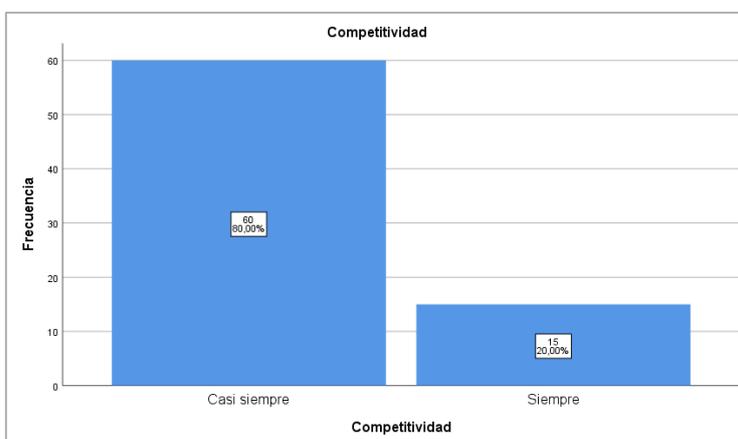
Tabla

Tabla de frecuencia de la variable competitividad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi siempre	60	80,0	80,0	80,0
Siempre	15	20,0	20,0	100,0
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Figura3

Porcentaje de la variable competitividad



Según la figura 6, de acuerdo con los valores que se han tomado para esta dimensión, encuestados sobre la competitividad que tienen, el 80% de los participantes indican es realizada casi siempre y un 20% mencionaron que siempre realizan la competitividad de su empresa.

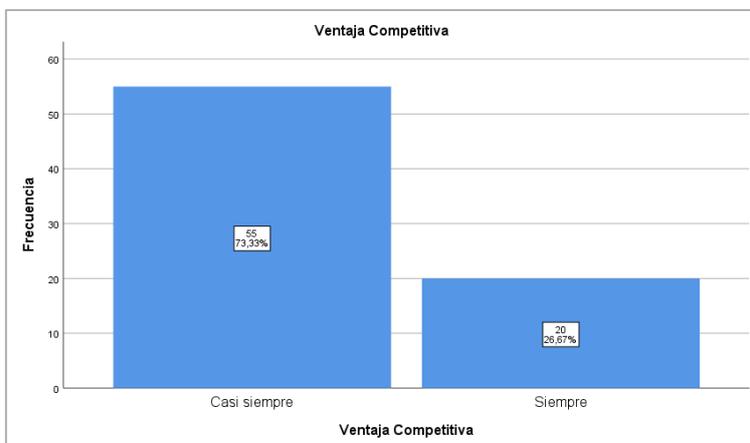
Tabla4

Tabla de frecuencia de la dimensión ventaja competitiva

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi siempre	55	73,3	73,3	73,3
Siempre	20	26,7	26,7	100,0
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Figura**

*Porcentajes de la dimensión ventaja competitiva*



En la figura 7, se observa que los gerentes o representantes de las empresas comercializadoras de frutas-Huaral, encuestados sobre la ventaja competitiva, el 73.33% realiza casi siempre y el 26.67% mencionaron que siempre realizan las ventajas competitivas de su empresa

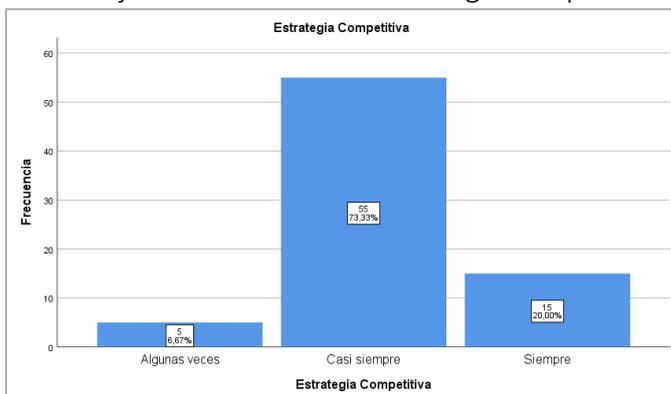
**Tabla**

Tabla de frecuencia de la dimensión estrategia competitiva

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	5	6,7	6,7	6,7
Casi siempre	55	73,3	73,3	80,0
Siempre	15	20,0	20,0	100,0
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Figura**

Porcentajes de la dimensión estrategia competitiva



Del 100% del total de encuestados, el 73.33% de gerentes de las empresas comercializadoras de frutas-Hualal indicaron que casi siempre desarrolla la estrategia competitiva, el 20% mencionaron que siempre realizan la estrategia competitiva de su empresa y el 6.67% realiza algunas veces.

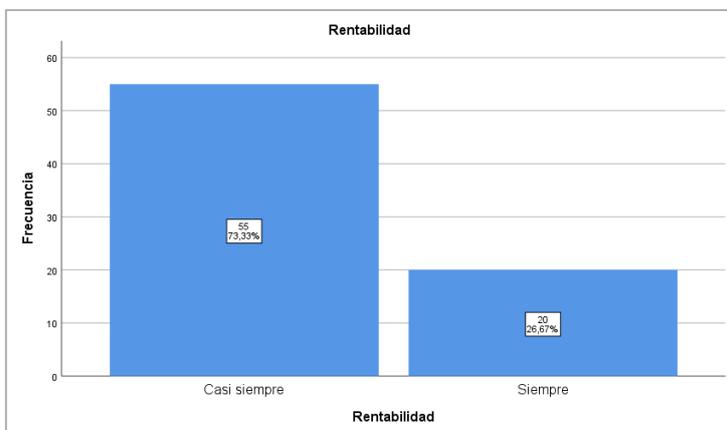
**Tabla**

Tabla de frecuencia de la dimensión rentabilidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi siempre	55	73,3	73,3	73,3
Siempre	20	26,7	26,7	100,0
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Figura**

*Porcentajes de la dimensión rentabilidad*



En la figura 9, se evidencia que los gerentes o representantes de las empresas comercializadoras de frutas-Huaral, encuestados sobre la rentabilidad, el 73.33% es aplicada casi siempre y el 26.67% mencionaron que siempre es aplicado la rentabilidad competitiva de su empresa.

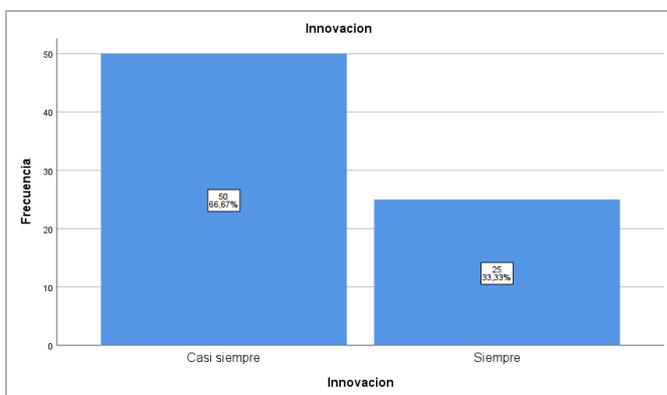
**Tabla**

Tabla de frecuencia de la dimensión innovación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi siempre	50	66,7	66,7	66,7
Siempre	25	33,3	33,3	100,0
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Figura**

*Porcentajes de la dimensión innovación*



Del 100% del total de encuestados sobre innovación, el 66,67% aplica casi siempre y un 33% indicaron que siempre aplican la innovación competitiva en su empresa

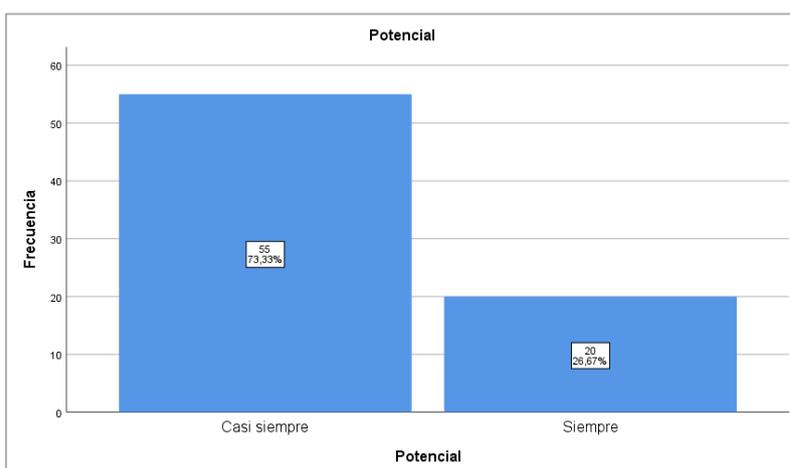
### Tabla

Tabla de frecuencia de la dimensión potencial

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi siempre	55	73,3	73,3	73,3
Siempre	20	26,7	26,7	100,0
<b>Total</b>	<b>75</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

### Figura

Porcentajes de la dimensión potencial



En la figura 11, se verifica que el 73.30% de encuestados analiza casi siempre los potenciales de la empresa y el 26.70% mencionaron que siempre realizan potencial competitivo de su empresa.

### Discusión

Del objetivo general: determinar la manera como la gestión de calidad se relaciona con la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, en la ciudad de Huaral, en el año 2021.

Los resultados encontrados en la siguiente investigación muestran que la percepción de los gerentes de las pequeñas empresas comercializadoras de frutas en Huaral, encuestados sobre la gestión de calidad, para el 66.7% es de nivel casi siempre, el 26.67% nivel siempre

y el 6.7% en nivel algunas veces, para el 20% encuestados sobre planificación en la gestión de calidad es algunas veces, el 46.67% indicaron que fue casi siempre y el 33.33% indicaron que siempre examinan la situación actual de su empresa.

Los resultados obtenidos se relacionan con la tesis de Ormaza y Guerrero (2021) quienes desarrollaron una investigación sobre: "Gestión de calidad y crecimiento empresarial: Análisis biométrico", sostiene que la gestión de calidad se ha convertido en un factor influyente en el crecimiento de las empresas, denominando como una práctica imponente en el desarrollo de los mismos.

Desde el punto de vista teórico según Acosta (2008) la gestión de la calidad total es una estrategia de gestión empresarial que consiste en el estudio y valoración del concepto de calidad en cada una de las fases de un proceso de producción y por otro lado al cliente. Al respecto, Sánchez (2017) señaló que la finalidad es la mejora constante de bienes y servicios ofertados y la consecución de mayor satisfacción del cliente.

Se puede observar la existencia de una relación directa y significativa entre la entre gestión de calidad con la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, de los resultados empíricos obtenidos de Acosta (2008) quienes concluyeron que, si existe una relación directa, debido a que la gestión de calidad se ha convertido en un factor influyente en el crecimiento de las empresas, denominando como una práctica imponente en el desarrollo de los mismos.

Determinar la relación que existe entre la planificación y la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021.

Los resultados encontrados en la siguiente investigación muestran que la percepción de los gerentes de las pequeñas empresas comercializadoras de frutas en Huaral, encuestados sobre la realización en la gestión de calidad, el 53.33% mencionaron que siempre verifican la situación actual de su empresa, el 40% indicaron que fue casi siempre y 6.67% es realizada algunas veces, el 53.33% mencionaron que siempre comprueban la situación actual de su empresa, seguido por el 13.33% es comprobada algunas veces y el 33.33% indicaron que fue casi siempre.

Los resultados obtenidos se relacionan con la investigación de Gonzales (2017) en su trabajo investigación titulada: "Estudio del impacto de la innovación de modelo de negocio en la

generación de otros tipos de innovación y en el sistema de gestión de la calidad en una gran empresa”; sostiene que para lograr la innovación en el modelo de negocio, en el camino hubo procesos innovadores de producto, mercadotecnia y organización en ambos niveles, que existe una vinculación a nivel teórico de los elementos del modelo de negocio.

Desde el punto de vista teórico según Garro y Gonzáles (2008) señalaron que la importancia de la gestión de calidad, para el cumplimiento de las necesidades de los clientes en el desarrollo de nuevos productos y potenciar la empresa, es necesario cumplir los siguientes requisitos, como: los costos y los precios.

Los resultados empíricos y teóricos obtenidos en proceso de la investigación tienen una relación directa ya que más de la mitad de los encuestados a veces tenían capacitación técnica; pero un significativo del 53.33% mencionaron que siempre verifican la situación actual de su empresa y los autores mencionados sostienen; que para lograr la innovación en el modelo de negocio, en el camino hubo procesos innovadores de producto, mercadotecnia y organización en ambos niveles, que existe una vinculación a nivel teórico de los elementos del modelo de negocio.

Describir la relación que existe entre la realización y la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021.

Los resultados encontrados en la siguiente investigación muestran que la percepción de los gerentes de las pequeñas empresas comercializadoras de frutas en Huaral, del 100% de encuestados sobre la actuación de resultados en la gestión de calidad, el 73.33% actúa casi siempre y el 26.67% mencionaron que siempre interactúan en la situación de su empresa, encuestados sobre la competitividad que tienen, el 80% de los participantes indican es realizada casi siempre y un 20% mencionaron que siempre realizan la competitividad de su empresa. Se relaciona con la tesis de Amez (2017) quien investigó sobre “Gestión de la certificación de la calidad y su influencia en la competitividad en las empresas agroexportadoras de mermelada de mango en Lima”; sostiene que la certificación de calidad sí influye en la competitividad en las empresas agroexportadoras de mermeladas de mango en Lima.

Desde el punto de vista teórico la competitividad: al respecto, Lloréns y Fuentes (2011) sostuvieron que la competitividad “es buscar las mejores posiciones con perfiles en

productos y servicios, sobresaliendo la mejora continua con el compromiso de gestión de calidad".

Como se puede apreciar hay una relación directa y significativa de nivel correlacional entre las variables utilizadas tanto en el presente estudio y los resultados teóricos que corroboran lo que se halló en el procesamiento estadístico como en las teorías y antecedentes adoptados en la presente investigación.

Determinar la relación que existe entre la comprobación y la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021.

Los resultados encontrados en la siguiente investigación muestran que la percepción de los gerentes de las pequeñas empresas comercializadoras de frutas en Huaral, encuestados sobre la ventaja competitiva, el 73.33% realiza casi siempre y el 26.67% mencionaron que siempre realizan las ventajas competitivas de su empresa, el 73.33% indicaron que casi siempre desarrolla la estrategia competitiva, el 20% mencionaron que siempre realizan la estrategia competitiva de su empresa y el 6.67% realiza algunas veces.

Los resultados hallados se relacionan con la tesis de Cajavilca (2018) en su investigación acerca de: "Ventajas competitivas y competitividad empresarial en las empresas exportadoras peruanas, 2016-2017"; puntualiza que las ventajas competitivas empresariales influyen en la competitividad empresarial de las productoras o exportadoras comercializadoras peruanas más representativas con sede en la ciudad de Lima; las ventajas competitivas empresariales en costos en diferenciación y en valores si posibilitan la competitividad empresarial.

Estrategias competitivas, según Kotler (2012) es tan importante entender y satisfacer a los clientes. La definición de una estrategia competitiva consiste en desarrollar una amplia fórmula de cómo la empresa va a competir, cuáles deben ser sus objetivos y qué políticas serán necesarias para alcanzar tales objetivos. La estrategia competitiva es una combinación de los fines (metas) por los cuales se está esforzando la empresa y los medios (políticas) con las cuales está buscando llegar a ellos (p. 256).

Como se observa en los resultados teóricos y empíricos, los representantes siempre mantuvieron su posición neutral relacionado con la organización, en este contexto se halló una correlación significativa entre las variables gestión de calidad y la dimensión

planificación; complementado con la tesis de Cajavilca, quien sostuvo que la innovación en el modelo de negocio, en el camino hubo procesos innovadores de producto, mercadotecnia y organización en ambos niveles.

Determinar la relación que existe entre la actuación y la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021.

Los resultados encontrados en la siguiente investigación muestran que la percepción de los gerentes de las pequeñas empresas comercializadoras de frutas en Huaral, encuestados sobre la rentabilidad, el 73.33% es aplicada casi siempre y el 26.67% mencionaron que siempre es aplicado la rentabilidad competitiva de su empresa, encuestados sobre innovación, el 66,67% aplica casi siempre y un 33% indicaron que siempre aplican la innovación competitiva en su empresa, el 73.30% de encuestados analiza casi siempre los potenciales de la empresa y el 26.70% mencionaron que siempre realizan potencial competitivo de su empresa.

Los resultados encontrados se relacionan con la tesis de Cajavilca (2018) que investigó sobre: "Ventajas competitivas y competitividad empresarial en las empresas exportadoras peruanas, 2016-2017". En la Universidad Nacional Federico Villareal"; indica que las ventajas competitivas empresariales en costos en diferenciación y en valores si posibilitan la competitividad empresarial.

Desde el punto de vista, según Hernández (2016) afirmó que la competitividad es la capacidad que tiene la empresa, de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores; la competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo (productividad), y la productividad de los otros oferentes del mercado.

Como se observa en los resultados teóricos y empíricos, los representantes casi siempre han mantenido su posición sobre la actuación y la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021, complementado con la tesis de Cajavilca, (2018) quienes hallaron la correlación directa y significativa entre las variables de estudio.

## CONCLUSIONES

Desde los conceptos científicos plasmados y presentado los resultados con sus respectivas interpretaciones de cada cuestión investigativa, se llegó a las siguientes conclusiones:

Se ha determinado la relación que existe entre la gestión de calidad se relaciona con la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021; porque la significancia de  $0,000 < 0.05$  permite señalar que la relación es significativa. En ese sentido, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por lo tanto, existe relación directa y significativa entre la gestión de calidad y la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021.

Se ha determinado la relación que existe entre la planificación y la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021; porque el grado de correlación es positiva débil, la significancia de  $0,588 < 0.05$  permite señalar que la relación es significativa. en ese sentido, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por lo tanto, existe relación directa y significativa la realización y la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021.

Queda determinado la relación que existe entre la realización y la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021; porque La significancia de  $0,588 < 0.05$  permite señalar que la relación es significativa. En ese sentido, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por lo tanto, existe relación directa y significativa entre la realización y la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021.

Se ha determinado la relación que existe entre la comprobación y la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021, porque La significancia de  $0,704 < 0.05$  permite señalar que la relación es significativa. En ese sentido, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por lo tanto, existe relación directa y significativa entre la comprobación y la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021.

Se ha determinado la relación que existe entre la actuación y la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021; porque la significancia de  $0,275 < 0.05$  permite señalar que la relación es significativa. en ese sentido, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, por lo tanto, existe relación directa y significativa entre la actuación y la competitividad en las empresas comercializadoras de frutas, Huaral 2021.

## LISTA DE REFERENCIAS

1. Alcalde, P. (2019). *Calidad: fundamentos, herramientas y gestión de la calidad para Pymes*. Madrid -España: Paraninfo.
2. Amaru, A. (2009). *Fundamentos de administración. Teoría general y proceso administrativo*. España: Pearson Educación.
3. Amez, E. (2017). *Gestión de la certificación de calidad y su influencia en la competitividad en las empresas agroexportadoras de mermelada de mango en Lima*. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola. Obtenido de <https://bit.ly/3PwYoeE>
4. Caballero, A. (2014). *Metodología integral innovadora para planes y tesis. La metodología del como formular*. México: Cengage Learning.
5. Cajavilca, W. (2018). *Ventajas competitivas y competitividad empresarial en las empresas exportadoras peruanas, 2006-2017*. Lima: [Tesis de Doctorado, Universidad Nacional Federico Villareal]. Obtenido de <https://bit.ly/3vdcx8N>
6. Carrasco, S. (2014). *Medología de la Investigación Científica*. Lima, Perú: Editorial San Marcos.
7. Castellanos, O., Gálvez, J., & Montoya, L. (2006). *Medición del potencial de investigación y desarrollo de las pymes a partir de su capacidad de gestión organizacional*. Colombia: Universidad de Bogotá. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20605710.pdf>
8. De la Vega, M. (2019). Transformación digital elevará la competitividad empresarial. *El peruano*, 4. Obtenido de <https://elperuano.pe/noticia/86358-transformacion-digital-elevara-la-competitividad-empresarial>
9. Dini, M., & Stumpo, G. (2018). Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento. 5. Obtenido de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1900361\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1900361_es.pdf)
10. Gonzales, S. (2017). *Estudio del impacto de la innovación de modelo de negocio en la generación de otros tipos de innovación y en el sistema de gestión de la calidad en*

- una gran empresa*. Lima: [Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú].  
Obtenido de <https://bit.ly/3vacMRN>
11. Hernández, D. (2016). *Competitividad empresarial. Administración*. México: Decimoprimera edición Pearson Educación.
  12. ISO9001. (2018). *¿Quiere saber lo que significa la gestión de calidad?* Obtenido de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2018/10/quiere-saber-lo-que-significa-la-gestion-de-calidad/>
  13. León, F. (2015). *¿En qué consiste la competitividad empresarial?* Obtenido de <https://www.merca20.com/en-que-consiste-la-competitividad-empresarial/>
  14. Montoya. (2014). *Noción de competitividad a las ventas de la integración empresarial*. Bogotá|: Universidad Militar Nueva Granada. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/909/90916105.pdf>
  15. Ormaza, M., & Guerrero, M. (2021). *Gestión de calidad y crecimiento empresarial: Análisis bibliométrico*. Venezuela: Universidad del Zulia. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/290/29066223021/29066223021.pdf>
  16. Porter, M. (2015). *Ventaja competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. México: Editorial McGraw-Hill Interamericana.
  17. Saavedra, M., Camarena, M., & Tapia, B. (2017). Calidad para la competitividad en las micro, pequeñas y medianas empresas, de la Ciudad de México. *Revista Venezolana de Gerencia*, 22(80), 551-575. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/290/29055967002/html/>
  18. Sampieri, R., Collado, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. México, México: Mc Graw Hill.
  19. Sánchez, B., & Bernardo, J. (2014). Las Mypes en el Perú, su importancia y propuesta tributaria. (H. Yacsahuache Pasapera, Ed.) *QUIPUKAMAYOC*, 13(25), 5. Obtenido de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/quipu/article/view/5433/46>

20. Sánchez, J. (2017). *Gestión de la calidad total*. Lima: Economipedia. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/gestion-la-calidad-total.html>