

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL



**"INFLUENCIA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN EL NIVEL DE LA
RENTABILIDAD DE LA ASOCIACIÓN AGROINDUSTRIAL OLIVARERA
DE SAMA, PERIODO 2015"**

TESIS PRESENTADA POR:

BACH. BALBOA PARI, YESENIA MAYUMI

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

INGENIERO COMERCIAL

TACNA – PERÚ

2017

DEDICATORIA

A Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mis padres por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo.

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por acompañarme todos los días, a mis padres que me han apoyado en lo que me he propuesto y sobre todo han sabido corregir mis errores

A mi hermano que con sus consejos me ha ayudado a afrontar los retos que se me ha presentado a lo largo de mi vida.

A mis profesores, gracias por su tiempo, por su apoyo así como por la sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional.

RESUMEN

La gestión de la calidad juega un papel muy importante en el desarrollo de las empresas, mejorando su situación. La presente tesis tiene como objetivo determinar la influencia que existe entre la gestión de calidad y el nivel de rentabilidad de la Asociación Agroindustrial Olivarera de Sama. Y como objetivos específicos analizar la gestión de calidad de la Asociación; además evaluar el nivel de rentabilidad. Se propone un instructivo para la implementación de Gestión de Calidad con el fin de mejorar el nivel de rentabilidad en la Asociación Agroindustrial Olivarera de Sama.

El tipo de investigación que presenta el proyecto es pura, por estar orientada a brindar nuevos conocimientos al campo económico de las asociaciones, desde el ángulo de la gestión de calidad y su influencia en la rentabilidad. La población de estudios está conformada por los integrantes de la Asociación Agroindustrial Olivarera de Sama, los cuales son un total de 28 socios.

Para la obtención de los resultados se utilizó como instrumento la encuesta que fue aplicada a los socios, los datos obtenidos se procesaron en el software estadístico SPSS para el análisis, interpretación y conclusiones finales que se presentan detalladamente en la investigación.

ABSTRACT

Quality management plays a very important role in the development of companies, improving their situation. The present thesis aims to determine the influence that exists between the quality management and the level of profitability of the Agroindustrial Association of Olivarera de Sama. And as specific objectives analyze the quality management of the Association; Also evaluate the level of profitability. It proposes an instructive for the implementation of Quality Management in order to improve the level of profitability in the Association Agroindustrial Olivarera de Sama.

The type of research presented by the project is pure, because it is oriented to provide new knowledge to the economic field of the associations, from the angle of quality management and its influence on profitability. The study population is made up of the members of the Agroindustrial Association Olivarera de Sama, which are a total of 28 members.

To obtain the results, the survey that was applied to the partners was used as instrument, the data obtained were processed in the SPSS statistical software for the analysis, interpretation and final conclusions that are presented in detail in the research.

CONTENIDO

RESUMEN.....	4
ABSTRACT.....	5
CONTENIDO.....	6I
ÍNDICE DE TABLAS.....	9
INTRODUCCIÓN.....	11
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.1. Descripción de la realidad problemática	12
1.2. Formulación del problema	14
1.2.1. Problema general.....	14
1.2.2. Problemas específicos.....	14
1.3. Justificación e importancia de la investigación.....	14
1.3.1. Justificación	14
1.4. Alcances y limitaciones en la investigación.....	16
1.4.1. Alcances.....	16
1.4.2. Limitaciones	16
1.5. Objetivos de la investigación	16
1.5.1. Objetivo general.....	16
1.5.2. Objetivos específicos.....	17
1.6. Hipótesis de la investigación.....	17
1.6.1. Hipótesis general.....	17
1.6.2. Hipótesis específicas	17
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	18
2.1. Antecedentes relacionados con la investigación.....	18
2.2. Bases teórico – científicas	20

2.2.1.	Gestión de calidad.....	21
2.2.2.	Rentabilidad	31
2.3.	Definición de términos básicos	42
CAPITULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....		46
3.1.	Tipo de investigación.....	46
3.2.	Nivel de investigación	46
3.3.	Diseño de investigación.....	46
3.4.	Población y muestra del estudio	47
3.4.1.	Población.....	47
3.4.2.	Muestra	47
3.5.	Técnicas e instrumentos de investigación.....	47
3.5.1.	Técnicas.....	47
3.5.2.	Instrumentos.....	47
3.6.	Ámbito de la investigación	48
3.7.	Procesamiento y análisis de información.....	48
CAPITULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS.....		49
4.1.	Confiabilidad de los instrumentos	49
4.1.1.	Aplicación de coeficiente de alfa de Cronbach.....	50
4.1.2.	Confiabilidad de juicio de expertos.....	50
4.2.	Análisis estadístico de gestión de calidad.....	51
4.2.1.	Análisis por indicadores	61
4.3.	Análisis estadístico de rentabilidad	66
CAPITULO V: CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS		68
5.1.	Verificación de la hipótesis general.....	68
5.2.	Verificación de la hipótesis específica	71
5.2.1.	Comprobación de la hipótesis específica 01.....	71

5.2.2. Comprobación de la hipótesis específica 02.....	72
CAPITULO VI: INSTRUCTIVO DE GESTIÓN DE CALIDAD EN LA ASOCIACIÓN AGROINDUSTRIAL OLIVARERA DE SAMA	73
CONCLUSIONES	88
RECOMENDACIONES	89
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	90
ANEXOS	92
7.1. Matriz de consistencia	92
7.2. Cuestionario	93
7.3. Definición y operacionalización de variables.....	96
7.4. Juicio de expertos.....	97

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Alfa De Cronbach De Gestión de calidad.....	50
Tabla 2: Alfa De Cronbach De Rentabilidad.....	50
Tabla 3: Con que frecuencia los socios participan de las reuniones	51
Tabla 4: Los socios realizan los aportes en su debido momento	51
Tabla 5: Con que frecuencia se desarrollan capacitaciones en la asociación	52
Tabla 6: Se cumple con los beneficios sociales de los trabajadores	53
Tabla 7: La junta directiva de la asociación olivarera de Sama desarrolla un plan operativo anual	53
Tabla 8: La junta directiva tiene un cronograma/ se cumple con las reuniones establecidas en el plan operativo.....	54
Tabla 9: La junta directiva entrega un informe periódico a sus socios de las metas, objetivos y gastos.....	55
Tabla 10: Con que frecuencia se cuenta con el apoyo de instituciones público o privadas.....	55
Tabla 11: Conoce el proceso de preparación de aceituna.	56
Tabla 12: Los procedimientos operativos del proceso de preparación están escritos.....	57
Tabla 13: Los controles del proceso se realizan en el momento oportuno.....	58
Tabla 14: Se vende a clientes fijos	59
Tabla 15: Cuál es el cumplimiento de mantenimiento, limpieza e higiene de la planta.....	59
Tabla 16: Cuentan con un control de vertidos.....	60
Tabla 17: Cuentan con un programa de segregación de residuos sólidos	61
Tabla 18: Personas.....	62
Tabla 19: Política y estrategia.....	62
Tabla 20: Alianzas y Recursos.....	63
Tabla 21: Procesos.....	64
Tabla 22: Clientes.....	64
Tabla 23: Sociedad.....	65
Tabla 24: ¿cuanto ha sido su nivel de ventas anual.....	66
Tabla 25: ¿Cuanto ha sido su producción anual	67
Tabla 26: Resumen del modelo	68

Tabla 27: Prueba Anova	69
Tabla 28: Coeficientes	69
Tabla 29: frecuencias y porcentajes gestión de calidad	71
Tabla 30: porcentaje nivel de rentabilidad.....	72

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se titula “Influencia de la gestión de calidad en el nivel de rentabilidad de asociación agroindustrial olivarera de Sama, periodo 2015”, actualmente las asociaciones tienen un gran potencial para ser rentables en el tiempo. En tal sentido, como objetivo principal tenemos, Determinar la influencia de la gestión de calidad en el nivel de rentabilidad de la Asociación Agroindustrial Olivarera de Sama, periodo 2015.

Para ello también se establecen objetivos específicos que permitirán analizar la gestión de calidad y evaluar el nivel de rentabilidad de la asociación olivarera de Sama y proponer un modelo de gestión que sirva de orientación para la toma de decisiones a los socios de la asociación.

La presentación de esta investigación comprende generalidades del estudio

Capítulo I presenta el planteamiento del problema, los objetivos, la justificación, importancia, alcances y limitaciones de la investigación.

Capítulo II desarrolla el marco teórico, se hace referencia a los antecedentes de estudio, se arma un glosario donde se redacta todas las bases teóricas tanto para la variable dependiente e independiente.

Capítulo III abarca la metodología de la investigación, se presenta el tipo de investigación, nivel de investigación, diseño de investigación, población y muestra y técnicas e instrumentos de investigación.

Capítulo IV presenta los resultados de la investigación, realizando un análisis de los resultados obtenidos en la presente investigación.

Capítulo V se presenta la comprobación de las hipótesis específicas y la hipótesis general. Así mismo la investigación concluye con la presentación de las recomendaciones y conclusiones pertinentes.

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

En la actualidad, adaptarse a los cambios que constantemente se dan es una tarea difícil para aquellas asociaciones que no están debidamente preparadas. Aunado a esto, tenemos otro factor que afecta el desarrollo de estas, que es la calidad. Una filosofía que se está convirtiendo en un requisito imprescindible para competir en las organizaciones industriales y comerciales de todo el mundo, los clientes exigen que se les ofrezcan productos o servicios de calidad y que satisfagan adecuadamente sus necesidades, esto lleva a las empresas a implementar medidas que les ayuden a desarrollar niveles de eficiencia. Una de estas estrategias es desarrollar un sistema de gestión calidad que les permita coordinar, mejorar los procesos y procedimientos que se desarrollan dentro de la organización y optimizar así los recursos, productos y/o servicios

En Tacna, las principales zonas de producción de olivo son La Yarada, Los Palos, Magollo, Sama e Inclán, concentrándose la época de cosecha en el período abril-julio, lapso en el cual se cosecha más del 95 por ciento de la producción anual. La actividad se caracteriza por la coexistencia de pequeños agricultores, que gradualmente se han agrupado en asociaciones de productores, en el marco de programas impulsados por el gobierno regional y gobiernos locales de Tacna, y productores-exportadores que cuentan con tierras propias y que también acopian producción de terceros. La producción de aceituna en Tacna representó el 75 por ciento de la producción nacional en el 2011, y la región presenta un rendimiento superior al promedio nacional (6,8 frente a 5,6 toneladas métricas por hectárea).

Los diversos actores del sector público como del sector privado destacan la identificación del gran potencial de este cultivo; sin embargo,

también se señala la necesidad de garantizar la rentabilidad de las asociaciones, puesto que, en algunos casos, cuando el apoyo brindado por las autoridades culmina las asociaciones dejan de operar.

La limitada vocación empresarial y liderazgo de los agricultores, aunado al bajo nivel educativo, hace que éstos no tengan la suficiente capacidad de gestión para acceder al mercado y poder de negociación frente a los intermediarios.

Se plantea estudiar la gestión de calidad de la asociación olivarera de Sama y su influencia en la rentabilidad de la asociación.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo Influye la gestión de calidad en el nivel de la rentabilidad de la Asociación Agroindustrial Olivarera de Sama, periodo 2015?

1.2.2. Problemas específicos

¿Cómo es la gestión de calidad de la Asociación Agroindustrial Olivarera de Sama, en el periodo 2015?

¿Cuál es el nivel de rentabilidad de la Asociación Agroindustrial Olivarera de Sama, en el periodo 2015?

1.3. Justificación e importancia de la investigación

1.3.1. Justificación

La presente investigación se desarrolla en el escenario del sector agroindustrial en Tacna. La agroindustria, está enmarcada en el procesamiento de la aceituna de mesa, extracción de aceite de oliva, elaboración de vino y pisco. Tacna actualmente se constituye en el primer productor nacional de orégano y olivo representando 40% de la producción nacional en el año 2014, y por la aduana de Tacna se envía la aceituna de mesa que se exporta bajo la partida 20057000 aceitunas en conserva lo que nos pone en una situación para generar una agroindustria más competitiva y sobre todo para exportación ya que el mercado internacional está demandando por productos de zonas poco contaminadas.

En Tacna el cultivo se concentra en la irrigación de la Yarada, los Palos siendo el valle de Sama una zona donde se está reflatando el cultivo

ya que los olivos de Tacna están ubicados en la zona de la Vituña en el valle de Sama. Los cuales tienen en promedio 5 y 10 hectáreas.

En el año 2008 el Estado Peruano dicta el decreto supremo N° 032-2008-AG, que mediante Legislativo N° 1020 se establece el marco normativo para promover la organización de los productores agrarios y la consolidación de la propiedad rural, con la finalidad de ampliar el acceso al crédito agrario y fomentar la competitividad, la reconversión y la modernización del sector agrario.

1.3.2. Importancia

La investigación resulta importante dado que permitirá conocer cuáles son los niveles de conocimiento en temas de gestión de calidad, de las asociaciones productoras de olivo ya que muchas de estas no son rentables en el tiempo.

No hay estudios que hayan investigado la gestión de calidad y la rentabilidad de la Asociación Olivarera de Sama, la comprobación de la relación entre dos variables va permitir establecer, considerar realizar esfuerzos para la implementación del uso del sistema de gestión de calidad, cuyo resultado, bajo la percepción del consumidor, generará un lazo hacia la empresa, generará fidelidad, lo cual, en el mediano y largo plazo, redundará en el incremento de sus utilidades.

La investigación deberá servir para que las asociaciones puedan considerar la gestión de calidad, y que ello permita tomar decisiones más inteligentes que permitan lograr mayores utilidades.

1.4. Alcances y limitaciones en la investigación

1.4.1. Alcances

El alcance de la presente investigación está dirigido a la Asociación Agroindustrial Olivarera de Sama, ubicada en el distrito de Sama las Yaras. Los mismos que deberán de considerar los resultados como importantes antecedentes para reformular sus decisiones y lograr el desarrollo de una gestión de calidad que les permita ser sostenibles en el tiempo.

Así también, la investigación servirá para que otros productores regionales y nacionales puedan mejorar sus sistemas de gestión de calidad.

1.4.2. Limitaciones

Dentro de las limitaciones que puede presentar el proyecto de tesis, está el financiamiento necesario para ejecutar el proyecto, debido a cuestiones laborales la elaboración de tesis se realizará a tiempo parcial y la colaboración por parte de los socios de la Asociación Olivarera de Sama al momento de la aplicación de las encuestas para la recolección de datos.

1.5. Objetivos de la investigación

1.5.1. Objetivo general

Determinar la influencia de la gestión de calidad en el nivel de rentabilidad de la Asociación Agroindustrial Olivarera de Sama, periodo 2015.

1.5.2. Objetivos específicos

Analizar la gestión de calidad de la Asociación Agroindustrial Oliverera de Sama, en el periodo 2015.

Evaluar el nivel de rentabilidad de la Asociación Agroindustrial Oliverera de Sama, en el periodo 2015.

Proponer un instructivo para la implementación de Gestión de Calidad en la Asociación Agroindustrial Oliverera de Sama.

1.6. Hipótesis de la investigación

1.6.1. Hipótesis general

La gestión de calidad influye directamente en el nivel de la rentabilidad de la Asociación Agroindustrial Oliverera de Sama, periodo 2015.

1.6.2. Hipótesis específicas

El nivel de gestión de calidad de la Asociación Agroindustrial Oliverera de Sama es bajo, en el periodo 2015

El nivel de rentabilidad de la Asociación Agroindustrial Oliverera de Sama es bajo, en el periodo 2015.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes relacionados con la investigación

“Lozano, (2010), publica en la Revista Escuela de Administración de Negocios, núm. 68, Universidad EAN Colombia, los resultados de la investigación denominada: “Modelos de Asociatividad: estrategias efectivas para el desarrollo de las Pymes”. El trabajo concluye que los modelos de asociatividad son una herramienta efectiva para que los sectores productivos pequeños y medianos logren insertarse y mantenerse en unos mercados que son cada vez más regionales, abiertos y competitivos.

Amézaga, Rodríguez, Núñez & Herrera (2013), a través del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA Orientaciones Estratégicas para el Fortalecimiento de la Gestión Asociativa, desarrollan el tema de la asociatividad, el cual tiene por objetivo contribuir al fortalecimiento de las capacidades de las instituciones públicas y gremiales privadas que promueven la asociatividad como un medio para favorecer la vinculación de los productores organizados al mercado.

Marbán, (2002), desarrolló la tesis “Calidad y estrategias de competencia vertical en el sector del aceite de oliva y su influencia sobre la comercialización en los mercados internacionales” para optar al grado de Doctor, concluyendo en que: la liberalización del Sector Agroalimentación (S.A.A.), va a tener importantes repercusiones sobre el sector del aceite de oliva y sobre la comercialización de este producto. En el marco de la U.E., esta liberalización del S.A.A., se traduce en la reforma de la Política Agraria Comunitaria. Se trató de buscar alternativas de comercialización tanto, en el mercado nacional, como en el mercado internacional, para las pequeñas y medianas almazaras del sector del aceite de oliva. Centrado el trabajo empírico en el caso del aceite de oliva de Castilla La Mancha, más concretamente en la Denominación de origen Montes de Toledo. Estas alternativas de comercialización están ligadas con las políticas de gestión

de calidad Con estas nuevas formas de comercialización las almazaras deben poder enfrentarse a un mercado caracterizado por ser un oligopolio como es el sector del aceite de oliva

Ortiz Gavilanes, Marcelo Vinicio (2012): Tesis: “La Calidad del Servicio y su incidencia en la Rentabilidad de la Empresa VIGELECTROM Cía. Ltda., de la ciudad de Ambato”; Tesis para obtener el título de Ingeniero en Organización de Empresas en la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador, concluye: que no se realiza un una buena Gestión de la Calidad del servicio esto repercute significativamente en la rentabilidad de la empresa VIGELECTROM Cía. Ltda., por lo genera pérdidas para la organización.

Monroy Contreras, Breyner (2012); tesis: “La Capacidad de desarrollo de estrategias globales y su influencia en la rentabilidad de las Empresas Agro Exportadoras de la Asociación Pro Olivo, 2012” para optar el título de administración en negocios internacionales de la Universidad Privada de Tacna concluye que la variable capacidad de desarrollo de estrategias globales disminuye directamente la variable de rentabilidad, básicamente por tres motivos: Las empresas de la Asociación no invierten lo necesario en la implementación de estrategias globales, los activos fijos no rinden lo esperado debido a la falta de renovación de los mismos y el personal no se encuentra comprometido con el desarrollo de las mismas.

Rodríguez Rodríguez, Felix Benjamín (2012), tesis: “La Gestión de la Calidad y su influencia en el desempeño competitivo de las empresas agro exportadoras de orégano de la Región de Tacna 2012, manual de calidad para la producción de orégano” para optar el título de ingeniero comercial Universidad Privada de Tacna concluye: que la presencia de reducidos niveles en la Gestión de Calidad en la producción por parte de las empresas agroexportadoras de orégano, no permite a las empresas productoras de orégano en la región de Tacna tener niveles óptimo de competitividad que permitan potenciar el sector.

2.2. Bases teórico – científicas

La Asociatividad

"un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante mantiene su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común".

Se entiende por Asociatividad, La organización voluntaria y no remunerada de individuos o grupos que establecen un vínculo explícito, con el fin de conseguir un objetivo común. (Rosales, 1997)

¿Por qué Asociarse?

- Razones internas a las empresas: Disminuir la incertidumbre y las debilidades y conjugar capacidades específicas.
- Razones competitivas: Reforzar posiciones en el mercado.
- Razones estratégicas: Conseguir nuevas posiciones estratégicas para el abastecimiento y/o la venta.

Ventajas de la Asociatividad

- Incremento de la producción y productividad.
- Mayor poder de negociación.
- Mejora el acceso a tecnologías de productos o procesos y a financiamiento.
- Reducción de costos.
- Mejora de la calidad y diseño.
- Mejora la gestión de la cadena de valor (mayor control).
- Mejorar la productividad y competitividad, lo que permite ampliar los mercados (mayor escala o nuevos mercados).

2.2.1. Gestión de calidad

Definición de gestión

Del latín gestión, el concepto de gestión hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo. Al respecto, hay que decir que gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera.

La noción de gestión, por lo tanto, se extiende hacia el conjunto de trámites que se llevan a cabo para resolver un asunto o concretar un proyecto. La gestión es también la dirección o administración de una compañía o de un negocio. Importante es subrayar que la gestión, que tiene como objetivo primordial el conseguir aumentar los resultados óptimos de una industria o compañía. (Pola, 1994)

Definición de calidad

Calidad es el conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren capacidad de satisfacer necesidades, gustos y preferencias, y de cumplir con expectativas en el consumidor. Tales propiedades o características podrían estar referidas a los insumos utilizados, el diseño, la presentación, la estética, la conservación, la durabilidad, el servicio al cliente, el servicio de postventa, etc. (CreceNegocios, s/f)

La palabra "Calidad" ha dado lugar a una larga serie de definiciones, muy diversas y significativas, por lo que los autores (Ivancevich, Lorenzi, & Skinner, 1996), han recopilado algunas:

Calidad significa conformidad con los requisitos (Philip B. Crosby).

Calidad es la medida en que un producto específico se ajusta a un diseño o especificación (Harold L. Gilmore).

Calidad es aptitud para el uso (J. M. Juran).

Calidad es el grado de excelencia a un precio aceptable y el control de la variabilidad a un costo aceptable (Robert A. Broh).

Calidad significa lo mejor para ciertas condiciones del cliente. Estas condiciones son: a) el uso actual, y b) el precio de venta del producto. (Armand V. Feigenbaum).

Definición de gestión de la calidad

La gestión de la calidad se refiere al énfasis que pone toda la organización en la calidad, desde el inicio de la cadena de abastecimiento hasta el consumidor, con el fin de dirigir, organizar, planificar y controlar la organización bajo un enfoque sistémico para lograr la excelencia en todos los aspectos de los productos y servicios que son importantes para el cliente. (ISO, 2012)

(James 1997) lo define como “la estructura funcional de trabajo acordada en toda la compañía y en toda la planta, documentada con procedimientos integrados técnicos y administrativos efectivos, para guiar las acciones coordinadas de la fuerza laboral, las máquinas y la información de la compañía, buscando las mejores prácticas para asegurar la satisfacción del cliente con la calidad y costos económicos de calidad”. Es decir, se logra mediante un coordinado trabajo en equipo que será liderado por la alta dirección, la cual también deberá dar el ejemplo de comprometerse con esta filosofía de calidad y llevado por todos los rincones de la empresa a través de estrategias, del trabajo de los líderes y cursos de capacitación

2.2.1.1. EL MODELO DE EXCELENCIA DE LA EFQM

El Modelo de Excelencia de la EFQM es una herramienta práctica para ayudar a las organizaciones mediante la medición, en su camino hacia la excelencia, ayudándole a comprender sus lagunas y estimulando la búsqueda de soluciones. Los conceptos de excelencia están alineados con los principios de calidad total. Las organizaciones utilizan el Modelo de Excelencia como fundamento para la operativización de las metas a conseguir, desde la planificación de sus procesos, su realización y la autoevaluación para la revisión de su proyecto. Por lo tanto, el modelo europeo de excelencia puede ser utilizado como:

- Herramienta para la autoevaluación.
- Modo de comparar las mejores prácticas entre organizaciones.
- Guía para identificar las áreas de mejora.
- Base para un vocabulario y estilo de pensamiento común,
- Estructura para los sistemas de gestión de las organizaciones.

El Modelo de Excelencia de la EFQM es un marco no prescriptivo basado en nueve criterios, cinco de ellos "Facilitadores o agentes" y cuatro "Resultados". Los criterios "Agentes" se refieren a lo que una organización hace. Los criterios "Resultados" se relacionan con lo que la organización logra. Los Resultados son causados por los "Agentes" y se mejoran mediante la retroalimentación. El modelo, que reconoce que hay muchos enfoques para lograr la excelencia sostenible en todos los aspectos de actuación, se basa en la premisa de que: "Los resultados excelentes con respecto a la realización de sus metas, la satisfacción de sus clientes, su personal y la sociedad se logran a través del liderazgo, conduciendo la política y la estrategia, a través de su personal, sus socios y recursos y sus procesos.

2.2.1.1.1. Características del modelo EFQM

- Permite establecer un marco de referencia o excelencia global, que recoge las pautas o prácticas que debe seguir una organización que quiere dirigirse hacia la excelencia.
- Proporciona, a través de la autoevaluación, un enfoque objetivo, riguroso y estructurado para el diagnóstico y la mejora continua.
- Posibilita, en cualquier momento, obtener una visión de la situación en que se encuentra la organización e identificar los logros alcanzados en cada una de las áreas de mejora.
- Favorece la formación e implicación de los miembros en la mejora continua.

2.2.1.1.2 Los criterios del Modelo de EFQM

El Modelo está integrado por nueve criterios frente a los cuales se evalúa el progreso de la organización hacia la excelencia, -cinco criterios facilitadores y cuatro resultados-. Cada criterio define y explica su significado, y se fundamenta por un número de elementos que, en forma de pregunta para contrastar con la práctica de la organización, ayuda a la autoevaluación.

Los criterios agentes definen lo que pretende conseguir la organización mediante el liderazgo, la política y estrategia, el personal, los colaboradores y recursos, y los procesos:

A. Liderazgo:

Los líderes excelentes desarrollan y facilitan la consecución de la misión y la visión, desarrollan los valores y sistemas necesarios para que la organización logre un éxito sostenido y hacen realidad todo ello mediante sus acciones y comportamientos, reorientan la organización cuando es necesario. (Integrado por cinco elementos: sobre el desarrollo de la misión, visión, valores y principios éticos, implicación del personal

para garantizar el desarrollo, implantación y mejora continua. Interactúan con clientes y colaboradores, refuerzan la cultura de excelencia en las personas, definen e impulsan el cambio en la organización).

B. Política y estrategia:

Las organizaciones excelentes implantan la visión, la misión y los valores y desarrollan la estrategia centrada en los grupos de interés, y desarrollan y despliegan las políticas, planes, objetivos y procesos para hacer realidad la estrategia de la organización. (Integrado por cuatro elementos: La política y estrategia se basa en las necesidades y expectativas actuales y futuras, en la información de indicadores de rendimiento, investigación, aprendizaje, actividades externas, se desarrolla, revisa y actualiza, se comunica y despliega mediante un esquema de procesos clave).

C. Personas:

Las organizaciones excelentes gestionan, desarrollan y hacen que aflore todo el potencial de las personas que las integran. Fomentan la justicia y la igualdad e implican a las personas. (Integrado por cinco elementos: Planificación, gestión y mejora de los recursos humanos. Identificación, desarrollo y mantenimiento del conocimiento y la capacidad de las personas. Implicación y asunción de responsabilidades por las personas. Existencia de diálogo. Reconocimiento y atención a las personas).

D. Alianzas y recursos:

Las organizaciones excelentes planifican y gestionan las alianzas externas, proveedores y recursos internos en apoyo de su política y estrategia y del eficaz funcionamiento de sus procesos. Establecen un equilibrio entre las necesidades actuales y futuras de la organización,

comunidad y medio ambiente. (Integrado por cinco elementos: Gestión de alianzas externas. Gestión de los recursos económicos y financieros. Gestión de edificios, equipos y materiales. Gestión de la tecnología. Gestión de la información y del conocimiento).

E. Procesos:

Las organizaciones excelentes diseñan, gestionan y mejoran sus procesos para satisfacer plenamente a sus clientes y grupos interesados, y generar cada vez mayor valor para ellos. (Integrado por cinco elementos: Diseño y gestión sistemática de los procesos. (Investiga las necesidades de los clientes y del personal. Procesos de dirección en todos los niveles. Relaciones y comunicación con los clientes e interesados.

F. Resultados en los clientes:

Las organizaciones excelentes miden de manera exhaustiva los resultados que esperan. Qué logros está alcanzando la organización en relación con sus clientes externos.

G. Resultados en el personal:

Cómo la organización gestiona, desarrolla y aprovecha el conocimiento y todo el potencial de las personas que la componen, tanto a nivel individual, como de equipos o de la organización en su conjunto: y cómo planifica Calidad, estas actividades en apoyo de su política y estrategia y del eficaz funcionamiento de sus procesos.

H. Resultados en la sociedad:

Qué logros está alcanzando la organización en la sociedad, a nivel local, nacional e internacional.

I. Resultados clave de la organización:

Las organizaciones excelentes miden de manera exhaustiva los resultados que esperan que se alcancen con respecto a los elementos clave de su política y estrategia. Qué logros está alcanzando la organización con relación al rendimiento planificado.

2.2.1.2. Principios básicos de gestión de calidad

Un principio de gestión de la calidad es una regla universal y fundamental para liderar y operar una organización, con la intención de ayudar a los usuarios a lograr el éxito organizacional. La aplicación sistemática de los ocho principios proporciona la "calidad total":

- a) Enfoque al cliente: Dado que las organizaciones dependen de sus clientes, deben comprender sus necesidades actuales y futuras, satisfacer las mismas

La organización debe ver al cliente no sólo como un consumidor sino, particularmente, como el usuario de los productos y servicios producidos por la organización y debe asegurarse de que esto se ajuste a los objetivos de la compañía. Por lo tanto, debe establecerse un sistema centrado en el cliente, de manera que la organización pueda tener un mejor panorama de las necesidades y expectativas del cliente para poder satisfacerlas de la mejor manera posible. Además, debe evaluarse regularmente la satisfacción del cliente, de modo que se puedan identificar las oportunidades y/o riesgos tan pronto como sea posible.

- b) Liderazgo: Los directores de la organización definen coherentemente los objetivos y la orientación de la organización. El objetivo de este principio es asegurar que se tomen en cuenta las necesidades de todos los participantes en

el momento de definir y formalizar una visión clara para el futuro de la organización estableciendo objetivos que satisfagan a todos. Deben crearse valores compartidos, de manera a reemplazar los posibles temores por una relación de confianza

- c) Enfoque basado en procesos: Un resultado esperado se logra con más eficacia cuando se administran las acciones y los recursos correspondientes como procesos. Por lo tanto, las actividades necesarias para lograr un resultado deben identificarse claramente como procesos y cada persona debe hacerse responsable de uno de estos procesos. La identificación de actividades puede resultar más fácil si se compromete a las partes involucradas. Sobre esta base, es posible evaluar el desempeño de cada proceso y analizar el modo en que puede ser mejorado para satisfacer mejor los objetivos estratégicos de la compañía.
- d) Enfoque fundamentado en sistemas: Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos.
- e) Mejora continua: Mejorar de manera continua debe ser uno de los objetivos permanentes de la organización. Se deben controlar los diferentes procesos y analizar su rendimiento cíclicamente para sugerir e implementar mejoras. Esto se puede llevar a cabo a través de una revisión de administración regular y con auditorías internas y externas. Es muy importante saber cómo detectar mejoras y hacer que todos las conozcan.
- f) Enfoque basado en hechos para la toma de decisión: Las decisiones eficaces se basan en el análisis de datos e

información tangible. Este principio consiste en tomar decisiones basadas en el análisis fáctico de información corroborada por la experiencia y la intuición. Según este enfoque, después del hecho es más fácil argumentar sobre una decisión bien fundada refiriéndose a documentos disponibles. Esto brinda los medios para que todas las personas involucradas entiendan el modo en que se toman las decisiones.

- g) Relación mutuamente beneficiosa con proveedores: Una organización y sus proveedores son interdependientes y una relación de beneficio mutuo mejora su capacidad para crear valores. La relación con los proveedores se debe pensar de modo de conciliar logros a corto plazo con consideraciones futuras. Para lograr esto, una organización debe comprender los intereses de sus socios, definir claramente sus obligaciones en un contrato y evaluar regularmente su desempeño. Cuando este principio se aplica correctamente, una organización puede mejorar notablemente su relación con los proveedores con respecto al tiempo de respuesta y, por lo tanto, al costo total.

2.2.1.3. Beneficios de un Sistema de Gestión de la Calidad

La implementación de un Sistema de Gestión de Calidad puede traerle grandes beneficios a una organización, cuando esta lo hace con un alto nivel de compromiso por parte de la alta dirección.

- Aumentar la satisfacción de los clientes: Un SGC ayuda a que la organización planifique sus actividades en base a los requisitos de los clientes y no solamente en base a los requisitos que establezca la organización, por lo que la calidad se integra en el producto o servicio desde la planificación, conduciendo así a que se tengan clientes satisfechos. Hay que

recordar que la calidad no es solo cumplir requisitos, sino de tener clientes satisfechos.

- Reducir variabilidad en los procesos: A través de un SGC podemos estandarizar los procesos de una organización reduciendo así la variabilidad que se presentan en estos, lo cual hace que aumente nuestra capacidad de producir productos consistentes.
- Reducir costes y desperdicios: Un SGC ayuda a crear una cultura proactiva y de análisis de datos, por lo que la organización se enfoca en detectar oportunidades de mejoras y corregir problemas potenciales, lo que conlleva a que esta tenga numerosos ahorros en recursos.
- Mayor rentabilidad: Al SGC ayudar a la organización a aumentar la satisfacción de los clientes y reducir costes y desperdicios, su rentabilidad aumenta, produciendo así mayores ingresos o un mayor margen de beneficios, así como mejor posicionamiento en el mercado y de tener no sólo clientes satisfechos, sino leales.

La implementación de ISO 9001:2008 no es el último paso que una organización debería de dar, de hecho es apenas el principio. ISO 9001 solo ayuda a construir el esqueleto para el SGC de la organización.

Por último hay que destacar que en una implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad muchas veces se requiere que hayan cambios en algunos elementos culturales de la organización, pues como muy bien dijo Albert Einstein: “Si quieres lograr resultados diferentes, tienes que hacer cosas diferentes”.

2.2.1.4. ¿Qué es GLOBALGAP?

Los autores, González, Sanz, Lajara, Maldonado & Sánchez (2008), sostienen que, es un organismo privado que establece normativas para la certificación de productos agrícolas de forma voluntaria a nivel mundial. Es una asociación de minoristas y productores agrícolas, que establecen requisitos estándar para aplicar unas Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) en diferentes tipos de explotaciones.

GLOBALGAP es un programa y una referencia global para las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), que es gestionado por el Secretariado de GLOBALGAP. FoodPLUS GmbH es una organización, sin ánimo de lucro, que representa legalmente el Secretariado de GLOBALGAP.

La normativa de Aseguramiento Integrado de Fincas de GLOBALGAP es una normativa a nivel de establecimiento o explotación, que cubre todo el proceso de producción del producto certificado, desde el momento que la planta se encuentra en el suelo (origen y puntos de control de semillas) o desde el momento que el animal se incorpora al proceso de producción, hasta el producto final no procesado. El objetivo de la certificación de GLOBALGAP es formar parte de la verificación de las Buenas Prácticas Agrícolas en toda la cadena de producción.

2.2.2. Rentabilidad

2.2.2.1. Concepto

Capacidad para las empresas para generar utilidades (Gibson 2012).

Rentabilidad no es otra cosa que el resultado del proceso productivo. Si este resultado es positivo, la empresa gana utilidad y ha cumplido su objetivo. Si este resultado es negativo, el producto es

cuestión está dando perdida por lo que es necesario revisar las estrategias.(Jones & Dent 1994)

Rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. En la literatura económica, aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posteriori. (Sánchez, 2002)

Entenderemos por rentabilidad “la remuneración que una empresa (en sentido amplio de la palabra) es capaz de dar a los distintos elementos puestos a su disposición para desarrollar su actividad económica. Es una medida de la eficacia y eficiencia en el uso de esos elementos tanto financieros, como productivos como humanos. Con lo cual habría que hablar de rentabilidades”. (Díaz, 2012)

2.2.2.2. ¿De qué depende la rentabilidad de una empresa?

La rentabilidad depende de un margen adecuadamente calculado y de los diferentes elementos económicos y financieros puestos a disposición de la empresa para el desarrollo de su actividad. Pero también, y a efectos de gestión principalmente a corto plazo, cabría incluir los diferentes componentes de ese margen. Con lo cual nos referimos a: beneficios financieros, beneficios económicos, beneficios de gestión, beneficios de personal,... Los primeros tienen relación con las fuentes financieras de la empresa, esto es con su patrimonio neto, con el pasivo a

largo plazo y con el pasivo a corto plazo. Los segundos con la estructura económica, es decir con el activo y sus distintos apartados. Los de gestión hacen referencia a los ingresos y a los diferentes gastos de la compañía. Los de personal constatan la eficiencia de los trabajadores en función de su número, remuneraciones y valoración. (Díaz, 2012)

2.2.2.3. Medidas de rentabilidad

Según, Dess & Lumpkin (2003), las medidas de rentabilidad permiten pesar con qué eficiencia utiliza la empresa sus activos y con qué eficiencia gestiona sus operaciones. Las tres medidas de rentabilidad más conocidas son:

1. **Margen de Beneficio**, el cual mide el beneficio obtenido por cada unidad monetaria de Ventas.
2. **Rentabilidad del Activo**, que mide el beneficio por unidad monetaria de Activo.
3. **Rentabilidad de los Fondos Propios**, la cual mide cómo les va a los accionistas durante el año, es decir, representa la verdadera medida del resultado del rendimiento.

Por otro lado, Gitman (1997), establece diversas mediciones de la rentabilidad que permiten al analista evaluar las utilidades de la empresa en referencia a un determinado nivel de ventas, o de activos o de la inversión de los accionistas o al valor accionario:

- a) **Estado de resultados en forma porcentual**: es la herramienta más común para evaluar la rentabilidad en referencia con las ventas. En este estado cada índice se expresa como un porcentaje de las ventas, al permitir la fácil evaluación de la relación entre las ventas y los ingresos, así como gastos específicos.

- b) Margen bruto de utilidades (MBU):** indica el porcentaje de cada unidad monetaria en ventas después de que la empresa ha pagado todos sus bienes. Lo ideal es un margen bruto de utilidades lo más alto posible y un costo relativo de mercancías vendidas lo más bajo posible.
- c) Margen de utilidades de operación (MUO):** representa lo que puede ser llamado utilidades puras, ganadas por la empresa entre cada unidad monetaria de ventas. Las utilidades de operación son puras en el sentido de que ignoran cargos financieros o gubernamentales (intereses o impuestos), y miden solo las utilidades obtenidas en las operaciones. Resulta preferible un alto margen de utilidades de operación.
- d) Margen neto de utilidades (MNU):** determina el porcentaje restante sobre cada unidad monetaria de ventas, después de deducir todos los gastos, entre ellos los impuestos. El margen neto de utilidades de la empresa más alto será el mejor. Se trata de un índice citado con frecuencia como medición del éxito de la compañía, en referencia a las utilidades sobre las ventas. Los márgenes netos de utilidades “satisfactorios” difieren considerablemente entre las diversas industrias.
- e) Rendimiento de los activos totales o Rendimiento de la Inversión (RAT):** mide la efectividad total de la administración para generar utilidades con los activos disponibles. Cuanto mayor sea el rendimiento sobre los activos totales de la empresa, será mejor.
- f) Rendimiento de capital (RC):** mide el rendimiento percibido sobre la inversión de los propietarios, tanto accionistas comunes como preferentes, en la empresa. En general, cuanto mayor sea este índice, los propietarios lo consideran mejor.

- g) Utilidades por acción (UPA):** las utilidades por acción representan el número de unidades monetarias a favor de cada acción común en circulación. Tal valor es observado muy de cerca por el público inversionista, y es considerado como un importante indicador del éxito corporativo.
- h) Razón precio/utilidades (P/U):** se utiliza para determinar la valuación de las acciones. Esta razón representa la cantidad que los inversionistas están dispuestos a pagar por cada unidad monetaria de las utilidades de la empresa. El nivel de precio/ utilidades indica el grado de confianza (o certidumbre) que tienen los inversionistas en el desempeño futuro de la empresa. Cuanto más alto sea el valor de P/U, tanto mayor será la confianza del inversionista en el futuro de la empresa.

Por otra parte, Guajardo (2002), sólo habla de tres tipos de medidas de rentabilidad:

- 1. Margen de utilidad:** mide el porcentaje de las ventas que logran convertirse en utilidad disponible para los accionistas. La utilidad neta es considerada después de gastos financieros e impuestos.
- 2. Rendimiento sobre la inversión:** este indicador refleja la eficiencia de la administración para obtener el máximo rendimiento sobre la inversión, la cual está integrada por los activos totales. También se puede obtener al combinar el margen de utilidad sobre las ventas y la rotación de activos totales.
- 3. Rendimiento sobre el capital contable:** indicador que mide el rendimiento de la inversión neta, es decir del capital contable. Mediante el mismo, se relaciona la utilidad neta que ha generado una empresa durante un periodo y se compara con la inversión que corresponde a los accionistas. El rendimiento sobre el capital contable

es un indicador fundamental que determina en qué medida una compañía ha generado rendimientos sobre los fondos que los accionistas han confiado a la administración.

2.2.2.4. Niveles de análisis de rentabilidad empresarial

Aunque cualquier forma de entender los conceptos de resultado e inversión determinaría un indicador de rentabilidad, el estudio de la rentabilidad en la empresa lo podemos realizar en dos niveles, en

función del tipo de resultado y de inversión relacionada con el mismo que se considere:

- Rentabilidad económica o del activo, en el que se relaciona un concepto de resultado conocido o previsto, antes de intereses, con la totalidad de los capitales económicos empleados en su obtención, sin tener en cuenta la financiación u origen de los mismos, por lo que representa, desde una perspectiva económica, el rendimiento de la inversión de la empresa.
- Rentabilidad financiera, en el que se enfrenta un concepto de resultado conocido o previsto, después de intereses, con los fondos propios de la empresa, y que representa el rendimiento que corresponde a los mismos.

2.2.2.5. Niveles de análisis de rentabilidad empresarial

Según Baena Toro, Diego (2010). Las razones de rentabilidad son instrumentos que le permiten al inversionista analizar la forma como se generan los retornos de los valores invertidos en la empresa. Miden la rentabilidad del patrimonio y la

rentabilidad del activo, es decir, la productividad de los fondos comprometidos en un negocio.

Estas razones miden el rendimiento de la empresa en relación con sus ventas activos o capital. Es importante conocer estas cifras, ya que la empresa necesita producir utilidad para poder existir.

Proporcionan orientaciones importantes para dueños, ya que relacionan directamente la capacidad de generar fondos en la operación de corto plazo de la empresa.

Toda empresa, sea de tipo industrial, comercial o de Servicios, debe alcanzar una mejor rentabilidad que las alternativas que ofrece el sistema financiero; es decir, el rendimiento por la inversión realizada, debe ser superior al costo (tasa de interés pagada) del capital. Cuando los resultados de cada razón reflejen cifras negativas, estarán representando la etapa de des acumulación que la empresa está atravesando, la cual afectará toda su estructura al exigir mayores costos financieros, o un mayor esfuerzo de los dueños, si se quiere seguir manteniendo el negocio.

A largo plazo lo importante es garantizar la permanencia de la empresa en el posicionamiento del mercado, y por consiguiente de su generación de valor. La razón permite ver los rendimientos de la empresa en comparación con las ventas y el capital. Algunos de los indicadores o razones de rentabilidad son los siguientes:

- A. Margen de utilidad bruta: El margen bruto de utilidad refleja la capacidad de la empresa en la generación de utilidades antes de los gastos de administración y ventas, otros ingresos y egresos e impuestos. Al compararlo con

estándares financieros de su actividad, puede reflejar compras o costos laborales excesivos.

$$MRGEN DE UTILIDAD BRUTA = \frac{UTILIDAD BRUTA}{VENTAS NETAS} * 100$$

- B. Margen de utilidad operacional: Refleja la rentabilidad de la Compañía en el desarrollo de su objeto social; indica si el negocio es o no lucrativo, independientemente de ingresos y egresos generados por actividades no directamente relacionadas el objetivo.

$$M.UTILIDAD OPERACIONAL = \frac{UTILIDAD OPERACIONAL}{VENTAS NETAS} * 100$$

- C. Margen de utilidad neta: Mide la rentabilidad de la empresa después de realizar la apropiación de los impuestos o carga contributiva del estado, y de todas las demás actividades de la empresa, independiente de si corresponden al desarrollo de su objeto social.

$$M.UTILIDAD NETA = \frac{UTILIDAD NETA}{VENTAS NETAS} * 100$$

2.2.2.4. Clasificación de los estados financieros

- **Estado de situación financiera o balance general:** Es el documento contable que presenta la situación financiera de un negocio en una fecha determinada. El Balance general presenta la situación financiera de un negocio, porque muestra clara y detalladamente el valor de cada una de las propiedades y obligaciones, así como el valor del capital. La situación financiera de un negocio se advierte por medio de la relación que haya entre los bienes y derechos que forman su Activo y las obligaciones y deudas que forman su pasivo;
- **Estado de resultados:** también conocido como estado de ganancias y pérdidas, es un estado financiero conformado por un documento que muestra detalladamente los ingresos, los gastos y el beneficio o pérdida que ha generado una empresa durante un periodo de tiempo determinado.
- **Estado de cambios en el patrimonio:** mide la variación de patrimonio originado por las transacciones comerciales realizadas por la empresa entre el principio y el final del periodo contable.
Muestra en forma detallada los aportes de los socios y la distribución de las utilidades obtenidas en un periodo, además de la aplicación de las ganancias retenidas en periodos anteriores.
- **Estado de flujo de efectivo:** se refiere a la determinación de las fuentes y usos del efectivo en el periodo contable, que puede presentarse por el método directo y el método indirecto, en el método directo para determinar el efectivo neto generado por las operaciones; en cambio en el método indirecto se ajusta el estado de utilidades, presentado con los cambios en las cuentas de balance.

2.2.2.5. Factores que influyen en la rentabilidad

- **Intensidad de La Inversión:** Cuando invertimos estamos dando algo a alguien con el fin de obtener algo mejor. Invertir dinero es poner el dinero en algún tipo de instrumento financiero, llámese acciones, bonos, fondos mutuos, esperando más dinero a cambio.
Representan colocaciones de dinero sobre las cuales una empresa espera obtener algún rendimiento a futuro, ya sea, por la realización de un interés, dividendo o mediante la venta a un mayor valor a su costo de adquisición.
- **Productividad:** Para que un negocio pueda crecer y aumentar su rentabilidad (o sus utilidades) es aumentando su productividad. Y el instrumento fundamental que origina una mayor productividad es la utilización de métodos, el estudio de tiempos y un sistema de pago de salarios.
La productividad puede definirse como la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados. En la fabricación la productividad sirve para evaluar el rendimiento del recurso material y humano.
Productividad en términos de empleados es sinónimo de rendimiento.
- **Participación de Mercado:** Este tipo de estudio es realizado con la finalidad de determinar el peso que tiene una empresa o marca en el mercado. Se mide en términos de volumen físico o cifra de negocios. Estas cifras son obtenidas mediante investigaciones por muestreo y la determinación de los tamaños poblacionales.
Los principales objetivos de este tipo de estudio son los siguientes:

- Determinar la participación de mercado de la empresa y sus marcas, partiendo de las cifras de venta o volúmenes vendidos.
 - Monitorear el crecimiento de la empresa o sus marcas a lo largo del tiempo.
- Desarrollo De Nuevos Productos O Diferenciación De Los Competidores: Un nuevo producto puede ser creado o hecho "nuevo" de muchas maneras. Un concepto enteramente nuevo se puede traducir en un nuevo artículo y/o servicio. Simples cambios secundarios en un producto existente pueden convertirlo en otro "nuevo" o se puede ofrecer un producto existente a nuevos mercados que lo considerarán "nuevo".

Cuando se incluye un nuevo producto debe tomarse en consideración la innovación y la calidad del producto/servicio, sin dejar a un lado la diferenciación del producto en el mercado y superando siempre a los competidores del mercado que son un gran número de compradores y vendedores de una mercancía,
- Calidad De Producto/Servicio: El significado de esta palabra puede adquirir múltiples interpretaciones, ya que todo dependerá del nivel de satisfacción o conformidad del cliente. Sin embargo, la calidad es el resultado de un esfuerzo arduo, se trabaja de forma eficaz para poder satisfacer el deseo del consumidor. Dependiendo de la forma en que un producto o servicio sea aceptado o rechazado por los clientes, podremos decir si éste es bueno o malo.
- Tasa De Crecimiento Del Mercado: La tasa de crecimiento es la manera en la que se cuantifica el progreso o retraso que experimenta un producto en el mercado en un período

determinado. Esto tiene que ver también, con el ciclo de vida del producto, que se define por ser el clásico ciclo de nacimiento, desarrollo, madurez y expiración, aplicado a las ventas de un producto.

- **Costos Operativos**
Los costos en que incurre un sistema ya instalado o adquirido, durante su vida útil, con objeto de realizar los procesos de producción, se denominan costos de operación, e incluyen los necesarios para el mantenimiento del sistema.

2.3. Definición de términos básicos

- **Agroindustria:** es la actividad económica que comprende la producción, industrialización y comercialización de productos agropecuarios, forestales y biológicos. Implica la agregación de valor a productos del agro, la ganadería y la silvicultura y la pesca. Facilita la durabilidad y disponibilidad del producto de una época a otra, sobre todo aquellos que son más perecederos.
- **Asociación:** es la acción y efecto de asociar o asociarse (unir una persona a otra para que colabore en algún trabajo, juntar una cosa con otra para un mismo fin, establecer una relación entre cosas o personas). Una asociación, por lo tanto, es el conjunto de los asociados para un mismo fin.
- **Cadena de abastecimiento:** Es el proceso que involucra desde la compra de la materia prima hasta la entrega del producto terminado al consumidor final.
- **Competitividad:** La capacidad de una industria (o empresa) de producir bienes con patrones de calidad específicos, requeridos por mercados determinados, utilizando recursos en niveles iguales o

inferiores a los que prevalecen en industrias semejantes en el resto del mundo, durante un cierto período de tiempo. (Haguenauer, 1989)

- **Empresa:** Unidad económica generadora de rentas de tercera categoría conforme a la Ley del Impuesto a la Renta, con una finalidad lucrativa. (Reglamento de la Ley Mype, 2008)
- **Economía de escala:** Al proceso mediante el cual los costos unitarios de producción disminuyen al aumentar la cantidad de unidades producidas.
- **Exportación:** Es cualquier bien o servicio enviado fuera del territorio nacional. La exportación es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios desde un territorio aduanero hacia otro territorio aduanero. Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera aduanera de un Estado o bloque económico. Las exportaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas. La complejidad de las diversas legislaciones y las condiciones especiales de estas operaciones pueden presentarse, además, se pueden dar toda una serie de fenómenos fiscales. (Daniels, Radebaugh, & Sullivan, 2004)
- **Gestión de Calidad:** El sistema de gestión de la calidad en una Mype busca que ésta opere en forma sistemática, ordenada y transparente, tanto en sus procesos operativos como en los de diseño y desarrollo. Y que además establezca y aplique herramientas de calidad que le permitan mejorar continuamente su desempeño, teniendo como información de entrada las necesidades de los clientes. (Zuta & Wiese, 2009)
- **Liderazgo:** Es el conjunto de habilidades gerenciales o directivas que un individuo tiene para influir en la forma de ser o actuar de las

personas o en un grupo de trabajo determinado, haciendo que este equipo trabaje con entusiasmo hacia el logro de sus metas y objetivos.

- **Organización:** se considera como entidad social orientada hacia objetivos específicos porque está diseñada para alcanzar resultados.
- **Productividad:** La productividad es la relación entre la cantidad de productos obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción. También puede ser definida como la relación entre los resultados y el tiempo utilizado para obtenerlos: cuanto menor sea el tiempo que lleve obtener el resultado deseado, más productivo es el sistema. En realidad la productividad debe ser definida como el indicador de eficiencia que relaciona la cantidad de recursos utilizados con la cantidad de producción obtenida. (Casanova, 2002)
- **Producto:** Es el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles (empaquete, color, precio, calidad, marca, servicios y la reputación del vendedor) los cuales son percibidos por sus compradores (reales y potenciales) como capaces de satisfacer sus necesidades o deseos. Por tanto, un producto puede ser un bien (una guitarra), un servicio (un examen médico), una idea (los pasos para dejar de fumar), una persona (un político) o un lugar (playas paradisíacas para vacacionar), y existe para 1) propósitos de intercambio, 2) la satisfacción de necesidades o deseos y 3) para coadyuvar al logro de objetivos de una organización (lucrativa o no lucrativa). (Promonegocios.net, 2005)
- **Servicios:** Son actividades identificables, intangibles y perecederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser

ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes. (Promonegocios.Net, 2006)

- **Ventas:** Ingresos producto de las transferencias de bienes y de la prestación de servicios. (Reglamento de la Ley Mype, 2008)

CAPITULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

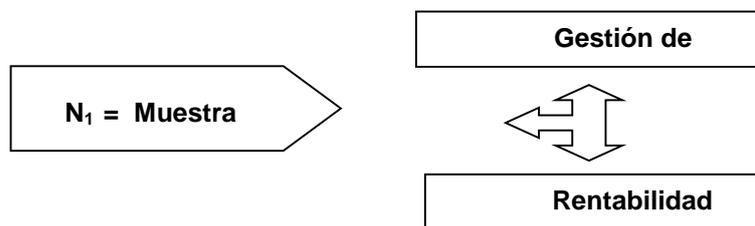
3.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación que presenta el proyecto es pura, por estar orientada a brindar nuevos conocimientos al campo económico de las asociaciones, desde el ángulo de la gestión de calidad y su influencia en la rentabilidad.

3.2. Nivel de investigación

El nivel de investigación es correlacional, por lo que se buscará determinar un grado de relación que pueda existir entre las variables en estudio, considerando que ambas son importantes.

El esquema es el siguiente:



3.3. Diseño de investigación

De acuerdo con la interferencia del investigador en el estudio, es una investigación observacional.

De acuerdo con el periodo que se capta la información, es un estudio retrospectivo.

De acuerdo con la evolución del fenómeno estudiado, es una investigación transversal.

3.4. Población y muestra del estudio

3.4.1. Población

La población está constituida por los integrantes de la Asociación Agroindustrial Olivarera de Sama, identificada con RUC 20449480954, los cuales son un total de 28 socios.

3.4.2. Muestra

Al ser la población pequeña no se tomara una muestra sino se aplicará a todos los socios que conforman la asociación olivarera de Sama que son un total de 28.

3.5. Técnicas e instrumentos de investigación

3.5.1. Técnicas

La técnica de acopio de datos que se va a utilizar para cada variable, es la encuesta dirigida a los socios para evaluar, la gestión de calidad y la rentabilidad.

3.5.2. Instrumentos

El instrumento a utilizar es el cuestionario estructurado, con preguntas basadas en la escala de Likert (1 al 5), y será aplicado a los socios.

La validez del instrumento se determinará mediante la aprobación de tres expertos, y obtendremos la confiabilidad del instrumento a través del análisis de Cronbach, realizado por el programa SPSS.

5:	siempre	5
4:	Casi siempre	4
3:	A veces	3
2:	Casi Nunca	2
1:	Nunca	1

Los puntajes asignados a cada una de las alternativas de la escala de Likert van desde 1 a 5 puntos.

3.6. Ámbito de la investigación

La presente investigación se realizará en el distrito de Sama las Yaras, Provincia de Tacna, en la Región Tacna. .

3.7. Procesamiento y análisis de información

Para el procesamiento de datos se realizará mediante la clasificación de la información y tabulación de datos.

Para el análisis de datos, se hará uso de la estadística descriptiva, a través de tablas y gráficos estadísticos, utilizando la hoja de cálculo electrónica Excel 2010. Por el lado de la estadística inferencial para la prueba de hipótesis que se realizará utilizando el modelo de regresión lineal, utilizando el Software estadístico SPSS versión 21 en español.

CAPITULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

Para la obtención de los resultados se utilizó el instrumento de la encuesta que fue aplicada a la asociación agroindustrial olivarera de Sama, procesándolos en el software estadístico SPSS 21, versión en español.

Asimismo, se realizó una base de datos en el programa Excel, para luego importarlas y crear una base de datos en el software estadístico SPSS, donde se realizaron las tablas respectivas para cada variable

4.1. Confiabilidad de los instrumentos

Para determinar la confiabilidad del instrumento aplicado se utilizó el coeficiente de Alfa de Cron Bach, cuya valoración fluctúa entre 0 y 1.

Escala de Alfa de Cron Bach

Escala	Significado
-1 a 0	No es confiable
0.01 – 0.49	Baja confiabilidad
0.50 – 0.69	Moderada confiabilidad
0.70 – 0.89	Fuerte confiabilidad
0.89 – 1.00	Alta confiabilidad

De acuerdo con la escala, se determina que los valores cercanos a 1 implican que el instrumento utilizado es de alta confiabilidad y si se aproxima a cero significa que es de baja confiabilidad. En base a la escala de Likert, se procedió a analizar las respuestas logradas considerando que los valores cercanos a 1 implica que están en desacuerdo con lo afirmado y los valores cercanos a 5 implica que se están muy de acuerdo con lo afirmado.

4.1.1. Aplicación de coeficiente de alfa de Cronbach

Del mismo modo se midió la confiabilidad estadística del instrumento según la prueba del alfa de Cron Bach para las dos variables, obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 1: Alfa De Cronbach De Gestión de Calidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,979	15

Fuente: Encuesta realizada

El coeficiente obtenido tiene el valor de 0.979 lo cual significa que el instrumento aplicado a la variable de “Gestión de Calidad” es de alta confiabilidad.

Tabla 2: Alfa De Cronbach de Rentabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,816	3

Fuente: Encuesta realizada

El coeficiente obtenido tiene el valor de 0.816 lo cual significa que el instrumento aplicado a la variable de “Rentabilidad” es de fuerte confiabilidad

4.1.2. Confiabilidad de juicio de expertos

El instrumento de encuesta fue validado mediante el juicio de 03 expertos utilizando diversos indicadores para medir su contenido y confiabilidad.

4.2. Análisis estadístico de gestión de calidad

Tabla 3: Con qué frecuencia los socios participan de las reuniones

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	4	14.3
CASI SIEMPRE	8	28.6
A VECES	10	35.7
CASI NUNCA	4	14.3
NUNCA	2	7.1
TOTAL	28	100.0

Fuente: Encuesta realizada.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

Según la Tabla N°3 el 35.7% de los socios a veces participan de las reuniones, 28.6% casi siempre participan y el 7.1% nunca participan de las reuniones de la asociación.

Tabla 4: Los socios realizan los aportes en su debido momento.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	4	14.3
CASI SIEMPRE	7	25.0
A VECES	10	35.7
CASI NUNCA	5	17.9
NUNCA	2	7.1
TOTAL	28	100.0

Fuente: Encuesta realizada.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

Según la Tabla N°4 el 35.7% de los socios a veces realizan los aportes en su debido momento, seguido del 25% casi siempre realiza los aportes, el 7.1% que nunca realiza los aportes en su debido momento.

Tabla 5: Con qué frecuencia se desarrolla capacitaciones en la asociación.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	5	17.9
CASI SIEMPRE	5	17.9
A VECES	15	53.6
CASI NUNCA	3	10.7
NUNCA	0	0
TOTAL	28	100.0

Fuente: Encuesta realizada.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

Según la Tabla N°5 el 53,6% de los socios asegura que a veces desarrolla capacitaciones en la asociación, seguido del 17.9% que casi siempre, el 10.7% de los socios asegura que nunca desarrolla capacitaciones en la asociación.

Tabla 6: Se cumple con los beneficios sociales de los trabajadores.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	0	0
CASI SIEMPRE	3	10.7
A VECES	8	28.6
CASI NUNCA	12	42.9
NUNCA	5	17.9
TOTAL	28	100.0

Fuente: Encuesta realizada.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

Según la Tabla N°6 el 42.9% de los socios asegura que casi nunca se cumple con los beneficios sociales a los trabajadores, seguido del 28.6% que a veces y el 10.7% de los socios asegura que casi siempre se cumple con los beneficios sociales a los trabajadores,

Tabla 7: La junta directiva de la asociación olivarera de sama desarrolla un plan operativo anual.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	0	0
CASI SIEMPRE	3	10.7
A VECES	6	21.4
CASI NUNCA	13	46.4
NUNCA	6	21.4
TOTAL	28	100.0

Fuente: Encuesta realizada.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

Según la Tabla N°7 el 46.4% de los socios asegura que casi nunca La junta directiva de la asociación olivarera de sama desarrolla un plan operativo anual, seguido del 21.4% que a veces, el 10.7% casi siempre se desarrolla un plan operativo anual.

Tabla 8: La junta directiva tiene un cronograma/se cumple con el cronograma de las reuniones anuales establecidas en el plan operativo.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	0	0
CASI SIEMPRE	1	3.6
A VECES	6	21.4
CASI NUNCA	15	53.6
NUNCA	6	21.4
TOTAL	28	100.0

Fuente: Encuesta realizada.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

Según la Tabla N°8 el 53.6% de los socios asegura que casi nunca La junta directiva de la asociación cumple con el cronograma de las reuniones anuales establecidas en el plan operativo, seguido del 21.4% que nunca se cumple, el 3.6% casi siempre.

Tabla 9: La junta directiva entrega un informe periódico a sus socios de las metas, objetivos, gastos.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	0	0
CASI SIEMPRE	2	7.1
A VECES	14	50.0
CASI NUNCA	12	42.9
NUNCA	0	0
TOTAL	28	100.0

Fuente: Encuesta realizada.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

Según la Tabla N°9 el 50% de los socios asegura que a veces La junta directiva de la asociación entrega un informe periódico a sus socios de las metas, objetivos, gastos, el 42.9% casi nunca y el 7.1% casi siempre.

Tabla 10: Con qué frecuencia se cuenta con el apoyo de instituciones público o privadas.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	4	14.3
CASI SIEMPRE	8	28.6
A VECES	13	46.4
CASI NUNCA	3	10.7
NUNCA	0	0
TOTAL	28	100.0

Fuente: Encuesta realizada.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

Según la Tabla N°10 el 46.4% de los socios asegura que a veces se cuenta con el apoyo de instituciones, mientras que el 28,6% casi siempre, el 10.7% casi nunca se cuenta con el apoyo.

Tabla 11: Conoce el proceso de preparación de aceituna.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	4	14.3
CASI SIEMPRE	5	17.9
A VECES	11	39.3
CASI NUNCA	8	28.6
NUNCA	0	0
TOTAL	28	100.0

Fuente: Encuesta realizada.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

Según la Tabla N°11 el 39.3% de los socios a veces conoce el proceso de preparación de aceituna, seguido del 28,6% casi nunca, el 14.3% de los socios siempre conoce el proceso de preparación.

Tabla 12: Los procedimientos operativos del proceso de preparación están escritos.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	2	7.1
CASI SIEMPRE	5	17.9
A VECES	12	42.9
CASI NUNCA	9	32.1
NUNCA	0	0
TOTAL	28	100.0

Fuente: Encuesta realizada.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

Según la Tabla N°12 el 42.9% de los socios asegura que a veces los procedimientos del proceso de preparación están escritos, seguido del 32.1% que casi nunca, el 7.1% de los socios asegura que casi siempre los procedimientos están escritos..

Tabla 13: Los controles del proceso se realizan en el momento oportuno.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	3	10.7
CASI SIEMPRE	7	25.0
A VECES	10	35.7
CASI NUNCA	6	21.4
NUNCA	2	7.1
TOTAL	28	100.0

Fuente: Encuesta realizada.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

Según la Tabla N°13 el 35.7% de los socios asegura que a veces se realizan los controles del proceso en el momento oportuno, seguido del 25% que casi siempre y el 7.1% de los socios asegura que nunca se realizan los controles en el momento oportuno.

Tabla 14: Se vende a clientes fijos

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	6	21.4
CASI SIEMPRE	12	42.9
A VECES	10	35.7
CASI NUNCA	0	0
NUNCA	0	0
TOTAL	28	100.0

Fuente: Encuesta realizada.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

Según la Tabla N°14 el 42.9% de los socios asegura que casi siempre se vende a clientes fijos, seguido del 35.7% que a veces y el 21.4% de los socios asegura que siempre se vende a clientes fijos.

Tabla 15:Cuál es el cumplimiento de cronograma de mantenimiento, higiene y limpieza de la planta.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	3	10.7
CASI SIEMPRE	6	21.4
A VECES	11	39.3
CASI NUNCA	5	17.9
NUNCA	3	10.7
TOTAL	28	100.0

Fuente: Encuesta realizada.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

Según la Tabla N°15 el 39.3% de los socios asegura que a veces se cumple con el cronograma de mantenimiento higiene y limpieza de la planta seguido del 21.4% casi siempre y el 10.7% de los socios asegura que nunca se cumple con el cronograma de mantenimiento limpieza de la planta.

Tabla 16: Cuentan con un control de vertidos.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	0	0
CASI SIEMPRE	0	0
A VECES	6	21.4
CASI NUNCA	15	53.6
NUNCA	7	25.0
TOTAL	28	100.0

Fuente: Encuesta realizada.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

Según la Tabla N°16 el 53.6% de los socios asegura que casi nunca se cuenta con un control de vertidos, seguido del 25% casi nunca y el 21.4% a veces se cuenta con un control.

Tabla 17: Cuentan con un sistema de segregación de residuos sólidos.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	0	0
CASI SIEMPRE	0	0
A VECES	3	10.7
CASI NUNCA	19	67.9
NUNCA	6	21.4
TOTAL	28	100.0

Fuente: Encuesta realizada.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

Según la Tabla N°17 el 67.9% de los socios asegura que casi nunca se cuenta con un sistema de segregación de residuos sólidos, seguido del 21.4% nunca y el 10.7% a veces se cuenta con un sistema de segregación de residuos sólidos.

4.2.1. Análisis por indicadores

Tabla 18: Personas

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NUNCA	0	0
CASI NUNCA	6	21.4
A VECES	10	35.7
CASI SIEMPRE	6	21.4
SIEMPRE	6	21.4
TOTAL	28	100.0

Fuente: Encuesta realizada.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

Según la Tabla N°18 el 35.7% de los socios asegura que a veces se enfoca en las personas, seguido del 21.4% casi nunca y el 21.4% casi siempre.

Tabla 19: Política y Estrategia

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NUNCA	0	0
CASI NUNCA	12	42.9
A VECES	13	46.4
CASI SIEMPRE	3	10.7
SIEMPRE	0	0
TOTAL	28	100.0

Fuente: Encuesta realizada.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

Según la Tabla N°19 el 46.4% a veces la asociación aplica Política y estrategia, seguido del 42.9% casi nunca y el 10.7% casi siempre.

Tabla 20: Alianzas y Recursos

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NUNCA	0	0
CASI NUNCA	3	10.7
A VECES	13	46.4
CASI SIEMPRE	8	28.6
SIEMPRE	4	14.3
TOTAL	28	100.0

Fuente: Encuesta realizada.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

Según la Tabla N°20 el 46.4% a veces la asociación cuenta con alianzas y recursos, seguido del 28.6% casi siempre y el 10.7% casi nunca.

Tabla 21: Procesos

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NUNCA	0	0
CASI NUNCA	6	21.4
A VECES	10	35.7
CASI SIEMPRE	7	25.0
SIEMPRE	5	17.9
TOTAL	28	100.0

Fuente: Encuesta realizada.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

Según la Tabla N°21 el 35.7% a veces tiene conocimiento acerca de los procesos, seguido del 25% casi siempre y el 21.4% casi nunca.

Tabla 22: Clientes

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NUNCA	0	0
CASI NUNCA	0	‘
A VECES	10	35.7
CASI SIEMPRE	12	42.9
SIEMPRE	6	21.4
TOTAL	28	100.0

Fuente: Encuesta realizada.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

Según la Tabla N°22 el 42.9% casi siempre se enfoca en el cliente, seguido del 35.7% a veces y el 21.4% siempre.

Tabla 23: Sociedad

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NUNCA	3	10.7
CASI NUNCA	6	21.4
A VECES	16	57.1
CASI SIEMPRE	3	10.7
SIEMPRE	0	0
TOTAL	28	100.0

Fuente: Encuesta realizada.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

Según la Tabla N°23 el 57.1% a veces se enfoca en la sociedad, seguido del 21.4% casi nunca y el 10.7% nunca.

4.3. Análisis estadístico de Rentabilidad

Tabla 24: Cuánto ha sido su nivel de ventas anual

S/.	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1012	1	5
1341	1	5
1353	1	5
0	1	5
1585	1	5
2137	1	5
0	1	5
2221	1	5
2287	1	5
3631	1	5
3698	1	5
3809	1	5
5501	1	5
5974	1	5
0	1	5
6925	1	5
6934	1	5
7825	1	5
0	1	5
8075	1	5
8428	1	5
11710	1	5
13799	1	5
18717	1	5
21727	1	5
23278	1	5
104190	1	5
189931	1	5
Total	28	100

Fuente: Encuesta realizada.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

Según la Tabla N°24 muestra en nivel de ventas anuales en soles por cada socio.

Tabla 25: Cuánto ha sido su producción anual

KG	FRECUENCIA	PORCENTAJE VÁLIDO
298	1	5
416	1	5
410	1	5
0	1	5
461	1	5
666	1	5
0	1	5
670	1	5
672	1	5
1158	1	5
1174	1	5
1182	1	5
1631	1	5
1947	1	5
0	1	5
2281	1	5
2287	1	5
2437	1	5
0	1	5
2500	1	5
2708	1	5
3898	1	5
4241	1	5
6162	1	5
6423	1	5
7530	1	5
32801	1	5
50718	1	5
Total	28	100

Fuente: Encuesta realizada.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

Según la Tabla N°25 muestra la producción anual en kg por cada socio.

CAPITULO V: CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

5.1. Verificación de la hipótesis general

H₀: La Gestión de Calidad influye directamente el nivel de la rentabilidad de la Asociación Agroindustrial Oliverera de Sama.

H₁: La Gestión de Calidad no influye directamente el nivel de la rentabilidad de la Asociación Agroindustrial Oliverera de Sama.

Para contrastar la hipótesis general se utilizó el modelo de regresión lineal simple; cuyos resultados se indican en los siguientes cuadros.

Tabla 26: Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,608 ^a	,370	,335	,24411.60055

a. Predictores: (Constante), Gestión de Calidad

FUENTE: SPSS V21

INTERPRETACIÓN:

En la tabla N° 26 se observa que el R² es de 0.370 lo que significa que la regresión capta el 37% de la variabilidad total.

Tabla 27: Prueba ANOVA

Modelo		Suma de cuadrados	Gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	6301139079 .003	1	6301139079 .003	10,574	,004
	Residuo	1072667234 7.548	18	595926241. 531		
	Total	1702781142 .6.550	19			

a. Variable dependiente: Rentabilidad

b. Variable Predictoras: (Constante), Gestión de Calidad

Fuente: SPSS V21

Tabla 28: Coeficientes

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	42802.791	18335.389		-2.334	,031
	Gestión de Calidad	1295.066	398.271	,608	3.252	,004

a. Variable dependiente: Rentabilidad

Fuente: SPSS V21

INTERPRETACIÓN:

En la tabla N° 28 podemos observar que si existe una incidencia significativa entre las variables debido a que el p-valor resultante es 0.031 y menor al nivel de significancia (0.05).

Con la prueba de hipótesis de Regresión lineal simple se comprueba que la variable Independiente Gestión de Calidad incide significativamente en la variable dependiente Rentabilidad Para establecer el nivel de confianza de los resultados se desarrolló la siguiente prueba de hipótesis, considerando las siguientes premisas:

$$Y = 42802 + 1295x$$

$$t_c \quad (2,234) \quad (3,252)$$

$$p \quad (0.031) \quad (0.004)$$

$$F = 10.574 \quad p: 0.004$$

$$H_0 : \beta = 0 \quad \text{No es significativo}$$

$$H_1 : \beta \neq 0 \quad \text{Si es significativo}$$

Si $p < \alpha$ Se rechaza hipótesis nula.

0.000 < 0.05 Si se rechaza hipótesis nula.

DECISIÓN:

Por lo tanto se procede a ACEPTAR LA HIPÓTESIS GENERAL planteada en la investigación.

5.2. Verificación de la hipótesis específica

5.2.1. Comprobación de la hipótesis específica 01

“El nivel de gestión de calidad de la asociación Agroindustrial Olivarera de Sama es bajo”

Elección de análisis estadístico: Análisis descriptivo, tabla de frecuencias y porcentajes para la variable “Gestión de Calidad”

Tabla 29: Frecuencias y porcentaje de Gestión de Calidad

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BAJO	10	35.7
MEDIO	11	39.3
ALTO	7	25
TOTAL	28	100

Fuente: Encuesta realizada.

Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

En la tabla N° 29 podemos observar la frecuencia más elevada es de 11 con un porcentaje del 39.3% la Gestión de calidad de la Asociación Agroindustrial Olivarera de sama es Medio y en un 35.7%, la Gestión de calidad de la Asociación Agroindustrial Olivarera de sama es bajo.

5.2.2. Comprobación de la hipótesis específica 02

“El nivel de rentabilidad de la Asociación Agroindustrial Oliverera de Sama es Bajo”

Elección de análisis estadístico: Análisis descriptivo, tabla de frecuencias y porcentajes para la variable “Gestión de Calidad”

Tabla 30: porcentaje de nivel de Rentabilidad

PORCENTAJE	
BAJO	80
MEDIO	10
ALTO	10
TOTAL	100

Fuente: Encuesta realizada.

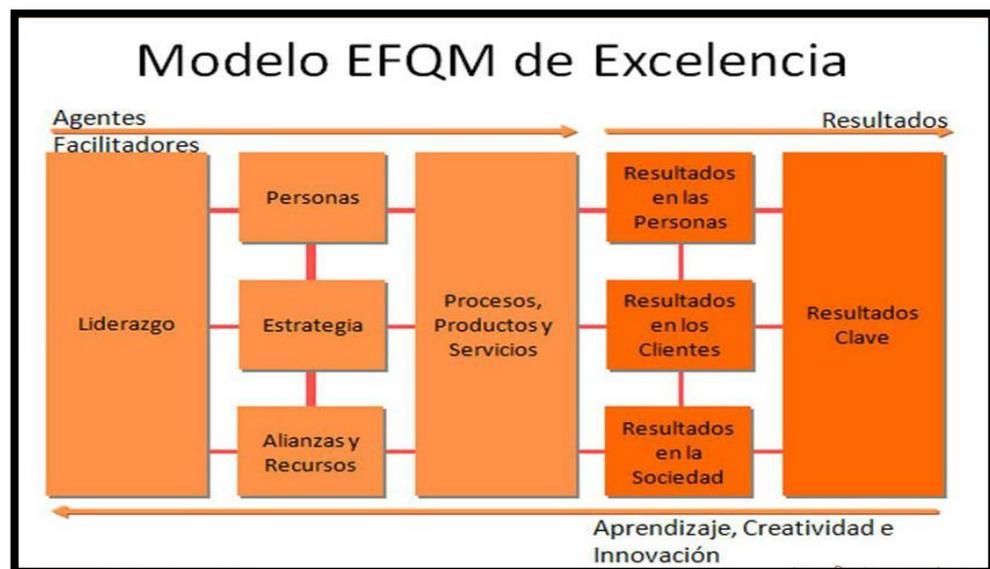
Elaboración: Propia

INTERPRETACIÓN:

En la tabla N° 30 podemos observar 80% del nivel de rentabilidad de la Asociación Agroindustrial Oliverera de sama es Bajo y en un 10%, la rentabilidad de la Asociación Agroindustrial Oliverera de sama es alta.

CAPITULO VI: INSTRUCTIVO DE GESTIÓN DE CALIDAD EN LA ASOCIACIÓN AGROINDUSTRIAL OLIVARERA DE SAMA

El Modelo EFQM de Excelencia ayuda a las organizaciones a establecer un modelo de gestión que les permite conocerse mejor a sí mismas para evolucionar, de forma continuada, hacia la excelencia. Es un modelo flexible que puede aplicarse a organizaciones grandes y pequeñas, del sector público o privado. El Modelo EFQM es un Modelo dinámico donde la innovación y el aprendizaje potencian la labor de los agentes facilitadores, que analizan cómo realiza la organización las actividades clave, dando lugar a una mejora de los resultados que se están alcanzando. La utilización sistemática y periódica del Modelo permite el establecimiento de planes de mejora basados en hechos objetivos y la consecución de una visión común sobre las metas a alcanzar y las herramientas a utilizar, basándose en la siguiente premisa: Los Resultados excelentes con respecto al Rendimiento de la organización a los Clientes, las Personas y la Sociedad, se logran mediante un Liderazgo que dirija e impulse la Política y Estrategia, las Personas de la Organización, las Alianzas y Recursos, y los Procesos.



FUENTE: modelo EFQM (Introducción a la excelencia (2003)

A. Liderazgo:

Establecer la misión, visión objetivos y metas de la organización en función a las necesidades de la Asociación y los socios

- **Misión:**
Somos una asociación dedicada al cultivo del olivo, que procesa aceitunas de óptima calidad, comprometidos con la satisfacción de nuestros consumidores asegurando la fidelidad de nuestros clientes y promoviendo el crecimiento personal de nuestros colaboradores.
- **Visión:**
Ser la asociación líder en exportación de aceituna de mesa y derivados en el sur del Perú. Con posicionamiento nacional e internacional.

ANALISIS FODA DE LA ASOCIACION AGROINDUSTRIAL OLIVARERA SAMA LAS YARAS

DEBILIDADES:

- Falta de financiamiento económico
- Escasa diferenciación de productos ya que solo producen aceituna entera verde en sal y soda.
- Cartera de productos limitado
- Falta concientizar a los socios sobre mejora de calidad en campo y proceso
- Socios de antaño (adulto mayor) con poco interés de buscar mejoras.
- Falta organización y puntualidad.
- Falta profesionalismo.

AMENAZAS:

- Gran competencia en el mercado con empresas posicionadas.
- Entrada de nuevos competidores como empresas chilenas.

FORTALEZAS:

- Productos de mejor calidad en sabor, textura y tamaño.
- Bajo costo unitario (kg.)
- Participación como asociación a diferentes entidades con fondos concursables.
- Cuenta con clientes dentro y fuera del país.
- Especialización del producto.
- La planta de procesamiento cuenta con buena infraestructura.

OPORTUNIDADES:

- Oportunidades con proyectos de inversión pública.
- Mercado extranjero (Brasil) con miras de ampliación de mercados.
- Rápida evolución tecnológica por los proyectos que participo como asociación.
- Posibilidad de establecer alianzas estratégicas.

Funciones de la asociación:

- Promover el aumento de la oferta exportable y mejoramiento de la calidad de la aceituna.
- Liderar y apoyar la realización de programa de capacitación técnica en actividades productivas, de comercialización interna, de exportación y comercialización.

- Trabajar de manera asociativa para la apertura e ingreso a nuevos mercados cuyos volúmenes de pedidos impiden la participación individual de cada empresa.
- Establecer alianzas estratégicas que permitan mejorar la competitividad del sector olivícola peruano.

B. Política y estrategia:

La Asociación agroindustrial olivarera de sama a través de gestiones y alianzas estratégicas con proyectos y participaciones con el gobierno regional y programas nacionales han servido para la implementación tecnológica y capacitaciones técnica productivas el cual debe ser socializado a nivel interno de la asociación así mismo se debe tener un plan operativo que debe ser el resultado del consenso, entre los socios.

C. Personas:

- Incentivar al cumplimiento de los objetivos del plan operativo el cual debe contener objetivos claros con indicadores medibles.
- En cuanto al personal tienen alta tasa de rotación por lo que muchas veces se pone en riesgo el producto, es necesario entonces establecer contratos a medio tiempo para cumplir con las labores sobre todo del proceso.
- Desarrollo de capacitaciones laborales antes, durante y después del proceso. Que permitirá la concientización y mejora del personal en su máxima productividad.
- Desarrollo de incentivos y beneficios que también traerán satisfacción personal y mayor rendimiento laboral.

D. Alianzas y recursos:

Actualmente la asociación agroindustrial olivarera sama fue ganador de un proyecto con fondos concursables que se desarrolla a través del (PNIA) donde involucra implementación de maquinaria agrícola, implementación de un laboratorio para análisis físico químico, implementación de oficinas para la gestión y capacitaciones técnico productivas en campo, procesamiento y comercialización. Y pago a personal capacitado para el desarrollo de las mismas. Entonces que este proyecto sea aprovechado lo mejor posible, en base a un manejo de recursos transparente, para lo cual se debe contar con informes, claros y de fácil acceso de información a los asociados.

INSTITUCIONES	
	<p>Se desarrolló en el año (2010-2012) con capacitaciones técnico productivas en campo, proceso y comercialización de la aceituna. (Implementación básica)</p>
 <p>FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL Y COMERCIAL DE ACEITUNA DE TACNA.</p>	<p>Se desarrolló en el año (2012-2013) con capacitaciones técnico productivas en campo, proceso y comercialización de la aceituna. (Acceso al mercado de Brasil)</p>
 <p>AGROIDEAS Programa de Compensaciones para la Competitividad</p>	<p>Se desarrolló en el año (2013-2015) Implementación de tecnología.</p>
<p>PROGRAMA NACIONAL DE INNOVACIÓN AGRARIA – PNIA</p>	<p>(2016)</p>

ESTRUCTURA DE INVERSIÓN - I PNT SAMA

BIENES Y SERVICIOS	MONTO APROBADO (S/.)	APORTE OPA 20%	APORTE AGROIDEAS 80%
01 Calibradora inox. de Aceituna	84,900.00	16,980.00	67,920.00
01 Balanza electrónica 500 kg./100 gr.	2,200.00	440.00	1,760.00
01 electrobomba inox. de 1.2 HP	1,220.00	244.00	976.00
150 Tanques de Fermentación fibra de vidrio (Capac. 1200 kg.)	57,750.00	11,550.00	46,200.00
500 Cajas cosechadoras material 100% virgen (52.50*36.50*31.50)	9,322.00	3,186.00	6,136.00
04 meses Coordinador del PNT	10,800.00	2,160.00	8,640.00
TOTAL	166,192.00	34,560.00	131,632.00

ESTRUCTURA DE INVERSIÓN - II PNT SAMA

BIENES Y SERVICIOS	MONTO APROBADO (S/.)	APORTE OPA 20%	APORTE AGROIDEAS 80%
01 Turbo atomizador de enganche a tractor (Capac. 2000 l.)	51,625.00	10,325.00	41,300.00
01 Tractor de doble tracción 75 HP	111,392.00	22,278.40	89,113.60
04 Meses Coordinador del PNT	10,800.00	2,160.00	8,640.00
TOTAL	173,817.00	34,763.40	139,053.60

ESTRUCTURA DE INVERSIÓN - III PNT SAMA

BIENES Y SERVICIOS	MONTO APROBADO (S/.)	APORTE OPA 20%	APORTE AGROIDEAS 80%
01 Triturador de podas TRR 175, transm. rueda libre	25,075.00	5,015.00	20,060.00
04 Meses Coordinador del PNT	10,800.00	2,160.00	8,640.00
TOTAL	35,875.00	7,175.00	28,700.00

IMPLEMENTACIÓN DE AGROIDEAS

- **Calibradora inox. de Aceituna**



- **Electrobomba inox. de 1.2 HP**



- **Tanques de Fermentación fibra de vidrio (Capac. 1200 kg.)**



- **500 Cajas cosechadoras material 100% virgen (52.50*36.50*31.50)**



- 01 Turbo atomizador de enganche a tractor (Capac. 2000 l.)



- 01 Tractor de doble tracción 75 HP



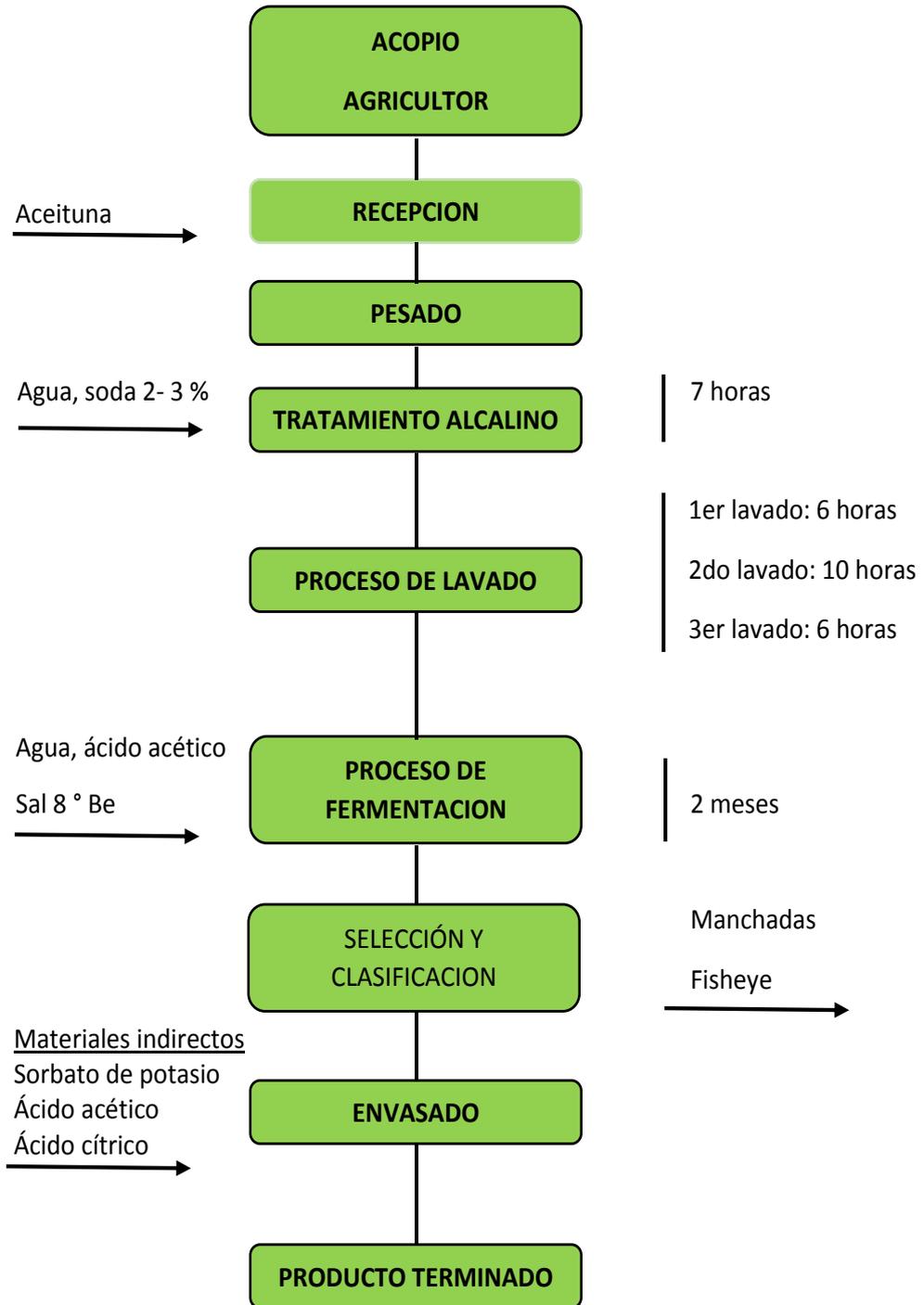
- 01 Triturador de podas TRR 175, transm. rueda libre



E. Procesos:

- Se propone aplicar registros de control de recepción, registro de control de proceso, preparación de soluciones, selección y clasificación y despacho, teniendo en cuenta la trazabilidad el producto, así mismo se hace necesario, contar con registro de inventario del producto por tipo de preparación de aceituna, y cantidades. Plano de ubicación de los tanques, identificando por colores los tipos de preparación y las fechas, así como el propietario de la aceituna.
- Se hace necesario también contar con registros de control de inventario de insumos y envases.
- Se tiene que ver una forma adecuada y un sitio adecuado para la eliminación de los residuos sólidos y líquidos.
- Se debe tener el procedimiento de limpieza de los tanques, infraestructura, maquina seleccionadora, así como su registro de control para ir preparando a la asociación en la aplicación de las buenas prácticas de manufactura.
- La infraestructura no cuenta con baños adecuados que son parte de la exigencia de la normativa.

FLUJOGRAMA EN EL PROCESO DE ELABORACION DE ACEITUNA VERDE ESTILO SEVILLANO



SEGURIDAD EN EL USO Y MANEJO DE AGROQUÍMICOS

Los agroquímicos son sustancias muy peligrosas para la salud humana. En su almacenamiento, manejo y utilización se deben cumplir con normas rigurosas de seguridad, para evitar intoxicaciones y complicaciones en el futuro. Deben emplearse sólo cuando no existan otras alternativas de control de plagas y enfermedades.

Recomendaciones para la aplicación de agroquímicos

- Al manipular los agroquímicos se deben usar guantes y mascarilla de protección



- Utilizar elementos protectores: botas de jete, guantes, mascarilla y ropa que cubra el cuerpo.



- Luego de una aplicación de agroquímicos lavar la ropa y otros elementos utilizados.



- El operario debe aversearse con abundante agua y jabón luego de concluir la utilización de un agroquímico.



- No se debe fumar ni consumir alimentos ni bebidas durante la aplicación de un agroquímico.



- Tener a la mano un botiquín de primeros auxilios



F. Resultados en los clientes:

Se recomienda contar con una ficha de los clientes, y una evaluación en cuanto a volúmenes vendidos, tipos de preparación de la aceituna y precios para evaluar la relación con la asociación

G. Resultados en el personal:

El personal debe tener cierta seguridad de trabajo, para ir implementando las mejoras se necesita personal permanente

H. Resultados en la sociedad:

Un mejor manejo y control del proceso, puede asegurar la rentabilidad del proceso y calidad del producto, así como un manejo adecuado de los residuos y vertidos reduce la contaminación.

También trae resultados de satisfacción de los clientes ya que tendrán seguridad de la calidad del producto.

LINEAMIENTOS DE POLITICA DE GESTIÓN DE CALIDAD

A. Capacitación permanente

Se deben contar con programas de capacitación de buenas prácticas de manufactura en todas las áreas de la planta de acuerdo a la actividad que desempeñen; estos deben revisarse y actualizarse periódicamente; deben realizarse evaluaciones sobre la eficiencia de los mismos.

B. Mantenimiento y renovación de equipos

Es necesario realizar el acondicionamiento, mantenimiento y limpieza de los equipos y materiales, que van a estar en contacto con las aceitunas, en cada una de las etapas de procesamiento, permitiendo prever alguna contaminación física, química y microbiológica

Limpieza, mantenimiento de materiales y equipos. Todos los materiales y equipos utilizados en el proceso deberán ser minuciosamente desinfectados y adecuadamente instalados

C. Estudio de investigación y nuevos procesos

Registros de control de recepción

Es necesario registrar mediante documentos las cantidades exactas de kilogramos de aceituna que ingresan por fibra, lo cual nos va a permitir el control de las mermas, se registrara el estado fitosanitario, procedencia, calibre, estado en general de la aceituna procesada.

Registros de control de fermentación

La aplicación de registros durante la fermentación nos permitirá llevar un control minucioso de la evolución de la fermentación,

pudiendo realizar las correcciones de los parámetros en el momento oportuno, obteniendo de esta manera una adecuada fermentación.

Registros de selección y calibrado

Es indispensable llevar un buen registro de control indicando el tipo y calibre de aceituna, esto nos permitirá separar la aceituna por calidad y tamaño pudiendo realizar la diferenciación de producto para la comercialización.

Registros de control de reparación de soluciones

Estos indican la cantidad de insumos utilizados como sal, soda, aditivos, controlando de este modo la cantidad utilizada, así como para tener evidencia del adecuado procesamiento del producto.

Selección y clasificación

Las aceitunas tras su selección, deberán presentarse sanas, limpias, exentas de olores y sabores anormales o defectos que puedan afectar su valor nutritivo o adecuada conservación. Además las aceitunas no deben presentar síntomas de alteración o fermentación anormal, deben ser homogéneas en tamaño y de color uniforme.

En la etapa previa a la selección se desinfectará todo artículo que se va utilizar tales como la máquina seleccionadora, jabas, paneras baldes, tachos, entre otros con detergente y agua clorada.

Productos

Se debe ampliar la variedad de productos

- Aceituna negra en salmuera
- Aceituna negra en rodajas
- Aceituna negra en pasta
- Aceituna verde entera en salmuera
- Aceituna verde en rodajas
- Aceituna verde en pasta

- Aceituna verde rellena con rocoto, pimiento, castaña

D. Tipificar y diferenciar la estructura de su organigrama

La bodega debe estar previamente acondicionada, ordenada, limpia y con señalización de áreas tales como:

- Área de recepción
- Área de preparación de insumos
- Área de procesamiento
- Área de selección y calibración
- Área de almacén de insumos
- Almacén de productos terminados
- Zona de despacho

Instalaciones sanitarias para el personal

Se debe contar con instalaciones sanitarias en buen estado dotadas de: baños, vestidores, estaciones de limpieza y desinfección de manos.

Servicios higiénicos adecuados en buen estado, con disposición de agua en todo momento, instalaciones para lavarse las manos de fácil acceso.

CONCLUSIONES

Primera:

De acuerdo a los resultados de la investigación se puede afirmar que la Gestión de calidad influye en el nivel de Rentabilidad, de la Asociación Agroindustrial Olivarera de Sama. Tiene una correlación significativa y positiva comprobada estadísticamente mediante la prueba de regresión lineal

Segunda:

Según los resultados obtenidos de la variable gestión de calidad, se puede concluir que el nivel de gestión de calidad de la Asociación Agroindustrial Olivarera de Sama es Medio, debido a la deficiente estructura organizacional, el poco compromiso de los socios, carente liderazgo, deficiente control en los procesos.

Tercera:

Según los resultados obtenidos por las hipótesis específica relacionada al nivel de rentabilidad de la Asociación Agroindustrial Olivarera de Sama, el presente trabajo permitió conocer que el 90% del nivel de rentabilidad de la Asociación Agroindustrial Olivarera de sama es Bajo y en un 5%, es alto lo cual refleja que no se está aprovechando los recursos con los que cuenta la asociación. Un inadecuado manejo agronómico que trae como consecuencia menor productividad. Y una deficiente calidad en el proceso trae como consecuencia deficiencias y alteraciones en el producto final y un menor precio.

Cuarta:

El sector olivícola está en constante crecimiento, pero este se ve afectado por la deficiente gestión de calidad. La asociación olivarera de sama no cuenta con un instructivo de gestión de calidad que le permita mejorar su nivel de rentabilidad.

RECOMENDACIONES

Primera:

Ante el resultado de que si existe una influencia directa entre la gestión de calidad y el nivel de rentabilidad de la Asociación Agroindustrial Oliverera de Sama, es necesario mejorar e incorporar el sistema de gestión de calidad.

Segunda:

Para mejorar esta situación en la Asociación Agroindustrial Oliverera de Sama debe concientizar a los socios sobre mejora de calidad en campo y proceso a través de capacitaciones permanentes, aprovechar las alianzas estratégicas y recursos con los que cuenta de parte de las instituciones como Agroideas.

Tercera:

Se recomienda a la asociación ampliar los derivados del producto, debido a que solo producen aceituna entera verde en sal y soda. Contar personal capacitado para realizar todas las tareas y generar resultados óptimos en la gestión de calidad y rentabilidad.

Cuarta:

Se aplique por parte de los socios de la Asociación Agroindustrial Oliverera de Sama la Propuesta del manual de Gestión de Calidad, con el fin de mejorar su nivel de rentabilidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amézaga, C., Rodríguez, D., Núñez, M., & Herrera, D. (2013). *Orientaciones estratégicas para el fortalecimiento de la gestión asociativa*. San Salvador: IICA.
- Casanova, F. (2002). Formación profesional, productividad y trabajo decente. *Boletín Técnico Interamericano de Formación Profesional*.
- CreceNegocios. (s/f). *Crece Negocios*. Recuperado el 18 de Abril de 2016, de Concepto de calidad: <http://www.crecenegocios.com/concepto-de-calidad/>
- Daniels, J., Radebaugh, L., & Sullivan, D. (2004). *Negocios Internacionales*. Madrid: Prentice Hall.
- Dess, G., & Lumpkin, G. (2003). *Dirección estratégica*. España: Mc Graw Hill.
- Díaz, M. (2012). *Análisis contable con un enfoque empresarial*. Eumed.
- Gibson, C. and Gibson, C. (2001). *Financial reporting and analysis*. Cincinnati, Ohio: South-Western College Pub.
- Gitman, L. (1997). *Fundamentos de Administración Financiera*. México: OUP Harla.
- González, A., Sanz, A., Lajara, P., Maldonado, S., & Sánchez, S. (2008). *Sistemas de gestión de calidad en explotaciones agrícolas*. Región de Murcia: Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.
- Guajardo, G. (2002). *Contabilidad Financiera*. México: Mc Graw Hill.
- Haguenauer, L. (1989). *Competitividad, conceptos y medidas. Una revisión de la literatura reciente con énfasis en el caso brasileño*. Río de Janeiro: Instituto de Economía.
- Heizer, J., & Render, B. (2009). *Principios de Administración de Operaciones*. México D.F.: Pearson Education.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México D.F.: Mc Graw Hill Interamericana.
- ISO. (2012). *International Organization for Standardization*. Recuperado el 18 de Abril de 2016, de <http://www.iso.org>

- Ivancevich, J., Lorenzi, P., & Skinner, S. (1996). *Gestión de Calidad y Competitividad*. Madrid: Irwin.
- Lozano, M. (2010). Modelos de asociatividad: estrategias efectivas para el desarrollo de las Pymes. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 175-178.
- Marbán, R. (2002). *Calidad y estrategias de competencia vertical en el sector del aceite de oliva y su influencia sobre la comercialización en los mercados internacionales*. Madrid: Universidad Complutense.
- Mype. (30 de Setiembre de 2008). Reglamento de la Ley Mype. *Diario Oficial El Peruano*, págs. 380612-380615.
- NIST. (2012). *The National Institute of Standards and Technology*. Recuperado el 18 de Abril de 2016, de <http://www.nist.gov/baldrige/>
- Pola, A. (1994). *Gestión de la calidad*. Barcelona: Marcombo.
- Promonegocios.net. (15 de Diciembre de 2005). *Definición de producto*. Recuperado el 18 de Abril de 2016, de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/producto-definicion-concepto.html>
- Promonegocios.Net. (12 de Agosto de 2006). *Definición de servicios*. Recuperado el 18 de Abril de 2016, de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/definicion-servicios.html>
- Rosales, R. (1997). *La Asociatividad como estrategia para el fortalecimiento de las Pymes*. Texas.
- Sánchez, J. (2002). *Lección análisis contable*. Recuperado el 18 de Abril de 2016, de *Análisis de la Rentabilidad de la empresa*: <http://www.5campus.com/leccion/anarenta>
- Zuta, M., & Wiese, A. (2009). *Una mype de calidad. Guía para entender y evaluar un sistema de gestión de la calidad*. Lima: USAID-Perú.

ANEXOS

7.1. Matriz de consistencia

	PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE	INDICADORES
Generales	¿Cómo Influye la gestión de calidad en el nivel de la rentabilidad de la Asociación Agroindustrial Olivarera de Sama, periodo 2015?	Determinar la influencia de la gestión de calidad en el nivel de rentabilidad de la Asociación Agroindustrial Olivarera de Sama, periodo 2015.	La gestión de calidad influye directamente en el nivel de la rentabilidad de la Asociación Agroindustrial Olivarera de Sama, periodo 2015.	V. INDEPENDIENTE Gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Personas ▪ Política y estrategia ▪ Alianzas y recursos ▪ Procesos ▪ Clientes ▪ sociedad
Específicos	¿Cómo es la gestión de calidad de la Asociación Agroindustrial Olivarera de Sama, en el periodo 2015?	Analizar la gestión de calidad de la Asociación Agroindustrial Olivarera de Sama, en el periodo 2015.	El nivel de gestión de calidad de la Asociación Agroindustrial Olivarera de Sama es bajo, en el periodo 2015.	V. DEPENDIENTE Rentabilidad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Margen de utilidad
	¿Cuál es el nivel de rentabilidad de la Asociación Agroindustrial Olivarera de Sama, en el periodo 2015?	Evaluar el nivel de rentabilidad de la Asociación Agroindustrial Olivarera de Sama, en el periodo 2015.	El nivel de rentabilidad de la Asociación Agroindustrial Olivarera de Sama es bajo, en el periodo 2015.		

7.2. Cuestionario



UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA FACULTAD CIENCIAS EMPRESARIALES

INSTRUMENTO: CUESTIONARIO, PARA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
CON FINES ACADEMICOS CON LA TESIS DE INVESTIGACIÓN:
"INFLUENCIA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN EL NIVEL DE RENTABILIDAD
DE LA ASOCIACIÓN AGROINDUSTRIAL OLIVARERA DE SAMA, 2015"

ESTIMADO SEÑOR(A):

Nos encontramos realizando un estudio, respecto a la gestión de calidad de la Asociación Agroindustrial Olivarera de Sama, es por ello que hemos elaborado estas preguntas para saber su opinión.

Por favor, evalúe su percepción de acuerdo a los aspectos que citamos en este cuestionario, según el criterio de la tabla, marcando con un círculo el dígito que corresponda para cada pregunta. Le pedimos que indique, principalmente en las cuestiones en las que su valoración sea igual o inferior a 3. Los motivos de la misma (*)

La información que nos proporcione es completamente CONFIDENCIAL, esto garantiza que nadie pueda identificar a la persona que ha diligenciado el cuestionario.

INSTRUCCIONES

Todas las preguntas tienen diversas opciones de respuesta, deberá elegir **SOLO UNA**, salvo que el enunciado de la pregunta diga expresamente que puede seleccionar varias.

Cada opción tiene un número, circule el número correspondiente a la opción elegida, de la siguiente forma.

Siempre	Casi Siempre	A veces	Casi Nunca	Nunca
1	2	3	4	5

GESTIÓN DE CALIDAD						
		1	2	3	4	5
P1	Con que frecuencia los socios participan de las reuniones.	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
P2	Los socios realizan los aportes en su debido momento.	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
P3	Con que frecuencia se desarrolla capacitaciones en la asociación..	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
P4	Se cumple con los beneficios sociales de los trabajadores	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
P5	La junta directiva de la asociación olivarera de sama desarrolla un plan operativo anual	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
P6	La junta directiva tiene un cronograma/se cumple con el cronograma de las reuniones anuales establecidas en el plan operativo	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
P7	La junta directiva entrega un informe periódico a sus socios de las metas, objetivos, gastos. En función a los acuerdos establecidos.	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
P8	Con que frecuencia se cuenta con el apoyo de instituciones público o privadas.	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
P9	Conoce el proceso de preparación de aceituna.	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
P10	Los procedimientos operativos del proceso de preparación están escritos.	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
P11	Los controles del proceso se realizan en el momento oportuno.	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
P12	Se vende a clientes fijos.	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
P13	Cuál es el cumplimiento de cronograma de mantenimiento, higiene y limpieza de la planta.	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
P14	Cuentan con un control de vertidos.	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
P15	Cuentan con un sistema de segregación de residuos sólidos.	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca

RENTABILIDAD

P1	Cuánto ha sido su nivel de ventas anual	
P2	Cuánto ha sido su producción anual kg	
P3	Cuanto ha sido su costo de inversión.	

7.3. Definición y operacionalización de variables

a) **Variable independiente: Gestión de Calidad**

VARIABLE INDEPENDIENTE	INDICADORES
<p>Gestión de Calidad</p> <p>La gestión de la calidad se refiere al énfasis que pone toda la organización en la calidad, desde el inicio de la cadena de abastecimiento hasta el consumidor, con el fin de dirigir, organizar, planificar y controlar la organización bajo un enfoque sistémico para lograr la excelencia en todos los aspectos de los productos y servicios que son importantes para el cliente.</p>	Personas
	Política y estrategia
	Alianzas y recursos
	Procesos
	Clientes
	Sociedad

Fuente: Se ha tomado como referencia los principios establecidos del modelo EFQM (Introducción a la excelencia, 2003)

b) **Variable dependiente: Rentabilidad**

DEFINICION	INDICADORES
<p>Rentabilidad</p> <p>Capacidad para las empresas para generar utilidades (Gibson 2012).</p>	<p>Margen de utilidad</p>

7.4. Juicio de expertos



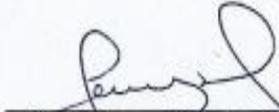
"INFLUENCIA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN EL NIVEL DE LA RENTABILIDAD DE LA ASOCIACIÓN AGROINDUSTRIAL OLIVARERA DE SAMA, PERIODO 2015"



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Quien suscribe, Jenny Edith Quispe Quispe, Documento Nacional de Identidad N° 00486354, Economista, docente en la Universidad Privada de Tacna, hago constar que evalué mediante **Juicio de Expertos**, el instrumento de recolección de información con fines académicos; considerando **válido** para el desarrollo de los objetivos planteados en la investigación denominada "INFLUENCIA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN EL NIVEL DE LA RENTABILIDAD DE LA ASOCIACIÓN AGROINDUSTRIAL OLIVARERA DE SAMA, PERIODO 2015"

Constancia que se expide en Tacna, en el mes de Enero del 2016.



Jenny Edith Quispe Quispe
DNI 00486354



**"INFLUENCIA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN EL NIVEL DE LA
RENTABILIDAD DE LA ASOCIACIÓN AGROINDUSTRIAL OLIVARERA
DE SAMA, PERIODO 2015"**



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Quien suscribe, Wilfredo Bernardo Velázquez Yupanqui, Documento Nacional de Identidad N° 00419188, Licenciado en Administración, Magister, docente en la Universidad Privada de Tacna, hago constar que evalué mediante Juicio de Expertos, el instrumento de recolección de información con fines académicos; considerando válido para el desarrollo de los objetivos planteados en la investigación denominada. "INFLUENCIA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN EL NIVEL DE LA RENTABILIDAD DE LA ASOCIACIÓN AGROINDUSTRIAL OLIVARERA DE SAMA, PERIODO 2015"

Constancia que se expide en Tacna, en el mes de enero del 2016.

Wilfredo Bernardo Velázquez Yupanqui
DNI 00419188



"INFLUENCIA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN EL NIVEL DE LA RENTABILIDAD DE LA ASOCIACIÓN AGROINDUSTRIAL OLIVARERA DE SAMA, PERIODO 2015"



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Quien suscribe, Javier Porfirio Martell León, Documento Nacional de Identidad N° 22486587, Economista, docente en la Universidad Privada de Tacna, hago constar que evalué mediante **Jurado de Expertos**, el instrumento de recolección de información con fines académicos; considerando **válido** para el desarrollo de los objetivos planteados en la investigación denominada: **"INFLUENCIA DE LA GESTIÓN DE CALIDAD EN EL NIVEL DE LA RENTABILIDAD DE LA ASOCIACIÓN AGROINDUSTRIAL OLIVARERA DE SAMA, PERIODO 2015"**

Constancia que se expide en Tacna, en el mes de Enero del 2016.

Javier Porfirio Martell León
DNI 22486587