



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD  
Y CALITIVIDAD DE LAS MYPE RUBRO  
RESTAURANTES DEL MERCADO SANTA ROSA-  
PAITA, AÑO 2017**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL  
DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN.**

**AUTORA:**

**MAYURY DEL PILAR IDROGO ORTIZ**

**ASESORA:**

**DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO**

**PIURA – PERÚ**

**2019**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD  
Y CALITIVIDAD DE LAS MYPE RUBRO  
RESTAURANTES DEL MERCADO SANTA ROSA-  
PAITA, AÑO 2017**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL  
DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN.**

**AUTORA:**

**MAYURY DEL PILAR IDROGO ORTIZ**

**ASESORA:**

**DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO**

**PIURA – PERÚ**

**2019**

**JURADO Y ASESOR EVALUADOR DE TESIS**

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas  
**Presidente**

Mgtr. Iván Arturo Guzmán Castro  
**Secretario**

Mgtr. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima  
**Miembro**

Dra. Mercedes Raneé Palacios de Briceño  
**Asesora**

## **DEDICATORIA**

A mis padres por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos más difíciles y ayudarme con los recursos necesarios para estudiar, me han dado lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi coraje para conseguir mis objetivos.

## **AGRADECIMIENTO**

A las MYPE que nos brindó todo el apoyo necesario para la realización de este trabajo quien, con su ayuda desinteresada, nos brindó información relevante, próxima, pero muy cercana a la realidad de nuestras necesidades.

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general, Identificar las características de la competitividad y calitividad en las MYPE rubro restaurantes del mercado Santa Rosa –Paita, año2017; las variables seleccionadas fueron competitividad y calitividad. Se empleó la metodología de investigación nivel descriptivo, con diseño no experimental, de corte transversal. La población estuvo conformada por 9 MYPE, 45 colaboradores en total y una muestra desconocida de clientes, la técnica de recolección de datos fue la encuesta, el instrumento fue el cuestionario. Siendo los resultados de cada objetivo específico, respecto a lo relacionado con conocer las habilidades que tiene el personal de las MYPE, se determinó el 91.18% que han dejado una buena impresión, por un buen ambiente y un alto nivel de servicio, con respecto a determinar las ventajas competitivas, se tiene el 91.18 % que los pedidos de comida son correctos y completos, con respecto a identificar el uso óptimo de los recursos , el 100% trabajan bajo las normas establecidas por las MYPE , respecto a determinar la creatividad del personal, se tiene el 93.33 % que se preocupan por ofrecer al cliente un servicio novedoso y exclusivo.

**Palabras clave:** calitividad, competitividad, MYPE.

## **ABSTRACT**

The main objective of this research work was to identify the characteristics of competitiveness and competitiveness in the MYPE of restaurants in the Santa Rosa Market -Paita, 2017; The variables selected were competitiveness and quality. The descriptive level research methodology was used, with a non-experimental, cross-sectional design. The population consisted of 9 MYPE, 45 collaborators in total and an unknown sample of clients, the technique of data collection was the survey, the instrument was the questionnaire. Being the results of each specific objective, regarding what is related to knowing the skills that have the personnel of the MSEs, it was determined the 91.18% that have left a good impression, for a good environment and a high level of service, with respect to determine the competitive advantages, we have 91.18% that the food orders are correct and complete, with respect to identifying the optimal use of resources, 100% work under the norms established by the MSEs, with respect to determining the creativity of the personnel , we have 93.33% who are concerned about offering the customer a novel and exclusive service

Key words: quality, competitiveness, MYPE.

## TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR DE TESIS .....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT.....	vii
TABLA DE CONTENIDO.....	viii
INDICE DE TABLAS .....	ix
INDICE DE CUADROS.....	xi
I. INTRODUCCION.....	1
II. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	18
2.1. Antecedentes .....	18
2.1.1. Competitividad.....	18
2.1.2. Calitividad.....	23
2.2 Bases Teóricas.....	28
2.2.1 Competitividad.....	28
2.2.1.1. Importancia de la Competitividad.....	30
2.2.1.2. Características .....	31
2.2.1.3. Beneficios de la competitividad en la MYPE:.....	35
2.2.1.4 Habilidades competitivas: .....	36
2.2.1.5. Ventajas competitivas .....	37
2.2.2. Calitividad.....	40
2.2.2.1. Uso óptimo de los recursos:.....	41
2.2.2.2. Creatividad .....	45
2.2.2.3. Ventaja de una Calitividad .....	47
III. HIPOTESIS .....	48
IV. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION .....	49
4.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	49
4.2. POBLACION Y MUESTRA.....	49
4.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES .....	54
4.4. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLLECCION DE DATOS .....	56
4.5. PLAN DE ANALISIS.....	56
4.6. MATRIZ DE CONSISTENCIA .....	57
4.7. PRINCIPIOS ETICOS .....	59
V. RESULTADOS.....	60
5.1 Resultados .....	60
5.2 Análisis de Resultados .....	82
VI. CONCLUSIONES .....	104
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	106
ANEXOS .....	108
MATRIZ .....	109
ENCUESTA.....	110
CONSTANCIAS DE VALIDACION .....	118
REVISIÓN EN EL PROGRAMA ANTI PLAGIO .....	133

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1.	¿El menú que consume en el restaurante satisface sus necesidades, gustos y preferencias?.....	60
Tabla 2	¿Los precios son competitivos?.....	61
Tabla 3	¿Se siente acogido con los hábitos y costumbres que aplican estos restaurantes? .....	62
Tabla 4	¿Cuándo ha ido a consumir a los restaurantes del mercado Santa Rosa qué impresión le han dejado? .....	63
Tabla 5	¿El restaurante cuenta con un buen ambiente y un alto nivel de servicio? .....	64
Tabla 6	¿Los servicios o platos que ofrecen los restaurantes del mercado Santa Rosa, son distintos a los demás? .....	65
Tabla 7	¿Los restaurantes del mercado Santa Rosa están pendientes a las exigencias, especificaciones de su pedido?.....	66
Tabla 8	¿Acortan el tiempo de espera de sus pedidos? .....	67
Tabla 9	¿Mi pedido de comida era correcto y completo?.....	68
Tabla 10	¿el restaurante está dedicado a brindar servicios que valoran los clientes? .....	69
Tabla 11	¿usted como cliente ha observado que el restaurante está cumpliendo con sus objetivos? .....	70
Tabla 12	¿Qué le parece la comida que usted prepara y sirve en el restaurant?.....	71

Tabla 13	¿Los platos habituales que usted prepara tiene productos sustitutos? .....	72
Tabla 14	¿Usted imita platillos de la competencia? .....	73
Tabla 15	¿El tiempo de entrega dependerá del tipo de pedido del cliente?.....	74
Tabla 16	¿Preparan menús diarios? .....	75
Tabla 17	¿Trabajan bajo las normas establecidas por el restaurante? .	76
Tabla 18	¿Utilizan el uniforme establecido por el restaurante? .....	77
Tabla 19	¿Se preocupan por dar al cliente un servicio novedoso y exclusivo?.....	78
Tabla 20	¿La creatividad con la que ustedes elaboran los platillos es innovadora? .....	79
Tabla 21	¿Marcan patrones para la toma de decisiones?.....	80
Tabla 22	¿Evitan fracasos dentro de la empresa?.....	81

## INDICE DE CUADROS

CUADRO 1 Relación de las MYPE.....	57
------------------------------------	----

## I. INTRODUCCION

La MYPE actualmente juega un rol muy importante, Zevallos (2014) señala que son importantes agentes económicos para promover el desarrollo de los países por ejemplo en de América Latina, ante esta opinión del autor puedo manifestar que las MYPE viene desarrollando un crecimiento sostenido ya que ha venido evolucionando notablemente, por la calidad de sus productos , por sus precios altamente competitivos, muy atractivo para las empresas que requieran de estos productos y servicios; Así mismo el autor señala que mayormente en los países sub desarrollados la población dependen de la actividad y el desempeño de estas organizaciones , debido a su gran capacidad que tienen para generar empleos y su participación en la producción. Del mismo modo el autor Cruz (2015) manifiesta que las experiencias internacionales muestran que el crecimiento económico de las MYPE, se debe por la producción y por las ofertas de bienes y servicios, cuando otorgan un valor agregado y obtienen una ventaja competitiva en el producto, por ello las MYPE constituyen un eslabón importante en el encadenamiento de la actividad económica y en la generación de empleo.

Las condiciones que generaron el interés por las microempresas y las pequeñas Empresas en América Latina hace más de una década es por la presencia de nuevos elementos que se considerar en el escenario económico, por ejemplo, el desarrollo de nuevas tecnologías, el sistema de producción, la exclusividad del producto o servicio, la calidad y otros. Se recalca que la importancia de las MYPE es que son hoy por hoy generadoras de empleo y promotoras de avances en el entorno local, como por su

potencialidad de convertirse en un importante complemento de trabajo de la gran empresa. (Morris, 2017)

Después de haber interpretado lo del autor puedo sostener y determinar que, en la actualidad, uno de los principales factores que permiten el subsistir de las MYPE es que éstas sean competitivas para mantenerse posicionadas en la mente de los consumidores, y a su vez ser rentables. Para ello las MYPE necesitan desarrollar un mejoramiento continuo de sus productos, servicios que brindan al cliente, lo cual es necesario contar con avances tecnológicos, con sistemas de conductas empresariales, con habilidades para liderar el mercado, con innovaciones o novedades constantes y también con la colaboración de todas las personas que constituyen estas MYPE. (Guevara ,2014)

Hoy en la actualidad se verifica que la mayoría de los microempresarios están apostando en la ampliación, renovación y creación de establecimientos dedicados a la venta de bienes y servicios, entre ello se evalúa que el rubro restaurantes se ha convertido en gran oportunidad de negocio, para los emprendedores, sin embargo indico que la gran mayoría de estas MYPE en la provincia de Paita comienzan como un emprendimiento familiar o personal , desarrollando un funcionamiento de forma empírica, es decir sin los conocimientos básicos de gestión ,como es planificar, organizar, dirigir y controlar, las diversas actividades que se deben realizar en toda organización , así mismo sin conocimientos exactos sobre las ventajas competitivas , sobre lo que es una competitividad , o sobre las ventajas que obtienen al desarrollar una calitividad .( Montoya , 2017)

Se indica que, en las MYPE de estudio de la provincia de Paita, en el ambiente externo, se enfrentan a diversos factores como: condiciones económicas de los clientes, las fuerzas políticas y legales del rubro de negocio, la competencia ya posicionada en la mente del consumidor y las nuevas que surgen, el avance de la tecnología. Es por ello que concluyo que las MYPE en estudio tienen que estar alertas a estos cambios externos, que le ayudaran a cumplir con las expectativas de los clientes.

Es importante conocer que, en los factores políticos-legales con respecto a la Ley Laboral, El 96,1% de las MYPE rubro restaurantes formales tienen hasta cinco trabajadores y cubren los pagos establecidos de acuerdo al rubro y sociedad. (LEY MYPE N° 30056). Sin embargo, las MYPE del mercado de Santa Rosa-Paita, laboran más de las horas establecidas en la ley, no les reconocen sus derechos como trabajadores y los obreros por obtener un pequeño sueldo económico que les ayude a subsistir en su vida cotidiana, siguen laborando con esta calidad de vida.

En el factor político y legal, tenemos por ejemplo el conjunto de leyes, ordenanzas y reglamentos establecidos por los órganos gubernamentales como ministerio de trabajo, superintendencia de administración tributaria, superintendencia nacional de registros públicos, también el ministerio de salud, los órganos locales, en este caso la municipalidad de Paita emite normas y regulaciones para que las MYPE funcionen correctamente y brinden empleos de calidad , brinden productos con estándares de calidad y eviten clientes defectuosos

Por otro lado, según datos del Ministerio de Trabajo, indica que las MYPE brindan empleo a más de 80% de la población económicamente activa (PEA) y generan cerca de 45 % del producto bruto interno (PBI). Ante lo anterior puedo concluir que estas constituyen el principal motor de desarrollo del Perú, cabe señalar que estas se basan en proporcionan abundantes puestos de trabajo, reducen la pobreza por medio de actividades de generación de ingresos, incentivan el espíritu empresarial y el carácter emprendedor de la población. Las MYPE son la principal fuente de desarrollo del sector privado por que mejoran la distribución del ingreso, contribuyen al ingreso nacional y al crecimiento económico.

Dentro del aspecto legal, la ley MYPE N° 30056, ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo en el crecimiento empresarial, e introdujo importantes modificaciones en el régimen laboral especial del micro y pequeña empresa.

MTPE, (2015), señala que el estado interviene en la economía mediante la política monetaria y fiscal, así mismo mediante regulaciones de los distintos mercados como por ejemplo en el mercado laboral indicando cuanto deben pagar las empresas a sus empleados por el acuerdo de transacción, cuánto merece el trabajador recibir por cómo ha respondido en su trabajo, los aspectos que debe evaluar el trabajador es los sueldos mínimos, sus derechos y obligaciones, contratación temporal, entre otros. En el Perú, se cuenta con el Registro de la Micro y Pequeña Empresa “REMYPE”, que utiliza un sistema en la cual se basa en una inscripción en web, las MYPE , con este procedimiento las MYPE pueden acceder a los beneficios laborales, tributarios y tecnológicos que brinda la Ley MYPE, a la vez apoya con la publicidad que es dada a

través del portal del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, y la obtención de la constancia de acreditación, que posteriormente se presentara a las distintas entidades que lo requieran.

Ante ello puedo sostener que en las MYPE de estudio , en su ambiente interno no aplican las normas al 100% del MTPE , así mismo muchas de estas micro empresas no están inscritas en registros públicos ,ya que su objetivo de estas es vender y reducir gastos y por ende obtener rentabilidad, se señala que un 50% de las MYPE no cuentan con la constancia de acreditación de cumplimiento de requisitos, esto manifestaron los dueños de las MYPE del rubro restaurantes del mercado Santa Rosa de Paita .Es por ello que para que las MYPE logren una eficiencia y excelente rendimiento deben trabajar con ética y moral , uso óptimo de los recursos , con valores en recursos humanos , liderarlos y motivarlos para que mejoren y logren un 100% de productividad , desarrollen sus habilidades competitivas y permitan en la MYPE ser competitiva.

MINSA (2015), También señala que existe la ley de seguridad y salud en el trabajo que indica que el empresario garantiza, en el centro de trabajo, el establecimiento de los medios y condiciones que protejan la vida, la salud y el bienestar de los empleados, y de aquellos que, no teniendo vínculo laboral, prestan servicios o se encuentran dentro del ámbito del centro de labores, en no todas las MYPE se cumple esta ley, ya que la mayoría no invierte en implementos de seguridad para sus empleados. También encontramos que todo empleador promueve e integra la gestión de la seguridad y salud en el trabajo a la gestión general de la empresa, en este sentido se puede mencionar que no se cumple este principio, ya que el trabajador no

usa los implementos de seguridad necesarios de modo que evite el contacto directo con los productos que son de contenido tóxico.

Con respecto Ley de Protección al medio ambiente en las MYPE rubros restaurantes del mercado Santa Rosa-Paita se determinó tomar cartas en el asunto y utilizar energía alternativa en los negocios y que las MYPE apliquen reutilización de los productos utilizados por ejemplo (papel, plásticos, madera, bolsas , etc.), y así poder llegar a sacar nuevos productos por ejemplo productos reciclados que servirán mucho para las misma MYPE, por ejemplo, adornos, repisas, utensilios de madera para la limpieza , floreros , entre otros, así mismo contribuir a la no contaminación el medio ambiente, no tirando las aguas sucias o residuos de comida al frontis de estas misma sino utilizar los desagües que esto también ayuda a prevenir enfermedades tanto para los trabajadores y se obtiene un ambiente agradable y saludable para los clientes.

MINSA (2015), señala que las MYPE tienen que cumplir la norma sanitaria para el funcionamiento de restaurantes y servicios afines, ya que estas normas están aprobadas con resolución ministerial N° 363-2005/MINSA, mediante dicha norma se asegurar la calidad sanitaria e inocuidad de los alimentos y bebidas de consumo humano en las diferentes etapas de la cadena alimentaria. De acuerdo con el artículo 6° del Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas, aprobado por Decreto Supremo N° 007-98-SA, la vigilancia sanitaria de los alimentos y bebidas que se comercializan en los restaurantes y servicios afines y la verificación del cumplimiento de lo dispuesto en la presente norma sanitaria, está a cargo de la autoridad sanitaria municipal.

Se identifica que dicha norma indica como debe ser la ubicación e instalaciones del establecimiento, la iluminación en las áreas de recepción, almacenamiento y preparación de alimentos, ventilación con el fin de evitar el calor acumulado excesivo, la condensación del vapor, el polvo y para eliminar el aire contaminado, los servicios como el abastecimiento y calidad de agua, evacuación de aguas residuales y como deben estar los recipientes que son utilizados para la disposición de los residuos sólidos. MINSA (2015)

Esta resolución ministerial también determina lo relacionado al uniforme, los servicios higiénicos para el personal y para el público, las características que deben tener los equipos y utensilios, los mismos que deben ser de material de fácil limpieza y desinfección, que no transmitan sustancias tóxicas, olores, ni sabores a los alimentos, los mismos que deben ser capaces de resistir repetidas operaciones de limpieza y desinsectación. Con respecto a la recepción y control de alimentos, los encargados de la recepción de, materias primas, ingredientes y productos procesados deben estar capacitados en higiene de los alimentos, a fin de que pueda realizar la evaluación sensorial y física química mediante métodos rápidos que les permitan decidir la aceptación o rechazo de los alimentos. MINSA (2015)

Ante ello se concluye e indica que las MYPE deben registrar la información correspondiente de los alimentos que ingresan respecto de su procedencia, descripción, composición, características sensoriales, período de almacenamiento y condiciones de manejo y conservación, así como llevar un registro de proveedores que los abastecen de alimentos, con el objetivo de saber el nivel de calidad de insumos que están comprando o almacenando para la preparación de los platillos , ya que hoy en día los

clientes evalúan la calidad de los productos o servicios para tomar la decisión de consumirlos .

Por otro lado, el autor Tevés, (2016). Contrasta que a pesar que las MYPE tienen limitada capacidad financiera, el capital inicial es escaso mayormente, se originan en medios sociales bajos, la falta de crédito constituye un cuello de botella para su desarrollo, ya que su ahorro familiar es insuficiente, la dificultad del acceso al crédito está asociada con el riesgo que la concesión del préstamo implica, los pequeños montos que solicitan y el bajo número de empresas prestatarias hace que los costos administrativos del funcionamiento para este tipo de empresarios, sean significativamente elevados, exigencia de las garantías exageradas, las MYPE, no son atendidas por parte del Estado, en términos de líneas y porcentajes de créditos, uno de los supuestos principales del antiguo paradigma es que ellas, al tener bajos ingresos no pueden pagar los altos costos reales que llevan consigo los pequeños préstamos considerando el objetivo de estos créditos para las personas de bajos ingresos; por todo ello, los bancos manifiestan poco interés en las MYPE.

Es por ello concluyo que la ayuda financiera es fundamental y de suma importancia para las MYPE que desean ampliar o diversificar su negocio, ya que tendrían capital económico para innovar, ampliar, seleccionar personal, brindar capacitaciones al personal y dirigirlos a trabajar con el objetivo que la empresa desea alcanzar y obtengan productividad e ingresos y puedan abrirse a nuevos mercados y así mismo generar trabajo a la población.

Entre los factores económicos el BCRP (2016) señala que en el primer trimestre la inflación tuvo un 4.3 % en PBI 4.4% y una tasa de crecimiento de 4.4% la

misma que permite determinar que en el Perú existe un avance productivo alto y por ende un buen poder adquisitivo , lo que significa que muchos empresarios tienen las posibilidades de apostar por la creación de nuevas micro empresas ,como por ejemplo restaurantes , ya que estos establecimientos tienen barra baja para el capital de trabajo y el entorno se transforma en ente competitivo .Así mismo se tiene que analizar la forma como la empresa se inserta a la sociedad en la prestación de servicios y la generación de empleo , para que las entidades financieras, como las cajas que promueven y articulan a través de los intermediarios financieros el financiamiento a las MYPE ,diversificando , descentralizando e incrementando la cobertura de la oferta de servicios de los mercados financieros y capitales . MPTE (2016)

En la provincia de Paita el grupo restaurantes creció a un 25%, determinado por la expansión de los rubros de comidas rápidas, pollerías, restaurantes, carnes y parillas, chifas y comidas japonesa estos negocios fueron impulsados por atención personalizada, publicidad, nuevos complementos y bebidas, ofertas de combo, Ante los datos que muestra la INE se puede determinar un importante incremento de MYPE, se puede observar como participan dinámicamente en la actividad económica, ofertando y demandando bienes y servicios, pero así mismo estas deben identificar sus fortalezas, amenazas, oportunidades y debilidades para reforzarlas y llegar a incrementar su productividad y pueden asimismo aplicar estrategias empresariales como por ejemplo estrategias (FO) uso de fortalezas para aprovechar oportunidades , estrategias (DO ) vencer debilidades aprovechando oportunidades al aplicar estas estrategias ayudan a las MYPE a ser más competitivas con estándares altos de calidad

Dentro de los factores socioculturales, el autor Granados (2015), señala que se encuentran los cambios en las actitudes, preferencias, hábitos, valores y creencias de los clientes sobre lo que necesitan consumir, los cambios en la forma de vida en las grandes ciudades, en las zonas rurales, en el campo; la cantidad de niños, adolescentes, jóvenes, adultos, ancianos, hombres y mujeres que conforman la población, que modifican los hábitos de compra y consumo. Estando de acuerdo con el autor, indico que en la provincia de Paita la población que mayormente consume en los restaurantes por creencia y cultura son los jóvenes y adultos, por ellos las MYPE de estudio deben adecuarse hacia ese mercado, innovar sus servicios o productos, aplicar estrategias de expansión y posicionamiento de mercado, así mismo con valores íntegros dirigido mayormente para este segmento que son los que les otorgan mayores beneficios.

También se rescata los factores socio cultural, por ejemplo, en la provincia de Paita se realiza cada año la fiesta de los pescadores, la gran fiesta patronal de la Virgen de las Mercedes, por ser esta provincia un puerto ocasiona una fuerte demanda de ingresos en sector gastronomía y turismo. Es por ello que las MYPE de estudio deben evaluar y aplicar un estudio de mercado en la cual evaluar sus costumbres de estas épocas y aplicar estrategias para obtener buenos beneficios , por ejemplo siendo Paita un puerto pesquero deben preparar platos innovadores y de calidad con identificación a cultura Paiteña ,en ello tenemos el cebiche mixto , arroz con mariscos, parihuela , ronda marina , con el fin de que los clientes se sientan satisfechos y se sientan identificado con estas MYPE , otro punto es la ubicación de estas MYPE siempre están cerca al muelle artesanal y fiscal (vista al mar) esto ocasiona la gran atracción de turismo y fuertes ingresos , sin embargo no cuentan con una calitividad al 100% por parte de ellas ,lo cual afecta negativamente la competitividad de las mismas.

El autor Plasencia (2010), señala que la tecnología de la información y comunicación son muy importantes para las empresas o MYPE, porque les permite obtener grandes oportunidades para su crecimiento, tales como: ampliar la base del negocio, reduciendo costes y tiempos, mejorando la calidad del servicio ofrecido, intensificar la colaboración con proveedores y clientes, agilizar la relación con la SUNAT y entidades financieras. Por lo que es necesario que las MYPE de estudio utilicen la tecnología, y así logren ser conocidas por los consumidores que aún no las conocen y posicionarse en la mente del consumidor, también estas tecnologías influyen a ayudar a mejorar la publicidad directa, en la cual les permitirá ofrecer y mostrar sus productos alimenticios o servicios. Esta es una manera de obtener mayor rentabilidad llegando a ser más competitivas en su sector de negocio.

Dentro de los factores tecnológicos, con respecto a la transferencia de tecnología es un proceso en el que se transfieren habilidades, tecnologías, métodos de producción , por lo tanto para las MYPE rubro restaurantes es muy importante porque les permitirá realizar una transferencia de maquinarias , como por ejemplo cocinas modernas , ollas eléctricas, sartenes eléctricos , utensilios modernos , maquinas modernas de limpieza, permitiendo mejorar calidad del servicio y la calidad de producto que se le brinda al cliente , por lo tanto como consecuencia se lograría que estas MYPE rubro restaurantes del mercado Santa Rosa –Paita obtengan un alto posicionamiento de mercado y una mejor competitividad entre ellas. MINTUR, (2014)

También encontramos las tasas de obsolescencia, esto hace referencia a la que las MYPE rubro restaurantes del mercado Santa Rosa –Paita, renueven sus maquinarias o tecnologías que utilizan, es decir hagan obsolescencia de nuevos

sistemas que ofrecen un funcionamiento superior con el fin de mejorar, innovar sus productos y servicios al cliente. Pérez, (2014)

Así mismo respecto a la inversión e innovación más desarrollo, implica que las MYPE rubro restaurantes del mercado Santa Rosa-Paita realicen una inversión adecuada adquiriendo insumos , materiales, mano de obra eficaz con calitividad , siempre buscando satisfacer y no afectar la salud de los consumidores (PRODUCE, 2015) , todo ello permitirá satisfacer las necesidades del consumidor y ante eso se lograra posicionarse en la mente delos clientes , y como parte del desarrollo estas MYPE lograrán una expiación en el mercado , seguirán brindando empleos a la población , obtendrán ingresos para sus familias y una mejor calidad de vida, además de Fomentar el consumo de platos típicos, impulsando la gastronomía en el Perú.

Puedo sostener que, en la Provincia de Paita, mayormente las MYPE son de rubro restaurantes, en las que ofrecen comida internacional, comida nacional y variedad de platos típicos de la provincia, sin embargo, para lograr la satisfacción del cliente no es fácil, ya que la excelencia se logra cuando todo funcione como un reloj, incluyendo una excelente atención al cliente. Ante ello se señala que las MYPE en estudio, ofrecen platos preparados de formas variadas, de acuerdo a la creatividad de cada cocinero o de acuerdo a las especificaciones de los clientes. Sin embargo, si se quiere lograr que el cliente vuelva a consumir los productos y que el negocio logre un posicionamiento y ventajas competitivas, deben desarrollar estrategias, innovaciones, creatividad, trabajar con valores, brindar un clima agradable, adaptarse a las nuevas tendencias que los clientes necesitan o especifican para satisfacer su necesidad. (Llanos, 2015)

Rubios, (2015) , Ser competitivos implica lograr un posicionamiento en la mente de nuestro consumidor y siempre estar marcando la diferencia con la competencia directa e indirecta como por ejemplo en la ciudad de Paita existen gran variedad de pollerías, restaurantes de altas categorías que llegan a ser una competencia fuerte para las MYPE de estudio , así mismo por otro lado las comida criolla de la cuidada de Piura y alrededores , también forman parte de la competencia de los restaurantes del mercado santa rosa de Paita ;ya que los clientes pueden optar por viajar a la cuidada de Piura para consumir en ellos. Esto por ende ocasiona una baja demanda para los restaurantes del sector de Paita.

Se puede concluir que es por ello que las MYPE de estudio requieren un tratamiento especial para su supervivencia es decir gestionarlas adecuadamente aplicando técnicas modernas como la competitividad y desarrollando una calitividad, beneficiándose ellas mismas con una permanencia y un adecuado crecimiento y desarrollo en este mundo globalizado.

Fuerzas Competitivas de Porter, permitirán en las MYPE rubro restaurantes poder detectar nuevas amenazas o encontrar un sinfín de nuevas oportunidades. De acuerdo con Porter en su primera fuerza competitiva denominada Amenaza de la entrada de los nuevos competidores hace referencia a que estas MYPE rubro restaurantes, esta fuerza le permitirá detectar empresas con las mismas características económicas o con productos similares en el mercado. Por ejemplo, las MYPE rubro restaurantes del mercado Santa Rosa-Paita detectara su fuerte competencia como son las cevicheras, restaurantes fuera del mercado, discotecas, bares entre otros; que

cuentan con productos similares, estas amenazas sacarían a estas MYPE de la mente del consumidor. (Porter, 2010)

En la segunda fuerza de Porter denominada Poder de negociación de los proveedores, hace referencia a que MYPE rubro restaurante del mercado Santa Rosa Paita , realicen un poder de negociación con sus proveedores de sus insumos, es decir de acuerdo a lo que la empresa venda va a depender el volumen de insumos que se le compre al proveedor, para ello influye la negociación del proveedor con la MYPE ya que si este proveedor ofrece insumos de calidad y a una oferta que beneficie a ambos, llevara a que la MYPE pueda ofrecer un producto de calidad y que más MYPE del mismo rubro cambien sus proveedores por este. (Porter, 2010)

En la tercera fuerza de Porter denominada Poder de negociación de los clientes implica que en las MYPE rubro restaurantes del mercado Santo Rosa –Paita, sus clientes exijan cada vez más calidad en los servicios a consumir y si el cliente tiene más información sobre el producto ya sea en calidad o precios, podrá comparar con el de la competencia, así mismo si existe mayor cantidad de productos sustitutos el consumidor puede influir mucho más en los precios. (Porter, 2010)

En la cuarta fuerza de Porter denominada Amenaza en tus ingresos por productos sustitutos. Quiere decir que las MYPE rubro restaurantes del mercado Santa Rosa –Paita, tendrían serios problemas cuando los sustitutos de los productos comienzan a ser reales, eficaces y más baratos que el que vende la MYPE inicial. Como son las comidas rápidas, esto hace que dicha MYPE tenga que bajar su precio, lo que lleva una reducción de ingresos. Así mismo estos productos sustitutos obligan a estas MYPE a estar en alerta y bien informados sobre las novedades en el mercado ya que

puede alterar la preferencia de los consumidores del mercado Santa Rosa-Paita. (Porter, 2010)

En la quinta fuerza de Porter denominada Rivalidad entre competidores implica que las MYPE rubro restaurantes del mercado Santa Rosa-Paita, tendrán fuertes competencias como por ejemplo empresas que ofrecen el mismo servicio o surgimiento de más MYPE , para ello estas MYPE tienen que estar en constante innovación de sus productos, saber controlar muy bien el micro ambiente para poder sobrevivir en el mercado, así mismo tienen que saber diferenciarse del resto por ejemplo, capacitando a sus trabajadores logrando que adquieran una calitividad , así mismo ofreciendo un buen producto de calidad a bajo precio para seguir sólidamente posicionado en la mente del consumidor. (Porter, 2010)

La presente investigación pertenece a la línea Caracterización del financiamiento, la capacitación, competitividad y la rentabilidad de las MYPE, líneas que han sido asignadas por la Escuela de Administración y comprenden el campo disciplinar: promoción de las MYPE. Así, el **problema** que se ha identificado es: ¿Qué características tiene la competitividad y calitividad en las MYPE rubro restaurantes del mercado Santa Rosa –Paita año 2017?, para lo cual se empleará la investigación de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal. Se empleará como técnica de recojo de datos a la encuesta, siendo su instrumento el cuestionario estructurado.

Asimismo cabe mencionar la justificación del presente estudio, En cuanto al **aspecto teórico**, en la actualidad las MYPE rubro restaurantes de Paita, año 2017 se preocupan por brindar un servicio y/o producto de calidad, para mantener la

satisfacción de sus clientes/usuarios; por otro lado no desarrollan al 100% una competitividad y una calitividad que les ayuden a obtener ventajas frente a la competencia y a cumplir las exigencias del mercado .También en el aspecto práctico, la presente investigación se realiza con la finalidad de determinar qué características tienen la competitividad y calitividad en las MYPE rubro restaurantes del mercado Santa Rosa- Paita , año 2017, así su desarrollo ayuda a la MYPE de ese rubro a que el empresario pueda diseñar estrategias que al aplicarse contribuirían al desarrollo de la competitividad y calitividad , la información sirve para el actuar futuro de la empresa, a fin de mejorar o realizar cambios que contribuyan a mejorar. Además, porque se considera la ley N<sup>o</sup> 30220 – ley universitaria (en adelante), SUNEDU , como un organismo público especializado y responsable del licenciamiento para el servicio educativo superior universitario, la supervisión de la calidad del servicio educativo universitario, teniendo como propósito el mejoramiento de la calidad de educación , verificar que las universidades cumplan las condiciones básicas de calidad para ofrecer el servicio educativo .Esto ayuda a cumplir con los requisitos que la ULADECH ha establecido para la obtención del título profesional.

De la misma manera se menciona el aspecto metodológico, en el cual la investigación aplicará la metodología científica, se emplean fuentes primarias y secundarias para la obtención de los datos, además se ha determinado el tamaño de la población y de la muestra, y se ha diseñado un cuestionario para el recojo de información, él ha sido validado por expertos, dicho instrumento de recojo de datos constituye una nueva estrategia para generar conocimiento válido y confiable.

Este método ayudara a crear un ambiente laboral estable, con calidad y con responsabilidad social, así mismo ayudaran a que sus trabajadores de estas MYPE rubro restaurantes logren desarrollar una mayor creatividad, mejorar sus habilidades y además logren saber optimizar sus recursos. Así mismo utilizando la calitividad en las MYPE rubro restaurantes del mercado Santa Rosa-Paita, ayudaran a elevar los niveles de competitividad. Como se sabe ofrecer un producto de calidad te lleva a ser competitivo en el mercado y con ello logran convertirse en una empresa líder.

El objetivo general que se pretende alcanzar es identificar las características de la competitividad y calitividad en las MYPE rubro restaurantes del mercado Santa Rosa –Paita, año2017. Además se han establecido como objetivos específicos: (a) Conocer las habilidades que tiene el personal de las MYPE rubro restaurantes del mercado Santa Rosa –Paita, año2017; (b) Determinar las ventajas competitivas que tienen las MYPE rubro restaurantes del mercado Santa Rosa –Paita, año2017; (c) Identificar el uso óptimo de los recursos de las MYPE rubro restaurantes del mercado Santa Rosa –Paita, año2017 ; (d) Determinar la creatividad del personal de las MYPE rubro restaurantes del mercado Santa Rosa –Paita, año2017.

## II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

### 2.1. Antecedentes

#### 2.1.1. Competitividad

Santana (2014) tesis “Innovación Y Competitividad En La Industria Azucarera De México”, el autor en este trabajo presento la inquietud de conocer la relación que existe entre la innovación y competitividad en la industria azucarera. Concluyó que este ciclo de interacción nace de la necesidad de tener ventajas sobre los competidores, de la misma manera se entiende que la innovación, la diferenciación implican creación de productos o servicios difícil de imitar, con el objetivo de lograr ventajas competitivas en el mercado. Es por ello que concluyo que con el tiempo estas innovaciones otorgan a la empresa a seguir siendo competitivas es decir desde la visión de un cliente, al adquirir un bien o servicio de mejor calidad impactará en inclinarse a consumir productos de esta empresa, le producirá fidelizarse con esta empresa por sus estrategias de innovación que esta aplica.

Tinoco (2014). Tesis. “Análisis de la competitividad internacional agropecuaria de México”, en este trabajo el autor analiza y presenta la inquietud de conocer ¿Qué sucede con el Sector Agropecuario competitivo en el marco de sus Acuerdos Comerciales?, analizando el autor la competitividad internacional del sector agropecuario indica que los acuerdos comerciales están otorgados por las garantías del producto o servicio ;por la eficiencia que están brindan con el fin de diferenciarse de otras , obtener una ventaja competitiva, y posicionarse en la mente del consumidor. Es por ello que concluyo que las empresas hoy en día buscan la excelencia empresarial, que el servicio o producto sea eficiente que guarden una relación entre cantidad,

calidad, espacio y tiempo; cumplan adecuadamente sus funciones, por lo tanto, permitan conseguir los objetivos, contribuyendo por ende a satisfacer al consumidor.

Carezani (2014) Tesis “Modelos de conductas tecnológicas y su impacto de la competitividad empresarial , en el caso de las pymes industriales Argentinas” , El autor presento que en la Argentina, se ha pronunciado un patrón de especialización de la industria que se ha caracterizado por el mayor predominio de actividades intensivas en recursos naturales y en capital que tienen un escaso peso del factor trabajo en sus funciones de producción , por ello concluyo que las empresas que participan en el sector, y especialmente las Pymes con diferentes trayectorias de crecimiento, deban proponer un estudio dedicado en su totalidad a la exploración de los aspectos más significativos de los tipos de relaciones establecidas entre la gestión de la innovación y el desempeño competitivo. Ante este análisis concluyo que los actores pertenecientes a la industria manufacturera argentina, son ellos los que cuentan con más posibilidades de iniciar procesos de cambios y reconversión que impacten en su desempeño competitivo, es decir hoy en día no deben quedarse sentados creyendo que el producto será innovador para siempre. La obligación que tienen las empresas es estar al día, y así mismo otorgar a los clientes que puedan percibir aquellas oportunidades totalmente nuevas y por ende atender a ese mercado que otras empresas han descuidado u olvidado en el camino.

Juárez (2014) tesis `` gestión empresarial y competitividad en las MYPE del sector textil en el distrito de la victoria -Lima año 2014`` , en este trabajo el autor analiza los resultados del trabajo de campo mostrando que gran parte de estas empresas no logran una gestión eficiente , productiva ;por lo cual no obtienen una posición en

el mercado textil; Sin embargo si afrontaran las exigencias y desafíos que actualmente imponen y demandan los consumidores ,lograrían negociaciones , exportaciones , mantenerse y seguir creciendo en el mercado.

Es por ello que concluyo que, si estas MYPE brindan productos defectuosos, es seguro que estas no sean competitivas, ocasionando una deficiente rentabilidad económica, se recomienda que estas MYPE desarrollen una competitividad en la cual haya un balance entre productividad y calidad, ya que su productividad sería la cantidad de producción obtenidos en relación a la inversión monetaria, insumos, mano de obra y tiempo utilizado y así lograr una buena gestión empresarial , ser competitivos en el mercado y con ello seguir creciendo.

Cienfuentes (2015) Tesis “Caracterización del financiamiento, la capacitación, la competitividad y rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio– rubro boticas, del distrito de Manantay de la Provincia de Coronel Portillo del departamento de Ucayali”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote–Pucallpa-Ucayali; dentro de las conclusiones se determinó que las principales características de la competitividad son, que todas las boticas han mejorado su proceso de compra y venta, han superado la calidad de los productos que ofrecen y dan el mejor servicio de atención al cliente. Por ello y de acuerdo con el autor concluyo que la competitividad de las boticas se logra brindando productos de calidad y capacitando al personal para que este apto a brindar una buena atención al cliente y generar una gran ventaja competitiva atendiendo a esos mercados que otras empresas han olvidado en el camino.

Chong (2014) Tesis “Diseño de un modelo de gestión para el desarrollo sostenible y competitivo de las pequeñas unidades agrícolas rurales del Perú. El autor señala que la integración de la competitividad y el desarrollo sostenible son los factores determinantes de un modelo de gestión empresarial que permitirá el desarrollo productivo de las MYPE, ya que desarrollando una mejora de gestión se obtiene un desarrollo perdurable , una eficiencia , así mismo suministrando los recursos de manera adecuada se establecería la habilidad de creatividad , solución de problemas , negociación ,por ejemplo establecer precios basado en los costes o precios basados en los clientes , lo cual permite brindarles precios justos a los clientes o usuarios por el producto o servicio que compran para satisfacer sus necesidades , y también permitirá a la empresa adaptarse a los cambios del mercado y fomentar un buen posicionamiento en la mente del consumidor

Rivas (2014) en su investigación titulada “planeamiento estratégico y competitividad en las MYPE de servicio, rubro restaurantes–Urbanización la Providencia – Piura 2014”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote–Piura; concluyó que los empresarios han lanzado su proyecto debido al aumento de la demanda por salir a degustar la variedad de platos, por lo cual se hace necesario que las empresas cuenten con estrategias, habilidades competitivas que les permitan brindar un servicio excepcional y liderar en el mercado . Ante ello concluyo que los que el recurso más valioso que tienen las empresas son el capital humano a, las cuales les deben aplicar programas activos que promuevan adecuadamente sus actividades, también les deben motivar y negociar, con el objetivo que estos logren mayor productividad y unos procesos de mejora continua en los servicios que brindan

y desarrollar una competitividad empresarial y un alto nivel de aceptación en el mercado.

Guevara (2014) Tesis “lineamientos estratégicos claves de una competitividad para la introducción y fortalecimiento en la actividad exportadora, en las MYPE del sector artesanal en la Región de Piura”, El autor señala que el objetivo central es desarrollar lineamientos estratégicos que hagan de los artesanos un gremio unido, fuerte y competitivo, que les permitan adoptar ventajas competitivas para hacer de sus productos dignos de ser exportables. De acuerdo con el autor concluyo que su fortalecimiento empresarial está en que sus productos de exportación marquen diferencia de sus rivales que sus productos estén basados en calidad, en la diferenciación, innovación, que sean eficientes y logren satisfacer a los clientes y permitan a la empresa obtener una ventaja de aceptación en el mercado y lograr un posicionamiento en la mente de los consumidores y así lograr mantener e incrementar su cuota de mercado.

Jiménez (2014) “Caracterización de la competitividad y calidad de servicio en las MYPE rubro boticas A.A. H.H. Santa Rosa – Piura, 2014” presentada en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Piura; El autor concluyó con respecto a la competitividad y calidad de servicio que brindan las MYPE del rubro boticas del Asentamiento Humano Santa Rosa – Piura, que estas en su mayoría presentan como ventaja competitiva, la eficiencia , productividad y las estrategias de precios, todo esto permitiendo aumentar las ventas , fidelizar clientes, afrontar los desafíos que impone el mercado y captar nuevos clientes. Por otra parte, fomenta una alta participación en el mercado y no una declinación empresarial.

Por ello y de acuerdo con el autor concluyo que desarrollando una competitividad nos permite llegar a la excelencia empresarial, obtener ventajas como por ejemplo liderar en el mercado por cumplir las exigencias que demandan los consumidores.

### **2.1.2. Calitividad**

Vinicio, (2015) Tesis “implementación de un sistema de mejoramiento continuo y su impacto de la calitividad en las PYMES de Quito”, En este trabajo el autor concluyo que cuando se mejora la calidad de atención al cliente se está logrando una calitividad en los trabajadores de estas PYME , ya que se logra un menor número de errores, menos demora y vencimiento de obstáculos en las labores de los trabajadores, se logra también una mejor utilización de las máquinas, del tiempo y de los materiales. Por ello y de acuerdo con el autor concluyo que al implementar y aplicar un sistema de mejoramiento continuo en las organizaciones se está obteniendo una calitividad porque se logra una mejor productividad en las mismas operaciones o en distintas operaciones de acuerdo a las especificaciones del cliente, así mismo la pyme logra nuevos desafíos, logra las actuales exigencias del mercado y por ende de manera interna está logrando un mejor desempeño de los trabajadores.

Huanca (2014) Tesis “sistema de gestión de la calidad y la calitividad para procesos de servicio eléctrico- Bolivia”, El autor concluyo que, aplicando una calitividad enfocada a procesos, al personal técnico y a la dirección, se lograría promover a contextualizar las actividades operativas del proceso eléctrico, de acuerdo a normas directivas y/o técnicas que exige la norma el ISO 9001, con el fin de desarrollar y adoptar la calitividad en la rutina laboral , por ende, lograr una

retroalimentación objetiva al proceso. Por ello y de acuerdo con el autor concluyo que la calitividad permite un mejor desarrollo productivo, permite obtener ventajas competitivas, por lo tanto, los clientes revisen un servicio de calidad, novedoso, creativo, etc. Por otro lado, este sistema de conducta empresarial permitirá mantenerla al día, ante los profundos cambios, generar una nueva forma de administrar los sistemas de producción de bienes y servicios. Y lograr cambio de mejora en la gestión o administración del proceso eléctrico con enfoque al aseguramiento del Sistema de Gestión de la Calidad.

Ventura, (2015) tesis “propuesta de mejora en la calidad del servicio para el departamento de recepción de un hotel de gran turismo-México “El autor determina que la calidad en el servicio es en la actualidad de importancia vital para aquellas empresas en las que su negocio principal se sustenta en satisfacer deseos o necesidades de un individuo , concluyó que el ¿cómo? o ¿de qué manera? lo reciba el cliente el servicio es la clave del éxito o fracaso de la empresa , por ello se debe estar aplicando sistemas de mejora en la calidad del servicio con el fin de competir con las actuales exigencias del mercado. De acuerdo con el autor concluyo que al aplicar un sistema de mejora en el servicio se está contribuyendo a la permanencia y éxito de la empresa en el mercado porque hoy en día el consumidor considera insuficiente al contar con tecnologías nuevas, ante ello se debe brindar un servicio con mayor rapidez, integrando la productividad y la seguridad del servicio para hacer frente nuevos desafíos y brindar un servicio de calidad.

Patroni, (2014), realizo una tesis “Propuesta para elevar la satisfacción del cliente a través de la calitividad del servicio de almacenamiento refrigerado de

exportación de una empresa de servicios aeroportuarios-Lima”, El autor concluyó que para determinar las causas que generan insatisfacción en los clientes y presentar propuestas de soluciones a los problemas hallados. Implicará la utilización de herramientas, integrar, direccionar y controlar los recursos y aplicar una calitividad en el personal para mejorar el nivel de servicio ofrecido y obtener una mejora simultánea en la calidad y productividad y cumplir con las exigencias del mercado. En tal sentido estarían elevando la satisfacción de los clientes, integrando el desempeño de los trabajadores, mejorando la productividad y cumplir con las expectativas del cliente y obtener un buen posicionamiento de mercado y permanencia.

Peña, (2016), realizo una tesis titulada “Propuesta de mejora en el proceso de carga nacional a través de una calitividad para elevar la eficiencia del servicio en una empresa de servicios aeroportuarios”-Lima, trabajo para optar por el Título de: Ingeniero Industrial, El autor concluyó que un incorrecto desarrollo de calitividad en los colaboradores, tiene un costo elevado, ya que no son eficientes en los servicios que brindan al cliente. Y como consecuencia los usuarios optarían por consumir o comprar los servicios o productos de la competencia. Por lo tanto, es necesario determinar los motivos de insatisfacción de los clientes y las etapas del proceso en donde se realiza un proceso ineficiente, es decir un desperdicio de insumos o materias primas, con el fin de poder trabajar con un sistema de calitividad que permita obtener una calidad en los servicios que brindamos al cliente.

Por ello concluyo que al aplicar una mejora continua en los procesos de esta empresa se obtiene un elevado crecimiento y permanencia en el mercado, se logra un posicionamiento en la mente del consumidor, ya que la calitividad ayuda a la

integración de la prevención y la calidad en las actuaciones de mandos y trabajadores de esta organización logrando conducir mejor el negocio, ante ello mejora la posición competitiva.

Gutiérrez (2016) Tesis” Diagnostico y propuesta de calitividad en el servicio de una empresa de unidades de energía –Lima “, trabajo para optar el titulo Maestra en Ingeniería de Calidad , en este trabajo el autor concluye que la calidad del servicio ha adquirido una gran importancia en todos los negocios , dado que los clientes actualmente tienen expectativas más elevadas y la competencia es mayor ya que cada proveedor trata de igualar dichas expectativas , así mismo al aplicar una calitividad en este servicio se garantiza un mejor desempeño en la productividad de los trabajadores y se otorga un mejoramiento continuo , se ofrece servicios de calidad , así mismo este sistema de mejoramiento ayuda a anticiparse a responder a una amplia serie de necesidades de los consumidores o clientes. Por ello concluyo que al desarrollar una calitividad en estas organizaciones se determina una mejora simultanea de la calidad y la productividad, también promueve a que se evalué el comportamiento productivo de los trabajadores con el fin que estos brinde servicios de calidad y seguridad al cliente y permita a la empresa un crecimiento de mercado y enfrentar nuevos desafíos que demanden los consumidores.

Velas, (2014) Tesis “Influencia de la calitividad en el servicio al cliente, en el nivel de ventas de tiendas de cadenas claro, tottus, de la ciudad de Piura”. Trabajo presentado para optar el título Profesional de Licenciado en Administración en la Universidad Privada Antenor Orrego, en este trabajo el autor sintetiza que la calitividad influye de manera positiva en el servicio de atención al cliente , ya que

mide la eficiencia en el trabajo y la calidad en las actuaciones de los trabajadores, promueve a que los trabajadores laboren con ética profesional , integren valores, su creatividad para lograr un trabajo altamente de calidad y enfrenten nuevos desafíos y así puedan brindar las actuales exigencias del mercado.

Por ello y de acuerdo con el autor concluyo que la calidad logra que la empresa sea cada vez más competitiva, ayuda a mejorar los procesos internos y logra una mayor productividad, considerando en todo momento brindar calidad.

Salinas, (2014) realizo una tesis titulada “evaluación de la calidad de los servicios a bordo en las empresas de transporte interprovincial de la ciudad de Trujillo en el año 2014” para obtener el título profesional de licenciado en administración. En este trabajo el autor interpreto que según la evaluación se ha demostrado que las empresas de transporte interprovincial poseen sus propios sistemas de calidad internos por ejemplo tienen una norma de trabajo que es usar uniforme, ofreciendo un aspecto profesional de la compañía, recordándoles que forman parte del equipo, los cuales se adecuan según sus objetivos. Concluyo que de esta manera se logra medir la eficiencia del trabajo y servicio que están ofreciendo, permite conducir mejor el negocio, ante ello mejorar la posición competitiva.

De acuerdo con el autor concluyo que al implementar un sistema de mejoramiento en sus servicios que brindan, logran que su equipo de trabajo brinde servicios de calidad, así mismo se logra una gestión eficiente que involucra en su totalidad a la empresa con el cliente y ambos obtienen beneficios, ya que la empresa logra un crecimiento económico y un posicionamiento de mercado y el cliente obtiene un buen servicio que satisface sus expectativas.

Gutiérrez, (2016) realizó una tesis titulada “calitividad y mejora del Servicio de Atención al Cliente en la empresa Movistar de la ciudad de Trujillo” para obtener el título profesional de licenciado en administración. El autor concluyo que los clientes de la empresa movistar de la ciudad de Trujillo están insatisfechos, respectivamente por lo cual se deben mejorar y superar las debilidades que presenta esta empresa, a través de desarrollar una calitividad en el equipo de trabajo, para mejorar el nivel de servicio midiendo de manera permanente el nivel de satisfacción de los clientes, ocasionando una mejorar en el tramo de control de las actividades de los trabajadores, facilitando el acceso a ciertos requerimientos que permitan mejorar la atención al cliente. Por ello y de acuerdo con la interpretación del autor concluyo que toda empresa al implementar la calitividad que es un sistema de mejoramiento continuo, se está otorgando el mejoramiento de sus servicios, puesto que logra un mejor desempeño en sus trabajadores, obteniendo productividad de calidad y se promueve a enfrentar nuevos desafíos, y así puede competir con las actuales exigencias del mercado lo cual la lleva al éxito y crecimiento empresarial.

## **2.2 Bases Teóricas**

### **2.2.1 Competitividad**

La competitividad es la capacidad de una organización para desarrollar ventajas competitivas con respecto a sus competidores y obtener una posición destacada en su entorno. Así mismo la competitividad se refiere a la medida en que los precios de bienes y los servicios de un país pueden fijarse o determinarse para competir con los de otros países u otras empresas. (Rubio & Baz, 2015).

De acuerdo con Pineiro, (2017), se determina que la competitividad es un concepto que no tiene límites precisos y se define en relación con otros conceptos. Así mismo la competitividad a nivel operativa depende del punto de referencia del análisis -nación, sector, del tipo de producto analizado bienes básicos, productos diferenciados, cadenas productivas, etapas de producción y del objetivo de la indagación corto o largo plazo y explotación de mercados.

Porter, (2010), señala que la competitividad es la productividad, en que un país utiliza sus recursos humanos, económicos y naturales. Para comprender mejor la competitividad, son las fuentes subyacentes de prosperidad que posee un país. El nivel de vida de un país se determina por la productividad de su economía, que se mide por el valor de sus bienes y servicios producidos por la unidad de sus recursos humanos, económicos y naturales. La productividad depende tanto del valor de los productos y los servicios de un país que brindan y es medido por los precios que se pagan por ellos en los mercados libres, como la eficiencia con la que puedan producirse. La productividad también depende de la capacidad de una economía para movilizar los recursos humanos disponibles. Así mismo se determina que la verdadera competitividad se mide por la productividad que logaran las organizaciones frente a sus competencias.

El concepto de ventaja competitiva se fundamenta en la “productividad” y en los factores que la determinan dentro de la empresa. Por ende, la productividad es la relación entre la producción obtenida mediante un sistema de producción de bienes y servicios y los recursos utilizados para obtenerla, es decir, su uso eficiente o la relación

entre los resultados obtenidos con respecto de los recursos usados y el tiempo que toma conseguirlos Alessio, (2014).

De acuerdo con el autor se puede concluir que la competitividad de una empresa es la productividad que se mide por el valor de los bienes y servicios producidos por su unidad de sus recursos humanos, económicos y naturales, es decir se consiguen ventajas competitivas si consiguen innovar y el valor agregado que se le otorga a los productos o servicios.

### **2.2.1.1. Importancia de la Competitividad**

Para el autor Porter (2010), la competitividad puede verse o determinarse como un desafío que se establece para alcanzar objetivos tanto personales, grupales y organizacionales, como nacionales. Hoy por hoy, en el mundo globalizado en el que nos encontramos, es necesario valerse de todas las herramientas disponibles para competir en un mercado donde por ejemplo las ofertas provienen de todos los rincones del planeta y comprenden bienes, servicios similares o idénticos a los que la empresa puede ofrecer. Así mismo Porter, indica que la importancia de la Competitividad radica en la capacidad para innovar y mejorar; las compañías a su vez ganan ventajas sobre los mejores competidores del mundo debido a la presión y al reto que se imponen y cumplen ”, por otro lado el autor a Sharon ,( 2014), señala que la competitividad de una empresa es la capacidad que tiene para producir bienes con patrones de calidad específicos y utilizando más eficientemente sus recursos, en comparación con empresas semejantes durante un cierto periodo de tiempo.

De acuerdo con el autor se determina que, si se desea mantener un nivel adecuado de competitividad a largo plazo, es necesario implementar procesos de

análisis y procesos de toma de decisiones, desarrollar habilidades competitivas los cuales permitan en la empresa innovar continuamente y a la vez que ésta asegure los niveles de calidad de sus productos y servicios con el fin de ofrecer alternativas que maximicen el valor agregado que el cliente espera recibir.

#### **2.2.1.2. Características**

Para el autor Ivancevich, (2015), la competitividad es el centro del análisis para que cada organización o empresa se acoja a las necesidades del entorno según los criterios de maximización planeados desde un principio y según sus objetivos u metas establecidas. Indica que es posible que una empresa adquiera una posición favorable en relación a la competencia dentro del mercado. Para esto, existen ciertas características que fomentan el buen posicionamiento de la empresa las cuales deben estar perfectamente implementadas

##### **A. producto competitivo**

Vergara, (2017), Es aquel producto que goza de atributos en calidad, precio, diseño, exclusividad, que lo hacen más atractivo frente a la competencia. Por ejemplo, el punto de partida para iniciar exportaciones es que las empresas cuenten con un producto competitivo que satisfaga las necesidades de sus clientes, gustos y preferencias del mercado meta mejor que la competencia.

Ante ello se distingue que una de las características más importante del producto es su calidad ya que es el atributo más utilizado en el marketing en cuanto a la lucha competitiva, ya que el consumidor al momento de adquirir un producto según su clase social, según la cultura tiene un concepto diferente en cuanto a calidad., por

ello las empresas han hecho de la calidad la respuesta de las experiencias del consumidor con respecto al producto y como satisface las necesidades.

Por otro lado, para el autor Porter, un producto competitivo se medí a través de su calidad de producto ya sean bien económico o bienes y servicios que satisfagan las expectativas y necesidades de los usuarios. Por otro lado, un producto competitivo es cuando se ha realizado correctamente cada paso del proceso de producción para satisfacer a los clientes y evitar satisfactores defectuosos. Su importancia se basa en que la satisfacción del cliente aumenta su fidelidad al producto (en organizaciones mercantiles).

Se concluye que un producto competitivo se mide en la calidad del producto o del servicio, está relacionada con la capacidad de satisfacer a clientes o usuarios, en forma justa, transparente, amable, puntual, etc. Logrando así altos grados de satisfacción en sus relaciones con la organización o institución proveedora del servicio.

## **B) precio competitivo**

Una de las estrategias de las organizaciones es fijar unos precios competitivos basándose en el coste, en el cliente o en los precios de la competencia para establecer los suyos. Dado que el mercado está lleno de productos y servicios similares, se determinan tres formas de fijar el precio:

### **1. Precio basado en el coste**

El precio se determina mediante la suma del coste de fabricación o compra del producto y el margen de beneficio deseado.

## **2. Precio basado en el cliente:**

Los precios son determinados por lo que una empresa cree que los clientes estarán dispuestos a pagar.

### **C) innovación:**

Fischer y Espejo (2014) determinan e indican que en un mundo que va a toda prisa, se estima que dos de cada tres empresas usan la innovación como un elemento diferenciador de la competencia, es por ende que la innovación es un factor primordial para la competitividad, el constante cambio ayuda a mantener al cliente expectante. Es por ello que el camino que debe seguir toda empresa que tenga una posición de líder de mercado, es realizar una continua innovación, porque la innovación ya hace parte de la estrategia de crecimiento de una compañía.

En sí, las nuevas tecnologías son la principal razón para que los sectores evolucionen rápidamente y, para hacerlo de forma exitosa, existen algunos factores que deberían tenerse en cuenta:

1. El cliente: se convirtió en el elemento esencial para saber cómo innovar. Es decir, esto implica conocer sus necesidades, saber qué quiere y reconocer que lo quiere de forma simple, inmediata y personalizada.
2. La flexibilidad: Implica transformarse hacia lo novedoso es un proceso que no necesariamente surge para crear sino también para modificar algo. Es por eso que puede presentarse, especialmente, en momentos de crisis o de cambios. Es decir, ahí está la necesidad de “ser flexible y abierto, por lo que el cambio de las tendencias no debe sorprender, sino que se debe aceptar.

3. La cultura interna: la innovación no es posible si la misma compañía no cree en ella. Para esto, los empleados deben estar inmersos en una cultura en la que tengan el ambiente adecuado y las oportunidades para crear ideas; lo cual solo es posible si se confía en ellos.

#### **D) Liderazgo:**

Fuentes, (2016), “Un líder debe garantizar el bienestar del otro. La estimulación es importante, al igual que trazar metas alcanzables y establecer responsabilidades que potencialicen el talento de cada uno de los empleados”.

Fuentes, (2016), Parece paradójico, pero la causa principal de que la mayoría de las empresas nacionales y extranjeras tengan problemas muy serios y no logren el éxito, es la ausencia de liderazgo en todos los niveles y estructuras. Es por ello que considero que el liderazgo es vital para transformar a nuestras empresas en organizaciones competitivas.

Es por ello que concluyo que líderes son aquellos que hacen que sucedan cosas nuevas e imprimen dirección al grupo, tienen la sensibilidad para ver en los problemas retos que brindan la oportunidad de llegar al éxito, así mismo saben compartir sus visiones y sus expectativas con los demás por ejemplo sus colaboradores de la empresa, también recalco que un líder sabe concentrarse en lo esencial, apoya y comprende a sus colaboradores y finalmente es aquel que sirve y guía a los demás.

#### **E. Valor Agregado:**

Para el autor Kotler (2015), valor agregado es lo que aportamos a nuestro producto o servicio que brindamos, para hacerlo más valioso sin hacerlo más caro. Es

decir, por el mismo precio vamos a ofrecer algo más ya sea un acompañamiento a lo que estamos vendiendo. Por ende, es de suma importancia porque nos permitirá tener ciertos beneficios y ventajas ante la competencia. Entre estos beneficios destacan los siguientes:

- Retención de Clientes:

Ofrecer algo que nuestras competencias no están ofreciendo, como resultado nuestros clientes optaran siempre por nosotros y por nuestra empresa.

- Incremento en Ingresos:

Agregar valor en todo y cobrar lo que tú quieras si lo haces bien. Desde la decoración de tu local, como pequeños regalos por lealtad de vez en cuando y hasta el trato que ofreces, si es personalizado es mucho mejor. Ante ello si logramos esto estriamos obteniendo altos incrementos de ingresos que nos brindara un crecimiento económico y lograr por ende una posición en el mercado.

### **2.2.1.3. Beneficios de la competitividad en la MYPE:**

a) Ser sostenible en el tiempo:

Espinoza, (2017), Debe ser capaz de mantenerse en el mediano o largo plazo; por ejemplo, una tecnología capaz de adaptarse a los cambios del mercado y no una que quede rápidamente obsoleta.

b) Ser difícil de alcanzar o igualar:

Espinoza, (2017), Debe ser difícil de alcanzar o igualar por la competencia; por ejemplo, un producto difícil de imitar por la competencia debido a sus componentes únicos.

De acuerdo con el autor se concluye que estas ventajas permitirán en la organización que haya un mayor margen de ventas y ganancias, ya que sus productos serán únicos y difícil de imitar por sus competidores y ante ello tenga un posicionamiento de mercado y fidelización de clientes.

#### **2.2.1.4 Habilidades competitivas:**

Pérez, (2014), determina que es la capacidad del individuo o de la organización, cuando esta es capaz de producir resultados previstos con el máximo de certeza, con el mínimo de distendió de tiempo y economía y con el máximo de seguridad.

Al mismo tiempo la competitividad permite desarrollar las habilidades claves que marcan la diferencia entre empresas de éxito y el resto de empresas. Las empresas buscan alcanzar sus objetivos y desarrollar valor añadido en su modelo de producción

Ante ello se puede concluir que las habilidades empresariales competitivas son la capacidad de gestión del empresario para combinar los distintos factores de producción en su negocio asumiendo el riesgo del mismo.

#### **Tipos de habilidades fundamentales en una organización:**

- **Habilidad para solución de problemas:** Habilidad para trabajar en entornos donde surgen imprevistos y donde hay que adaptarse rápidamente para seguir adelante.  
Habilidad para identificar una diferencia entre el estado actual de las cosas en la

empresa y el estado deseado y luego emprender una acción para reducir o eliminar la diferencia

Esta habilidad implica manejo de conflictos, solución analítica y creatividad del problema

- **Habilidad para negociación:** Implica desarrollar y establecer reglas de juego claras, para poder resolver y administrar conflictos, compatibilizando los elementos competitivos y colaborativos propios de una relación compleja. Por otro lado, para que una negociación progrese el vínculo entre las partes deberá basarse en la confianza y la credibilidad.

- **Habilidad para afrontar los cambios:** abierto al entorno, receptivo a todo aquello que está a nuestro alrededor y saber aprovecharlo para crear e innovar y consecución de objetivos.

- **Habilidad para liderar:** Implica desarrollar una comunicación, creatividad, trabajo en equipo, liderar el cambio positivo, llevar a la obtención de metas y objetivos beneficiosos para la organización.

- **Habilidad creativa:** desarrollo de nuevas ideas y la creación de nuevos servicios, con el objetivo de lograr una expansión empresarial para atraer nuevos consumidores y sostener el crecimiento en el futuro.

#### **2.2.1.5. Ventajas competitivas**

Porter, (1979), Cuando una estrategia exitosa no puede ser superada o imitada por la competencia, entonces la empresa contará con una ventaja competitiva

sostenible, situación que generalmente sólo se puede mantener durante cierto tiempo. Se concluye que la ventaja competitiva es ser difícil de imitar, ser única, es decir ser netamente superior a la competencia y estar orientada al cliente.

Por otro lado, se señala que las empresas que no cuentan con una ventaja competitiva, en el mejor de los casos sólo obtendrán rendimientos promedios que no les permitirá crear valor y eventualmente desaparecerán del mercado.

Finance, (2014), Es más importante para una empresa no enfocarse en las causas que han hecho que otras pierdan competitividad sino en aquellos elementos que harán que puedan permanecer relevantes en las mentes de los consumidores. Por lo tanto, es fundamental que toda empresa concentre sus energías y recursos en tres ventajas que le darán el impulso necesario para estar en la vanguardia

#### **a) Diferenciación**

Estrategia de comercialización que las empresas utilizan para distinguir un producto de ofertas similares en el mercado. Esta estrategia puede proporcionarles a las pequeñas empresas una ventaja competitiva en un mercado dominado por las grandes compañías. La estrategia de diferenciación que la empresa utilice debe entregar el mensaje de que el producto es positivamente distinto de todos los demás productos similares. Las siguientes características de una diferenciación son:

- Una amplia muestra representativa del mercado.
- Capacidad de ofrecer algo distinto a los competidores.
- Inventar formas de crear valor para los compradores
- Integrar características que estén dispuestos a pagar los clientes.

#### **b). Eficiencia:**

Es la capacidad de hacer las cosas correctamente, conseguir la meta, utilizar los recursos disponibles para producir resultados deseados de alta calidad, por ende, es el logro de los fines con la menor cantidad de recursos. Por ejemplo, un gerente eficiente es el que obtiene productos, o resultados medidos con relación a los insumos usados para lograrlos, así mismo si reducen al mínimo los costos de los recursos que se necesitan para alcanzar metas están actuando eficientemente. Por ende, la eficiencia mide el comportamiento interno de la MYPE en términos de recursos consumidos y procesos utilizados con el fin de lograr los objetivos preestablecidos, se determinar que estas MYPE son eficientes si sacan el máximo de cualquier objetivo que la organización desea alcanzar.

Cuando una empresa alcanza la eficiencia está realizando las cosas correctamente, consiguiendo la meta, obteniendo resultados deseados de alta calidad, están reduciendo costos de los recursos, tienen una excelente relación entre cantidad, calidad, espacio, tiempo; esto les permitirá mantenerse y seguir creciendo.

### **c) . Productividad:**

La productividad empresarial es un método evaluativo, en la cual se refiere a que una empresa logra resultados más eficientes a un menor costo, con el fin de incrementar la satisfacción de los clientes, por ejemplo, hoy en día los clientes evalúan el nivel de comida, la limpieza del local, la atención al cliente, el ambiente, la relación calidad / precio ; por otro lado mantener una relación con los clientes , brindar servicios o productos que ellos valoren , con ello tendrían más posibilidades de éxito y rentabilidad. **Aspectos que aumentan la productividad:**

- Establecer metas y objetivos es fundamental para conseguir implantar el liderazgo empresarial y el éxito de una empresa, marcar un camino a seguir que sirva como guía y motivación.

-Fomentar las sinergias teniendo claros los valores dentro de la organización empresarial, esto permite que los diferentes equipos puedan comunicarse y trabajar mejor generando motivación laboral y así conseguir el aumento de la productividad.

- Incentivar la creatividad para conseguir innovar y producir cambios en la empresa que hagan aumentar la productividad empresarial. La creatividad es un activo indispensable para la supervivencia de cualquier empresa ya que nos permite ser competitivos y hacer frente a los constantes cambios del mercado.

### **2.2.2. Calitividad**

York (2014) Determina que es un concepto que llama la atención y está relacionado con la Gestión de la calidad. En la Calitividad se tanto a la calidad como la productividad. Autores como John York en su libro “La calitividad: La mejora simultánea de la calidad y la productividad”. Determina que es un nuevo sistema de bienes y servicios, basado en un sistema de conducta empresarial, se trata de un sistema ágil y preciso en el que las empresas pueden hacer frente a nuevos desafíos y competir con las actuales exigencias que determina el mercado y por ende lograr dar a los clientes un producto de calidad.

Calitividad es un sistema de conducta y la manera en que conducimos nuestro negocio es un reflejo de la filosofía que la gente posee y hace funcionar el negocio, influye los valores estratégicos y corporativos que maneja la organización, estilo de

liderazgo que aplican y en que se basan para cumplir sus objetivos, creatividad y habilidades del personal para realizar sus actividades o funciones. York (2010)

### **2.2.2.1. Uso óptimo de los recursos:**

Para el autor Sánchez, (2014), con una buena administración y manejo de los recursos las empresas u organizaciones podrán alcanzar los objetivos y metas que se plantean día a día todo con el fin de ir incrementando como tal y brindando el mejor de los servicios al público. Cabe hacer mención que para tener una tarea eficiente no solo implica entregar productos o servicios en tiempo y forma, así como con características de calidad si no que es necesario que el resultado de los procesos que se realizaron se haya obtenido con un mínimo de recursos.

Por lo tanto, mantener la eficiencia es lograr el uso óptimo de recursos. Es una de las mejores herramientas para asegurar el éxito, lograr los objetivos establecidos y adecuar los recursos de forma que se asegure una correcta utilización. Permitiendo en la organización la productividad, una mejor gestión estratégica empresarial y el crecimiento, así mismo mejorar las habilidades del personal y la creatividad para que ayuden a la productividad de la empresa reduciendo costos y a satisfaciendo a los clientes

#### **1) Producto:**

El autor Trelles, (2014), Para que un producto sea exitoso, lo primero que se debe hacer es detectar si existe una oportunidad en el mercado, pues son los consumidores quienes definen el status final del producto.

El producto es aquel elemento fundamental en las empresas manufactureras, las cuales producen grandes cantidades de productos con el fin de cubrir una demanda por parte del consumidor, es importante resaltar la innovación que se mantiene en constante movimiento en la relación del producto con el consumidor, esto se realiza con el fin de mantener al cliente fiel al producto que la empresa distribuye.

- **Categorías de productos:**

a. Productos innovadores o novedosos.

Ejemplo de ellos podría ser un restaurador de cabello o un tratamiento contra el cáncer, productos para los que existen una verdadera necesidad, pero los cuales todavía no tienen sustitutos que se consideren satisfactorios. En esta categoría podrían incluirse, productos que son muy diferentes a los que existen hoy pero que satisfacen las mismas necesidades.

b. Sustitutos: los productos actuales que son notablemente diferentes a los que existen hoy. Para muchas personas el café instantáneo reemplazó al café molido y al café en grano: después el café deshidratado y frío vino a sustituir al instantáneo.

c. Productos de imitación: son nuevos para una compañía en particular, pero no para el mercado. Quizá el criterio fundamental para determinar si cierto producto es nuevo es la forma en que el mercado meta lo percibe. Si los consumidores piensan que el artículo en cuestión es notablemente distinto (de los bienes de la competencia a los que reemplaza) en alguna característica (aspecto, rendimiento), entonces podemos afirmar que se trata de un nuevo producto

**2) Sistema de producción:**

El sistema de producción es una serie de elementos organizados, relacionados y que interactúan entre ellos y que van desde las máquinas, las personas, los materiales hasta los procedimientos y el estilo de management (conlleva organizaciones y procesos más democráticos y participativos, lo que suele culminar con un grado mayor de innovación, lealtad, ingresos y crecimiento).

Llanos, (2015) Todos esos componentes relacionados hacen que las materias primas o información que entre en el proceso sea transformada y llegue a ser un producto o servicio terminado; teniendo un resultado de calidad, costo y plaza y por ende un control adecuado del mismo.

- **Tipos de sistemas de producción:**

a) Producción por trabajos o bajo pedido

Es el utilizado por la empresa que produce solamente después de haber recibido un encargo o pedido de sus productos. Sólo después del contrato o encargo de un determinado producto, la empresa lo elabora.

Características:

- Cada producto es único
- Cada producto tiene una fecha definida de entrega

Ventajas:

- El trabajo es generalmente de una alta calidad
- Se consigue un alto nivel de personalización al cumplir los requisitos indicados por el cliente

## b) Producción Continua

Este tipo de producción es aquel donde el contenido de trabajo del producto aumenta en forma continua, donde el procesamiento de material es continuo y progresivo. La operación continua significa que, al terminar el trabajo determinado en cada operación, la unidad se pasa a la siguiente etapa de trabajo sin esperar todo el trabajo en el lote.

### Características:

- Facilita la producción detallada, lo que permite asegurar que llegue la materia prima necesaria exactamente en la cantidad requerida y en el tiempo previsto.
- Permite dividir las operaciones de montaje en cantidades de trabajo para cada operario, basándose en el tiempo
- Facilita las medidas correctivas para resolver rápidamente cualquier problema de paralización del proceso productivo, ya sea por falta de materiales.

## 3) Conducta del personal

Para el autor Sarcui (2016), una Conducta no es algo permanente, sino que es dinámica, conformándose de acuerdo a como nos adaptamos al medio, y dependiendo también de cada uno de los contextos en los que estamos involucrados

### Características:

- La conducta del personal de una organización dependerá de la exigencia de ciertas cualidades que deben ser desarrolladas en la organización para lograr buen desempeño.
- Cada organización en dependencia de sus cualidades, los fines que persigue y el contexto en que se desarrolla necesita de un conjunto de variables del CO que resultan esenciales para su desempeño.

En mi opinión las organizaciones para ser competitivas para logara ventaja competitiva ante sus competidores, incluso las empresas más pequeñas pueden y deberían desarrollar un código de conducta, idealmente, junto con un manual para empleados para trabajar enmarcado a ello y lograr una diferenciación y ser únicos derribando sus competidores nuevos o ya posicionados, fidelizando a los clientes.

#### **2.2.2.2. Creatividad**

a) . Creatividad del personal:

Flanagan (1958), señala que el proceso creativo es una de las potencialidades más elevadas y complejas de los seres humanos; se determina que la creatividad se ha convertido en la actualidad en una necesidad social, de hecho, en la actualidad, muchas empresas valoran la capacidad de creación a la hora de seleccionar su personal. Cabe en consecuencia, hablar de ella como bien socia.

Características:

- Dar existencia a algo novedoso, esta actitud que posee cada persona otorga a las organizaciones a producir formas nuevas y reestructurar situaciones estereotipadas.
- Consiste en la formación de nuevas combinaciones de elementos asociativos. Cuanto más remotas son dichas combinaciones más creativas es el proceso o la solución.
- Transformar un objeto en algo nuevo. Así mismo se determina que la creatividad del personal puede ser considerada como una forma de solucionar problemas mediante situaciones o una combinación de ideas muy diferentes de conocimientos variados.

Se concluye que la creatividad en las empresas es un aspecto clave, sobre todo cuando se están creando importantes cambios y se requiere una mayor competitividad. Hay que saber adaptarse, pero mucho más importante es adaptarse con esta ventaja a mayores, de una forma más flexible e innovadora.

#### b) . Valores del personal

Para el autor García (2014) Los empresarios deben desarrollar virtudes como la templanza, la prudencia, la justicia y la fortaleza para ser transmisores de un verdadero liderazgo; así mismo los valores del personal permiten en la organización:

- Marcan patrones para la toma de decisiones.
- Sugieren topes máximos de cumplimiento en las metas establecidas.
- Promueven un cambio de pensamiento.

- Evitan los fracasos dentro de la empresa.

Se concluye que los valores del personal deben ir a la par con los valores de la empresa u organización, ya que son los pilares más importantes de cualquier organización; así mismo capacitar constantemente al personal antiguo y nuevo con el fin de enriquecer sus aprendizajes y lograr desempeñarse de manera íntegra y eficiente.

### **2.2.2.3. Ventaja de una Calitividad**

York, (2014) La calitividad es un sistema de conducta para poder medir la eficiencia en el trabajo y el nivel de integración de la prevención y la calidad en las actuaciones de mandos y trabajadores.

- Se integra el desempeño de los trabajadores en Calidad, Productividad y Seguridad. Además, se implanta una política retributiva que reconoce la contribución de los empleados a los objetivos marcados conjuntamente. (York ,2014)

- lograr el uso óptimo de los recursos, es lograr una eficacia en la organización, lograr una buena administración y manejo de los recursos y ante ello las empresas u organizaciones podrán alcanzar los objetivos y metas que se plantean día a día todo con el fin de ir incrementando como tal y brindando el mejor de los servicios al público.

Se concluye que este sistema de conducta permite en la empresa lograr un uso óptimo de los recursos, realizando las actividades de trabajo que ayudan a la organización a alcanzar sus metas. Así mismo la tarea se realice de forma rápida.

### **III. HIPOTESIS**

Hernández (2010) Este trabajo de investigación no tiene hipótesis, por ser de tipo descriptivo, porque sólo pretende describir las características de las variables en estudio (competitividad y calitividad) tal y como se presentan en la realidad para determinar su comportamiento. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada, “Competitividad y Calitividad de las MYPE, rubro restaurantes del mercado Santa Rosa - Paita, año 2017”.

## **IV. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION**

### **4.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

El tipo de investigación será descriptiva porque pretende describir las características, así mismo enumerar, clasificar, señalar las propiedades de las variables identificadas. En el caso de esta investigación se está buscando encontrar las características de la competitividad y la calitividad de las MYPE rubro restaurantes del mercado Santa Rosa –Paita, año 2017. (Hernández, 2010)

Es de nivel cuantitativa porque examina los datos de manera científica, en forma numérica, generalmente con ayuda de la estadística. Recoge y analiza datos sobre las variables y estudia las propiedades y fenómenos de la situación problemática de manera objetiva, así los resultados se pueden generalizar.

El diseño que se aplicará en la investigación será no experimental, ya que se observan los fenómenos tal y como se dan el contexto natural. También será de corte transversal porque que se medirá a la vez la prevalencia de la exposición y del efecto en una muestra poblacional en un solo momento temporal; es decir, permite estimar la magnitud y características de las variables en un momento dado. (Hernández,2010)

### **4.2. POBLACION Y MUESTRA**

Las unidades de análisis están constituidas por 9 MYPES del rubro restaurantes del mercado Santa Rosa-Paita.

Para la variable competitividad la población está constituida por clientes y para la variable calitividad la población está constituida por el personal de las MYPE.

### **Criterios de inclusión para los clientes**

- a) Sus edades fluctúan entre 18– 50 años
- b) Sexo (masculino – femenino)
- c) Grado de instrucción (primaria, secundaria, estudios universitarios, etc.)
- d) Estado civil (solteros, casados.)
- e) Nivel socioeconómico (bajo, medio, alto)

### **Criterios de inclusión para el personal de las MYPE:**

- a) Sus edades fluctúan entre 25-45 años
- b) Sexo (masculino –femenino)
- c) Grado de instrucción (primaria, secundaria, estudios universitarios, etc.)
- d) Estado civil (solteros, casados)
- e) Nivel socioeconómico (bajo, medio)
- f) Que sean de Paita

### **Criterios de exclusión para los clientes:**

- Que se nieguen hacer opiniones constructivas
- Que paguen con tarjetas de crédito o debito

### **Criterios de exclusión para el personal:**

- Que se nieguen hacer opiniones constructivas
- Que no se identifiquen con la MYPE

**CUADRO N° 1**

***RELACIÓN DE LAS MYPE***

<b>Nombre de las MYPES</b>	<b>Dirección</b>	<b>RUC</b>	<b>N° de trabajadores</b>
“Restauran el Mar Azul”	Av. Víctor Raúl Haya de la Torre, Piura, Paita, Paita	10358012034	5
“Restauran el Portón Azul”	Av. Víctor Raúl Haya de la Torre, Piura, Paita, Paita	10368013045	5
“Restauran sazón criollo”	Av. Víctor Raúl Haya de la Torre, Piura, Paita, Paita	10453608241	5
“Restauran Sirlupu”	Av. Víctor Raúl Haya de la Torre, Piura, Paita, Paita	10377853201	5
“Restauran Chiclayano”	Av. Víctor Raúl Haya de la Torre, Piura, Paita, Paita	10473608244	5
“Restauran Arrecife”	Av. Víctor Raúl Haya de la Torre, Piura, Paita, Paita	10035612035	5
“Restauran la esquinita del buen sabor”	Av. Víctor Raúl Haya de la Torre, Piura, Paita, Paita	10031255598	5
“Restauran como en casa”	Av. Víctor Raúl Haya de la Torre, Piura, Paita, Paita	10338064206	5
“Restauran entre amigos”	Av. Víctor Raúl Haya de la Torre, Piura, Paita, Paita	10523589450	5

## Muestra

### Tipo de muestreo

Es no probabilístico ya que es una técnica de muestreo en virtud de la cual las muestras son recogidas por conveniencia y eso permitirá determinar con qué tipo de muestra voy a trabajar.

Fórmula para calcular la muestra en un estudio cuantitativo de una población infinita –para la variable competitividad

Castro (2014) señalan que para el cálculo de esta muestra se aplicaran los siguientes datos:

- $n$  = Tamaño de la muestra
- $Z = 1.65$  (si el nivel de confianza es de 90%)
- $p$  = Prevalencia esperada del parámetro a evaluar, en caso de desconocerse
- ( $p = 0.5$ ), que hace mayor el tamaño muestral.
- $q = 1 - P$  (Si  $p = 0.5$ , entonces  $q = 0.5$ )
- $E$  = Error que se provee cometer del 10 %

Formula:

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

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

$$n = \frac{1.65^2 * 0.5 * 0.5}{0.1^2}$$

$$n = 68 \text{ clientes}$$

Fórmula para calcular la muestra en un estudio cuantitativo de una población finita – para la variable calitividad. Por su parte Hernández citado en Castro (2014), expresa que "si la población es menor a cincuenta (50) individuos, la población es igual a la muestra

### 4.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicadores	Definición operacional	Fuente	Escala	Metodología
Competitividad	Es la capacidad de una organización para desarrollar ventajas competitivas con respecto a sus competidores y obtener una posición destacada en su entorno. <b>(Rubio, 2015).</b>	Habilidades	Habilidades empresariales competitivas	Capacidad de gestión del empresario para combinar los distintos factores de producción en su negocio asumiendo el riesgo del mismo.	Clientes	Nominal	Tipo de investigación: descriptiva  Nivel de investigación: cuantitativo  Diseño de investigación: no experimental
		Ventajas comparativas	Diferenciación	Estrategia exitosa que no puede ser superada o imitada por la competencia, entonces la empresa contará con una ventaja competitiva.			
			Productividad				
Calitividad	Mejora simultánea de la calidad y la productividad. Así mismo, sistema de conducta y la manera en que conducimos nuestro negocio. <b>(York, 2014)</b>	Uso óptimo de los recursos	Producto	lograr una eficacia en la organización, lograr una buena administración y manejo de los recursos	Trabajadores	Nominal	Corte transversal  Universo o población 09 MYPE
			Sistema de producción				

			Conducta del personal	Considerada como una forma de solucionar problemas mediante situaciones o una combinación de ideas muy diferentes de conocimientos variados.			
		Creatividad	Creatividad del personal				
			Valores del personal				

Fuente: Elaboración propia

#### **4.4. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLLECCION DE DATOS**

León (2015), Para el desarrollo de la presente investigación se aplica la técnica de la encuesta, que busca recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado, y no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación. Los datos se obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos. Esta técnica es cuantitativa dado que los datos se recopilan sobre una parte de la población denominada tamaño muestral de sujetos y se elabora en función a las variables, dimensiones e indicadores de la matriz de consistencia de la investigación. Para el recojo de la información de la investigación se aplica un cuestionario que consta de 22 preguntas, obtenidas a partir de la realización de la operacionalización de la hipótesis; El cuestionario utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Este instrumento fue validado por un experto profesional en administración y colegiado. Dicho instrumento se presenta en el Anexo.

#### **4.5. PLAN DE ANALISIS**

Tratamiento estadístico debido a la investigación es descriptiva se hará uso de estadística descriptiva: se calculará frecuencia porcentaje media se hará uso del programa Excel Windows, los datos recopilados se representarán en tablas y gráfico.

#### 4.6. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Titulo	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Técnica e instrumento
“Caracterización de la competitividad y calitividad de las MYPE rubro restaurantes del mercado Santa Rosa-Paita, año 2017”	Qué características tiene la competitividad y calitividad en las MYPE rubro restaurantes – mercado santa Rosa –Paita año 2017?	<b>OG</b> Identificar las características de la competitividad y calitividad en las MYPE rubro restaurantes del mercado Santa Rosa – Paita, año2017.	Según Hernández (2016), la investigación por ser descriptiva no registra hipótesis	Competitividad	La competitividad es la capacidad de una organización para desarrollar ventajas competitivas con respecto a sus competidores y obtener una posición destacada en su entorno. <b>(Rubio, 2015).</b>	Habilidades	Capacidad de gestión del empresario para combinar los distintos factores de producción en su negocio asumiendo el riesgo del mismo.	Habilidades empresariales competitivas	<b>Técnica:</b>  Encuesta
		<b>OE</b> (a) Conocer las habilidades que tiene el personal de las MYPE rubro restaurantes del mercado Santa Rosa –Paita, año2017; (b) Determinar las ventajas competitivas que tienen las MYPE rubro restaurantes del mercado Santa				Ventajas	Eestrategia exitosa que no puede ser superada o imitada por la competencia, entonces la empresa contará con una ventaja competitiva	Diferenciación  Eficiencia  Productividad	<b>Instrumento:</b>  Cuestionario

		Rosa –Paita, año2017; (c) Identificar el uso óptimo de los recursos de las MYPE rubro restaurantes del mercado Santa Rosa –Paita, año2017; (d) Determinar la creatividad del personal de las MYPE rubro restaurantes del mercado Santa Rosa –Paita, año2017		Calitividad	Mejora simultánea de la calidad y la productividad. Así mismo, sistema de conducta y la manera en que conducimos nuestro negocio.  <b>(York ,2014)</b>	Uso óptimo de los recursos	lograr una eficacia en la organización, lograr una buena administración y manejo de los recursos	Producto  Sistema de producción  Conducta del personal	
						Creatividad	Considerada como una forma de solucionar problemas mediante situaciones o una combinación de ideas muy diferentes de conocimientos variados.	Creatividad del personal  Valores del personal	

Fuente: Elaboración propia

#### **4.7. PRINCIPIOS ETICOS**

López, (2014), Este trabajo de investigación se realizó con total transparencia en la recolección de datos de la población en estudio, con Autenticidad en la recolección de datos, serán los mismos recolectados por medio de la encuesta aplicada. Con total veracidad y honestidad al momento de realizar los análisis.

## V. RESULTADOS

### 5.1 Resultados

Con respecto al objetivo específico: “conocer las habilidades que tiene el personal de las MYPE rubro restaurantes del mercado santa rosa –Paíta, año 2017”

TABLA 1

*Satisface necesidades, gustos*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Si	56	82.35
No	12	17.65
TOTAL	68	100

Fuente: Cuestionario al Cliente

Elaboración propia

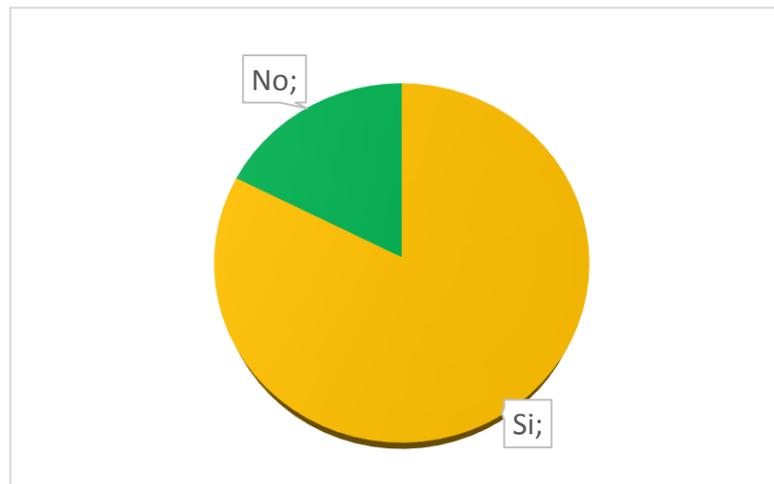


Figura 1: diagrama circular que representa a la pregunta ¿El menú que consume en el restaurante satisface sus necesidades, gustos y preferencias?

Según los resultados se observa, que el 82.35% de los clientes encuestados, respondieron que el restaurante si satisface sus necesidades, gustos y preferencias, mientras que un 17.65 % respondió que estos restaurantes no satisfacen sus necesidades, gustos y preferencias.

**TABLA 2**

*Precios competitivos*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Si	60	88.24
No	8	11.76
TOTAL	68	100

Fuente: Cuestionario al Cliente

Elaboración propia

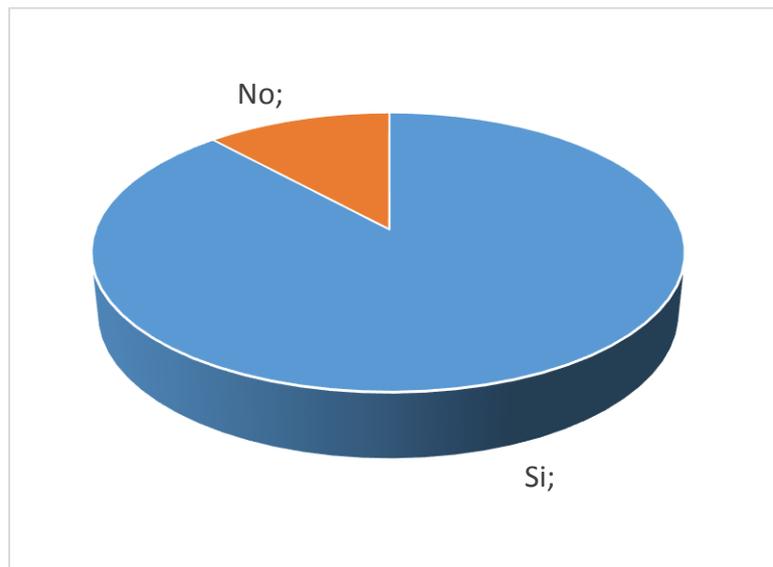


Figura 2: diagrama circular que representa a la pregunta ¿Los precios son competitivos?

Según los resultados se observa, que el 88.24% de los clientes encuestados, respondieron que los precios del restaurante si son competitivos, mientras que el 11.76 % respondió que los precios de los restaurantes no son competitivos.

TABLA 3

*Hábitos y costumbres*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Si	58	85.29
No	10	14.71
TOTAL	68	100

Fuente: Cuestionario al Cliente

Elaboración propia

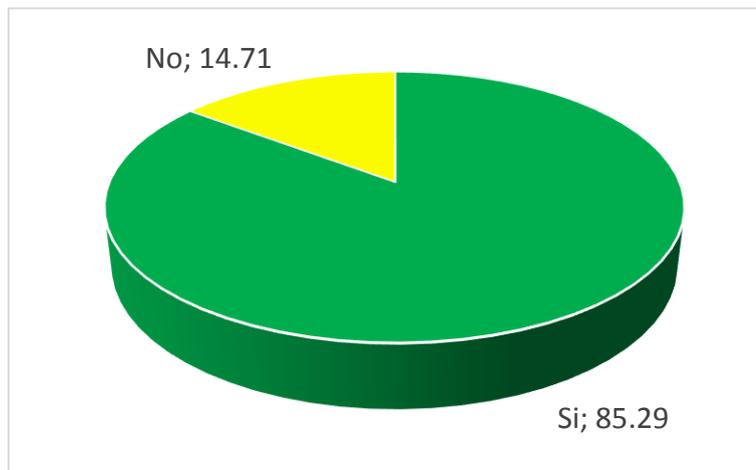


Figura 3: diagrama circular que representa a la pregunta ¿Se siente acogido con los hábitos y costumbres que aplican estos restaurantes?

Según los resultados se observa, que el 85.29% de los clientes encuestados, respondieron que, si se sienten acogidos con los hábitos y costumbres que desarrollan estos restaurantes, por otro lado, el 14.71 % respondieron que no se sienten acogidos con los hábitos y costumbres de estos restaurantes.

TABLA 4

*Impresión que le han dejado*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Buena	62	91.18
Mala	6	8.82
TOTAL	68	100

Fuente: Cuestionario al Cliente

Elaboración propia

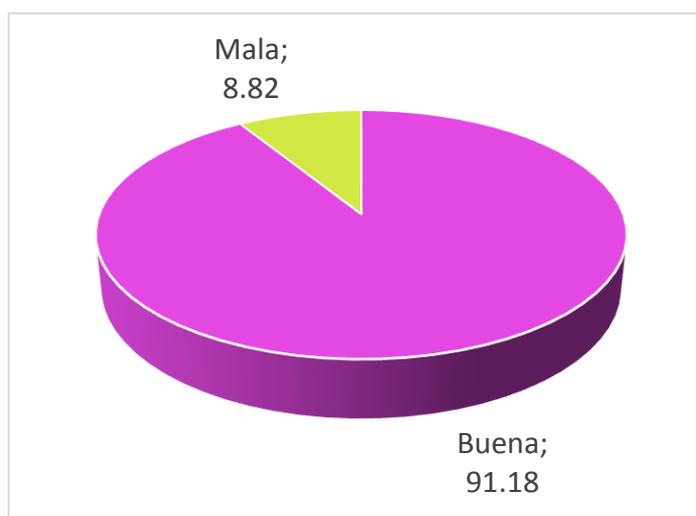


Figura 4: diagrama circular que representa a la pregunta ¿Cuándo ha ido a consumir a los restaurantes del mercado Santa Rosa qué impresión le han dejado?

Según los resultados se observa, que el 91.18 % de los clientes encuestados, respondieron que cuando han ido a consumir a los restaurantes del mercado Santa Rosa les han dejado una buena impresión; mientras que el 8.82 % respondió que cuando han ido a consumir a estos restaurantes les han dejado una mala impresión.

TABLA 5

*Buen ambiente y un alto nivel de servicio*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Si	62	91.18
No	6	8.82
TOTAL	68	100

Fuente: Cuestionario al Cliente

Elaboración propia

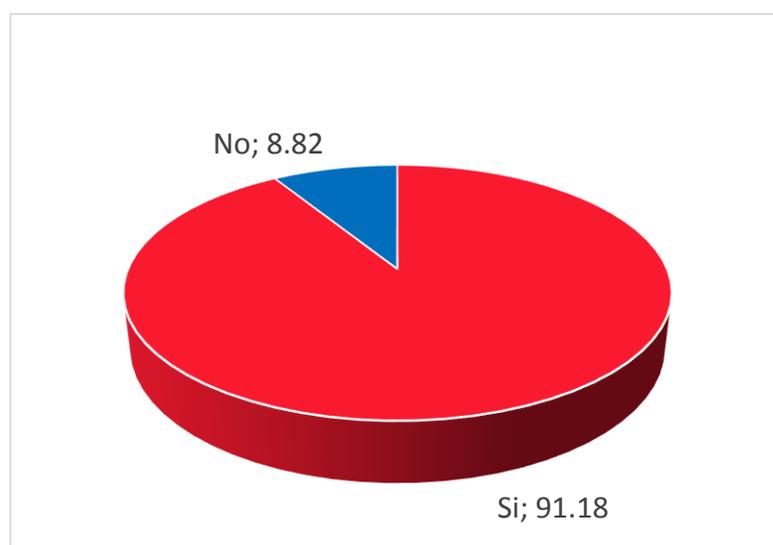


Figura 5: diagrama circular que representa a la pregunta ¿El restaurante cuenta con un buen ambiente y un alto nivel de servicio?

Según los resultados se observa, que el 91.18 % de los clientes encuestados, respondieron que los restaurantes del mercado Santa Rosa si cuentan con un buen ambiente y un alto nivel de servicio; mientras que el 8.82 % respondió que no cuentan con un buen ambiente y un alto nivel de servicio.

Con respecto al objetivo específico: “determinar las ventajas competitivas que tienen las MYPE rubro restaurantes del mercado santa rosa –Paíta, año2017”

TABLA 6

*Ofrecen servicios y platos distintos*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Si	60	88.24
No	8	11.76
TOTAL	68	100

Fuente: Cuestionario al Cliente

Elaboración propia

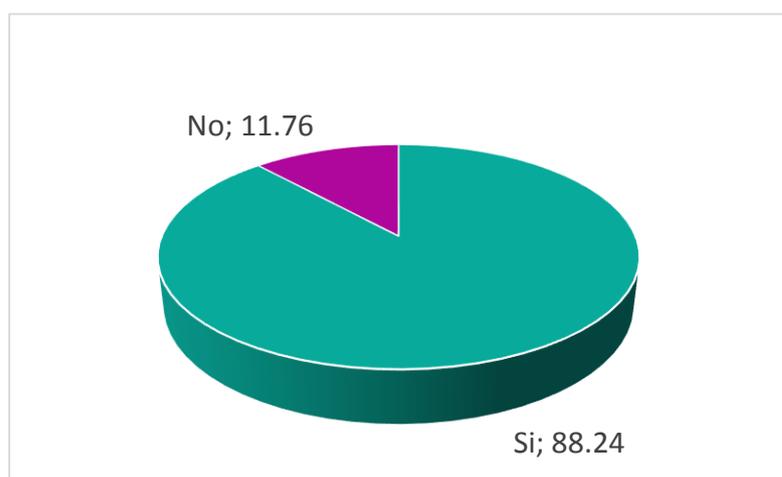


Figura 6: diagrama circular que representa a la pregunta ¿Los servicios o platos que ofrecen los restaurantes del mercado Santa Rosa, son distintos a los demás?

Según los resultados se observa, que el 88.24 % de los clientes encuestados, respondieron que los servicios y platos que ofrecen los restaurantes del mercado Santa Rosa si son distintos a los que ofrecen los otros restaurantes, mientras que el 11.76 % respondió que los servicios y platos no son distintos a los de los otros restaurantes.

TABLA 7

*Están pendientes a las exigencias, especificaciones*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Si	58	85.29
No	10	14.71
TOTAL	68	100

Fuente: Cuestionario al Cliente

Elaboración propia

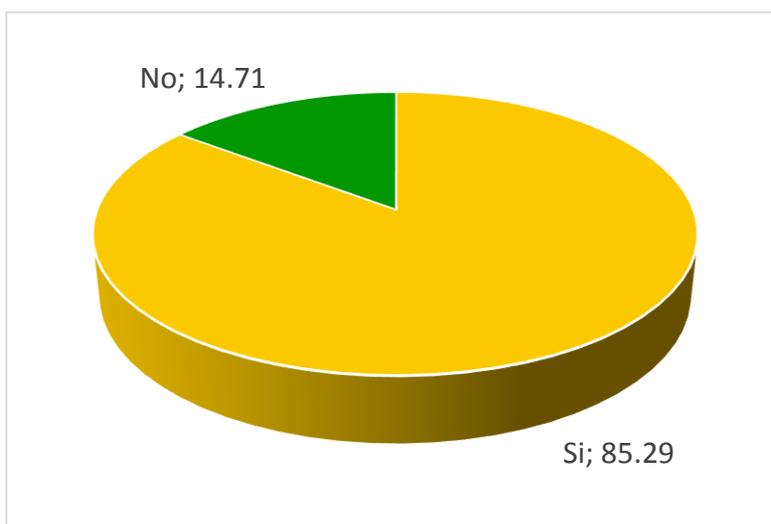


Figura 7: diagrama circular que representa a la pregunta ¿Los restaurantes del mercado Santa Rosa están pendientes a las exigencias, especificaciones de su pedido?

Según los resultados se obtuvo, que el 85.29 % de los clientes encuestados, respondieron que los restaurantes del mercado Santa Rosa si están pendientes a las exigencias y especificaciones de su pedido; por otro lado, el 14.71 % respondió que los restaurantes no están pendientes de las exigencias y especificaciones de su pedido

TABLA 8

*Acortan tiempo de espera de los pedidos*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Si	55	80.88
No	13	19.12
TOTAL	68	100

Fuente: Cuestionario al Cliente

Elaboración propia

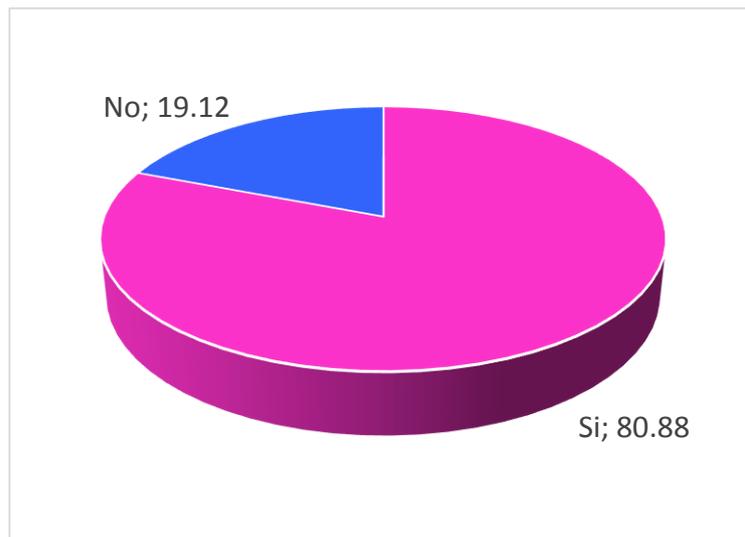


Figura 8: diagrama circular que representa a la pregunta ¿Acortan el tiempo de espera de sus pedidos?

Según los resultados se obtuvo, que el 80.88 % de los clientes encuestados, respondieron que los restaurantes del mercado Santa Rosa si acortan el tiempo de espera de sus pedidos; por otro lado, el 19.12 % respondieron que los restaurantes no acortan el tiempo de espera de sus pedidos.

TABLA 9

*Pedido correcto y completo*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Si	62	91.18
No	6	8.82
TOTAL	68	100

Fuente: Cuestionario al Cliente

Elaboración propia

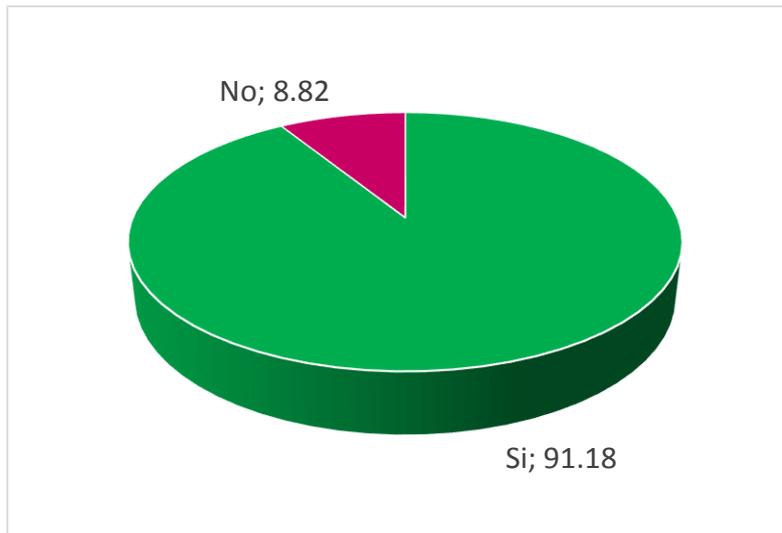


Figura 9: diagrama circular que representa a la pregunta ¿Mi pedido de comida era correcto y completo?

Según los resultados se obtuvo, que el 91.18 % de los clientes encuestados, respondieron que su pedido de comida si era correcto y completo; por otro lado, el 8.82 % respondieron que su pedido de comida no era correcto, ni completo.

TABLA 10

*Servicios que valoran los clientes*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Si	55	80.88
No	13	19.12
TOTAL	68	100

Fuente: Cuestionario al Cliente

Elaboración propia

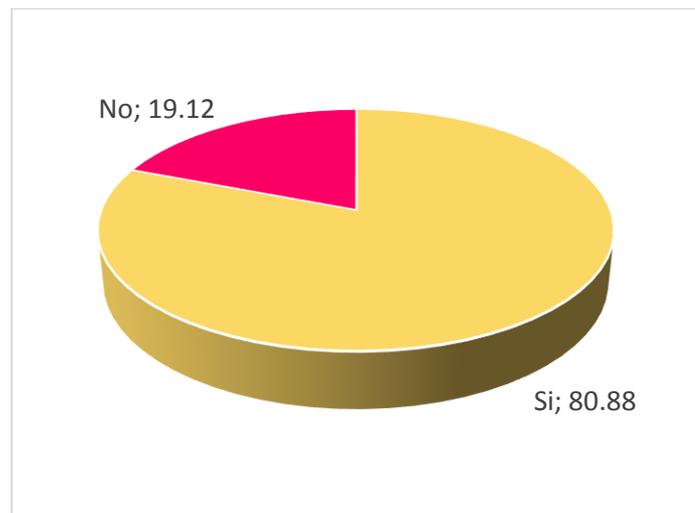


Figura 10: diagrama circular que representa a la pregunta ¿el restaurante está dedicado a brindar servicios que valoran los clientes?

Según los resultados se obtuvo, que el 80.88 % de los clientes encuestados, respondieron que los restaurantes del mercado Santa Rosa de Paita, si están dedicados a brindar servicios que valoran los clientes; por otro lado, el 19.12 % respondieron estos restaurantes no están dedicados a brindar servicios que valoren los clientes

TABLA 11  
*Cumpliendo objetivos*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Si	45	66.18
No	23	33.82
TOTAL	68	100

Fuente: Cuestionario al Cliente

Elaboración propia

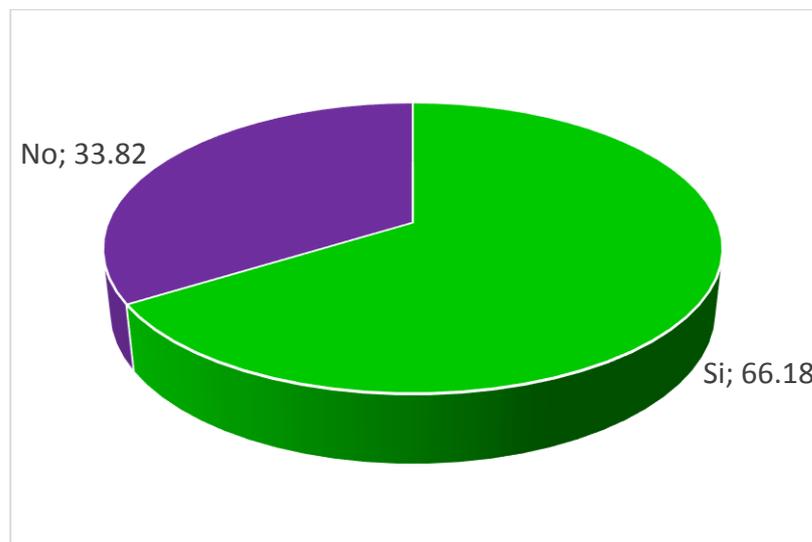


Figura 11: diagrama circular que representa a la pregunta ¿usted como cliente ha observado que el restaurante está cumpliendo con sus objetivos?

Según los resultados se obtuvo, que el 66.18 % de los clientes encuestados, respondieron que los restaurantes si están cumpliendo con sus objetivos; sin embargo, el 33.82% de los clientes encuestados respondieron que los restaurantes del mercado Santa Rosa de Paita no están cumpliendo con sus objetivos.

Con respecto al objetivo específico: “identificar el uso óptimo de los recursos de las MYPE rubro restaurantes del mercado santa rosa- Paíta, año 2017”

TABLA 12  
*Comida que prepara y sirve*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Buena	45	100.00
Mala	0	00.00
TOTAL	45	100

Fuente: Cuestionario al Trabajador

Elaboración propia

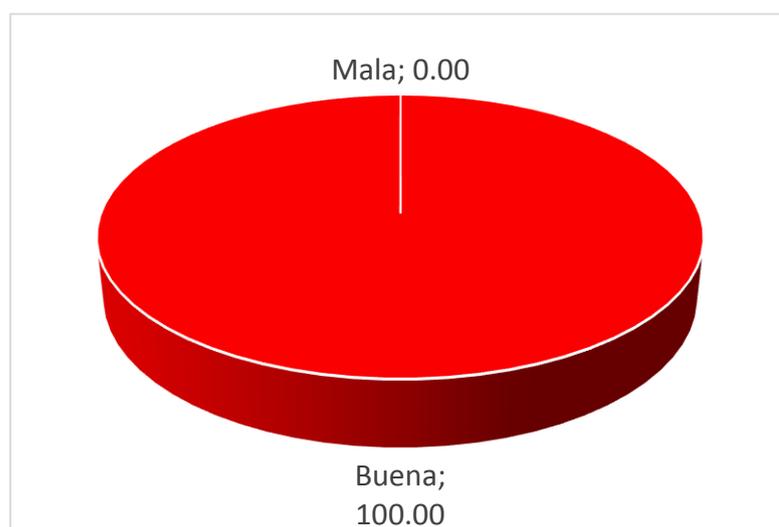


Figura 12: diagrama circular que representa a la pregunta ¿Qué le parece la comida que usted prepara y sirve en el restaurant?

Según los resultados se obtuvo, que el 100 % de los Trabajadores encuestados, respondieron que la comida que preparar y sirven en el restaurante es buena.

TABLA 13

*Productos sustitutos*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Si	33	73.33
No	12	26.67
TOTAL	45	100

Fuente: Cuestionario al Trabajador

Elaboración propia

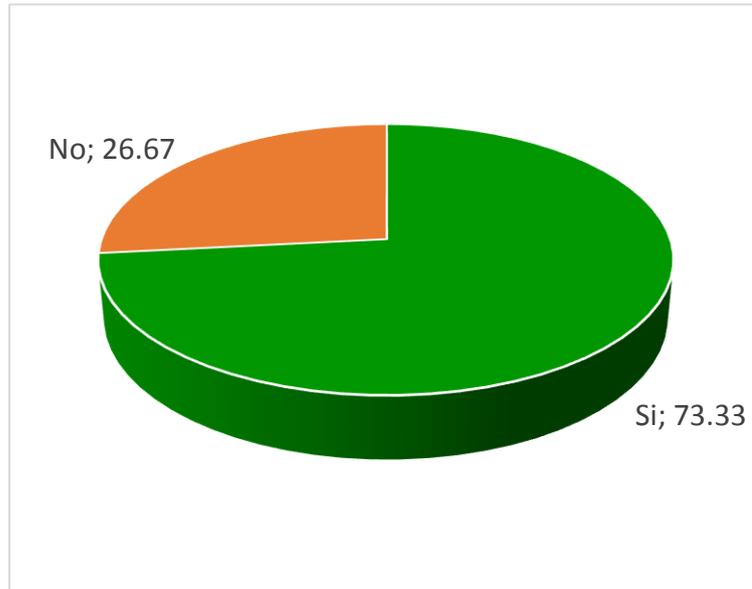


Figura 13: diagrama circular que representa a la pregunta ¿Los platos habituales que usted prepara tienen productos sustitutos?

Según los resultados se obtuvo, que el 73.33 % de los trabajadores encuestados, respondieron que los platos habituales que preparan en el restaurante si tienen productos sustitutos; por otro lado, el 26.67 % respondieron que los platos habituales que preparan no tienen productos sustitutos.

TABLA 14

*Imita platillos de la competencia*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Si	5	11.11
No	40	88.89
TOTAL	45	100

Fuente: Cuestionario al Trabajador

Elaboración propia

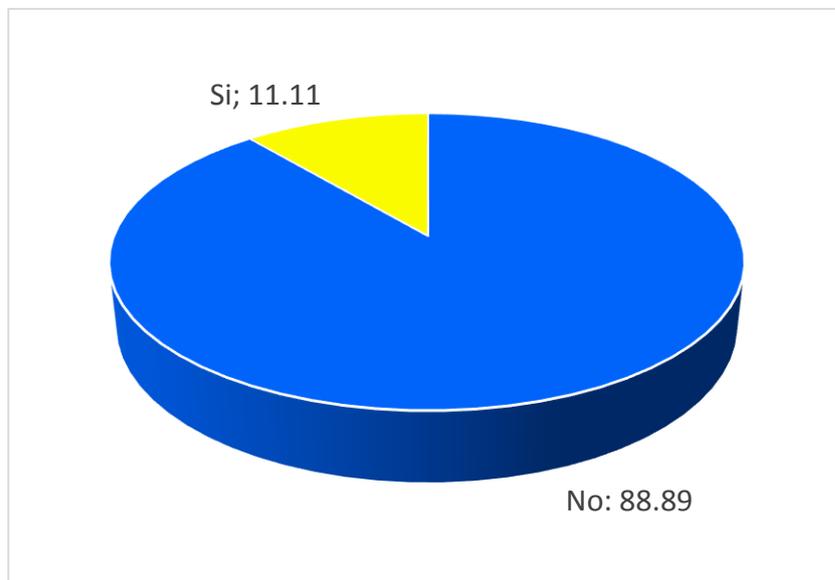


Figura 14: diagrama circular que representa a la pregunta ¿Usted imita platillos de la competencia?

Según los resultados se obtuvo, que el 88.89 % de los trabajadores encuestados, respondieron que no imitan platillos de la competencia; por otro lado, el 11.11 % respondieron que si imitan platillos de la competencia.

TABLA 15

*Tiempo de entrega*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Si	38	84.44
No	7	15.56
TOTAL	45	100

Fuente: Cuestionario al Trabajador

Elaboración propia

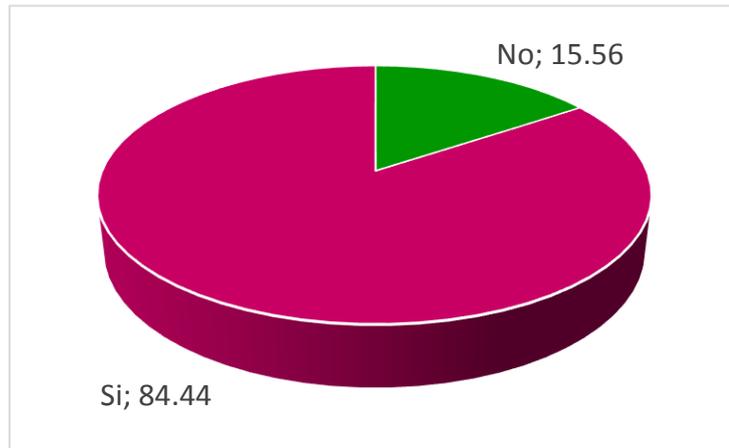


Figura 15: diagrama circular que representa a la pregunta ¿El tiempo de entrega dependerá del tipo de pedido del cliente?

Según los resultados se obtuvo, que el 84.44 % de los trabajadores encuestados, respondieron que el tiempo de entrega si dependerá del tipo de pedido del cliente, sin embargo, el 15.56 % de los trabajadores encuestados respondieron que la entrega no dependerá del pedido que especifique el cliente.

TABLA 16

*Menús diarios*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Si	43	95.56
No	2	4.44
TOTAL	45	100

Fuente: Cuestionario al Trabajador

Elaboración propia

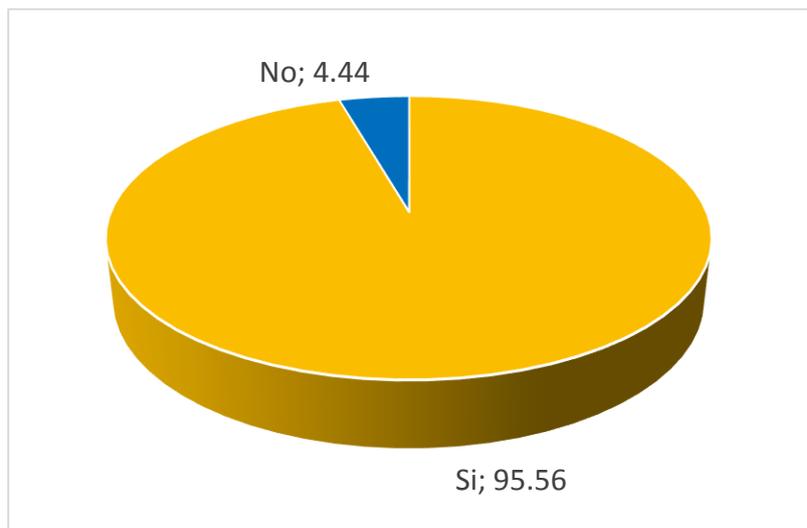


Figura 16: diagrama circular que representa a la pregunta ¿Preparan menús diarios?

Según los resultados se obtuvo, que el 95.56 % de los trabajadores encuestados, respondieron que, si preparan menús diarios, por otro lado, el 4.44 % de los trabajadores encuestados respondieron que no preparan menús diarios.

TABLA 17

*Normas establecidas*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Si	45	100.00
No	0	00.00
TOTAL	45	100

Fuente: Cuestionario al Trabajador

Elaboración propia

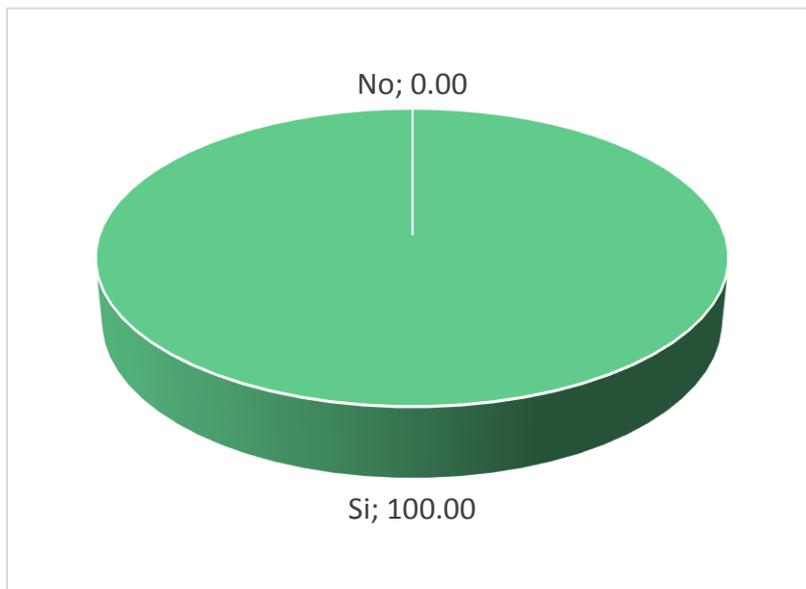


Figura 17: diagrama circular que representa a la pregunta ¿Trabajan bajo las normas establecidas del restaurante?

Según los resultados se obtuvo, que el 100 % de los trabajadores encuestados, respondieron que si trabajan bajo las normas establecidas por el restaurante.

TABLA 18

*Uniforme establecido*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Si	45	100.00
No	0	00.00
TOTAL	45	100

Fuente: Cuestionario al Trabajador

Elaboración propia

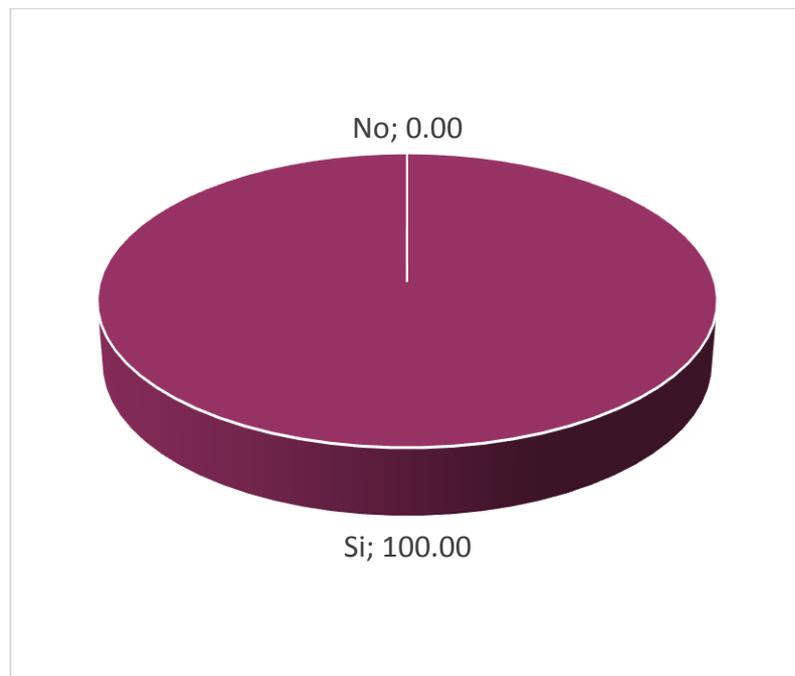


Figura 18: diagrama circular que representa a la pregunta  
¿Utilizan el uniforme establecido por el restaurante?

Según los resultados se obtuvo, que el 100 % de los trabajadores encuestados, respondieron que si utilizan el uniforme establecido por el restaurante.

Con respecto al objetivo específico: “determinar la creatividad del personal de las MYPE rubro restaurantes del mercado santa rosa –Paita, año 2017”

TABLA 19

*Servicio novedoso o exclusivo*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Si	42	93.33
No	3	6.67
TOTAL	45	100

Fuente: Cuestionario al Trabajador

Elaboración propia

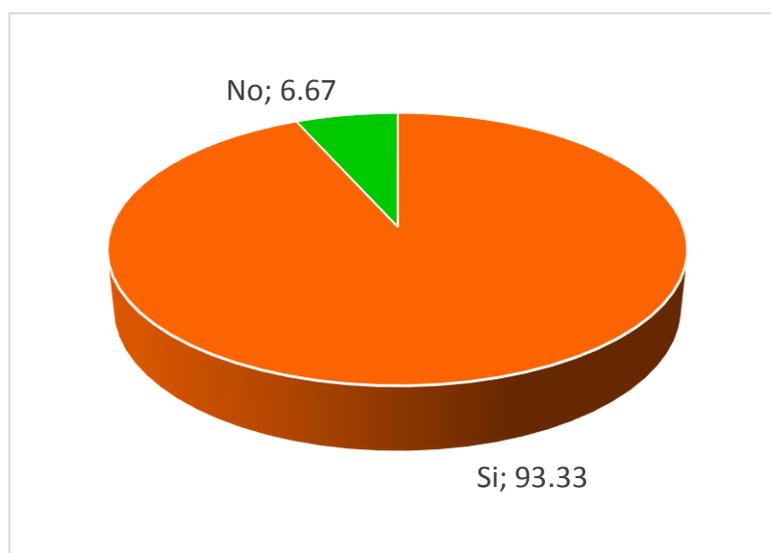


Figura 19: diagrama circular que representa a la pregunta ¿Se preocupan por brindar al cliente un servicio novedoso o exclusivo?

Según los resultados se obtuvo, que el 93.33 % de los trabajadores encuestados, respondieron que, si se preocupan por brindar un platillo, servicio novedoso o exclusivo, por otro lado, el 6.67 % de los encuestados respondieron que no se preocupan por brindar un platillo o servicio novedoso o exclusivo.

TABLA 20

*Creatividad innovadora*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Si	42	93.33
No	3	6.67
TOTAL	45	100

Fuente: Cuestionario al Trabajador

Elaboración propia

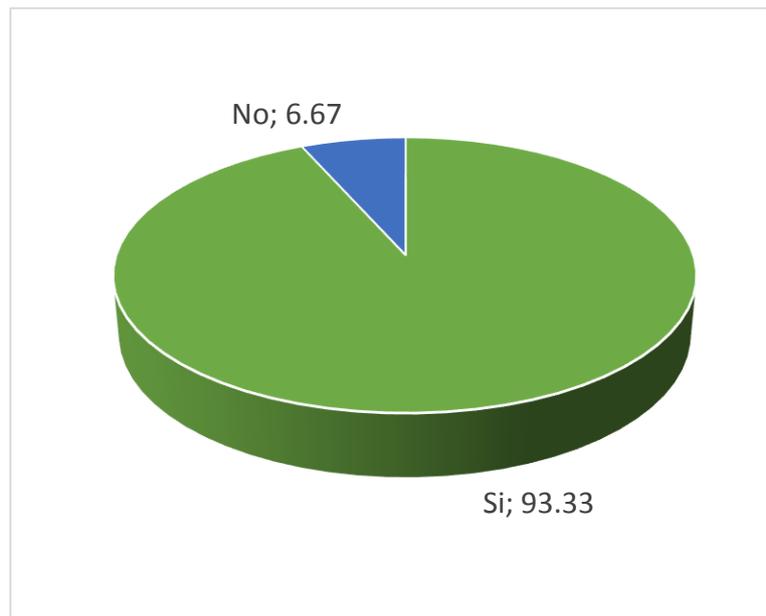


Figura 20: diagrama circular que representa a la pregunta ¿La creatividad con la que ustedes elaboran los platillos es innovadora?

Según los resultados se obtuvo, que el 93.33 % de los trabajadores encuestados, respondieron que la creatividad que ellos utilizan para elaborar los platillos de los clientes si es innovadora, por otro lado, el 6.67 % de los encuestados respondieron que la creatividad que aplican para la elaboración de los platillos de los clientes no es innovadora.

TABLA 21

*Patrones para la toma de decisiones*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Si	40	88.89
No	5	11.11
TOTAL	45	100

Fuente: Cuestionario al Trabajador

Elaboración propia

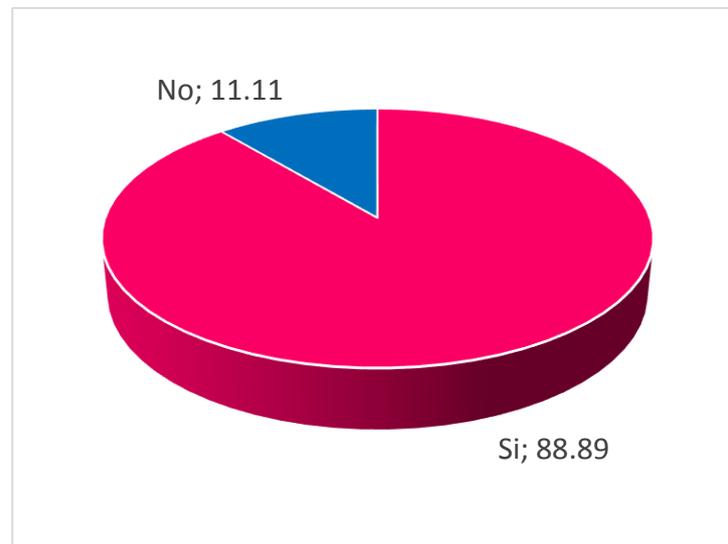


Figura 21: diagrama circular que representa a la pregunta ¿Marcan patrones para la toma de decisiones?

Según los resultados se obtuvo, que el 88.89 % de los trabajadores encuestados, respondieron que, si marcan patrones para la toma de decisiones, por otro lado, el 11.11% de los encuestados respondieron que no marcan patrones para la toma de decisiones.

TABLA 22

*Evitan los fracasos*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje.
Si	36	80.00
No	9	20.00
TOTAL	45	100

Fuente: Cuestionario al Trabajador

Elaboración propia

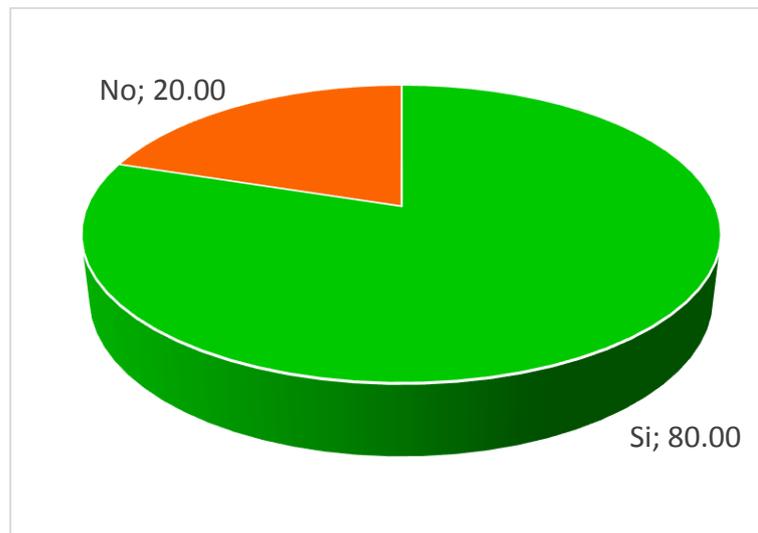


Figura 22: diagrama circular que representa a la pregunta ¿Evitan fracasos dentro de la empresa?

Según los resultados se obtuvo, que el 80.00 % de los trabajadores encuestados, respondieron que, si evitan los fracasos dentro de la empresa, por otro lado, el 20.00% de los encuestados respondieron que no evitan los fracasos dentro del restaurante.

## 5.2 Análisis de Resultados

5.2.1 Primer objetivo específico: “conocer las habilidades que tiene el personal de las MYPE rubro restaurantes del mercado Santa Rosa –Paita, año2017.”

En la tala 01 y figura 01 denominada “el menú que consume en estos restaurantes satisface sus necesidades, gustos y preferencias” se observó que el 82.35% respondieron que el restaurante si satisface sus gustos y preferías. Se puede evidenciar en el antecedente de Rivas, (2014), quien concluyo que el recurso más valioso que tienen las empresas son el capital humano a, las cuales les deben aplicar programas activos que promuevan adecuadamente sus actividades, también les deben motivar y negociar, con el objetivo que estos logren mayor productividad y una mejora continua en los servicios que brindan al cliente y con ello desarrollar un alto nivel de aceptación en el mercado.

Por otro lado, Pérez, (2014), señala que la habilidad competitiva, es la capacidad del individuo o de la organización, cuando logra producir resultados previstos con el máximo de certeza, con el mínimo de distendió de tiempo y economía y con el máximo de seguridad.

Por lo tanto, se recomienda que las MYPE para ser competitiva, mantenerse en el mercado y no obtener clientes insatisfechos, hoy por hoy debe lograr desarrollar habilidades competitivas, por ejemplo, Habilidad para solución de problemas, afrontar cambios, satisfacer las expectativas del cliente, brindar servicio exclusivo o novedoso y liderar.

En la tabla 2 y figura 2 denominada “los precios son competitivos “, se observa que el 88,24% de los clientes encuestados respondieron que los precios de los restaurantes del mercado Santa Rosa si son competitivos, lo que coincide con el antecedente de Chong , ( 2014) señala que , desarrollando una mejora de gestión se obtiene un desarrollo perdurable , una eficiencia , así mismo suministrando los recursos de manera adecuada se desarrollaría la habilidad creatividad , solución de problemas , negociación ,por ejemplo establecer precios basado en los costes o precios basados en los clientes , lo cual permita brindarles precios justos a los clientes o usuarios por el producto o servicio que compren para satisfacer sus necesidades , y también permitirá a la empresa adaptarse a los cambios del mercado y fomentar un buen posicionamiento en la mente del consumidor

Por otro lado, Pérez, (2014) determina que al mismo tiempo la competitividad permite desarrollar las habilidades claves que marcan la diferencia entre empresas de éxito y el resto de empresas. Las empresas buscan alcanzar sus objetivos y desarrollar valor añadido en su modelo de producción

Por lo tanto, se recomienda que hoy en día las MYPE para ser competitivas deben desarrollar productos o servicios que gocen de atributos en calidad, precio, diseño exclusividad que lo hagan más atractivo frente a la competencia y esto se lograría desarrollando habilidades para liderar en el mercado, y orientadas al desempeño, que ayudan a satisfacer las necesidades de los clientes fieles y nuevos.

En la tabla 3 y figura 3 denominada “Se siente acogido con los hábitos y costumbres que aplican estos restaurantes”, se observó que de los encuestados el 85.29% si se sienten acogidos con los hábitos y costumbres que aplican los restaurantes , asimismo se puede comprobar en el antecedente de Rivas , ( 2014) concluyó que los empresarios han lanzado su proyecto debido al aumento de la demanda por salir a degustar la variedad de platos, por lo cual se hace necesario que las empresas cuenten con estrategias, habilidades competitivas que les permitan brindar un servicio excepcional y liderar en el mercado

Por consiguiente, Pérez, (2014), determina que las habilidades competitivas, es la capacidad del individuo o de la organización, cuando esta es capaz de producir resultados previstos con el máximo de certeza, con el mínimo de distendió de tiempo y economía y con el máximo de seguridad.

Por lo tanto, se recomienda que las MYPE de rubro restaurantes del mercado Santa Rosa de Paita, desarrollen habilidades para brindar servicios novedosos, un buen clima, permitan que el cliente se sienta acogido e identificado con la empresa, así mismo volver a la empresa difícil de alcanzar o igualar por la competencia

En la tabla 4 y figura 4 denominada “Cuándo ha ido a consumir a los restaurantes del mercado Santa Rosa qué impresión le han dejado”, se obtuvo las siguientes respuestas de los encuestados, que el 91.18% respondió que cuando han ido a consumir a estos restaurantes les ha quedado una buena impresión, Por lo tanto, se puede evidenciar en el antecedente de Carezani, (2014) , quien señalo que las organizaciones o MYPE cuentan con más posibilidades de iniciar procesos de cambios y reconversión que impacten en su desempeño competitivo, es decir hoy en día no deben quedarse sentados creyendo que el servicio será innovador siempre. La obligación que tienen las empresas es estar al día, otorgar a los clientes que puedan percibir aquellas oportunidades totalmente nuevas y por ende atender a ese mercado que otras empresas han descuidado u olvidado en el camino.

Por otro lado, Pérez , (2014) señala que la habilidad competitiva, es la capacidad del individuo o de la organización, cuando esta es capaz de producir resultados previstos con el máximo de certeza, con el mínimo de distendió de tiempo y economía y con el máximo de seguridad, por ende las habilidades empresariales competitivas son la capacidad de gestión del empresario para combinar los distintos factores de producción en su negocio, por ejemplo desarrollando habilidad para solución de problemas, para toma de decisiones, para afrontar los cambios y habilidad para liderar en el mercado y de esta manera fomentar un buen posicionamiento de la empresa

Ante ello se recomienda que las MYPE evalúen sus objetivo, por ejemplo, si su objetivo es captar, fidelizar clientes o lograr un posicionamiento en el mercado ,de acuerdo a su rubro, por lo tanto, estas deberían dar un excelente servicio al cliente,

combinando sus habilidades para afrontar los cambios y cumplir con las expectativas de los clientes, así mismo evaluar las características de la competitividad por ejemplo no olvidar ofrecer productos o servicios que gocen de atributos en calidad, precio, diseño, exclusividad, que lo hagan atractivo frente al cliente y a la competencia

En la tabla 5 y figura 5 denominada “El restaurante cuenta con un buen ambiente y un alto nivel de servicio”, por lo consiguiente en los resultados se obtuvieron que el 91.18% de los clientes encuestados afirmaron que los restaurantes si cuentan con un buen ambiente y un alto nivel de servicio; lo que coincide con el antecedente de Rivas, (2014) Es necesario que las empresas cuenten con estrategias, habilidades competitivas que les permitan brindar un servicio excepcional y liderar en el mercado.

Por otro lado, Pérez, (2014) señala 5 tipos de habilidades que una empresa debería desarrollar para ser competitiva, una de ellas es la habilidad creativa, la cual permite en la empresa un desarrollo de nuevas ideas y la creación de nuevos servicios, con el objetivo de lograr una expansión empresarial para atraer nuevos consumidores y sostener el crecimiento en el futuro.

El resultado demuestra que las MYPE del mercado Santa Rosa desarrollan habilidades competitivas que les ayuda a solucionar problemas, a desarrollar servicios novedosos que mantenga al cliente expectante y cumplir con los desafíos que impone el mercado

Respecto al primer objetivo específico , se tiene que se tiene el 91.18% de los encuestados ,confirmaron que cuando han ido a consumir a los restaurantes del mercado Santa Rosa , les ha quedado una buena impresión, ya que tienen un buen

ambiente y un alto nivel de servicio ; un 88.24 % consideran que los precios son competitivos ; un 85.29 % que si se sienten acogidos con los hábitos y costumbres de estos restaurantes ; un 82.35% confirman que el menú que consumen en estos restaurantes si satisfacen su gustos , necesidades .

5.2.2 Segundo objetivo específico: ``determinar las ventajas competitivas que tienen las MYPE rubro restaurantes del mercado Santa Rosa-Paita, año 2017``

En la tabla 6 y figura 6 denominada ``Los servicios y platos que ofrecen los restaurantes del mercado Santa Rosa, son distintos a los demás `` , del 100% el 88.24% confirmaron que los servicios y platos que ofrecen los restaurantes del mercado Santa Rosa, si son distintos a los de los otros restaurantes, lo que coincide con el antecedente del autor Santana , ( 2014) ,concluyo que este ciclo de interacción nace de la necesidad de tener ventajas sobre los competidores, de la misma manera se entiende que la innovación, la diferenciación implican creación de productos o servicios difícil de imitar, con el objetivo de lograr ventajas competitivas en el mercado

Asimismo, Finance, (2014), determina que es fundamental que toda empresa concentre sus energías y recursos en tres ventajas que le darán el impulso necesario para estar en la vanguardia, por ejemplo, que se concentren en desarrollar la ventaja de diferenciación, que implica ofrecer servicios distintos de los competidores, así mismo permite inventar formas de crear valor para los compradores o integrar características que estén dispuestos a pagar los clientes.

Por otro lo que se recomienda que las MYPE del mercado Santa Rosa de la provincia de Paita no se enfoquen en las causas que han hecho que otras organizaciones pierdan competitividad sino en aquellos elementos que harán que puedan permanecer

relevantes en las mentes de los consumidores, por ejemplo brindar servicios únicos y mejores a los de la competencia, que permitan que el cliente elija consumir en su negocio, ya sea por la atención, por la ubicación, por las promociones, la calidad entendida como durabilidad, nobleza de materiales y diseño, ausencia de fallas ,por los precios y personalización ,ofrecerles exactamente lo que el cliente desea o necesita

En la tabla 7 y figura 7 denominada “Los restaurantes del mercado Santa Rosa están pendientes a las exigencias, especificaciones de su pedido” por lo consiguiente en los resultados se obtuvieron de la siguiente manera el 85.29 % de clientes encuestados respondieron que los restaurantes si están pendientes a las exigencias o especificaciones del pedido del cliente, lo que coincide con el antecedente de Guevara , ( 2014) concluyo que el fortalecimiento empresarial está en los productos, servicios, cuando marquen diferencia de sus rivales , es decir que otorguen productos o servicios basados en calidad, en la diferenciación, innovación, que sean eficientes y logren satisfacer a los clientes y permitan a la empresa obtener una ventaja de aceptación en el mercado y lograr un posicionamiento en la mente de los consumidores e incrementar su cuota de mercado.

Por consiguiente, Finance, (2014) determina que cuando una estrategia exitosa no puede ser superada o imitada por la competencia, entonces la empresa contará con una ventaja competitiva sostenible, por ejemplo, la ventaja de diferenciación, la cual implica que la empresa o negocio logre distinguir su producto o servicio de ofertas similares en el mercado, Por ejemplo, una empresa de golosinas puede diferenciar sus caramelos de las otras marcas en términos de sabor y calidad. La ventaja competitiva permite a la organización obtener un rendimiento superior al que se obtiene por la simple actividad de la organización

Por lo tanto, se recomienda que hoy en día las MYPE para que obtengan una ventaja diferencial frente a sus competidores y generen beneficios superiores a lo normal, deberían hacer algo diferente del proceso o servicio tradicional de la empresa, esto puede ser en precios, atributos adicionales, aunque sea un cambio pequeño, pero que permita al juez cliente obtener un producto o servicio con atributos adicionales, diferenciales y por otro lado permita en la empresa obtener una posición defensiva .

En la tabla 8 y figura 8 denominada “Acortan el tiempo de espera de sus pedidos”, se obtuvo las siguientes respuestas de los encuestados, que el 80.88 % respondió que los restaurantes del mercado Santa Rosa, si acortan el tiempo de espera de sus pedidos. Lo que coincide con el antecedente de Tinoco, (2014), concluyo que las empresas hoy en día buscan la excelencia empresarial, que el servicio o producto sea eficiente que guarden una relación entre cantidad, calidad, espacio y tiempo; cumplan adecuadamente sus funciones, por lo tanto, permitan conseguir los objetivos, contribuyendo por ende a satisfacer al consumidor.

Por otro lado, Finance, (2014), indico que las empresas se concentren en obtener en la ventaja de obtener una eficiencia ya que es la capacidad de hacer las cosas correctamente, conseguir la meta, utilizar los recursos disponibles para producir resultados deseados de alta calidad, por ende, es el logro de los fines con la menor cantidad de recursos.

Por lo tanto, se recomienda a las MYPE rubro restaurantes del mercado Santa Rosa, se concentren en obtener una eficiencia y excelencia empresarial que les permitan lograr articular la cantidad, calidad, espacio y tiempo de sus productos o servicios que ofrecen al mercado , así mismo que la MYPE logre conseguir reducción

de costos , cumplir sus objetivos por ejemplo lograr fidelización en los clientes , un posicionamiento en la mente del consumidor , lograr cumplir adecuadamente sus funciones y seguir creciendo .

En la tabla 9 y figura 9 denominada “Mi pedido de comida era correcto y completo”, se obtuvo que el 91.18% respondieron que su pedido de comida si era correcto y completo en estos restaurantes, lo que coincide con el antecedente de Jiménez, (2014) determina que las ventajas competitivas, como, por ejemplo, la eficiencia, productividad y las estrategias de precios, permiten aumentar las ventas, fidelizar clientes, afrontar los desafíos que impone el mercado y captar nuevos clientes. Por otra parte, fomenta una alta participación en el mercado y no una declinación empresarial.

Conjuntamente Finance, (2014), determina que la ventaja eficiencia es la capacidad de hacer las cosas correctamente, conseguir la meta, utilizar los recursos disponibles para producir resultados deseados de alta calidad, por ende, es el logro de los fines con la menor cantidad de recursos.

Por lo tanto, se recomienda a las MYPE para que logren la excelencia empresarial deberían gestionar las compras aplicando la filosofía justo a tiempo, así mismo calcular los costes de los alimentos, bebidas que compran a los proveedores para a partir de ahí calcular y establecer los precios finales del servicio o producto que brindarían al cliente , por otro lado negociar con sus proveedores para el abastecimiento y no tener problemas cuando van a preparar los platos que demandan los clientes y para brindar una buena atención al cliente ,poner el personal idóneo en cada puesto .

En la tabla 10 y figura 10 denominada “el restaurante está dedicado a brindar servicios que valoran los clientes “, se obtuvo que el 80.88% respondió que los restaurantes del mercado Santa Rosa, si están dedicados a brindar servicios que valoran los clientes, asimismo se puede comprobar en el antecedente de Juárez , ( 2014) , quien señala que si se afrontaran las exigencias y desafíos que actualmente imponen y demandan los consumidores ,lograrían negociaciones , exportaciones , mantenerse y seguir creciendo en el mercado.

Conjuntamente Finance, (2014), indica que una empresa al desarrollar una competitividad, obtendría ventajas como por ejemplo ventaja de productividad, en la cual permite establecer un balance entre la productividad y calidad; con ello destacar sobre sus competidores y también lograr resultados más eficientes a un menor costo, con el fin de incrementar la satisfacción de los clientes

Por lo tanto, se recomienda que las MYPE se enfoquen en desarrollar ventajas competitivas, por ejemplo, mantener una relación con los clientes, brindarles productos o servicios que ellos valoran, o sorprender a la clientela con un servicio mucho más personalizado, ya que hoy en día los clientes evalúan el nivel de comida, la limpieza, la atención al cliente, ambiente, relación calidad / precio, estos aspectos evalúan los clientes.

En la tabla 11 y figura 11 denominada “usted como cliente ha observado que el restaurante está cumpliendo con sus objetivos” se obtuvo los siguientes porcentajes, el 66.18%, respondieron que el restaurante si está cumpliendo con sus objetivos, Por lo que se puede observar en el antecedente de Juárez , ( 2014) ,señala que al brindan productos defectuosos, es seguro que las empresas no sean competitivas, ocasionando

una deficiente rentabilidad económica, se recomienda que desarrollen una competitividad en la cual haya un balance entre productividad y calidad, ya que su productividad sería la cantidad de producción obtenidos en relación a la inversión monetaria, insumos, mano de obra y tiempo utilizado y así lograr una buena gestión empresarial, ser competitivos en el mercado y con ello seguir creciendo.

Conjuntamente el autor Finance, (2014) señala que se logra una ventaja competitiva, cuando la estrategia exitosa no puede ser superada o imitada por la competencia, así mismo cuando en la empresa existen aspectos que aumentan la productividad, por ejemplo, cuando la empresa establece metas, también cuando tienen claro los valores dentro de la empresa, ya que permiten trabajar mejor, generando motivación laboral y conseguir el aumento de la productividad.

Por lo tanto, se recomienda que las MYPE establezcan metas, objetivos, de acuerdo a su visión, desarrollen valores que les permitan trabajar mejor, generen motivación laboral, incentiven la creatividad y con ello conseguir el aumento de la productividad, mantenerse en el mercado y seguir creciendo.

Con respecto al segundo objetivo específico, se tiene que el 91.18% de los clientes encuestados, confirman que sus pedidos de comida sí eran correctos y completos; un 88.24% consideran que los servicios y platos que ofrecen los restaurantes del mercado Santa Rosa sí son distintos a los de los otros restaurantes; un 85.29% consideran que estos restaurantes sí están pendientes a las exigencias o especificaciones de sus pedidos; un 80.88% consideran que los restaurantes sí acortan el tiempo de espera de sus pedidos, así mismo que sí están dedicados a brindar servicios que valoran los clientes.

5.2.3 Tercer objetivo específico: “identificar el uso óptimo de los recursos de las MYPES rubro restaurantes del mercado Santa Rosa –Paita, año 2017”

En la tabla 12 y figura 12 denominada “Qué le parece la comida que usted prepara y sirve en el restaurant”, de los trabajadores encuestados, el 100% respondió que la comida que preparan y sirven en el restaurante es buena, Se puede evidenciar en el antecedente de Ventura , ( 2015) , El autor determina que aquellas empresas en las que su negocio principal se sustenta en satisfacer deseos o necesidades de un individuo , deberían evaluar el ¿cómo? o ¿de qué manera? lo reciba el cliente el servicio, ya que es la clave del éxito o fracaso de la empresa , por ello deben estar aplicando sistemas de mejora en la calidad del servicio con el fin de competir con las actuales exigencias del mercado.

Por otro lado, Trelles, (2014), determina que para que un producto sea exitoso, lo primero que se debe hacer es detectar si existe una oportunidad en el mercado, pues son los consumidores quienes definen el status final del producto; y después producir grandes cantidades de productos que gocen de atributos en calidad y exclusividad con el fin de cubrir la demanda por parte del consumidor

Por lo tanto, se recomienda a los trabajadores de las MYPE que sigan produciendo platillos que gocen de calidad, exclusividad, que es lo que el mercado necesita o demanda, así mismo que logren optimizar los recursos y que lleguen a satisfacer a los clientes brindando productos novedosos, distintos a lo tradicional, por otro lado, permitan que la empresa se posicione en la mente del consumidor, que se diferencien de la competencia

En la tabla 13 denominada “Los platos habituales que usted prepara tiene productos sustitutos”, el 73.33% de los trabajadores encuestados afirmaron que los platos que ellos preparan si tienen productos sustitutos; Asimismo se puede comprobar en el antecedente de Peña, (2016), señala que un incorrecto desarrollo de calitividad en los colaboradores, tiene un costo elevado, ya que no son eficientes en los servicios o productos que brindan al cliente. Y como consecuencia los usuarios optarían por consumir o comprar los servicios o productos de la competencia. Por lo tanto, es necesario determinar los motivos de insatisfacción de los clientes y las etapas del proceso en donde se realiza un proceso ineficiente, es decir un desperdicio de insumos o materias primas, con el fin de poder trabajar con un sistema de calitividad que permita obtener una calidad en los servicios que brindamos al cliente.

Por consiguiente, York (2014). señala que al aplicar una calitividad, se obtendría una mejora simultánea en la calidad de servicio y una mejor productividad, porque este sistema de conducta empresarial, permitirá en los trabajadores brindar servicios eficientes, íntegros, que les permitirá lograr el uso óptimo de los recursos y por ende competir con las actuales exigencias que determina el mercado y como consecuencia fomentar un posicionamiento de la empresa.

Por lo tanto, se recomienda que, para que los clientes no opten por consumir productos sustitutos, que satisfagan las mismas necesidades; hoy en día las empresas deberían desarrollar el sistema de conducta empresarial para conducir con eficiencia el negocio y cumplir los objetivos como por ejemplo brindar productos novedosos, difícil que la competencia imite y por lo tanto liderar en el mercado por cumplir con las actuales exigencias que determina el mercado.

En la tabla 14 y figura 14 denominada “Usted imita platillos de la competencia”, respondiendo de la siguiente manera, que el 88.89% de los trabajadores encuestados afirmaron que no imitan platillos de la competencia. Se puede evidenciar en el antecedente de Gutiérrez , ( 2016) , determina que la calidad del servicio ha adquirido una gran importancia en todos los negocios , dado que los clientes actualmente tienen expectativas más elevadas y la competencia es mayor, ya que cada proveedor trata de igualar dichas expectativas , así mismo al aplicar una calitividad en este servicio se garantiza un mejor desempeño en la productividad de los trabajadores y se otorga un mejoramiento continuo , se logra ofrecer servicios de calidad , sin tener la necesidad de imitar a la competencia , ya que el sistema de calitividad ayuda a anticiparse a responder a una amplia serie de necesidades de los consumidores o clientes.

Por consiguiente, Sánchez, (2014), determina que los productos de imitación son nuevos para una empresa en particular, pero no para el mercado., así mismo el autor señala que si la empresa en el lugar de imitar los productos o servicios de su competencia, deberían centrarse en optimizar sus recursos, en lograr una eficiencia, una buena administración y manejo de los recursos por ejempló calidad , cantidad y tiempo y alcanzar los objetivos y metas que se plantean con el fin de ir incrementando

Por lo tanto, se recomienda a las MYPES desarrollar este sistema de conducta empresarial, ya que permitirá desarrollar un uso óptimo de los recursos, medir el nivel de eficiencia de la empresa, con ello desarrollar una buena administración y manejo de los recursos, lograr cumplir las metas de la empresa, ya que brindarían un servicio

excepcional, evitando satisfactores defectuosos, es decir lograrían resultados más eficientes a un menor costo.

En la tabla 15 figura 15 denominada “El tiempo de entrega dependerá del tipo de pedido del cliente”. se determina que el 84.44% de los trabajadores encuestados respondieron que el tiempo de entrega del pedido si depende del tipo de pedido que ha especificado el cliente. se puede contrastar en el antecedente de Vinicio, (2015), el autor concluyo que cuando se mejora la calidad de atención al cliente se está logrando una calitividad en los trabajadores de estas PYME, ya que se logra un menor número de errores, menos demora y vencimiento de obstáculos en las labores de los trabajadores, se logra también una mejor utilización de las máquinas, del tiempo y de los materiales.

Por consiguiente, Hernández, (2016), considera que una empresa puede desarrollar dos tipos de sistema de producción, por ejemplo, una de ellas es producción bajo pedido; sistema utilizado en la empresa solamente después de haber recibido el pedido, este sistema tiene dos características, por ejempló cada producto es único, cada producto tiene una fecha definida de entrega, la ventaja de este sistema es que el trabajo es generalmente de alta calidad, así mismo se consigue un alto nivel de personalización.

Por lo tanto, se recomienda que las MYPE del rubro restaurantes del mercado Santa Rosa, cuando trabajen bajo el sistema de producción bajo pedido, incorporen la calitividad, ya que les permitirá hacer frente a nuevos desafíos y competir con las actuales exigencias que determinan los clientes , también permitirá medir o evaluar la manera de cómo están conduciendo el negocio , permitirá evaluar los valores están

desarrollando , medir el desempeño de los trabajadores , evaluar la creatividad, la personalización que le están otorgando a los pedidos de los clientes .

En la tabla 16 y figura 16 denominada “Preparan menús diarios”, el 95.56% de los trabajadores encuestados, respondieron que, si preparan menús diarios, Asimismo se puede comprobar en el antecedente de Vinicio , ( 2015) , señala que al implementar y aplicar un sistema de mejoramiento continuo en las organizaciones se está obteniendo una calitividad porque se logra una mejor productividad en las mismas operaciones o en distintas operaciones de acuerdo a las especificaciones del cliente, así mismo la pyme logra nuevos desafíos.

Por consiguiente, Hernández, (2010), determina dos tipos de sistema de producción, uno de ellos es producción continua, implica producir un determinado producto, sin cambiar, o implica realizar las mismas operaciones, en las mismas maquinas

Por lo tanto, se recomienda que hoy en día las MYPE al desarrollar una producción continua, poner en marcha la calitividad, ya que les permitirá agilizar sus procesos sin interrupción, perfeccionar continuamente el producto; por otro lado, facilitando la producción detallada, asegura que llegue la materia prima necesaria exactamente en la cantidad requerida y en el tiempo previsto.

En la tabla 17 y figura 17 denominada “Trabajan bajo las normas establecidas del restaurante” donde se obtuvo que el 100% de los trabajadores encuestados , respondieron que si trabajan bajo las normas establecidas por el restaurante, por lo tanto se puede evidenciar en el antecedente de Velas , ( 2014), el autor sintetiza que la calitividad influye de manera positiva en el servicio de atención al cliente , ya que

mide la eficiencia en el trabajo y la calidad en las actuaciones de los trabajadores, promueve a que los trabajadores laboren con ética profesional , integren valores y enfrenten nuevos desafíos y actuales exigencias del mercado

Por otro lado, Sarcui (2016), determina que una conducta no es algo permanente, sino que es dinámica, dependiendo también de cada uno de los contextos en los que estamos involucrados, así mismo la conducta del personal de una organización dependerá de la exigencia de ciertas cualidades que deben ser desarrolladas en la organización para lograr buen desempeño.

El resultado demuestra que los trabajadores trabajan bajo normal establecidas, marcan patrones de conducta para lograr un uso óptimo de recursos, posibilitando el cumplimiento de sus metas y objetivos impuestos por las MYPE.

En la tabla 18 y figura 18 denominada “Utilizan el uniforme establecido por el restaurante” los encuestado respondieron de la siguiente manera, el 100 % confirman que, si utilizan uniforme establecido por la empresa, lo que concuerda con el antecedente de Salinas , ( 2014) , el autor determino que las empresas poseen sus propios sistemas de calidad internos por ejemplo tienen una norma de trabajo que es usar uniforme, ofreciendo un aspecto profesional de la compañía, recordándoles que forman parte del equipo y medir la eficiencia del trabajo y servicio que están ofreciendo.

Conjuntamente con York, (2014) la calitividad es un sistema para poder medir la eficiencia en el trabajo y el nivel de integración de la prevención y la calidad en las actuaciones de mandos y trabajadores. Se integra el desempeño de los trabajadores en

calidad, productividad y seguridad. Además, se implanta una política retributiva que reconoce la contribución de los empleados a los objetivos marcados conjuntamente.

Por lo tanto, se recomienda a los trabajadores de las MYPE del mercado Santa Rosa, que desarrollen un comportamiento ético profesional, que involucren el trabajo en equipo, el compromiso con el cliente y ello les permita distinguirse de la competencia, ya que involucran la totalidad de la empresa con el cliente, con la finalidad de un mejor funcionamiento en las organizaciones, y brindar un buen clima a los clientes y enfrentar los cambios del mercado.

Del tercer objetivo específico, se tiene que el 100 % de los trabajadores encuestados afirman que la comida que ellos preparan y sirven en el restaurante si es buena, así mismo que si trabajan bajo las normas establecidas por las MYPE , de igual manera confirman que si utilizan el uniforme de trabajo que ha establecido el restaurante ; un 95.56 % señalan que preparan menús diarios ; un 84.44% considera que el tiempo de entrega de los pedidos depende de las especificaciones o del tipo de pedido del cliente ; un 73.33 % consideran que los platos que preparan si tienen productos sustitutos . Sin embargo, un 88.89 % confirman que no imitan platillos de la competencia.

5.2.4. Cuarto objetivo específico: “determinar la creatividad del personal de las MYPE rubro restaurantes del mercado Santa Rosa-Paita, año 2017”

En la tabla 19 y figura 19 denominada “se preocupan por dar al cliente un servicio novedoso y exclusivo” el cual el 93.33% de los trabajadores encuestados respondieron, que, si se preocupan por brindar un servicio novedoso y exclusivo, por lo tanto, se puede evidenciar en el antecedente de Ventura , ( 2015) , el autor determina

que la importancia vital para aquellas empresas en las que su negocio principal se sustenta en satisfacer deseos o necesidades de un individuo , que el ¿cómo? o ¿de qué manera? lo reciba el cliente el servicio es la clave del éxito o fracaso de la empresa.

Por otro lado, el autor Flanagan (1958), determina que la creatividad consiste en la formación de nuevas combinaciones de elementos asociativos. Cuanto más remotas son dichas combinaciones más creativas es el proceso o la solución; que la creatividad en las empresas es un aspecto clave, sobre todo cuando se están creando importantes cambios y se requiere una mayor competitividad.

Por lo tanto, se recomienda que las MYPE del rubro restaurantes del mercado Santa Rosa, desarrollen una calitividad, en la cual les permita trabajar con valores, desarrollar una creatividad en sus servicios o productos que brindan a sus clientes, permitiendo un uso óptimo de los recursos, lograr clientes satisfechos y no defectuosos, liderar en el mercado por el servicio eficiente que brindan

En la tabla 20 y figura 20 denominada “La creatividad con la que ustedes elaboran los platillos es innovadora” donde se obtuvo los siguientes resultados que el 93.33% respondieron que, si aplican creatividad innovadora en sus platillos, por lo que se puede observar en el antecedente de Huanca, (2014) Al desarrollar y adoptar la calitividad en la rutina laboral , se lograr un mejor desarrollo productivo, permite obtener ventajas competitivas, por lo tanto, los clientes reciben un servicio de calidad, novedoso, creativo, etc. Por otro lado, este sistema de conducta empresarial permitirá mantenerla al día, ante los profundos cambios.

Por consiguiente, en el marco teórico el autor Flanagan (1958), señala que la creatividad es un elemento fundamental en las organizaciones ya que lograr

transformar un objeto en algo nuevo. Así que la creatividad del personal puede ser considerada como una forma de solucionar problemas mediante situaciones o una combinación de ideas muy diferentes de conocimientos variados.

Por lo se recomienda que las MYPE en estudio para que logren cumplir con las exigencias de los consumidores, deben brindar platillos innovadores, así mismo implementar una calitividad para producir cambios positivos en la empresa, por ejemplo, aumentar su productividad, desarrollar la creatividad, la innovación (volver al producto o servicio más valioso), al desarrollar esto obtendrían una gran ventaja frente a sus competidores, porque los clientes optarían por la empresa.

En la tabla 21 y figura 21 denominada “Marcan patrones para la toma de decisiones” donde respondieron lo siguiente el 88.89 % respondió que, si marcan patrones para tomar decisiones dentro de la empresa, se puede comprobar en el antecedente de Velas , ( 2014) autor sintetiza que la calitividad influye de manera positiva en el servicio de atención al cliente , ya que mide la eficiencia en el trabajo y la calidad en las actuaciones de los trabajadores, promueve a que los trabajadores laboren con ética profesional , integren valores, su creatividad para lograr un trabajo altamente de calidad y enfrenten nuevos desafíos y así puedan brindar las actuales exigencias del mercado.

Por consiguiente, en el marco teórico García, (2014), determina que los valores del personal deben ir a la par con los valores de la empresa, ya que son grandes fuerzas impulsadoras del cómo hacer nuestro trabajo, permite posicionar una cultura empresarial, se evitan conflictos entre el personal, ya que marcan patrones para la toma de decisiones y por ende se logra el éxito en los procesos de mejora continua

Por lo tanto, se recomienda a las MYPE, para que logren mantenerse en el mercado con un buen clima organizacional, deberían producir cambios a favor del progreso, por ejemplo, trabajar con valores que son los pilares para identificarnos con la organización, evitar los conflictos y laborar con un mismo objetivo y por lo tanto brindar productos o servicios excelentes con estándares de calidad, y como consecuencia que el cliente se fidelice con la empresa.

En la tabla 22 denominada “evitan los fracasos dentro de la empresa” en el cual se obtuvo que 80.00% de los trabajadores encuestados respondieron que si evitan los fracasos dentro de la empresa. Asimismo, se puede comprobar en el antecedente de Vinicio (2015), concluyo que cuando se mejora la calidad de atención al cliente se está logrando desarrollar una calitividad en los trabajadores de estas PYME, ya que se logra un menor número de errores, menos demora y vencimiento de obstáculos en las labores de los trabajadores, se logra también una mejor utilización de las máquinas, del tiempo y de los materiales.

Por otro lado, en el marco teórico el autor García, (2014) determina que los valores de la empresa son los pilares más importantes de cualquier organización, permite trabajar de manera íntegra y eficiente, promueven un cambio de pensamientos, evitan los fracasos en la implantación de estrategias dentro de la empresa

Por lo tanto, se recomienda a las MYPE, que para que logren evitar los fracasos y cumplir con los desafíos del mercado, deberían producir cambios a favor del progreso, por ejemplo, establecer valores, normas, que les permitan involucrar la totalidad de la empresa con el cliente, mantenerse y seguir creciendo.

Del cuarto objetivo específico, se tiene que el 93.33% de los trabajadores encuestados, confirman que, si se preocupan por brindar al cliente un servicio novedoso y exclusivo, de igual manera manifiestan que si aplican creatividad innovadora en los pedidos que elaboran para los clientes; un 88.89 % consideran que si marcan patrones de conducta para la toma de decisiones en la MYPE; y un 80 % confirman que si evitan los fracasos dentro de la empresa.

## VI. CONCLUSIONES

Respecto a lo relacionado con “conocer las habilidades que tiene el personal de las MYPE rubro restaurantes del mercado Santa Rosa –Paita, año 2017.”, se determinó que han dejado una buena impresión, por un buen ambiente y un alto nivel de servicio, precios competitivos, permitiendo que los clientes se sientan acogidos por los buenos hábitos y costumbres y que el menú o platillos que consumen satisfacen sus gustos o necesidades.

Con respecto a determinar las ventajas competitivas que tienen las MYPE rubro restaurantes del mercado Santa Rosa-Paita, año 2017, se tiene que los pedidos de comida son correctos y completos, que los servicios y platos que ofrecen son distintos a los de los otros restaurantes; que están pendientes a las exigencias o especificaciones de sus pedidos, acortan el tiempo de espera de los pedidos, así mismo que están dedicados a brindar servicios que valoran los clientes.

Con respecto a identificar el uso óptimo de los recursos de las MYPES rubro restaurantes del mercado Santa Rosa –Paita, año 2017, se determinó que preparan y sirven buena comida, trabajan bajo las normas establecidas por las MYPE, de igual manera utilizan el uniforme de trabajo, preparan menús diarios, se determina que el tiempo de entrega de los pedidos depende de las especificaciones o del tipo de pedido del cliente, que los platos que se preparan tienen productos sustitutos. Sin embargo, no imitan platillos de la competencia.

Respecto a determinar la creatividad del personal de las MYPE rubro restaurantes del mercado Santa Rosa-Paita, año 2017, se tiene que se preocupan por ofrecer al cliente un servicio novedoso y exclusivo, de igual manera aplican

creatividad innovadora en los pedidos que elaboran, marcan patrones de conducta para la toma de decisiones en la MYPE; y evitan los fracasos dentro de la empresa.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alessio, F. (2014). ``Administración y Dirección de la Producción - Enfoque estratégico y de calidad´´. Obtenido de <http://www.sbs.com.pe/humanidades/administracion-y-direccion-de-la-produccion-enfoque-estrategico-y-de-calidad-2ed>
- Bernilla M. (2016) ´Manual práctico para formar MYPES´. Editorial Edigraber. Lima. Web gráfica Ministerio de la Producción (PRODUCE), 2013-2016. Información disponible en [www.produce.gob.pe](http://www.produce.gob.pe).
- Caresani, E, (2013) “Modelos de conductas tecnológicas y su impacto de la competitividad empresarial”. España: Editorial Lindsay.
- Chiavenato (2009) `` Conducta del personal´´. Madrid: Pearson Educación
- Cienfuentes, A. (2015). [uladech.edu.pe](http://uladech.edu.pe). Obtenido de [uladech.edu.pe](http://uladech.edu.pe): <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000025207>
- Deming, W. (2004) “calidad, productividad y competitividad”. Madrid: Editorial Díaz De Santos.
- Flanagan (1958), ``Creatividad del personal´´. España: Granica
- Fernández I (2013) ``Factores que mejoran la competitividad empresarial´´. México: Gallup Organization.
- Fischer L y Espejo J, (2014) ``Competitividad y tipos de mercado´´ Madrid: Editorial Díaz De Santos.
- García S (2014) `` Valores del personal´´ España: Granica
- Guilford y Gagné R (2015) ``Creatividad del personal´´. España: Granica
- Haguenauer, F. (2016) “Competitividad con relevancia a nivel empresas” España: Editorial Eunsa.
- Hernández, B. (2010). “Gestión de calidad: cómo aplicar las mejores Soluciones De Los Experto”. México: Editorial Vergara.
- Ivancevich (2015) “Características de la competitividad y análisis estratégico”. España: Editorial Castellón.
- Jiménez, M. (2014). [erp.uladech.edu.pe](http://erp.uladech.edu.pe). Obtenido de [erp.uladech.edu.pe](http://erp.uladech.edu.pe):<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034218>
- Kontz, H. y Wehrich, H. (2008) “Administración, una perspectiva global” Perú 11ª. Edición. Editorial Ministerio de Economía y Finanzas.

- Kotler (2015) ``Beneficios y ventajas de valor agregado `` México: Editorial Vergara.
- León (2015) ``Técnicas e instrumentos de recolección de datos`` Madrid: Pearson.
- Pineiro (2017) “Como obtener ventajas competitivas por medio de la indagación de mercados”. Nueva York: Editorial McGraw-Hill.
- Finance Week. Definitions within the term service. National Service Delight. 30 de junio de 2014. p. 6.
- Porter, M (1998) “Competitive strategy. Techniques for analyzing industries and competitors”. New York: Editorial The Free Press.
- Porter, M (1998)” Factores que influyen en la competitividad Empresarial”, New York.: The Free Press.
- Porter, M (1998)” La importancia de la competitividad y las cinco fuerzas competitivas”. New York: The Free Press,
- Porter, M. (2010): “Estrategias y ventaja competitiva”. España: Ediciones Deusto.
- Sánchez (2009) ``Estrategias y técnicas de una calitividad `` Madrid: Pearson.
- Sánchez, M. (2014). repositorio.upao.edu.pe. Obtenido de repositorio.upao.edu.pe: [http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/351/1/SANCHEZ\\_MARIA\\_ATE\\_NCION\\_CLIENTE\\_CALIDAD\\_SERVICIO.pdf](http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/351/1/SANCHEZ_MARIA_ATE_NCION_CLIENTE_CALIDAD_SERVICIO.pdf)
- Santana, L (2014) “Innovación Y Competitividad En La Industria Azucarera De México” México: Editorial Mc Graw Hill.
- Torre, A. (2016) ``Comportamiento y capacidad del personal``. Madrid: Pearson Educación.
- Weihrich (2014) ``Uso óptimo de recursos`` España. Ed: Atenas
- York J (20104) “Estrategias Y técnicas de la calitividad para optimizar resultados”. Barcelona., Editorial: S.A. MARCOMBO.
- York J (2014) “Etapas de La calitividad -mejora de la calidad”. Barcelona., Editorial: S.A. MARCOMBO.
- York J (2014) “Importancia y ventajas de la Calitividad”. Barcelona, Editorial: S.A. MARCOMBO.
- York, J (2014) “La calitividad: La mejora simultánea de la calidad y la productividad”. Barcelona, Editorial: S.A. MARCOMBO.

# **ANEXOS**

### MATRIZ

Variable	Dimensión	Indicadores	Preguntas	
Competitividad	Habilidades	Habilidades empresariales	¿El menú que consume en el restaurante satisface sus necesidades, gustos y preferencias?	
			¿Los precios son competitivos?	
	Ventajas competitivas	Diferenciación	¿Se siente acogido con los hábitos y costumbres que aplican estos restaurantes?	
			¿Cuándo ha ido a consumir a los restaurantes del mercado Santa Rosa qué impresión le han dejado?	
Calitividad	Uso óptimo de recursos	Producto	¿El restaurante cuenta con un buen ambiente y un alto nivel de servicio?	
			¿Los servicios o platos que ofrecen los restaurantes del mercado Santa Rosa, son distintos a los demás?	
			¿Los restaurantes del mercado Santa Rosa están pendientes a las exigencias, especificaciones de su pedido?	
Creatividad	Creatividad del personal	Eficiencia	¿Acortan el tiempo de espera de sus pedidos?	
			¿Mi pedido de comida era correcto y completo?	
Creatividad	Valores	Productividad	¿el restaurante está dedicado a brindar servicios que valoran los clientes?	
			¿usted como cliente ha observado que el restaurante está cumpliendo con sus objetivos?	
Calitividad	Uso óptimo de recursos	Sistema de producción	¿Qué le parece la comida que usted prepara y sirve en el restaurant?	
			¿Los platos habituales que usted prepara tiene productos sustitutos?	
			¿Usted imita platillos de la competencia?	
	Creatividad	Conducta del personal	Creatividad del personal	¿El tiempo de entrega dependerá del tipo de pedido del cliente?
				¿Preparan menús diarios?
Creatividad	Valores	Valores	¿Trabajan bajo las normas establecidas por el restaurante?	
			¿Utilizan el uniforme establecido por el restaurante?	
Creatividad	Valores	Valores	¿Se preocupan por dar al cliente un servicio novedoso y exclusivo?	
			¿La creatividad con la que ustedes elaboran los platillos es innovadora?	
Creatividad	Valores	Valores	¿Marcan patrones para la toma de decisiones?	
			¿Evitan fracasos dentro de la empresa?	

Fuente: Elaboración propia



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

## ENCUESTA

¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer las características de las MYPE del mercado Santa Rosa –Paita, rubro restaurantes, con respecto a la Competitividad y Calitividad, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

### COMPETITIVIDAD

1. ¿el menú que consume en estos restaurantes satisface sus necesidades, gustos y preferencias?

Si ( ) no ( )

2. ¿Los precios son competitivos?

Si ( ) no ( )

3. ¿Se siente acogido con los hábitos y costumbres que aplican estos restaurantes?

Si ( ) no ( )

4. ¿Cuándo ha ido a consumir a los restaurantes del mercado Santa Rosa qué impresión le han dejado?

Buena ( ) Mala ( )

5. ¿El restaurante cuenta con un buen ambiente y un alto nivel de servicio?

Si ( ) no ( )

6. ¿Los servicios y platos que ofrecen los restaurantes del mercado Santa Rosa, son distintos a los demás?

Si ( ) no ( )

7. ¿Los restaurantes del mercado Santa Rosa están pendientes a las exigencias, especificaciones de su pedido?

Si ( ) no ( )

8. ¿Acortan el tiempo de espera de sus pedidos?

Si ( ) no ( )

9. ¿Mi pedido de comida era correcto y completo?

Si ( ) no ( )

10. ¿el restaurante está dedicado a brindar servicios que valoran los clientes?

Si ( ) no ( )

11. ¿usted como cliente ha observado que el restaurante está cumpliendo con sus objetivos?

Si ( ) no ( )



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

## ENCUESTA

¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer las características de las MYPE del mercado Santa Rosa–Paita, rubro restaurantes, con respecto a la Competitividad y Calitividad, por ello acudo a Ud. con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud. considere más conveniente. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

### **CALITIVIDAD**

1. ¿Qué le parece la comida que usted prepara y sirve en el restaurant?

Buena ( ) Mala ( )

2. ¿Los platos habituales que usted prepara tiene productos sustitutos?

Si ( ) No ( )

3. ¿El tiempo de entrega dependerá del tipo de pedido del cliente?

Si ( ) No ( )

4. ¿Preparan menús diarios?

Si ( ) No ( )

5. ¿Trabajan bajo las normas establecidas del restaurante?

Si ( ) No ( )

6. ¿Utilizan el uniforme establecido por el restaurante?

Si ( ) No ( )

7. ¿Se preocupan por dar al cliente un platillo, servicio novedoso o exclusivo?

Si ( ) No ( )

8. ¿La creatividad con la que ustedes elaboran los platillos es innovadora?

Si ( ) No ( )

9. ¿Marcan patrones para la toma de decisiones?

Si ( ) No ( )

10. ¿Evitan los fracasos dentro de la empresa?

Si ( ) No ( )









## CONSTANCIAS DE VALIDACION

### VALIDACIONES

#### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Carlos Ginocchio Vega, identificado con DNI 028674133,  
MAGÍSTER EN ADM. y Dirección de Empresas :  
Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los)  
instrumento (s) de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por  
MAJURI ANA MARIBEL BARRERA, a los efectos de su  
aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de  
investigación: "Caracterización de la competitividad y calitividad de las MYPE rubro  
restaurantes del mercado Santa Rosa-Paita, año 2017", que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en  
cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus  
resultados. Piura, 3 Junio 2017

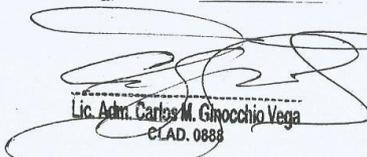
  
Lic. Adm. Carlos M. Ginocchio Vega  
CLAD: 0000  
Firma

VALIDACIÓN

Ítems relacionados con competitividad	¿Es permitente con el concepto?		¿Necesita mejor la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
1. ¿El menú que consume en el restaurante satisface sus necesidades, gustos y preferencias?	X			X		X	Si ( ) No (X)
2. ¿Los precios son competitivos?	X			X		X	Si ( ) No (X)
3. ¿Se siente acogido con los hábitos y costumbres que aplican estos restaurantes?	X			X		X	Si ( ) No (X)
4. ¿Cuándo ha ido a consumir a los restaurantes del mercado Santa Rosa qué impresión le han dejado?	X			X		X	Si ( ) No (X)
5. ¿El restaurante cuenta con un buen ambiente y un alto nivel de servicio?	X			X		X	Si ( ) No (X)
6. ¿Los servicios y platos que ofrecen los restaurantes del mercado Santa Rosa, son distintos a los demás?	X			X		X	Si ( ) No (X)

VALIDACIÓN

Ítems relacionados con competitividad	¿Es permitente con el concepto?		¿Necesita mejor la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
7. ¿Los restaurantes del mercado Santa Rosa están pendientes a las exigencias , especificaciones de su pedido?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
8. ¿Acortan el tiempo de espera de sus pedidos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
9. ¿Mi pedido de comida era correcto y completo ?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
10. ¿el restaurante está dedicado a brindar servicios que valoran los clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
11. ¿usted como cliente ha observado que el restaurante está cumpliendo con sus objetivos ?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)

  
 Lic. Adm. Carlos M. Ginocchio Vega  
 CLAD. 0888

VALIDACIÓN

Ítems relacionados con calitividad	¿Es permitente con el concepto?		¿Necesita mejor la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
1. ¿Qué le parece la comida que usted prepara y sirve en el restaurant?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No ( <input checked="" type="checkbox"/> )
2. ¿Los platos habituales que usted prepara tiene productos sustitutos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No ( <input checked="" type="checkbox"/> )
3. ¿Usted imita platillos de la competencia ?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No ( <input checked="" type="checkbox"/> )
4. ¿El tiempo de entrega dependerá del tipo de pedido del cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No ( <input checked="" type="checkbox"/> )
5. ¿Preparan menús diarios ?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No ( <input checked="" type="checkbox"/> )

VALIDACIÓN

Ítems relacionados con calitividad	¿Es permitente con el concepto?		¿Necesita mejor la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
6. ¿Trabajan bajo las normas establecidas por el restaurante?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
7. ¿Utilizan el uniforme establecido por el restaurante ?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
8. ¿Se preocupan por dar al cliente un servicio novedoso y exclusivo?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
9. ¿La creatividad con la que ustedes elaboran los platillos es innovadora?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
10. ¿Marcan patrones para la toma de decisiones?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)
11. ¿Evitan los fracasos dentro de la empresa?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (x)

  
 Lic. Adm. Carlos M. Gimocchio Vega  
 CLAD. 0888

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Epilite Locanny Cruz Bautista, identificado con DNI 02847742,  
MAGÍSTER EN Dirección y Gestión Empresarial :  
Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los)  
instrumento (s) de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por  
Maryuri del Pilar Idrogo Ortiz, a los efectos de su  
aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de  
investigación: "Caracterización de la competitividad y calitividad de las MYPE rubro  
restaurantes del mercado Santa Rosa-Paita, año 2017", que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en  
cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus  
resultados. Piura, 12 Junio 2017

  
Epilite Cruz Bautista  
Firma 6007

### VALIDACIÓN

Ítems relacionados con competitividad	¿Es permitente con el concepto?		¿Necesita mejor la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
1. ¿El menú que consume en el restaurante satisface sus necesidades, gustos y preferencias?	X			X		X	Si ( ) No (X)
2. ¿Los precios son competitivos?	X			X		X	Si ( ) No (X)
3. ¿Se siente acogido con los hábitos y costumbres que aplican estos restaurantes?	X			X		X	Si ( ) No (X)
4. ¿Cuándo ha ido a consumir a los restaurantes del mercado Santa Rosa qué impresión le han dejado?	X			X		X	Si ( ) No (X)
5. ¿El restaurante cuenta con un buen ambiente y un alto nivel de servicio?	X			X		X	Si ( ) No (X)
6. ¿Los servicios y platos que ofrecen los restaurantes del mercado Santa Rosa, son distintos a los demás?	X			X		X	Si ( ) No (X)

### VALIDACIÓN

Ítems relacionados con competitividad	¿Es permittente con el concepto?		¿Necesita mejor la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
7. ¿Los restaurantes del mercado Santa Rosa están pendientes a las exigencias , especificaciones de su pedido?	X			X		X	Si ( ) No (X)
8. ¿Acortan el tiempo de espera de sus pedidos?	X			X		X	Si ( ) No (X)
9. ¿Mi pedido de comida era correcto y completo ?	X			X		X	Si ( ) No (X)
10. ¿el restaurante está dedicado a brindar servicios que valoran los clientes?	X			X		X	Si ( ) No (X)
11. ¿usted como cliente ha observado que el restaurante está cumpliendo con sus objetivos ?	X			X		X	Si ( ) No (X)

  
 Elizabeth Cruz Bautis  
 CLAD 6007

VALIDACIÓN

Ítems relacionados con calitividad	¿Es permitente con el concepto?		¿Necesita mejor la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
1. ¿Qué le parece la comida que usted prepara y sirve en el restaurant?	X			X		X	Si ( ) No (X)
2. ¿Los platos habituales que usted prepara tiene productos sustitutos?	X			X		X	Si ( ) No (X)
3. ¿Usted imita platillos de la competencia ?	X			X		X	Si ( ) No (X)
4. ¿El tiempo de entrega dependerá del tipo de pedido del cliente?	X			X		X	Si ( ) No (X)
5. ¿Preparan menús diarios ?	X			X		X	Si ( ) No (X)

VALIDACIÓN

Ítems relacionados con calitividad	¿Es permitente con el concepto?		¿Necesita mejor la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
6. ¿Trabajan bajo las normas establecidas por el restaurante?	X			X		X	Si ( ) No (X)
7. ¿Utilizan el uniforme establecido por el restaurante ?	X			X		X	Si ( ) No (X)
8. ¿Se preocupan por dar al cliente un servicio novedoso y exclusivo?	X			X		X	Si ( ) No (X)
9. ¿La creatividad con la que ustedes elaboran los platillos es innovadora?	X			X		X	Si ( ) No (X)
10. ¿Marcan patrones para la toma de decisiones?	X			X		X	Si ( ) No (X)
11. ¿Evitan los fracasos dentro de la empresa?	X			X		X	Si ( ) No (X)

*[Firma]*  
 Cruz Bautista  
 CLAD 6007

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, IVAN GUZMAN CASTRO, identificado con DNI 07727308,  
MAGÍSTER EN DOCENCIA, CURRÍCULUM E INVESTIGACIÓN :  
Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los)  
instrumento (s) de recolección de datos: CUESTIONARIO, elaborado por  
IDROGO ARTIZ MAYURI DEL PILAR, a los efectos de su  
aplicación a los elementos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de  
investigación: "Caracterización de la competitividad y calitividad de las MYPE rubro  
restaurantes del mercado Santa Rosa-Paita, año 2017", que se encuentra realizando.

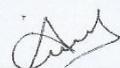
Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al (la) estudiante tener en  
cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus  
resultados. Piura, 16 JUNIO 2017

  
Mg. IVAN GUZMAN CASTRO  
.....CLAD N° 5107.....

Firma

VALIDACIÓN

Ítems relacionados con competitividad	¿Es permitente con el concepto?		¿Necesita mejor la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
1. ¿El menú que consume en el restaurante satisface sus necesidades, gustos y preferencias?	X			X		X	Si ( ) No (X)
2. ¿Los precios son competitivos?	X			X		X	Si ( ) No (X)
3. ¿Se siente acogido con los hábitos y costumbres que aplican estos restaurantes?	X			X		X	Si ( ) No (X)
4. ¿Cuándo ha ido a consumir a los restaurantes del mercado Santa Rosa qué impresión le han dejado?	X			X		X	Si ( ) No (X)
5. ¿El restaurante cuenta con un buen ambiente y un alto nivel de servicio?	X			X		X	Si ( ) No (X)
6. ¿Los servicios y platos que ofrecen los restaurantes del mercado Santa Rosa, son distintos a los demás?	X			X		X	Si ( ) No (X)

  
 Mg. IVAN GUZMAN CASTRO  
 CLAD N° 5107

VALIDACIÓN

Ítems relacionados con competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejor la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
7. ¿Los restaurantes del mercado Santa Rosa están pendientes a las exigencias , especificaciones de su pedido?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (X)
8. ¿Acortan el tiempo de espera de sus pedidos?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (X)
9. ¿Mi pedido de comida era correcto y completo ?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (X)
10. ¿el restaurante está dedicado a brindar servicios que valoran los clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (X)
11. ¿usted como cliente ha observado que el restaurante está cumpliendo con sus objetivos ?	<input checked="" type="checkbox"/>			<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	Si ( ) No (X)

  
Mg. IVAN GUZMAN CASTRO  
CLAD N° 5107

VALIDACIÓN

Ítems relacionados con calitividad	¿Es permítente con el concepto?		¿Necesita mejor la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
1. ¿Qué le parece la comida que usted prepara y sirve en el restaurant?	X			X		X	Si ( ) No (X)
2. ¿Los platos habituales que usted prepara tiene productos sustitutos?	X			X		X	Si ( ) No (X)
3. ¿Usted imita platillos de la competencia ?	X			X		X	Si ( ) No (X)
4. ¿El tiempo de entrega dependera del tipo de pedido del cliente?	X			X		X	Si ( ) No (X)
5. ¿Preparan menús diarios ?	X			X		X	Si ( ) No (X)

  
 Ing. IVAN GUZMAN CASTRO

VALIDACIÓN

Ítems relacionados con calitividad	¿Es permitente con el concepto?		¿Necesita mejor la redacción?		¿Es tendencioso aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	Si	No	Si	No	Si	No	
6. ¿Trabajan bajo las normas establecidas por el restaurante?	X						Si ( )
7. ¿Utilizan el uniforme establecido por el restaurante ?				X		X	No (X)
8. ¿Se preocupan por dar al cliente un servicio novedoso y exclusivo?	X			X		X	No (X)
9. ¿La creatividad con la que ustedes elaboran los platillos es innovadora?	X			X		X	No (X)
10. ¿Marcan patrones para la toma de decisiones?	X			X		X	No (X)
11. ¿Evitan los fracasos dentro de la empresa?	X			X		X	No (X)
	X			X		X	No (X)

  
 Mg. IVAN GUZMAN CASTRO  
 CLAD N° 5107

## REVISIÓN EN EL PROGRAMA ANTI PLAGIO

The screenshot shows the Turnitin user interface. At the top, there are browser tabs for 'Erp University' and 'Turnitin'. The address bar shows the URL: [https://www.turnitin.com/t\\_inbox.asp?aid=77178096&l](https://www.turnitin.com/t_inbox.asp?aid=77178096&l). The user is identified as Mercedes Renee PALACIOS DE BRICEÑO. Below the navigation menu, the page title is 'primera revisión'. A table lists submitted papers with columns for Author, Title, Similarity, Grade, Status, Archive, File Name, and Date.

AUTOR	TÍTULO	SEMLIJO	NOTA	RECUESTA	ARCHIVO	NOMBRE TRABAJO	FECHA
Aguliar Aguliar Agul...	Aguliar Aguliar	0%	-	-		1077288220	12-Feb-2019
Itrogo Orita Itrogo ...	IDROGO ORTIZ	10%	-	-		1077207948	12-Feb-2019
Villalta Palacios VL...	VILLALTA PALACIOS	11%	-	-		1077199167	12-Feb-2019
Castro Choquehuanca ...	Castro Choquehuanca	18%	-	-		1077209762	12-Feb-2019
Huanán Córdova Huaná...	HUANÁN CORDOVA	48%	-	-		1077202982	12-Feb-2019

USER: 44557295

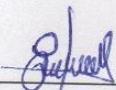
Nro: 082019-00007219  
Fecha: 01-03-2019 17:16

## CONSTANCIA DE NO ADEUDO

La Jefatura de Cobranzas hace constar que el alumno(a) , con código de matrícula 0811140089, de la ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION; no registra deuda pendiente a la fecha para optar TALLER DE TITULACION.

Se expide el presente a solicitud del interesado(a).

PIURA, 01 DE MARZO DEL 2019.



V°B° CAJA

44557295



Sra. Ana Silvie Chiryes Guevara  
ESPECIALISTA C.L.R.

V°B° BIBLIOTECA (\*)

V°B° LABORATORIO/ CLINICA (\*)

(\*) Requerido en los centros donde exista Biblioteca y/o Laboratorio.