



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Gestión de calidad y competitividad en la empresa Vita Juice
S.A.C., Independencia, 2019**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración

AUTORAS:

Facundo Peña, Vicky Roxana (ORCID: 0000-0002-4856-7933)

Purihuaman Ticlia, Luz Magali (ORCID: 0000-0002-4046-4817)

ASESORA:

Mgtr. Huamani Cajaleon, Diana Lucila (ORCID: 0000-0001-8879-3575)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA – PERÚ

2019

Dedicatoria

Este trabajo es dedicado en primer lugar a Dios, por otorgarnos la salud y concedernos llegar hasta este período tan significativo de nuestra formación académica. También queremos dedicarlo a nuestros padres, por ser nuestra fuerza y apoyo incondicional y por demostrarnos siempre su amor sin importar los malos momentos vividos

Agradecimiento

Agradecemos a Dios por cuidarnos y ayudarnos en cada momento de nuestra vida y a lo largo de nuestro camino académico. A nuestros Padres, que con su demostración ejemplar nos han enseñado a no rendirnos ante nada y siempre perseverar ante las dificultades. Al Mgtr. Diana Lucila Huamani Cajaleon, Mgtr. Jesús Romero Pacora asesores de tesis, por su valiosa guía.

Índice

	Pág.
Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice.....	iv
Índice de tablas.....	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I.INTRODUCCIÓN	1
II. METODOLOGÍA	17
2.1 Diseño de investigación.....	17
2.2 Operacionalización de variable.....	19
2.3 Población, muestra y muestreo	22
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	23
2.5 Procedimiento	27
2.6 Método de análisis	27
2.7 Aspectos éticos	28
III. RESULTADOS	29
IV. DISCUSIÓN	36
V. CONCLUSIONES	38
VI. RECOMENDACIONES	39
REFERENCIAS	40
ANEXOS	46

Índice de tablas

Tabla 01. Operacionalización de la variable Gestión de calidad	20
Tabla 02. Operacionalización de la variable competitividad.....	21
Tabla 03. Estadísticos de confiabilidad del Instrumento.....	25
Tabla 04. Niveles de Confiabilidad.....	26
Tabla 05. Tabla cruzada de distribución de frecuencia Gestion de Calidad y Competitividad.....	29
Tabla 06. Tabla cruzada Liderazgo y Competitividad	29
Tabla 07. Tabla cruzada Orientación a Procesos y Competitividad.....	30
Tabla 08. Tabla cruzada Mejora Continua y Competitividad.....	31
Tabla 09. Nivel de medición de Variables	31
Tabla 10. Coeficiente de Correlación Rho Spearman entre las variables Gestión de Calidad y Competitividad.....	32`
Tabla 11. Coeficiente de Correlación Rho Spearman entre las variables Liderazgo y Competitividad.....	33
Tabla 12. Coeficiente de Correlación Rho Spearman entre las variables Orientacion de Procesos y Competitividad.....	34
Tabla 13. Coeficiente de Correlación Rho Spearman entre las variables Mejora Continua y Competitividad	35

Resumen

La investigación titulada “Gestión de calidad y competitividad en la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia- 2019”, cuyo objetivo general fue determinar la relación existente entre Gestión de la calidad y la competitividad en la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia- 2019. Respecto a la metodología de estudio para la investigación fue de diseño no experimental-transversal, enfoque cuantitativo, el nivel de estudio fue descriptivo- correlacional, de tipo aplicada, asimismo se trabajó con una población censal de 30 trabajadores de la empresa Vita Juice, Independencia, se aplicó como instrumento de medición el cuestionario, el cual fue validado por juicio de expertos. Los resultados que se obtuvieron fueron la variable Gestión de calidad y Competitividad con una correlación de 0.952; lo que indica que es una correlación positiva fuerte y el valor de significancia es de 0.000, entonces como el valor de p es menor a 0.05 se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, se concluyó que existe relación entre la Gestión de Calidad y Competitividad en la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia-2019.

Palabras claves: Liderazgo, innovación, mercado.

Abstract

The research entitled "Quality and competitiveness management in the company Vita Juice S.A.C., Independencia- 2019", whose general objective was to determine the relationship between Quality Management and competitiveness in the company Juice Vita S.A.C., Independence- 2019. Regarding the study methodology for research was non-experimental-transversal design, quantitative approach, the level of study was descriptive-correlational, applied type, also worked with a censal population of 30 workers of the Vita Juice, Independence, the questionnaire, which was validated by expert judgement, was applied as a measuring instrument. The results obtained were the variable rotation and productivity labor have a correlation rate of 0.952; indicating that it is a strong positive correlation and the significance value is 0.000, so as the p-value is less than 0.05 the alternating hypothesis is accepted and the null hypothesis is rejected, it was concluded that there is a relationship between Quality and competitiveness management in the company Vita Juice S.A.C., Independencia- 2019

Keywords: Leadership, innovation, mar.

I. INTRODUCCIÓN

Actualmente las empresas se centran en la calidad que pueden poseer sus productos y la aprobación entre la corporación empresarial mundial y los proyectos conectados con la misma han sido acogidos, bajo diferentes denominaciones y en distintos grados de empleo. La gestión de calidad impulsa el mejoramiento en los procedimientos operacionales de la empresa, se puntualiza como el compuesto de propiedades y características de una prestación, desarrollando mejores servicios posibles que cubran las exigencias tanto del consumidor como la empresa.

En el ámbito internacional, De las Casas, Sorza (2015), se refirió que en las organizaciones colombianas la gestión de calidad se diferencia en cuanto a principios de las certificaciones que tienen para todo su proceso, por lo tanto, tienen mayor desempeño comparadas con las organizaciones que no cuentan, por consiguiente, garantiza la competitividad dentro del rubro que trabaje la empresa. (p.111-112), asimismo Becerra, Andrade, Díaz (2019), sostuvieron que el sistema de gestión de calidad acredita la certificación a través de procesos y subprocesos para el mejoramiento continuo. (p.3). De esta manera, Acuña, Romero, y López. (2016), mencionó para que el usuario se sienta satisfecho con el bien o servicio que adquiere, la empresa debe mantener una gestión de calidad, así mismo estos se preocupan por mejorar día a día sus procesos y resultados. Esto se implementado en muchas organizaciones como las universidades que se preocupan en garantizar una educación de calidad (p.476). Por otro lado basándonos en Hernández, Barrios y Martínez (2018), indicaron que la gestión de calidad siempre ha sido una fuente de investigación y estudio, y esto viene desde la revolución industrial, donde se realizaban inspecciones de calidad para poder conocer que productos estaban defectuosos y así mismo incorporar normas de calidad (p.180-181). Además, Silva y Rodríguez (2017), sostuvo que las empresas colombianas al contar con una gestión de calidad activa provocan un efecto de mejoramiento en sus procesos y sus productos terminados (p.-. 20). Sin embargo, Ibarra, Torres y Demuner (2017), mencionaron, el nivel de competitividad está por debajo, esto no se debe por que

sean pequeñas las empresas, el nivel bajo lo tienen por qué se centran en la producción y no en la consolidación como empresa (p. 110-111). Ortiz, Arredondo (2014), sostuvieron que la competitividad se relaciona con la innovación, tecnología y la gestión administrativa que pueda tener una empresa (p.58).

En el ámbito nacional, Lizarzaburu (2015), hizo mención, que la gestión de calidad en el Perú, no tienen barreras para poder exportar sus productos pues cuentan con diferentes tratados, pero el problema erradica en que la mayor parte no cuenta con certificación de calidad que es el ISO, pues esto demuestra que sus productos no tienen estándares de calidad, la mayoría de empresas se enfoca en la satisfacción del consumidor pero no en la calidad total del proceso, resultado final (p. 38). Por consiguiente. Campi, Font y Lazcano (2017), hicieron referencia que las percepciones de América Latina se rigen a través de países desarrollados con políticas similares a la del país donde viven asimismo para la competitividad es fundamental la infraestructura (p.71).

En el ámbito local la empresa Vita Juice S.A.C. es una empresa que se encuentra localizada en la ciudad de Lima -Perú. En el rubro de jugos que inició sus operaciones en el año 2008 dentro del mercado una empresa 100% peruana, y se encuentra instalada en los centros comerciales de Lima, tiene un formato de barra que le permite ofrecer una prestación rápida. Una de las principales ventajas es la ubicación estratégica en zonas comerciales, en la cual están ubicadas entidades financieras, restaurantes, hospitales, farmacias, entre otros. La empresa, en gestión de calidad se refleja el desempeño de sus trabajadores no es integral esto se debe a que los encargados de tienda solo hacen delegaciones de actividades y no supervisan, a través de correos electrónicos (anexo 5) por lo tanto el resultado final no se adecua con las metas de la empresa, por otro lado la empresa solo persiste en tener a sus empleados con el carnet de sanidad (anexo 6) y no contar con las certificaciones de calidad de su producto para que pueda ser competitiva, asimismo en sus procesos de preparación como son las tapiocas o jugos tienen un manual pero los empleados no se rigen a ello. En la empresa Vita Juice S.A.C. no se ha logrado ser competitiva, en la actualidad por falta de innovación productiva, planeación estratégica, falta de

registro de almacén (anexo7) , por otro lado carece de un control de procesos en su producción que son los complementos (anexo 8), asimismo su competencia directa que son las empresas que atienden en el mismo centro comercial, en el caso la empresa de Mi fruta abarca el mercado de jugos con frutos de la selva se encuentran en centros comerciales de Lima , en cuanto a competitividad como empresa es contar con *delivery* y precios bajos, manteniendo a sus consumidores fidelizados, por otro lado encontramos a su competencia la empresa Hijos de Fruta se centra en la combinación de todo tipo de fruta su punto estratégico está en el primer piso del centro comercial, por último la Gran Fruta se caracteriza por jugos naturales entre sus combos que ofrece son los sándwich caseros que a diferencia de la empresa Vita Juice S.A.C ofrece al consumidor Paninis (anexo5).La presente investigación planteo como objetivo general, Determinar la relación entre la gestión de calidad y la competitividad de la empresa Vita Juice S.A.C ubicada en el distrito de Independencia, en el año 2019 a fin de revelar si alguna de las variables ha tenido algún efecto sobre la otra.

En cuanto a los antecedentes internacionales: Sevilla y Salazar (2018), en su trabajo titulado: La gestión de la calidad del servicio y su impacto en la competitividad en las empresas de telefonía celular en la provincia de Tungurahua,(tesis de pregrado), Universidad Técnica de Ambato, sostuvo como objetivo determinar las estrategias de la calidad de servicio para incrementar la competitividad en la empresa CONECEL S.A "CLARO, quien realizó en este trabajo se manejaron teorías que corresponden a Cartagenova (2010) se refirió que la gestión de calidad es esencial para toda organización basada en el compromiso con el cliente, para la variable dependiente cito al autor Garay (2012), hizo referencia que la competitividad se basa en productos diferenciados de la competencia. El marco metodológico estuvo estructurado de acuerdo a la investigación de tipo aplicado, de diseño no experimental con nivel descriptivo correlacional, muestra 120 clientes internos, se empleó el instrumento de cuestionario y la técnica encuesta, los autores concluyeron que la adecuada gestión de calidad del servicio mejora la competitividad en la organización. Esta investigación aportó en nuestra línea de investigación en cuanto a la variable de gestión de calidad, enfatizo en el desarrollo y fortalecimiento de un producto o

servicio con la finalidad de mejorar la competitividad dentro del segmento que va dirigido., Proaño (2014), en su investigación titulada: La gestión de calidad y su incidencia en la competitividad de la empresa Multicisva S.A. de la ciudad de Ambato,(tesis de pregrado), Universidad Técnica de Ambato, se trazó como objetivo determinar cómo incide la gestión de calidad en la competitividad de la compañía Multicisva S.A, para gestión de calidad citó al autor Gómez (2005) mencionó que la gestión de calidad para una organización se obtiene con el compromiso de todos los miembros y la gestión que realice la empresa y para competitividad cito al autor

Vicente (2009) donde argumentó que la competitividad es la capacidad que tienen las organizaciones para ser mejor con los productos o servicios que imiten la competencia, la metodología utilizada enfoque cuantitativo y cualitativo, investigación exploratoria y descriptiva, determinó que la empresa al implementar un sistema de calidad aumentará los servicios prestados por Multicisva S.A., pues proporciona mejorar continuamente los servicios, propagar confianza y competitividad. Conforme al resultado, a nuestra investigación aportó que, si una empresa aplica métodos concernientes a la calidad, mejora permitiendo que sea competitiva y desarrollando ventajas frente al resto de las empresas y así obtener un posicionamiento dentro del mercado.

Con respecto a los antecedentes nacionales se tiene a: Obregón (2017), en su investigación titulada: La gestión de calidad y competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro alquiler de maquinaria y equipos de construcción en el distrito de Independencia, 2016. El tesista tuvo como objetivo planteado determinar la relación que existe entre las dos variables. La investigación se basó para la primera variable al autor Oligastri (2008), sostuvo para la primera variable es una manera de dirección que puede emplear las empresas para que la apreciación que tenga el cliente por el producto sea la mejor, para ello se debe contar con el compromiso de los colaboradores además permite determinar las políticas de calidad de acuerdo a todo el proceso que implica esta herramienta de gestión y para la variable competitividad el autor Padilla (2006), donde indico que la competitividad se vincula con el poder adquisitivo y la capacidad que el consumidor pueda tener. Utilizando para su metodología el enfoque cuantitativo, básico y de nivel correlacional. También

según la prueba de correlación de Spearman = 0.603 ($p = 0.000$), concluyó que existe correlación directa y significativa entre las variables. Esta investigación aportó considerablemente ya que, para tener una gestión de calidad en la empresa, los clientes son un factor importante para desplazarse y competir.

Guardia, (2017), en sus tesis titulada gestión de calidad de servicio y satisfacción de usuario en la oficina nacional de procesos electorales, Lima 2017, tuvo como objetivo determinar la relación entre ambas variables, la metodología de esta investigación enfoque cuantitativo, diseño no experimental, la muestra estuvo conformada por 281 usuarios, a través del Rho Spearman se obtuvo una correlación de 0, 872. Se concluyó que existe una relación positiva entre ambas variables, por consiguiente, el aporte de este trabajo de investigación es relevante ya que permite determinar que la gestión de calidad contribuyen a la empresa alcanzar las metas propuestas, por lo tanto, permite realizar acciones constantes., Alegre (2018), en su investigación titulada sistema de gestión de calidad y calidad de servicio de los trabajadores de la UGEL Tambopata 2018, tuvo como objetivo determinar la relación entre ambas variables, para la variable Gestión de calidad cito al autor Evans (2005), quien sostuvo que es un conjunto de funciones que tiene una empresa por ende deben estar interrelacionadas para el logro de los objetivos, la metodología utilizada es descriptiva, enfoque cuantitativo, la población estuvo conformada por 40 personas, se determinó a través del Rho Spearman =0, 336 que el sistema de Gestión de calidad en cuanto los resultados estadísticos manifiestan que la calidad impacta significativamente en las empresas. La aportación de la investigación, en cuanto a las variables que se van a estudiar es inferir que los procesos dentro de la productividad, permite alcanzar la competencia, por lo tanto, los resultados se enfocan en la gestión de calidad. Robles (2018), en su investigación titulada gestión de calidad y la optimización del gasto público en el Hospital Regional de Huacho, Lima 2017, el objetivo planteado establecer la relación entre ambas variables, para la primera variable cito a los autores Camisón, Cruz, Gonzáles (2006), quienes se refirieron que la gestión de calidad es fundamental para las estrategias que van dirigidas hacia el desarrollo de la organización, la metodología utilizada descriptiva, enfoque cuantitativa, la muestra estuvo conformada por 50 trabajadores. Los resultados obtenidos dan cuenta que la gestión de calidad tiene que asumir un adecuado liderazgo para lograr la optimización de recursos, a través del Rho

Spearman 0,700, reportan la existencia de una relación positiva y significativa. El aporte de esta tesis nos permite inferir que un sistema gestión de calidad es fundamental para el desarrollo de las organizaciones dado que la exigencia de los clientes ha trascendido a tal punto que las empresas tienen que trabajar con estándares cada vez más altos que les permita crear una ventaja competitiva. Gavedia(2019), en su investigación titulada gestión de calidad y competitividad en las mypes del sector servicio-rubro restaurantes campestres del distrito de Huacho, 2019, tuvo como objetivo determinar la relación entre las variables, para gestión de calidad se sostuvo con el autor Gaither(2000), que la gestión de calidad se basa en requisitos para cumplir con las perspectivas del consumidor, para la variable competitividad, se citó a Cabrera (2011), quien hizo referencia que las compañías tienen faces como producir, desarrollar por lo tanto sus productos terminado se dirigen a un mercado, permitiendo la competencia de otras empresas del mismo rubro, la metodología utilizada, enfoque cuantitativo, corte transversal, la muestra estuvo conformada por 14 MYPES, del sector restaurantes, se obtuvieron los resultados con una correlación de 0.814, quedando demostrado que la gestión de calidad influye dentro de este rubro, el aporte de esta investigación es que nos infiere la importancia de la segmentación de mercado para los productos, por consiguiente demuestra que es importante al momento de las estrategias que tiene para la empresa.

En las teorías para el desarrollo de la primera la Variable 1: Gestión de Calidad, se refiere que en la actualidad las empresas se enfocan en tener como una estrategia para poder ser competitiva, lo que incluye satisfacer las exigencias a través de un producto o servicio de calidad, asimismo las empresas se deben a los clientes, por lo tanto la empresa se enfoca en los procesos, a través del factor humano que es clave primordial para la gestión de calidad, por lo tanto es un factor imprescindible para la supervivencia de la empresa, para fundamentar la investigación en la parte teórica se citó al autor principal González y Arciniegas (2016), donde describieron que para una mayor superioridad y entendimiento de lo que constituye la gestión de calidad, debemos tener en cuenta que las definiciones de este término varían mucho, sin embargo, lo definieron como el conjunto de asignaciones que desarrolla la organización concerniente a la calidad de su producción o servicios y los métodos para

elaborarlos. Para ello debe estar compuesto de una estructura organizacional, los recursos que se disponen y la documentación que detalla elementos tales como las políticas, procedimientos e instrucciones, (p. 11). Los autores consideraron las siguientes dimensiones: (a) Liderazgo, (b) orientación de procesos y (c) mejora continua.

Por consiguiente, realizó la definición de cada dimensión y mencionó sus indicadores, para la primera dimensión liderazgo que son las personas que tienen una visión para la organización. Su propósito es trabajar en unión con sus colaboradores y uno de sus objetivos es mantener un buen clima organizacional donde cada uno del personal trabaje activamente para llegar a la meta de la empresa, y sus indicadores: Consideración, Motivación, Dirección, Compromiso, Orden, Comunicación. Asimismo, Elshaer y Augustyn (2016) consideraron que el liderazgo de la alta dirección tiene relativamente el efecto más fuerte sobre la ventaja competitiva, demostrando así, ser la fuente más importante de la competitividad (p.1286). La segunda, orientación a procesos que los procesos nos ayudan a orientarnos en la secuencia de la producción de un producto o servicio para determinar los procesos necesarios que ella conlleva cuyos Indicadores: Número de mermas, Eficiencia, Reducción de errores de facturación, Número de reclamos, Capacidad. La tercera, mejora continua que dentro de una organización se toma decisiones diariamente, por lo cual se aplica mejoras en cada decisión, donde se refleja la calidad que una empresa debería tener para ser competitiva en el mercado sus indicadores: Innovación, Encuestas realizadas, Capacitación, Evaluación, Simplificación de procesos. Dentro de la organización es indispensable gestionar la calidad, ya que esta es percibida por nuestros clientes y los colaboradores son los responsables de que esto marche de manera adecuada tanto en la atención al cliente como en los procesos. Tal como Molina, Tarí, Pereira, López y Pertusa (2015) explicaron que mientras más avanzado este el tiempo, aumentará la posibilidad de alcanzar la satisfacción del cliente, reducir errores, aumentar la calidad de servicio, ofreciendo de esta manera un mejor servicio que el de sus competidores y a su vez le permite obtener ventajas de diferenciación y costes (p.51).

Por otro lado, Álvarez (2015), manifestó que la gestión de la calidad está constituida por todas las participaciones llevadas a cabo por el rumbo de la empresa que es el encargado definir y poner en práctica las políticas de calidad mediante tres fases: Planificación, organización y control (p.24). En ese sentido es importante tener en cuenta el proceso administrativo, puesto que si nos referimos a gestión de calidad incluye una definición de políticas, generación de objetivos, la división de tareas que tienen que ser monitoreadas para el cumplimiento de los requisitos para alcanzar la excelencia, sus dimensiones: Planificación de la calidad, es la etapa donde se definen las políticas de calidad, se establecen los metas y se crean las tácticas para obtenerlos. Es parte del proceso enfocado a conocer al cliente, determinar sus necesidades con el objeto de desarrollar los procesos y productos que cumplan con la expectativa del consumidor para satisfacerlos y transmitirlos a las unidades operativas. Organización para la calidad, el planteamiento de la estructura adecuada la estructura, los métodos y los recursos establecidos para desarrollar la gestión de calidad. Es la división de tareas, funciones y su coordinación. El control de la calidad, es la agrupación de actividades orientadas a supervisar para efectuar los requisitos para obtener la calidad. Es la evaluación de la calidad de la producción con la del diseño planteado. En esta etapa medimos la calidad para compararlas con las normas y actuar sobre las diferencias.

Asimismo, Días, Vaz y Gasparini, (2016), sostuvieron que Gestionar la calidad es importante ya que nos permite reducir costos, desarrollar una mejora continua en los procesos generando competitividad, dado que tendrá la capacidad de ofrecer productos de calidad a un bajo costo (p.50). Por otro lado, Velasco (2015), manifestó que, mejorar la calidad es clave para garantizar la continuidad a largo plazo de una empresa, generando servicios para los consumidores, propietarios, personal, abastecedor y en general. Las organizaciones necesitan de un marco de referencia que les permita transmitir, guiar a todos los miembros de la empresa hacia la obtención de las metas planteadas. El inicio de gestión de calidad son el conjunto de normas enfocada al mejoramiento continuo que una empresa debe seguir si pretende consolidarse y ser exitosa (p. 176), por lo que indicó las siguientes dimensiones, El primero

liderazgo que son los líderes son los encargados de la ejecución en cuanto a gestión de calidad, por lo tanto, deben difundir las políticas a los trabajadores para que estas sean entendidas y aplicadas de manera eficiente para lograr los objetivos. El segundo, enfoque a procesos que consiste en gestionar y organizar actividades en proceso de manera que ayuden a la obtención de buenos resultados. El tercero, mejora continua que es el conjunto de acciones que realizan las empresas dedicado exclusivamente a mejorar continuamente sus procesos mediante la identificación de áreas que son susceptibles de ser mejoradas. Del mismo modo los autores Zambrano, O. Almeida, O. (2018) mencionaron que se utiliza por las organizaciones para el desarrollo fructífero juega una labor concluyente en la eficacia de vida de los colaboradores, siendo estos el comienzo fundamental para el logro de metas y objetivos estratégicos orientados hacia el desarrollo y esparcimiento organizacional. (p.83), por consiguiente Pino, Ponce, Avilés, Carmen, & Vallejos (2015). Sostuvieron que se tiene que diseñar una estrategia salarial relacionada con los incentivos del trabajador para una labor remuneradora y positiva, relacionado con los resultados planteados (118).

Del mismo modo Arana, Gómez, y Andrade (2018) indicaron con respecto a la alta gerencia es el elemento clave de la organización y se ha alcanzado identificar que las organizaciones necesitan una visión y planeación estratégica, por lo cual se recomienda promover la capacitación en gestión organizativa con base en teoría administrativa, para aumentar las habilidades empresariales. (p. 18), por ende, Bouranta, Psomas, Suárez, y Jaca, (2019). Consideraron que la gestión de calidad es un instrumento fundamental para el desarrollo de la innovación, en consecuencia, la competitividad. Asimismo, la gestión de calidad tiene cinco dimensiones claves: (a) apoyo al liderazgo y a la alta dirección, (b) formación y participación de los empleados, (c) información y aprendizaje, (d) gestión de procesos y orientación al cliente. También Kafetzopoulos, Gotzamani, y Gkana (2015), explicaron que facilitar la excelencia y el rendimiento de la innovación directamente contribuye con el desempeño del negocio asimismo ofrece a implicaciones claras a los gerentes, sugiriendo prestarle mayor atención a la gestión de calidad y a las cuatro dimensiones de la innovación. (p.11779). De la misma manera Beilmann, y Clever, (2019). Describieron que el Business

Process Management y QM forman una fuerte alianza y que por medio de BPM se puede establecer una gestión de la calidad acorde en una organización produce un bien mutuo, sin embargo, a pesar de su uso no se refleja la ventaja que representaría la combinación de estos dos enfoques teóricos. (p. 167). Molinéro, Abdérafi, Christine, Jeoffrion., Barbara, Steve, Luc. (2018). Sostuvieron que el sistema de gestión de calidad involucra a toda la organización, y que en una empresa pública es más difícil poder tener el sistema de gestión de calidad que una empresa privada (p.2)

Para el desarrollo de la segunda variable Competitividad, se hace referencia como la capacidad que abarca una empresa tanto privada como pública a través de ventajas, innovaciones que permitan un posicionamiento de un producto innovador o el desarrollo de un negocio y por lo tanto ser competitivo, por lo tanto se considera los niveles de competitividad interna y externa, para la primera está enfocado en alcanzar a través del personal, ideas y para la externa está enfocado en la elaboración de los logros se refiere al nivel de competencia frente a otras empresas que tiene la empresa, como autor principal se citó a Rubio y Baz (2015), quienes definieron que la competitividad es lo que permite a una empresa ser exitosa en el mundo que se desenvuelve, una empresa es competitiva cuando logra desarrollar productos y servicios cuyos costos y calidades son comparables o superiores a los de sus competidores en el resto del mundo. (p.8). Una empresa es competitiva si ha alcanzado obtener una ventaja frente a sus competidores, logrando una mayor rentabilidad, ya que su producto o servicio posee características únicas que le permite mejorar su participación en el mercado y satisfacer las necesidades que el mundo moderno requiere, el autor dimensionó sus variables e indicadores, por consiguiente, para para la variable: Innovación productiva, planeación estratégica, operación y producción.

Con respecto a la primera dimensión productividad que es una oportunidad de crecimiento de la empresa frente a su competencia con nuevas ideas, productos, servicios de un determinado producto, con la intención de ser útiles para el crecimiento y competitividad por lo tanto los consumidores se vean más atraídos por el producto, consideró los siguientes Indicadores: Capacitaciones, Necesidades del cliente, Modelo de negocio, Tecnología,

Variedad de productos. La segunda dimensión, Planeación Estratégica: dentro de una empresa es importante porque permite trabajar bajo un plan, de propósitos a diferentes plazos, políticas para la realización y seguimiento, por lo que permite ofrecer ventajas competitivas. Indicadores: Metas, Políticas, Competencia, Recursos humanos, Objetivos. La tercera dimensión que es producción y operaciones que es importante en la empresa porque, radica en la diversidad de los procesos de elaboración, sobre la competitividad de la empresa, certificaciones, flexibilidad en procesos productivos, para la expansión de nuevos productos permitiendo que el nivel de competitividad sea mayor. Indicadores: Procesos de producción, Planeación de producción, Área de trabajo, Registro de almacén, Control de procesos. Asimismo los autores Voinescu y Moisoiu (2014) sostuvieron que, la lucha entre los países por la búsqueda de una ventaja competitiva, a través de los avances tecnológicos, diseños de productos diferenciados o de la personalización de los productos y el mejoramiento de los servicios prestados se debe a que la competitividad es un requisito imprescindible para el aumento de la economía mundial, es por ello que las naciones con un bajo desarrollo muestran una gran preocupación en relación a este tema.. (p. 512). En la etapa de evaluar la competitividad Petrov, Kharitonov, y Polyakova (2019) señalaron que el procedimiento para para evaluar la competitividad de los procesos tecnológicos, se debe tener en consideración, el nivel de la tecnología, calidad, empleada y el costo de producción. (167), la estimulación para que una empresa sea competitiva el autor Gheribi (2017), sostuvo que la creación de nuevas ideas ayuda a las empresas a sobrevivir en el mundo empresarial actual ya que sirve para mejorar los procesos y productos a la vez los gerentes deben trabajar en la creación de nuevos productos para reemplazar a aquellos que los clientes dejan de consumirlos, una representación clara de lo antes expuesto son los restaurantes puesto que carecen de conocimientos científicos que les permita la sofisticación de la industria dado que solo se centran en la producción de alimentos. (p. 125).

La competitividad es una herramienta para las empresas que suelen estar dentro del mercado competitivo para ello el autor Ramírez, castellano (2013) mencionó que la competitividad se constituye a partir de componentes en los

campos de trabajo de las empresas, la toma de decisiones y ejecución como es la gestión, la innovación, productividad y recurso humano (p.29). Dentro de las organizaciones la competitividad es una ventaja porque permite ser superior frente a los competidores a través de la rentabilidad, porque es capaz de ofrecer un producto con innovaciones a un precio que sea atractivo dentro del mercado. El autor mencionó las siguientes dimensiones: La primera, crecimiento de la Productividad que es El desarrollo de la producción total de elementos se vinculado con el acceso real por habitantes, ingresos de productividad están relacionados por las innovaciones. La segunda, Desempeño Comercial que Compete a la variación en las estructuras de bienes con superioridad en capacidad tecnológica, asimismo el valor agregado que puedan otorgar las empresas a su producto para tener un mejor superávit y por último el tercero que son los costos que dentro de la industria es competitiva la empresa cuando su precio es menor o igual a su competencia, por lo tanto es la capacidad de liquidar productos o servicios en relación con otros competidores, la creación del valor agregado contribuye que la empresa sea más eficiente dentro del mercado, por lo tanto, rentabilidad será mayor que sus contendientes.

Por consiguiente, Pecina (2016) conceptualizó lo siguiente que la competitividad se usa frecuentemente para indicar que personas, empresas, industrias, países son mejores que otros con los que compiten, ya que vivimos en un universo de competitividad, las personas buscan condiciones laborales que les permitan alcanzar mejores ganancias, las organizaciones se disputan por conquistar mercados, incrementar su intervención en mercados nacionales y extranjeros. (p.52), en consecuencia, las empresas alcanzan la competencia al diferenciarse de su competencia para alcanzar el rendimiento y superioridad de intervención en el mercado nacional e internacional. La competitividad es una lucha por un mercado entre empresas rivales, el conocimiento y la información de las ventajas competitivas y las debilidades propias y el de los competidores es esencial ya que conocido esto debe actuarse de manera que todo lleve al fortalecimiento de los propios puntos fuertes y se agraven los puntos débiles del adversario. El autor sostuvo las siguientes dimensiones: innovación, tecnología, tiempo. En cuanto a la primera dimensión (a) Innovación: Se orienta a las potencialidades de las personas, en buscar añadir el conocimiento para apoyar

la innovación productiva, lo que se busca es responder competitividad dentro del mercado. (b) Tecnología: Es un elemento que incluye avances para la organización que determinan la competitividad frente a otras empresas. (c) Producto: Se caracteriza por los atributos como son el valor agregado lo que establece el precio y la calidad. La competencia influye en la sociedad, las empresas se enfocan en llegar al punto más alto en cuanto a competir con otras organizaciones ya sea del mismo rubro, para ello hay diferentes factores que determinan a una empresa competitiva dentro del mercado local o extranjero, por lo tanto, su margen de ganancia será mayor. Asimismo Cevallos (2016), Conceptualizo que la competitividad no solo se baja a un régimen económico sino que involucra varios factores en los países que trabaja dentro de un segmento (p. 314).

Como muestra de la competitividad de una empresa de servicios Ivkov, Blešić, I., Simat, Demirović, Bozie, y Stefanović (2016). Dijeron que en un rubro tan competitivo y dinámico como el de la restauración, es importante que los gerentes sean proactivos y que más allá de ofrecer un servicio, deben pretender crear una experiencia en los clientes, de ahí que deben tener en cuenta que es importante mantener la competitividad mediante una respuesta rápida al requerimiento de los clientes. (p.1169) en otras palabras Li y Luo (2018). Manifestaron que existen muchos sistemas que pueden aportar a la competitividad de las empresas como la trazabilidad de alimentos para mantener los alimentos conservados a lo largo de la cadena de suministro, convirtiéndose en una fuente de ventaja competitiva ya que puede ayudar a la empresa a adaptarse a los cambios de manera eficiente y aun bajo costo. (p.23). Asimismo Magaña, Sanginés, Salazar y Leyva (2017). Manifestaron que la competitividad está influida por la característica del producto que puede poseer frente al resto, las políticas y la productividad (p.44).

Para la presente investigación se consideró como problema general de investigación: ¿Cuál es la relación entre la gestión de calidad y la competitividad en la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia- 2019?, entre los específicos tenemos: el primero ¿Cuál es la relación entre liderazgo y competitividad en la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia- 2019?, el segundo ¿Cuál es la relación entre orientación de procesos y competitividad en la empresa Vita Juice

S.A.C., Independencia- 2019?, el tercero ¿Cuál es la relación entre mejora continua y la competitividad en la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia-2019?

En la presente investigación se justificó a través de, justificación teórico, se sustentó en los autores principales para la primera variable, Gestión de calidad al autor, Gonzáles y Arciniegas y para la segunda variable al autor Rubio y Baz, la globalización de los mercados ha provocado que las empresas atraviesen por un proceso de transformación que conlleva a identificar oportunidades y retos, creando un entorno competitivo, dinámico, turbulento e imprevisible haciendo que las pymes peruanas respondan ante las exigencias del medio. Esta indagación se efectúa con el objetivo de contribuir con el conocimiento de las variables gestión de calidad y competitividad, cuyos resultados podrán ser objeto para la realización de estrategias y propuestas para la mejora de la empresa, y al mismo tiempo pueda ser incorporado como conocimiento a la gestión de organizaciones ya que se demostraría que dicha relación es esencial para generar organizaciones sustentables y que la empresa logre ser competitiva en términos de mercados globales. Justificación práctica, Las empresas enfocan en la obtención de utilidades y de su supervivencia en el mercado, es por ello que es importante gestionar la calidad, esto consiste en seguir las instrucciones, preparaciones y prácticas que requieren para alcanzar una labor aceptable, en representación de ello tenemos a Viana y Sehnem (2018) con respecto a la actividad artesanal, un modelo fundamentado en las teorías administrativas, puede contribuir con el desarrollo profesional de la gestión del artesanado al incrementar su competitividad y abarcar aspectos de sostenibilidad (p.264) por lo tanto esta investigación se llevará a cabo debido a que existe la necesidad de alcanzar la excelencia en la empresa ya que el nivel competitivo que alcance depende de los atributos de la organización y de su adaptación al cambio para lograr que el desempeño del trabajador sea más útil y productivo para la empresa. Por otro lado, también contribuye con la toma de determinaciones relacionado a la gestión de calidad y el vínculo que existe con la competitividad de la empresa Vita Juice S.A., proporcionando conocimiento a los líderes e integrantes de la institución, para alcanzar la satisfacción del cliente y del trabajador en consecuencia generar una mayor rentabilidad. Justificación

metodológica, La finalidad de desarrollar la presente investigación es viabilizar la solución a los problemas sobre la insuficiencia de satisfacción, confianza del consumidor; así mismo determinar qué importancia tiene la búsqueda de la excelencia empresarial dentro de un determinado contexto socioeconómico. En esta investigación se utilizó la metodología científica; que consistió en conocer un problema, recopilar información para que nos permita realizar mediante una investigación formal aportaciones que sumen a que la empresa obtenga las características sobresalientes para alcanzar el rendimiento óptimo que le permita adecuarse constantemente a las nuevas condiciones del entorno, analizando las teorías relacionadas a la gestión de calidad y la competitividad para a través de la aplicación de la encuesta a los trabajadores formular soluciones a través del planteamiento de las hipótesis que serán de mucha importancia para investigaciones posteriores, en especial para empresas que pueden estar atravesando por problemas similares. Asimismo, identificar los objetivos a desarrollar, ya que estos nos servirán como apoyo para alcanzar el propósito académico y social mediante las pruebas requeridas para que nuestros resultados tengan validez y cumplan con los estándares de exigencia científica. Justificación social, que es imprescindible la gestión de la calidad en el rubro de juguerías, si bien es cierto existen diferentes locales que brindan el servicio, existe una gran deficiencia en cuanto a la atención de los clientes, a la infraestructura de los locales y la falta de capacitación para la manipulación de alimentos. La investigación se ejecutó con la finalidad de identificar áreas susceptibles de mejora, lo que reforzará a aportar con el progreso del país en su conjunto con nuevas inversiones en el sector servicios para el crecimiento de la economía, creando más puestos laborales y al mismo tiempo crear una buena imagen de la empresa ante la sociedad al cubrir sus necesidades y superar sus expectativas al momento en que estos reciben el servicio.

Como soporte de la investigación se consideró como hipótesis general: Existe relación entre la gestión de calidad y la competitividad de la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia- 2019 y para las hipótesis específicas: el primero si existe relación entre el liderazgo y la competitividad de la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia- 2019. El segundo si existe relación la orientación a procesos de la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia- 2019. El tercero si

existe relación entre la mejora continua de la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia- 2019.

La investigación planteó como objetivo general: (a) Determinar la relación entre la gestión de calidad y la competitividad de la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia- 2019 y en cuanto a los objetivos específicos: El primero identificar la relación entre el liderazgo y la competitividad de la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia- 2019. El segundo identificar la relación entre orientación a procesos y la competitividad de la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia- 2019. El tercero, identificar la relación entre mejora continua y la competitividad de la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia- 2019.

II. METODOLOGÍA

2.1 Diseño de investigación

Tipo y diseño de investigación

El diseño que se empleó en la investigación fue descriptiva y correlacional, porque antes de fijar una relación, se tuvo que estudiar y describir por independiente la conducta de cada variable.

La investigación abarcó únicamente a la empresa Vita Juice S.A.C en el centro comercial del distrito de Independencia 2019.

Tipo de investigación

Aplicada

Hernández, Fernández y Baptista (2010) mencionaron “La investigación aplicada también percibe el nombre de práctica o empírica. Se caracteriza porque indaga la aplicación o utilización de los conocimientos que se adquiere” (p.45).

La investigación es aplicada porque los resultados que se obtuvieron fueron utilizados para resolver la relación entre la gestión de calidad y la competitividad de la empresa Vita Juice S.A.C, de modo que lo que se buscó a través de las teorías relacionadas al tema dar solución a la problemática que se presentó en la organización.

Nivel de investigación

Correlacional

Hernández, Fernández y Baptista (2014) describieron:

Los estudios correlacionales buscan responder a preguntas de investigación este tipo de estudio tiene como finalidad conocer la relación o nivel de asociación que existe entre dos o más conceptos variables en una muestra en particular. (p. 93)

El estudio correlacional asocia a las variables gestión de calidad y competitividad con el objetivo de conocer el grado de relación de sus conceptos, por lo tanto, se analizó su correlación, si una de las variables cambia, la segunda también cambia ya sea de manera positiva o negativa.

No experimental

Los autores Hernández, Fernández y Baptista (2014), mencionaron: “Como la indagación que se realiza sin manipular deliberadamente las variables, por lo tanto, se refiere a estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables” (p.152).

Hacen referencia que no se manipulan por lo tanto es fundamental tal y como se dan, por consiguiente, las variables sin influir en ninguna de ellas para determinar su relación, por lo tanto, se hace descripción de estas. Se limitó a observar de qué manera se viene dando el fenómeno de la problemática de la empresa Vita Juice S.A.C. ya que no se realizó ningún experimento alguno.

Corte transversal

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), mencionaron: “el diseño de corte transversal hace referencia a los datos que se recolectan en un espacio de tiempo” (p.154).

Se centró en recolectar la información en un periodo de tiempo con la finalidad de describir las variables, para ello se pudo obtener a través de la encuesta la opinión de los 30 trabajadores en un solo momento.

Enfoque cuantitativo

Mediante los autores Hernández, Fernández y Baptista (2014), manifestaron:

El enfoque cuantitativo es secuencial probatorio, diseña un procedimiento, se establecen las variables en un determinado contexto, se analiza las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos y se extrae conclusiones con relación a las hipótesis. (p.126)

El enfoque cuantitativo permitió la recopilación de datos, a través de las preguntas de investigación, que pudieron ser medibles para tener obtener un resultado por medio de números y métodos estadísticos, por lo tanto, se probó la hipótesis mediante el procesamiento de datos en el programa Spss.

2.2 Operacionalización de variable

Variable 01: Gestión de calidad

Los autores Gonzáles, Arciniegas. (2016) conceptualizaron:

Como el conjunto de asignaciones que desarrolla la organización concerniente a la calidad de su producción o servicios y los métodos para elaborarlos. Para ello debe estar compuesto de una estructura organizacional, los recursos que se disponen y la documentación que detalla elementos tales como las políticas, procedimientos e instrucciones. (p.11)

Variable 02: Competitividad

Con respecto a la competitividad Rubio y Baz (2015) lo define como:

La competitividad es lo que permite a una empresa ser exitosa en el mundo que se desenvuelve, una empresa es competitiva cuando logra desarrollar productos y servicios cuyos costos y calidades son comparables o superiores a los de sus competidores en el resto del mundo. (p.8)

Tabla 01.

Operacionalización de la variable Gestión de calidad

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	N° de ítem	Escala de medición		
Gestión de calidad	Según González, Arciniegas. (2016) conceptualizaron: Para una mayor superioridad y entendimiento de lo que constituye la gestión de calidad, debemos tener en cuenta que las definiciones de este término varían mucho, sin embargo, lo definiremos como el conjunto de asignaciones que desarrolla la organización concerniente a la calidad de su producción o servicios y los métodos para elaborarlos. Para ello debe estar compuesto de una estructura organizacional, los recursos que se disponen y la documentación que detalla elementos tales como las políticas, procedimientos e instrucciones, (p. 11).	La gestión de calidad se midió con 3 dimensiones: (a) liderazgo, (b) orientación a los procesos, (c) mejora continua. Mediante 30 ítems para la variable, así mismo se procesó en el programa SPSS versión 24.	Liderazgo	Consideración	1-2	Ordinal - Tipo Likert Modificado		
				Motivación	3-4			
				Dirección	5-6			
				Compromiso	7-8			
				Orden	9-10			
			Comunicación	11-12	Orientación a los procesos		Número de mermas	13-14
			Eficiencia	15-16				
			Reducción de errores de facturación	17-18				
			número de reclamos	19-20				
			Capacidad	21-22			Mejora continua	Innovación
encuestas realizadas	25-26							
Capacitación	27-28							
Simplificación de procesos	29-30							

Tabla 02.

Operacionalización de variables de la variable competitividad

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	N° de ítem	Escala de medición
Competitividad	Rubio y Baz (2015), definió La competitividad es lo que permite a una empresa ser exitosa en el mundo que se desenvuelve, una empresa es competitiva cuando logra desarrollar productos y servicios cuyos costos y calidades son comparables o superiores a los de sus competidores en el resto del mundo. (p.8)	La competitividad se midió con 3 dimensiones: (a) productividad, (b) planeación estratégica, (c) producción y procesos, mediante 30 ítems para la variable, se procesó en el programa SPSS versión 24.	Productividad	Capacitaciones	1-2	Ordinal - Tipo Likert Modificado
				Necesidades del cliente	3-4	
				Modelo de negocio	5-6	
				Tecnología	7-8	
				Variedad de productos	9-10	
			Planeación estratégica	Variedad de precios	11-12	
				Metas	13-14	
				Políticas	15-16	
				Competencia	17-18	
				Recursos humanos	19-20	
Producción y procesos	Objetivos	21-22				
	Procesos de producción	23-24				
	Planeación de producción	25-26				
	Espacio área de trabajo	27-28				
	Registro de almacén	29-30				

2.3 Población, muestra y muestreo

Población

Para Hernández, Fernández y Baptista (2010) definió la población “conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p.174).

Una población es un grupo de personas, objetos que tiene la misma característica que son de interés de parte del investigador. Por consiguiente, la población de la presente investigación estuvo compuesta por los trabajadores en planilla de la empresa Vita Juice S.A.C. en el distrito de Independencia los que ascienden a su total de 30 empleados.

Censo

Según Tacana (2016) “los censos, son la principal fuente de los datos demográficos, es decir de población o de habitantes en un lugar. Por la gran cantidad de información que manejan, dan una fotografía de la población” (p.125).

Debido a que la población a encuestar estuvo conformada por 30 trabajadores de la empresa Vita Juice S.A.C, se trabajó con el censo que es un procedimiento de recolección de datos, mediante el cual la información se consigue es una operación que se trabaja con todos los individuos por lo tanto no se trabaja con muestra sino con la población total.

Criterio de inclusión:

El personal de venta y encargados de tienda de los dos turnos en el centro comercial ubicado en el distrito de Independencia.

Criterio de exclusión:

Los empleados y encargados de tienda de los centros comerciales de real plaza Salaverry, Jockey plaza, la Rambla Pueblo libre.

Empresa	Censo
Vita Juice S.A.C	30 trabajadores en planilla
Total	30

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Técnica

Pino (2010), determinó

La encuesta es una técnica de recolección de datos mediante la cual los investigadores recopilan información de una gran cantidad de individuos, mediante la aplicación de una serie de preguntas (cuestionario) elaboradas previamente, sin provocar alteraciones en el entorno ni en las variables donde se desarrolla la investigación. (p.50)

La encuesta es una técnica que permitió obtener y elaborar datos de forma rápida y eficaz, a través de las manifestaciones de los trabajadores de la empresa Vita Juice de manera estandarizada.

La encuesta es la capacidad de dar respuesta, se constituye en una serie de preguntas que se enfocan a la problemática planteada, por ello se, Por consiguiente, se utilizó la técnica de la encuesta a fin de recopilar los datos de los 30 trabajadores de la empresa Vita Juice S.A.C.

Instrumento

Para realizar una investigación fue necesaria la utilización de un instrumento de recolección de datos que nos permita medir las variables con respecto a la problemática planteada mediante el llenado de un cuestionario, que estuvo conformado por 30 ítems para cada variable, tipo Likert.

Pino (2010), determinó “el instrumento de recolección de datos refiere al recurso empleado por el investigador con la finalidad de recabar información a un tema específico” (p.15)

El instrumento es la iniciación de cualquier requerimiento que el indagador utiliza para aproximarse a los fenómenos y sacar información de ello, asimismo sintetiza la investigación realizada.

El instrumento es el formulario que contiene preguntas concretas dirigidas a los trabajadores de la empresa Vita Juice S.A.C sobre las variables de las que se desea información fiable, válidas y que puedan ser cuantificadas

Según Sabino (2014) mencionó “la recopilación de datos, es la iniciación de cualquier procedimiento, que se vale el investigador para acercarse a los fenómenos y alcanzar de ellos información. Dentro de cada herramienta determinado se puede distinguir dos aspectos diferentes: forma y contenido” (p.108).

Para conseguir información sobre las variables en estudio es necesario reunir información a través de un instrumento de recolección de datos que sea más conveniente para el estudio.

Validez

El presente proyecto de tesis se procedió a validar los cuestionarios a través del juicio, profesores de la universidad Cesar Vallejo, se entregó a cada uno el modelo, quienes en una primera ocasión realizaron observaciones de nuestro cuestionario, sugiriendo que las observaciones fueran corregidas y levantadas las observaciones, quienes en la segunda oportunidad el cuestionario fue aplicable.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) “la validez en términos generales se refiere al grado en el que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir” (p.200).

La validez engloba y fija si los resultados obtenidos cumplen con los requisitos del método de investigación, por lo tanto, mide rigurosamente la variable que pretende medir.

Heale, y Twycross (2015) La validez es una cualidad que debe poseer un instrumento de investigación para que el concepto que se pretenda estudiar sea medido con exactitud. Se considera que es confiable si el instrumento es aplicado a otra empresa con las mismas características y el resultado es el mismo. (P. 66)

La validación tiene la siguiente fórmula y aplica para todos los ítems

$$V = \frac{X - l}{K}$$

Donde

V= V de Aiken

X= Promedio de evaluación de los jueces

K= Riesgo de la evaluación (Max-Min)

L= Evaluación mínima posible

Confiabilidad

Para determinar la confiabilidad de los cuestionarios de gestión de la calidad y competitividad se procedió mediante el programa SPSS 24, calculando el coeficiente de alfa de Cronbach.

Hernández, Fernández y Baptista (2010) "la confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto, produce iguales resultado" (p.98).

La confiabilidad hace referencia a que un cuestionario se someta a la búsqueda de resultados y por ende concuerden con los mismos resultados en diferente ocasión, por consiguiente, se sostiene que tiene un alto nivel de confiabilidad.

Alfa de Cronbach

Para Huamachumo y Rodríguez (2015) indican que "el alfa de Cronbach, valida la relación entre las preguntas formuladas y las respuestas obtenidas. Si es menor a 0.8 u 80%, el investigador debe replantear las preguntas" (p. 194).

El coeficiente de alfa se representa como el término del coeficiente de confiabilidad, por consiguiente, el coeficiente de alfa tiene una mayor precisión con 0.80.

Tabla 03.

Estadísticos de Confiabilidad del Instrumento

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,794	30

Fuente: SPSS V.24.

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,884	30

Fuente: SPSS V.24.

Después de aplicada la encuesta sobre Gestión de Calidad y Competitividad a 30 Trabajadores de la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia -2019”, se obtuvo como resultado un valor de 0,794 en la variable Gestión de calidad y 0,884 en la variable Competitividad, demostrando de esta manera que el instrumento tiene

Tabla. 04

Confiabilidad

Coeficiente	Grado de correlación
0,00	No existe correlación alguna entre las variables
0,01 – 0,99	
0,10 – 0,24	Correlación positiva muy débil
0,25 – 0,49	Correlación positiva débil
0,50 – 0,74	Correlación positiva media
0,75 – 0,90	Correlación positiva considerable
0,91 – 1,00	Correlación positiva muy fuerte
	Correlación positiva perfecta

Fuente: Huamanchumo, H. y Rodríguez, J. (2015). Metodología de la Investigación en las Organizaciones. Lima: Editorial Summit

Donde:

K= el número de ítems.

$\sum Si^2$ = sumatoria de varianzas de los ítems.

ST^2 = varianza de la suma de los ítems.

a= coeficiente de Alfa de Cronbach.

2.5 Procedimiento

En la recolección de datos, se llevó a cabo con 30 trabajadores de la empresa Vita Juice, se contactó con la encargada de tienda para realizar las encuestas en hora de break, durante los días (30, 31 de Mayo), el primer día se encuestó a la mitad, y el 31 el restante, no encontramos dificultades por lo tanto fue un promedio de 45 minutos que demoró la encuesta, una vez recogida las encuestas se procedió a pasar al programa Excel para sacar los promedios de cada dimensión, por consiguiente se trasladó al programa SPSS versión 24, para obtener los resultados estadísticos: nivel de confiabilidad, tablas cruzadas, correlación de variables.

2.6 Método de análisis

Se enfoca en definir el nivel de relación entre las dimensiones de la variable 1 y la variable 2, se utilizó el programa spss versión 24, para el análisis de los datos tomando en cuenta los objetivos y las variables de la investigación para determinar la influencia que tiene una variable sobre la otra, al finalizar este análisis se elaboran las conclusiones de la investigación con respecto a los datos obtenidos.

Estadística descriptiva

Es el procedimiento mediante el cual se recopila la información, el cual incluye las tablas de frecuencia para observar la conducta de ambas variables y las dimensiones estudiadas, y el alfa de Cronbach para establecer la fiabilidad del instrumento aplicado.

Estadística inferencial

Consiste en obtener las conclusiones, incluye la contratación de hipótesis que se usó para determinar el grado de relación que existe entre las variables y las dimensiones en estudio, además del tipo de prueba de correlación de hipótesis de Spearman.

2.7 Aspectos éticos

Para dar conformidad se utilizó el programa turnitin, por otro lado, se solicitará el permiso respectivo para la utilización de su nombre en la redacción del proyecto, se desarrolló en el centro comercial de Independencia.

Originalidad

Para la sustentación teórica de la investigación se hicieron las respectivas referencias de los autores de las citas mencionadas, así como también se aportó las ideas de los autores de la investigación.

Confidencialidad

Se asumió con discreción las respuestas emitidas de las personas encuestadas, con el fin de evitar situaciones que perjudiquen en el ámbito laboral.

III. RESULTADOS

Tablas cruzadas de variables

Tabla 05.

Tabla cruzada Distribución de frecuencia para Gestión de calidad y competitividad.

Gestión de Calidad	Competitividad		
	Regular	Bueno	TOTAL
Regular	66.7%	6.7%	73.3%
Bueno	00.0%	26.7%	26.7%
TOTAL	66.7%	33.3%	100,0%

INTERPRETACIÓN: En la tabla N°05, se puede afirmar que gestión de calidad es Regular en un 73.3% y que competitividad es Regular con un 66.7%.

No obstante, el objetivo General de la investigación era Determinar la relación entre Gestión de calidad y competitividad en la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia -2019; mediante los resultados se puede indicar que cuando Gestión de calidad es Bueno, competitividad es Bueno en un 26.7%. En cambio, cuando Gestión de calidad es Regular, competitividad es Regular en un 66.7%

Tabla 06.

Distribución de frecuencia para Liderazgo y Competitividad.

Liderazgo	Competitividad		
	Regular	Bueno	TOTAL
Regular	66.7%	0.0 %	66.7%
Bueno	00.0%	33.3%	33.3%
TOTAL	66.7%	33.3%	100,0%

INTERPRETACIÓN: En la tabla N°06, No obstante, el objetivo específico de la investigación era determinar la relación entre Liderazgo y competitividad en la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia -2019; mediante los resultados se puede indicar que cuando Liderazgo es Bueno, competitividad es Bueno en un 33.3%. En cambio, cuando Gestión de calidad es Regular, competitividad es Regular en un 66.7%.

Tabla 07.

Distribución de frecuencia para orientación a procesos y competitividad

Orientación a Procesos	Competitividad		
	Regular	Bueno	TOTAL
Regular	66.7%	16.7%	83.3%
Bueno	00.0%	16.7%	16.7%
TOTAL	66.7%	33.3%	100,0%

INTERPRETACIÓN: En la tabla N°07, se puede afirmar que Orientación a procesos es Regular en un 83.3% y que competitividad es Regular con un 66.7%.

No obstante, el objetivo específico de la investigación era determinar la relación entre Orientación a procesos y competitividad en la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia -2019; mediante los resultados se puede indicar que cuando orientación a procesos es bueno, competitividad es bueno en un 16.7%. En cambio, cuando orientación a procesos es regular, competitividad es regular en un 66.7%.

Tabla 08.

Distribución de frecuencia para Mejora continua y Competitividad

Mejora Continua	Competitividad		
	Regular	Bueno	TOTAL
Regular	66.7%	10.0%	76.7%
Bueno	00.0%	23.3%	23.3%
TOTAL	66.7%	33.3%	100,0%

INTERPRETACIÓN: En la tabla N°8, se puede afirmar que mejora continua es regular en un 76.7% y que competitividad es regular con un 66.7%.

No obstante, el objetivo específico de la investigación era determinar la relación entre mejora continua y competitividad en la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia -2019; mediante los resultados se puede indicar que cuando mejora continua es bueno, competitividad es bueno en un 23.3%. En cambio, cuando mejora continua es regular, competitividad es regular en un 66.7%..

Prueba de hipótesis

El análisis de las relaciones a partir del coeficiente de correlación de Rho de Spearman se realizó tomando en consideración la siguiente tabla:

Tabla 09.

Nivel de medición de variables

Coeficiente	Grado de correlación
0,00	No existe correlación alguna entre las variables
0,01 – 0,99	Correlación positiva muy débil
0,10 – 0,24	Correlación positiva débil
0,25 – 0,49	Correlación positiva media
0,50 – 0,74	Correlación positiva considerable
0,75 – 0,90	Correlación positiva muy fuerte
0,91 – 1,00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Huamanchumo, H. y Rodríguez, J. (2015). *Metodología de la Investigación en las Organizaciones*. Lima: Editorial Summit

Prueba de hipótesis general

Ho: No existe relación entre la gestión de calidad y la competitividad de la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia- 2019.

Ha: Existe relación entre la gestión de calidad y la competitividad de la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia- 2019.

Tabla 10.

Coeficiente de correlación Rho de Spearman entre la variable Gestión de calidad y Competitividad

		Correlaciones	
		Gestión de calidad	Competitividad
Gestión de calidad	Correlación de Rho de Spearman	1	,952**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
	Correlación de Rho de Spearman	,952**	1
Competitividad	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

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

Fuente: SPSS V.24.

Interpretación: Se puede observar que entre las variables un valor positivo de 0.952; de acuerdo al coeficiente de correlación de Rho de Spearman, se afirma que existe una correlación positiva muy fuerte entre ambas variables. Por otro lado, se observa que luego de aplicar la prueba estadística se obtuvo una sig. Bilateral valor de 0,000 y como claramente se nota que es menor que 0,05, entonces queda confirmado que el coeficiente de correlación es significativo ($p < 0,05$), por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Prueba de hipótesis específica 1.

Ho: No existe relación entre el liderazgo y la competitividad de la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia-2019

Ha: Existe relación entre el liderazgo y la competitividad de la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia- 2019

Tabla 11.

Coefficiente de correlación Rho de Spearman entre la dimensión Liderazgo y Competitividad

		Correlaciones	
		Liderazgo	Competitividad
Liderazgo	Correlación de Rho de Spearman	1	,973**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
Competitividad	Correlación de Rho de Spearman	,973**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

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

Fuente: SPSS V.24.

Interpretación: Se puede observar que entre la dimensión liderazgo y la variable competitividad hay un valor positivo de 0.973; de acuerdo al coeficiente de correlación de Rho de Spearman, se afirma que existe una correlación positiva muy fuerte entre ambas variables. Por otro lado, se observa que luego de aplicar la prueba estadística se obtuvo una sig. Bilateral valor de 0,000 y como claramente se nota que es menor que 0,05, entonces queda confirmado que el coeficiente de correlación es significativo ($p < 0,05$), por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Prueba de hipótesis específica 2.

Ho: No existe relación entre orientación a procesos y la competitividad de la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia- 2019.

Ha: Existe relación entre orientación a procesos y la competitividad de la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia- 2019.

Tabla 12.

Coeficiente de correlación Rho de Spearman entre la dimensión orientación a procesos y competitividad

		Correlaciones	
		Orientación a Procesos	Competitividad
Orientación a Procesos	Correlación de Rho de Spearman	1	,420**
	Sig. (bilateral)		,021
	N	30	30
	Competitividad	,420**	1
Competitividad	Sig. (bilateral)	,021	
	N	30	30

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

Fuente: SPSS V.24.

Interpretación: Se puede observar que entre la dimensión orientación a procesos y la variable competitividad hay un valor positivo de 0.420; de acuerdo al Rho , se afirma que hay una correlación positiva moderada entre ambas variables. Por otro lado, se observa que luego de aplicar la prueba estadística se obtuvo una sig. Bilateral valor de 0,021 y como claramente se nota que es menor que 0,05, entonces queda confirmado que el coeficiente de correlación es significativo ($p < 0,05$), por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Prueba de hipótesis específica 3.

Ho: No existe relación entre mejora continua y la competitividad de la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia- 2019.

Ha: Existe relación entre mejora continua y la competitividad de la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia- 2019.

Tabla 13.

Coefficiente de correlación Rho de Spearman entre la dimensión mejora continua y competitividad

		Correlaciones	
		Mejora Continua	Competitividad
Mejora Continua	Correlación de Rho de Spearman	1	,896**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
Competitividad	Correlación de Rho de Spearman	,896**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

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

Fuente: SPSS V.24.

Interpretación: Se puede observar que entre la dimensión mejora continua y la variable competitividad hay un valor positivo de 0.896; de acuerdo al coeficiente de correlación de Rho de Spearman, se afirma que existe una correlación positiva fuerte entre ambas variables. Por otro lado, se observa que luego de aplicar la prueba estadística se obtuvo una sig. Bilateral valor de 0,000 y como claramente se nota que es menor que 0,05, entonces queda confirmado que el coeficiente de correlación es significativo ($p < 0,05$), por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

IV. DISCUSIÓN

En esta investigación, a través de la prueba estadística donde el alfa de Cronbach con un resultado de 0,794 para la variable gestión de calidad y 0.884 para la variable competitividad.

Con respecto a los a los resultados se ha analizado que de los 30 encuestados en esta investigación, se ha determinado que existe una relación entre las variables con una relación significativa entre las variables de estudio, mediante la prueba Rho Spearman, con un valor positivo de 0.952; se afirma que existe una correlación positiva muy fuerte entre ambas variables. Por otro lado, se observó que luego de aplicar la prueba estadística se obtuvo una sig. Bilateral valor de 0,000 y como claramente se nota que es menor que 0,05, entonces queda confirmado que el coeficiente de correlación es significativo ($p < 0,05$).

Sevilla & Salazar (2018). En su investigación concluye que la adecuada gestión de calidad del servicio mejora la competitividad en la organización en la actualidad. no basta solo producir un bien o servicio, sino mejorar los procesos para que la organización sea competitiva por lo tanto se tiene que mejorar la calidad cumpliendo los estándares. Por consiguiente, Proaño (2014), obtuvo un Rho Spearman =0, 398 Sig= 0.000, por consiguiente al implementar dentro de una empresa es crear procesos productivos para mejorar constantemente la calidad que ofrece la organización, Asimismo el resultado del trabajo de investigación Obregón (2017). La prueba de correlación de Spearman = 0.603 ($p = 0.000$), determinó que existe correlación directa y significativa entre las variables, lo que significa que la variables gestión de calidad mejora la capacitación del personal de la empresa, permitiendo que los procesos, la información, puedan estar adaptados, por lo tanto aumenta la competitividad desde el inicio hasta el cumplimiento de los objetivos propuestos por la empresa, Guardia, (2017), en sus tesis titulada gestión de calidad de servicio y satisfacción de usuario en la oficina nacional de procesos electorales, , a través del Rho Spearman se obtuvo una correlación de 0, 872. Lo que permite determinar que la gestión de calidad contribuyen a la empresa alcanzar las metas propuestas, por lo tanto, permite realizar acciones constantes., Alegre (2018), en su investigación titulada sistema de gestión de calidad y calidad de servicio de los trabajadores de la UGEL Tambopata 2018, se determinó a través del Rho

Spearman =0,336 que el sistema de gestión de calidad en cuanto los resultados estadísticos manifiestan que la calidad impacta significativamente en las empresas. Robles (2018), en su investigación titulada gestión de calidad y la optimización del gasto público en el Hospital Regional de Huacho, Lima 2017, a través del Rho Spearman 0,822, que la gestión de calidad se tiene que asumir un liderazgo para optimizar.

El primer objetivo específico identificar la relación entre el liderazgo y la competitividad de la empresa Vita Juice S.A.C., Independencia- 2019, a través del Rho hay un valor positivo de 0.973; de acuerdo al Coeficiente de Correlación de Rho de Spearman, se afirma que existe una correlación positiva muy fuerte entre ambas variables. Por otro lado, se observa que luego de aplicar la prueba estadística se obtuvo una sig. Bilateral valor de 0,000 y como claramente se nota que es menor que 0,05, entonces queda confirmado que el coeficiente de correlación es significativo ($p < 0,05$), por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

El segundo objetivo específico Identificar la relación entre la orientación a procesos y la competitividad de la empresa Vita Juice S.A.C., Comas- 2019, se puede observar que entre la dimensión Orientación a Procesos y la Variable Competitividad hay un valor positivo de 0.420; de acuerdo al Rho de Spearman, se afirma que existe una correlación positiva moderada entre ambas variables. Por otro lado, se observa que luego de aplicar la prueba estadística se obtuvo una sig. Bilateral valor de 0,021 y como claramente se nota que es menor que 0,05, entonces queda confirmado que el coeficiente de correlación es significativo ($p < 0,05$), por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

El tercer objetivo específico identificar la relación entre la mejora continua y la variable competitividad hay un valor positivo de 0.896; de acuerdo al coeficiente de correlación de rho de spearman, se afirma que existe una correlación positiva fuerte entre ambas variables. Por otro lado, se observa que luego de aplicar la prueba estadística se obtuvo una sig. Bilateral valor de 0,000 y como claramente se nota que es menor que 0,05, entonces queda confirmado que el coeficiente de correlación es significativo ($p < 0,05$), por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

V. CONCLUSIONES

Conforme a los resultados obtenidos de la presente investigación, en base a la información recopilada de los trabajadores de la empresa Vita Juice se obtiene los siguientes resultados.

Primero: Se ha determinado que la Gestión de calidad se relaciona con la competitividad en la empresa Vita Juice S.A.C, Independencia, año 2019. Según el coeficiente de correlación Rho Spearman que el grado de asociación de las variables fue (Rho= de 0.952); se afirma que existe una correlación positiva muy fuerte entre ambas variables, dicho resultado se debe a que la empresa depende de los clientes por lo tanto trata de mejorar para que las expectativas de consumidor se reflejen en sus productos.

Segundo: Se ha determinado que el liderazgo se relaciona con la competitividad. Según el coeficiente de correlación Rho Spearman que el grado de asociación de las variables fue (Rho= 0.973); de acuerdo al coeficiente de correlación de Rho de Spearman, se afirma que existe una correlación positiva muy fuerte entre ambas variables, esto se debe a que la empresa es capaz de gestionar equipos de trabajo a través de los supervisores de tienda de los diferentes turnos para que el personal tenga confianza y mejore los resultados.

Tercero: Se ha determinado que la orientación a procesos se relaciona con la competitividad. Según el coeficiente de correlación Rho Spearman que el grado de asociación de las variables fue (Rho= 0.420); de acuerdo al coeficiente de correlación de Rho de Spearman, se afirma que existe una correlación positiva moderada entre ambas variables, se debe a que la empresa emplea la capacitación a su personal como una fortaleza lo que permite que mejorar las habilidades de sus trabajadores.

Cuarto: Se ha determinado que la mejora continua se relaciona con la competitividad. Según el coeficiente de correlación Rho Spearman que el grado de asociación de las variables fue (Rho= 0.896); de acuerdo al coeficiente de correlación de Rho de Spearman, se afirma que existe una correlación positiva fuerte entre ambas variables, esto se debe a que el desempeño dentro de la empresa es un objetivo estable a través de equipos que gestionan la mejora.

VI. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda que la empresa realice y mejore continuamente la estandarización de proceso, implementando una mejora continua proporcional así mismo esto posibilitara a la empresa tener una superioridad organizacional sumada a la fortaleza propia de su desarrollo. Asimismo la mejora continua permite medir la satisfacción del cliente en este caso puede ser a través de Customer Satisfaction Score que se enfatiza en realizar encuestas a los clientes a través de las aplicaciones evaluando en diferentes escalas.
2. Se recomienda que el gerente, supervisores de tienda establecer un modelo de liderazgo donde todos estén enfocados en un solo ecuánime que implica contribuir con el desarrollo y progreso de la empresa, asimismo crear un ambiente donde se involucren el crecimiento y siempre mantener la comunicación, por ende el líder puede utilizar la técnica de Focus Group, en ambos turnos, permitiendo conocer la realidad de los trabajadores y buscar soluciones ante los problemas que se presentan.
3. Se recomienda que la empresa pueda cooperar con la información adecuada para que su personal este orientado en los procesos por lo tanto pueda resolver los problemas que se presenta en su centro de trabajo, y mejorar en los procesos de aquellos productos que tiene mayor demanda dentro del segmento que trabajan. Por consiguiente los procesos tiene que poder ser adaptables al personal tanto de entrenamiento como los de planilla.
4. Se recomienda que los encargados de tienda establezcan un modelo de gestión basado en la mejora continua que permita alcanzar los objetivos incluyendo a los trabajadores, a través de capacitaciones y midiendo el desempeño a través de la técnica APO que brinda una mejora en los procesos para que logren ser más competitivos. Asimismo al tener a los trabajadores capacitados permite a la empresa tener mayor competencia frente al segmento donde trabajan, en cuanto a la Administración por objetivos buscar que todo el personal se enfoque en un logro ecuánime

REFERENCIAS

- Acuña, D. Romero, C. y López, D. (2016). Sistema Integral de Gestión de Calidad en la Universidad de La Guajira, Colombia. *Telos Maracaibo*, 18 (3), 474-491. ISSN. 1317-0570. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/993/99346931008.pdf>
- Álvarez, H.F. (2015). *Calidad y auditoría en salud* (3ª ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Arana, M.T., Gómez, R.A. y Andrade, M.A.(2018) Opportunity Strategies related to Business Competitiveness in Restaurants in Mexico. Case: Micro-enterprises in the Municipality of Othon P. Blanco, State of Quintana Roo. *Cuadernos de Administración: Universidad del Valle*, 34(60), 18-19. ISSN. 2256-5078. Recuperado de [file:///C:/Users/user/Downloads/5928-37-18097-1-10-20180627%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/5928-37-18097-1-10-20180627%20(1).pdf)
- Becerra, L., Andrade, O. y Díaz, G. (2019). Sistema de gestión de la calidad para el proceso de investigación: QUniversidad de Otavalo, Ecuador. *Actualidades investigativas en educación*, 19 (1), 1-32. DOI: 10.15517/aie.v19i1.35235
- Beilmann, S. y Clever, N. (2019). Structuring Quality Management with the icebricks Business Process Management Approach. *The Art of Structuring*, 167–178. DOI: 10.1007/978-3-030-06234-7_16
- Bouranta, N., Psomas, E., Suárez, M. F. y Jaca, C. (2019). The key factors of total quality management in the service sector: a cross-cultural study. *Benchmarking: An International Journal*. 26(3), 893-931. DOI: 10.1108 / BIJ-09-2017-0240
- Cevallos, M. V. (2016). Competitividad y Costos. *Revista Publicando*, 3(7). 312-321. ISSN 1390-9304. ISSN. 1390-9304 Recuperado de: <file:///C:/Users/user/Downloads/Dialnet-CompetitividadYCostos-5833464.pdf>

- Campi, M., Font, G., y Lazcano, H. (2017). La competitividad en América Latina: el caso Ecuador. *Dimensión Empresarial*, 15 (1), 71-81.
- De las Casas, Sorza. (2015). El ISO 9001 Y TQM en las empresas de Colombia. *Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 9 (3), 107-128. DOI. 10.3232/GCG.2015.V9.N3.05
- Elshaer, I. A., & Augustyn, M. M. (2016). Direct effects of quality management on competitive advantage. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 33(9), 1286–1310. DOI: 10.1108 / IJQRM-07-2014-0086
- Gheribi, E. (2017). Innovation Strategies in Restaurant Business. *Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*, 11,125-135.
- Heale, R. y Twycross, A. (2015). Validity and reliability in quantitative studies. *Evidence-Based Nursing*, 18(3), 66-67.
- Hernández, P., Barrios, P. y Martínez, D. (2018). Gestión de calidad: Elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio libre*, 16(28), 179-195. doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2018v16n28.2130
- Hernández, R., Fernández, C y Baptista. (2014). *Metodología de la investigación* México: Mc Graw Hill.
- Huamachumo, H., Rodríguez (2015). *Metodología de la investigación en las organizaciones*. Perú: Summit.
- Gavedia, R. (2019). *Gestión de la calidad y competitividad en las Mypes del sector servicio.rubro restaurantes campestres del distrito de Huacho 2018* (Tesis de licenciamiento, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote-Huacho). Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Recuperado file:///C:/Users/user/Desktop/vicky/CALIDAD_COMPETITIVIDAD_GAVEDIA_RAMIREZ_DAVID_LUIS_ENRIQUE%20ultima.pdf
- González, O.C. y Arciniegas, J.A. (2016). *Sistemas de gestión de calidad: teoría y práctica bajo la normas ISO 2015*. Bogotá, Colombia: Editorial Ecoe Ediciones.

- Guardia, E. (2017). *Gestión de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la oficina nacional de procesos electorales Lima 2017* (Tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo, Lima, Peru). Universidad Cesar Vallejo. Recuperado http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/21084/Guardia_MER.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ibarra, C., Torres, L. Y Demuner, M. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de Baja California. *Estudios fronterizos*, 18 (35), 107-130. <https://doi.org/10.21670/ref.2017.35.a06>
- Kafetzopoulos, D., Gotzamani, K., & Gkana, V. (2015). Relationship between quality management, innovation and competitiveness. Evidence from Greek companies. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 26(8), 1177–1200. DOI: 10.1108 / JMTM-02-2015-0007
- Ivkov, M., Blešić, I., Simat, K., Demirović, D., Božić, S., y Stefanović V. (2016). Innovations in the restaurant industry - an exploratory study. *Economics of Agriculture* , 63(4), 1169-1186. DOI: <https://doi.org/10.5937/ekoPolj1604169I>
- Lizarzaburu, E. (2015). La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015. *Universidad y Empresa*, 18 (30), 33-54. DOI: <https://doi.org/10.12804/rev.univ.empresa.30.2016.02>
- Li, X y Luo, C. (2018). Developing competitive advantage for a restaurant. *Conferencia sobre gestión aplicada, Wintec, Hamilton, Nueva Zelanda*, 1(2), 23-25.
- Magaña, Á., Sanginés, J., Salazar, L., y Leyva, C. (2017). Competitividad y participación de la miel mexicana en el mercado mundial. *Revista mexicana de ciencias pecuarias*, 8(1), 43-52. <https://doi.org/10.22319/rmcp.v8i1.4304>.

- Molina, J.F., Tarí, J.J, Pereira, J., López, M.D. y Pertusa, E.M. (2015). The effects of quality and environmental management on competitive advantage: A mixed methods study in the hotel industry. *Tourism Management*, 50(1), 51-54. doi:10.1016/j.tourman.2015.01.008
- Molinéro, V., Abdérafi, C., Christine, Jeoffrion., Barbara, L., Steve, O., y Luc, M. (2018). An overview of Quality Management System implementation in a research laboratory. *Int. J. Metrol. Qual. Eng.*, 9 (2018) 2. doi.org/10.1051/ijmqe/2017025
- Obregón (2017). *La gestión de calidad y competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro alquiler de maquinaria y equipos de construcción en el distrito de independencia, 2016*. Huaraz (tesis de licenciamiento). Universidad Católica los ángeles de Chimbote. Recuperado de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4180/COMPETITIVIDAD_GESTION_OBREGON%20GARAY%20JIMMY%20CHARLES.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ortiz, C.y Arredondo, E. (2014). Competitividad y factores de éxito en empresas desarrolladoras de software. *Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 11 (3), 49-73. ISSN 1690-7515. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/823/82332932004.pdf>
- Pecina (2016). *Dimensiones de la competitividad internacional*, México: Pergaminos
- Pino-Pinochet, Patricio, Ponce-Donoso, Mauricio, Avilés-Palacios, Carmen, & Vallejos-Barra, Óscar. (2015). Mejoramiento de la productividad en una industria maderera usando incentivo remunerativo. *Maderas. Ciencia y tecnología*, 17(1), 117-128. Epub 30 de noviembre de 2014. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-221X2015005000012>
- Petrov, I., Kharitonov, V. y Polyakova, M. (2019). Procedure for Evaluating Competitiveness of Production Processes. *Materials Science Forum*, 946, 726-731. <https://doi.org/10.4028/www.scientific.net/MSF.946.726>

- Pino, R. (2010). *Metodología de la investigación*. (3ra ed.). Lima: Editorial San Marcos E.I.R.L.
- Proaño (2014). *La gestión de calidad y su incidencia en la competitividad de la empresa Multicisva S.A de la ciudad de Ambato*, (tesis para obtener el grado de bachiller, Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador). Recuperado de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/7601/1/160%20o.e..pdf>
- Ramírez, Castellanos (2013). *Competitividad*, Bogotá: Editorial Bogotá D.C
- Robles, J. (2018), *Gestión de calidad y la optimización del gasto público en el Hospital Regional de Huacho, Lima 2017*. (Tesis de maestría). Lima Universidad Cesar Vallejo.
- Rubio, L., Baz, V. (2015). El poder de la competitividad. Fondo de cultura económica.
- Sabino, C. (2014). *Administración de compras*. D.F, México: Primera edición Eook.
- Silva, C., Rodríguez, F. (2017). Incidencia de la certificación de la norma ISO 9001 en los resultados empresariales. *Entre Ciencia e Ingeniería*, 11 (22), 18-25. ISSN 1909-8367. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/ecei/v11n22/1909-8367-ecei-11-22-00018.pdf>
- Tacana, I. (2016). *Estadística descriptiva*. (2ª ed.). Guatemala.
- Sevilla & Salazar (2018). *La gestión de la calidad del servicio y su impacto en la competitividad en las empresas de telefonía celular en la provincia de Tungurahua*, (tesis para obtener el grado de bachiller, Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador). Recuperado de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/123456789/28427/1/502%20O.E..pdf>
- Velasco (2015). *Gestión de la calidad mejora continua y sistemas de gestión: Teoría práctica*. Madrid Ediciones Pirámide.
- Viana, A., Sehnem, S. (2018). Proposição de um modelo de gestão sustentável e competitivo para o artesanato. *Cadernos EBAPE.BR*, 16(2), 264–285. doi.org/10.1590/1679-395164057

Voinescua, R. y Moisoiu C. (2014). Competitiveness, Theoretical and Policy Approaches. Towards a more competitive EU. *Procedia Economics and Finance*, 22(2), 512-521. doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00248-8

Zambrano, O. Almeida, O. (2018). Mejora continua en productividad organizacional y su impacto en colaboradores. Colombia, 2017. *Desarrollo Gerencial*, 10(2), 83-102. <https://doi.org/10.17081/dege.10.2.3033>

ANEXOS

Anexo 1: Instrumento de recolección de datos

**CUESTIONARIO SOBRE VARIABLE GESTION DE CALIDAD
Estimado(a)**

Le solicitamos responder el siguiente cuestionario, la información obtenida será utilizada para fines exclusivamente académicos.

Leyenda	
1	Nunca
2	Casi nunca
3	A veces
4	Casi siempre
5	Siempre

GESTIÓN DE LA CALIDAD						
Dimensiones	Indicadores	1	2	3	4	5
LIDERAZGO	Consideración					
	1	El trato que recibo de mis superiores es respetuoso y cordial.				
	2	Considera que el ambiente de trabajo es agradable.				
	Motivación					
	3	Su trabajo es reconocido y premiado.				
	4	Tiene apoyo de sus jefes cuando tiene algún inconveniente.				
	Dirección					
	5	El gerente establece objetivos claros.				
	6	Se gestiona adecuadamente la empresa, para brindar un servicio de calidad.				
	Compromiso					
	7	En ocasiones te sientes comprometido en dar un esfuerzo adicional por el bien de la empresa.				
	8	Doy mi mayor esfuerzo para el cumplimiento de metas.				
ORIENTACIÓN A LOS PROCESOS	Orden					
	9	El gerente tiene establecido los procedimientos para producir con calidad.				
	10	Las instrucciones y normas establecidas facilitan su trabajo.				
	Comunicación					
	11	Recibe críticas constructivas para mejorar su desempeño.				
	12	El líder mantiene una comunicación fluida y continua con los trabajadores.				
	Numero de mermas					
	13	La cantidad de merma diaria es significativa.				
	14	Se realiza el trabajo dentro de la capacidad establecida.				
	Eficiencia					
	15	La empresa establece un proceso claro y documentado				
	16	Siempre cumple con las metas que la empresa se propone.				
Reducción de errores						
17	Las deficiencias identificadas en caja han sido tratadas correctamente.					
18	La empresa realiza un seguimiento de las facturas para su corrección.					
Numero de reclamos						
19	La empresa cumple con los plazos establecidos en atención frente a los reclamos de los clientes.					
20	Consideras que es importante tener en cuenta la cantidad de reclamos por mes.					
Capacidad						
21	Se produce exactamente las unidades que indica la capacidad de procesos					
22	Se produce exactamente las unidades que indica la capacidad de procesos					
MEJORA CONTINUA	Innovación					
	23	La empresa introduce cambios significativos en el diseño, envase y embalaje.				
	24	Has sido capacitado cada vez que se ha introducido un software nuevo para operaciones informáticas.				

Encuestas realizadas						
25	Considera que numero de encuestas incomodan al cliente.					
26	Realizan encuestas a través de redes sociales.					
Capacitación						
27	Recibe información necesaria para realizar con eficiencia su trabajo.					
28	Comparto mis ideas en cada capacitación que hay en la empresa					
Simplificación de procesos						
29	La metodología empleada contribuye a la mejora continua de la empresa.					
30	Existe un proceso para hacer seguimiento sobre las deficiencias de control de procesos a través de su evaluación					

CUESTIONARIO SOBRE COMPETITIVIDAD

Estimado(a)

Le solicitamos responder el siguiente cuestionario, la información obtenida será utilizada para fines exclusivamente

Leyenda	
1	Nunca
2	Casi nunca
3	A veces
4	Casi siempre
5	Siempre

Gestión de la calidad						
Dimensiones	Indicadores	1	2	3	4	5
INNOVACIÓN PRODUCTIVA	Capacitaciones					
	1	Las capacitaciones permiten mejorar y brindar una buena atención.				
	2	Considera necesaria la capacidad en tu área de trabajo.				
	Necesidades del cliente					
	3	Se maneja los criterios de compra del cliente				
	4	Se pone énfasis en las consultas de los clientes				
	Modelo de negocio					
	5	La atención se adecua a lo planteado por la empresa				
	6	Los canales de atención brinda información sobre los productos				
	Tecnología					
	7	Los equipos para el sellado de productos son eficaces				
	8	Considera que la empresa mejora sus procesos a través de la tecnología				
Variedad de productos						
9	Los productos son establecidos por el cliente					
10	Usualmente los clientes consumen los complementos (tapioca)					
Variedad de precios						
11	El precio se relaciona con la competencia					
12	El precio de los productos es accesible al cliente					
PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	Meta					
	13	Los recursos que tiene la empresa contribuyen con la meta				
	14	Los trabajadores están comprometidos con la meta de la empresa.				
Políticas						

PRODUCCIÓN Y OPERACIONES

15	Consideras que las políticas de la empresa se orientan a lo planteado por la empresa					
16	Se define responsabilidad a través de las políticas establecidas					
Competencia						
17	Considera que la competencia está influida por la cantidad de producto					
18	Es importante establecer la posición frente a los competidores					
Recursos Humanos						
19	Las opiniones son propicias para el desarrollo de las tareas					
20	El área de recursos humanos tiene comunicación con los empleados					
Objetivos						
21	La empresa plantea objetivos que permite a los trabajadores lograr los objetivos					
22	Los objetivos son claros para los trabajadores					
Proceso de producción						
23	Las actividades de producción son planeadas permanentemente					
24	En ocasiones se planea las actividades de producción					
Planeación de producción						
25	Se maneja políticas definidas en cuanto recepción y almacenamiento					
26	Existe control máximo y mínimo de existencias					
Espacio de área de trabajo						
27	La distribución actual posibilita el adecuado manejo de producción.					
28	Se presentan inconvenientes en el área de operaciones.					
Registro de almacén						
29	La empresa realiza registros de inventarios de existencias.					
30	Los bienes almacenados se encuentran ordenados de manera que simplifique los procesos.					

Anexo 2: Tabla de especificaciones

VARIABLES	DIMENSIONES	PESO	INDICADORES	ITEMS	ESCALA
Gestión de calidad	Liderazgo	37%	Consideración	1,2	Ordinal (Escala de Likert) 1,2,3,4,5
			Motivación	3,4	
			Dirección	5,6	
			Compromiso	7,8	
			Orden	9,10	
			Comunicación	11,12	
	Orientación a los procesos	30%	Número de mermas	13,14	
			Eficiencia	15,16	
			Reducción de errores de facturación	17,18	
			número de reclamos	19,20	
			Capacidad	21,22	
			Innovación	23,24	
	Mejora continua	33%	encuestas realizadas	25,26	
			Capacitación	27,28	
Simplificación de procesos			29,30		
capacitaciones			1,2		
Competitividad	Innovación productiva	36%	Necesidades del cliente	3,4	
			Modelo de negocio	5,6	
			Tecnología	7,8	
			Variedad de productos	9, 10	
			Variedad de Precios	11,12	
			Metas	13,14	
	Planeación estratégica	34%	Políticas	15, 16	
			Competencia	17,18	
			Recursos humanos	19,20	
			Objetivos	21,22	
			Procesos de producción	23,24	
			Planeación de producción	25,26	
	Producción y operaciones	30%	Espacio área de trabajo	27,28	
			Registro de almacén	29,30	

Anexo 3: Matriz de Consistencia

Identificación del	Objetivo General	Hipótesis General	Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Esala de Medición	Diseño Metodológico		
Problema General										
¿Existe relación entre gestión de calidad y la competitividad empresa Vita Juice S.A.C Independencia, 2019?	Determinar la relación entre la gestión de calidad y la competitividad de la empresa Vita Juice S.A.C Independencia, 2019.	Existe relación entre la gestión de calidad y la competitividad de la empresa Vita Juice S.A.C Independencia, 2019.	Gestión de la calidad	Liderazgo	Consideración	1,2	(Ordinal)	Población 30		
					Motivación	3,4			Diseño de Investigación:	
				Dirección	5,6					
				Compromiso	7,8					
				Orden	9,10					
				Comunicación	11,12					
				Orientación a los procesos	Número de mermas	13,14		Escala de Likert		No experimental
					Eficiencia	15,16				
					Reducción de errores de facturación	17,18				
				Mejora continua	número de reclamos	19,20		Escala de Likert	Método de Investigación	
			Capacidad		21,22					
			Innovación		23,24					
				encuestas realizadas	25,26					
				Capacitación	27,28					
					29,30					
Problemas Específicos										
Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas									
¿Cuál es la relación entre el liderazgo y la competitividad de la empresa Vita Juice S.A.C. Independencia, 2019?	Identificar la relación entre el liderazgo y la competitividad de la empresa Vita Juice S.A.C Independencia, 2019.	Existe relación entre liderazgo y la competitividad de la empresa Vita Juice S.A.C Independencia, 2019.	Competitividad	Innovación productiva	Capacitaciones	1,2	(Ordinal)	2. Instrumento para obtener datos:		
					Necesidades del cliente	3,4			Cuestionario= Escala Likert	
					Modelo de negocio	5,6				
				Tecnología	7,8					
				Planeación estratégica	Variedad de productos	9,10		Escala de Likert	3.Técnica para el procesamiento de datos:	
					Variedad de precios	11,12				
					Metas	13,14				
					Políticas	15,16				
					Competencia	17,18				
					Recursos humanos	19,20				
				Objetivos	21,22					
				Producción y operaciones	Procesos de producción	23,24	Programa estadístico SPSS			
					Planeación de producción	25,26				
					Espacio área de trabajo	27,28				
					Registro de almacén	29,30				

Anexo 4: Correos electrónicos

The screenshot displays a Gmail inbox with a list of 20 emails. The interface includes a search bar at the top, a left sidebar with navigation options like 'Redactar', 'Recibidos', and 'Destacados', and a main content area showing email details. The emails are primarily work-related, including reports, delivery orders, and administrative notices. The status bar at the bottom indicates 7.86 GB (52%) of storage used out of 15 GB.

From	Subject
Frutix Planta	Orden de entrega 25/06/2019 - HORA SALIDA DE PLANTA (Horas aproximadas) 1) SAN MIGUEL, SALAVERY, CIVICO 08:20 2) STA ANITA , 08:30 3) JOCKEY 1,2, I&S. 09:45 4) M...
yo, Mail 2	REPORTE DE FRUTA ABATIDA 24-06-19 JP1 - No se ha encontrado la dirección Tu mensaje no se ha entregado a jhiga.frutix@gmail.com porque no se ha encontrado la direcció...
yo	RELEVO DE CAJA 24/06/19 - Buenas Tardes, Para informar que se deja en la caja lo siguiente para Clara F. Fondo: a/. 1395.00, Tarjetas cortesía. 4 Tarjetas descuento 8 Venta d...
yo	REPORTE DE ENTREGA DE CUPONERAS JP1 PM 24/06/19 - Buenas noches, Para informar que el día de hoy se hizo la entrega de 89 cuponeras. Atte: Lucy Aguilar
yo	INASISTENCIA DE CLAUDIA LAZO 24/06/19 - El motivo es para informar que el día 24/06/19 la srta. Claudia Lazo no asistió a su turno programado por motivos familiares , infor...
Encargado T1 Jockey.	ARQUEO 24-06-19 JP1 - Buenas tardes: Se adjunta el siguiente archivo Gracias Atte. Eduardo Cuellar
Encargado T1 Jockey.	PALOTEO 24-06-19 JP1 - Buenas tardes Detallo venta AM Encargado: Eduardo Cuellar (08:00 a 16:45) Caja 01 : Gisela Flores (08.00 a 16:45) Caja 02: Eduardo Cuellar Barra 01:...
Encargado T1 Jockey.	REPORTE DE ENTREGA DE CUPONERAS 24-06-19 JP1 - Buenas tardes Para informar que el día de hoy se hizo la entrega de 41 cuponeras. Gracias Atte. Eduardo Cuellar
Geraldine, Encargado 2	PROGRAMACION - RENOVACION DE CONTRATOS / TIENDAS - Buenas tardes Para informar que por motivos de estudio las artas Aysha Gutierrez y Cynthia Cuya no podrían asis...
Bania Leon	REPORTE DE CUPONERAS - Buenas Tardes Chicos por favor a partir de ahora enviar un correo de la cantidad de cuponeras entregadas. cada turno debe de enviar su reporte, N...
Flor Valdivia 3	Cuponesa 2019 - Frutix - Buenas tardes chicos, Entre hoy y mañana les estarán llegando más cuponeras a sus tiendas. Saludos. Atte. De: Flor Valdivia [mailto:marketing@frutix.c...]
Vanessa Manrique	FORMATO SÚPER FRUTIX - JULIO - Buenos días: Se envía formato SF - JULIO. Podrán enviar sus evaluaciones hasta el día Viernes 28/06/2019 (12:00 pm). Saludos.
Encargado T1 Jockey.	REQUERIMIENTO DE MANTENIMIENTO 24-06-19 JP1 - Buenos días: Se adjunta el siguiente archivo Gracias Atte. Eduardo Cuellar
Encargado T1 Jockey.	REGISTRO DE VENTAS Y PALOTEO SEMANAL JP1 24/06/19 - Buenos días: Se adjunta el siguiente archivo Gracias Atte. Eduardo Cuellar
Encargado T1 Jockey.	INVENTARIO GENERAL 24-06-19 JP1 - Buenos días: Se adjunta el siguiente archivo Gracias Atte. Eduardo Cuellar
Frutix Planta	Orden de entrega 24/06/2019 - HORA SALIDA DE PLANTA (Horas aproximadas) 1) CIVICO, SALAVERY 08:20 2) STA ANITA ,SAN MIGUEL 08:30 3) JOCKEY 1,2, I&S. 09:00 4) M...
yo, Mail 2	REPORTE DE FRUTA ABATIDA 23-06-19 JP1 - No se ha encontrado la dirección Tu mensaje no se ha entregado a jhiga.frutix@gmail.com porque no se ha encontrado la direcció...

Los encargados solo delegan funciones a través de correos electrónicos

Anexo 5: Carnet de Sanidad



La empresa solo se basa en el carnet de Sanidad que presenta el personal.

Anexo 6: Falta de registro de almacén

consumos- vales-mermas JP1 ACTUALIZADO (6) (10) (5) ☆

File Edit View Insert Format Data Tools Add-ons Help All changes saved in Drive

100% \$ % 0.00 123 11 B I A

EL DIA 30-12-18, SE DESCARGARON 11 JUGOS, PERO EN EL ARCHIVO SOLO HAY 07 JUGOS

A	B	C	D	E	F	G	H	I
FECHA DEL CONSUMO	TURNO AM ó PM	NOMBRE DEL COLABORADOR	PRODUCTO CONSUMIDO DESCRIPCION	CANTIDAD	OBSERVACIONES TIENDA	OBSERVACIONES POR SUPERVISOR		
28/11/18	PM	ELIZABETH MAMANI	F4G	1		OK		
28/11/18	PM	ELIAS CASTILLO	E6G	1		OK		
28/11/18	PM	LUCY AGUILAR	C6G	1		OK		
29/11/18	AM	ROSA ATAUCUSI	P3M	1	DELIVERY	EL DIA 29-12-18, SE DESCARGARON 11 JUGOS PERO EN EL ARCHIVO SOLO HAY 7 JUGOS		
29/11/18	AM	SANDRA CAYCHO	E6M	1		OK		
29/11/18	PM	MELISSA MENDOZA	E6G	1	NIVEL	OK		
29/11/18	PM	ELIZABETH MAMANI	C6G	1	NIVEL	OK		
29/11/18	PM	ELIAS CASTILLO	E8G	1	NIVEL	OK		
29/11/18	PM	YOLVY COSINGA	E4G	1	NIVEL	OK		
29/11/18	PM	DIEGO HIJUELA	C6G	1	NIVEL	OK		
30/11/18	AM	CINTHIA CCOÑAS	B5G	1	NIVEL	EL DIA 30-12-18, SE DESCARGARON 11 JUGOS, PERO EN EL ARCHIVO SOLO HAY 07 JUGOS		
30/11/18	AM	CINTHIA CCOÑAS	C3G	1	NIVEL	OK		

No realizan con frecuencia el registro de insumos en el almacén

Anexo 7: Complementos

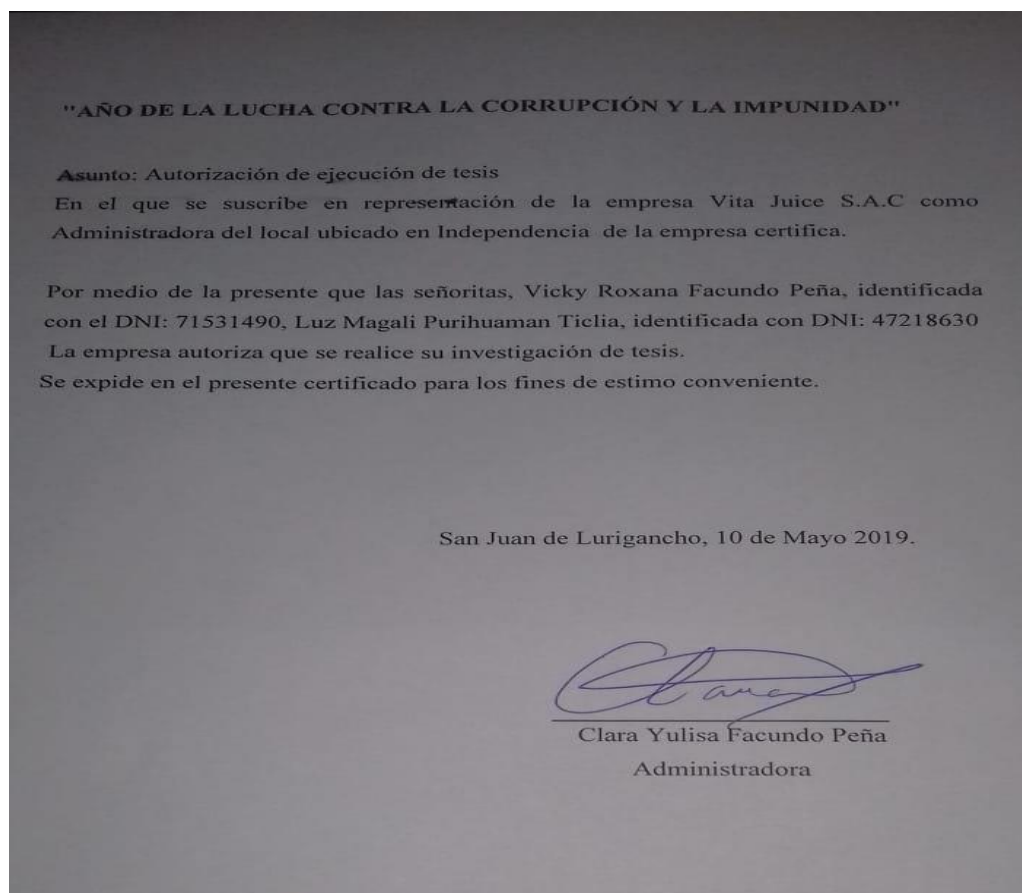


ESPECIALES				
E1 FRESA - GRANADILLA - MANGO				
		mediano	grande	
		E1M	E1G	
bolsita		50	80	ml
jugo de granadilla		175	210	ml
agua		1 pala chica al ras	1 pala chica	
hielo		1 verde	1 amarillo	sobres
azúcar				
E2 GRANADILLA				
		mediano	grande	
		NO LLEVA	NO LLEVA	
bolsita		225	310	ml
jugo de granadilla		150	200	ml
agua		1 pala chica	1 pala chica	
hielo		1 verde	1 amarillo	sobres
azúcar				

Pag 5

La empresa ofrece estos insumos a los clientes

Anexo 8: Carta de Autorización



Autorización para la investigación

Anexo 9: validación de Expertos

Certificado de validez contenido del instrumento que mide gestión de calidad

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹				Relevancia ²				Claridad ³				Sugerencias
		M	D	A	M	M	D	A	M	M	D	A	M	
DIMENSIÓN 1: Liderazgo														
1	El trato que recibo de mis superiores es respetuoso y cordial													
2	Considera que el ambiente de trabajo es agradable													
3	Su trabajo es reconocido y premiado													
4	Tiene apoyo de sus jefes cuando tiene algún inconveniente													
5	El gerente establece objetivos claros													
6	Se gestiona adecuadamente la empresa, para brindar un servicio de calidad													
7	En ocasiones te sientes comprometido en dar un esfuerzo adicional por el bien de la empresa													
8	Doy mi mayor esfuerzo para el cumplimiento de las metas													
9	El gerente tiene establecido los procedimientos para producir con calidad													
10	Las instrucciones y normas establecidas facilitan su trabajo.													
11	Recibe críticas constructivas para mejorar su desempeño													
12	El líder mantiene una comunicación fluida y continua con todos los trabajadores.													
DIMENSIÓN 2: ORIENTACIÓN A PROCESOS														
13	La cantidad de merma diaria es significativa													
14	Se realiza el trabajo dentro de la capacidad establecida													
15	La empresa establece un proceso claro y documentado													
16	Siempre Cumple con las metas que la empresa le propone													
17	Las deficiencias identificadas en caja han sido tratadas correctamente													
18	La empresa realiza un seguimiento de las facturas para su corrección.													
19	La empresa cumple con los plazos establecidos en atención frente a los reclamos de los clientes													
20	Consideras que es importante tener en cuenta la cantidad de reclamos por mes.													
21	Se produce exactamente las unidades que indica la capacidad de procesos													
DIMENSIÓN 3: MEJORA CONTINUA														
22	La empresa introduce cambios significativos en el diseño, envase y embalaje.													
23	Ha sido capacitado cada vez que se ha introducido un software nuevo para operaciones informáticas.													
24	Considera que el número de encuestas realizadas incomodan al cliente													
25	Realizan encuestas a través de redes sociales													
26	Recibe la información necesaria para realizar con eficiencia su trabajo													
27	Comparto mis ideas en cada capacitación que hay en la empresa													
28	Su trabajo es supervisado constantemente para saber cómo está efectuándolo													
29	Existe un proceso para hacer seguimiento sobre las deficiencias de control a través de su evaluación													
30	La metodología empleada contribuye a la mejora continua de la empresa													



Observaciones:

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador Dr. Mg: ROMERO PACHEA JOSÉ

DNI: 06253522

Especialidad del validador: TEMPORAL

... de 05 del 2019

Firma del Experto Informante.

Especialidad

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide Competitividad

N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias
		M	D	A	M	D	A	M	D	A	
DIMENSIÓN 1: INNOVACION PRODUCTIVA											
1	Las capacitaciones permite mejorar y brindar una buena atención				/	/	/	/	/	/	
2	Considera necesaria la capacitación en tu área de trabajo				/	/	/	/	/	/	
3	Se maneja los criterios de compra del cliente				/	/	/	/	/	/	
4	Se pone énfasis en las consultas de los clientes				/	/	/	/	/	/	
5	La atención se adecua a lo planteado por la empresa				/	/	/	/	/	/	
6	Los canales de atención brinda información sobre los productos				/	/	/	/	/	/	
7	Los equipos para el sellado del producto son eficaces				/	/	/	/	/	/	
8	Considera que la empresa mejora sus procesos a través de la tecnología				/	/	/	/	/	/	
9	Los productos son establecidos por el cliente.				/	/	/	/	/	/	
10	Los clientes consumen los complementos(taploca)				/	/	/	/	/	/	
11	El precio se relaciona con la competencia.				/	/	/	/	/	/	
12	El precio de los productos es accesible al cliente.				/	/	/	/	/	/	
DIMENSIÓN 2: PLANEACION ESTRATEGICA											
13	Los recursos que tiene la empresa contribuyen con la meta.				/	/	/	/	/	/	
14	Los trabajadores están comprometidos con la meta de la empresa.				/	/	/	/	/	/	
15	Considera las políticas de la empresa se orientan a lo planteado por la empresa				/	/	/	/	/	/	
16	Se define responsabilidad a través de las políticas establecidas.				/	/	/	/	/	/	
17	Es importante establecer la posición frente a los competidores.				/	/	/	/	/	/	
18	Considera que la competencia se rige por la calidad del producto.				/	/	/	/	/	/	Sugerencias
19	La evaluación del desempeño permite mejorar los resultados.				/	/	/	/	/	/	
20	Las opiniones son propicias para el desarrollo de las tareas.				/	/	/	/	/	/	
21	Los objetivos son claros para los trabajadores.				/	/	/	/	/	/	
DIMENSIÓN 2: PRODUCCION Y OPERACIONES											
22	Las actividades de producción son planteadas permanentemente.				/	/	/	/	/	/	
23	En ocasiones se plantean las actividades de producción .				/	/	/	/	/	/	
24	Se maneja políticas definidas en cuanto a recepción y almacenamiento.				/	/	/	/	/	/	
25	Existe control máximo y mínimo de existencias.				/	/	/	/	/	/	
26	La distribución actual posibilita el adecuado manejo de la producción.				/	/	/	/	/	/	
27	Se presentan inconvenientes en el área de operaciones.				/	/	/	/	/	/	
28	La empresa realiza registros de inventarios de las existencias.				/	/	/	/	/	/	
29	Los bienes almacenados se encuentran ordenados de manera que simplifique los procesos.				/	/	/	/	/	/	
30	El producto está vinculado a las especificaciones del cliente.				/	/	/	/	/	/	


Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador Dr. / Mg: *Romero Acosta Jesús* DNI: *06253522*

Especialidad del validador: *TEMPERO*

..... de *05* del 201*9*


Firma del Experto Infortante.
Especialidad

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.
Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



N°	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias
		M D	D A	A A	M D	D A	A A	M D	D A	A A	
DIMENSIÓN 1: Liderazgo											
1	El trato que recibo de mis superiores es respetuoso y cordial			3			3				4
2	Considera que el ambiente de trabajo es agradable.			3			3				4
3	Su trabajo es reconocido y premiado			3			3				4
4	Tiene apoyo de sus jefes cuando tiene algún inconveniente			4			4			3	
5	El gerente establece objetivos claros			4			4			3	
6	Se gestiona adecuadamente la empresa, para brindar un servicio de calidad			3			3				4
7	Implementa un valor agregado a sus actividades diarias			3			3				4
8	Doy mi mayor esfuerzo para el cumplimiento de las metas			4			4			3	
9	El gerente tiene establecido los procedimientos para producir con calidad			4			4			3	
10	Las instrucciones y normas establecidas facilitan el trabajo			4			4			3	
11	Recibe críticas constructivas para mejorar su desempeño			3			3				4
12	El líder mantiene una comunicación fluida y continua con todos los trabajadores			3			3				4
DIMENSIÓN 2: ORIENTACION A PROCESOS											
13	La cantidad de merma diaria es significativa			3			3				4
14	Se realiza el trabajo dentro de la capacidad establecida			4			4			3	
15	La empresa establece un proceso claro y objetivo			4			4			3	
16	Con los datos que la empresa posee se está midiendo para verificar la efectividad del proceso de calidad			4			4			3	
17	Considera que las actividades innovadoras de la empresa han tenido efectos en la prestación de servicio			3			3				4
18	La empresa se preocupa por introducir estrategias nuevas			3			3				4
19	La empresa cumple con los plazos establecidos en atención frente a los reclamos de los clientes			3			3				4
20	Cuándo tengo una queja la empresa lo resuelve con rapidez			3			3				4
21	Se produce exactamente las unidades que indica la capacidad de procesos			4			4			3	
DIMENSIÓN 3: MEJORA CONTINUA											
22	La empresa introduce cambios significativos en el diseño, embalaje.			4			4			3	
23	Ha sido capacitado cada vez que se ha introducido un software nuevo para operaciones informáticas.			3			3				4
24	Realizan encuestas de satisfacción del cliente			3			3				4
25	La empresa tarda mucho en obtener nuevos clientes			3			3				4
26	Recibe la información necesaria para realizar con eficiencia su trabajo			4			4			3	
27	Comparto mis ideas en cada capacitación que hay en la empresa			3			3				4



Certificado de validez de contenido del Instrumento que mide Competitividad

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹					Relevancia ²					Claridad ³					Sugerencias
		M	D	A	F	N	M	D	A	F	N	M	D	A	F	N	
1	DIMENSION 1: INNOVACION PRODUCTIVA Las capacitaciones permite mejorar y brindar una buena atención																
2	Los resultados de entrenamiento son verificados por el encargado de tienda																
3	Se maneja los criterios de compra del cliente																
4	Se pone énfasis en las consultas de los clientes																
5	La atención se adecua a lo planteado por la empresa																
6	Los canales de atención brinda información sobre los productos																
7	Los equipos para el sellado del producto son eficaces																
8	Optimiza la tecnología los procesos.																
9	Los productos son establecidos por el cliente.																
10	Los clientes consumen los complementos (tapicoa)																
11	El precio se relaciona con la competencia.																
12	DIMENSION 2: PLANEACION ESTRATEGICA Los recursos que tiene la empresa contribuyen con la meta.																
13	Los trabajadores están comprometidos con la meta de la empresa.																
14	Considera las políticas de la empresa son adecuada.																
15	Se define responsabilidad a través de las políticas establecidas.																
16	Es importante establecer la posición frente a los competidores.																
17	Considera que la competencia esta fluida por la calidad del producto.																
18	La evaluación del desempeño permite mejorar los resultados.																
19	El área de recursos humanos tiene comunicación con los empleados																
20	Una empresa plantea objetivos a los empleados																
21	Los objetivos son claros para los trabajadores.																
22	DIMENSION 2: PRODUCCION Y OPERACIONES Las actividades de producción son planeadas permanentemente.																
23	En ocasiones se planean las actividades de producción .																
24	Se maneja políticas definidas en cuanto a recepción y almacenamiento.																
25	Existe control máximo y mínimo de existencias.																
26	La distribución actual posibilita el adecuado manejo de la producción																
27	Se presentan inconvenientes en el área de producción																
28	El espacio de las áreas de trabajo se considera suficiente.																
29	Se presentan limitaciones de espacio en el área de trabajo.																
30	El producto se establece a las especificaciones del cliente.																



Observaciones: _____

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable

Aplicable después de corregir

No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador Dr./Mg: DIANA HUAMAN CAJALCO

DNI: 43648948

Especialidad del validador: ADMINISTRACION DE EMPRESAS

16 de DS del 2015

Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Firma del Experto Informante.

Especialidad ADMINISTRACION

EMPRESAS



Anexo 10: V Aiken

Con valores de V Aiken como $V = 0.70$ o más son adecuados (Charter, 2003).

		J1	J2	Media	DE	V Aiken	Interpretación de la V
ITEM 1	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 2	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 3	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 4	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 5	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 6	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 7	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 8	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 9	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 10	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 11	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 12	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 13	Relevancia	4	4	4	0.00	1.00	Valido

La tabla presenta los resultados de los ítems del instrumento

	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 14	Relevancia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 15	Relevancia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 16	Relevancia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 17	Relevancia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 18	Relevancia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 19	Relevancia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 20	Relevancia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 21	Relevancia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 22	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 23	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 24	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 25	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 26	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 27	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido

ITEM 28	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 29	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 30	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
Con valores de V Aiken como V= 0.70 o más son adecuados (Charter, 2003).							

		J1	J2	Media	DE	V Aiken	Interpretación de la V
ITEM 1	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 2	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 3	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 4	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 5	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 6	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 7	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 8	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 9	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 10	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 11	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido

	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 12	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 13	Relevancia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 14	Relevancia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 15	Relevancia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 16	Relevancia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 17	Relevancia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 18	Relevancia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 19	Relevancia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 20	Relevancia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 21	Relevancia	4	4	4	0.00	1.00	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 22	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 23	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 24	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 25	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 26	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido

	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 27	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 28	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 29	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido
ITEM 30	Relevancia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Pertinencia	3	4	3.5	0.71	0.83	Valido
	Claridad	4	3	3.5	0.71	0.83	Valido

La tabla presenta los resultados de los ítems del instrumento mediante el análisis estadístico V de Aiken. De modo que se puede visualizar, todos los ítems son válidos en los aspectos de relevancia, pertinencia y claridad, lo que manifiesta que el instrumento es válido, se realizó en una hoja de cálculo donde para la primera variable gestión de calidad y segunda variable competitividad, se introdujo las respuestas del cuestionario donde estuvo por encima $V_0=0.70$. Para ambas variables el $V=0.83$ lo que permitió realizar

Anexo 11: Base de datos

	Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Item9	Item10	Item11	Item12	Item13	Item14	Item15	Item16	Item17	Item18	Item19	Item20	Item21	Item22	Item23	Item24	Item25	Item26	Item27	Item28	Item29	Item30	
2	3	2	4	2	4	2	2	3	1	2	2	1	3	3	4	4	4	4	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	
3	3	3	5	3	4	3	2	3	1	4	1	3	4	3	3	3	2	4	1	2	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	
4	3	2	4	3	3	3	3	3	1	4	2	3	3	3	3	3	3	5	1	3	2	2	3	4	1	3	3	3	2	2	
5	3	3	4	5	2	3	4	3	1	4	1	2	3	3	5	3	4	4	1	2	3	3	4	3	3	4	3	3	2	2	
6	3	3	4	5	2	3	4	3	1	4	1	2	3	3	4	3	5	5	1	2	3	3	4	4	4	3	3	3	2	2	
7	3	2	5	2	3	2	2	3	1	3	1	2	3	3	3	3	3	3	5	1	3	3	4	3	4	2	3	5	3	2	2
8	3	2	4	2	3	4	3	3	1	3	2	3	3	2	3	4	3	5	1	3	3	3	4	3	2	3	4	3	2	2	
9	3	3	4	5	2	3	3	3	1	2	2	1	3	5	3	3	3	3	1	2	3	4	3	4	2	2	2	4	3	3	
10	5	1	5	3	5	4	4	4	5	5	4	5	5	1	4	4	5	4	1	3	2	3	3	5	3	5	5	1	2	2	
11	4	1	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	1	4	4	4	4	1	3	3	4	4	4	3	4	4	2	3	3
12	4	2	3	3	5	4	3	4	4	4	3	5	4	2	4	4	4	4	2	2	2	3	4	5	5	5	4	2	2	3	
13	4	1	3	4	5	5	3	4	5	4	5	4	4	1	5	5	4	5	1	2	3	4	3	4	3	5	4	2	3	2	
14	4	1	4	3	5	4	3	4	4	4	3	5	4	2	4	4	4	5	1	2	3	4	3	4	3	4	4	2	3	2	
15	4	2	4	4	5	4	4	3	3	4	5	3	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	5	3	5	4	2	3	1	
16	5	1	4	4	5	4	3	3	5	4	4	5	4	1	4	4	3	4	2	3	3	4	4	5	3	5	4	2	3	2	
17	5	2	5	4	4	5	5	5	4	2	2	3	5	2	5	5	5	5	1	2	1	5	5	4	4	5	5	1	2	2	
18	5	1	4	4	5	5	4	4	5	5	5	3	5	1	5	5	4	4	1	2	2	4	4	5	3	5	5	2	3	2	
19	5	1	3	3	5	5	4	4	4	4	5	5	4	1	5	4	5	5	5	1	2	3	4	4	5	4	5	5	1	2	2
20	4	1	4	3	5	4	5	4	5	4	3	4	5	2	4	4	5	4	3	2	1	5	5	3	4	5	5	3	2	2	
21	4	2	4	4	5	4	4	3	3	2	2	4	2	4	4	4	4	4	1	2	3	4	4	3	3	4	4	3	2	2	
22	5	1	5	4	5	5	4	1	5	5	5	4	2	5	4	5	4	5	4	1	1	3	4	5	3	5	4	2	2	1	
23	4	3	3	4	4	4	4	4	1	4	5	5	4	2	5	4	5	5	1	1	1	2	5	5	3	4	5	2	2	1	
24	3	2	4	4	5	3	4	4	1	5	5	5	5	1	5	5	5	4	1	1	2	5	4	5	3	5	5	1	2	1	
25	5	1	4	4	3	3	4	4	1	4	5	5	5	2	4	4	5	5	1	1	1	5	4	5	4	4	4	1	1	1	
26	3	3	4	3	1	2	4	4	1	3	1	1	4	3	4	4	4	5	1	3	3	2	2	2	2	2	3	4	4	4	
27	4	2	4	5	5	5	5	5	1	5	3	5	5	1	5	5	5	5	1	1	1	5	5	5	4	5	5	1	1	1	
28	3	3	3	4	3	5	4	4	1	3	3	3	5	2	5	3	5	3	5	1	2	3	4	3	4	3	4	4	2	1	2
29	4	3	4	4	4	5	4	4	1	3	3	3	5	2	3	3	3	5	1	1	3	3	4	4	4	3	4	4	2	2	2
30	3	2	5	5	5	5	3	3	1	4	3	4	4	3	4	4	3	3	1	3	3	3	4	4	2	3	4	2	1	1	

	Item1	Item2	Item3	Item4	Item5	Item6	Item7	Item8	Item9	Item10	Item11	Item12	Item13	Item14	Item15	Item16	Item17	Item18	Item19	Item20	Item21	Item22	Item23	Item24	Item25	Item26	Item27	Item28	Item29	Item30	
1	2	3	2	1	2	3	3	3	5	3	3	2	2	2	4	4	3	3	3	1	1	5	5	5	2	2	1	1	2	3	
2	2	3	2	2	2	1	3	3	5	3	3	2	3	2	4	4	3	3	4	1	1	5	5	4	2	2	1	1	4	3	
3	4	4	2	1	3	2	2	3	5	3	2	3	3	5	4	4	3	3	4	2	2	5	5	4	2	2	1	1	3	3	
4	4	4	3	2	3	5	3	3	5	5	4	2	4	2	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	2	2	1	1	2	3	
5	3	4	3	2	3	5	3	3	5	5	3	3	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	3	2	1	1	1	3	
6	3	4	3	2	3	5	3	3	5	5	3	3	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	3	2	1	1	1	3	
7	4	4	3	2	4	3	2	3	5	4	5	5	5	3	5	5	4	4	5	2	2	2	5	5	3	3	1	1	4	3	
8	3	4	3	1	3	5	2	3	5	3	4	5	5	2	5	5	4	4	5	2	2	5	5	5	3	3	1	1	4	3	
9	3	3	3	2	3	4	2	3	3	4	3	2	2	2	4	4	2	2	3	3	2	5	5	5	2	1	3	1	5	3	
10	5	4	4	4	3	5	5	3	5	4	3	5	4	4	5	5	3	4	5	5	4	4	3	3	4	4	2	3	4	4	
11	4	3	4	4	4	5	5	3	5	4	4	5	4	4	5	5	3	4	5	5	3	4	4	3	3	3	2	3	4	4	
12	4	4	3	4	3	5	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	3	4	3	4	2	3	3	5	
13	4	4	3	4	4	5	4	3	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	3	3	3	3	4	2	2	4	4		
14	4	4	4	3	3	5	5	3	5	4	4	4	5	3	5	4	5	5	4	4	3	5	5	4	3	4	2	2	3	4	
15	4	3	4	4	4	5	4	2	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	3	5	4	4	3	3	2	4	4	
16	4	3	3	3	4	5	4	3	5	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	5	3	4	5	3	3	4	5	3	4	3	4
17	5	5	5	4	4	5	4	3	5	5	4	5	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	3	3	5	5	4	2	5	5	
18	5	4	3	3	4	5	4	4	3	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	3	5	3	3	4	4	1	2	4	5
19	5	5	4	4	4	5	4	3	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	2	3	3	4	5	3	2	5	5
20	4	4	5	4	4	5	4	3	3	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	3	3	3	3	4	3	2	3	5	5	
21	4	3	3	4	4	5	3	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	2	3	4	5	5	3	2	3	4	4
22	5	4	3	3	4	5	3	2	5	5	5	5	4	3	5	5	4	3	5	4	3	5	4	5	5	5	4	1	2	3	5
23	5	4	3	3	4	5	3	2	5	5	5	5	4	3	5	5	4	3	5	4	5	5	5	5	5	3	5	1	1	2	4
24	5	5	4	3	4	5	4	2	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	3	5	1	2	4	5
25	5	4	3	3	4	5	3	3	5	4	5	4	3	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	1	2	3	4
26	3	4	3	2	2	2	4	2	1	3	3	3	3	2	4	4	3	3	4	3	2	5	5	5	5	2	1	1	5	2	
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	1	1	5	5	
28	4	4	3	2	3	5	3	4	5	4	4	3	3	3	5	4	3	3	4	3	3	5	3	3	2	3	1	1	3	4	
29	4	4	2	2	3	5	2	2	4	4	4	3	4	3	5	4	3	3	4	3	3	5	3	3	1	3	1	1	5	4	
30	3	4	2	2	3	5	2	3	4	4	4	3	3	2	5	4	3	3	4	3	3	4	3	3	1	3	1	1	5	4	