



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y  
COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES. SECTOR SERVICIO  
RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE CORRALES**

**2017**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO  
ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS**

**AUTOR:**

**MAYRA ALEJANDRA DIOS AVILA**

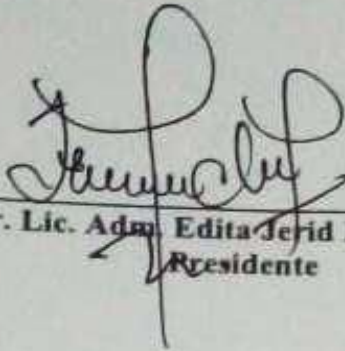
**ASESOR:**

**MGTR. LIC. ADM. GHENKIS AMILCAR EZCURRA ZA VALETA**

**TUMBES – PERÚ**

**2018**

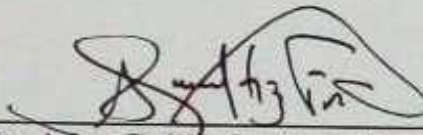
**HOJA DE FIRMA DEL JURADO**



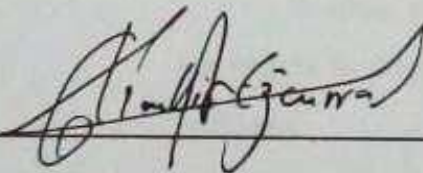
**Mgtr. Lic. Adm. Edita Jerid Periche Castro**  
**Presidente**



**Mgtr. Lic. Adm. Dalvani Guerrero García**  
**Secretario**



**Lic. Adm. Pablo Santiago Becerra Ortiz**  
**Vocal**



**MGtr. Lic. Adm. Ghenkis Amilcar Ezcurra Zavaleta**  
**Asesor**

## **AGRADECIMIENTO**

A dios, por darme sabiduría, imaginación, paciencia y enseñarme que nadie en la vida es perfecto.

A mis padres por saber comprender la motivación por lo que quiero realizarme como persona y por ser el apoyo ideal para seguir el camino difícil de esta vida.

A nuestro profesor por compartir sus conocimientos y ser siempre juntos con los alumnos y por su apoyo incondicional.

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación con Título “**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES. SECTOR SERVICIO RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE CORRALES 2017**”; tuvo por objetivo general: Determinar la caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las Mypes. Sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales 2017, en donde se pretendió conocer las características de las variables Gestión de Calidad y Competitividad. Con una metodología de investigación de tipo **Descriptiva**, nivel **Cuantitativa** y diseño **No Experimental**; con una **población** de 10 Mypes y una **muestra** de 68 clientes; utilizando el cuestionario como instrumento de recolección de datos, concluyendo que de acuerdo a la gestión de calidad; el 79% de los clientes nos manifiesta que los servicios ofrecidos en los restaurantes si es adecuado; debido a sus trabajadores de muestras estar capacitado para ofrecer los productos y/o servicios mostrando cordialidad, tienen conocimiento del menú del día, entre otros. Además el 56% de los clientes manifiestan que los restaurantes no ofrecen mejores ambientes que su competencia, debido a que los propietarios no realizan innovaciones en sus restaurantes, no están a la vanguardia de nuevos avances tecnológicos.

**Palabras claves:** Gestión de calidad, Competitividad y Mypes.

## **ABSTRACT**

The present work of investigation with Title "CHARACTERIZATION OF THE MANAGEMENT OF QUALITY AND COMPETITIVENESS OF the MYPES. SERVICE SECTOR RUBRO RESTAURANTES IN THE DISTRITO DE CORRALES 2017 "; Its general objective was: To determine the characterization of quality and competitiveness management of Mypes. Sector service sector restaurants in the District of Corrales 2017, where it was intended to know the characteristics of the variables Quality Management and Competitiveness. With a research methodology of Descriptive type, Quantitative level and Non-Experimental design; with a population of 10 Mypes and a sample of 68 clients; using the questionnaire as a data collection instrument, concluding that according to quality management; 79% of clients say that the services offered in restaurants are appropriate; due to their sample workers being able to offer products and / or services showing cordiality, they have knowledge of the daily menu, among others. In addition, 56% of customers say that restaurants do not offer better environments than their competitors, because the owners do not make innovations in their restaurants, they are not at the forefront of new technological advances.

**Keywords:** Quality management, Competitiveness and Mypes.

# CONTENIDO

	Pag.
1. Título de la tesis .....	I
2. Hoja de firma del jurado y asesor .....	II
3. Agradecimiento .....	III
4. Resumen y abstract .....	IV
5. Contenido .....	VI
6. Índice de graficos, tablas y cuadros .....	VII
I. Introducción .....	10
II. Revisión de literatura .....	12
III. Hipótesis .....	29
IV. Metodología. ....	30
4.1. Diseño de la investigación .....	30
4.2. Población y muestra .....	31
4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores.....	33
4.4. Tecnicas e instrumentos de recoleccion de datos .....	35
4.5. Plan de análisis .....	35
4.6. Matriz de consistencia .....	36
4.7. Principios éticos .....	37
V. Resultados .....	38
5.1 Resultados .....	38
5.2 Análisis de Resultados .....	58
VI. Conclusiones .....	60
Aspectos complementarios.....	62
Referencias Bibliográficas .....	62
Anexos.....	66

## INDICE DE GRAFICOS

	Pág.
<b>Grafico 01:</b> La gestión de calidad brindada por este restaurant es la adecuada.....	34
<b>Grafico 02:</b> Este restaurant ofrecen servicios deCalidad.....	35
<b>Grafico 03:</b> Este restaurant se preocupan por la satisfacción de los clientes.....	36
<b>Grafico 04:</b> Considera usted que este ambiente es el adecuado.....	37
<b>Grafico 05:</b> Considera usted que en este restaurant cuentan con personal calificado para ofrecer sus servicio.....	38
<b>Grafico 06:</b> El personal que atiende le informa todo respecto a los servicios brindados.....	39
<b>Grafico 07:</b> Cree usted que el precio del servicio está acorde con el servicio brindado.....	40
<b>Grafico 08:</b> Ha tenido alguna insatisfacción con el producto o servicio brindado.....	41
<b>Grafico 09:</b> El personal que labora en este restaurant ha resuelto oportunamente la insatisfacción presentada.....	42
<b>Grafico 10:</b> Recomendaría usted el servicio brindado a otras personas por este restaurant.....	43
<b>Grafico 11:</b> Considera usted que este restaurant está ubicada en un lugar accesible.....	44
<b>Grafico 12:</b> Cree usted que en este restaurant se ofrecen mejores ambientes que su Competencia.....	45
<b>Grafico 13:</b> Usted que los restaurantes implementan estrategias innovadoras.....	46
<b>Grafico 14:</b> Cree usted que el personal que labora en los restaurantes están debidamente organizados para atender a los cliente.....	47
<b>Grafico 15:</b> Cree usted que los restaurantes tienen suficiente demanda de cliente.....	48
<b>Grafico 16:</b> Cree usted que la atención del personal es mejor en relación a otros restaurantes.....	49
<b>Grafico 17:</b> Conoce usted otros restaurantes que ofrezcan los mismos servicios con los mismos beneficios.....	50
<b>Grafico 18:</b> Conoce usted otros restaurantes que ofrezcan los mismos precios por sus servicios.....	51
<b>Grafico 19:</b> Los restaurantes ofrecen constantes promociones ofertas o beneficios adicionales que atraiga a los clientes.....	52
<b>Grafico 20:</b> Considera usted que los restaurant son competitivos en el mercado.....	53

## INDICE DE TABLAS

	<b>Pág.</b>
<b>Tabla 01.</b> ¿La gestión de calidad brindada por este restaurant es la adecuada?.....	34
<b>Tabla 02.</b> ¿En este restaurant ofrecen servicios de calidad?.....	35
<b>Tabla 03.</b> ¿En este restaurante se preocupan por la satisfacción de los clientes?.....	36
<b>Tabla 04.</b> ¿Considera usted que este ambiente es el adecuado?.....	37
<b>Tabla 05.</b> ¿Considera usted que en este restaurante cuentan con personal calificado para ofrecer su servicio?.....	38
<b>Tabla 06.</b> ¿El personal que atiende le informa todo respecto a los servicios brindados?.....	39
<b>Tabla 07.</b> ¿Cree usted que el precio del servicio está acorde con el servicio brindado?.....	40
<b>Tabla 08.</b> ¿Ha tenido alguna insatisfacción con el producto o servicio brindado?.....	41
<b>Tabla 09.</b> ¿El personal que labora en el restaurant ha resuelto oportunamente la insatisfacción presentada?.....	42
<b>Tabla 10.</b> ¿Recomendaría usted el servicio brindado a otras personas por este restaurant?.....	43
<b>Tabla 11.</b> ¿Considera usted que este restaurant está ubicada en un lugar accesible?.....	44
<b>Tabla 12.</b> ¿Cree usted que en este restaurant se ofrecen mejores ambientes que su competencia?.....	45
<b>Tabla 13.</b> ¿Considera usted que los restaurantes implementan estrategias innovadoras?.....	46
<b>Tabla 14.</b> ¿Cree usted que el personal que labora en los restaurantes están debidamente organizados para la atención al cliente?.....	47
<b>Tabla 15.</b> ¿Cree usted que los restaurantes tienen suficiente demanda de clientes?.....	48
<b>Tabla 16.</b> ¿Cree usted que la atención del personal es mejor en relación otros restaurant?.....	49
<b>Tabla 17.</b> ¿Conoce usted otros restaurantes que ofrezcan los mismos servicios con los mismos beneficios?.....	50
<b>Tabla 18.</b> ¿Conoce usted otros restaurantes que ofrezcan los mismos precios por sus servicios?.....	51
<b>Tabla 19.</b> ¿Los restaurantes ofrecen constantes promociones ofertas o beneficios adicionales que atraiga a los clientes?.....	52
<b>Tabla 20.</b> ¿Considera usted que los restaurantes son competitivos en el mercado?.....	53



## INDICE DE CUADROS

	<b>Pág.</b>
<b>Cuadro 01:</b> Datos De Las Mypes – Restaurantes Del Distrito De Corrales.....	29
<b>Cuadro 02:</b> Definición Y Operacionalización De Las Variables E Indicadores.....	31
<b>Cuadro 03:</b> Matriz De Consistencia.....	34
<b>Cuadro 04:</b> Cronograma De Actividades.....	63
<b>Cuadro 05:</b> Presupuesto .....	64

## **I. INTRODUCCIÓN:**

El presente trabajo de investigación con Título **“CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES. SECTOR SERVICIO RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE CORRALES 2017”**.

La Micro y Pequeña Organización son una entidad financiera formada por un individuo nativo o legal, con una estructura o cometido institucional considerada en la reglamentación actual, el cual asume el objetivo de desenvolver actividades de extracción, innovación, fabricación, mercadeo de pertenencias o prestación de servicios.

Ley De Promoción Y Formalización De La Micro Y Pequeña Empresa Ley N° 28015 (Promulgada 3 de Julio del 2003).

En nuestro Distrito de Corrales han aparecido un sin número de locales ofreciendo la venta de desayunos, almuerzos, cenas y otros es así que estos locales día a día se ven como fuente de trabajo remuneradora, siempre y cuando se les administre una buena gestión de calidad y este a la altura del resto para que tenga una buena competitividad. Esta es la forma práctica de implementar las destrezas mediante la combinación de un conjunto de recursos humanos, naturales, financieros y de organización. A continuación se presenta el estado actual de la formulación del proyecto a nivel alcanzado que comprende el estudio de la gestión de calidad y la competitividad de las Mypes. Por lo anterior expresado, el enunciado de la investigación es el siguiente: ¿Cuál es la caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las Mypes. Sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales 2017? y para ello nos planteamos el siguiente objetivo general: Determinar la caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las Mypes. Sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales 2017, cuyos objetivos específicos son: Conocer la calidad de las Mypes. Sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales 2017, Determinar la atención al cliente en relación a las Mypes. Sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales 2017, Determinar la variedad de los productos de las Mypes. Sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales 2017, Identificar los precios en relación a la competitividad de las Mypes. Sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales 2017.

Finalmente, la investigación se justifica en que el estudio evidencia el porque nos permitirá conocer el nivel de la investigación, de las principales variables de gestión de calidad y competitividad en las Mypes. Sector servicios rubro restaurantes en el Distrito

de Corrales 2017,este proyecto busca incentivar que los propietarios de los restaurantes de hoy en día y los futuros, mejoren a nivel que:El cliente se sienta satisfecho y no se vea en la necesidad de alejarse del Distrito de Corrales buscando que les brinden un buen servicio, contar con servicio de parqueo donde se puede dejar los vehículo, su ubicación sea buena y de cómodo acceso para poder pasar momentos con la familia, tener sillas para sentar a los niños y opciones para brindarles a ellos, diversión y esparcimiento, contarcon una carta variada; con entradas, postres y opciones para los niños y adultos, que el tiempo de espera para que le sirvan su pedido no sea extenso, tener costos adecuados a la economía de los clientes, recibir todo medio de pago y no se limiten exclusivamente al efectivo, contar con empleados con una amabilidad sorprendente que hagan cómoda y agradable la estancia a los clientes, disponer de una edificación atractiva por su innovación y tener horarios amplios adecuados a los hábitos de los clientes.

Los alcances que posee este proyecto van a permitir que las personas lo utilicen como antecedente y pueda ayudar en gran medida en el futuro a que los nuevos emprendedores que quieran apostar por un nuevo restaurante en el Distrito de Corrales no corran con el mismo riesgo con los ya ubicados.

Con una metodología de investigación de tipo **Descriptiva**, nivel **Cuantitativa** y diseño **No Experimental**; con una **población** de 10 MyPes y la **muestra** de 68 clientes; utilizando el cuestionario como instrumento de recolección de datos.

## **II. REVISIÓN DE LA LITERATURA:**

### **2.1.ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN:**

Para **ALOMOTO, J. – VILLACRES, J. (Ecuador – 2013)**.En su tesis **“LA ECONOMÍA DIGITAL COMO MECANISMO PARA MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN EL SECTOR TURÍSTICO”**. El presente trabajo de investigación se refiere a la importancia de la economía digital como mecanismo para mejorar la productividad y competitividad de los sectores productivos de la economía ecuatoriana. Principalmente, analiza la situación de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) del sector Turístico. Objetivo General, Proponer el uso, manejo y dominio de la

economía digital como mecanismo para mejorar laproductividad y competitividad en las PYMES del sector turístico, Objetivos Específicos, Conocer y describir a la economía Digital., Estudiar el nivel de aplicación de la economía Digital en las PYMES del sector turísticos en el Ecuador y sus problemas, Implementar la infraestructura de soporte de la economía digital y mejoramiento del contenido de información de los términos de transacción, para garantizar el éxito del comercio electrónico en las PYMES del sector turístico.La investigación será Deductiva, es decir que a partir de situaciones generales se lleguen a identificar explicaciones particulares contenidas explícitamente en la situación general. La investigación será descriptiva esto se debe a que en primera instancia se recolectara información sobre el campo de servicios electrónicos específicamente e-commerce (comercio electrónico) en el país para luego analizar el impacto que la inserción de los mismo generara en la PYMES del sector turístico del Ecuador. Uno de los problemas más visibles es la Brecha Digital, la misma que cuantifica la diferencia existente entre países, sectores y personas que tienen acceso a los instrumentos y herramientas de la información y la capacidad de utilizarlos y aquellos que no lo tienen. América del Norte, Europa y Australia son las regiones con un mayor nivel de penetración de internet del casi 100%, mientras que América del sur y Asia muestran una penetración del casi 75%, siendo África el continente con menos concentración de usuarios de internet con una penetración promedio inferior al 25%. Así como en el mundo las TICs se vuelven cada vez más un servicio básico, Ecuador no es indiferente de esta tendencia, pero persiste el problema de brecha digital, esta diferencia es evidente, pues Pichincha es la provincia con mayor número de personas que utilizan el ciberespacio (44,5%), seguida de Azuay con el 36,9% y de Guayas con el 34,8%. Santa Elena es la que menos tiene con 18,8%.

Para **CHOTO L. --- PEÑA L. (Ecuador – 2013)**. En su tesis ***“Diseño De Un Sistema De Gestión De Calidad Para La Empresa Carrocera Mayorga En Base A La Norma ISO 9001:2008”***. Se ha realizado un diseño de un sistema de gestión de calidad para la empresa carrocera Mayorga basado en la norma ISO 9001:2008. Objetivo general, Diseñar un sistema de gestión de calidad para la empresa carrocera Mayorga en base a la norma ISO 9001 2008, Objetivos específicos, realizar una evaluación a la empresa de su situación actual y su cumplimiento e incumplimiento con respecto a los requisitos de la norma ISO 9001:2008, realizar una

base documental donde consten maquinarias, herramientas, proveedores, realizar un estudio pormenorizado sobre los procesos de construcción de las carrocías y realizar los respectivos diagramas de los procesos. Diseñar el sistema de gestión de calidad para la empresa, realizar los formatos de los diferentes registros que son necesarios en el sistema de gestión según la ISO 9001:2008. Realizar el manual de calidad, Realizar el manual de procedimientos. Realizar los instructivos de trabajo. Para lo cual se procedió hacer una evaluación de la empresa conforme a los requisitos de la norma ISO 9001:2008 y se pudo evidenciar un cumplimiento muy bajo respecto a esta. También se realizó un análisis situacional de la empresa en su infraestructura, equipos y procesos de construcción, con un análisis FODA el cual permitió definir las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa para poder realizar el diseño del sistema de gestión de calidad. El desarrollo de diseño del sistema de gestión de calidad tiene como finalidad mejorar la eficacia a través de una excelente organización y control y mediante esta poder satisfacer las necesidades de los clientes y el mejoramiento de los procedimientos de la empresa basándose en un sistema documentado. En este diseño de sistema de gestión de calidad se han identificado doce procedimientos acorde a las necesidades de la empresa y se han elabora los formatos de los registros de cada procedimiento para llevar el respectivo sistema documentado que exige el mismo. Con la implementación de este sistema de gestión de calidad se obtendría una mayor eficiencia de la empresa, se optimizaría los recursos tanto humano como financiero, se mejora la comunicación, se tendría un seguimiento, control y registro de las actividades realizadas y el siguiente objetivo sería obtener la certificación ISO Según PEÑA, M. (Piura – 2016). En su tesis *“Caracterización De La Capacitación Y Competitividad En Las Mypes, Rubro Restaurantes Vegetarianos Del Centro De Piura, Año 2016”*. El presente trabajo de investigación, tuvo como objetivo general, determinar las características que tiene la capacitación y la competitividad en las MYPE, rubro restaurantes vegetarianos del centro de la ciudad de Piura, año 2016; objetivos específicos: Conocer los criterios para evaluar el nivel de capacitación en las MYPE, rubro restaurantes vegetarianos del centro de la ciudad de Piura, año 2016. Identificar las técnicas de capacitación que desarrollan las MYPE, rubro restaurantes vegetarianos del centro de la ciudad de Piura, año 2016. Determinar las ventajas competitivas que brindan las MYPE, rubro restaurantes vegetarianos del centro de la ciudad de Piura, año 2016. Conocer las estrategias genéricas que

desarrollan las MYPE, rubro restaurantes vegetarianos del centro de la ciudad de Piura, año 2016, las variables seleccionadas son la capacitación y la competitividad. Se empleó la metodología de investigación nivel descriptivo, con diseño no experimental, de corte transversal. La población estuvo conformada por las MYPE del rubro restaurantes vegetarianos del centro de Piura, en total 03 MYPE con sus 15 colaboradores y una muestra desconocida de clientes, la técnica de recolección de datos fue la entrevista y la encuesta, el instrumento fue la guía de entrevista y el cuestionario. Dentro de las principales conclusiones se determinó que las características de la capacitación y la competitividad de las MYPE del rubro restaurantes vegetarianos del centro de Piura, se basan en que a estas MYPE le faltan realizar nuevas técnicas de capacitación, para que sus colaboradores desarrollen más habilidades, actitudes y cambios de conductas; además en cuanto a la competitividad presentan ventajas competitivas, en su ubicación, calidad de productos y precios, como estrategia de diferenciación deben ofrecer recomendaciones nutricionales y servicio de delivery.

Según **SULUCO, A. (Piura - 2016)**. En su tesis ***“CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y EL KAIZEN EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES, DE LA URBANIZACIÓN LOS ROSALES – PIURA, AÑO 2016”***. El presente trabajo de investigación titulado “caracterización de la competitividad y el kaizen en las MYPE rubro restaurantes en la urbanización Los Rosales – Piura año 2016” ha tenido como objetivo principal describir las características que tiene la competitividad y el kaizen en las MYPE rubro restaurantes en la urbanización Los Rosales – Piura año 2016, objetivos específicos, Identificar el nivel de competitividad de las MYPE rubro restaurantes en la urbanización Los Rosales – Piura año 2016, describir los factores de la competitividad de las MYPE rubro restaurantes, en la urbanización los rosales – Piura, año 2016, determinar las características del kaizen de las MYPE rubro restaurantes, de la urbanización los rosales – Piura, año 2016, describir los elementos del kaizen de las MYPE rubro restaurantes, de la urbanización los rosales – Piura, año 2016, se empleó una metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal la cual tuvo como población una muestra conformada por los 06 propietarios, 15 colaboradores y 105 clientes utilizando como técnica la encuesta, los resultados de la investigación dieron que el 80% promedio medio de las MYPE genera

innovación mientras que para la variable kaizen el 100% de las MYPE estaría dispuesto a aplicar un cambio de mejora y así poder ser más competitiva.

Según LUNA, K. (Chimbote – 2013). En su tesis ***“CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO – RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2013”***. La presente investigación tuvo como objetivo general, determinar las principales características de la gestión de calidad de las micros y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2013, objetivos específicos, Determinar las características de los representantes legales de las Mypes del sector servicios - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2013, Determinar las características de las Mypes del sector servicios - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2013, Determinar las características de la Gestión de Calidad en las Mypes del sector servicios – rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2013. La investigación se ha desarrollado utilizando un diseño no experimental descriptivo, transversal y cuantitativo en una muestra dirigida a 23 micros y pequeñas empresas en una población de 90, quienes se les aplicó un cuestionario de 13 preguntas aplicando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: El 60,9% son de sexo masculino. El 52,2% tiene entre 18 y 30 años de edad. El 47,8% tiene un grado instrucción universitaria. El 43,5% tiene 3 años en actividad. El 65,2% cuenta con una capacidad entre 1 a 5 trabajadores. El 69,6% tienen formalizado sus Mypes. El 65,2% mantienen a sus trabajadores de manera informal. El 100% no cuenta estándares de calidad ISO. El 60,9% aplica una gestión de calidad. El 56,6% utiliza la mejora continua como una técnica de gestión. El 47,8% se considera como dueño ante sus trabajadores. El 78,3% realiza capacitación orientada al servicio. El 39,1% considera el precio es su prioridad ante sus proveedores. Finalmente podemos concluir que la totalidad de los representantes de las Mypes del sector servicios- rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, 2013, la mayoría son de género masculino, tiene la edad entre 18 a 30 años con estudios universitarios y 3 años en actividad. La mayoría de las Mypes esta formalizado, pero la minoría de trabajadores laboran de formal, la totalidad de las Mypes desconocen sobre estándares de calidad y ponen en práctica una gestión de calidad de manera inadecuada que carece de todo un plan estratégico administrativo y operativo, lo que los vuelve vulnerables en este mercado competitivo.

Según **BARRIENTOS, F. (Tumbes – 2017)**. En su tesis. ***“CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MYPES, SECTOR SERVICIO RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE SAN JACINTO, 2017”***. La investigación se denomina Caracterización del financiamiento y gestión de calidad de las MYPEs, sector servicio rubro restaurantes en el distrito de San Jacinto, 2017. “responde a las líneas de investigación de la Universidad Católica Los ángeles de Chimbote, filial Tumbes. Se consideró como objetivo general: Determinar las características del Financiamiento y Gestión de Calidad en las MYPEs, sector servicio rubro restaurantes en el distrito de San Jacinto, 2017, objetivos específicos, Determinar las fuentes de financiamiento que utilizan las MYPEs, sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de San Jacinto, 2017; Calidad de las MYPEs sector servicio rubro restaurante Distrito de San Jacinto en el año 201? Determinar las características de financiamiento y Gestión de Calidad de las MYPEs sector servicio rubro restaurante Distrito de San Jacinto en el año 2017. Tipo: investigación es Descriptiva Objetivos Específicos Determinar las fuentes de financiamiento que utilizan las MYPEs, sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de San Jacinto, 2017; Financiamiento Nivel de investigación es Cuantitativa Identificar las herramientas de financiamiento que utilizan las MYPEs, sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de San Jacinto, 2017; Determinar los principios de la Gestión de Calidad que aplican las MYPEs, sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de San Jacinto, 2017; Identificar los elementos del sistema de Gestión de Calidad que utilizan las MYPEs, sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de San Jacinto, 2017. La metodología empleada fue de tipo descriptiva, nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal, con una población finita conocida para la variable del financiamiento, y en el caso de la variable de gestión de calidad es infinita, siendo la muestra determinada por aplicación estadística de 68 clientes. Con la aplicación de la técnica de encuesta y el instrumento del cuestionario identificando preguntas para el nivel de cada objetivo específico. Se llegó a la siguientes conclusiones, en relación al financiamiento los negocios han iniciado sus actividades con capital propio, el financiamiento de dinero es a corto plazo, la tecnología es escasa, referente a la gestión de calidad existe un nivel medio del cuidado del medio ambiente, el nivel de atención es alto y positivo en beneficio de los clientes, la atención al cliente es de nivel alto y positivo buscan mantener



satisfecho al cliente, incluso tratan de identificar anticipadamente las necesidades , gustos y preferencias de sus clientes.

Según **ORTIZ, C. (Tumbes – 2017)**. En su tesis “**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANT DEL CENTRO DE**

**TUMBES, AÑO 2017**”. La demanda de la gran diversidad de productos que se expenden en la Región de Tumbes entre los que podemos mencionar de manera específica al rubro de servicios gastronómicos como los que ofrecen la gran diversidad de restaurantes que operan en esta pequeña pero acogedora urbe especialmente aquellos que se encuentran operando en la parte céntrica de la ciudad. Despertó la curiosidad de realizar la investigación orientada a conocer las características de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector servicios, rubro restaurantes del centro de la ciudad de Tumbes, año 2017. Que tuvo como Objetivo General: Determinar, describir y analizar las características principales de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector servicio, rubro restaurantes del centro de Tumbes, año 2017. Objetivos Específicos: Describir las características operativas de la gestión de calidad de las MYPES del sector servicios rubro restaurantes del centro de Tumbes, año 2017. Determinar las características sociales y de percepción de la gestión de calidad de las MYPES del sector servicios rubro restaurantes del centro de Tumbes, año 2017. Describir las características del marketing en la competitividad de las MYPES del sector servicios rubro restaurantes del centro de Tumbes, año 2017. Determinar las características de los precios y productos en la competitividad de las MYPES del sector servicios rubro restaurantes del centro de Tumbes, año 2017. Metodológicamente la investigación se enmarca dentro del tipo descriptivo con un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental de corte transversal por cuanto se realizó el estudio en un momento determinado del tiempo como es el periodo 2017. Para la obtención de la muestra representativa se ha tomado un criterio no probabilístico, considerándose para tal caso el total de la población que vienen a ser 15 MYPES que funcionan en el centro de la ciudad. A dicha muestra se le aplicó la técnica de la encuesta utilizando como instrumento el cuestionario el cual está compuesto de 20 ítems, para la variable Gestión de Calidad; y 20 ítems para la variable Competitividad.

Según **CRUZ, Y. (Tumbes – 2016)**. En su tesis “**CARACTERIZACIÓN COMPETITIVIDAD Y GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MYPE RUBRO BANANO ORGÁNICO EN TUMBES, 2016**”. El presente Trabajo de investigación titulado, “Caracterización Competitividad y Gestión De Calidad En Las MYPE Rubro Banano Orgánico En Tumbes, 2016”; estableció como objetivo general de investigación Determinar las principales características de la competitividad y gestión de calidad en las MYPES rubro banano orgánico en Tumbes, 2016, objetivos específicos, Identificar factores de la competitividad en las MYPES rubro banano orgánico en Tumbes, 2016, Conocer la gestión de calidad en las MYPES rubro banano orgánico en Tumbes, 2016, Determinar las claves de la gestión de calidad en las MYPES rubro banano orgánico en Tumbes, 2016. Se planteó la metodología de tipo descriptivo con un nivel cuantitativo y de un diseño no experimental con un corte transversal, de acuerdo a las dos variables que son la competitividad y gestión de Calidad tiene un impacto positivo en la comercialización del Banano Orgánico en la Región de Tumbes, 2016, contando con una población de 81 y cuya muestra fue de 40 personas; técnica, encuesta y el instrumento cuestionario con preguntas cerradas del cual fue tabulada y sistematizados para culminar en el análisis de los resultados y su discusión, pudimos concluir que el 58% si tiene conocimiento de ideas innovadoras para aumentar su competitividad, asimismo el 43 % no tiene conocimiento de ello. Observamos que el 48 % de trabajadores Atraves de la lluvia de ideas dan solución a sus problemas, así como 45% aporta al mejoramiento del crecimiento dentro de la gestión el 33% mejoramiento de infraestructura y el 23% mejoramiento de producción utilizada. Por lo que se concluye que es importante tener presente los factores de competitividad para así lograr una buena gestión de calidad.

## **2.2 MARCO TEORICO:**

### **2.2. 1 VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD:**

#### **A. DEFINICIÓN:**

Para la **Universidad Cooperativa De Colombia (S. F.)** Es una técnica de nivel de excelencia que sirve como instrumento para que las empresas se ayuden a proyectar, elaborar y fiscalizar los movimientos que se realicen para el proceso de la misión que la empresa desea lograr a través de los altos estándares de

eficacia, los cuales son calculados a través del consumo que le da el cliente al producto.

**Wikipedia (2018).** Se concentra no solo en las características del producto, servicio o el bienestar de sus clientes, sino en los medios para lograrla. Se utiliza para conseguir la calidad e inspección en los procesos para lograr una eficacia más consistente.

## **B. NORMA ISO 9001 - GESTIÓN DE LA CALIDAD:**

### **Basados en la Norma ISO 9001 (2015)**

Es la norma sobre gestión de la calidad y les permite a las empresas a efectuar las perspectivas de sus consumidores, entre otros.

Un sistema de gestión ISO 9001 les ayudará a las empresas a formalizar de modo continuo la eficacia en los métodos y así tener en cuenta que será la medida de mejor nivel de excelencia con mayor acogida en el mundo.

## **C. IMPORTANCIA:**

Para **Riquelme, M (S.F.)**, La gestión de la calidad es una iniciación de negocio que permite la exquisitez en los bienes, servicios y técnicas internas de una organización. Las organizaciones que efectúan técnicas de gestión de calidad emplean la información de ellos para poder reconocer sudebilitamiento, deficiencia, sitios de prosperidad y fuerza.

Esto le da a la organización el espacio para implantar reglamentos, adecuar medidas cuando sean necesarias y brindar un valor agregado a la base de los consumidores.

## **D. PRINCIPIOS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD:**

### **Basados en la Norma ISO 9001:2015 (2017)**

Para que los principios de gestión de calidad sean útiles en una empresa tienen que implantarse no como una técnica sino como un procedimiento de referencia. Los principios de gestión de calidad son los siguientes:

- ✓ **Orientación al Consumidor.**-Las organizaciones dependen de los consumidores por lo que deben entender sus necesidades tanto presentes como futuras, satisfacer todos sus exigencias y tratar de exceder las perspectivas de los consumidores.

Las empresas deben tener en claro que las exigencias de sus consumidores no son las mismas, sino distintas para cada uno, además de ser los consumidores cada vez más exigentes.

- ✓ **Liderazgo.**-Los empresarios instituyen la finalidad y la disposición de la administración de las empresas. Se debe conservar un entorno donde los trabajadores puedan comprometerse con el logro de los objetivos de la empresa.

- ✓ **Contribución De Los Trabajadores.**-Los trabajadores son la esencia de toda organización y su completo involucramiento con sus destrezas son útil para el rendimiento de la organización.

Los incentivos y el buen trato a los trabajadores son clave, para que estos puedan desarrollar sus habilidades y poder diseñar productos y/o servicios de calidad.

- ✓ **Orientación Basada En Técnicas.**-Los efectos deseados se pueden lograr eficientemente cuando las funciones y los procesos involucrados se tratan como mejor precisión.

Los cambios residen cuando se tiene el proyecto de iniciar una organización, ha dejado de ser una organización por departamentos para ser una organización por métodos para darle mayor importe a los compradores.

- ✓ **Orientación De Las Técnicas Para La Gestión.**-Se trata de Equilibrar, razonar y formalizar los métodos relacionados como un procedimiento que ayuda a la eficiencia y eficacia de una organización para lograr sus objetivos trazados.

Aquí lo que se quiere logra son los objetivos trazados por la organización, para lograr eso será preciso que la organización descubra y tramite de forma considerada todos los técnicas relacionadas.

- ✓ **Mejora Continua.**-La responsabilidad en cada organización debe ser habitual ya que es el objetivo principal que debe tener toda organización.
- ✓ **Orientación Basada En Hechos Para La Toma De Decisión.**- Las orientaciones eficientes se fundamentan en estudios de indagación, fichas y la indagación de información. Lo que no podemos calcular no puede ser registrado, y lo que no se puede registrar es un caos.
- ✓ **Relaciones Mutuamente Provechosas Con El Abastecedor.**- La organización y sus abastecedores son independientes y una buena relación productiva lograra que ambos aumenten su capacidad de crear ingresos. Es inevitable tender alianzas valiosas con los abastecedores para lograr ser más competitivos, cuando se generan las alianzas gana tanto la organización como los abastecedores.

## **E. BENEFICIOS DE LA NORMA ISO 9001 DE GESTIÓN DE LA CALIDAD:**

Basados en la Norma ISO 9001 (2015)

- ✓ La implementación de la gestión de calidad en la organización permitirá que tenga un buen posicionamiento en los mercados.
- ✓ Permitirá que la organización realice nuevas estrategias con el fin que sus productos y/o servicios satisfagan las necesidades de sus compradores.
- ✓ Se obtendrá técnicas más eficientes para la realización de los trabajos que permitirá ahorrar tiempo, capital y recursos.
- ✓ Optimizará las operaciones que realicen los trabajadores, lo que permitirá que se reduzcan los errores y aumentará los beneficios para la organización.
- ✓ La aplicación de la gestión de calidad generara que los trabajadores se sientan motivados y esto aumentará el nivel de responsabilidad por parte de los trabajadores a través de métodos internos más eficientes.
- ✓ Crecerá la cartera de clientes al brindarles una buena atención al momento de la adquisición de sus productos o al contactar un servicio.

#### **F. VENTAJAS: Según Matías (2011)**

- ✓ Mejora del nivel de satisfacción de los consumidores.
- ✓ Mejora la producción.
- ✓ Disminución de precios.
- ✓ Ingreso a nuevos mercados.
- ✓ Disminución de riesgos en los procesos.

#### **G. DESVENTAJAS:**

Según Matías (2011)

- ✓ Demanda de gran inversión para el logro de las metas.
- ✓ La técnica plantea una burocracia.
- ✓ Se requiere de bastante capital.
- ✓ Solicita extensos archivos.

#### **H. FACTORES QUE DETERMINAN LA CALIDAD:**

Según ISOTools (2015). Existen varios factores de los que puede depender la calidad, en su gran mayoría, la calidad de los productos o servicios en las empresas se tienen que basar en un Sistema de Gestión de la Calidad según ISO 9001, como:

- ✓ **Nivel de ocurrencia.-** Es un elemento que se tiene en cuenta en la producción a realizar antes que se pueda tomar cualquier disposición, se debe tomar en cuenta el nivel de ocurrencia. Esto ayudara a conocer si el Sistema de Gestión de la Calidad efectuado en nuestra empresa bajo la ISO 9001, es eficaz o no.
- ✓ **Afección de la producción.-** Nos dice que si el error al momento de la producción se detecta de manera interna y no se arrastra durante la fabricación, no se deben dar las alarmas de calidad, siempre y cuando el Sistema de Gestión de la Calidad según la norma ISO 9001 se encuentra

diseñado de una manera correcta solo se deben implantar las medidas correctivas para excluir la falta y que no se vuelva a producir.

- ✓ **Percepción del cliente.**-En caso que el consumidor se dé cuenta de alguna falta entonces sí se tendrán que activar las alarmas de calidad, en este instante se tendrán que implantar una medida correctiva, los productos que se han visto afectado durante la producción sean retirados inmediatamente del mercado.
  
- ✓ **Posibilidad de reprocesamiento.**- Si se ha podido descubrir cual asido el desperfecto al momento de la producción, se podría reprocesar los productos para eliminar dicha falla, además se podría hacer una selección de los productos que se tuvieran hasta el momento, para poderlos revisar y reprocesarlos antes de que estén disponibles para los clientes.

El Sistema de Gestión de la Calidad ISO-9001 lo que trata de evitar es que ocurran estos altercados que se han mencionado y así el cliente pueda obtener la mayor calidad en sus productos adquiridos.

### **2.2.2. VARIABLE COMPETITIVIDAD:**

#### **A. DEFINICIÓN:**

Para **Jara F. (S. F.)** La competitividad es la extensión que tiene una organización o estado para lograr el posicionamiento en los mercados en correlación a su competencia.

La competencia se da entre la proporción del precio y el importe de los artículos brindados y los materias precisos para conseguir (producción) y la producción de los competidores en el mercado.

**Wikipedia (2018).** Capacidad de brindar un producto o servicio proporción andouna mayor satisfacción a los clientes fijados a precios o la satisfacción de ofrecer memores precios que la competencia a través de ciertas características y estándares de calidad.(Wikipedia, 2018)

## **B. IMPORTANCIA DE LA COMPETITIVIDAD:**

Según **García O. (2015)** La importancia de la competitividad reside en comprender cómo dirigir el patrimonio de una organización, aumentar su producción y estar provisto a las exigencias del mercado.

## **C. TIPOS DE COMPETITIVIDAD:**

Para Utopía C. (2017)

- ✓ **Competitividad Sistémica.-** Resalta la calidad de aquellos componentes que establecen el adelanto de las técnicas financieras y que no son constantemente alternados por los enfoques habitualmente en la macro y microeconomía. Esta competitividad envuelve una correlación entre comerciantes del mercado, que logran alcanzar beneficios a nivel nacional o internacional.
- ✓ **Competitividad Estática.-** Hoy en día este tipo de competitividad no es muy utilizada (según sectores). Al cambiar los activos fijos, estos se desusan y son reemplazados; en un ambiente inestable este tipo de aptitud no hace progresar a la organización.
- ✓ **Competitividad Espuria.-** La competitividad espuria (o falsa) usa bienes y el precio se realiza sobre las retribuciones, así que su línea de período es muy restringida además puede ser breve. Los beneficios de competitividad “espurias”, se distinguen a simple vista, pero no se conservan en un buen periodo.
- ✓ **Competitividad Auténtica.-** Es de condición estructural y se apoya en los avances tecnológicos.

## **D. VENTAJAS:** Según **Olga (2010)**

- ✓ Se centraliza en la energía organizativa y de técnicas competitivas.
- ✓ Logran optimizar los recursos en un periodo corto y logran ver mejores resultados en las organizaciones.
- ✓ Ayuda a la modernización de las organizaciones con respeto a los avances de la tecnología.



- ✓ Elimina los métodos continuos de poco beneficio para la organización impidiendo que se realicen compras innecesarias.

#### **E. DESVENTAJAS:**

Según **Olga (2010)**

- ✓ Cuando el progreso de producción se centraliza en una sola área de la empresa, se pierde la apariencia de la dependencia que existe con los trabajadores de la empresa.
- ✓ Pretende realizar cambio en la empresa de forma simultánea lo que conllevará que hallan pérdidas, lo que se necesita para llegar al éxito es la colaboración de todos los trabajadores de la empresa.
- ✓ Los gerentes de las organizaciones son muy caudalosos con respecto a las mejoras continuas lo que hace que se torne un proceso tedioso.

#### **F. CINCO ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD:**

Para **Cabrera, R. (2018)**

Las empresas dependen de diferentes componentes y las habilidades más óptimas que decidan los empresarios que son la clave para el desarrollo deseado en una perspectiva de inseguridad.

En una época de significativos cambios y nuevos avances tecnológicos donde los grandiosos desafíos frente a las transformaciones en la economía y los negocios requiere de líderes que tengan habilidades consistentes para perfeccionar sus capacidades.

- ✓ **Primera Estrategia Se Centrarse En El Cliente.-** Los compradores toman mayor poder y sus perspectivas son diferentes: no compra bienes o servicios, sino experiencias. Las organizaciones deben invertir más en conocer y entender a sus clientes para que puedan diseñar un producto o brindar un servicio que cumplan con los estándares requeridos por sus clientes.

- ✓ **Segunda Estrategia Es Inducir El Descubrimiento Y La Evolución Digital.**- Lo que hoy en día cobra mayor importancia debido a los nuevos cambios y avances tecnológicos, además de mejorar la producción de los bienes y la atención al brindar los servicios, así como los patrones de organización.
- ✓ **Tercera Estrategia Invertir En La Eficiencia De Los Procesos Organizacionales Para Reducir Costos.**-Las organizaciones tienen que darle mayor prioridad a la realización de los procesos que la organización va a realizar para que así se puedan reducir los gastos al momento de utilizar los recursos.
- ✓ **Cuarta Estrategia Diagnóstico De Gastos Y Costos.**- Esta estrategia ayudara que la organización pueda efectuar habilidades definidas que tendrán como resultado establecer el costo sostenible a largo plazo para la organización.
- ✓ **Quinta Estrategia Se Encuentra La Inversión En El Desarrollo De Talento Humano.**-Para que la empresa pueda fortalecer su calidad desde el interior, se tiene que desarrollar habilidades que permitan que la empresa sea competitiva los trabajadores son una parte importante de la organización, ya que ellos permiten el desarrollo.

#### **G. FACTORES QUE DETERMINAN LA COMPETITIVIDAD:**

Según Bir A. (2016)

Son diversos factores en que las empresas deben trabajar para lograr ser competitivas y poder mantenerse en el mercado:

- ✓ **Conocimiento De La Propia Estructura Y Organización.**-Todos los trabajadores deben conocer aquellos aspectos que se relacionan con la organización además del organigrama de la empresa, de esa manera ellos sabrán de quien es responsable un jefe y a quién pedir un consejo ante cualquier duda que pueda surgir.

- ✓ **Conocimiento De Su Situación Financiera.**-Es necesario para toda organización conocer cuál es su porcentaje de deuda, para que así se pueda analizar de manera correcta la realidad financiera de la organización y saber si se tiene un margen de ganancia para poder afrontar una nueva producción ya sea utilizando patrimonios propios o mediante algún crédito.
- ✓ **Conocimiento De Los Procesos A Realizar.**- Se debe detallar cada uno de los procesos de producto o servicio, para así poder conocer las destrezas que tiene cada trabajador y ver cual está más preparado para desarrollar el trabajo. En este contexto participan los responsables del área y el departamento de Recursos Humanos, que serán los encargados de llevar a cabo el proceso de selección.
- ✓ **Invertir Constantemente En Innovación.**-Las organizaciones hoy en día invierten grandes cantidades de dinero en lo que respecta a tecnología, de esa manera pretenden estar a la vanguardia de los avances tecnológicos y así poder satisfacer las necesidades mostradas por los clientes hacia un producto.
- ✓ **Conocimiento De Las Preferencias Y Necesidades Del Público Objetivo.**-Se inicia cuando los clientes tienen una necesidad por algún producto o servicio, es aquí cuando el departamento de marketing comienza a diseñar el producto o servicio y luego se encarga de realizar una campaña para poder ofrecerlo, pero siempre y cuando se haiga realizado un previo estudio de mercado.
- ✓ **Capacidad De Negociación Con Los Proveedores.**-Se debe realizar un trabajo adecuadamente con los proveedores para, así, poder conseguir el margen de beneficio suficiente para la producción, ellos siempre querrán conseguir el margen más alto posible, por lo que las empresas deberán buscar, otro proveedor que les ofrezca el menor margen posible, aquí el único objetivo es conseguir la mejor calidad y precio posible.

- ✓ **Maximizar La Proyección De Las Campañas De Marketing.**-Se debe centralizar el mensaje en aspectos que causen al cliente un mayor impacto además, se debe publicar en los canales más utilizados por ellos. Se debe aprender a controlar los precios para que no acaben siendo excesivo.

### **III. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN:**

De acuerdo a lo indicado por Hernández Sampieri (2012), las investigaciones de tipo descriptivas enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto, no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática

#### **IV. METODOLOGIA:**

##### **4.1. TIPO DE INVESTIGACION:**

De acuerdo a la naturaleza del problema la investigación es descriptiva, por cuanto se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refiere. (Hernández, S.2014).

##### **4.1.1. NIVEL DE INVESTIGACION:**

Para este tipo de estudio, el enfoque es cuantitativo ya que utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías. (Hernández, S. 2014)

##### **4.1.2. DISEÑO DE INVESTIGACION:**

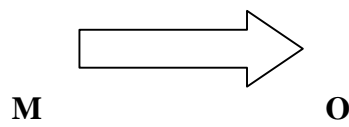
La investigación es de diseño no experimental dado que los datos se obtienen en un solo momento, no se manipulan y presentan la realidad.

(Bernal 2010). El diseño de la investigación será no experimental descriptivo, de corte Transversal.

Dónde:

M = Restaurantes del distrito de corrales.

O = Gestión de Calidad y Competitividad



## 4.2. POBLACION Y MUESTRA:

### 4.2.1 POBLACION:

Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones (Lepkowski, 2008). Tal es así que se considera como universo del trabajo de investigación, la población está constituida por los clientes de las 10 MyPes del sector servicio, rubro restaurantes del Distrito de Corrales.

**P1:** La población para la variable gestión de calidad se considera infinita, la misma que está conformada por los clientes de los restaurantes que operan en el Distrito de Corrales, diez (10) MYPES dedicadas al servicio de restaurantes.

**P2:** La población para la variable, competitividad también está conformada por los clientes de los restaurantes que operan en el Distrito de Corrales, diez (10) MYPES dedicadas al servicio de restaurantes.

**CUADRO 01. Datos de las Mypes – Restaurantes del Distrito De Corrales**

N°	RAZON SOCIAL	GERENTES	TOTAL
1	Restaurant – Picantería “El recreo Familiar”	1	1
2	Restaurant “Todos Vuelven”	1	1
3	Restaurant – Pollería “JJ Chicken”	1	1
4	Restaurant – Pollería “Master Chicken”	1	1
5	Restaurant – Fuente De Soda “La Casita De La Miel”	1	1
6	Restaurant – Pollería “Rudy Burger King”	1	1
7	Restaurant “Mi Rosalee”	1	1
8	Restaurant – Pollería “El Tacneño”	1	1
9	Restaurant – Pollería “Mi Jassumi”	1	1
10	Restaurant “El Balconcito”	1	1

<b>TOTAL</b>	10	10
--------------	----	----

Fuente : Elaboración propia del autor.

#### 4.2.2 MUESTRA:

Por otra parte, Hernández, Fernández y Baptista, (2010) dicen que cuando las poblaciones de variables son infinitas, entonces no se conocen las características de la población, por tanto, para determinar la muestra de las variables Gestión de Calidad y competitividad se aplicó la siguiente fórmula estadística infinita:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

#### Dónde:

n = a ser estudiada

Z = considerado (para 90% de confianza Z=

1.645) p = Probabilidad 0.5% q = No probabilidad

(donde Q= 1-P) q = 0.5% e = Error permitido

(10%)

Entonces la muestra se determinó de la siguiente manera:

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1.645)^2 (0.50) (0.50)}{(0.01)^2} \\ n &= \frac{(2.706025) (0.25)}{(0.01)} \\ n &= \frac{0.67650625}{0.01} \\ n &= 67.650625 \\ n &= 68 \text{ clientes.} \end{aligned}$$

La muestra asciende a 68 clientes para la variable gestión de calidad y competitividad en las MYPES.



### 4.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES E INDICADORES:

**Cuadro 02**, Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS (PREGUNTA)	ESCALA DE MEDICIÓN
Gestión De Calidad	Es una técnica de nivel de excelencia que sirve como instrumento para que las empresas se ayuden a proyectar, elaborar y fiscalizar los movimientos que se realicen para el proceso de la misión que la empresa desea lograr a través de los altos estándares de eficacia, los cuales son calculados a través del consumo que le da el cliente al producto.	La gestión de calidad se maneja en la protección de la calidad y la inspección de los métodos que se utilizan para conseguir una calidad permanente en la fabricación de los productos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención al cliente.</li> <li>• Calidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión de calidad.</li> <li>• Servicios.</li> <li>• Satisfacción.</li> <li>• Beneficios.</li> <li><input type="checkbox"/> Empatía.</li> <li>• Calidad De Productos. <input type="checkbox"/> Confianza</li> <li>• Ambiente.</li> </ul>	¿La gestión de calidad brindada por este restaurant es la adecuada?	Nominal: <b>Si - No</b>
					¿En este restaurant ofrecen servicios de calidad?	Nominal: <b>Si - No</b>
					¿En este restaurante se preocupan por la satisfacción de los clientes?	Nominal: <b>Si - No</b>
					¿Considera usted que este ambiente es el adecuado?	Nominal: <b>Si - No</b>
					¿Considera usted que en este restaurante cuentan con personal calificado para ofrecer sus servicio?	Nominal: <b>Si - No</b>
					¿El personal que atiende le informa todo respecto a los servicios brindados?	Nominal: <b>Si - No</b>
					¿Cree usted que el precio del servicio está acorde con el servicio brindado?	Nominal: <b>Si - No</b>
					¿Ha tenido alguna insatisfacción con el producto o servicio brindado?	Nominal: <b>Si - No</b>
					¿El personal que labora en el restaurant ha resuelto oportunamente la insatisfacción presentada?	Nominal: <b>Si - No</b>
¿Recomendaría usted el servicio brindado a otras personas por este restaurant?	Nominal: <b>Si - No</b>					

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS (PREGUNTA)	ESCALA DE MEDICIÓN
Competitividad	La competitividad es la extensión que tiene una organización o estado para lograr el posicionamiento en los mercados en correlación a su competencia. La competencia se da entre la proporción del precio y el importe de los artículos brindados y los materias precisos para conseguir (producción) y la	Es la capacidad que tiene una organización para mantener constantemente sus ventajas en relación a sus competidores y así le permitirá obtener un buen posicionamiento en el mercado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variedad de Producto.</li> <li>• Precio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variedad De Productos.</li> <li>• Estrategias. <input type="checkbox"/> Calidad.</li> <li>• Precios Competitivos</li> <li>• Margen De Ganancia.</li> <li>• Promociones.</li> <li>• Innovación.</li> <li>• Mejora continua.</li> </ul>	¿Considera usted que este restaurant está ubicada en un lugar accesible?	Nominal: <b>Si - No</b>
					¿Cree usted que en este restaurant se ofrecen mejores ambientes que su competencia?	Nominal: <b>Si - No</b>
					¿Considera usted que los restaurantes implementan estrategias innovadoras?	Nominal: <b>Si - No</b>
					¿Cree usted que el personal que labora en los restaurantes está debidamente organizado para la atención al cliente?	Nominal: <b>Si - No</b>
					¿Cree usted que los restaurantes tienen suficiente demanda de clientes?	Nominal: <b>Si - No</b>
					¿Cree usted que la atención del personal es mejor en relación a otros restaurant?	Nominal: <b>Si - No</b>
					¿Conoce usted otro restaurant que ofrezca los mismos servicios con los mismos beneficios?	Nominal: <b>Si - No</b>
					¿Conoce usted otros restaurantes que ofrezcan los mismos precios por sus servicios?	Nominal: <b>Si - No</b>

	producción de los competidores en el mercado.			¿Los restaurantes ofrecen constantes promociones ofertas o beneficios adicionales que atraiga a los clientes?	Nominal: <b>Si - No</b>
				¿Considera usted que los restaurant son competitivos en el mercado?	Nominal: <b>Si - No</b>

#### **4.4. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS:**

##### **4.4.1. TECNICAS:**

Para Alelu, López, & Rodríguez, (s.f.) se empleó la técnica de la encuesta, la misma que nos permitió registrar situaciones que fueron observadas y cuestionadas de acuerdo a las necesidades y preferencias de las variables en estudio; en nuestro caso a los quince restaurantes que fueron seleccionados y que se ubican en el centro del Distrito de Corrales del año 2017.

##### **4.4.2 INSTRUMENTOS:**

Los instrumentos se emplean con la finalidad de recoger y almacenar información. Como instrumento se utilizó el cuestionario el cual está conformado de 20 interrogantes las mismas que nos brindaron la información veraz y fidedigna para la obtención de los resultados.

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

Para Alarcón & Gutiérrez, el plan de análisis detalla el resumen de la medición de las variables Gestión de Calidad y Competitividad, señalando la forma de presentación e indicando los modelos y técnicas estadísticas a usar. Posterior a la recolección de los datos se procedió al procesamiento de la información mediante una serie de aplicativos, en redacción Microsoft Word, para la tabulación de las encuestas Microsoft Excel, para la elaboración de la ponencia Power Point, PDF como intercambio de documento, como anti plagio se utilizó el aplicativo TURNITIN.

#### 4.6. MATRIZ DE CONSISTENCIA

**Cuadro 03.** Matriz de consistencia del proyecto de investigación.

ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	HIPOTESIS	METODOLOGÍA	PROCESAMIENTO DE DATOS
<p><b>General:</b></p> <p>¿Cuál es la caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las Mypes. Sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales 2017?</p>	<p><b>OBJETIVO GENERAL:</b></p>	<p>De acuerdo a lo indicado por Hernández Sampieri (2012), las investigaciones de tipo descriptivas enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto, no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática.</p>	<p><b>TIPO:</b></p>	<p>Se utilizarán los sistemas informativos e informáticos como son el internet, Microsoft office (powerpoint, Word, Excel, etc.)</p>
	<p>Determinar la caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES, sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de Corrales 2017.</p>		<p>Descriptiva</p>	
	<p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS:</b></p>		<p><b>NIVEL:</b></p>	
	<p>Conocer la calidad de las Mypes. Sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales 2017.</p>		<p>Cuantitativo</p>	
	<p>Determinar la atención al cliente en relación a las Mypes. Sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de Corrales 2017.</p>		<p><b>DISEÑO:</b></p>	
			<p>No experimental</p>	
			<p><b>Población:</b></p>	

Determinar la variedad de los productos de las Mypes.  
Sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de  
Corrales 2017.

Identificar los precios en relación a la competitividad  
de las Mypes. Sector servicio rubro restaurantes en el  
Distrito de Corrales 2017.

10 MyPes

#### 4.7. PRINCIPIOS ETICOS:

Entendiendo a los principios éticos como las reglas que sirven como guía para orientar la conducta. Existen, sin embargo, numerosos principios éticos compartidos a nivel social. Pérez Porto & Merino (2013).

En ese sentido, la inquietud por los aspectos éticos que confina la presente investigación, está reflejado en los valores que se deben tomar en consideración por la participación de las MYPES en estudio, esta remisión de criterios se considera ética cuando se asumen los siguientes principios:

- **Principio de Legalidad:** Cuando se trabaja mesuradamente en la búsqueda del bien y la verdad.
- **Principio de la Confidencialidad:** Cuando se respeta a la persona como tal y a las opiniones que puedan verter.
- **Principio de Responsabilidad:** Cuando se respeta el derecho de autor o cuando se toma conciencia en no plagiar información.
- **Accesibilidad:** Cuando se produce el acercamiento o trato a las personas entrevistadas.
- **Coherencia:** Cuando se evidencia la relación de una cosa con otras.
- **Compromiso:** Cuando se mantiene la palabra dada o fe.
- **Perseverancia:** Cuando se establece con firmeza en la consecución de los propósitos.

#### V. RESULTADOS:

##### 5.1. RESULTADOS

**Tabla 01:** ¿La gestión de calidad brindada por este restaurant es la adecuada?

Opción	Fi	Hi (%)
Si	68	100
No	0	0

:

<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>
--------------	-----------	-------------

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes que acuden a los restaurantes del Distrito de Corrales.



**Grafico01:** La gestión de calidad brindada por este restaurant es la adecuada.

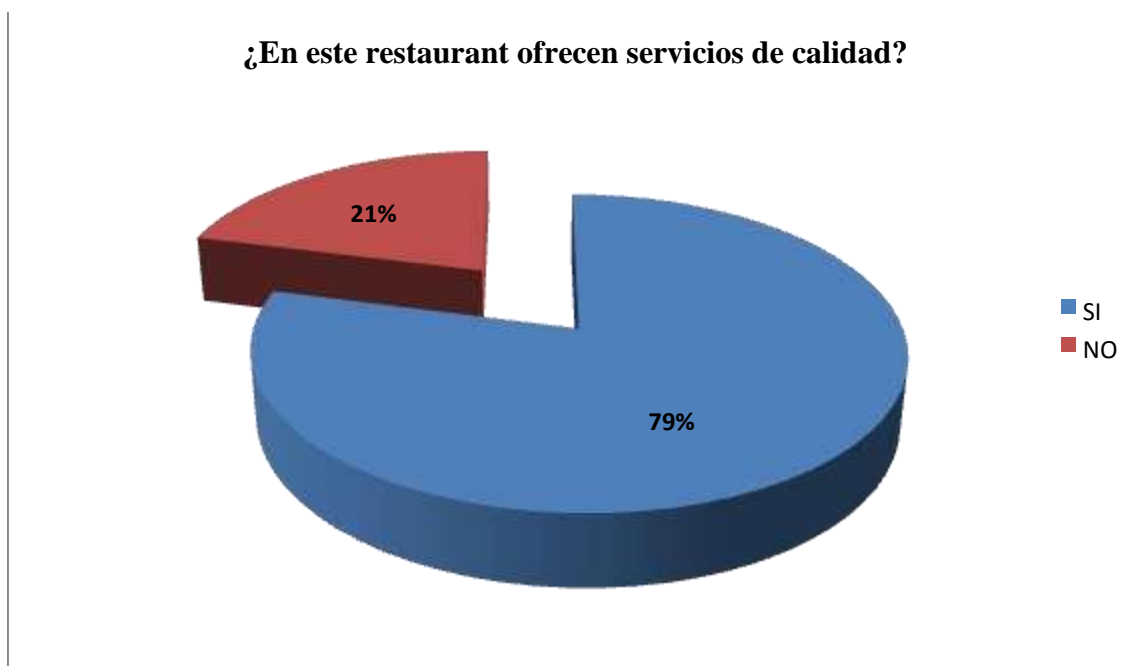
**Fuente:** Elaboración propia.

**Tabla 02** ¿En este restaurant ofrecen servicios de calidad?

Opción	Fi	Hi (%)
Si	54	79
No	14	21
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>



**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes que acuden a los restaurantes del Distrito de Corrales.



**Grafico02:** En este restaurant ofrecen servicios de calidad. **Fuente:** Elaboración propia.

**Tabla 03:** ¿En este restaurante se preocupan por la satisfacción de los clientes?

Opción	Fi	Hi (%)
Si	68	100
No	0	0
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes que acuden a los restaurantes del Distrito de Corrales.

:



**Grafico03:**En este restaurant se preocupan por la satisfacción de los clientes.

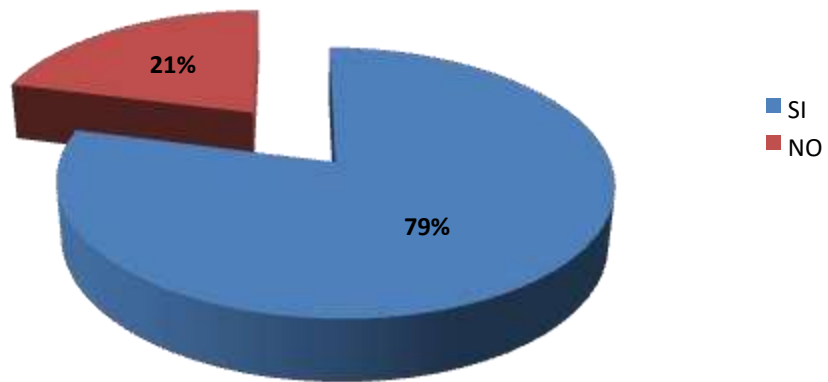
**Fuente:** Elaboración propia.

**Tabla 04** ¿Considera usted que este ambiente es el adecuado?

Opción	Fi	Hi (%)
Si	54	79
No	14	21
Total	68	100%

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes que acuden a los restaurantes del Distrito de Corrales.

**¿Considera usted que este ambiente es el adecuado?**



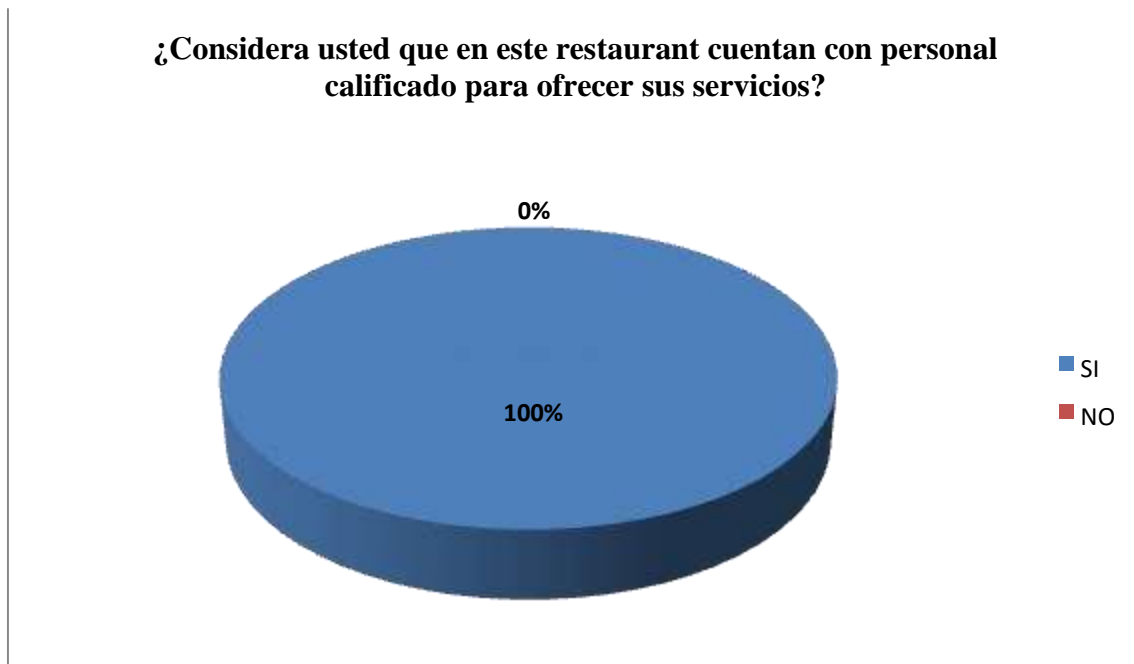
**Grafico04:** Considera usted que este ambiente es el adecuado.

**Fuente:** Elaboración propia.

**Tabla 05** ¿Considera usted que en este restaurante cuentan con personal calificado para ofrecer sus servicios?

Opción	Fi	Hi (%)
Si	68	100
No	0	0
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes que acuden a los restaurantes del Distrito de Corrales.



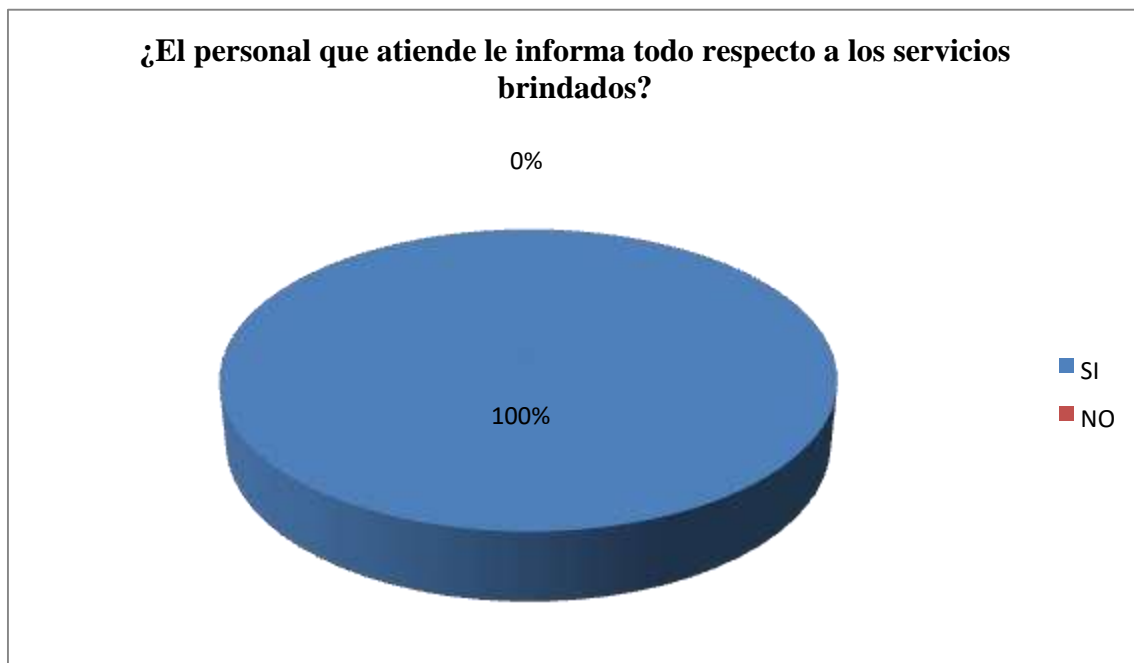
**Grafico05:** Considera usted que en este restaurant cuentan con personal calificado para ofrecer sus servicios.

**Fuente:** Elaboración propia.

**Tabla 06** ¿El personal que atiende le informa todo respecto a los servicios brindados?

Opción	Fi	Hi (%)
Si	68	100
No	0	0
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes que acuden a los restaurantes del Distrito de Corrales.



**Grafico06:**El personal que atiende le informa todo respecto a los servicios brindados.

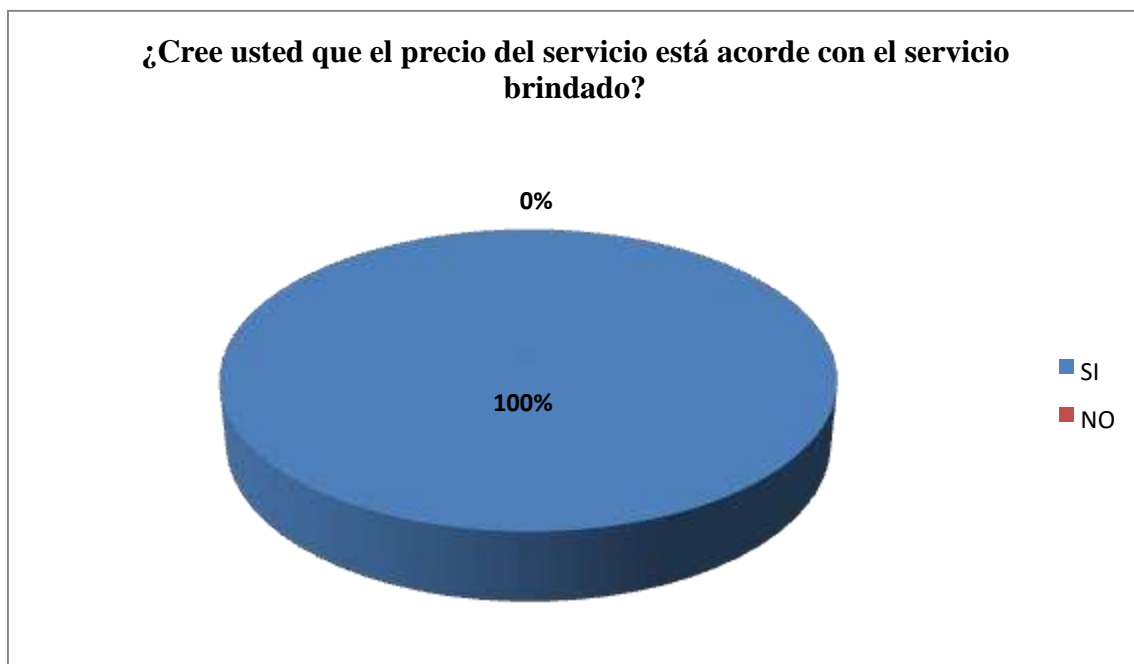
:

**Fuente:** Elaboración propia.

**Tabla 07** ¿Cree usted que el precio del servicio está acorde con el servicio brindado?

Opción	Fi	Hi (%)
Si	68	100
No	0	0
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes que acuden a los restaurantes del Distrito de Corrales.



**Gráfico07:** Cree usted que el precio del servicio está acorde con el servicio brindado.

**Fuente:** Elaboración propia.

**Tabla 08** ¿Ha tenido alguna insatisfacción con el producto o servicio brindado?

:

Opción	Fi	Hi (%)
Si	50	74
No	18	26
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes que acuden a los restaurantes del Distrito de Corrales.



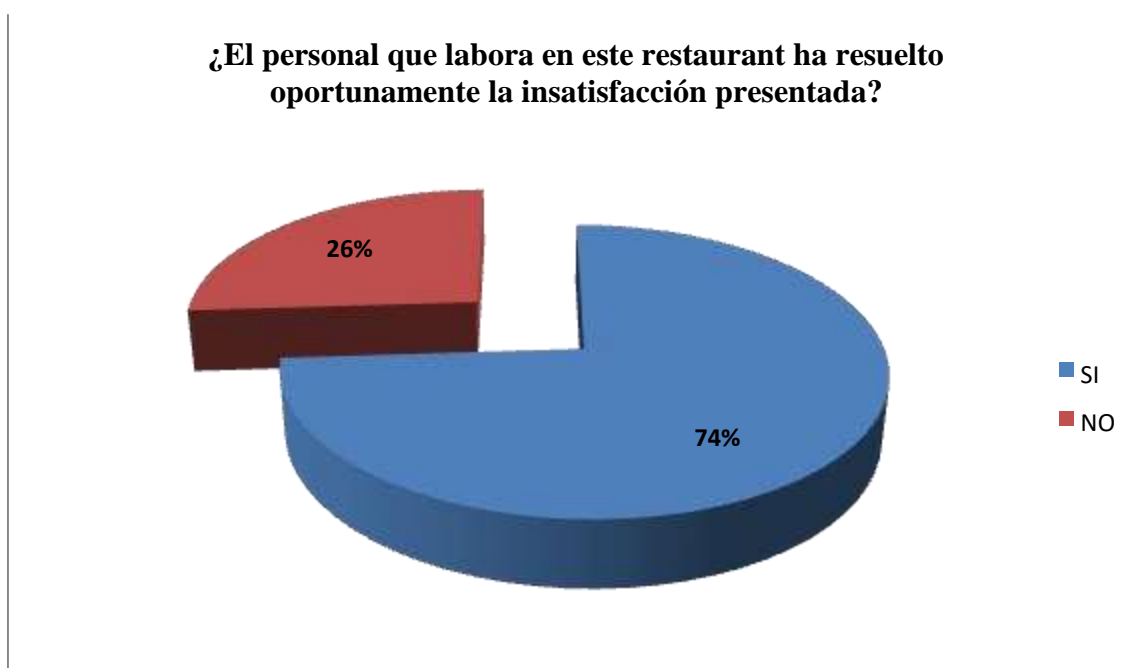
**Grafico08:** Ha tenido alguna insatisfacción con el producto o servicio brindado.

**Fuente:** Elaboración propia.

**Tabla 09:**¿El personal que labora en el restaurant ha resuelto oportunamente la insatisfacción presentada?

Opción	Fi	Hi (%)
Si	50	74
No	18	26
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes que acuden a los restaurantes del Distrito de Corrales.



**Grafico09:**El personal que labora en este restaurant ha resuelto oportunamente la insatisfacción presentada.

**Fuente:** Elaboración propia.

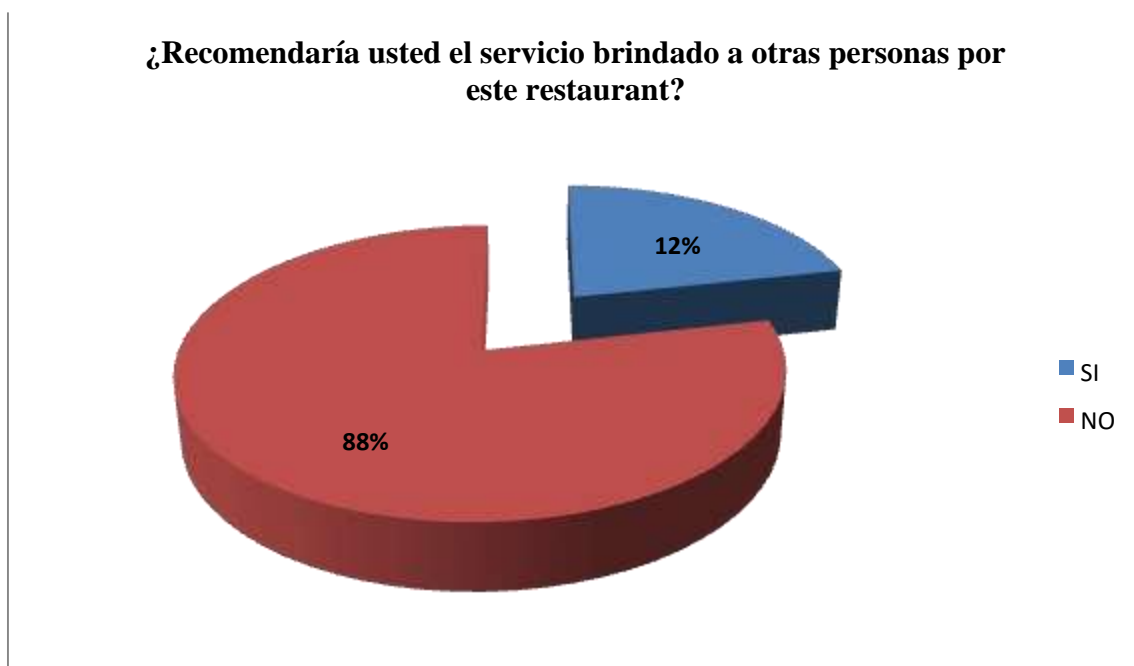
**Tabla 10:**¿Recomendaría usted el servicio brindado a otras personas por este restaurant?

Opción	Fi	Hi (%)
--------	----	--------



<b>Si</b>	60	88
<b>No</b>	8	12
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes que acuden a los restaurantes del Distrito de Corrales.



**Grafico10:** Recomendaría usted el servicio brindado a otras personas por este restaurant.

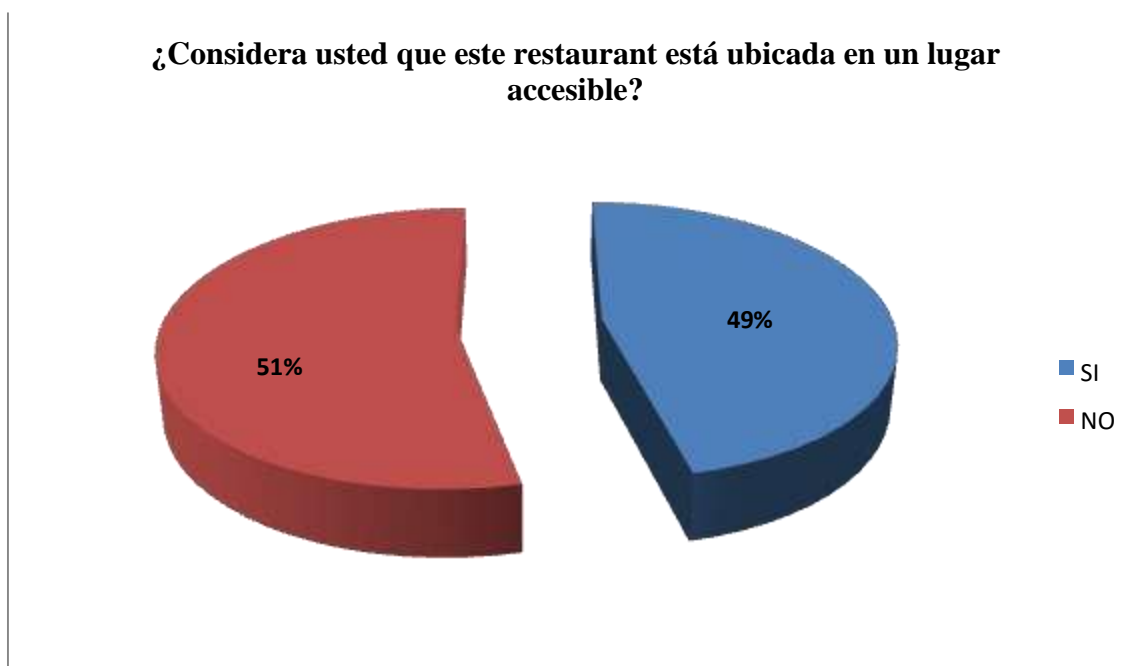
**Fuente:** Elaboración propia.

**Tabla 11:** ¿Considera usted que este restaurant está ubicada en un lugar accesible?

Opción	Fi	Hi (%)
<b>Si</b>	33	49
<b>No</b>	35	51

<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>
--------------	-----------	-------------

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes que acuden a los restaurantes del Distrito de Corrales.



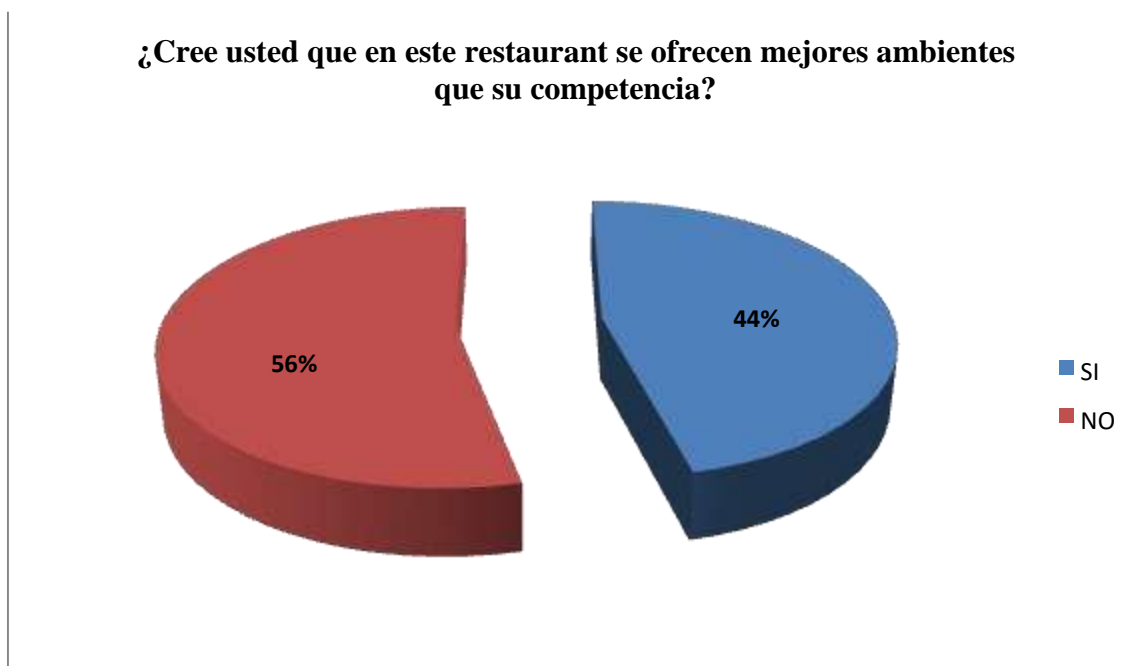
**Grafico11:** Considera usted que este restaurant está ubicada en un lugar accesible.

**Fuente:** Elaboración propia.

**Tabla 12:** ¿Cree usted que en este restaurant se ofrecen mejores ambientes que su competencia?

Opción	Fi	Hi (%)
Si	30	44
No	38	56
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes que acuden a los restaurantes del Distrito de Corrales.



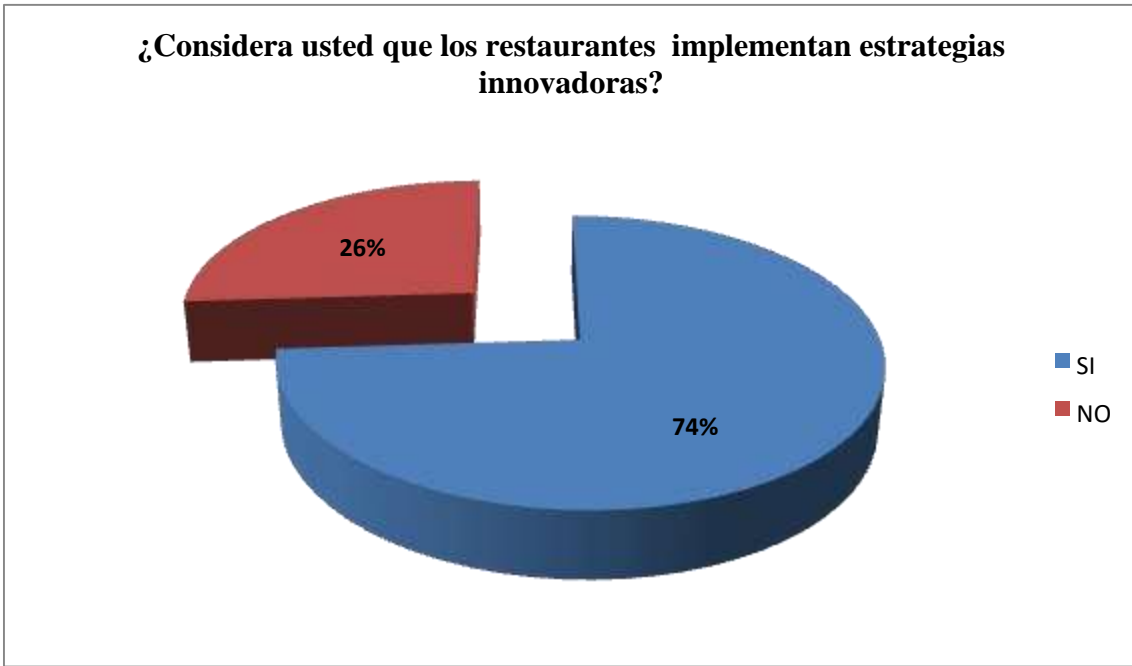
**Grafico12:** Cree usted que en este restaurant se ofrecen mejores ambientes que su competencia.

**Fuente:** Elaboración propia.

**Tabla 13:** ¿Considera usted que los restaurantes implementan estrategias innovadoras?

Opción	Fi	Hi (%)
Si	50	74
No	18	26
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes que acuden a los restaurantes del Distrito de Corrales.



**Grafico13:** Considera usted que los restaurantes implementan estrategias innovadoras.

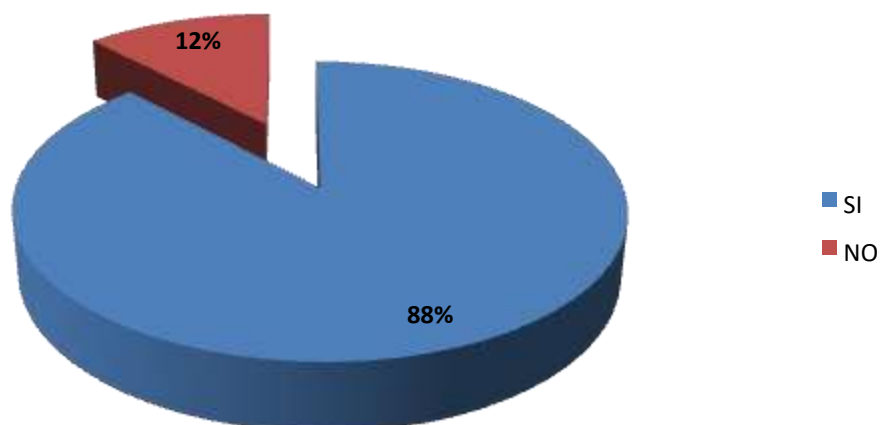
**Fuente:** Elaboración propia.

**Tabla 14:** ¿Cree usted que el personal que labora en los restaurantes están debidamente organizados para la atención al cliente?

Opción	Fi	Hi (%)
Si	60	88
No	8	12
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes que acuden a los restaurantes del Distrito de Corrales.

**¿Cree usted que el personal que labora en los restaurantes están debidamente organizados para atender a los clientes?**



**Grafico14:** Cree usted que el personal que labora en los restaurantes están debidamente organizados para atender a los clientes.

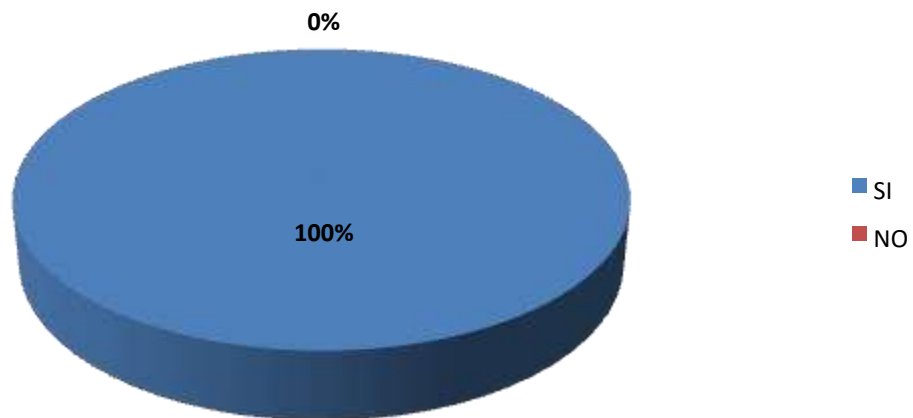
**Fuente:** Elaboración propia.

**Tabla 15:** ¿Cree usted que los restaurantes tienen suficiente demanda de clientes?

Opción	Fi	Hi (%)
Si	68	100
No	0	0
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes que acuden a los restaurantes del Distrito de Corrales.

**¿Cree usted que los restaurantes tienen suficiente demanda de clientes?**



**Grafico15:** Cree usted que los restaurantes tienen suficiente demanda de cliente.

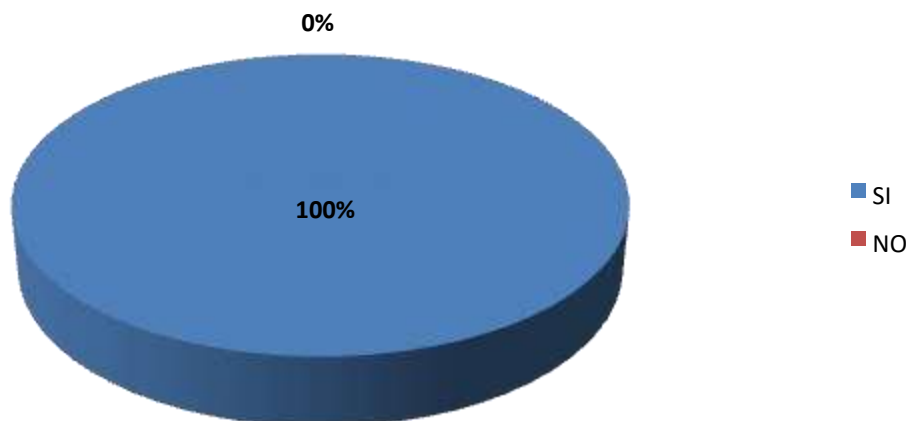
**Fuente:** Elaboración propia.

**Tabla 16:** ¿Cree usted que la atención del personal es mejor en relación a otros restaurantes?

Opción	Fi	Hi (%)
Si	68	100
No	0	0
Total	68	100%

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes que acuden a los restaurantes del Distrito de Corrales.

**¿Cree usted que la atención del personal es mejor en relación a otros restaurantes?**



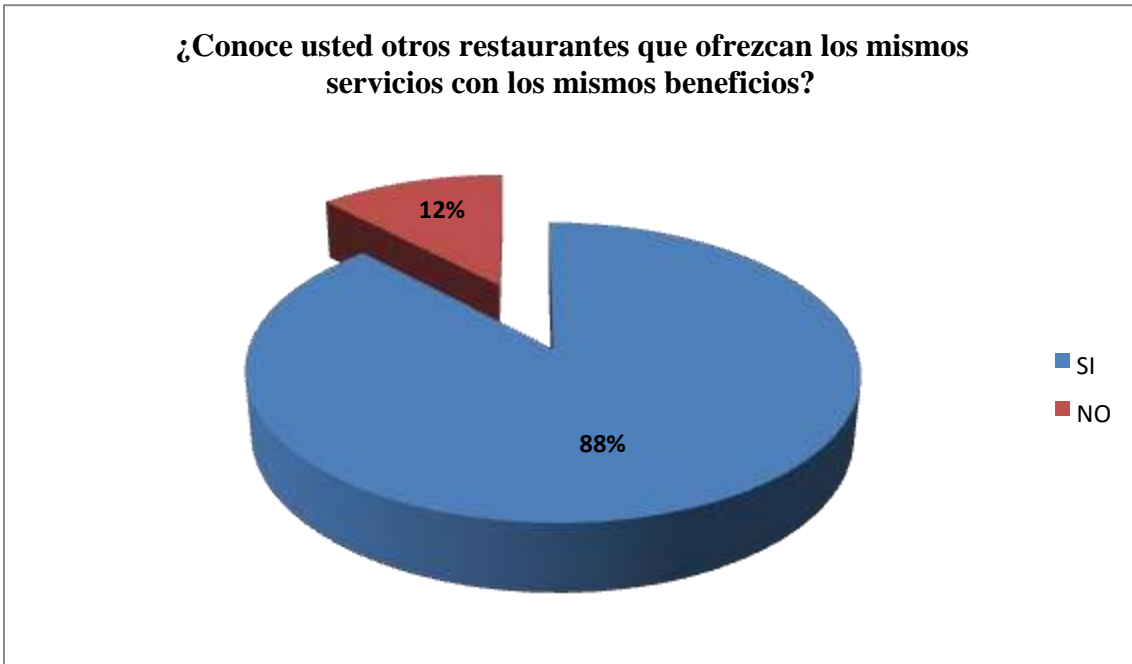
**Grafico16:** Cree usted que la atención del personal es mejor en relación a otros restaurantes.

**Fuente:** Elaboración propia.

**Tabla 17:** ¿Conoce usted otros restaurantes que ofrezcan los mismos servicios con los mismos beneficios?

Opción	Fi	Hi (%)
Si	60	88
No	8	12
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes que acuden a los restaurantes del Distrito de Corrales.



**Grafico17:** Conoce usted otros restaurantes que ofrezcan los mismos servicios con los mismos beneficios.

**Fuente:** Elaboración propia.

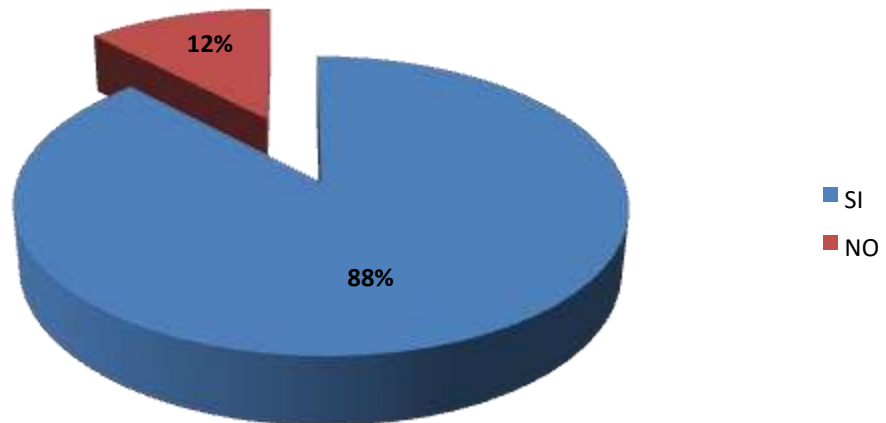
**Tabla 18.** ¿Conoce usted otros restaurantes que ofrezcan los mismos precios por sus servicios?

Opción	Fi	Hi (%)
Si	60	88
No	8	12
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes que acuden a los restaurantes del Distrito de Corrales.



**¿Conoce usted otros restaurantes que ofrezcan los mismos precios por sus servicios?**



**Grafico18:** Conoce usted otros restaurantes que ofrezcan los mismos precios por sus servicios.

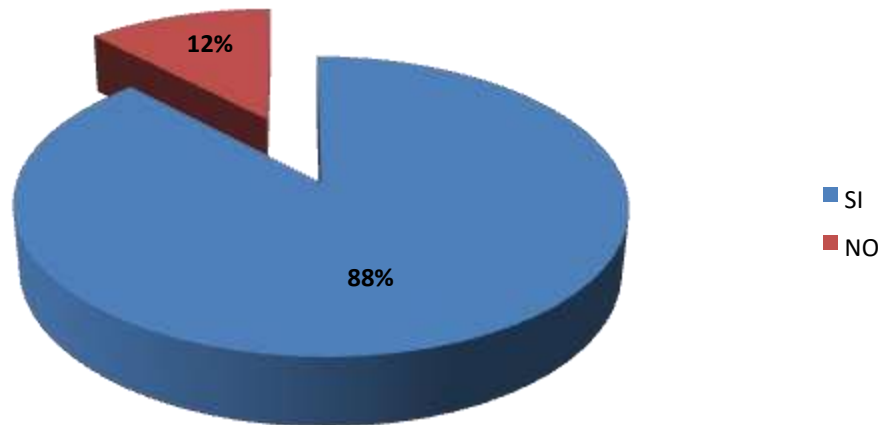
**Fuente:** Elaboración propia.

**Tabla 19:** ¿Los restaurantes ofrecen constantes promociones ofertas o beneficios adicionales que atraiga a los clientes?

Opción	Fi	Hi (%)
Si	60	88
No	8	12
Total	68	100%

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes que acuden a los restaurantes del Distrito de Corrales.

**¿Los restaurantes ofrecen constantes promociones ofertas o beneficios adicionales que atraiga a los clientes?**



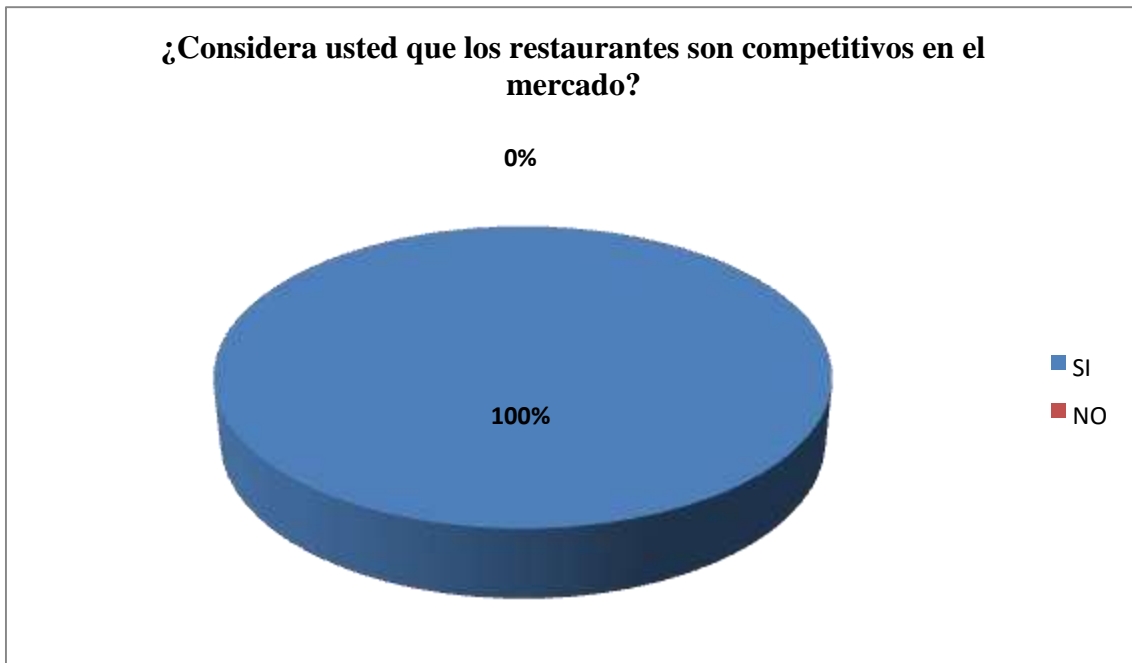
**Grafico19:** Los restaurantes ofrecen constantes promociones ofertas o beneficios adicionales que atraiga a los clientes.

**Fuente:** Elaboración propia.

**Tabla 20:** ¿Considera usted que los restaurantes son competitivos en el mercado?

Opción	Fi	Hi (%)
Si	68	100
No	0	0
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes que acuden a los restaurantes del Distrito de Corrales.



**Grafico20:** Considera usted que los restaurant son competitivos en el mercado. **Fuente:** Elaboración propia.

## 5.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS:

En la tabla 01, luego de aplicar la encuesta a los clientes el 100% (68) manifestaron que la gestión de calidad brindada en ese restaurante, si es la adecuada.

En la tabla 02, luego de aplicar la encuesta a los clientes el 79% (54) manifestaron que sí, se ofrecen servicios de calidad adecuados y el 21% (14) manifestaron que los servicios brindados no son los adecuados.

En la tabla 03, luego de aplicar la encuesta a los clientes el 100% (68) manifestaron que sí, se preocupan por la satisfacción de los clientes.

En la tabla 04, luego de aplicar la encuesta a los clientes el 79% (54) manifestaron que el ambiente, si es el adecuado y el 21% (14) manifestaron que el ambiente no es el adecuado.

En la tabla 05, luego de aplicar la encuesta a los clientes el 100% (68) manifestaron que los restaurantes si cuentan con personal calificado para ofrecer sus servicios.

En la tabla 06, luego de aplicar la encuesta a los clientes el 100% (68) manifestaron que el personal que atiende si les informa todo respecto a los servicios brindados.

En la tabla 07, luego de aplicar la encuesta a los clientes el 100% (68) manifestaron que el precio del servicio si está acorde con el servicio brindado.

En la tabla 08, luego de aplicar la encuesta a los clientes el 74% (50) manifestaron que si han tenido alguna insatisfacción con el producto o servicio brindado y el 26% (18) manifestaron que no han tenido ninguna insatisfacción.

En la tabla 09, luego de aplicar la encuesta a los clientes el 74% (50) manifestaron que el personal que labora en el restaurant si ha resuelto oportunamente su insatisfacción presentada y el 26% (18) manifestaron que el personal que labora en el restaurant no la ha resuelto oportunamente.

En la tabla 10, luego de aplicar la encuesta a los clientes el 88% (60) manifestaron que si recomendarían el servicio brindado a otras personas y el 12% (8) manifestaron que no recomendaría el servicio.

En la tabla 11, luego de aplicar la encuesta a los clientes el 49% (33) manifestaron que el restaurant si, está ubicada en un lugar accesible y el 51% (35) manifestaron que el restaurant no está ubicada en un lugar accesible.

En la tabla 12, luego de aplicar la encuesta a los clientes el 44% (30) manifestaron que los restaurantes sí, ofrecen mejores ambientes que su competencia y el 56% (38) manifestaron que no se ofrece mejores ambientes.

En la tabla 13, luego de aplicar la encuesta a los clientes el 74% (50) manifestaron que en los restaurantes sí, se implementan estrategias innovadoras y el 26% (18) manifestaron que no se implementan estrategias innovadoras.

En la tabla 14, luego de aplicar la encuesta a los clientes el 88% (60) manifestaron que el personal que labora en los restaurantes si está debidamente organizados para la atención al cliente y el 12% (8) manifestaron que el personal no está debidamente organizados.

En la tabla 15, luego de aplicar la encuesta a los clientes el 100% (68) manifestaron que los restaurantes si tienen suficiente demanda de cliente.

En la tabla 16, luego de aplicar la encuesta a los clientes el 100% (68) manifestaron que la atención del personal sí, es mejor en relación a otros restaurant

En la tabla 17, luego de aplicar la encuesta a los clientes el 88% (60) manifestaron que si conocen otros restaurantes que ofrezca los mismos servicios con los mismos beneficios y el 12% (8) manifestaron que no conocen otros restaurantes.

En la tabla 18, luego de aplicar la encuesta a los clientes el 88% (60) manifestaron que si conocen otros restaurantes que ofrezcan los mismos precios por sus servicios y el 12% (8) manifestaron que no conocen otro restaurantes.

En la tabla 19, luego de aplicar la encuesta a los clientes el 88% (60) manifestaron que los restaurantes si ofrecen constantes promociones ofertas o beneficios adicionales que atraiga a los clientes y el 12% (8) manifestaron que los restaurantes no ofrecen constantes promociones.

En la tabla 20, luego de aplicar la encuesta a los clientes el 100% (68) manifestaron que los restaurantes si son competitivos en el mercado.

## **VI. CONCLUSIONES:**

Se concluye que la calidad de los servicios ofrecidos en los restaurantes, si son los adecuados; ya que cuentan con personal calificado que les informa todo respecto a los servicios brindados, demuestra estar capacitado para ofrecer los productos y/o servicios mostrando cordialidad, se preocupan por la satisfacción de los clientes, pero en otros restaurantes los servicios brindados no son los adecuados.

Se concluye que la atención al cliente ofrecida en algunos restaurantes los clientes si han tenido alguna insatisfacción con el producto y/o servicio brindado, pero en otros restaurantes no se ha tenido ninguna insatisfacción y al mismo tiempo los clientes si recomendarían el servicio brindados a otras personas, pero otros clientes no lo recomendarían.

Se concluye que la variedad de los productos ofrecidos en algunos restaurantes, los clientes si se han tenido alguna insatisfacción con la variedad de los productos, pero otros clientes no han tenido ninguna insatisfacción con la variedad de los productos y al mismo tiempo algunos restaurantes si implementan estrategias innovadoras, pero otros no.

Se concluye que los precios ofrecidos en los restaurantes si están acorde con el servicio brindado y al mismo tiempo que si conocen otros restaurantes que ofrezcan los mismos precios por sus servicios, ofrecen constantes promociones, ofertas o beneficios adicionales que atraiga a los clientes, pero otros clientes nos dicen que no conocen otros restaurantes.

## **VII. RECOMENDACIONES:**

Los propietarios de las MYPES deben utilizar una gestión de calidad bajo la norma ISO 9001 para que puedan obtener técnicas para la mejora continua y así puedan desarrollar los objetivos trazados por la organización, además definir la responsabilidad de los colaboradores, capacitarlos y que el ambiente de trabajo sea apropiado.

Se debe fortalecer la calidad de las Mypes desde el interior al desarrollar habilidades que permitan que la empresa sea competitiva, esto no solo se concentra en las características del producto y/o servicio, si no en el bienestar de los clientes y los medios para lograrla, así mismo en la atención al cliente se debe tener en cuenta que los trabajadores no siempre desarrollan todas sus habilidades, debido a que muchas veces no son capacitados, esto impide el crecimiento de la empresa, se debe tener mayor énfasis al momento de aplicar estrategias competitivas.

Además la variedad de los productos y/o servicios, son de vital importancia dentro de cualquier empresa ya que son elementos estratégicos muy significativos para satisfacer las necesidades de los consumidores, teniendo en cuenta las costumbres del lugar.

Se recomienda que al momento de fijar los precios, los empresarios deben tener en cuenta estrategias significativas todo a cambio de una ganancia para la empresa, además tener en cuenta la ubicación del restaurante y a que público están enfocando sus productos y/o servicios.

## **VIII. ASPECTOS COMPLEMENTARIOS:**

### **7.1. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

ANJEYOL (Lima – 2010). En su blog “VENTAJAS Y DESVENTAJAS – COMPETITIVIDAD. Recuperado de internet: <http://anjevol.blogspot.pe/2010/05/ventajas-y-desventajascompetitividad.html>

ALOMOTO, J. – VILLACRES, J. (Ecuador – 2013). En su tesis “**LA ECONOMÍA DIGITAL COMO MECANISMO PARA MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EN EL SECTOR TURÍSTICO**”. Recuperado de internet:

<http://www.dspace.uce.edu.ec:8080/bitstream/25000/2562/1/T-UC-0005-423.pdf>

BARRIENTOS, F. (Tumbes – 2017). En su tesis “**CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MYPES, SECTOR SERVICIO RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE SAN JACINTO, 2017**”. Recuperado de internet:

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4054/FINANCIAMIENTO\\_GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_BARRIENTOS\\_PIZARRO\\_FELIX\\_ARMANDO%20.pdf?sequence=1](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/4054/FINANCIAMIENTO_GESTION_DE_CALIDAD_BARRIENTOS_PIZARRO_FELIX_ARMANDO%20.pdf?sequence=1)

BSI - makingexcellence a habit - GESTIÓN DE LA CALIDAD ISO 9001 “**NORMA ISO 9001 Gestion de Calidad**” (España – 2015)

Recuperado de internet: <https://www.bsigroup.com/es-ES/Gestion-deCalidad-ISO-9001/>

CALAMEO. **DEFINICIÓN DE COMPETITIVIDAD**. Recuperado de internet: <http://es.calameo.com/books/004406318ba3a6b6eebd4>

CAMBIOS CLAVE NUEVA ISO 9001:2015 (2017). En su blog “**Cuáles son los principios de la gestión de calidad**”. Recuperado de internet:

<https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2017/07/principios-degestion-de-la-calidad/>

CHOTO L. --- PEÑA L. (Ecuador – 2013). En su tesis “**Diseño De Un Sistema De Gestión De Calidad Para La Empresa Carrocera Mayorga En Base A La Norma ISO 9001:2008**”. Pág. 89.

Recuperado de internet: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2628/1/65T00082.pdf>

CRUZ, Y. (Tumbes – 2016). En su tesis “**CARACTERIZACIÓN COMPETITIVIDAD Y GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MYPE RUBRO BANANO ORGÁNICO EN TUMBES, 2016**”. Pág. 106 – 107. Recuperado de internet:

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/590/CRUZ\\_MERINO\\_YOSELYN\\_FAVIOLA\\_COMPETITIVIDAD\\_GESTION\\_CALIDAD\\_BANANO\\_ORGANICO.pdf?sequence=1](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/590/CRUZ_MERINO_YOSELYN_FAVIOLA_COMPETITIVIDAD_GESTION_CALIDAD_BANANO_ORGANICO.pdf?sequence=1)

E-ngeniumEmpowernigbusinesspotential. En su blogs “**8 Problemas comunes en las Pymes y cómo resolverlos**”. Recuperado de internet:

<http://www.engenium.com.mx/8-problemas-comunes-en-las-p>

Fundación Romero (Lima 2016). En su blogs **“Problemas que impiden que una PyMess Tengan éxito”**. Recuperado de internet:

<http://www.pqs.pe/actualidad/problemas-que-impiden-que-las-pymeslogren-el-exito>

KPMG – Cabrera, R. (2018), **“Cinco Estrategias Para Mejorar La Competitividad”**. Recuperado de internet:

<https://home.kpmg.com/mx/es/home/tendencias/2018/05/cincoestrategias-para-mejorar-la-competitividad.html>

Laboral Perú Contable (Lima – 2017). En su blogs **“Conoce Todos los Derechos Laborales De Los Trabajadores De Las Mypes”**.

Recuperado de internet:

<https://www.perucontable.com/laboral/conoce-todos-los-derechoslaborales-de-los-trabajadores-de-las-mypes/>

LEY N° 28015 - LEY DE PROMOCION Y FORMALIZACION DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA (Promulgada el 3 de Julio del 2003).

Recuperada de

internet: <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/normas/ley-28015.pdf>

Lima, C. (México – 2012). En su tesis **“ESTRATEGIAS DE COMPETITIVIDAD PARA PYMES”**. Pág. 101. Recuperado de internet:

<http://www.ptolomeo.unam.mx:8080/jspui/bitstream/132.248.52.100/2171/1/Tesis.pdf>

LUNA, K. (Chimbote – 2013). En su tesis **“CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO – RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2013”**.

Recuperado de internet:

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1374/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_MYPES\\_LUNA\\_HUARINGA\\_KEVIN\\_ARNOLD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1374/GESTION_DE_CALIDAD_MYPES_LUNA_HUARINGA_KEVIN_ARNOLD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

México Bursátil Asesores Financieros (México 2013). En sus blogs **“Los principales problemas de las PyMes”**. Recuperado del sitio de internet:

<http://www.mexicobursatil.com/los-principales-problemasde-las-pymes/>.

MILENIO.COM (México – 2015). **IMPORTANCIA DE LA COMPETITIVIDAD**. Recuperado de internet:



[http://www.milenio.com/firmas/universidad tecnologica del valle de l mezquital/Competitividad-concepto-portancia 18 541925858.html](http://www.milenio.com/firmas/universidad_tecnologica_del_valle_de_l_mezquital/Competitividad-concepto-portancia_18_541925858.html)

ORTIZ, C. (Tumbes – 2017). En su tesis “**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANT DEL CENTRO DE TUMBES, AÑO 2017**”. Recuperado de internet: [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3941/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_COMPETITIVIDAD\\_ORTIZ\\_GUERRERO\\_CECILIA\\_YARETT.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3941/GESTION_DE_CALIDAD_COMPETITIVIDAD_ORTIZ_GUERRERO_CECILIA_YARETT.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

PEÑA, M. (Piura – 2016). En su tesis “**CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE, RUBRO RESTAURANTES VEGETARIANOS DEL CENTRO DE PIURA, AÑO 2016**”. Recuperado de internet: [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1051/CAPACITACION\\_COMPETITIVIDAD\\_PENA\\_LIZANO\\_MERCEDES.pdf?sequence=1](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1051/CAPACITACION_COMPETITIVIDAD_PENA_LIZANO_MERCEDES.pdf?sequence=1)

PRINCIPIOS DE GESTIÓN DE CALIDAD (S/F). Indecopi Recuperado de internet: <https://www.indecopi.gob.pe/principios-de-gestion-de-lacalidad>

Revista Actualidad Empresarial (Lima – 2012). Boletín Empresarial “Pyme: problemas y ventajas de su desarrollo en el Perú”. Recuperado del internet <http://aempresarial.com/web/informativo.php?id=11049>

SULUCO, A. (Piura 2016). En su tesis “**CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y EL KAIZEN EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES, DE LA URBANIZACIÓN LOS ROSALES – PIURA, AÑO 2016**”. Recuperado de internet: [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1033/COMPETITIVIDAD\\_KAIZEN\\_SULUCO\\_ROSAS\\_ANA%20LUCIA.pdf?sequence=1](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1033/COMPETITIVIDAD_KAIZEN_SULUCO_ROSAS_ANA%20LUCIA.pdf?sequence=1)

Universidad Cooperativa De Colombia. En blogs “Sistema de Gestión de la Calidad”. Recuperado de internet: <http://www.ucc.edu.co/sistemagestion-integral/Paginas/sistema-gestion-calidad.aspx>

Utopía Consultores (Madrid – 2017). “**TIPOS DE COMPETITIVIDAD**”. Recuperado de internet: <http://utopia-consultores.com/tipos-decompetitividad-empresarial-y-ejemplos-de-cada-una/>

Vega R (Andahuaylas – 2011) En su blogs “**El mundo empresarial**”. Recuperado de internet:

<http://rossvilvega.blogspot.pe/2011/05/problemas-empresarialesproblematICA-de.html>

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD. Recuperado De Internet: <https://es.scribd.com/doc/68382538/Ventajas-y-desventajas-de-unSistema-de-Gestion-de-Calidad>

Web y Empresas. En su blogs. “**LA IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD**”. Recuperado de internet: <https://www.webyempresas.com/la-importancia-de-lagestion-de-la-calidad/>

WIKIPEDIA (2018) “**GESTIÓN DE LA CALIDAD**”, Recuperado de: [https://es.wikipedia.org/wiki/Gesti%C3%B3n\\_de\\_la\\_calidad](https://es.wikipedia.org/wiki/Gesti%C3%B3n_de_la_calidad)

WIKIPEDIA (2018) “**COMPETITIVIDAD**”, Recuperado: <https://es.wikipedia.org/wiki/Competitividad>

## ANEXOS

### Cuadro 04: Cronograma De Actividades

Nº	ACTIVIDADES	SEMANAS															
		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16
1	Planteamiento del Problema																
2	Enunciado del Problema																
3	Objetivos de la Investigación																
4	Justificación de la Investigación																
5	Antecedentes de la Investigación																
6	Revisión de la Literatura																
7	Bases Teóricas y Conceptuales																
8	Hipótesis de la investigación																
9	Tipo, Nivel y diseño de la Investigación																
10	Población y Muestra																
11	Referencias Bibliográficas																
12	Elaboración del Presupuesto																
13	Análisis y presentación de resultados																
14	Levantamiento de Observaciones																



**FINANCIAMIENTO:**

El financiamiento de lo presupuestado para el desarrollo de la investigación estará a cargo por los recursos propios del Investigador.

**ANEXO 03: ENCUESTAS**



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES  
CHIMBOTE

CUESTIONARIO DE GESTIÓN DE CALIDAD

1.- ¿La gestión de calidad brindada por este restaurant es la adecuada?

SI  NO

2.- ¿En este restaurant ofrecen servicios de calidad?

SI  NO

3.- ¿En este restaurant se preocupan por la satisfacción de los clientes?

SI  NO

4.- ¿Considera usted que este ambiente es el adecuado?

SI  NO

5.- ¿Considera usted que en este restaurant cuentan con personal calificado para ofrecer el servicios?

SI  NO

6.- ¿El personal que atiende le informa todo respecto a los servicios brindados?

SI  NO

7.- ¿Cree usted que el precio del servicio está acorde con el servicio brindado?

SI  NO

8.- ¿Ha tenido alguna insatisfacción con el producto o servicio brindado?

SI  NO

9.- ¿El personal que labora en el restaurant ha resuelto oportunamente la insatisfacción presentada?

SI  NO

10.- ¿Recomendaría usted el servicio brindado a otras personas por este restaurant?

SI  NO



UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES  
CHIMBOTE

### CUESTIONARIO DE COMPETITIVIDAD

11.- ¿Considera usted que este restaurant está ubicada en un lugar accesible?

SI  NO

12.- ¿Cree usted que este restaurant se ofrecen mejores ambientes que su competencia?

SI  NO

13.- ¿Considera usted que los restaurantes implementan estrategias innovadoras?

SI  NO

14.- ¿Cree usted que el personal de los restaurantes están debidamente organizados para la atención al cliente?

SI  NO

15.- ¿Cree usted que los restaurantes tienen suficiente demanda de cliente?

SI  NO

16.- ¿Cree usted que la atención del personal es mejor en relación a otros restaurantes?

SI  NO

17.- ¿Conoce usted otros restaurantes que ofrezca los mismos servicios con los mismos beneficios?

SI  NO

18.- ¿Conoce usted otros restaurantes que ofrezca los mismos precios por sus servicios?

SI  NO

19.- ¿Los restaurantes ofrecen constantes promociones ofertas o beneficios adicionales que atraiga a los clientes?

SI  NO

20.- ¿Considera usted que los restaurant son competitivos en el mercado?

SI  NO

**ANEXO 04: Álbum De Fotografías**



Encuestando a los clientes del Restaurant – Pollería “**El Tacneño**”



Encuestando a los clientes del Restaurant “**Todos Vuelven**”





Encuestando a los clientes del Restaurant – Pollería “**Mi Jassumi**”



Encuestando a los clientes del Restaurant – Fuente De Soda “**La Casita De La Miel**”