UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

GESTIÓN DE CALIDAD Y MEJORA CONTINUA DE LAS VITIVINÍCOLAS DEL DISTRITO DE LUNAHUANÁ-CAÑETE, PERIODO 2023

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTORAS:

Bach. BERROSPI GUTIERREZ, MELANY KARINA (ORCID: 0009-0002-8435-3657)

Bach. CARHUAYO NAPA, CELESTE KARINA (ORCID: 0009-0002-4809-6382**)**

ASESOR:

DR. ABEL ALEJANDRO TASAYCO JALA (ORCID: 0000-0002-3993-1713)

Tipo de investigación: Básica

Línea de investigación: Organización y Gestión Impresarial

Cañete – Perú

2024

Hoja de jurado



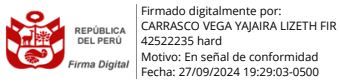
.....

Dr. Julio Cesar Lujan Minaya
PRESIDENTE
JURADO EVALUADOR



.....

Dr. Ramon Osorio Alberto Bueno
SECRETARIO
JURADO EVALUADOR



.....

Dra. Yajaira Lizeth Carrasco Vega
VOCAL
JURADO EVALUADOR



.....

Dr. Abel Alejandro Tasayco Jala
ASESOR

DEDICATORIA

A mi pequeña hija, por ser mi motivo, mi fortaleza y razón para seguir adelante en cada paso, objetivo, metas que me voy trazando, para ser mejor persona, mamá y profesional.

MELANY KARINA BERROSPI GUTIERREZ

Con profundo cariño y gratitud, dedico esta tesis a mis padres y a mi tía Elsa, quienes con su amor, esfuerzo y sacrificio hicieron posible que alcanzara este sueño. Ustedes me enseñaron el valor del trabajo duro y la importancia de la educación, y por ello, este logro es tanto de ustedes como mío. Finalmente, dedico este trabajo a todos aquellos que, de alguna manera, contribuyeron a mi formación y crecimiento durante estos años.

CELESTE KARINA CARHUAYO NAPA

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por la vida y las oportunidades que me brinda día a día.

A mi madre por apoyarme en cuidar a mi hija para poder lograr mis objetivos, a la familia de mi hija por su apoyo emocional, amistades y compañeros del trabajo que siempre confiaron en mí, alentándome a seguir adelante cumpliendo cada objetivo.

A nuestro estimado asesor, que es quien nos apoyó en cada desarrollo de nuestro proyecto.

MELANY KARINA BERROSPI GUTIERREZ

La culminación de esta tesis no hubiera sido posible sin el apoyo y la guía de muchas personas a lo largo de este arduo pero gratificante camino.

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento al Dr. Abel Tasayco, mi asesor, por su paciencia, dedicación y valiosos consejos durante todo el proceso de investigación.

A mi familia, especialmente a mis padres, quienes han sido mi pilar durante todo este proceso. Su amor incondicional, sacrificios y constante aliento me han dado la fuerza para superar cada desafío.

CELESTE KARINA CARHUAYO NAPA

ÍNDICE

CARÁTULA i

HOJA DE JURADO ii

DEDICATORIA iii

AGRADECIMIENTO iv

ÍNDICE v

LISTA DE TABLAS ix

TABLA DE FIGURAS x

RESUMEN xi

ABSTRACT xii

INTRODUCCIÓN xiii

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 1

1.1. Descripción de la realidad problemática 1

1.2. Formulación del problema 5

1.2.1. Problema general 5

1.2.2. Problemas específicos 5

1.3. Objetivos 6

1.3.1. Objetivo general 6

1.3.2. Objetivos específicos 6

1.4. Justificación 6

1.5. Delimitación de la investigación 8

1.5.1. Delimitación teórica 8

1.5.2. Delimitación temporal. 8

1.5.3. Delimitación espacial 8

II. MARCO TEÓRICO Y EMPÍRICO 9

2.1 Marco teórico 9

2.1.1. Gestión de calidad 9

A. Definición: 9

B. Dimensiones 9

C. Indicadores 14

D. Teorías 15

2.1.2. Mejora continua 17

A. Definición: 17

B. Dimensiones 17

C. Indicadores 20

D. Teorías 21

2.2 Antecedentes 22

A. Antecedentes Nacionales 22

B. Antecedentes Internacionales 24

2.3 Definición de términos básicos 28

III. HIPÓTESIS Y VARIABLES 31

3.1. Hipótesis 31

3.1.1 Hipótesis general 31

3.1.2 Hipótesis especificas 31

3.2. Definición conceptual de las variables 31

3.3. Operacionalización de variables 32

IV. DISEÑO METODOLÓGICO 34

4.1. Tipo de investigación: 34

4.2. Diseño de investigación: 34

4.3. Método de la investigación 34

4.4. Población y muestra 35

4.5. Lugar de estudio 37

4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos 37

4.7. Análisis y procesamientos de datos 39

V. RESULTADOS 41

5.1 Resultados descriptivos 41

5.2 Resultados inferenciales 49

VI. DISCUSIÓN 53

VII. CONCLUSIONES 59

VIII. RECOMENDACIONES 60

IX. REFERENCIAS 61

X. ANEXO 69

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de operacionalización de variables 33

Tabla 2: Frecuencias y porcentajes de la variable gestión de calidad 41

Tabla 3: Frecuencias y porcentajes de la dimensión liderazgo 42

Tabla 4: Frecuencias y porcentajes de la dimensión gestión de procesos 43

Tabla 5: Frecuencias y porcentajes de la dimensión diseño del producto 44

Tabla 6: Frecuencias y porcentajes de la variable mejora continua 45

Tabla 7: Frecuencia y porcentaje de la dimensión gestión del personal 46

Tabla 8: Frecuencias y porcentajes de la dimensión planificación 47

Tabla 9: Frecuencias y porcentajes de la dimensión retención del cliente 48

Tabla 10: Coeficiente de correlación y significancia entre la gestión de calidad y la mejora continua de las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná 49

Tabla 11: Coeficiente de correlación y significancia entre el liderazgo y el personal de las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná 50

Tabla 12: Coeficiente de correlación y significancia entre la gestión de procesos y la planificación de las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná 51

Tabla 13: Coeficiente de correlación y significancia entre el diseño del producto y los clientes de las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná 52

Tabla 14: Matriz de consistencia 69

TABLA DE FIGURAS

Ilustración 1: Diseño correlacional.....35

Ilustración 2: Gráfico de distribución porcentual según la variable gestión de calidad.....41

Ilustración 3:Gráfico de distribución porcentual según la dimensión liderazgo 42

Ilustración 4: Gráfico de distribución porcentual según la dimensión gestión de procesos.....43

Ilustración 5: Gráfico de distribución porcentual según la dimensión diseño de producto.....44

Ilustración 6: Gráfico de distribución porcentual según la variable mejora continua.....45

Ilustración 7: Gráfico de distribución porcentual según la dimensión personal.....46

Ilustración 8: Gráfico de distribución porcentual según la dimensión planificación.....47

Ilustración 9: Gráfico de distribución porcentual según la dimensión cliente.....48

RESUMEN

En esta investigación, se analizó la relación entre la gestión de calidad y la mejora continua de las vitivinícolas de Lunahuaná- Cañete, 2023. El enfoque utilizado fue cuantitativo-deductivo, con un nivel correlacional-descriptivo y un diseño no experimental-transversal. Se examinaron las dimensiones de la gestión de calidad, que incluyeron al liderazgo, la gestión de procesos y el diseño de producto. Además, se evaluaron las dimensiones de la mejora continua, como el personal, la planificación y los clientes. La muestra estuvo compuesta por 80 empresas vitivinícolas, pero al ser una muestra pequeña se decidió tomar toda la población. Se les administró un cuestionario como instrumento de recolección de datos, y posteriormente se procesaron y analizaron utilizando los programas Excel y SPSS versión 25. Se utilizó la prueba estadística de Spearman para determinar la correlación entre las variables, y se obtuvo un P-Valor de 0.669, lo que sugiere una correlación positiva moderada. Esto significa que, si la gestión de calidad aumenta, sus elementos y su impacto en la mejora continua también aumentarán proporcionalmente.

Palabras clave: Gestión de calidad, mejora continua, liderazgo, personal.

ABSTRACT

In this research, the relationship between quality management and continuous improvement of the wineries of Lunahuaná-Cañete, 2023 was analyzed. The approach used was quantitative-deductive, with a correlational-descriptive level and a non-experimental-cross-sectional design. Dimensions of quality management were examined, including leadership, process management, and product design. Additionally, dimensions of continuous improvement, such as staff, planning, and customers, were evaluated. The sample was made up of 80 wine companies, but since it was a small sample, it was decided to take the entire population. A questionnaire was administered as a data collection instrument, and they were subsequently processed and analyzed using the Excel and SPSS version 25 programs. Spearman's statistical test was used to determine the correlation between the variables, and a P-Value of 0.669, suggesting a moderate positive correlation. This means that if quality management increases, its elements and its impact on continuous improvement will also increase proportionally.

Keywords: Quality management, continuous improvement, leadership, personnel.

INTRODUCCIÓN

El distrito de Lunahuaná, situado en la provincia de Cañete, es conocido por su rica tradición vitivinícola que se remonta al año 1890, cuando se inició el cultivo de la vid en la región. Este valle fértil, bañado por el río Cañete, ofrece condiciones climáticas ideales para el desarrollo de una viticultura de alta calidad. Entre las variedades de uvas que se cultivan, destacala Uvina, una cepa emblemática que contiene resveratrol, un poderoso antioxidante natural conocido como la "hormona de la juventud". Este compuesto no solo contribuye a la calidad del vino, sino que también ha otorgado a Lunahuaná el apodo de "Tierra de Longevos", resaltando la conexión entre su producción vitivinícola y los beneficios para la salud.

La tradición vinícola de Lunahuaná no solo es un pilar de su identidad cultural, sino también un motor económico clave. Con el paso de los años, las bodegas locales, tanto pequeñas como grandes, han tenido que adaptarse a los cambios en el mercado y a las expectativas de los consumidores. El creciente turismo en la región, impulsado por la belleza natural del valle y la reputación de sus vinos, ha obligado a estas bodegas a innovar constantemente en la presentacióny comercialización de sus productos. Estas estrategias no solo buscan atraer a nuevos clientes, sino también fidelizar a los visitantes, lo que se traduce en un aumento significativo de los ingresos y en el fortalecimiento de la industria vitivinícola local. Además, se han implementado diversas rutas enoturísticas que permiten a los visitantes conocer de cerca el proceso de producción del vino, desde el cultivo de la vid hasta la degustación final, enriqueciendo la experiencia cultural y económica de la región.

Este trabajo de investigación es el resultado del estudio realizado que busca la

relación entre la gestión de calidad y la mejora continua, dos elementos claves y esenciales para que lasvitivinícolas del distrito de Lunahuaná puedan experimentar un crecimiento exponencial en su sector. La gestión de calidad cuenta con gran importancia para asegurar que los vinos producidos cumplen con altos estándares de calidad. En la presente tesis, mostramos los resultados de la investigación realizada en las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná, cuya finalidad fue conocer cuál es la relación entre las variables ya mencionadas.

La tesis se organiza en 10 capítulo que comprenden los siguientes puntos: planteamiento del problema, marco teórico, hipótesis y variables, diseño metodológico, resultados, discusión de resultados, conclusiones, recomendaciones y por ultimo los anexo. Esta estructura no solo asegura una organización clara y sistemática del trabajo, sino que también facilita la comprensión y evaluación del proceso investigativo por parte de los lectores, examinadores y futuros investigadores interesados en el tema.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

Actualmente, la gestión de calidad en una empresa se ha convertido en un aspecto imprescindible asegurar su éxito y competitividad en el mercado. Evaluar constantemente esta gestión es esencial, ya que siempre existe un margen de mejora que puede ser explotado para optimizar los procesos y resultados. La importancia de tratar bien a los compañeros de trabajo, junto con una evaluación minuciosa de los procesos del producto y la atención al cliente, son factores fundamentales. Además, un control de calidad efectivo no solo asegura la satisfacción del cliente, sino que también promueve un ambiente laboral positivo y colaborativo.

Las prácticas de mejora continua y la eliminación de errores en la gestión pueden mejorar la eficiencia operativa y aumentar la calidad de los productos y servicios ofrecidos. Por lo tanto, una gestión de calidad eficaz no solo aporta beneficios internos ala empresa, sino que también fortalece su reputación y posicionamiento en el mercado, permitiéndole adaptarse y prosperar en un entorno empresarial competitivo. De esta manera, se asegura una mejora constante que contribuye significativamente a la sostenibilidad y crecimiento de la organización a largo plazo.

Según Amat (2020) en España, la incesante proliferación de

denominaciones conlleva a ingresar a nuevos espacios de mercado que se convierten en retos del siglo XXI, por lo que exige una innovación en la producción agrícola que se base en monocultivos tradicionales, lo que contribuye a una economía que corresponda hábitos delos compradores. Asimismo, en Europa la gestión de calidad en sus denominaciones de origen protegidas (DOP) se destacan por su establecimiento, presencia y prestigio, como es elcaso de las relacionadas con los vinos en España.

Por ello, las vitivinícolas deben garantizar la mejora continua, ya que en México se ha incrementado la productividad y eficiencia mediante un control adecuado. Esto requiere un esfuerzo adicional en la calidad y mejora continua del proceso productivo, lo cual incluye la adquisición de equipos y herramientas indispensables para lograr un producto de calidad. (Montesinos et al., 2020).

La industria vitivinícola tiene una larga trayectoria desde una perspectiva nacional y está arraigada en la cultura chilena. Durante años el trabajo agrícola ha permitido que las diversas viñas nacionales se posicionen entre las mejores a nivel mundial, no solo por sus vinos, sino también por la calidad en su producción y el turismo que se construido en su entorno, el cual también toma importancia debido a la cantidad de extranjeros que visitan Chile y a los reconocidos vinos que se producen en las diversas regiones del país. (Mieville, 2020)

Por otra parte, se propuso una herramienta para la mejora continua de los procesos, por medio de la metodológica DMAIC (Definir, Medir,

Analizar, Mejorar y Controlar), cuyo enfoque compone la Lean Six Sigma. Esta metodología permite que el proceso de creación del proyecto sea estructurado, lógico y adaptable. Es una manera de enfrentar los problemas que surgen en la empresa ya que establecen procedimientos que aportan a la sostenibilidad de las mejoras para aumentar la productividad y competitividad. (Flores, 2020)

En Perú las pequeñas bodegas, vitivinícolas carecen de una buena herramienta de gestión y muchas veces ignoran su gran importancia debido a una falta de orientación en el uso de técnicas innovadoras de marketing, Tienen una percepción errónea sobre su aplicación lo cual afecta tanto en su gestión y su calidad, creen que su producto puede venderse solo y se olvidan de establecer una presencia en el mercado. Además, no tienen conocimiento de métodos publicitarios que pueden atraer a más clientes y carecen de la iniciativa de hacer activaciones de sus productos para el reconocimiento de ellos ya que, sin una estrategia de marketing, pierden oportunidades cruciales de interactuar con los consumidores y fidelizarlos lo que puede perjudicar a su crecimiento a corto o largo plazo. Si no adoptan un enforque más proactivo hacia la innovación, estas bodegas pueden quedarse rezagadas frente a competidores más dinámicos y adaptables. (Barragan,2020)

En Lima, el control y manejo de inventario son aspectos de vital importancia dentro del proceso logístico de la empresa vinícola. La falta de puesto stock o del sobre stock de productos en almacenes inapropiados origina retrasos al momento de los despachos y esto se repercute en pérdidas para la

empresa. Por esta razón, se propuso un plan de mejora continua con el fin de aumentar la eficiencia en los controles y la gestión de inventarios, evitando situaciones como la falta de stock o retrasos en el servicio. Se desarrollaron protocolos y procedimientos para la clasificación, etiqueta y seguimiento de inventarios, procurando una mayor precisión en el registro de existencias y reduciendo la posibilidad de errores. Esto implica la implementación de un sistema de almacenamiento dinámico y de técnicas de gestión de espacios que contribuye a su optimización y mejorarel flujo de trabajo en los almacenes (Alhuay y Luque, 2023)

La economía actual en Lunahuaná, ha generado una constante necesidad en las organizaciones de encontrar oportunidades continuas de mejora y ventajas competitivas en sus respectivos mercados. Para ello, las empresas están implementando diversas herramientas que les permiten reducir costos, aumentar su productividad y optimizar el uso de recursos. Además, están invirtiendo en la capacitación y desarrollo del personal para mejorar sus habilidades y conocimientos, lo que contribuye a una fuerza laboral más competente y comprometida. Por ello, adoptan un enfoque integral y diverso para aumentar su competitividad y sostenibilidad en un mercado en constante evolución. (Rodríguez, 2018)

Asimismo, todas las organizaciones han reflexionado sobre la relevancia del comercio en ese sector, por lo que le has permitido reconocer y participar mediante la comunicación entre sus clientes y las pequeñas empresas con el propósito de que sus productos ingresen al

mercado y sean reconocidos en la preferencia de sus clientes.

Por lo tanto, se debe de enfocar en la comercialización de los productos de vinos, asegurando una gestión de calidad efectiva, garantizando la aplicación de los lineamientos normativos vigentes como medio de protección al consumidor, conllevando a que las organizaciones de ese sector implementen estrategias para garantizar sus ventas en los diferentes periodos de tiempo, sin descuidar la calidad de los productos. Además, pueden explorar nuevas estrategias de marketing y promoción para aumentar la visibilidad de sus productos y llegar a nuevos segmentos de mercado. Estrategias como la participación en eventos, colaboraciones con restaurantes y hoteles, o el desarrollo de experiencia de degustación pueden ser clave para expandir su base de datos y fidelizar a los existentes.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿De qué manera la gestión de calidad influye en la mejora continua de las Vitivinícolas del distrito de Lunahuaná-Cañete periodo 2023?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cómo influye el liderazgo con el personal de las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná-Cañete, periodo 2023?
- ¿Cómo influye la gestión de procesos con la planificación de las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná-Cañete, periodo 2023?
- ¿Cómo influye el diseño del producto con los clientes de las vitivinícolas del

distrito de Lunahuaná-Cañete, periodo 2023?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Establecer la influencia de la gestión de calidad en la mejora continua de las Vitivinícolas del distrito de Lunahuaná-Cañete, periodo 2023.

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar cómo influye el liderazgo con el personal de las vitivinícolas deldistrito de Lunahuaná-Cañete, periodo 2023.
- Determinar cómo influye la gestión de procesos con la planificación de las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná-Cañete, periodo 2023.
- Determinar cómo influye el diseño del producto con los clientes de lasvitivinícolas del distrito de Lunahuaná-Cañete, periodo 2023.

1.4. Justificación

En el estudio, la justificación es crucial porque explica los fundamentos que llevaron a su realización y demuestra su trascendencia (Hernández et al., 2014). La relevancia de este estudio radica en su capacidad para mejorar la gestión de calidad y fomentar la mejora continua en las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná-Cañete. La optimización de procesos y la eliminación de errores de gestión son esenciales para mantener los estándares de calidad en la

producción vitivinícola y asegurar la satisfacción del cliente. La relación de ambas variables estudiadas permite a las vitivinícolas adaptarse mejor a las tendencias y demandas del mercado.

El estudio se sustenta en aportes de autores de diversas nacionalidades, obtenidas de tesis,libros y artículos científicos. Estos recursos proporcionan información clave para establecer un control de calidad eficiente y utilizar herramientas que permitan tomar decisiones acertadas en la gestión empresarial. Este estudio se centra en la gestión de calidad y sus tres dimensiones (procesos, productos y atención al cliente) para comprender sus interrelaciones y profundizar en la segunda variable, que es la mejora continua. Al comprender las interrelaciones entre las variables, se busca identificar áreas de mejora para optimizar la gestión empresarial y alcanzar estándares de calidad superiores a los de la competencia.

Dada la complejidad y amplitud de los procesos en la producción vitivinícola, se requiere una gestión eficiente para garantizar la competitividad y sostenibilidad del sector. Es cada vez más importante debido a la necesidad de mantener altos estándares en la producción y satisfacer las exigencias del mercado.

Este estudio cuantitativo busca conocer la relación entre las variables mencionadas en las vitivinícolas de Lunahuaná-Cañete. La recolección de información se realizó de manera sistemática y se emplearon instrumentos estadísticos para su análisis. Los hallazgos

obtenidos de esta investigación serán útiles para futuras investigaciones y aplicaciones en contextos similares,apoyando la elevación de los estándares en la industria vitivinícola del distrito de Lunahuaná- Cañete durante el año 2023.

1.5. Delimitación de la investigación

1.5.1. Delimitación teórica

Se emplearon como variables la gestión de calidad, con sus respectivas dimensiones (liderazgo, gestión de procesos y diseño del producto), y la mejora continua, con sus dimensiones (personal, planificación y clientes).

1.5.2. Delimitación temporal.

Este estudio se llevará a cabo durante los meses de mayo, junio y julio del año 2024, y dirigido específicamente a los trabajadores de las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná- Cañete.

1.5.3. Delimitación espacial

Esta investigación se llevó a cabo en la provincia de Cañete, distrito de Lunahuaná, Lima, en la Universidad Nacional de Cañete, sede de San Luis.

II. MARCO TEÓRICO Y EMPÍRICO

2.1 Marco teórico

2.1.1. Gestión de calidad

A. Definición:

Según Tarí y Garcia (2008) La gestión de calidad se define como un sistema orientado al mantenimiento de todas las funciones de la organización con el propósito de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes. Este concepto está estrechamente vinculado con el término inglés *total quality management* (TQM), el cual destaca la importancia de involucrar a toda la organización en la búsqueda constante de la calidad. Estos enfoques no selimitan únicamente a la calidad del producto final, sino también a la calidad de los procesos internos, las relaciones con los proveedores y la experiencia del cliente.

Esta variable de estudio no solo se limita a la empresa, sino que también abarca a proveedores y colaboradores externos. Es crucial establecer relaciones fuertes con los proveedores y asegurar que los insumos y materias primas cumplan con los mejores estándaresde calidad.

B. Dimensiones

Liderazgo. La efectividad del proceso de control de calidad de una organización está intrínsecamente vinculada al compromiso de la dirección. Este compromiso se manifiesta a través de la asignación de recursos adecuados, tanto humano como económico, para respaldar las iniciativas de calidad. El liderazgo efectivo es la base fundamental de cualquier estrategia de mejora ya que, sin un buen líder, este proceso carecería de efectividad y no alcanzaría sus objetivos planteados. Un líder comprometido establece una visión clara y objetivos concreto, inspira y motiva al equipo, fomenta una cultura de calidad y proporciona el apoyo necesario para cambios y mejoras (Tarí y Garcia, 2008)

Según Llopis et al., (1999) es un elemento esencial en un ambiente de calidad donde el líder no solo influya en su entorno, sino que también posee una perspectiva clara de lo que la empresa se quiere proyectar a futuro para que pueda dirigir a los trabajadores por la dirección correcta. Es indispensable crear ambiente donde se valore y se aprovechen las fortalezas individuales de cada miembro, se fomente la comunicación y se establezcan metas claras para todos. Implica identificar rápidamente los problemas, analizar sus causas y tomar medidas correctivas para evitar su recurrencia.

Por otro lado, el liderazgo es la habilidad para influir y

guiar a las personas motivándolas a trabajar de manera diligente y satisfactoria hacia un objetivo común. Implica el desarrollo y el empoderamiento de los miembros del equipo, brindándoles oportunidades de crecimiento y de crecimiento laboral. El liderazgo es visto como uno de los factores clave para la calidad en una organización. Si el líder no está comprometido con la implementación del modelo o sistema, es poco probable que el proceso se lleve a cabo de manera eficiente, y mucho menos que tenga éxito. (Portela, 2016)

Gestión de procesos. Consideran que la importancia de la gestión de los procesos radica en lograr las metas de la manera más eficiente. Además de establecer estándares, es fundamental llevar a cabo controles y tomar las acciones necesarias para alcanzar los niveles de calidad estipulados. Promueve una cultura de calidad e innovación, lo que contribuye al éxito sostenido de la organización, ya que se adapta rápidamente a las nuevas demandas y ofreciendo productos y servicios de alta calidad (Tarí y Garcia, 2008)

Fernández (2012) la gestión de procesos busca armonizar las necesidades organizativas internas con la satisfacción de los clientes. Sin embargo, su aplicación práctica enfrenta obstáculos debido a paradigmas y valores culturales profundamente arraigados en logros pasados.

Estos desafíos pueden dar lugar a una oposición al cambio por parte del equipo, una capacitación inadecuada en nuevas técnicas y herramientas, así como a posibles fallas en la redistribución de roles y responsabilidades. La superación de estas barreras puede llevar tiempo y requiere esfuerzos continuos de capacitación y adaptación, pero es de vital importancia para lograr una integración exitosa que potencie tanto la eficiencia interna como la satisfacción del cliente.

Además del cambio en las personas, el enfoque gerencial hacia los procesos demanda el empleo de metodologías y herramientas de formalización para facilitar su mejora o rediseño. La colaboración en equipo será fundamental. El objetivo final de la gestión de procesos es enfocarse en lo fundamental para generar valor, tanto en el presente como en el futuro. (p.15)

Bravo (2011) Indica que la gestión de procesos es una disciplina de gestión que ayuda a la dirección de la empresa en la identificación, representación, diseño, formalización, control, mejora y aumento de la productividad de los procesos organizacionales, con el objetivo de ganar la confianza y lealtad del cliente. La estrategia de la organización desempeña un papel importante al proporcionar las definiciones necesarias para la gestión de procesos; debe elaborarse con una amplia

participación de todas las áreas, fomentando así un enfoque colaborativo y alineado hacia la mejora continua. La gestión de procesos no solo se limita a la optimización interna, sino que también busca crear valor para el cliente al comprender y satisfacer sus necesidades y expectativas.

Diseño del producto. Analiza la implicación de todos los departamentos en el diseño, así como la claridad de las especificaciones y los requisitos de calidad establecidos. Esta evaluación es de vital importancia para identificar áreas de mejora, resolver posibles conflictos o deficiencias en la comunicación, y garantizar que el diseño cumpla con los estándares establecidos. También es importante revisar la documentación técnica y los procedimientos de producción para asegurar que sean completos y precisos, facilitando una transición efectiva desde el diseño hasta la fabricación y el lanzamiento al mercado. (Tarí y Garcia, 2008)

Según García (2016) menciona que la estructura de toma de decisiones y mejora influye significativamente en la innovación empresarial. Es decir, la innovación mejora cuando los departamentos involucrados participan en el diseño de producto y en la política de diseño. En algunos casos, los productos no tenían éxito porque el diseño solo estaba encargado el departamento de su creación, sin la participación

de las otras áreas. La colaboración de las áreas permite integrar diferentes perspectivas y conocimiento, lo que conduce a soluciones más creativas y adaptadas a las necesidades del mercado. Estos resultados indican que una gestión de calidad más avanzada fomenta la innovación, ya que las organizaciones con un mayor nivel de gestión de calidad son las que demuestran un mayor grado de innovación.

Para Álvarez et al. (2006) refiere que, en lo concerniente al diseño y desarrollo, cabe destacar que, en los diferentes tipos de organizaciones, llevan a cabo un proceso de diseño, ya sea de un servicio determinado (programa formativo) o de un producto (vehículos, mecheros, etc.). En el diseño, resulta de vital importancia contemplar ciertos requisitos de la norma que hacen hincapié en la atención que se debe prestar a la planificación, control y desarrollo del producto en todas sus etapas, así como a los procesos de revisión y validación en cada una deellas. (p.45)

C. Indicadores

Liderazgo. Comunicación efectiva. Inspiración. Toma de decisiones. Tari et al.(2008)

Gestión de proceso. Eficiencia operativa. Calidad del producto. Seguimiento y control. Tari et al. (2008)

Diseño de producto. Innovación, Estética, Sostenibilidad. Tari et al. (2008)

D. Teorías

La teoría de la gestión de la calidad fundamentada por Tari et al. (2008) fue desarrollada a partir de tres áreas principales: las contribuciones de los líderes de la calidad (Deming, 1982; Juran, 1988), los modelos de calidad (Premio europeo de calidad, Premio Malcolm Baldrige, Premio Deming) y los estudios de medida (Saraph et al., 1989; Flynn et al., 1994). En el primer caso, los autores resaltan aspectos fundamentales para construir una cultura de calidad, incluyendo el liderazgo, la formación, la implicación del personal, la gestión de procesos, la planificación y el uso de indicadores de calidad para fomentar la mejora continua.

Algunas de estas dimensiones abarcan un enfoque orientado al cliente, que se centra en comprender y satisfacer sus necesidades y expectativas para proporcionarles productos de alta calidad que aporten valor; el compromiso de la dirección, que se refiere a un liderazgo enfocado en las variables de estudio como prioridad estratégica; la planificación de calidad, que consiste en fijar objetivos precisos, definir procesos eficaces y evaluar el rendimiento

según los estándares de calidad establecidos; y la dirección basada en datos, que utiliza la recopilación y el análisis de información para tomar decisiones y acciones fundamentadas en pruebas sólidas.

Estas ideas han tenido una notable influencia en estudios posteriores, dando lugar al desarrollo de la literatura sobre gestión de la calidad y a la identificación de diversas dimensiones para garantizar su éxito.

Lozano (1998) Concuerda con Juran en que hay dos tipos de calidad: la que es adecuada para su uso o consumo y la que cumple con las especificaciones. Esto significa que un producto puede fabricarse de acuerdo con los requisitos técnicos, pero su uso podría tener un impacto negativo en la población. En la década de 1940, Juran argumentó que, aunque los aspectos técnicos estaban bien establecidos y evaluados, muchas empresas carecían del conocimiento necesario para gestionarlos adecuadamente. En su perspectiva, menos del 20% de los problemas de calidad se deben a los colaboradores, mientras que es resto se atribuye a la gestión. Esto resalta la importancia de un liderazgo efectivo en la gestión de la calidad, ya que son los lideres quienes establecen las políticas, procesos y sistemas que impactan directamente en la calidad del producto o servicio que ofrecen

al mercado.

2.1.2. Mejora continua

A. Definición:

Herrera et al. (2012) Este proceso de mejora continua requiere la inversión en maquinaria nueva y de alta tecnología para lograr mayor eficiencia. También abarca la mejora en la calidad del servicio ofrecido a los clientes, el incremento del rendimiento del personal mediante capacitación constante, e invertir en investigación y desarrollo de nuevas tecnologías para fortalecer el posicionamiento de la empresa en el mercado. Además, es crucial mantener una relación estrecha con proveedores y socios para asegurar la calidad y continuidad de los suministros y servicios necesarios para el crecimiento de la empresa.

B. Dimensiones

Personal: Garcia et al. (2003) Es la esencia de toda organización, ya que es a través de su talento humano, que se manifiesta en habilidades, conocimientos y compromiso total, que se logran los objetivos. Este compromiso permite que sus habilidades contribuyan al beneficio de la organización. La motivación y el bienestar de los trabajadores también son cruciales, ya que un ambiente de trabajo positivo potencia el rendimiento y la satisfacción.

Tolamatl et al. (2012) El personal puede asumir una amplia gama de roles y funciones, por lo que la formación es fundamental. Desde su incorporación, se capacita continuamente a los nuevos empleados en temas de seguridad y se implementan programas de desarrollo profesional para que puedan cumplir con sus tareas asignadas. Además, se les instruye en herramientas para la mejora continua, comenzando desde la fase inicial de su contratación y extendiéndose a lo largo de su carrera.

Planificación: Custodio (2020) Es un proceso fundamental que permite anticiparse a los cambios, tomar decisiones y optimizar los recursos para alcanzar el éxito abarcando la misión, objetivos para alcanzar los logros los objetivos establecidos en una organización; requiriendo tomar decisiones que sean posibles de ejecutar, conllevando a elegir líneas de acción. Los planes proporcionan un enfoque racional al desarrollar estrategias e implementar sistemas de control para monitorear el progreso hacia los objetivos. Esto permite identificar contratiempos y establecer planes de acción para alcanzar los objetivos establecidos.

Es importante fomentar una cultura organizacional flexible que se adapte rápidamente a nuevas circunstancias y desafíos.

Martner (2004) Es un proceso que guía la toma de decisiones, ya que la planificación se basa en la racionalidad. Dada la multitud de opciones disponibles, es esencial elegir racionalmente las alternativas que mejor contribuyan a alcanzar sus valores finales. Planificar, entonces, implica reducir el número de opciones a aquellas actividades que mejor se ajusten a las oportunidades existentes. Esto requiere considerar el desempeño tanto en el entorno externo como interno para desarrollar estrategias que permitan aprovechar las oportunidades identificadas, mitigar amenazas y utilizar de manera óptima los recursos y fortalezas de la empresa. La planificación debe incluir una evaluación continua y ajustes periódicos pararesponder a los cambios que se presenten.

Clientes. Editorial Vertice (2007) Es aquella persona que, al tener la necesidad de obtener un producto, realiza una acción de compra para cumplir con esa expectativa, ya sea de manera directa o indirecta, inmediata o a largo plazo. Selecciona cuidadosamente al tomar la decisión de compra. (p.64). Por ello la empresa debe entender estas necesidades y ofrecer soluciones que las satisfagan de manera efectiva. Esto no solo requiere ofrecer productos de alta calidad, sino también proporcionar un excelente servicio al cliente, mantener precios competitivos, adaptarse a las tendencias del

mercado y estar al tanto de las preferencias y cambios en el comportamiento del consumidor.

Freemantle (1998) Los clientes son el motor de cualquier empresa, ya que son quienes crean la demanda de productos o servicios. Son las personas con las que interactúa en el momento y a las que intenta ayudar. Esta interacción puede adoptar diversas formas, como asesoría en ventas, información de marketing u otras actividades relacionadas, para satisfacer las necesidades específicas de un cliente. (p.27). La segmentación de los clientes permite que las empresas puedan adaptar estrategias y acciones de marketing de manera más efectiva. Es por ello, que las empresas deben de buscar una relación continua con sus clientes, ya que contribuyen a la estabilidad y crecimiento del negocio.

C. Indicadores

Personal. Capacitación y Formación. Satisfacción del Personal. Tasa de Rotación del Personal. Carrera et al. (2019)

Planificación. Cumplimiento de Objetivos Anuales. Eficiencia en la Utilización deRecursos**.** Tiempo de Ciclo de Producción. Carrera et al. (2019)

Clientes. Satisfacción del Cliente. Lealtad del Cliente. Tasa de Reclamaciones. Carrera etal. (2019)

D. Teorías

Carrera et al. (2019) El objetivo principal de la mejora continua es aumentar gradualmente el rendimiento y la eficiencia. Para lograrlo, es necesario implementar sistemas efectivos, fomentar el aprendizaje constante dentro de la organización, adoptar una filosofía de gestión adecuada para asegurar la participación activa de todos los colaboradores. Las empresas no pueden permitirse desperdiciar el potencial intelectual, creativo y la experiencia de su personal.

Un claro ejemplo son los deportes en grupo donde existía un líder que tomaba las decisiones mientras que los demás solo seguían instrucciones sin dar una opinión al respecto; hoy en día toda organización se caracteriza por colaboradores estratégicos y que toman decisiones por sí mismos. Asimismo, a causa de los cambios tanto sociales como culturales, todos los integrantes de una empresa deben esforzarse al máximo para lograr el éxito de la organización. Su posición laboral, perspectivas futuras y posibilidades de crecimiento, tanto personal como profesional, están totalmente ligados a su compromiso con la empresa.

Carrera et al. (2019) Six Sigma constituye una metodología centrada en la optimización perpetua de los procesos, con la finalidad de minimizar o erradicar defectos e inconsistencias, garantizando así la satisfacción plena de las expectativas del cliente. Su cometido esencial radica en la identificación continua de oportunidades para perfeccionar tanto la eficiencia como la calidad operativa. El modelo de gestión de calidad DMAIC (Definir, Medir, Analizar, Mejorar y Controlar) utilizado en Six Sigma se aplica rigurosamente a cada proceso, permitiendo identificar áreas de mejora y tomar medidas concretas para optimizarlos. Esto implica definir claramente los objetivos del proyecto, medir y analizar datos para identificar problemas, implementar soluciones efectivas y establecer controles para garantizar la sostenibilidad de las mejoras a lo largo del tiempo.

2.2 Antecedentes

A. Antecedentes Nacionales

Cervantes (2020) Planteó como propósito buscar la conexión entre la mejora continua y la calidad del servicio de salud en el Departamento de Diagnóstico por Imágenes de un Hospital castrense de

Nivel III en Lima durante 2020, utilizando un enfoque cuantitativo básico, correlacional y de diseño no experimental-transversal. Como resultado, se encontró un coeficiente de Rho de Spearman de 0,755 con una significancia de 0,000, lo que llevó a concluir que existe una relación positiva alta entre las variables estudiadas.

Heshiki y López (2021) Su propósito fue identificar la relación entre la gestión de calidad y la mejora continua en Gráfica Vulcano S.A.C, ubicada en el distrito de Breña en Lima, durante 2021, empleando un enfoque cuantitativo, correlacional, de diseño no experimental y de corte transversal. Los resultados mostraron que la prueba Rho de Spearman arrojó un coeficiente de correlación de 0.949, lo que llevó a la conclusión de que hay una relación positiva fuerte entre las variables analizadas.

Arana (2019) Su objetivo fue analizar la conexión entre la eficiencia de los procesos de gestión de calidad y la mejora continua, basándose en la norma ISO 9001:2015, evaluando este aspecto en la Facultad de Ingeniería de Sistemas de la UNCP mediante una investigación de tipo no experimental-básico, de diseño correlacional. Los resultados revelaron un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,639, indicando una correlación positiva entre las variables estudiadas.

Salazar (2021) Se propuso investigar y determinar la relación significativamente entre Gestión de Calidad y Mejora Continua, de las

MYPES, rubro ferreterías, caso “San Isidro Fial” S.R.L. del distrito de Satipo, provincia de Satipo, año 2020 utilizando una metodología de tipo correlacional, no experimental y transversal, donde se aplicó un cuestionario estructurado con 20 preguntas de escala ordinal tipo Likert. Los resultados obtenidos mediante la prueba de Rho de Pearson, con un nivel de significancia de 0.01, concluyeron que efectivamente existe una relación significativa entre las variables mencionadas.

Castillo y Ruiz (2020) el objetivo de esta investigación fue determinar la relación entre la gestión de calidad, enfocada en la mejora continua, y la satisfacción de los estudiantes de administración en una universidad. Se empleó un diseño de investigación no experimental de tipo transversal correlacional, con una muestra de 84 estudiantes de administración de la Universidad Uladech. Los resultados obtenidos señalaron una correlación positiva y significativa entre las variables, respaldada por el coeficiente de correlación de Rho de Spearman de 0.897. Como consecuencia, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis que afirmaba la relaciónentre las variables estudiadas.

B. Antecedentes Internacionales

Martínez (2020) El propósito de este estudio fue demostrar la correlación existente entre las variables investigadas, específicamente en relación con la ingeniería de gestión de calidad por procesos y su dependencia de la mejora continua. Se estableció que esta relación es directamente proporcional en los sistemas de producción de

organizaciones complejas. El enfoque metodológico empleado fue inductivo y cuasi experimental, utilizando un enfoque cualitativo que involucró análisis y revisión de literatura y artículos científicos. Se formuló una hipótesis a verificar y se aplicaron técnicas estadísticas paramétricas y no paramétricas, utilizando el software SPSS para realizar estas pruebas. Se evaluó la validez y confiabilidad de un instrumento de medición documental para la recopilación y análisis de datos. Los resultados de la prueba de correlación de Rho de Spearman, con un nivel de significancia de 0.05, confirmaron la existenciade una correlación entre ambas variables.

Mazzini y López (2022) En su investigación, el objetivo primordial fue desarrollar un modelo de Gestión de Calidad que promoviera la mejora de la productividad. Este enfoque se basó en métodos cuantitativos de tipo aplicado y descriptivo. La población estudiada incluyó a todo el personal, utilizando tanto una muestra censal como un muestreo probabilístico. Los resultados obtenidos a través de la prueba de correlación de Rho de Pearson indicaron un valor de 0.049, lo que permitió definir un modelo de calidad fundamentado en la norma ISO 9001:2015. Como conclusión, se evidenció que la empresa presenta deficiencias en sus procesos de gestión de recursos y actividades, así como en las etapas de medición, análisis y mejora. Se destacó especialmente la falta de políticas, procedimientos y evaluaciones en estos aspectos.

Noboa (2021) El objetivo principal fue investigar la relación entre la gestión de calidad y la satisfacción de los clientes en relación con el servicio y los productos proporcionados por la empresa Cerámicas y Mega Akabados El Descuento. Se empleó una metodología de enfoque cualitativo y cuantitativo no experimental, utilizando un diseño descriptivo para la investigación. Los resultados se obtuvieron de una muestra que incluyó a clientes y colaboradores, revelando que el 26% de los clientes no están familiarizados con cómo la empresa gestiona sus actividades, mientras que el 18% nunca ha oído hablar de la estructura organizacional de la empresa. En cuanto a la calidad, el 21% de los clientes consideran que los productos son de baja calidad y solo a veces son garantizados y confiables. En el caso de los colaboradores, el 56% no conoce la misión y visión de la empresa, y el 12% nunca ha recibido capacitación en calidad y atención al cliente. Estos resultados indican la necesidad de establecer un plan de mejora continua queinvolucre y comprometa al colaborador en la satisfacción del cliente.

Sayas (2022) En su estudio, se buscó determinar si las empresas ubicadas en el municipio de Angostura, Sinaloa, tienen conocimiento y aplican la mejora continua como una herramienta para su crecimiento y competitividad en el mercado. Se utilizó una metodología aplicada con un enfoque cualitativo, realizando encuestas a 93 empresas mediante la técnica de muestreo probabilístico aleatorio simple. Las encuestas se llevaron a cabo a través de formularios en línea debido a las

circunstancias de la pandemia por COVID-19. Los resultados revelaron que, del total de 93 encuestas realizadas, el 64.1% de las empresas había escuchado el término de mejora continua, mientras que el 63% involucraba al personal en las mejoras internas de la empresa. Se observó que el 38% de los trabajadores se sentían motivados con bonos de producción al proponer mejoras para la empresa. Por otro lado, el 58.7% nunca había recibido asesorías externas en la implementación de mejora continua. Sin embargo, el 76.1% indicó estar dispuesto a implementar mejoras continuas que implicaran reestructurar sus procesos internos. Como conclusión, se encontró que las empresas del municipio de Angostura tienen un conocimiento limitado sobre la mejora continua, pero están interesadas en mejorar sus procesos para desarrollar habilidades y productos que les permitan competir de manera más efectiva en un mercado cada vez más competitivo.

Gorotiza y Romero (2021) Su propósito fue identificar los elementos de la gestión de calidad estipulados por la norma ISO 9001:2015 como una estrategia para mejorar los procesos en la Comercializadora ITM, considerándola como un factor clave para el crecimiento empresarial. Utilizó una metodología que involucró la revisión de diversas fuentes documentales científicas, teóricas y estadísticas. Este análisis exhaustivo permitió realizar un diagnóstico situacional de la comercializadora, evidenciando la falta de definición de políticas y objetivos decalidad, la ausencia de una misión y visión

claramente definidas y documentadas, y la falta de un sistema de gestión de calidad certificado conforme a estándares internacionales. Como resultado, se concluyó que es crucial implementar un proceso de mejora basado en un sistema de gestión de calidad.

2.3 Definición de términos básicos

Calidad: Sanabria et al. (2014)**.** Cumplir con los requisitos y especificaciones establecidas para un producto o servicio puede ser un proceso complejo, ya que es necesario ver la organización como un sistema abierto con múltiples interacciones con el entorno externo, las cuales influyen en su desempeño, capacidad de adaptación y longevidad. Si no se aborda esta realidad organizacional desde una perspectiva abierta e interactiva, la organización no podrá lograr el equilibrio. Las organizaciones deben enfocarse en identificar las áreas de mejora y aplicar acciones preventivas para cumplir con los estándares de calidad.

Liderazgo: Gómez (2006). Es la brújula y el motor de la organización porque influye en las personas hacia el logro de metas y objetivos compartidos; quien suponga que puede desarrollar una organización restructurando el organigrama una y otra vez, creando normas y más normas, haciendo malabarismos numéricos, o implementando las últimas técnicas de mercadeo, se equivoca, ya que es un proceso que implica la habilidad de motivar y dirigir a un determinado grupo de personas para que trabajen de forma armoniosa y efectiva.

Marketing: Monroy (2014). Es una disciplina integral que se enfoca en comprender a fondo el mercado, así como las diversas necesidades y deseos que puedan existir. A través de la elaboración de planes y estrategias lógicas y secuenciales, no solo busca satisfacer dichas necesidades, sino también ofrecer un valor superior al esperado. Su objetivo es promover productos o servicios y construir relaciones sólidas con los clientes. Esto se ve reflejado en el fomento de la lealtad y la generación de referencias y recomendaciones

Mejora continua: Aguirre (2014). Es el sector de la gestión encargado de definir las actividades que realiza la organización para mejorar su eficacia y/o eficiencia Se enfoca en optimizar ambos aspectos, adaptando sus estrategias y acciones a las necesidades cambiantes del mercado y las demandas específicas de los consumidores, con el fin de mantenerse competitiva ysatisfacer las expectativas del público objetivo.

Me**rcado:** Nadal (2010)**.** Es el ámbito donde se encuentran la oferta y la demanda, constituyendo el espacio en el que se intercambian productos a cambio de un valor económico. En este entorno, los vendedores buscan maximizar sus beneficios ofreciendo productos que satisfagan las necesidades de los compradores, mientras que los consumidores buscan obtener el mayor valor por su dinero. El equilibrio entre oferta y demanda define los precios y la disponibilidad de los bienes y servicios, influyendo directamente en la dinámica económica. Es importante destacar que el mercado no opera de manera aislada, sino que

está influenciado por factores externos como políticas gubernamentales, tendencias sociales, condiciones económicas globales y eventos geopolíticos. No se limita únicamente al intercambio de bienes y servicios, sino que también incluye otros aspectos que son esenciales para el funcionamiento global de la economía.

III. HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

3.1.1 Hipótesis general

La gestión de calidad influye significativamente en la mejora continua de las Vitivinícolas del distrito de Lunahuaná-Cañete periodo 2023.

3.1.2 Hipótesis especificas

- El liderazgo influye en el personal de las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná- Cañete, periodo 2023.
- La gestión de procesos influye en la planificación de las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná-Cañete, periodo 2023.
- El diseño de producto influye en los clientes de las vitivinícolas del distrito deLunahuaná-Cañete, periodo 2023.

3.2. Definición conceptual de las variables

Gestión de Calidad.

Camisión et al. (2006) Existen diversos modelos que sirven como base para el diseño de sistemas de gestión de calidad aplicados en las organizaciones. Estos modelos son marcos que ofrecen asesoramiento y orientación desde diversos enfoques científicos, permitiendo a las organizaciones mejorar continuamente sus

procesos, productos y servicios, y adaptarse a los cambios del mercado. Son herramientas fundamentales para las organizaciones en su búsqueda de excelencia y satisfacción del cliente, ya que proporcionan una estructura sólida para su implementación.

Mejora Continua.

Garcia et al. (2003) Es una práctica constante que busca incrementar la habilidad de cumplir requisitos, atendiendo estos últimos como las necesidades o expectativas establecidas, generalmente pueden ser implícita u obligatoria.

3.3. Operacionalización de variables

Definición operacional: La variable Gestión de Calidad se midió a través de un cuestionario que evaluó sus tres dimensiones: liderazgo, gestión de procesos y diseño del producto. La medición se realizó utilizando una escala ordinal del 1 al 5, donde 1 significa 'nunca', 2 'casi nunca', 3 'a veces', 4 'casi siempre' y 5 'siempre'. El cuestionario constó de un total de 20 preguntas.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable (x) Gestión de calidad Nivel de Calificación: 1= BAJO 2= MEDIO 3= ALTO	La gestión de la calidad se enfoca en asegurar tanto la calidad del servicio proporcionado al marcado como en satisfacer la organización necesaria para lograr y mantener esa calidad.	La gestión de calidad consiste establecer estándares y normas, implementar sistemas y procesos para asegurar que se cumplan, y garantizar que se satisfagan los requisitos de calidad definidos.	X1: Liderazgo	Comunicación efectiva	1-3	1: Nunca 2: Casi nunca 3: A veces 4: Casi siempre 5: Siempre
				Inspiración		
				Toma de decisiones		
			X2: Gestión de procesos	Eficiencia operativa	4-6	
				Calidad del producto.		
				Seguimiento y control		
			X3: Diseño de producto	Innovación	7-9	
				Estética		
				Sostenibilidad		
Variable (y) Mejora Continua Nivel de Calificación: 1= BAJO 2= MEDIO 3= ALTO	La mejora continua es una actitud orientada a incrementar el valor añadido que se ofrece al cliente. Para lograr esto, es fundamental mantener un enfoque claro hacia el cliente.	La mejora continua es un esfuerzo constante y un sinfín para identificar oportunidades de corrección, ajustes y optimización en los procesos de negocio, productos y servicios.	Y1: Personal	Capacitación Y formación.	10-12	1: Nunca 2: Casi nunca 3 : A veces 4: Casi siempre 5: Siempre
				Satisfacción del Personal		
				Tasa de Rotación del Personal		
			Y2: Planificación	Cumplimiento de Objetivos Anuales.	13-15	
				Eficiencia en la Utilización de Recursos.		
				Tiempo de Ciclo de Producción		
			Y3: Clientes	Satisfacción del Cliente.	15-20	
				Lealtad del Cliente.		
				Tasa de Reclamaciones.		

Tabla 1: Matriz de operacionalización de variables

IV. DISEÑO METODOLÓGICO

4.1.Tipo de investigación:

La investigación pura, también conocida como investigación básica, se caracteriza por originarse y desarrollarse dentro de un marco teórico, con el objetivo de expandir el conocimiento teórico y comprender los principios fundamentales. Se lleva a cabo por el simple interés de conocer y entender, sin buscar una utilidad práctica inmediata. Aunque incrementa los conocimientos científicos, no se contrasta con aspectos prácticos. Sin embargo, proporciona el fundamento teórico necesario para comprender y abordar problemas de manera efectiva. (Muntané, 2010)

4.2.Diseño de investigación:

Es un diseño no experimental, en el que no se manipulan las variables, sino que se observan los fenómenos tal como ocurren de manera natural. El investigador no intervine en el entorno del estudio ni modifica las condiciones en las que se recoge los dato. Este diseño se utiliza para estudiar relaciones y asociaciones entre variables sin interferir en el entorno del estudio, recopilando datos a través de métodos como los cuestionarios, entrevistas u observaciones directos sin intervención en la situación analizada. (Hernández et al., 2018)

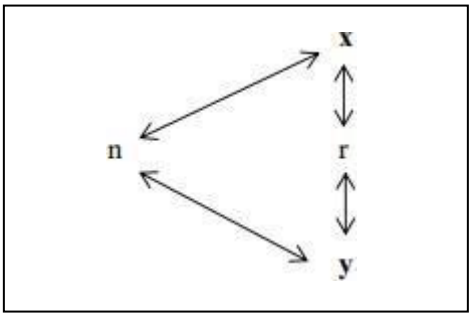
4.3.Método de la investigación.

La investigación correlacional se dedica a examinar en profundidad el desarrollo investigativo, destacando las condiciones que motivaron su surgimiento y los hallazgos más relevantes obtenidos en estudios previos sobre el tema. Esta metodología se enfoca en identificar los problemas conceptuales y las limitaciones metodológicas existentes,

con el objetivo de proporcionar una visión detallada de la realidad estudiada, sin intervención ni manipulación de variables por parte del investigador. (Tinto, 2013)

En este estudio se utilizó un enfoque descriptivo y correlacional. A continuación, sepresenta el esquema aplicado para este tipo de investigaciones.

Ilustración 1: Diseño correlacional



Fuente: (Paniagua Machicao et al., 2018, como se citó enFerrer, 2022)

N: muestra

X: gestión de calidad

Y: mejora continua

R: relación entre las variables

Enfoque: será cuantitativo

4.4.Población y muestra

Población

Es un grupo de personas con características comunes que son de interés para la investigación. En algunas ocasiones, este grupo puede ser limitado para facilitar su acceso al investigador, ya que se utilizará como referencia para la selección de la muestra. Todos los integrantes deben cumplir con una serie de criterios para ser elegidos.

Es importante señalar que la definición y delimitación del conjunto de personas

debe serclara y precisa, evitando la inclusión de personas irrelevantes. (Gomez et al., 2016).

Según Robledo (2004) indica que la población se define en función de las características de sus miembros, por lo que se establecen criterios de exclusión. El propósito es asegurar que los resultados de los estudios puedan ser generalizados adecuadamente. La investigación se realizará con la población que comprende a los trabajadores de las diversas vitivinícolas en Lunahuaná.

La población de los trabajadores de las vitivinícolas de Lunahuaná son de 100.

Muestra

Es la representación de una población más amplia, cuyos individuos serán estudiados. Para que los resultados obtenidos en la muestra sean representativos de la población, deben reflejar adecuadamente su diversidad, la distribución de características relevantes y minimizar sesgos o distorsiones en la selección de los individuos. La muestra es un elemento clave en la investigación, ya que permite hacer inferencias precisas sobre toda la población a partir de un grupo más pequeño. Una selección adecuada de la muestra es esencial para la validez de los datos y la posibilidad de generalizar los resultados obtenidos. De esta manera, se minimizan los sesgos y se asegura que los hallazgos reflejen con precisión las características del conjunto de la población. (Fuentelsaz, 2004)

Teniendo un total de 80 trabajadores de las vitivinícolas de Lunahuaná.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{N * E^2 + Z^2 * p * q}$$

Donde:

N = 100

P = 50% de probabilidad de éxito.

q = 50% de probabilidad de fracaso.

Z = 1.96 de coeficiente de confianza

e = 5% de error de muestra

$$n = \frac{100 * 1.96^2 * 0.50 * 0.50}{100 * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = 80$$

En este proyecto hemos decidido utilizar la población censal.

4.5.Lugar de estudio

El estudio se llevó a cabo en la ciudad de Cañete, específicamente en el distrito de Lunahuaná, en el departamento de Lima, Perú. Esta región es conocida por su entorno natural y su relevancia turística, lo que añade un contexto particular a la investigación.

4.6.Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Bernal (2010) La encuesta es una herramienta comúnmente utilizada para la recolección de datos en investigaciones. Consiste en la elaboración de preguntas dirigidas a un grupo específico de personas con el fin de obtener información relevante. En este estudio, se aplicó una encuesta para recopilar información de un grupo determinado de colaboradores de las vitivinícolas de Lunahuaná. Posteriormente, las respuestas obtenidas fueron analizadas estadísticamente para identificar la relación de las variables de estudio.

Instrumento

Hernández et al. (2014) Se utiliza para la recopilación de información en una

investigación. El autor señala que un instrumento de medición adecuado es esencial para obtener información válida y confiable, lo que permite responder a las interrogantes del investigador, probar la hipótesis y alcanzar los objetivos del estudio. Cabe resaltar que un instrumento válido debe capturar con precisión el concepto o variable de interés.

Los resultados generados no son concluyentes debido a las particularidades de los hechos observados, por lo tanto, el sistema científico actual se apoya en la estadística y la probabilidad para respaldar su validez. La estadística y la probabilidad permiten analizar y cuantificar la incertidumbre asociada a los resultados, brindando herramientas para evaluar la fiabilidad y la significancia de los hallazgos. Estas disciplinas son fundamentales para la interpretación de datos en contextos donde la certeza absoluta es difícil de alcanzar, como en estudios observacionales oexperimentos con variabilidad inherente. (De la Lama, 2022)

El instrumento utilizado fue el cuestionario, una herramienta de recolección de datos. Este cuestionario se estructuró de manera sistemática y empleó una escala de Likert para medir las respuestas, permitiendo evaluar las actitudes y opiniones de los participantes con precisión. La estructura y el diseño del cuestionario se basaron en los objetivos de la investigación, garantizando así que se obtuviera información relevante y útil para el análisis.

El cuestionario es una técnica organizada para recopilar datos mediante la respuesta a un conjunto de preguntas, este método es utilizado en investigaciones, encuestas y estudios para obtener información detallada. Las preguntas pueden ser cerradas o abiertas y están diseñadas para abordar aspectos específicos del tema.

(García et al. 2006)

4.7.Análisis y procesamientos de datos

Se aplicó un cuestionario estructurado que fue aplicado a los 100 trabajadores de las vitivinícolas en Lunahuaná donde las respuestas fueron registradas y organizadas en una hoja de cálculo de Microsoft Excel. Utilizando Microsoft Excel, se realizó una primera exploración de los datos. Este paso incluyó la creación de tablas de frecuencias y gráficos que representaban las distribuciones de las variables y sus dimensiones. Las tablas y figuras generadas permitieron identificar patrones básicos y describir las características principales de la población estudiada.

Antes de proceder con el análisis correlacional, se llevó a cabo una prueba de normalidad para verificar si los datos seguían una distribución normal, donde la prueba se realizó utilizando el software SPSS v. 25.

Una vez confirmada la normalidad de los datos, se procedió con el análisis correlacional. Este análisis tuvo como objetivo identificar posibles relaciones o asociaciones entre las variables estudiadas. En SPSS v.25, se utilizaron diferentes herramientas estadísticas, mediante la evaluación de Spearman para aquellos que no cumplían con la normalidad. Además del análisis de evaluación, se llevaron a cabo análisis adicionales como la regresión y el análisis factorial para explorar más a fondo las relaciones entre las variables y sus dimensiones.

El software estadístico SPSS v.25 facilitó la visualización de los resultados mediante la creación de gráficos y tablas detalladas, que fueron fundamentales para la interpretación de los hallazgos. Estos gráficos incluyen diagramas de dispersión para observar las relaciones entre pares de variables y gráficos de barras para comparar

frecuencias y promedios. Finalmente, los resultados obtenidos de los análisis descriptivos y correlacionales fueron interpretados en el contexto de la investigación, proporcionando una profunda comprensión de las relaciones entre las variables y cómo estas influyen en la gestión en las vitivinícolas de Lunahuaná.

V. RESULTADOS

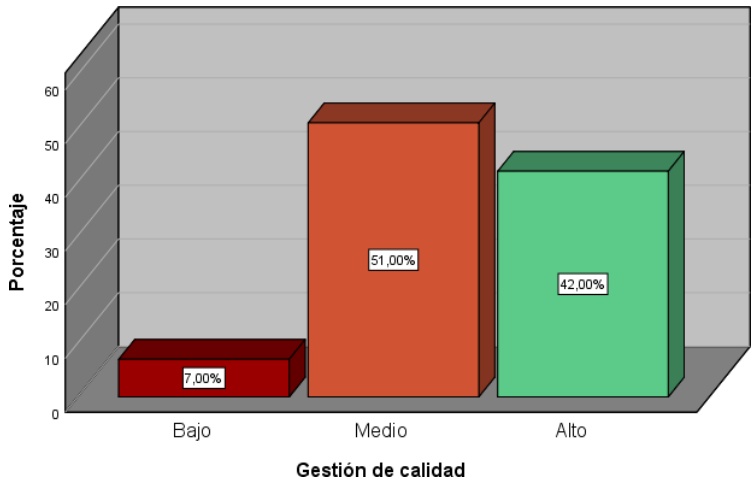
5.1 Resultados descriptivos

Tabla 2: Frecuencias y porcentajes de la variable gestión de calidad

Nivel	F	%
Bajo	7	7
Medio	51	51
Alto	42	42
Total	**100**	**100,0**

Nota: Datos obtenidos del cuestionario

Ilustración 2: Gráfico de distribución porcentual según la variable gestión de calidad



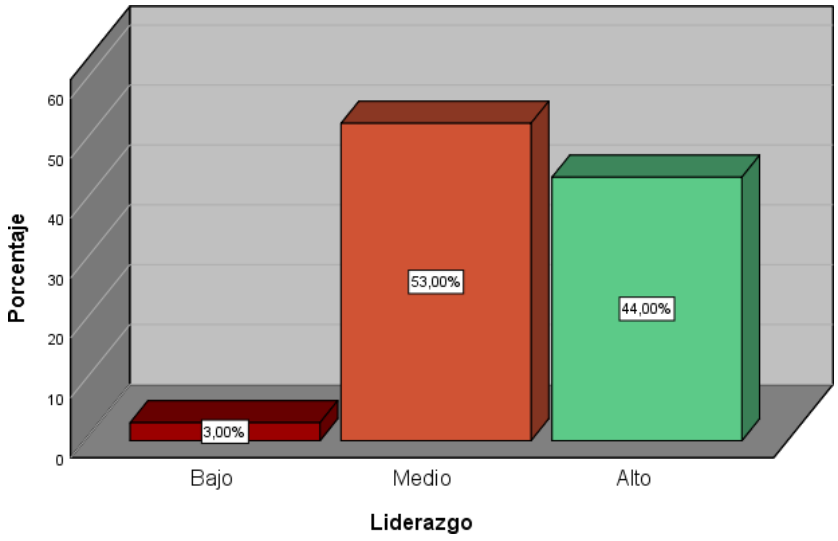
En la tabla 2 y la figura 2 se muestra que el 51% de los encuestados considera que la gestión de calidad es media. Además, el 42% percibe que la gestión de calidad se encuentra en un nivel alto, mientras que el 7% la califica como baja. Por lo tanto, según la percepción de los participantes, se puede afirmar que la gestión de calidad en las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná es de un nivel medio.

Tabla 3: Frecuencias y porcentajes de la dimensión liderazgo

Nivel	f	%
Bajo	3	3
Medio	53	53
Alto	44	44
Total	**100**	**100,0**

Nota: Datos obtenidos del cuestionario

Ilustración 3:Gráfico de distribución porcentual según la dimensión liderazgo



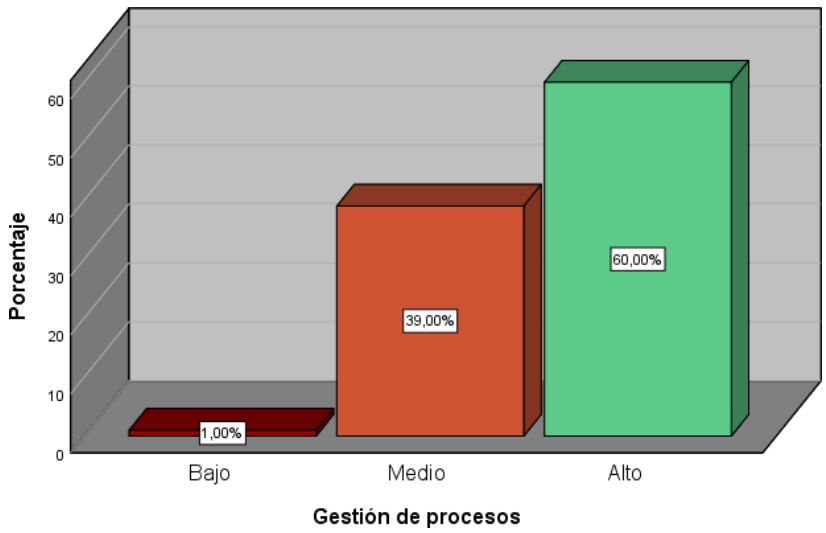
En la tabla 3 y la figura 3 se muestra que el 53% de los encuestados considera que el liderazgo es medio. Además, el 44% percibe que esta dimensión se encuentra en un nivel alto, mientras que el 3% lo califica como bajo. Por lo tanto, según la percepción de los participantes, es posible afirmar que el liderazgo en las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná es de un nivel medio.

Tabla 4: Frecuencias y porcentajes de la dimensión gestión de procesos

Nivel	f	%
Bajo	1	1
Medio	39	309
Alto	60	60
Total	**100**	**100,0**

Nota: Datos obtenidos del cuestionario

Ilustración 4: Gráfico de distribución porcentual según la dimensión gestión de procesos



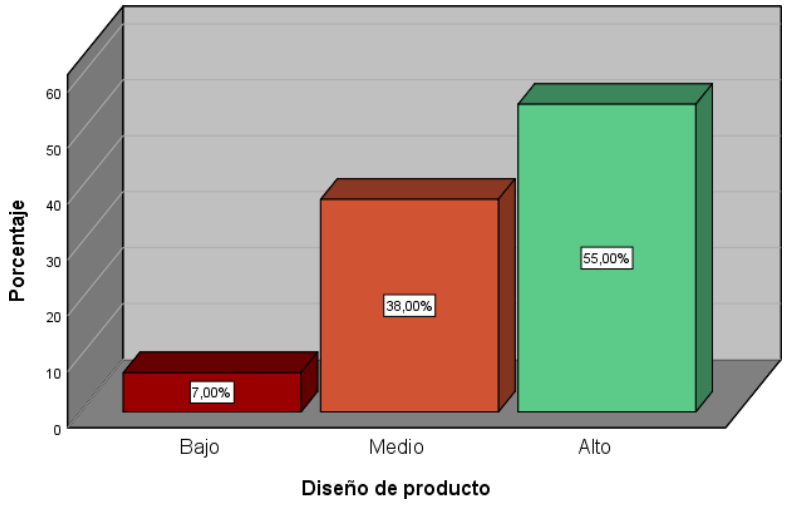
En la tabla 4 y la figura 4 se muestra que el 60% de los encuestados considera que la gestión de procesos es alta. Además, el 39% percibe que esta dimensión se encuentra en un nivel medio, mientras que el 1% la califica como baja. Por lo tanto, según la percepción de los participantes, esposible afirmar que la gestión de procesos en las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná es de un nivel alto.

Tabla 5: Frecuencias y porcentajes de la dimensión diseño del producto

Nivel	**F**	**%**
Bajo	7	7
Medio	38	38
Alto	55	55
Total	**100**	**100,0**

Nota: Datos obtenidos del cuestionario

Ilustración 5: Gráfico de distribución porcentual según la dimensión diseño de producto



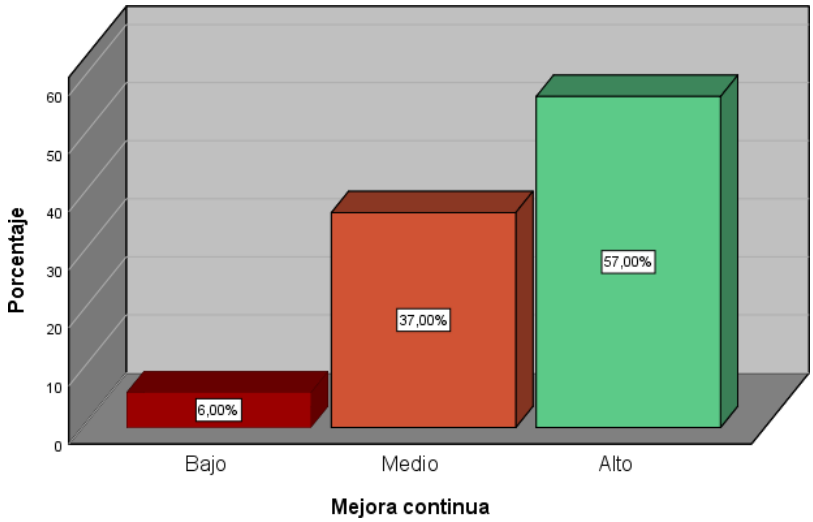
En la tabla 5 y la figura 5 se muestra que el 55% de los encuestados considera que el diseñodel producto es de nivel alto. Además, el 38% percibe que esta dimensión se encuentra en un nivel medio, mientras que el 7% la califica como bajo. Por lo tanto, según la percepción de los participantes, es posible afirmar que el diseño del producto en las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná es de un nivel alto.

Tabla 6: Frecuencias y porcentajes de la variable mejora continua

Nivel	**f**	**%**
Bajo	6	6
Medio	37	37
Alto	57	57
Total	**100**	**100,0**

Nota: Datos obtenidos del cuestionario

Ilustración 6: Gráfico de distribución porcentual según la variable mejora continua



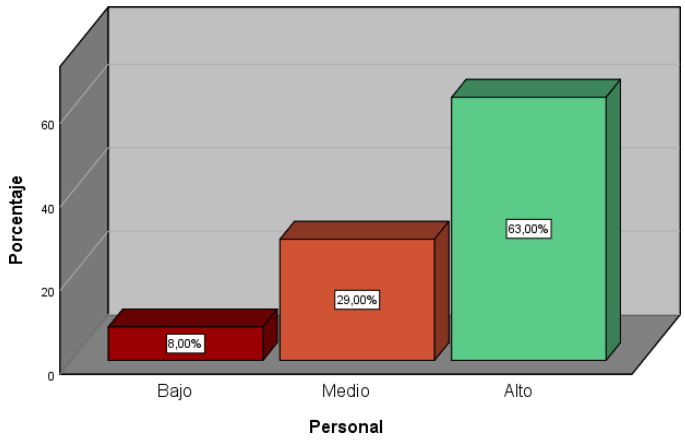
En la tabla 6 y la figura 6 se muestra que el 57% de los encuestados considera que la mejora continua es de nivel alta. Además, el 37% percibe que esta dimensión se encuentra en un nivel medio, mientras que el 6% la califica como bajo. Por lo tanto, según la percepción de los participantes, es posible afirmar que la mejora continua en las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná es de un nivel alto.

Tabla 7: Frecuencia y porcentaje de la dimensión personal

Nivel	**f**	**%**
Bajo	8	8
Medio	29	29
Alto	63	63
Total	**100**	**100,0**

Nota: Datos obtenidos del cuestionario

Ilustración 7: Gráfico de distribución porcentual según la dimensión personal



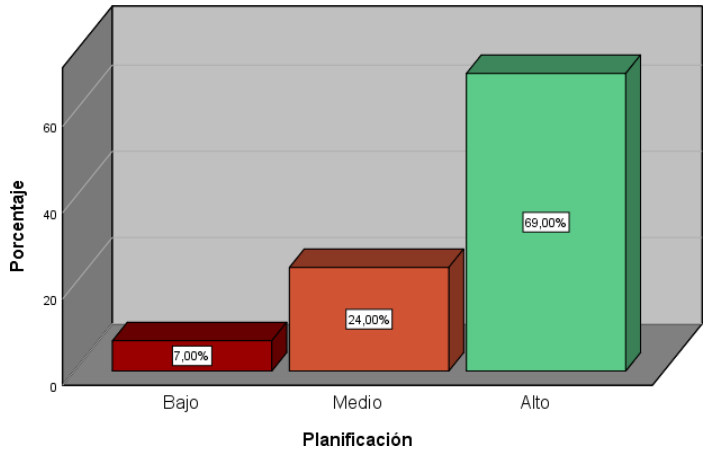
En la tabla 7 y la figura 7 se muestra que el 63% de los encuestados considera que la gestión del personal es de nivel alta. Además, el 29% percibe que esta dimensión se encuentra en un nivel medio, mientras que el 8% la califica como bajo. Por lo tanto, según la percepción de los participantes, es posible afirmar que el personal en las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná es de un nivel alto.

Tabla 8: Frecuencias y porcentajes de la dimensión planificación

Nivel	f	%
Bajo	7	7
Medio	24	24
Alto	69	69
Total	**100**	**100,0**

Nota: Datos obtenidos del cuestionario

Ilustración 8: Gráfico de distribución porcentual según la dimensión planificación



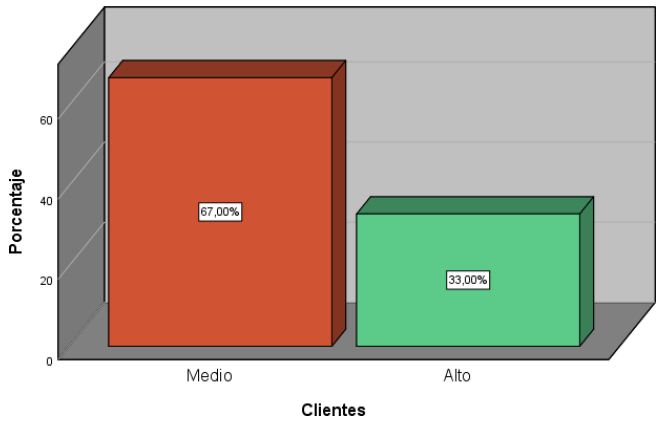
En la tabla 8 y la figura 8 se muestra que el 69% de los encuestados considera que la planificación es de nivel alta. Asimismo, el 24% percibe que esta dimensión se encuentra en un nivel medio, mientras que el 7% la califica como bajo. Por lo tanto, según la percepción de los participantes, es posible afirmar que la planificación en las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná es de un nivel alto.

Tabla 9: Frecuencias y porcentajes de la dimensión del cliente

Nivel	**f**	**%**
Bajo	0	0
Medio	33	33
Alto	67	67
Total	**100**	**100,0**

Nota: Datos obtenidos del cuestionario

Ilustración 9: Gráfico de distribución porcentual según la dimensión del cliente



En la tabla 9 y la figura 9 se muestra que el 67% de los encuestados considera que la retención de clientes es de nivel medio. Asimismo, el 33% percibe que esta dimensión se encuentra en un nivel alto. Por lo tanto, según la percepción de los participantes, es posible afirmar que la retención de clientes en las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná es de un nivel medio.

5.2 Resultados inferenciales

Prueba de hipótesis general

Ho: La gestión de calidad no se relaciona significativamente con la mejora continua de las vitivinícolasdel distrito de Lunahuaná-Cañete, periodo 2023.

Ha: La gestión de calidad se relaciona significativamente con la mejora continua de las vitivinícolas deldistrito de Lunahuaná-Cañete, periodo 2023.

Tabla 10: Coeficiente de correlación y significancia entre la gestión de calidad y la mejora continua de las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná

			Gestión de calidad	**Mejora continua**
Rho Spearman	Gestión de calidad	Coeficiente de correlación	1,000	,669
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	**100**	**100**
	Mejora continua	Coeficiente de correlación	,669	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	**100**	**100**

La tabla 10 muestra el resultado de la prueba no paramétrica de Rho Spearman utilizada para contrastar la hipótesis planteada. Con un grado de significancia de p-valor = 0.000 < 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, indicando que existe una relación significativa entre la gestión de calidad y la mejora continua. Además, la correlación de Rho Spearman fue de 0.669, lo que sugiere una correlación positiva moderada. Esto significa que, si la gestión de calidad aumenta, sus elementos y su impacto en la mejora continua también aumentarán proporcionalmente.

Prueba de hipótesis específica 1

Ho: El liderazgo no se relaciona significativamente con el personal de las vitivinícolas del distrito deLunahuaná-Cañete, periodo 2023.

Ha: El liderazgo se relaciona significativamente con el personal de las vitivinícolas del distrito deLunahuaná-Cañete, periodo 2023.

Tabla 11: Coeficiente de correlación y significancia entre el liderazgo y el personal de las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná

			Liderazgo	**Personal**
Rho Spearman	Liderazgo	Coeficiente de correlación	1,000	,451
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	**100**	**100**
	Personal	Coeficiente de correlación	,451	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	**100**	**100**

La tabla 11 muestra el resultado de la prueba no paramétrica de Rho Spearman utilizada para contrastar la hipótesis planteada. Con un grado de significancia de p-valor = 0.000 < 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, indicando que existe una relación significativa entre el liderazgo y el personal. Además, la correlación de Rho Spearman fue de 0.451, lo que sugiere una correlación positiva moderada. Esto significa que, si el liderazgo aumenta, sus elementos y su impacto en el personal también aumentarán proporcionalmente.

Prueba de hipótesis específica 2

Ho: La gestión de procesos no se relaciona significativamente con la planificación de las vitivinícolas deldistrito de Lunahuaná-Cañete, periodo 2023.

Ha: La gestión de procesos se relaciona significativamente con la planificación de las vitivinícolas deldistrito de Lunahuaná-Cañete, periodo 2023.

Tabla 12: Coeficiente de correlación y significancia entre la gestión de procesos y la planificación de las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná

			Gestión de procesos	**Planificación**
Rho Spearman	Gestión de procesos	Coeficiente de correlación	1,000	,550
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	**100**	**100**
	Planificación	Coeficiente de correlación	,550	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	**100**	**100**

La tabla 12 muestra el resultado de la prueba no paramétrica de Rho Spearman utilizada para contrastar la hipótesis planteada. Con un grado de significancia de p-valor = 0.000 < 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, indicando que existe una relación significativa entre la gestión de procesos y la planificación. Además, la correlación de Rho Spearman fue de 0.550, lo que sugiere una correlación positiva moderada. Esto significa que, si los niveles de la gestión de procesos aumentan, sus elementos y su impacto en la planificación también aumentarán proporcionalmente.

Prueba de hipótesis específica 3

Ho: El diseño del producto no se relaciona significativamente con los clientes de las vitivinícolas deldistrito de Lunahuaná-Cañete, periodo 2023.

Ha: El diseño del producto se relaciona significativamente con los clientes de las vitivinícolas del distritode Lunahuaná-Cañete, periodo 2023.

Tabla 13: Coeficiente de correlación y significancia entre el diseño del producto y los clientes de las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná

			Diseño del producto	Clientes
Rho Spearman	Diseño del producto	Coeficiente de correlación	1,000	,524
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	**100**	**100**
	Clientes	Coeficiente de correlación	,524	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	**100**	**100**

La tabla 13 muestra el resultado de la prueba no paramétrica de Rho Spearman utilizada para contrastar la hipótesis planteada. Con un grado de significancia de p-valor = 0.000 < 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, indicando que existe una relación significativa entre el diseño del producto y los clientes. Además, la correlación de Rho Spearman fue de 0.550, lo que sugiere una correlación positiva moderada. Esto significa que, si los niveles del diseño del producto aumentan, sus elementos y su impacto en los clientes también aumentarán proporcionalmente.

VI. DISCUSIÓN

El análisis realizado sobre la relación entre la gestión de calidad y la mejora continua en las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná-Cañete ha revelado resultados significativos que contribuyen de manera crucial al entendimiento de estas variables en el contexto empresarial y productivo. La prueba no paramétrica de Rho de Spearman, aplicada para contrastar la hipótesis, arrojó un valor $p < 0.05$, lo que permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa. Este resultado indica que existe una relación significativa entre la gestión de calidad y la mejora continua en las empresas vitivinícolas estudiadas.

Desde una perspectiva técnica, el valor de la correlación de Rho de Spearman (0.669) sugiere una correlación positiva moderada, lo cual es indicativo de que a medida que las prácticas de gestión de calidad se fortalecen dentro de estas organizaciones, se observa un incremento proporcional en las actividades de mejora continua. Este hallazgo es consistente con la literatura existente, como lo destacan Martínez (2020) y Salazar (2021), quienes también observaron una relación directa y significativa entre la gestión de calidad y la mejora continua en distintos contextos empresariales. La gestión de calidad, entendida como un enfoque sistemático para asegurar que las actividades organizacionales cumplan con las normas y expectativas tanto internas como externas, juega un rol esencial en la estructuración de procesos que permitan mejoras sostenibles a largo plazo. La implementación de un sistema de gestión de calidad efectivo exige una evaluación constante y la identificación de oportunidades de mejora, lo que genera un ciclo de retroalimentación positiva que fomenta la mejora continua. En el contexto de las vitivinícolas de Lunahuaná-Cañete, este proceso parece ser fundamental para fortalecer su competitividad en el

mercado.

Los resultados de este estudio coinciden con investigaciones anteriores que examinan la relación entre la gestión de calidad y la mejora continua en distintos sectores.

Salazar (2021) encontró una correlación significativa en el contexto de las MYPES del rubro de ferreterías, mientras que Martínez (2020) subrayó la dependencia directa de la mejora continua en la gestiónde calidad por procesos dentro de organizaciones complejas. Estos hallazgos sugieren que, independientemente del sector, la gestión de calidad es un predictor sólido de las prácticas de mejora continua. La investigación de Carrera et al. (2019) destaca que la mejora continua no soloimplica la implementación de sistemas de calidad, sino también el aprendizaje constante dentro de la organización. Este enfoque holístico es fundamental para entender cómo la gestión de calidad puede integrarse de manera efectiva en la cultura organizacional para fomentar mejoras constantes.

Aunque los resultados son contundentes, es crucial considerar ciertas limitaciones inherentes a este tipo de estudios. En primer lugar, la correlación observada, aunque significativa, es moderada, lo que sugiere que podrían existir otros factores que influyan en la mejora continua, más allá de la gestión de calidad. Es posible que aspectos como la innovación, la cultura organizacional o las capacidades tecnológicas también jueguen un rol importante y deban ser considerados en estudios futuros.

En el análisis de la hipótesis específica 1, se empleó la prueba no paramétrica de Rho de Spearman para determinar la relación entre el liderazgo y la gestión del personal dentro de una organización. Con un p-valor de 0.000, significativamente menor al umbral de 0.05, se rechaza la hipótesis nula, lo que confirma que existe una relación significativa

entre estas variables. La calificación obtenida, 0.451, indica una relación positiva moderada, lo que sugiere que un aumento en la efectividad del liderazgo se asocia con mejoras en la gestión del personal. Este hallazgo es consistente con estudios previos como el de Mazzini y López (2022), quienes argumentan que el liderazgo juega un papel crucial en la implementación de modelos de gestión de calidad orientados a la mejora continua de la productividad. Estos autores subrayan que un liderazgo efectivo no se limita únicamente a la toma de decisiones estratégicas, sino que también incluye la motivación y el apoyo continuo a los empleados, elementos esenciales para el éxito de cualquier iniciativa de calidad.

El liderazgo efectivo es fundamental para establecer una visión clara y objetivos concretos que guían al personal hacia el logro de metas organizacionales. Según Noboa (2021), las organizaciones con una dirección débil o inconsistente suelen enfrentar mayores dificultades para alinear a sus empleados con las metas de la empresa. En este sentido, la estimulación positiva identificada en el presente estudio refuerza la importancia de un liderazgo comprometido, que no solo establece directrices, sino que también proporciona los recursos necesarios para que el personal. Además, el liderazgo influye directamente en la cultura organizacional, estableciendo un entorno que promueve la calidad y la mejora continua. La asignación adecuada de recursos, tanto humanos como económicos, es una manifestación concreta del compromiso del liderazgo con la calidad.

Un líder comprometido se asegura de que el personal reciba la formación y las herramientas necesarias para cumplir con los estándares de calidad, lo que, a su vez, tiene un impacto positivo en la gestión del personal. En consecuencia, los resultados de este estudio no solo validan la relación entre el liderazgo y la gestión del personal, sino que

también destacan la relevancia de un liderazgo efectivo como un pilar clave para el éxito organizacional a largo plazo.

La hipótesis específica 2 se centra en examinar la relación entre la gestión de procesos y la planificación dentro de una organización. A través de la prueba de Rho de Spearman, se encontró una valoración positiva moderada de 0.550 con un p-valor de 0.000, lo que indica una relación significativa entre estas dos variables. Este resultado es consistente con la literatura existente, como lo demuestra el estudio de Castillo y Ruiz (2020), quienes identifican una relación positiva significativa entre la gestión de calidad y la satisfacción de los estudiantes en una universidad. Estos autores sostienen que una gestión de procesos efectiva, centrada en la mejora continua, es fundamental para alcanzar niveles óptimos de planificación y, por ende, parala satisfacción de los clientes, en este caso, los estudiantes.

La gestión de procesos implica no solo la implementación de estándares de calidad, sino también el monitoreo constante y la toma de decisiones basadas en datos concretos. En este sentido, una planificación adecuada es crucial para garantizar que los procesos se alineen con los objetivos estratégicos de la organización. Martínez (2020) refuerza esta idea al señalar que, en sistemas de producción complejos, la falta de una planificación adecuada puede llevar a ineficiencias significativas, lo que subraya la necesidad de integrar la planificación como un componente clave de la gestión de procesos. El éxito continuo de una organización depende en gran medida de su habilidad para adaptarse rápidamente a las nuevas demandas del mercado, lo cual se logra a través de una gestión eficiente de los procesos y una planificación robusta.

Además, la estimación positiva moderada encontrada en este estudio sugiere que,

a medida que la gestión de procesos mejora, la planificación también lo hace, lo que permite a la organización responder de manera más eficaz a los desafíos internos y externos. La planificación no se limita a la organización de tareas y recursos, sino que también implica la anticipación de posibles contingencias y la adaptación a cambios en el entorno. Por lo tanto, los resultados de este estudio no solo destacan la importancia de la gestión de procesos para una planificación efectiva, sino que también subrayan la interdependencia entre estas dos áreas como un factor crucial para alcanzar los objetivos organizacionales.

La hipótesis específica 3 investigó la relación entre el diseño del producto y la satisfacción de los clientes, utilizando la prueba de Rho de Spearman. Los resultados arrojaron una valoración positiva moderada de 0.550 con un p-valor de 0.000, lo que indica que existe una relación significativa entre estas variables. Este hallazgo sugiere que mejoras en el diseño del producto se traducen directamente en mayores niveles de satisfacción del cliente, una relación que ha sido ampliamente documentada en la literatura existente. Heshiki y López (2021), por ejemplo, demostraron en su estudio que existe una fuerte clasificación positiva entre la gestión decalidad y la mejora continua en el contexto de una empresa gráfica, donde el diseño de producto juega un papel crucial en la percepción de calidad por parte del cliente.

El diseño del producto no solo engloba la estética y la funcionalidad, sino también la participación activa de todos los departamentos involucrados en el proceso, junto con una clara definición de las especificaciones y requisitos de calidad. Este enfoque integral es esencial para identificar áreas de mejora, resolver conflictos o deficiencias en la comunicación interna, y garantizar que el producto final cumpla con los estándares de

calidad establecidos. Salazar (2021) también destacó la importancia del diseño del producto en su estudio sobre las MYPES del rubro de ferreterías, concluyendo que una gestión de calidad efectiva en el diseño se refleja en una mayor satisfacción del cliente y en un aumento en la fidelidad hacia la empresa.

La valoración positiva moderada encontrada en este estudio refuerza la idea de que el diseño del producto es un factor determinante en la percepción de calidad por parte del cliente. Un diseño bien ejecutado no solo mejora la funcionalidad y la usabilidad del producto, sino que también fortalece la imagen de la marca y aumenta la confianza del cliente en la empresa.

Además, realizar una evaluación continua del diseño ayuda a detectar y corregir posibles fallos antes de que lleguen al cliente, reduciendo así el riesgo de insatisfacción y asegurando una experiencia positiva para el usuario. En conclusión, los hallazgos de este estudio resaltan el papel fundamental del diseño del producto para lograr la satisfacción del cliente y el éxito duradero de la organización.

VII. CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos a través de la prueba de Rho de Spearman (0.669) indican que existe una relación significativa entre la gestión de calidad y la mejora continua en las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná-Cañete. El rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la hipótesis alternativa sugiere que, a medida que se mejora la gestión de calidad en estas empresas, se observa un impacto positivo en sus procesos de mejora continua, lo que es crucial para mantener la competitividad y satisfacer las demandas del mercado.

En relación con la hipótesis 1, la contribución positiva moderada (0.451) entre el liderazgo y la gestión del personal resalta la importancia de un liderazgo efectivo para el éxito de las empresas vitivinícolas. Un liderazgo fuerte no solo mejora la cohesión y eficiencia del equipo, sino que también facilita la implementación de estrategias de calidad que impulsan el rendimiento general de la empresa.

En relación con la hipótesis 2, el estudio también reveló una evaluación positiva moderada (0.550) entre la gestión de procesos y la planificación. Este resultado sugiere que una gestión de procesos efectiva es fundamental para una planificación exitosa, lo que a su vez permite a las empresas anticiparse a los cambios.

En relación con la hipótesis 3, la investigación sobre la relación entre el diseño del producto y la satisfacción del cliente arrojó resultados significativos, con una evaluación positiva moderada de 0.550 y un p-valor de 0.000. Este hallazgo indica que las mejoras en el diseño del producto tienen un impacto directo en los niveles de satisfacción del cliente.

VIII. RECOMENDACIONES

Con respecto a la primera conclusión, las empresas deben implementar un sistema de gestión de calidad más estructurado. y alineado con estándares reconocidos internacionalmente, como la ISO 9001. Esto no solo mejorará la consistencia en los procesos de producción, sino que también impulsará una cultura de mejora continua, esencial para mantenerse competitivo en elmercado.

Respecto a la segunda conclusión las vitivinícolas, desarrollar programas de formación en liderazgo para los gerentes y supervisores, enfocándose en habilidades de comunicación, motivación y gestión de equipos. Además, promover un liderazgo basado en valores y en la visión de la empresa ayudará a alinear los esfuerzos del personal con los objetivos estratégicos dela organización.

A los encargados, establecer un ciclo de revisión continua de los procesos existentes paraidentificar cuellos de botella o ineficiencias. Esto permitirá a la empresa adaptarse rápidamente alos cambios del mercado y mantener su competitividad.

Para concluir con la tercera conclusión se recomienda involucrar a los clientes en el proceso dediseño a través de encuestas, focus groups o pruebas de productos. Esto asegurará que los productos desarrollados respondan directamente a las necesidades y expectativas de los consumidores, lo que aumentará la satisfacción y la fidelidad del cliente.

IX. REFERENCIAS

Alhuay, B. y Luque, C. (2023). *Propuesta de mejora para incrementar la eficiencia de la gestión de inventario de una empresa vinícola.* [Tesis de profesional, Universidad Ricardo Palma] Tesis.https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14138/7064/T030_76240873_T%20%20%20ALHUAY%20CAMARGO%2c%20BRYAN%20ANIBAL.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Álvarez, I. (2006). *Introducción a la calidad.* Editorial ideas propias. (1ra. ed.). https://www.google.com.pe/books/edition/Introducci%C3%B3n_a_la_Calidad/Og6K9F8X8rUC?hl=es&gbpv=0

Amat, P. (2020). Regulación y fomento de los regímenes de calidad de productos agrarios y alimenticios: su impacto en el desarrollo rural de la Unión Europea y España. *Revista Internacional de doctrina y jurisprudencia*. (22). https://ojs.ual.es/ojs/index.php/RIDJ/article/view/3456/3627

Arana, M. (2020). *Gestión de calidad y mejora continua en la facultad de sistemas Universidad Nacional del Centro del Perú-2018.* [Tesis de maestría, Universidad Peruana los Andes] Tesis.https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/1591/T037_20038141_M.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Barragan, A. G. (2020). *Propuesta de mejora del marketing mix como factor relevante para a Gestión de calidad en la Mypes del sector vitivinícola de la provincia de Cañete.* [Tesis de maestría, Universidad Católica Los Ángeles Chimbote] Tesis. https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/18969/CALIDAD_G

ESTI%c3%93N_MARKETING_MYPE_VITIVIN%c3%8dCOLA_BARRAGAN_AREVALO_DE_FAUSTINO_ALISSON_GINETT.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación.* Bogotá, Colombia: Pearson Educación. https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf

Bravo, J. (2011). *Gestión de procesos.* Editorial evolución. (3ra. ed.). https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/34966411/Resumen_libro_Gestion_de_procesos_JBC_2011-libre.pdf?1412231367=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DGestion_de_Procesos_Alineados_con_la_est.pdf&Expires=1717573087&Signature=UmmygCT8eEOTW1nto00rFfppatB-gZKFA3IyRjGLZbnxJMxwZIhSok96RZ6Kz181ligOeNuhcZKcDQbvKSsnrCJ~3VvgMV-FaOFIaIj1HeAGcqYYvi3isK668nsQNV4LFPNR~-AUdXtYB1kPYTtOYKhiybxojvPF5kOCnRAgz84ACFaWuG0lDzyGlWgNlkzY8lLEJnqa5s8ycKVkJJZni4mxYe~CCidZZketumSQ3grUVUG0wRmK08DDtmyWUS80P37Ess7q0rQ1uUhLM87aqZNW4Yq4z0XpaArIZKvH2FtZUcG4aRYwu9yLt~-k~kf0GgQgjo0TDQXmjmczCh9WJA__&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

Camisión, C., Cruz, S. y Gonzáles, T. (2006). *Gestión de Calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas.* Pearson educación. (1ra. ed.). https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/64db843c11c52aaf913a5322feafd3d8.pdf

Castillo, M. J. y Ruiz, A. U. (2020). *Gestión de calidad basada en la mejora continua y satisfacción de los estudiantes de administración en una Universidad, Chimbote 2020.*

[Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo] Tesis. https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/76638

Carrera, C., Manobanda, W., Castro, D., y Vallejo, H. (1ra. Ed.) (2019) *Mejoramiento continuo de procesos de calidad.* Grupo Compas. http://142.93.18.15:8080/jspui/bitstream/123456789/487/3/listo%20MEJORAMIENTO%20CONTINUO.pdf

Cervantes, D. (2020). *Mejora continua y la calidad de servicios de la salud en el Departamento de Diagnóstico por Imágenes Hospital castrense Nivel III- Lima 2020.* [Tesis de grado, Universidad Nacional César Vallejo] Tesis. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/72496/Cervantes_MD-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

De la Lama, P., De la Lama, M. A., y De la Lama , A. (2022). Los instrumentos de la investigación científica. *Horizonte de la Ciencia*, *12*(22), 189-202. https://doi.org/10.26490/uncp.horizonteciencia.2020.18.403

Flores, G. J. (2020). *Mejora continua: Propuesta de proceso para la formulación de proyectos por metodología DMAIC.* [Tesis de maestría, Universidad del desarrollo] Tesis. https://repositorio.udd.cl/server/api/core/bitstreams/b5aeacd4-4ac3-4de8-a099-ac391ae6d2d6/content

Freemantle, D. (1998). *Los que les gusta a los clientes de su marca.* Deusto. (1ra. ed.). https://www.google.com.pe/books/edition/Lo_que_les_gusta_a_los_clientes_de_su_ma/C63Xwot6jg0C?hl=es&gbpv=0

Fuentelsaz. C. (2004). Cálculo del tamaño de la muestra. *Matronas profesión*. 5(18), 5-13. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6125940

García, F., Alfaro, A., Hernández, A., & Molina, M. (2006). Diseño de Cuestionarios para la recogida de información: metodología y limitaciones. *Revista Clínica de Medicina de Familia*, 1(*5*), 232-236. https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=169617616006

García, M. (2016). Influencia de la gestión de la calidad en los resultados de innovación a través de la gestión del conocimiento. Un estudio de casos. *Revista innovar journal. 26*(61) 46-63. https://www.redalyc.org/pdf/818/81846217004.pdf

García, M., Quispe, C. y Raez, L. (2003). Mejora continua de la calidad en los procesos. *Industrial data. 6*(1). 89-94. https://www.redalyc.org/pdf/816/81606112.pdf

Gómez, J. A., Villasis, M. A., & Miranda, M. G. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México, **63**(2),* 201-206. https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf

Gorotiza, G. L. y Romero, E. M. (2021). El sistema de gestión de calidad con ISO 9001:2015 como estrategia para el mejoramiento de los procesos de la comercializadora ITM. *Polo del conocimiento, 57(6).* *https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7927020*

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill. (6ta. ed.). https://www.uca.ac.cr/wpcontent/uploads/2017/10/Investigacion.pdf

Herrera, J., D'Armas, M. y Arzola, M. (2012). Análisis de los diferentes métodos de la mejora continua. *Jornadas de investigación.* 2(06), 193-204. https://poz.unexpo.org/postgrado/uct/descargas/XJornada/Industrial/II06.%20ANALIS

IS%20DE%20LOS%20DIFERENTES%20METODOS%20DE%20MEJORA%20CONTINUA.pdf

Heshiki, C. y López, C. (2021). La gestión de calidad y su relación con la mejora continua en la empresa Gráfica Vulcano SAC en el distrito de Breña, Lima,2021. [Tesis de grado, Universidad Privada del Norte] Tesis https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/28187/Heshiki%20Nakama%2c%20Carlos%20Andr%c3%a9s%20%20L%c3%b3pez%20Aponte%2c%20Carlos%20Maximiliano.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Llopis, J., Conca, J. y Tari, J, J. (1999). Cualidades de los lideres para la calidad: exigencias ante la diversidad. *La gestión de la diversidad: XIII Congreso Nacional, IX Congreso Hispano-Francés. 2,* 643- 648. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=565273

Lozano, L. (1998). ¿Qué es calidad total?. *Revista Met Hered. 9*(1). 28-34. http://www.scielo.org.pe/pdf/rmh/v9n1/v9n1tr1.pdf

Marin, J. A., Bautista, Y., y Garcia, J. J. (2014). Etapas en la evolución de la mejora continua: Estudio multicaso. *Intangible Capital, 10*(3), 584-618. https://www.redalyc.org/pdf/549/54932488008.pdf

Martínez, J. (2020). Ingeniería de gestión de calidad por procesos y la mejora continua aplicada a los sistemas de producción de las organizaciones empresariales complejas. *Scientia*, *30*(2), 68–95. https://doi.org/10.48204/j.scientia.v30n2a5

Martner, G., (2004). *Planificación y presupuesto por programas.* Siglo veintiuno editores. (1ra.

ed.).https://www.google.com.pe/books/edition/Planificaci%C3%B3n_y_presupuesto_por_program/UiedefaK9_4C?hl=es&gbpv=0

Mazzini, J. P. y López J. V. (2022). *Propuesta de un diseño de modelo de calidad y mejora continua, basado en las directrices de la norma internacional ISO:9001:2015, para una Industria de Balanceado de Camarón en la ciudad de Guayaquil.* [Tesis de maestría, Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador] Tesis. https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/22765/1/UPS-GT003793.pdf

Mieville, G. (2020). *Análisis de herramientas de gestión para la obtención de norma ISO14001 en la industria vitivinícola: estudio en viñas del valle de Colchuagua.* [Tesis de grado, Universidad de Valparaíso] Tesis. https://repositoriobibliotecas.uv.cl/serveruv/api/core/bitstreams/beb3b7f0-e5da-42ed-b2e8-527635285fad/content.

Montesinos, S., Vázquez, C., Maya, I. y Gracida, E., (2020). Mejora continua en una empresa en México: estudio desde el ciclo Deming. *Revista venezolana de gerencia*, 25 (92),1863-1883.https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8890363

Noboa, C. A. (2021). Gestión de la calidad y la satisfacción del cliente en la empresa cerámicas y mega akabados el descuento. [Tesis de titulación, Universidad Nacional de Chimborazo] Tesis. http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/8637/1/7.-TESIS%20%20Cristian%20Alexander%20Noboa%20Silva.pdf

Pérez, J. A. (2012). *Gestión de procesos.* ESIC Editorial. (1era. ed.). https://www.google.com.pe/books/edition/Gesti%C3%B3n_por_procesos/qbDaVMS6uhUC?hl=es&gbpv=0

Publicaciones Vertice S.L. *Planificación de los recursos humanos*. Editorial Vertice. (1ra. ed.). https://books.google.com.pe/books/about/Planificaci%C3%B3n_de_los_recursos_humanos.html?id=3HBqSEUa8NsC&redir_esc=y

Portela, S. (2016). *El liderazgo transformador en la gestión de la calidad. Un estudio basado en el modelo EFQM.* [Tesis de doctorado, Universidad de Alicante]. Tesis. https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/63628/1/tesis_portela_maquieira.pdf

Salazar, R. (2023). *Gestión de calidad y mejor continua en las micro y pequeñas empresas del sector comercio- rubro ferreterías, caso San Isidro Fial S.R.L Satipo,2020.* [Tesis de bachiller, Universidad Católica Los Ángeles Chimbote] Tesis. https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/31912/GESTION_DE_CALIDAD_MEJORA_CONTINUA_SALAZAR_CAMPOS_ROCIO_FELICIANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Tarí, J. y García, M. (2008). Dimensiones de la gestión del conocimiento y de la gestión de la calidad: una revisión de la literatura. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*. *15*(3), 139-152. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1135252312601051

Tolamatl, J., Cano, P., Flores, S. y Nava, J. J. (2012). Análisis de facilitadores para sostener la mejora continua en una empresa de autopartes. *Conciencia Tecnológica.* 44. 41-50. https://www.researchgate.net/publication/313085368_Analisis_de_Facilitadores_para_Sostener_la_Mejora_Continua_en_una_Empresa_de_Autopartes

Zayas, I. (2022). La mejora continua: Elemento de competitividad empresarial. *Revista Electrónica Sobre Cuerpos Académicos Y Grupos De Investigación*, *9*(17). 1-19. https://www.cagi.org.mx/index.php/CAGI/article/view/253

X. ANEXO

MATRIZ DE CONSISTENCIA				
TITULO	**Gestión de calidad y la mejora continua de las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná-Cañete, periodo 2023**			
AUTOR		Melany Karina, Berrospi Gutierrez Celeste Karina, Carhuayo Napa		
ASESOR		Dr. Abel Alejandro, Tasayco Yala		
PROBLEMAS	**OBJETIVOS**	**HIPÓTESIS**	**DIMENSIONES E INDICADORES**	**METODOLOGÍA**
GENERAL: ¿De qué manera la gestión de calidad influye en la mejora continua de las Vitivinícolas del distrito de Lunahuaná-Cañete periodo 2023? ESPECÍFICOS A) ¿Cómo influye el liderazgo con el personal de las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná-Cañete periodo 2023? B) ¿Cómo influye la gestión de procesos con la planificación de las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná-Cañete periodo 2023? C)¿Cómo influye el diseño del producto con los clientes de las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná-Cañete periodo 2023?	GENERAL Establecer la influencia de la gestión de calidad en la mejora continua de las Vitivinícolas del distrito de Lunahuaná-Cañete, periodo 2023. ESPECÍFICOS A) Determinar cómo influye el liderazgo con el personal de las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná-Cañete, 2023. B) Determinar cómo influye la gestión de procesos con la planificación de las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná-Cañete periodo 2023. C)Determinar cómo influye el diseño del producto con los clientes de las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná-Cañete periodo 2023.	**GENERAL** La gestión de calidad se relaciona significativamente en la mejora continua de las Vitivinícolas del distrito de Lunahuaná-Cañete periodo 2023 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS H1: El liderazgo se relaciona con el personal de las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná-Cañete, periodo 2023. H2: La gestión de procesos se relaciona con la planificación de las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná-Cañete, periodo 2023. H3: El diseño de producto se relaciona con los clientes de las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná-Cañete, periodo 2023	**VARIABLE 1:** **Gestión de Calidad** **X1**: Liderazgo **X2:** Gestion de procesos **X4:** Diseño de producto **VARIABLE 2:** **Mejora Continua** **Y1:** Personal **Y2:** Planificación **Y3**: Clientes	**1. ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN:** Cuantitativo, porque se utiliza la recolección de datos, analizar los datos y probar la hipótesis establecida. **2. TIPO DE INVESTIGACIÓN:** Básica, porque está hecha con el propósito de incrementar más conocimiento de los principios fundamentales dentro de cada uno de las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná, Cañete. **3. NIVEL DE INVESTIGACIÓN** Descriptivo - correlación, que conoce las características de los elementos estudiados, intenta explicar los fenómenos ocurridos relacionándolos. Correlativo porque "se centra en medir la relación entre dos o más conceptos o variables. **4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN:** El diseño no experimental es una metodología de investigación en la que no se manipulan variables independientes, sino que se observan los fenómenos tal como ocurren de manera natural**.** **5. POBLACIÓN:** Clientes de una vitivinícola del distrito de Lunahuaná- cañete **6. MUESTRA:** 73 trabajadores de las vitivinícolas

Tabla 14: Matriz de consistencia

INSTRUMENTO: Gestión de calidad y mejora continua de las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná-Cañete, periodo 2023

VARIABLE X: Gestión de Calidad	1	2	3	4	5
	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
Dimensión: X1: Liderazgo					
1. Considera que la comunicación efectiva afecta tu percepción del liderazgo en tu entorno laboral.					
2. Considera que tu superior te inspira a realizar un mejor desempeño en tu puesto laboral.					
3. Percibe que las decesiones que se toman ayudan a mejorar la calidad de los productos que ofrecen.					
Dimensión x2: Gestión de procesos					
4. Observa que la gestión de procesos se cumple en base a las actividades programadas.					
5. Considera que la calidad del producto corresponde a la expectativa del cliente.					
6. Considera que el seguimiento y control de los procesos garantizan producir productos de calidad.					
Dimensión x3: diseño de producto					
7. Cree que el diseño de productos innovadores conlleva a que la empresa se posicione en el mercado.					
8. Considera que las características físicas del producto corresponden a la percepción del cliente.					

9. Observa que la empresa toma en cuenta la sostenibilidad para el diseño de sus productos					
10. La vitivinícola cuenta con diversas presentaciones en sus productos.					
VARIABLE Y: Mejora Continua					
Dimensión Y1: Personal					
11. Ha recibido capacitación para realizar sus actividades					
12. Percibe un ambiente laboral cómodo en su área de trabajo					
13. Le han indicado que tendrá un cambio rotativo en sus funciones					
Y2: Planificación					
14. Considera que la planificación le ayuda a conseguir el cumplimiento de todas sus actividades					
15. Utiliza todos los recursos que la empresa le otorga para la realización de sus labores diarias					
16. Con sus labores planificadas considera que realiza todas sus actividades en el tiempo solicitado					
Y3: Clientes					
17. Considera que los clientes se sienten satisfechos con los productos que realizan.					
18. Han observado que los clientes se sienten satisfechos con el producto que ofrecen.					
19. Ha observado que algún cliente se ha quejado de la calidad de producto que ofrecen.					
20. La vitivinícola promueve en sus clientes conocer sus experiencias de consumo.					

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA MEJORA CONTINUA

Nº	Dimensiones / Items	[1]Pertinencia		[2]Relevancia		[3]Claridad		Observaciones
	Dimensión 1: Personal	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
1	Ha recibido capacitación para realizar sus actividades.							
2	Percibe un ambiente laboral cómodo en su área de trabajo.							
3	Le han indicado que tendrá un cambio rotativo en sus funciones.							
	Dimensión 2: Planificación	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
4	Considera que la planificación le ayuda a conseguir el cumplimiento de todas sus actividades.							
5	Utiliza todos los recursos que la empresa le otorga para la realización de sus labores diarias.							
6	Con sus labores planificadas considera que realiza todas sus actividades en el tiempo solicitado.							
	Dimensión 3: Clientes	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
7	Considera que los clientes se sienten satisfechos con los productos que realizan.							
8	Ha observado que algún cliente se ha quejado de la calidad de producto que ofrecen.							
9	Ha observado que algún cliente se ha quejado de la calidad de producto que ofrecen.							
10	La vitivinícola promueve en sus clientes conocer sus experiencias de consumo.							

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (x) Aplicable después de corregir ( ) No aplicable ( )

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Rios Rios, Segundo Waldemar

Especialidad del validador: Temática

[1]**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

[2]**Relevancia:** El ítem apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

[3]**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Cañete, 7 de julio del 2024

Firma del experto Informante

FIRMA DIGITAL

Firmado digitalmente por: RIOS RIOS Segundo Waldemar FAU 20491363402 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 10/07/2024 09:49:13-0500

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA MEJORA CONTINUA

N°	Dimensiones / Items	[1]Pertinencia		[2]Relevancia		[3]Claridad		Observaciones
	Dimensión 1: Personal	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
1	Ha recibido capacitación para realizar sus actividades.	**X**		**X**		**X**		
2	Percibe un ambiente laboral cómodo en su área de trabajo.	**X**		**X**		**X**		
3	Le han indicado que tendrá un cambio rotativo en sus funciones.	**X**		**X**		**X**		
	Dimensión 2: Planificación	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
4	Considera que la planificación le ayuda a conseguir el cumplimiento de todas sus actividades.	**X**		**X**		**X**		
5	Utiliza todos los recursos que la empresa le otorga para la realización de sus labores diarias.	**X**		**X**		**X**		
6	Con sus labores planificadas considera que realiza todas sus actividades en el tiempo solicitado.	**X**		**X**		**X**		
	Dimensión 3: Clientes	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
7	Considera que los clientes se sienten satisfechos con los productos que realizan.	**X**		**X**		**X**		
8	Ha observado que algún cliente se ha quejado de la calidad de producto que ofrecen.	**X**		**X**		**X**		
9	Ha observado que algún cliente se ha quejado de la calidad de producto que ofrecen.	**X**		**X**		**X**		
10	La vitivinícola promueve en sus clientes conocer sus experiencias de consumo.	**X**		**X**		**X**		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir ( ) No aplicable ( )

Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Filiberto Fernando Ochoa Paredes

Especialidad del validador: Dr. en Administración

[1]**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

[2]**Relevancia:** El ítem apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

[3]**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Cañete, 7 de julio del 2024

Firma del experto Informante

FIRMA DIGITAL

Firmado digitalmente por: OCHOA PAREDES Filiberto Fernando FIR 07356267 hard
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 08/07/2024 10:43:10-0500

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA GESTIÓN DE CALIDAD

N°	Dimensiones / Items	[1]Pertinencia		[2]Relevancia		[3]Claridad		Observaciones
	Dimensión 1: Liderazgo	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
1	Considera que la comunicación efectiva afecta tu percepción del liderazgo en tu entorno laboral.	x		x		x		
2	Considera que tu superior te inspira a realizar un mejor desempeño en tu puesto laboral.	x		x		x		
3	Percibe que las decisiones que se toman ayudan a mejorar la calidad de los productos que ofrecen.	x		x		x		
	Dimensión 2: Gestión de procesos	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
4	Observa que la gestión de procesos se cumple en base a las actividades programadas.	x		x		x		
5	Considera que la calidad del producto corresponde a la expectativa del cliente.	x		x		x		
6	Considera que el seguimiento y control de los procesos garantizan producir productos de calidad.	x		x		x		
	Dimensión 3: Diseño de producto	**Si**	**No**	**Si**	**No**	**Si**	**No**	
7	Cree que el diseño de productos innovadores conlleva a que la empresa se posicione en el mercado.	x		x		x		
8	Considera que las características físicas del producto corresponden a la percepción del cliente.	x		x		x		
9	Observa que la empresa toma en cuenta la sostenibilidad para el diseño de sus productos.	x		x		x		
10	Observa que la empresa hace un estudio previo antes de elaborar un diseño de producto.	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento garantiza la suficiencia para recabar la información de la variable

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (x) Aplicable después de corregir ( ) No aplicable ( )

Apellidos y nombres del juez validador: Dra. Lizbeth Giovanna Ralli Magipo

Especialidad del validador: Temática

[1]**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

[2]**Relevancia:** El ítem apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

[3]**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exácto y directo.

Cañete, 7 de julio del 2024

Firma del experto Informante

C.L.A.D 05499

VICEPRESIDENCIA DE INVESTIGACIÓN
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Código N°017-2024

CONSTANCIA DE VERIFICACIÓN DE SIMILITUD

Yo, Dr. Julio Cesar Lujan Minaya Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Empresariales valido el informe titulado: "**Gestión de calidad y mejora continua de las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná Cañete, periodo 2023"**.

Cuyos autores son, **Celeste Karina Carhuayo Napa** con DNI N° 71453803 y **Melany Karina Berrospi Gutierrez** con DNI N° 77029927, declaro que la evaluación realizada por el programa informático, ha constatado un porcentaje de similitud del 7**%**, verificable en el resumen de reporte automatizado de similitudes que se adjunta.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas dentro del porcentaje de similitud no constituye plagio, y que el documento cumple con la integridad científica y con las normas para el uso de citas y referencias establecidas en los protocolos respectivos.

Se cumple con adjuntar, además, el recibo digital a efectos de la trazabilidad respectiva del proceso.

Cañete, 16 de setiembre del 2024

Se adjunta:

- Resumen del reporte automatizado de similitudes
- Recibo Digital

VALIDADO POR:

UNIDAD DE INVESTIGACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

FIRMA DIGITAL

Firmado digitalmente por: LUJAN MINAYA Julio Cesar FAU 20491363402 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 16/09/2024 18:05:27-0500

Toda copia de este documento, sea del entorno virtual o del documento original en físico es considerada "copia no controlada"

- Resumen del reporte automatizado de similitudes

Gestión de calidad y mejora continua de las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná Cañete, periodo 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

7%	7%	4%	5%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Nacional de Cañete Trabajo del estudiante	2%
2	repositorio.undc.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%

Excluir citas	Activo	Excluir coincidencias	< 1%
Excluir bibliografía	Activo		

Toda copia de este documento, sea del entorno virtual o del documento original en físico es considerada “copia no controlada”

- Recibo Digital

turnitin

Recibo digital

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

La primera página de tus entregas se muestra abajo.

Autor de la entrega:	Unidad Investigación Ciencias Empresariales
Título del ejercicio:	BERROSPI GUTIERREZ MELANY KARINA Y CARHUAYO NAPA C...
Título de la entrega:	Gestión de calidad y mejora continua de las vitivinícolas del ...
Nombre del archivo:	5._INFORME_FINAL_DE_TESIS_BERROSPI_Y_CARHUAYO.pdf
Tamaño del archivo:	1.58M
Total páginas:	91
Total de palabras:	15,821
Total de caracteres:	94,529
Fecha de entrega:	13-sept.-2024 09:58a. m. (UTC-0500)
Identificador de la entre...	2453040240



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

"Gestión de calidad y mejora continua de las vitivinícolas del distrito de Lunahuaná-Cañete, periodo 2023"
TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTORAS:
Bach. BERROSPI GUTIERREZ, MELANY KARINA
ORCID: 0009-0002-8435-3627
Bach. CARHUAYO NAPA, CELESTE KARINA
ORCID: 0009-0002-4809-6302
ASESOR:
DR. ABEL ALEJANDRO TASAYCO JALA
ORCID: 0000-0002-1993-1713

San Vicente De Cañete, 2024, Perú

Derechos de autor 2024 Turnitin. Todos los derechos reservados.

Toda copia de este documento, sea del entorno virtual o del documento original en físico es considerada “copia no controlada”

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

N°017-2024

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

En la ciudad de Cañete, en la sala de sustentaciones de la Facultad de Ciencias Empresariales, siendo las horas, del día 15 de setiembre del 2024, se reunió el Jurado Evaluador, designados con DECRETO N° 200-2024-UIFCE/FCE/UNDC

Presidente (a): Dr. Julio Cesar Lujan Minaya
Secretario (a) : Dr. Ramón Osorio Alberto Bueno.
Vocal : Dra. Yajaira Lizeth Carrasco Vega.
Suplente : Mg. Julio Wu Matta
Asesor(a) : Dr. Abel Alejandro Tasayco Jala.

Para el acto de sustentación de la tesis titulada: **"Gestión de calidad y mejora continua de las vitivinícolas del distrito de LunahuanáCañete, periodo 2023"**; presentado la Bachiller Celeste Karina Carhuayo Napa, para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración.

Después de concluido el acto de sustentación y luego de que el sustentante dio respuesta a las preguntas respectivas, el Jurado Evaluador calificó la sustentación o defensa de la investigación según los siguientes criterios, y promediando las notas del jurado se obtuvo:

Criterio	Desaprobado (menor de 14)	Regular (14 -15)	Bueno (16-17)	Muy bueno (18-19)	Excelente (20)	Puntaje
Claridad de la exposición			16			16
Dominio del tema			16			16
Visión holística del trabajo			16			16
Promedio						16

**** Para el caso de sustentación de dos personas se debe incorporar dos cuadros, uno para cada uno.**

Para obtener la nota final de todo el proceso de investigación, conforme al artículo 100° y 101° del Reglamento General de Investigación de la Universidad Nacional de Cañete aprobado mediante Resolución N° 180-2023-UNDC/CO, se procedió a calcular la nota final:

Nota del Informe (valor 40%)	Nota de Sustentación (valor 60%)	Nota Final
16	16	16

(*) Cálculo: (Nota Informe * 0.40) + (Nota de Defensa * 0.60) = Nota final
Para el caso de dos sustentantes, se debe incluir una columna adicional a la izquierda y poner los nombres de cada uno de ellos, y calificar en forma individual.

Y, establece como calificación FINAL: ..16.. (Dieciseis.....)

- Aprobado, con nota Regular (...), Bueno (X), Muy Bueno (...), Excelente (...)
- Desaprobado (...)

Por tanto, el graduado se encuentra expedito(s) (X), impedido(s) ( ) para realizar los trámites que corresponden a la obtención del Título Profesional Licenciado en Administración.

****Si fuera el caso, que de los dos sustentantes uno fuera aprobado y otro desaprobado, se tendrá que diferenciar quien queda expedito y quien impedido de seguir los trámites.**

Siendo las..... Horas se dió por terminado el acto de sustentación.

Mg. Julio Wu Matta **Suplente**	Dr. Julio Cesar Lujan Minaya **Presidente(a)**	Dra. Yajaira Lizeth Carrasco Vega **Vocal**	Dr. Abel Alejandro Tasayco Jala **Asesor(a)**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

N°016-2024

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

En la ciudad de Cañete, en la sala de sustentaciones de la Facultad de Ciencias Empresariales, siendo las horas, del día 15 de setiembre del 2024, se reunió el Jurado Evaluador, designados con DECRETO N° 200-2024-UIFCE/FCE/UNDC

Presidente (a): Dr. Julio Cesar Lujan Minaya
Secretario (a) : Dr. Ramón Osorio Alberto Bueno.
Vocal : Dra. Yajaira Lizeth Carrasco Vega.
Suplente : Mg. Julio Wu Matta
Asesor(a) : Dr. Abel Alejandro Tasayco Jala.

Para el acto de sustentación de la tesis titulada: **"Gestión de calidad y mejora continua de las vitivinícolas del distrito de LunahuanáCañete, periodo 2023"**; presentado la Bachiller Melany Karina Berrospi Gutierrez, para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración.

Después de concluido el acto de sustentación y luego de que el sustentante dio respuesta a las preguntas respectivas, el Jurado Evaluador calificó la sustentación o defensa de la investigación según los siguientes criterios, y promediando las notas del jurado se obtuvo:

Criterio	Desaprobado (menor de 14)	Regular (14 -15)	Bueno (16-17)	Muy bueno (18-19)	Excelente (20)	Puntaje
Claridad de la exposición			16			16
Dominio del tema			16			16
Visión holística del trabajo			16			16
Promedio						16

**** Para el caso de sustentación de dos personas se debe incorporar dos cuadros, uno para cada uno.**

Para obtener la nota final de todo el proceso de investigación, conforme al artículo 100° y 101° del Reglamento General de Investigación de la Universidad Nacional de Cañete aprobado mediante Resolución N° 180-2023-UNDC/CO, se procedió a calcular la nota final:

Nota del Informe (valor 40%)	Nota de Sustentación (valor 60%)	Nota Final
16	16	16

(*) Cálculo: (Nota Informe * 0.40) + (Nota de Defensa * 0.60) = Nota final
Para el caso de dos sustentantes, se debe incluir una columna adicional a la izquierda y poner los nombres de cada uno de ellos, y calificar en forma individual.

Y, establece como calificación FINAL: 16 (Dieciseis)

- Aprobado, con nota Regular (…), Bueno (X), Muy Bueno (…), Excelente (…)
- Desaprobado (…)

Por tanto, el graduado se encuentra expedito(s) (X), impedido(s) ( ) para realizar los trámites que corresponden a la obtención del Título Profesional Licenciado en Administración.

****Si fuera el caso, que de los dos sustentantes uno fuera aprobado y otro desaprobado, se tendrá que diferenciar quien queda expedito y quien impedido de seguir los trámites.**

Siendo las..... Horas se dió por terminado el acto de sustentación.

Mg. Julio Wu Matta **Suplente**	Dr. Julio Cesar Lujan Minaya **Presidente(a)**	Dra. Yajaira Lizeth Carrasco Vega **Vocal**	Dr. Abel Alejandro Tasayco Jala **Asesor(a)**

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAÑETE

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UNDC

I INFORMACIÓN DEL DOCUMENTO

1.1 Título del documento:

GESTIÓN DE CALIDAD Y MEJORA CONTINUA DE LAS VITIVINÍCOLAS DEL DISTRITO DE LUNAHUANÁ-CAÑETE, PERIODO 2023

1.2 Descripción (Seleccionar)

Tesis de Pregrado	X	Libro	
Tesis de Maestría		Capítulo de libro	
Tesis de Doctorado		Monografía	
Trabajo de Investigación		Artículo	
Tesis de Segunda Especialidad		Conferencia	
Trabajo de Suficiencia Profesional		Programa informativo	
Trabajo académico		Datos	

1.3 Autores del documento

Apellidos completos	Nombres completos	Correo electrónico	DNI	ORCID
CARHUAYO NAPA	CELESTE KARINA	celeste.carhuayo@gmail.com	71453803	0009-0002-4809-6382
BERROSPI GUTIERREZ	MELANY KARINA	berrospigutierrez@gmail.com	77029927	0009-0002-8435-3657

1.4 Asesor (es)

Apellidos completos	Nombres completos	Correo electrónico	DNI	ORCID
TASAYCO JALA	ABEL ALEJANDRO	atasayco@undc.edu.pe	44147446	0000-0002-3993-1713

1.5 Centro de Investigación

Facultad	FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional	ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

I. ORIGINALIDAD DEL TRABAJO PRESENTADO

Con la presentación de esta ficha, el(los) autor(es) señalan expresamente que la obra es original, ya que sus contenidos son producto de su directa contribución intelectual. Se reconoce también que todos los datos y las referencias a materiales ya publicados están debidamente identificados con su respectivo crédito e incluidos en las notas bibliográficas y en las citas que se destacan como tal,

Toda copia de este documento, sea del entorno virtual o del documento original en físico es considerada "copia no controlada".

III. AUTORIZACIÓN DEL TRABAJO PRESENTADO

3.1 Por medio del presente documento, afirmo y garantizo(amos) ser el (los) legítimo (s), titular(es) de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los entregables, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los “Contenidos” que serán incluidos en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Cañete (en adelante, la “Universidad”).

3.2 Autorizo a la Universidad a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional de la Universidad y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N* 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con su Repositorio Institucional. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.

3.3 En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mío; en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.



26 DE SETIEMBRE DEL 20024

Firma

Fecha

IV: PUBLICACIÓN DIFERIDA

Este ítem solo es de interés para los autores que han decidido la publicación diferida de sus documentos. Caso contrario, obviar este apartado.

Autorización	Motivo (marcar)		Firma
Solicito la publicación diferida del documento depositado en el repositorio, por 12 meses. (indicar el tiempo que solicita)	Exclusividad de revista, editor		
	Por patente		
	Secreto o seguridad nacional		
	Por otras razones		

Toda copia de este documento, sea del entorno virtual o del documento original en físico es considerada "copia no controlada".

Cualquier motivo utilizado, el solicitante debe acreditar con documento su pedido (subir junto con la autorización la evidencia que sustenta su solicitud).

Toda copia de este documento, sea del entorno virtual o del documento original en físico es considerada "copia no controlada".

AUTORIZACIÓN COMO REPRESENTANTE DE COAUTORES

Aplicable solo en caso de que existan varios autores en el trabajo de investigación

YO, BERROSPI GUTIERES MELANY KARINA con DNI N* 77029927 en mi calidad de autor y actuando en representación de mis co-autores, autorizo la publicación del documento indicado en el punto 1, bajo las condiciones indicadas en el punto 2 y 3, dejando constancia que el archivo digital que estoy entregando a la Universidad Nacional de Cañete, como parte del proceso de obtención del título profesional o grado académico, contiene la versión final del documento sustentado y aprobado por el jurado.



26 DE SETIEMBRE DEL 20024

Firma

Fecha

Toda copia de este documento, sea del entorno virtual o del documento original en físico es considerada "copia no controlada".