



UNAP



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

TESIS

**“GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA LA
CASA DE LAS ENCHILADAS, IQUITOS 2023”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO (A) EN ADMINISTRACIÓN**

PRESENTADO POR:

**JOAO JOSÉ CARDENAS SAAVEDRA
RUDDY KARINA FATAMA JIPA**

ASESOR:

Lic. Adm. GILBERT ROLAND ALVARADO ARBILDO, Dr.

IQUITOS, PERÚ

2023



UNAP

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS

FACEN

"COMITÉ CENTRAL DE GRADOS Y TÍTULOS"



ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS VIRTUAL N°175-CCGyT-FACEN-UNAP-2023

En la ciudad de Iquitos, a los **02** días del mes de **noviembre** del año 2023, a horas **04:00 p.m.** se dio inicio haciendo uso de la **plataforma Zoom** la sustentación pública de la Tesis titulada: "**GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA LA CASA DE LAS ENCHILADAS, IQUITOS 2023**", autorizado mediante **Resolución Decanal N°2111-2023-FACEN-UNAP** presentado por los Bachilleres en Ciencias Administrativas **JOAO JOSÉ CARDENAS SAAVEDRA** y **RUDDY KARINA FATAMA JIPA**, para optar el Título Profesional de **LICENCIADO (A) EN ADMINISTRACIÓN** que otorga la UNAP de acuerdo a Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana.

El Jurado calificador y dictaminador está integrado por los siguientes profesionales:

Lic. Adm. JAIME RENGIFO PEÑA, Mag. (Presidente)
Lic. Adm. WINSTON JOSÉ RENGIFO VILLACORTA, Mag. (Miembro)
Lic. Adm. JOSÉ RÉGULO RAMIREZ DEL ÁGUILA, Mag. (Miembro)

Luego de haber escuchado con atención y formulado las preguntas necesarias, las cuales fueron respondidas: **SATISFACTORIAMENTE**.

El jurado después de las deliberaciones correspondientes, arribó a las siguientes conclusiones: La Sustentación Pública y la Tesis han sido: **APROBADAS** con la calificación **BUENA (16)**.

Estando los Bachilleres aptos para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración.

Siendo **las 6:05 pm** del **02** de **noviembre** del **2023**, se dio por concluido el acto académico.


Lic. Adm. JAIME RENGIFO PEÑA, Mag.
Presidente


Lic. Adm. WINSTON JOSÉ RENGIFO VILLACORTA, Mag.
Miembro


Lic. Adm. JOSÉ RÉGULO RAMIREZ DEL ÁGUILA, Mag.
Miembro


Lic. Adm. GILBERT BOLAND ALVARADO ARBILDO, Dr.
Asesor

Somos la Universidad licenciada más importante de la Amazonia del Perú, rumbo a la acreditación

Calle Nanay N°352-356- Distrito de Iquitos – Maynas – Loreto
<http://www.unapiquitos.edu.pe> - e-mail: facen@unapiquitos.edu.pe
Teléfonos: #065-234364 /065-243644 - Decanatura: #065-224342 / 944670264



JURADO y ASESOR



Lic. Adm. JAIME RENGIFO PEÑA, Mag.
Presidente
CLAD-1891



Lic. Adm. WINSTON JOSÉ RENGIFO VILLACORTA, Mag.
Mag Miembro
CLAD-09265



Lic. Adm. JOSÉ RÉGULO RAMÍREZ DEL ÁGUILA,
Mag Miembro
Clad 13327



Lic. Adm. GILBERT ROLAND ALVARADO ARBILDO, Dr.
Asesor
CLAD N°01929

NOMBRE DEL TRABAJO

**FACEN_TESIS_CARDENAS SAAVEDRA_F
ATAMA JIPA.pdf**

AUTOR

CARDENAS SAAVEDRA / FATAMA JIPA

RECUENTO DE PALABRAS

3595 Words

RECUENTO DE CARACTERES

19629 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

26 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

587.9KB

FECHA DE ENTREGA

Aug 11, 2023 2:26 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Aug 11, 2023 2:26 PM GMT-5

● **13% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base c

- 9% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 10% Base de datos de trabajos entregados
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossr

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

DEDICATORIA

Le dedico el resultado de este trabajo a mis padres Rosario y Esaud, por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad y por su apoyo incondicional. A mi hermanito Valentino, que me motiva a ser mejor persona cada día. A mis abuelitos, en especial a mi Reginita en el cielo. Este logro que tanto anhelé es por y gracias a ustedes.

Joao José Cárdenas Saavedra

A Dios, por darme la vida y fortaleza de seguir pese a los tropiezos.

A mis padres Lourdes y Javier, por el apoyo incondicional, tanto en la formación académica, como en la vida. A mis hermanos y sobrino que son mi motivación para lograr mis objetivos.

Ruddy Karina Fatama Jipa

AGRADECIMIENTO

Primero, damos gracias a Dios por habernos dado fortaleza para culminar nuestra formación profesional satisfactoriamente. A nuestros familiares por haber sido nuestro soporte y a nuestro asesor por el tiempo, dedicación y paciencia en la elaboración de este documento.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
PORTADA	i
ACTA DE SUSTENTACIÓN	ii
JURADO Y ASESOR	iii
RESULTADO DEL INFORME DE SIMILITUD	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE CUADROS	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	2
1.1 Antecedentes	2
1.2 Bases teóricas	7
1.3 Definición de términos básicos	10
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	12
2.1 Formulación de la Hipótesis	12
2.2 Variable y su operacionalización	12
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	16
3.1 Diseño Metodológico	16
3.2 Diseño muestral	16
3.3 Técnica e instrumentos de recolección de datos	17

3.4	Procesamiento y análisis de la información	18
3.5	Aspectos éticos	18
	CAPÍTULO IV: RESULTADOS	19
	CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	28
	CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES	30
	CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES	31
	CAPÍTULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN	33
	ANEXOS	
1.	Matriz de Consistencia	
2.	Instrumento de recolección de datos	
3	Consentimiento informado	

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
Cuadro N° 1 Resumen de procesamiento de casos de la Variable 1: Gestión de calidad	19
Cuadro N° 2 Estadística de fiabilidad de la Variable 1: Gestión de calidad	19
Cuadro N° 3 Resumen de procesamiento de casos de la Variable 2: Competitividad	19
Cuadro N° 4 Estadísticas de fiabilidad de la Variable 2: Competitividad	20
Cuadro N° 5 Correlación de la Variables 1 y 2	20
Cuadro N° 6 Correlación de la hipótesis específica 1	21
Cuadro N° 7 Correlación de la hipótesis específica 2	21
Cuadro N° 8 Correlación de la hipótesis específica 3	22
Cuadro N° 9 Categoría de la V1: Gestión de calidad	22
Cuadro N° 10 Categoría de la D1: Calidad de servicio	23
Cuadro N° 11 Categoría de la D2: Calidad de producto	24
Cuadro N° 12 Categoría de la D3: Mejora continua	25
Cuadro N° 13 Categoría de la V2: Competitividad	26

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico N° 1 Categoría de la V1: Gestión de calidad	23
Gráfico N° 2 Categoría de la D1: Calidad de servicio	24
Gráfico N° 3 Categoría de la D2: Calidad de producto	25
Gráfico N° 4 Categoría de la D3: Mejora continua	26
Gráfico N° 5 Categoría de la Variable: Competitividad	27

RESUMEN

El objetivo es conocer cómo la gestión de calidad afecta la competitividad dentro de La Casa de las Enchiladas, Iquitos 2023, es el objetivo. 61 clientes de restaurantes conformaron la población de estudio; como resultado, se obtuvo una puntuación de correlación de Pearson de 0,723**. Por tanto, con un sigma de 0.000, se confirma que existe una relación significativa y que se acepta la hipótesis. El cuestionario fue utilizado como instrumento de recolección de datos para la encuesta, y los resultados mostraron que las variables para gestión de calidad y competitividad tuvieron valores de Alfa de Cronbach de 0,887 y 0,758, respectivamente.

Palabras Clave: Gestión de Calidad, Competitividad, Servicio, Mejora Continua, Producto.

ABSTRACT

The objective of this work was to determine how quality management relates to competitiveness in the company La Casa de las Enchiladas, Iquitos 2023. The study population consisted of 61 restaurant customers, a resulting Pearson correlation score of 0.723 was obtained. **. With a sigma of 0.000, therefore, the hypothesis is accepted, and it is confirmed that there is a significant relationship. The questionnaire was applied as an information collection instrument through the survey, obtaining as a result of Cronbach's Alpha 0.887 and 0.758 in the variable of quality management and competitiveness respectively.

Keywords: Quality Management, Competitiveness, Service, Continuous Improvement, Product.

INTRODUCCIÓN

Con el objetivo de determinar si existe una relación significativa entre la gestión de la calidad y la competitividad, ya que se centrará en el estudio de la gestión de calidad y cómo está relacionado con la competitividad, tenemos un problema general en nuestro trabajo: ¿cómo se relaciona la gestión de calidad con la competitividad en la compañía La Casa de Las Enchiladas, Iquitos 2023? Como resultado, nos permitirá determinar ambas categorías de sus dimensiones y el nivel de cada variable. Debido a que intentaremos confirmar este estudio con otros estudios anteriores para que sea útil para las instituciones públicas, privadas y generales, este trabajo será relevante tanto a nivel económico como social.

El proyecto de investigación utiliza un enfoque cuantitativo para describir cómo surgen hechos naturalmente. También utiliza un diseño no experimental para observar fenómenos a medida que ocurren y analizarlos más tarde. Finalmente, utiliza el análisis correlacional para vincular ideas, fenómenos, hechos o variables. En términos estadísticos, evalúan la relación entre variables. 61 clientes regulares de Casa de Las Enchiladas constituirán la población y la muestra de este estudio. La guía de la UNAP IQUITOS se sigue en la estructura de este estudio. Comenzando con el marco teórico, las hipótesis, el método y los resultados, la discusión sigue, seguida de la conclusión, y luego se proporcionan recomendaciones y fuentes de información.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes

Tiene como propósito probar la relación entre los factores que afectan la gestión de la calidad y la competitividad. Se preparó un estudio no experimental y correlativo. La técnica utilizada fue una encuesta mediante un cuestionario en escala de Likert aplicado a una muestra de altos directivos en un grupo de 10 personas. Para analizar los datos mostrados y comprender su confiabilidad, debe utilizar los métodos estadísticos compatibles con el programa SPSS 25, que lo ayuda a organizar los datos mediante tablas para una mejor comprensión en forma de tablas, cuadros y gráficos. El valor de correlación es igual a 0.924, de lo cual se puede concluir que en este trabajo de investigación se puede concluir que existe una relación directa entre la gestión de calidad y la competitividad de las empresas exportadoras de yema de huevo en polvo de la provincia de Lima en el año 2018. Recomendado para exportación de harina de Lúcumá La industria limeña utiliza sistemas de gestión de calidad para generar competitividad internacional. (Dávila & Mezones , 2018)

El propósito de este estudio es determinar si existe una relación entre las variables de gestión de la calidad y la productividad laboral. El estudio utilizó métodos descriptivos, cuantitativos, un diseño transversal no experimental y niveles de emparejamiento. Hubo 115 colaboradores y 89 muestras. El muestreo no probabilístico se utiliza por conveniencia. La técnica utilizada es una encuesta y el instrumento es un cuestionario. El primero tiene 36 ítems y evalúa la gestión de la calidad, el segundo tiene 27

ítems y evalúa la productividad. El instrumento fue validado por expertos de la industria y los cálculos de confiabilidad utilizando la estadística alfa de Cronbach arrojaron un alfa de Cronbach de 0.826 para la primera variable y 0.790 para la segunda variable. Nuevamente, los resultados estadísticos nos permiten rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa, mostrando un nivel de significancia de 0.000 para gestión de calidad y productividad y un coeficiente de correlación de Spearman de 0.781, indicando una relación altamente positiva. Hubo una gran variación entre las variables de estudio. (Pariona, 2020)

La presente investigación denominada “gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro boticas del centro del Distrito de Las Lomas -Tambogrande, año 2019. Tuvo como objetivo general identificar las características de la gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro boticas del centro del Distrito de Las Lomas Tambogrande, año 2019. Empleando como metodología la investigación tipo cuantitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal. Para la recopilación de información se empleó como técnica la encuesta y el cuestionario como instrumento, de escala nominal, mismas que fueron aplicadas de acuerdo a los indicadores de las variables en estudio a 4 propietarios, 8 trabajadores y 384 clientes. Según los resultados para la variable gestión de calidad en cuanto a la dimensión mejora continua que 100% de los clientes considera que las boticas se preocupan por satisfacer sus necesidades, demuestran tener conocimientos y brindan confianza cuando realizan sus compras; así mismo para la dimensión retroalimentación se ha obtenido que el 100% de encuestados considera que su jefe tiene la capacidad de preguntar, escuchar y guiar

cuando se trata de dar solución a cualquier problema que se presente dentro de su área de trabajo. Para la variable competitividad y dimensión elementos de la competitividad el 100% considera que las boticas ofrecen productos de buena calidad y se sienten satisfechos con los servicios y productos que ofrecen estas MYPE; en cuanto a la dimensión estrategias de la competitividad el 100% considera que si recomiendan las boticas y que la calidad de los productos y servicios que ofrecen las boticas influyen en su preferencia para comprar en ellas. (Ruiz , 2019)

El presente trabajo de investigación tuvo objetivo general: Investigar las principales características de la Gestión de Calidad y Competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas del rubro farmacia en el Distrito Huancabamba-Piura; año 2020. La investigación fue de diseño no experimental - transversal - descriptiva, para el recojo de información se utilizó una población de 2 MYPE, tomando como muestra a propietarios y clientes a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado con 13 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: se establece que el 100% de los propietarios afirmaron que los colaboradores cuentan con estudios suficientes para poder ocupar el puesto de trabajo, el 100% planea los procesos para lograr los objetivos planteados, el 72.22% de clientes indica que se le ofrecen productos sustitutos, el 77.78% de clientes manifiesta que la atención es de calidad. La investigación concluye que la totalidad de los propietarios le interesa que sus colaboradores cumplan con las competencias de gestión de calidad, la totalidad de propietarios busca lograr la mejora continua para su MYPE, la mayoría de consumidores están de acuerdo la manera en cómo se realiza el poder de negociación al cliente en las MYPE, la mayoría de los clientes considera que las MYPE buscan

cumplir las condiciones calidad para así poder mantener comprometido y lograr fidelizar al cliente. (Yanac Peña, 2021)

La presente investigación titulada gestión de calidad y eficacia de los procesos administrativos en las MYPES del sector servicio: caso empresa pollería Aguaytía en la provincia de padre abad, tuvo como objetivo general determinar la gestión de calidad y eficacia de los procesos administrativos en la MYPE, el método utilizado fue de diseño no experimental, transversal y descriptivo. La población y muestra fue la cantidad de 15 trabajadores, como técnica se utilizó la encuesta y como instrumento el cuestionario, estuvo conformado por 21 preguntas. Los resultados fueron, el 60% están totalmente de acuerdo que la empresa desarrolla la mejora continua, el 47% está de acuerdo que la empresa gestiona con calidad para satisfacer al cliente, el 47% están de acuerdo que la empresa utiliza el proceso de planeación para su gestión, el 33% ni de acuerdo ni en desacuerdo que la empresa revisa el proceso de planeación. Se llegó a la conclusión que en el presente trabajo de investigación se pudo encontrar deficiencias tanto en la parte de gestión de calidad como procesos administrativos, la encuesta demostró que estas empresas tienen claro que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa e ayuda a alcanzar los objetivos y metas trazados por la organización, pero cabe mencionar que no utilizan el análisis FODA, siendo esta una herramienta esencial para un diagnóstico preciso que permite, en función de ello, tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados. (Santillán Collazos, 2022)

El presente trabajo de investigación se desarrolló con el objetivo de Detallar el impacto de la gestión de calidad en la imagen institucional de la empresa Construredes, Trujillo, 2021. El tipo de investigación según su finalidad fue sustantiva, de alcance correlacional, de enfoque cuantitativo; de diseño no experimental: transversal. La técnica empleada para recolectar información fue la encuesta y los instrumentos de recolección de datos fueron los cuestionarios en escala de Likert los cuales fueron debidamente validados con un nivel confiabilidad a través del estadístico (Alfa de Cronbach, KR-23). Las preguntas fueron medidas a través de la escala de Likert, dicho cuestionario se aplicó a una población muestral de 218 cliente, para determinar el grado de influencia entre las dos variables para ello se utilizó el Correlación Rho de Spearman. Finalmente, con este estudio se llegó a la conclusión que la Gestión de Calidad influye de manera significativa en la Imagen Institucional de la empresa Construredes, haciendo de esa manera que la opinión que tenga el público de la empresa cambie de desfavorable a favorable destacando que la dimensión Imagen Comercial. Esta influencia se valida con lo obtenido en el coeficiente de Sperman con un nivel de correlación de 0.797. (Corman , 2022)

Hoy en día en las empresas peruanas la Gestión de Calidad toma fuerza en cuanto al servicio y producto sea entregado al cliente de manera satisfactoria cumpliendo con los acuerdos pactados en un plazo determinado por el mismo. Tomando en consideración la distribución como el principal conector para la comercialización de nuestros productos en el mercado nacional, teniendo en cuenta los percances o problemáticas que pudieran surgir en el proceso de entrega y evitando de esta manera los retrasos. De acuerdo a lo mencionado

esta investigación se deriva de una fábrica de bolsas, ubicado en el distrito de San Juan de Lurigancho – Lima, que distribuye sus productos en la capital siendo mayormente su mercado potencial en el Norte Chico del Perú. Para determinar nuestras deficiencias se observó que la distribución no está siendo bien gestionada debido a la poca cantidad de producción y alta demanda de pedidos provinciales, a lo que se hizo un estudio sobre sus posibles mejoras en el área de producción que se detallara en este informe. (Suárez Severino , 2022)

1.2 Bases teóricas

A. GESTIÓN DE CALIDAD

Según (Barrios, Hernández, & Martínez, 2018) , la gestión de calidad resulta hoy día una estrategia para impulsar la competitividad empresarial que permite, desde una perspectiva integral, observar la organización como un conjunto de procesos interrelacionados cuyo fin último es, entre otros, lograr la satisfacción del cliente.

Dimensiones de gestión de la calidad

Según (Deming, 1989) son las siguientes:

Calidad de servicio

La calidad de servicio es el conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan a una relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes

Calidad de producto

La calidad del producto, es la consecución de la implantación de un proceso de la empresa, que consiga la máxima satisfacción del cliente.

Unido a la eficiencia y logro de competitividad en la utilización de los diversos recursos a través del compromiso e implicación del personal sea cual sea su puesto o nivel dentro de la organización.

Mejora continua del producto

El ciclo PHVA (planear, hacer, verificar y actuar) es de gran utilidad para estructurar y ejecutar proyectos de mejora de la calidad y la productividad en cualquier nivel jerárquico.

B. COMPETITIVIDAD

Según (León, 2015) “se podría definir la competitividad como la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico. Se podría decir que la competitividad tiene incidencia en la forma de plantear y desarrollar cualquier iniciativa de negocios, y esto es algo que está propiciando una evolución en el modelo de empresa y empresario”.

La competitividad no es producto de una casualidad ni surge espontáneamente, sino que se crea y se logra a través de un largo proceso de aprendizaje y negociación por grupos colectivos representativos que configuran la dinámica de conducta organizativa, como los accionistas,

directivos, empleados, acreedores, clientes, por la competencia y el mercado, y por último, el gobierno y la sociedad en general.

Dimensiones de la competitividad

Ventaja Competitiva

Según (Espinoza , 2017), cuando la empresa tiene una ventaja única y sostenible respecto a sus competidores, y dicha ventaja le permite obtener mejores resultados y, por tanto, tener una posición competitiva superior en el mercado.

Existen multitud de fuentes para generar este tipo de ventajas, como por ejemplo la ubicación de nuestra empresa, la calidad, innovaciones en los productos que fabricamos, el servicio que ofrecemos o menores costes de producción entre otras.

Estrategia competitiva

Según (Quero, 2008) señala a la estrategia competitiva como un conjunto de acciones que la empresa pone en práctica para asegurarse una ventaja competitiva sostenible, pues, una ventaja competitiva preserva los beneficios frente a los competidores, presentes o potenciales que buscan ventajas competitivas.

1.3 Definición de términos básicos

a. Calidad:

Según (Mise, 2023), calidad es el proceso de mejora continua, en donde todas las áreas de una organización participan activamente en el desarrollo de productos y/o servicios que satisfagan las necesidades de los clientes logrando así mejorar su productividad.

b. Competitividad:

Según (Ferraz, Kupfer, & Haguenaer, 1996), la competitividad puede definirse como la capacidad de una empresa para crear e implementar estrategias competitivas y mantener o aumentar su cuota de productos en el mercado de manera sostenible.

c. Gestión:

Para (Robbins & Coulter, 2005) gestión o administración a la coordinación de actividades de trabajo, de modo que se realicen de manera eficiente y eficaz con otras personas y a través de ellas, lo cual se convierte en el objetivo principal de toda gestión.

d. Gestión de la calidad

Según (Díaz, 2010) ,la calidad es un factor inevitable que las empresas deben de poseer, la calidad se cimienta en todas las expectativas que sus consumidores desean conseguir utilizando diversos recursos como son la tecnología, la innovación, entre otras; puesto que de este modo las empresas alcanzan ser competentes en el mercado y ante la sociedad en general.

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de la Hipótesis

Hipótesis general

Ha: Existe relación significativa entre la gestión de calidad y la competitividad en la Casa de las Enchiladas, Iquitos 2023.

Hipótesis específicas

1. Existe relación significativa entre la calidad de servicio y la competitividad en la Casa de las Enchiladas, Iquitos 2023.
2. Existe relación significativa entre la calidad de producto y la competitividad en la Casa de las Enchiladas, Iquitos 2023.
3. Existe relación significativa entre la mejora continua del producto y la competitividad en la Casa de las Enchiladas, Iquitos 2023.

2.2 Variable y su operacionalización

Variables

Variable 1: Gestión de calidad

Variable 2: Competitividad

Variable y operacionalización

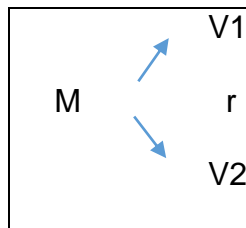
Variables	Definición	Tipo por su naturaleza	Dimensiones	Indicadores	Categorías de la variable	Categorías de las dimensiones	Escala de medición	Instrumento de recolección
Gestión de calidad	La gestión de calidad es una serie de procesos sistemáticos que le permiten a cualquier organización planear, ejecutar y controlar las distintas actividades que lleva a cabo. (Editorial, 2021)	Cuantitativo	Calidad de servicio	Ítems, 1-4	Alta: 38-50 Media: 24-37 Baja: 10-23	Alta: 16-20 Media: 10-15 Baja: 4-9	Ordinal	Técnica: Encuesta Instrumento: cuestionario
			Calidad de producto	Ítems, 5-7		Alta: 11-15 Media: 7-10 Baja: 3-6		
			Mejora continua del producto	Ítems, 8-10		Alta: 11-15 Media: 7-10 Baja: 3-6		
Competitividad	“La competitividad de las empresas es un factor clave del crecimiento económico de una nación en un entorno mundial cada vez más abierto y dinámico.” (Fernández, Montes , & Vásquez, 1997)		Ventaja Competitiva	Ítems, 1-8	Alta: 44-60 Media: 28-43 Baja: 12-27	No aplica		
			Estrategia Competitiva	Ítems, 9-12				

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Diseño Metodológico

La investigación es de tipo correlacional de corte transversal, con enfoque cuantitativo en la cual se busca describir en forma natural cómo se desarrollan los hechos. (Hernandez & Mendoza, 2018) El diseño es no experimental, porque no se manipula la variable y se observa los fenómenos de la forma en que se dan, para después analizarlos, y finalmente, correlacional porque se pretende asociar conceptos, fenómenos hechos o variables. Miden las variables y su relación en términos estadísticos.

Diseño descriptiva – correlacional



Dónde:

M: Muestra, clientes recurrentes de la Casa de las Enchiladas

V1: Gestión de calidad

V2: Competitividad

r = relación entre variables

3.2 Diseño muestral

Población de estudio

La población del presente estudio estará conformada por un grupo de clientes recurrentes de la Casa de las Enchiladas, lo cual hace un total de 61.

Muestreo o selección de la muestra

La muestra está conformada por 61 clientes, la misma que se efectuará en una semana.

3.3 Técnica e instrumentos de recolección de datos

Procedimiento

El procedimiento de recolección de datos se realizará de la siguiente manera:

- Se solicitará autorización a la Gerencia de Administración de la Casa de las Enchiladas, para la realización de la investigación.
- Recibida la autorización se procederá a realizar la encuesta a los clientes.
- Terminada las encuestas se procederá a la elaboración de base de datos para ser ingresado y procesados empleando el paquete estadístico SPSS.

Técnica e instrumento

La técnica para la recolección de datos será la encuesta y el instrumento el cuestionario con preguntas estructuradas.

3.4 Procesamiento y análisis de la información

- La información recolectada se procesará con ayuda del programa Microsoft Excel, y sus tablas de cálculo y gráficos.
- Seguidamente se procederá al análisis de los datos, para lo cual se hará uso del análisis estadístico mediante el paquete estadístico SPSS 26.
- Finalmente se elaborarán las tablas y figuras necesarias para presentar la información de las variables en estudio.

3.5 Aspectos éticos

El trabajo se realizará siguiendo las normas de la Universidad, regida por los modelos vigentes, emplearemos las citas mediante APA, y para las encuestas se informará a los clientes sobre la discrecionalidad de las respuestas, por lo que hace énfasis en que la realización de las mismas será totalmente voluntaria.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

Una vez terminada la encuesta se obtuvo los siguientes resultados:

Cuadro N° 1 Resumen de procesamiento de casos de la Variable 1: Gestión de calidad

		N	%
Casos	Válido	61	100,0
	Total	61	100,0

El siguiente cuadro nos muestra que los casos validos serán 61, sin alguna exclusión.

Cuadro N° 2 Estadística de fiabilidad de la Variable 1: Gestión de calidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,887	10

El Alfa de Cronbach de la primera variable es 0,887; siendo esto considerado cómo muy alto en confianza.

Cuadro N° 3 Resumen de procesamiento de casos de la Variable 2: Competitividad

		N	%
Casos	Válido	61	100,0
	Total	61	100,0

No existe caso excluido en el siguiente cuadro, solo observamos que tenemos casos validos de 61 personas.

Cuadro N° 4 Estadísticas de fiabilidad de la Variable 2: Competitividad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,758	12

Nuestro nivel de confiabilidad de nuestra segunda variable es 0,758 teniendo un grado alto de confianza.

Correlación de la hipótesis general

H_a= Existe relación significativa entre la gestión de calidad y la competitividad en la Casa de las enchiladas, Iquitos 2023.

Cuadro N° 5 Correlación de las Variables 1 y 2

		V1: Gestión de calidad
V2: Competitividad	Correlación de Pearson	,723**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	61

El cuadro N° 5 muestra el valor de correlación de Pearson igual a 0,723**. Esto representa una correlación positiva promedio según la teoría del libro (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014); Además, el valor sigma (ambos lados) es 0,000. De acuerdo con la regla de decisión presentada por (Hernandez & Mendoza, 2018), si el valor de P (significación) es menor a 0.05; La hipótesis fue aceptada. Luego confirmamos que "existe una relación significativa entre la gestión de calidad y la competitividad en la Casa de las Enchiladas, Iquitos 2023".

Correlación de las hipótesis específicas

H₁= Existe relación significativa entre la calidad de servicio y competitividad en la Casa de las Enchiladas, Iquitos 2023

Cuadro N° 6 Correlación de la hipótesis específica 1

		D1: Calidad de servicio
V2: Competitividad	Correlación de Pearson	,662**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	61

De acuerdo con el cuadro anterior, el valor Pearson es de 0,662** esto vendría a ser una correlación positiva media y con sigma de 0,000 siendo esto menor a "0,05" indicando que aceptaremos la hipótesis específica: "Existe relación significativa entre calidad de servicio y competitividad en la Casas de las Enchiladas, Iquitos 2023".

H₂= Existe relación significativa entre la calidad de producto y la competitividad en la Casa de las Enchiladas, Iquitos 2023

Cuadro N° 7 Correlación de la hipótesis específica 2

		D2: Calidad de producto
V2: Competitividad	Correlación de Pearson	,616**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	61

Nuestro valor de Pearson del siguiente cuadro es 0616**, esto sería una correlación positiva media con una sigma de 0,000 siendo menor a lo indicado y así concluimos: "Existe relación significativa entre la calidad de producto y competitividad en la Casa de las Enchiladas, Iquitos 2023".

H₃= Existe relación significativa entre la mejora continua y la competitividad en la Casa de las Enchiladas, Iquitos 2023

Cuadro N° 8 Correlación de la hipótesis específica 3

		D3: Mejora Continua
V2: Competitividad	Correlación de Pearson	,543**
	Sig. (bilateral)	,000
	N	61

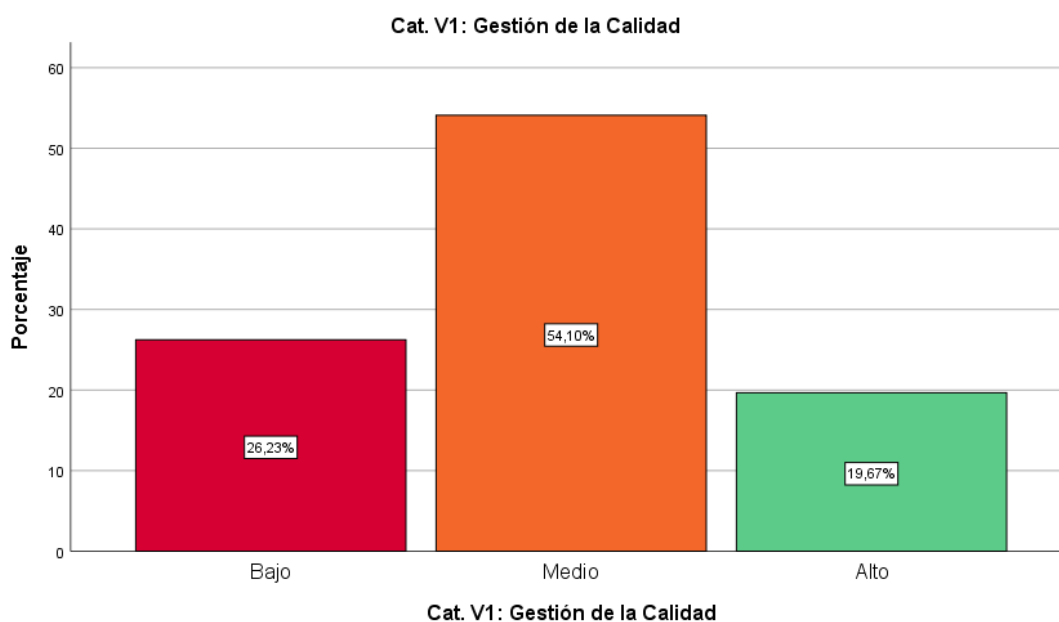
Dado a los resultados de nuestro SPSS V26, obtuvimos un valor de 0,543 Pearson, esto sería una correlación positiva media con una sigma bilateral 0,000 siendo esto menor al valor de 0,05, esto indicaría que podemos afirmar la hipótesis específica 3.

Frecuencia de la Variable 1:

Cuadro N° 9 Categoría de la V1: Gestión de calidad

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Baja	13	26,2
	Media	33	54,1
	Alta	12	19,7
	Total	61	100,0

Gráfico N° 1 Categoría de la V1: Gestión de calidad



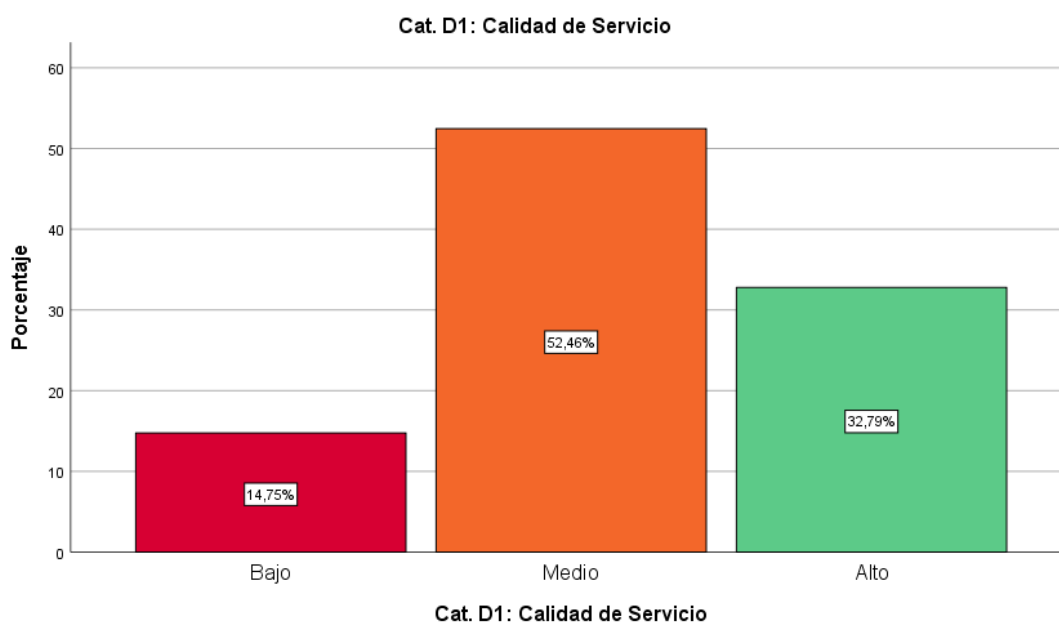
El valor más alto que obtuvimos en nuestra frecuencia y gráfico es de 33 votos siendo esto un 54,10% de personas que indican como "Medio" por lo que deberíamos mejorar un poco de ello para tener una buena gestión de calidad.

Frecuencia de las dimensiones de la variable 1

Cuadro N° 10 Categoría de la D1: Calidad de servicio

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Baja	9	14,8
	Media	32	52,5
	Alta	20	32,8
	Total	61	100,0

Gráfico N° 2 Categoría de la D1: Calidad de servicio

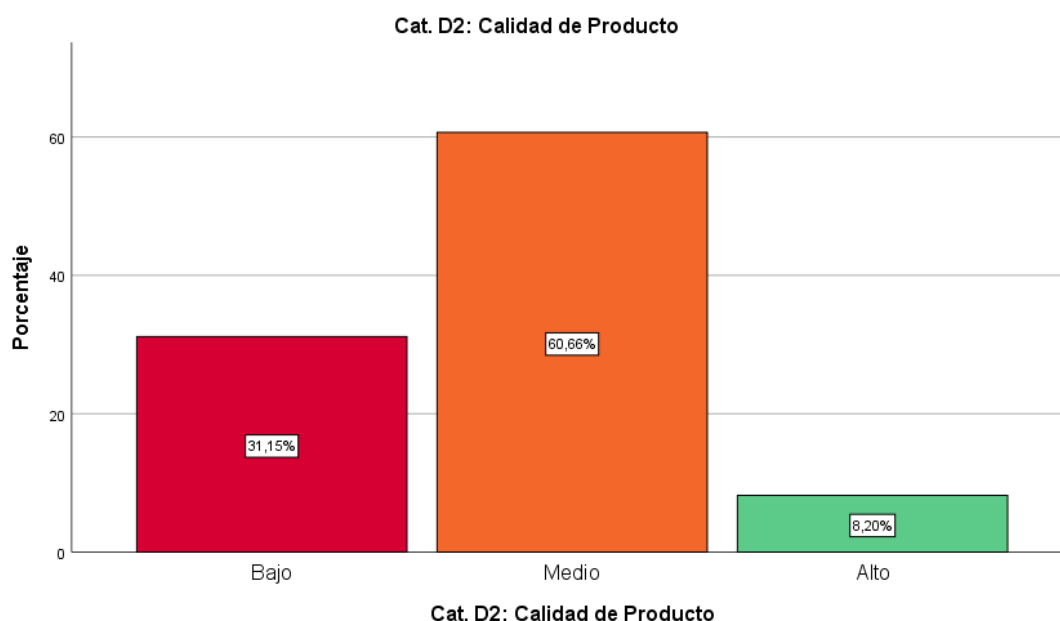


Al hacer la encuesta, con respecto a la calidad de servicio de la Casa de las Enchiladas se obtuvo el siguiente resultado, con 32 votos a favor y siendo esto el 52,46% indicando un rango de “Medio” por lo que también se recomienda mejorar en este aspecto.

Cuadro N° 11 Categoría de la D2: Calidad de producto

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Baja	19	31,1
	Media	37	60,7
	Alta	5	8,2
	Total	61	100,0

Gráfico N° 3 Categoría de la D2: Calidad de producto

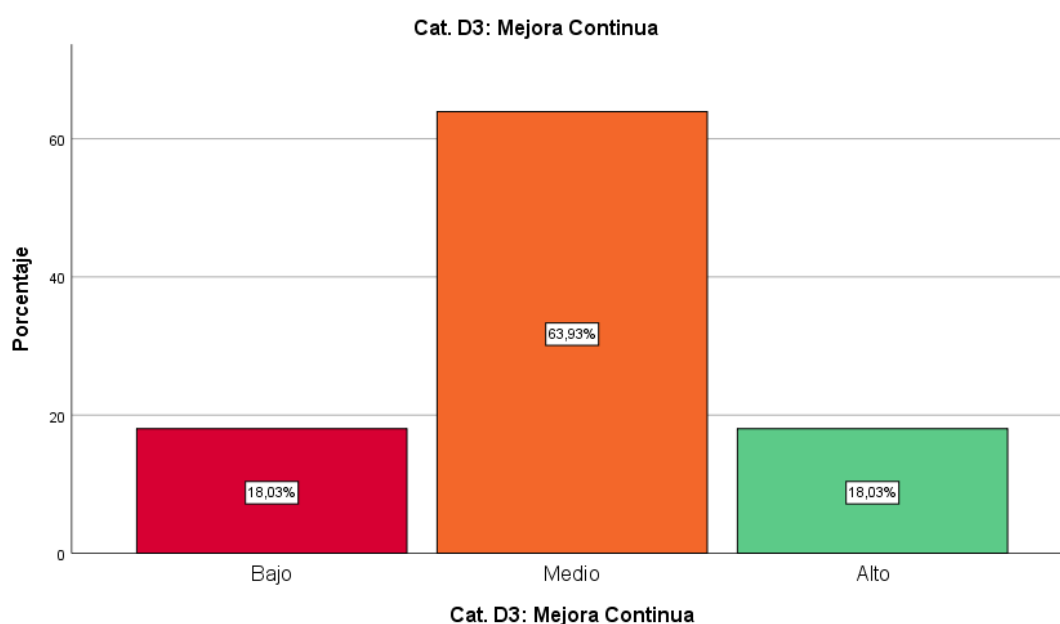


El Cuadro N°11 y el Gráfico N° 3 muestran que, según 5 encuestados que representan el 8,20% consideró como “Alto” la calidad de producto de la Casa de las Enchiladas. 19 encuestados consideraron como “Bajo” y el 60,66% corresponde a 37 personas en el rango “Medio”.

Cuadro N° 12 Categoría de la D3: Mejora continua

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Baja	11	18,0
	Media	39	63,9
	Alta	11	18,0
	Total	61	100,0

Gráfico N° 4 Categoría de la D3: Mejora continua

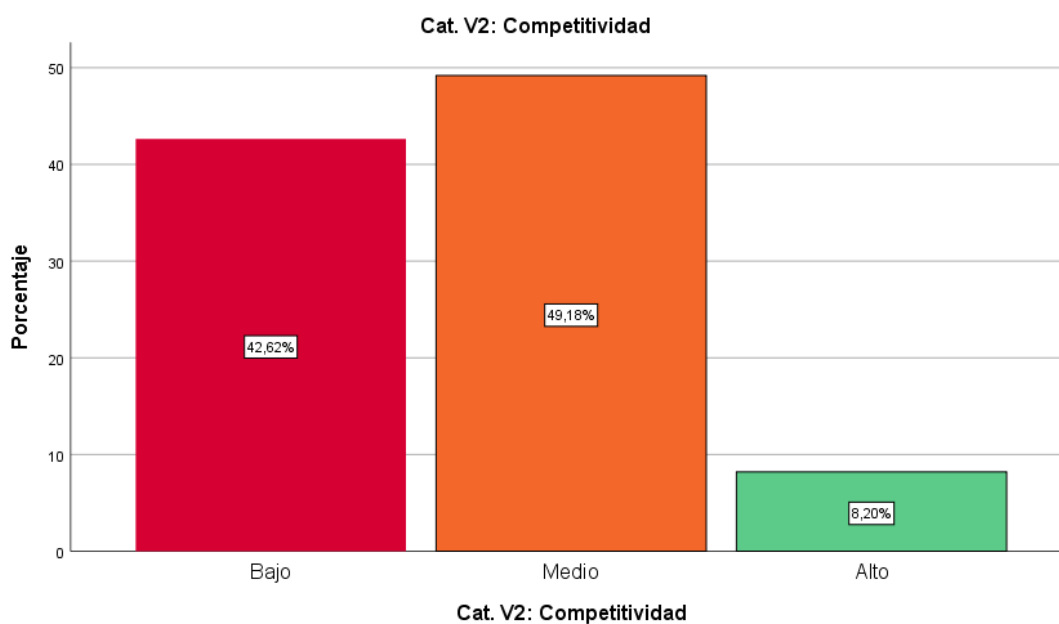


En relación con el cuadro N° 12 y el Gráfico N°4 - D3: Mejora continua, 39 encuestados representado el 63,93%, considera como “Medio” la mejora continua en la Casa de las Enchiladas.

Cuadro N° 13 Categoría de la V2: Competitividad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Baja	26	42,6	42,6	42,6
	Media	30	49,2	49,2	91,8
	Alta	5	8,2	8,2	100,0
	Total	61	100,0	100,0	

Gráfico N° 5 Categoría de la Variable: Competitividad



El cuadro N° 13 y el Gráfico N° 5 están relacionados con la variable de la competitividad. El 49,18% (representado por 30 encuestados) indica como valor “Medio” la competitividad en la Casa de las Enchiladas.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

Luego de obtener los resultados se descubrió que en la empresa la casa de las enchiladas existe una relación positiva media entre las dos variables.

(Dávila & Mezones , 2018) Menciona en su tesis que el valor de correlación es igual 0.924, donde se concluye que en este trabajo de investigación si existe una relación directa entre la gestión de calidad y la competitividad en las empresas exportadoras de harina de lúcumá en el Departamento de Lima en el 2018.

(Corman , 2022) en su estudio la Gestión de Calidad influye de manera significativa en la Imagen Institucional de la empresa Construredes, haciendo de esa manera que la opinión que tenga el público de la empresa cambie de desfavorable a favorable destacando que la dimensión Imagen Comercial. Esta influencia se valida con lo obtenido en el coeficiente de Spearman con un nivel de correlación de 0.797.

Finalmente en la tesis de (Pariona, 2020), los resultados estadísticos permiten rechazar la hipótesis nula y aceptar la alterna, demostrándose que existe relación entre la gestión de calidad y la productividad a un nivel de significancia de 0,000 y un coeficiente de correlación de Spearman de 0.781 lo que determina una correlación positiva muy fuerte entre variables de estudio.

Contrastando con resultados con (Dávila & Mezones , 2018) su resultado tiene valor de correlación positiva muy fuerte, igual 0.924, y nuestra investigación difieren porque tenemos una correlación positiva media de Pearson igual a 0.

723. Mientras con (Corman , 2022) y (Pariona, 2020) tiene una correlación positiva considerable.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES

Se alcanzó a las siguientes conclusiones después de procesar los datos, obteniendo los resultados, realizamos la discusión correspondiente y abordamos los problemas que planteó esta investigación:

1. El promedio calculado de las respuestas que se obtuvo de los clientes encuestados, con relación a las variables: Gestión de calidad y Competitividad, su valor de correlación es positiva media igual a 0,723. Con una sigma de 0,000 por lo que se acepta la hipótesis, y se confirma que existe una relación significativa, seguir mejorando.
2. En la dimensión: Calidad de servicio, el valor Pearson es de 0,662** esto vendría a ser una correlación positiva media y con sigma de 0,000 siendo esto menor a "0,05" por lo que se acepta la hipótesis específica: indicando que existe una relación significativa entre calidad de servicio y competitividad, tomar acciones para seguir mejorando.
3. En la dimensión de calidad de producto el valor de Pearson es 0616**, esto nos da una correlación positiva media con una sigma de 0,000 siendo menor a lo indicado, en la que se confirma que existe una relación significativa entre la calidad de producto y competitividad, hay que mejorarla.
4. Finalmente, en la dimensión mejora continua, obtuvimos un valor de 0,543 Pearson, esto significa una correlación positiva media con una sigma bilateral 0,000 siendo esto menor al valor de 0,05, esto indicaría que podemos afirmar la hipótesis específica planteada, hay que mejorarla.

CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES

Sobre la base de los resultados de esta investigación, hemos hecho las siguientes recomendaciones:

1. La gestión de la calidad y la competitividad deben ser comunicadas de manera efectiva tanto interna como externamente. Al gerente de operaciones se recomienda asegurarse de comunicar los esfuerzos y logros en calidad a los empleados, clientes, socios comerciales y otras partes interesadas relevantes, de esa forma se logrará una comunicación clara y transparente que ayudará a construir una imagen de calidad y a fortalecer la competitividad de la Casa de las Enchiladas.
2. Asegurar que los productos que ofrece el restaurante tenga en cuenta los aspectos de calidad desde el principio, implementado controles de calidad rigurosos en todas las etapas del proceso de preparación, estableciendo estándares de calidad claros y realizando pruebas para asegurarse de que los platos ofrecidos cumplan con estos estándares; y de esa manera identificar y corregir posibles problemas antes de lanzar el producto al consumidor.
3. Considerar colocar a los clientes en el centro de todas las actividades y decisiones, para comprender sus necesidades y expectativas, y tal manera asegurar que el servicio que se ofrece La Casa de las Enchiladas esté diseñado para satisfacerlas. Por otro lado, capacitar al personal del restaurante con la finalidad de desarrollar nuevas habilidades de los empleados para garantizar que estén bien equipados para brindar un servicio excepcional.

4. Establecer una cultura organizacional con el objetivo de promover la mejora continua en todos los niveles de la empresa, fomentando la participación activa de los empleados en la identificación de oportunidades de mejora y la generación de ideas. Esto generará un ambiente en el que se sientan seguros para proponer cambios y se reconozca su contribución. Finalmente conformar equipos multifuncionales para abordar problemas complejos y aprovechar la diversidad de conocimientos y experiencias.

CAPÍTULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN

- Barrios, I., Hernández, H., & Martínez, D. (Enero - Junio de 2018). Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio Libre*, Vol. 16(No. 28), 179-195. Obtenido de <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/view/2130/1621>
- Corman , S. (2022). *Gestión de Calidad y su impacto en la Imagen Institucional de la empresa construedes, Trujillo, 2021*. Universidad César Vallejo , Lima.
- Dávila , K., & Mezones , A. (2018). *Gestión de calidad y competitividad de las empresas exportadoras de harina de lúcumo en el departamento de Lima 2018*. Universidad Cesar Vallejo, Lima. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/52296>
- Deming, E. (1989). *Calidad, Productividad y Competitividad. Salida de la Crisis*. (3° edi. ed.). Madrid: Diaz de Santos S.A.
- Díaz, J. (6 de Agosto de 2010). Calidad Total: Origen, evolución y conceptos. *Emprendices*. Obtenido de <https://www.emprendices.co/calidad-total-origen-evolucion-y-conceptos/>
- Editorial, E. (05 de Agosto de 2021). *Enciclopedia concepto*. Obtenido de <https://concepto.de/gestion-de-calidad/>
- Espinoza , R. (22 de 10 de 2017). Ventaja competitiva: qué es, claves, tipos y ejemplos. Marketing. Obtenido de <https://robertoespinoza.es/2017/10/22/ventaja-competitiva-que-es-tipos-ejemplos/>
- Fernández, E., Montes , J., & Vásquez, C. (1997). *La competitividad de la empresa. Un enfoque basado en la teoría de los recursos* (1° ed.). Madrid, España: Universidad de Oviedo.
- Ferraz, J., Kupfer, D., & Haguenaer, L. (Abril de 1996). El desafío competitivo para la industria brasileña. *Cepal*(58). Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/12019/1/058145173_es.pdf
- Hernandez, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mexico: McGraw-Hill Education.
- Hernandez, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (Primera ed.). Ciudad de México: McGraw-HILL Interamericana editores, S.A. de C.V.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). México D.F.: McGraw-HILL.

- León, F. (06 de 10 de 2015). ¿En qué consiste la competitividad empresarial? *Merca2.0*. Obtenido de <https://www.merca20.com/en-que-consiste-la-competitividad-empresarial/>
- Mise, J. (5 de Enero de 2023). *Calidad*. Obtenido de <https://www.acavir.com/marketing-digital/calidad/>
- Pariona, E. (2020). *Gestion de calidad y productividad laboral en el area de procesamiento de documentos de la empresa Hermes transportes blindados, Chorrillos-2020*. Universidad Autónoma del Perú, Lima. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.13067/1864>
- Quero, L. (10 de Abril de 2008). Estrategias competitivas: factor clave de desarrollo. *Negotium*, Vol. 4(Núm. 10). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/782/78241004.pdf>
- Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administración* (Octava edición ed.). México: Pearson Educación.
- Ruiz , C. (2019). *Gestión de calidad y competitividad en las Mypes rubro boticas del centro del distrito de las Lomas - Tambogrande, año 2019*. Universidad los Angeles de Chimbote, Piura.
- Santillán Collazos, F. E. (2022). *Gestión de calidad y eficacia de los procesos administrativos en las Mypes del sector servicio: caso empresa pollería Aguaytía en la provincia de padre Abad, 2020*. Universidad Católica los Angeles de Chimbote, Chimbote.
- Suárez Severino , N. K. (2022). *La gestión de calidad en la distribución de bolsas fabricadas de una empresa*. Universidad Peruanas de las Américas , Lima.
- Yanac Peña, C. V. (2021). *Gestión de calidad y competitividad de las Mype rubro farmacia, distrito de Huacabamba - Piura, año 2020*. Universidad Católica los Angeles de Chimbote .

ANEXOS

1. Matriz de Consistencia

Título de la investigación	Pregunta de investigación	Objetivos de la investigación	Hipótesis	Tipo y diseño de estudio	Población de estudio y muestra.	Instrumento de recolección de datos
GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA LA CASA DE LAS ENCHILADAS, IQUITOS 2023.	<p>General:</p> <p>¿Cómo se relaciona la gestión de calidad con la competitividad en la empresa La Casa de las Enchiladas, Iquitos 2023?</p> <p>Específicos:</p> <p>¿Cómo se relaciona la calidad de servicio con la competitividad en la Casa de las Enchiladas, Iquitos 2023?</p> <p>¿Cómo se relaciona la calidad de producto con la competitividad en la Casa de las Enchiladas, Iquitos 2023?</p> <p>¿Cómo se relaciona la mejora continua del producto con la competitividad en la Casa de las Enchiladas, Iquitos 2023?</p>	<p>General:</p> <p>Determinar cómo relaciona la gestión de calidad con la competitividad en la empresa La Casa de las Enchiladas, Iquitos 2023.</p> <p>Específicos:</p> <p>Describir cómo se relaciona la calidad de servicio con la competitividad en la Casa de las Enchiladas, Iquitos 2023.</p> <p>Evaluar cómo se relaciona la calidad de producto con la competitividad en la Casa de las Enchiladas, Iquitos 2023.</p> <p>Analizar cómo se relaciona la mejora continua del producto con la competitividad en la Casa de las Enchiladas, Iquitos 2023.</p>	<p>General:</p> <p>Existe relación significativa entre la gestión de calidad y la competitividad en la Casa de las Enchiladas, Iquitos 2023.</p> <p>Específicas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Existe relación significativa entre la calidad de servicio y la competitividad en la Casa de las Enchiladas, Iquitos 2023. 2. Existe relación significativa entre la calidad de producto y la competitividad en la Casa de las Enchiladas, Iquitos 2023. 3. Existe relación significativa entre la mejora continua del producto y la competitividad en la Casa de las Enchiladas, Iquitos 2023. 	<p>Tipo de investigación:</p> <p>Descriptiva correlacional</p> <p>Diseño:</p> <p>No experimental, de corte transversal o correlacional.</p>	<p>Población:</p> <p>La población del presente estudio estará conformada por 30 clientes que acuden recurrentemente a la Casa de las Enchiladas.</p> <p>Muestra:</p> <p>La muestra está conformada por 30 clientes de la Casa de las Enchiladas.</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

2. Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO PARA ENCUESTAS A LOS CLIENTES DE LA CASA DE LAS ENCHILADAS

“GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA LA CASA DE LAS ENCHILADAS, IQUITOS 2023”.

Instrucciones:

A continuación, lea atentamente cada frase e indique por favor el grado de acuerdo o desacuerdo con respecto a las mismas. Señale con una “X” la respuesta que más se aproxime a sus preferencias. No hay respuestas correctas o incorrectas, ni buenas o malas. No emplee mucho tiempo en cada respuesta.

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

N°	Variable: Gestión de Calidad	Valoración				
		1	2	3	4	5
	Dimensión: Calidad de servicio					
1	¿Considera usted que La Casa de las Enchiladas se preocupa en la atención del cliente?					
2	¿Considera usted que La Casa de las Enchiladas atiende a sus clientes de manera personalizada?					
3	¿Considera usted que La Casa de las Enchiladas maneja una adecuada disponibilidad del servicio que brinda con cada uno de sus clientes?					
4	¿Considera que La Casa de las Enchiladas busca una manera adecuada de fidelizar a sus clientes por medio de la calidad del servicio?					
	Dimensión: Calidad del producto					

5	¿Considera usted que los insumos que utiliza La Casa de las Enchiladas en la preparación de sus productos son de buena calidad?					
6	¿Considera usted que la Casa de las Enchiladas se preocupa por la calidad de sus productos?					
7	¿Considera usted que La Casa de las Enchiladas se preocupa por que sus productos sean lo más accesible para sus clientes?					
Dimensión: Mejora Continua						
8	¿Considera usted que la mejora continua permite dar un mejor servicio a los usuarios?					
9	¿Considera usted que La Casa de las Enchiladas se preocupa por brindar una mejor perspectiva a su clientes?					
10	¿Considera usted que La Casa de las Enchiladas se enfoca en las expectativas que se hacen los clientes de cómo debe ser el servicio?					
Variable: Competitividad						
Dimensión Ventaja competitiva						
1	¿La Casa de las Enchiladas cuentan con algún plato que le permita identificarse?					
2	¿Considera que la marca que ofrece el restaurante es la razón principal de su demanda?					
3	¿Evidencia que La Casa de las Enchiladas ofrece costos de los platos competitivos?					
4	¿La Casa de las Enchiladas está implementado tecnológicamente para un mejor desempeño para sus clientes?					
5	¿Percibe que el personal se encuentra debidamente capacitado?					
6	¿La Casa de las Enchiladas le brindan una atención rápida?					
7	¿Evidencia que la infraestructura de La Casa de las Enchiladas le ofrece buena acogida y comodidad?					

8	¿Considera que la ubicación de La Casa de las Enchiladas es idónea y accesible?					
	Dimensión: Estrategia competitiva					
9	¿Considera que la calidad de los platos se relaciona con los precios ofrecidos?					
10	¿Los precios ofrecidos son determinantes para elegir a que restaurante acudir?					
11	¿Cada restaurante presenta características que los diferencian para la preferencia de los clientes?					
12	¿Los restaurantes se enfocan en satisfacer las necesidades y preferencias de sus clientes?					

Muchas gracias por su colaboración.

3 Consentimiento informado

Yo _____
_____, acepto participar voluntariamente en el estudio "GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA LA CASA DE LAS ENCHILADAS, IQUITOS 2023."

Declaro que he leído (o se me ha leído) y (he) comprendido las condiciones de mi participación en este estudio. He tenido la oportunidad de hacer preguntas y estas han sido respondidas. No tengo dudas al respecto.

Firma participante
Investigadora

Firma

Responsable

Firma Investigadora

Responsable

Iquitos, de del 2023