



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**CARACTERIZACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y
LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES, SECTOR
SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO
DE SAN JUAN DE LA VIRGEN – TUMBES, 2018**

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

AUTOR

PRECIADO LEON, EVELYN MARIA

ASESOR

EZCURRA ZAVALA, GHENKIS AMILCAR

TUMBES – PERÚ

2019

JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESOR

.....
MGTR.EDITA JERID PERICHE CASTRO
PRESIDENTE

.....
MGTR.GALVANI GUERRERO GARCÍA
MIEMBRO

.....
LIC.ADM.PABLO SANTIAGO BECERRA ORTIZ
MIEMBRO

.....
MGTR. GHENKIS AMÍLCAR EZCURRA ZAVALETA
ASESOR

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme dado la fortaleza necesaria para llegar a este momento tan importante de mi formación profesional, cumpliendo uno de los retos que tenía planteados, y por

darme la fortaleza necesaria para superar los obstáculos presentados

A mi familia por haberme apoyado en todo momento, quienes son mi mayor motivación para continuar mejorando cada día

A mis profesores, que nos han impartido los conocimientos necesarios para nuestra carrera gracias a su paciencia y enseñanza y finalmente un agradecimiento también a la Universidad católica Los Ángeles de Chimbote la cual apoya y enseña a los estudiantes para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien y con responsabilidad social.

DEDICATORIA

A Dios, por haberme permitido avanzar en mi carrera a pesar de las dificultades presentadas a lo largo de este proceso y por acompañarme en cada paso que doy, por darme la fortaleza, paciencia y perseverancia necesario para continuar y por haber puesto en mi camino a personas que me han brindado su apoyo incondicional en cada momento que lo he necesitado.

A mi familia porque siempre me ha brindado su apoyo incondicional a pesar de las circunstancias adversas que pudo haberse presentado para poder llegar a ser una profesional.

También dedico este trabajo a mi hijo quien es mi mayor motivación para nunca rendirme en los estudios y poder llegar hacer un ejemplo para él.

RESUMEN

En los últimos años, en la región Tumbes, se ha observado un incremento considerable de las MYPES del sector servicios, rubro restaurantes, debido a la gran demanda por parte de los turistas locales, nacionales y extranjeros; y en este sentido, este tipo de empresas desempeñan un rol muy importante en el desarrollo económico regional y local. Por lo cual fui motivada a realizar esta investigación ,cuyo principal objetivo es determinar las características de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPES del sector comercio rubro restaurantes del distrito de San Juan de la Virgen,2018.

La población para esta investigación estuvo constituida por los 10 restaurantes que funcionan en el distrito de San Juan de la Virgen, Provincia de Tumbes. La muestra estuvo constituida por 68 clientes de estos restaurantes.

Los resultados de la investigación demuestran que un porcentaje importante de los entrevistados(27 y 28%), consideran que los propietarios de estos negocios no invierten para mejorar los procesos de gestión de calidad ya que no están generando constantemente las condiciones para brindar una mayor comodidad a los clientes tales como: Personal calificado, mobiliario y condiciones de infraestructura, por lo cual la satisfacción de este porcentaje de la población no es completa, con lo cual la MYPE se hace menos competitiva en el mercado de este tipo de servicios, ya que al no lograr la satisfacción total del cliente no consigue fidelizarlo, demostrando de esta manera que es necesario mejorar los procesos de gestión de la calidad para ser más competitivos.

Así mismo, el 43% de los clientes entrevistados considera que la innovación no es una característica de los restaurantes de la zona, por lo cual no logran posicionarse entre sus competidores.

Esta investigación se justificó porque ha permitido conocer la influencia de la gestión de calidad para el mejoramiento de la competitividad de las micro y pequeñas empresas del

distrito de San Juan de la Virgen del sector servicios rubro restaurantes, así como de los factores que influyen en el desarrollo de estas dos importantes variables.

Palabras claves: Capacitación, gestión de la calidad, MYPES

ABSTRACT

In recent years, in the Tumbes region, there has been a considerable increase in MYPES of the services sector, restaurants, due to the high demand by local tourists, nationals and foreigners; and in this sense, such enterprises play a very important role in regional and local economic development. Therefore I was motivated to carry out this research, whose main objective is to determine the characteristics of quality management and the competitiveness of the MYPES of the sector trade restaurants in the district of San Juan de la Virgen, 2018.

The population for this research was made up of the 10 restaurants that operate in the district of San Juan de la Virgen, Province of Tumbes. The sample consisted of 68 customers of these restaurants.

The results of the research show that a significant percentage of the interviewees (27 and 28%), consider that the owners of these businesses do not invest to improve the quality management processes as they are not constantly generating the conditions to provide greater comfort to customers such as: Qualified personnel, furniture and infrastructure conditions, so the satisfaction of this percentage of the population is not complete, making MYPE less competitive in the market of this type of services, since by not achieving total customer satisfaction it does not manage to retain it, thus demonstrating that it is necessary to improve quality management processes to be more competitive.

Likewise, 43% of the customers interviewed consider that innovation is not a feature of the restaurants in the area, so they are unable to position themselves among their competitors.

This research was justified because it has allowed to know the influence of quality management for the improvement of the competitiveness of the micro and small businesses of the district of San Juan de la Virgen in the services sector restaurants, as well as the factors that influence the development of these two important variables.

Keywords: *Training, Quality Management, MYPES*

CONTENIDO

TÍTULO.....	i
JURADO EVALUADOR DE TESIS Y ASESOR.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT.....	vi
CONTENIDO.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	4
2.1. Antecedentes.....	4
2.1.1. Antecedentes internacionales.....	4
2.1.2. Antecedentes nacionales.....	6
2.1.3. Antecedentes locales.....	8
2.2. Bases teóricas y conceptuales.....	10
2.2.1. Gestión de Calidad.....	10
2.2.2. Competitividad.....	13
III. HIPÓTESIS.....	21
IV. METODOLOGÍA.....	22
4.1. Diseño de investigación.....	22
4.2. Población y muestra.....	22
.3. Definición y operacionalización de variables.....	25

Cuadro 2. Operacionalización de variables.....	25
4.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	26
4.4. Plan de análisis.....	26
4.5. Matriz de Consistencia.....	27
4.6. Principios éticos.....	28
V. RESULTADOS.....	29
5.1. Resultados.....	29
5.2. Análisis de resultados.....	34
VI. CONCLUSIONES.....	38
VII. RECOMENDACIONES.....	40
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	41
ANEXOS.....	43

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas vienen desempeñando un rol muy importante en el desarrollo social y económico tanto para América latina como en nuestro país, ya que en la actualidad, alrededor de 2.5 millones de micro y pequeños empresarios formales e informales, realizan diversas actividades productivas y de servicios en distintos rubros, dando oportunidades de empleo e ingresos a un grupo muy importante de la población, lo cual contribuye a dinamizar la economía y por lo tanto a la reducción de la pobreza monetaria.

En consecuencia, y siendo el Perú, un país donde la falta de oportunidades de empleo es uno de los problemas más serios que se vienen enfrentando, resulta de suma importancia el reflexionar acerca del rol del estado y de las organizaciones de sociedad civil directamente involucradas con las MYPES, en cuanto a la realización de acciones que permitan a los pequeños y medianos empresarios obtener las herramientas necesarias para aprovechar sus oportunidades de crecimiento.

En este sentido, los principales aspectos que es necesario mejorar en el sector MYPES están relacionados a la competitividad y la gestión de la calidad, lo cual ha constituido una motivación para investigar al respecto. Es necesario que las MYPES puedan ir desarrollando de manera progresiva ventajas competitivas en sus productos o servicios, de modo que les permitan no sólo mantenerse en el mercado local, sino además el poder tener un proceso exitoso en la penetración de nuevos mercados, para lo cual es necesario realizar algunos estudios de mercado, tener una implementación adecuada de estrategias de marketing, entre otros.

Así mismo, es importante que los productos o servicios ofrecidos sean de óptima calidad, a fin de lograr un mejor posicionamiento en el mercado.

Actualmente la mayoría de las investigaciones realizadas han demostrado que, para mejorar la competitividad de las empresas, es necesario el empleo continuo de decisiones innovadoras a fin de mejorar en diversos aspectos como el proceso productivo, la comercialización, el trato con los proveedores, la atención al cliente, la tecnología etc., lo que a su vez permitirá lograr altos niveles de satisfacción entre el público usuario, es decir, se necesita realizar una adecuada gestión de la calidad, por lo cual ambas variables competitividad y gestión de la calidad se encuentran estrechamente relacionadas.

Actualmente las asociaciones de sociedad civil de MYPES en la región Tumbes presentan muchas debilidades en cuanto a su organización que involucra aspectos económicos, financieros y administrativos, sumando a ello la falta de apoyo y articulación del estado con las organizaciones de sociedad civil de la región, lo cual impide el desarrollo de este importante sector. Así mismo, debido a estas debilidades de organización y la falta de concientización y voluntad política del estado, no permiten la realización de acciones para el fortalecimiento de capacidades a los pequeños y medianos empresarios a fin de proporcionarles las herramientas necesarias que les permitan desarrollar al máximo sus potencialidades.

Ello implica plantear como objetivo general de investigación: Determinar la relación que existe entre la competitividad y la gestión de calidad en las

MYPES del sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de San Juan de la Virgen– Tumbes, 2018. Además, se tiene los siguientes objetivos Específicos:

Determinar las principales Características operativas de la gestión de Calidad en las MYPES sector servicios, rubro restaurantes en el Distrito de San Juan de la Virgen, Provincia de Tumbes

Determinar las características estructurales que influyen en la mejora de la gestión de la calidad en las MYPES sector servicios, rubro restaurantes en el Distrito de San Juan de la Virgen, Provincia de Tumbes.

Determinar los factores que influyen en la mejora de la competitividad de las MYPES del sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de San Juan de la Virgen – Tumbes.

Determinar el grado de competitividad de las MYPES del sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de San Juan de la Virgen – Tumbes.

Finalmente, la presente investigación se justificó por que ha permitido contribuir a una mejor comprensión de la relación existente entre la gestión de calidad y la generación de competitividad de las micro y pequeñas empresas, así como de las ventajas que se pueden obtener como resultado de su fortalecimiento.

Esta investigación también ha permitido hacer un aporte como parte de la academia, que constituye la universidad, a la Región tumbesina, a fin de hacer incidencia respecto a la importancia del rol de las MYPES en la economía local y la superación de la pobreza, así como del compromiso que debe tener el estado con las organizaciones de MYPES en la promoción de la dotación de las

herramientas necesarias para la mejora de la calidad y la competitividad de estas empresas.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

II.1. Antecedentes

Los antecedentes mencionados en el presente proyecto están relacionados a las variables de gestión de la calidad y competitividad de las MYPES en el sector servicios, rubro restaurantes. En tal sentido se emplearán tesis de investigación de nivel internacional, nacional, regional y local.

II.1.1. Antecedentes internacionales

López, (Ecuador,2018).En su trabajo de investigación sobre la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, sostiene que actualmente han ido incrementando los restaurantes y esto lleva a un mercado que cada vez se pone más exigente, por esto las empresas tienen que siempre tener presente una evaluación de la calidad del servicio para poder tener clientes satisfechos.

Para la obtención de información, el autor utilizó encuestas dirigidas a los clientes

que consumen en el restaurante Rachy's donde se pudo evidenciar que existe una correlación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente.

Así mismo, se pudo evidenciar falta de capacitación y motivación de parte de la empresa hacia el personal. Para lo cual se propone un plan de mejora que incluye el fortalecimiento de capacidades del personal, pero también el

mejoramiento los procesos para la obtención de productos y servicios de calidad que contribuyan en la competitividad de la empresa.

Quezada, (Ecuador,2016)En su investigación “Propuesta de un Modelo de Gestión de Calidad para la Mejora de los Restaurantes de la Ciudad de Ambato, sostiene que los restaurantes encargados de la comercialización de alimentos tanto para clientes nacionales y extranjeros, constituyen una fuente de turismo y deben brindar servicios y productos de calidad.

En esta investigación, se busca solucionar la carencia de calidad en los restaurantes del cantón Ambato, por lo que se procede a realizar un estudio de una muestra de éstas instituciones con el fin de encontrar y analizar cada una de las deficiencias que puedan tener, a partir de cuyos resultados concluye en que: La calidad hoy en día es un factor clave en la rentabilidad y reconocimiento empresarial, su aplicación ha permitido alcanzar ventajas competitivas en el posicionamiento de la empresa. En este sentido, para diseñar un proceso de gestión de calidad se debe proceder a la recopilación de información necesaria para generar soluciones adecuadas y facilitar la toma de decisiones de los empresarios gastronómicos.

Una vez diagnosticado el estado situacional de los restaurantes a través de técnicas y herramientas investigativas se propone el modelo de gestión de calidad, el cual puede ser cómodamente aplicado en los restaurantes tomando en cuenta que no todos los administradores, tienen algún estudio sobre el tema.

Choto L. Peña (Ecuador – 2013). En su investigación: “Diseño de un Sistema de Gestión de Calidad para la Empresa Carrocera Mayorga en Base a la Norma ISO 9001:2008”. Concluye que el principal instrumento en el proceso de construcción de técnicas para lograr el nivel de excelencia en la calidad, es la

elaboración de un diagnóstico de las principales características de la organización carrocera Mayorga, en el cual se identificó que la empresa sólo cumple con el 5% de las exigencias de la norma ISO 9001:2008, por lo cual fue necesario realizar ajustes en la organización para compensar las carencias. La confección de una técnica de nivel de excelencia permitirá al comité de la empresa carrocera Mayorga optimizar los recursos y mejorar los procesos de gestión de la calidad.

II.1.2. Antecedentes nacionales

Luna (Chimbote,2016), en su investigación titulada: “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 cual como principal objetivo: Describir las principales características de la gestión de Calidad de las MYPES del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, periodo 2013.Dentro de sus resultados se encontró que la mayoría de los restaurantes en este distrito aplican procedimientos para la mejora de gestión de calidad, poniendo en práctica técnicas de para la mejora continua, realizando capacitaciones frecuentes orientadas a mejorar la calidad del servicio.

Campos, C.A. (Piura - 2015). En la Investigación realizada sobre la Gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías del

Asentamiento Humano la Primavera Castilla, 2015, con el objetivo de determinar la relación existente entre la gestión de la calidad y la mejora de la competitividad de este tipo de empresas, concluye en que, si existe una amplia relación e influencia de la gestión de la calidad y la mejora de la competitividad en las pequeñas y medianas empresas del sector servicios, rubro restaurantes; sin

embargo, los empresarios que se desempeñan en este mercado, no les dan la debida importancia a estos aspectos.

Las características que tiene la gestión de la calidad en las MYPE rubro restaurantes cevicherías Asentamiento Humano La primavera es la falta de conocimientos que les permitan mejorar sus procesos operativos, así como la resistencia al cambio al nivel de gerencia lo que muchas veces se refleja en la falta de crecimiento de este giro de negocio, la reducción de las ventas, y muchas veces el cierre definitivo, ante la falta de estrategias de innovación que les permitan un mejor posicionamiento en el mercado local . Por los que considera necesario que los empresarios del grupo analizado presten mayor atención a los procesos realizados en sus empresas, a fin de implementar estrategias innovadoras para la mejora de la gestión de la calidad, que les permita ser más competitivos.

Así mismo, tiene que haber congruencia entre los elementos dentro de la parte operativa para que se puedan articular de la mejor manera dentro del sistema.

Respecto a la importancia de la competitividad de las MYPE del rubro restaurantes Cevicherías Asentamiento Humano La Primavera Castilla se concluye aún existen muchas debilidades en las tendencias de innovación, en las

medidas estándar de calidad orientadas a la satisfacción de los clientes por lo que es importante que se considere perfeccionar sistemas propios de planeación, organización, dirección, y control para mejorar el servicio.

Con respecto a los elementos analizados de la competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías Asentamiento Humano La primavera Castilla, se ha evidenciado que las estrategias implementadas por los empresarios en este rubro,

con el propósito de mejorar su competitividad no han sido las más adecuarse a los cambios del entorno para poder ser líderes en el mercado local.

Ríos, M. (La Libertad - 2015). En el estudio realizado sobre la Gestión de Calidad, satisfacción de los clientes y el impacto en la rentabilidad de las MYPE del sector servicios, rubro restaurantes del distrito de Huanchaco. Llega a las siguientes conclusiones: Que el 50% de los representantes legales o gerentes de las MYPES del rubro restaurantes del distrito de Huanchaco, afirman que los principales factores que generan calidad al servicio que se brinda; es la buena atención; el 85% respondieron que la calidad es importante para la organización y el 75% respondieron que la calidad de servicio es uno de los factores principales para generar utilidad, como también el 80% respondieron que el cliente se siente satisfecho por el servicio brindado, como también el servicio que se brinda a dichos clientes es de calidad.

II.1.3. Antecedentes locales

(Abanto, 2018). En su investigación denominada “Caracterización de la Competitividad y Financiamiento de las Pymes, sector servicio, rubro

restaurantes, distrito Tumbes, a partir de la recopilación de información de una población de 68 clientes y 10 propietarios de las diez (10) Pymes en el rubro restaurantes, en el sector servicio, se concluye que cada empresa del rubro de restaurantes en el distrito de Tumbes, se preocupa por que sus clientes se sientan satisfechos con el servicio brindado, además que sus trabajadores obtengan y reciban una buena formación en relación a su trabajo con capacitaciones, para que así se puedan adaptarse a cualquier cambio que tenga la empresa.

Cruz, Y. (Tumbes – 2016). En su investigación denominada “Caracterización Competitividad Y Gestión De Calidad en Las MYPES, Rubro Banano Orgánico En Tumbes, 2016”. Concluye que uno de los principales factores que influyen en la competitividad de las MYPES es la innovación. La necesidad de innovar de manera frecuente ha ido incrementando en los últimos años, por lo cual las empresas se encuentran constantemente sometidas a una presión de capacidad que les exige esforzarse e implementar una serie de estrategias que les permitan optimizar los recursos y mejorar su eficacia productiva; y estar fijadas en redes articuladas dentro de las cuales las energías de cada organización se vean apoyadas por toda una serie de externalidades, bienes e corporaciones.

Fajardo (Tumbes, 2016). En su investigación denominada: “Caracterización de la competitividad y calidad de las MYPES rubro colegios privados en Tumbes, 2016”, la cual tuvo como objetivo general el identificar las características principales y la relación existente entre la gestión de la calidad y la competitividad de las MYPES del rubro colegios privados de Tumbes. Concluye en que es importante la implementación de estrategias innovadoras para lograr atraer a nuevos clientes, pero sin descuidar trabajar en la fidelización de los

clientes ya existentes. Por lo cual considera que es importante brindar las condiciones de comodidad y calidad educativa para una mejor satisfacción de los usuarios, lo que les permitirá tener un mejor posicionamiento entre sus competidores.

II.2. Bases teóricas y conceptuales

II.2.1. Gestión de Calidad.

Cuatrecasas C (2012) sostiene que la gestión de la calidad total implica que la gestión de los diferentes procesos operativos y administrativos de la empresa orientados a la mejora de la calidad de los bienes y servicios que se ofrecen, con seguridad dará como resultado el incremento y mejoramiento de las ventajas competitivas de la empresa al satisfacer las demandas, gustos y preferencias de sus clientes.

Miranda, Ch (2012) Define la gestión de calidad total como una filosofía que tiene como objetivo el otorgar bienes y servicios de una óptima calidad, con características que satisfagan y superen las expectativas de los clientes, así como la satisfacción de los empleados al reconocer que han logrado obtener los objetivos planteados en la evaluación y análisis de resultado final, lo que a su vez los motiva para tener un proceso de mejora continua en la organización.

II.2.1.1. Importancia de la gestión de calidad.

La importancia de la implementación de un sistema de gestión de la calidad en el mundo actual, radica en el hecho de que permite desarrollar en las organizaciones una serie de intervenciones y ajustes de acuerdo con las demandas del público objetivo, es decir en la satisfacción de las expectativas que ellos tienen respecto a los bienes y servicios ofertados ,de tal manera que la obtención del resultado final sean productos y servicios de buena calidad, lo cual nos permite tener mayores probabilidades de mover un mayor volumen de ventas, así como de obtener la

fidelización de los clientes, quienes además harán el efecto multiplicador en las personas que conocen.

Boisier (2015) establece que la mejora de la calidad del servicio al cliente es un factor que ha cobrado fuerza en los últimos años, debido al incremento constante de la competencia empresarial y de la globalización, de tal manera en la actualidad los clientes tienen más opciones para escoger, es aquí donde radica la importancia de ir perfeccionando y mejorando los servicios de acuerdo a las demandas del público objetivo, para lo cual es muy importante el estudio de mercado. La competencia es cada vez mayor, por ende, los productos ofertados crecen notablemente y son más variados, por lo que se hace necesario ofrecer un valor agregado.

Los competidores van mejorando en calidad y precio, por lo que se hace necesario buscar una diferenciación.

Sabemos que los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención y servicio, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado.

Si el cliente queda insatisfecho por el servicio o la atención, es un hecho que hable mal de uno y cuente de su mala experiencia a otros consumidores.

Si el cliente recibe un buen servicio o atención, es un hecho que vuelva a adquirir los productos o que vuelvan a visitarnos la empresa.

Si el cliente recibe un buen servicio o atención, es un hecho que nos recomiende con otros consumidores.

II.2.1.2. Ventajas de la gestión de calidad.

En las empresas se ha implantado un sistema de gestión para la calidad y la mejora, mencionaremos las 7 ventajas de gestión de calidad que son las siguientes:

Mejora de la satisfacción del cliente. Los sistemas de gestión de calidad facilitan que el proceso productivo se enfoque tanto en las necesidades de los consumidores como en los parámetros de la empresa, permitiendo integrar las demandas del cliente en el producto o servicio, lo que permitirá que tenga acceso a una mejor oferta y esté satisfecho.

Homogeneización de los productos o servicios. Gracias al sistema de gestión de calidad, la empresa no solo conseguirá resultados de mayor calidad, sino que también obtendrá una producción uniforme y estable, al aplicar durante el proceso unas pautas estandarizadas.

Aumento de la eficiencia y reducción de costes. El sistema de gestión de calidad establece cuál es el procedimiento óptimo para crear un producto o servicio, la empresa podrá eliminar los pasos innecesarios, desarrollar una gestión del tiempo más eficiente, detectar las áreas a mejora y reducir los fallos o errores en la fabricación del producto o prestación del servicio, consiguiendo una mayor eficiencia y el ahorro en costos.

Incremento de la rentabilidad económica. Sabemos que, si la empresa logra la satisfacción del cliente con el menor costo posible, aumentará las ventas y reducirán los gastos, repercutiendo directamente en el balance financiero de la empresa.

Potenciación de la imagen positiva de la empresa. Si la empresa cuenta con un sistema de gestión de calidad va a beneficiar que mejore la reputación de la marca en el mercado, tanto entre los consumidores actuales –que alcanzarían acceder a productos y servicios de alto valor- como en los potenciales clientes – quienes oirán hablar del buen trabajo que desarrolla la empresa.

Impulso de la motivación de los trabajadores. La empresa integraría a los empleados en el análisis de los procesos, para estudiar los aspectos mejorables, hará que se sientan más comprometidos con los objetivos de la empresa. Además, al conocer en todo momento cómo deben llevar a cabo el trabajo y qué se espera de ellos, les permitirá conseguir los resultados esperados, incrementando su satisfacción.

Crecimiento de la coordinación interdepartamental. Sabemos que cada equipo de trabajo es consciente de su papel dentro del proceso, la interacción entre los

diferentes departamentos se agiliza y simplifica, mejorando la producción final de la empresa.

II.2.2. Competitividad

Piedra, O (2007). Concibe la competitividad como “la habilidad que tiene una empresa para producir bienes o brindar servicios, que estén acordes al tiempo, lugar y forma preferida por los clientes, a buenos o mejores precios que los ofertados por sus competidores, es decir, “la habilidad de crear productos diferenciados que tengan un valor agregado, lo que les permite mantener el liderazgo en el mercado e incrementar su rentabilidad.

Musik, R. (2007).- Define la competitividad como la ventaja que tiene una empresa en cuanto a sus métodos de producción y de organización , lo cual se ve reflejado en los precios y la calidad de sus productos, en comparación con los de sus rivales en un mercado específico, es decir, una empresa es competitiva en la medida en que es capaz de formular e implementar estrategias que le permitan obtener un posicionamiento sostenido en el mercado en el que opera, para lo cual es importante que presten especial atención a los diversos factores que influyen como patrones de competencia en el mercado específico en el que se desenvuelven.

II.2.2.1. Importancia de la Competitividad

La competitividad en la actualidad constituye una parte sumamente importante para las empresas, ya que para sobrevivir y mantenerse en un entorno de constantes cambio y frente al incremento cada vez más rápido de la competencia en el mercado de bienes y servicios; es necesario que las organizaciones desarrollen una serie de habilidades como la capacidad de adaptación al cambio, la toma de decisiones innovadoras, entre otros, orientados a la satisfacción de las demandas de los clientes y de sus gustos y preferencias, de tal manera que les permita ser cada vez más competitivas y lograr un mejor posicionamiento en el mercado, lo que a su vez permitirá el crecimiento económico de la empresa y la mejora de su rentabilidad.

Como ya se había mencionado, para que una empresa u organización sea realmente competitiva, es necesario que desarrolle una serie de habilidades para

desarrollar y posicionarse en una parte del mercado, de manera sostenible en el tiempo. Siendo importante para ello implementar estrategias de innovación continua en los procesos operativos y administrativos en la organización, para responder eficazmente a los desafíos (internos y externos) y mantener sus ventajas competitivas en relación a otras empresas.

En este sentido, el departamento de recursos humanos es fundamental dentro de la empresa para que el proceso administrativo pueda desarrollarse de la manera más óptima en todas sus etapas: Planificación, organización, dirección y control, y ya que es el personal quien ejecuta las tareas de estas etapas, constituye una parte importante para la productividad o servicio que quiere dar la organización

por lo cual es importante no sólo la capacitación permanente sino un proceso adecuado de reclutamiento de personal, de manera eficiente en la empresa.

Por lo expuesto anteriormente, la variable de competitividad cobra mucha importancia razón, para el logro del éxito de las empresas en el mundo tan competitivo de hoy, por lo cual los profesionales están obligados a implementar permanentemente estrategias innovadoras que les permitan alcanzar ventajas competitivas frente a otras empresas, tales como el ofrecer mejores productos a precios accesibles para su público objetivo, buscando nuevas formas de distribución del producto, desarrollando ideas creativas de marketing empresarial, ofrecer elementos marquen la diferencia con otros productos y servicios que se encuentran en el mercado.

II.2.2.2. Ventajas de la competitividad

El hecho de que una empresa desarrolle habilidades que le permitan ser más competitiva en el entorno en que se desenvuelve, le dará una serie de ventajas que le permitirán diferenciar sus productos y marcas en relación a sus competidores, además de ganar un espacio y tener una mejor posición en el mercado, que les haga destacar ante otras del mismo sector.

El hecho de contar con una mejor posición que los rivales le permite a la organización la fidelización de sus clientes, así como el mantenerse en el mercado laboral tan cambiante de la actualidad. Las ventajas de la competitividad de una empresa se pueden observar en distintos aspectos, una de

las principales ventajas competitivas es el poder ofrecer sus productos y servicios a menor precio que el de su competencia,

Así mismo, las empresas pueden tener activos intangibles, es decir, los que están relacionados con la reputación de la marca, de tal manera que muchas empresas pueden darse el lujo de aumentar sutilmente sus precios, sin que esto signifique una reducción el volumen de las ventas, debido al reconocimiento y preferencia de la marca entre los consumidores.

De igual manera, el hecho de cumplir oportunamente con los compromisos y de tener un manejo adecuado en los procesos operativos de adquisición de la materia prima, proceso de distribución, así como la implementación de nuevas tecnologías en el proceso de transformación de la materia prima, pueden significar una reducción de los costos de producción, lo que permite poder ofrecer los productos a menos precios.

Al poder ofertar mejores precios, se puede movilizar un mayor volumen de ventas, lo que a su vez va a incrementar los ingresos, significando la mejora de la rentabilidad de la empresa.

La optimización en el uso de los recursos asignados para la producción de los bienes y servicios, dará como resultado un menor consumo de los mismos con la consiguiente reducción del costo de producción, lo que permitirá un ahorro del capital de trabajo neto y un incremento de las utilidades, al evitar gastos innecesarios.

II.2.2.3. Desventajas de la competitividad.

Es una variable difícil de fortalecer, ya que, para poder mejorar la competitividad de una organización, se requiere de un proceso de reforma en todas las áreas de la misma, así como del compromiso y la participación activa de todos sus integrantes, quienes muchas veces no se involucran en el proceso o tiene una actitud de indiferencia o de resistencia al cambio.

Es un proceso de largo plazo en el que es necesaria la constancia para el logro de los objetivos planteados, lo que puede producir desánimo en el personal al no obtener resultados inmediatos.

Requiere de inversión de tiempo y activos, así como de esfuerzos para el fortalecimiento permanente de las capacidades del personal para la implementación de las estrategias de innovación; lo que muchas veces le cuesta mucho a la gerencia.

II.2.2.4. Tipos de competitividad:

Competitividad nacional

Se refiere a todas las características que debe integrar una nación para que sea competitiva, para ello son necesarios algunos elementos claves tales como: El dotar a la organización de una serie de recursos que le permitan poder competir con sus rivales, siendo uno de ellos el fortalecimiento de las capacidades del recurso humano, infraestructura y equipamiento adecuados, entre otros. Está enfocada a la formación de empresas competitivas en el país, donde influye

mucho el entorno y el rol del gobierno es fundamental en la promoción de la innovación y el cambio en las pequeñas y medianas empresas, impulsándolas a tener una competencia justa para acelerar los procesos de innovación, promoviendo de esta manera el desarrollo de empresas competitivas a nivel internacional.

Competitividad sistémica

Es la competitividad que se produce a nivel de sistemas o redes inter empresariales, por lo que en este tipo de competencia es importante el análisis de los factores micro y macro económicos, normatividad, situaciones coyunturales, así como de otras variables que influyen en el plano local, regional y nacional, que afectan a las empresas.

Competitividad estructural

La competitividad estructural se refiere a la especialización en los procesos que implican la producción de bienes y servicios, tales como la innovación tecnológica, el mejoramiento en la calidad de las redes de distribución y los factores de localización.

Clúster nacional

Aquellos que combinan la integración entre la competitividad sistémica y la competitividad estructural. Para impulsar el desarrollo económico a nivel macro, es necesario fomentar la creación de elementos que proporcionen ventajas competitivas.

II.2.2.5. MYPES.

De acuerdo con la definición legal que se le asigna, podemos decir que una MYPES es una empresa conformada por una persona natural o jurídica cuyo objetivo es el de llevar a cabo diversas actividades económicas, sean extractivas, productivas, de transformación, comercialización. (Mares, 2013).

Al respecto el Congreso de la República promulgó la Ley N° 30056 referida a aquella normativa que modifica diversas leyes para promover la inversión y el crecimiento económico, así como su proceso de formalización. (Congreso de la República del Perú, 2013).

II.2.2.6. Características de las PYMES:

De acuerdo con la legislación vigente: Ley 30056 (2013), en su artículo 5 indica que las Pymes se clasifican en diferentes categorías de acuerdo con sus ventas anuales como: se ubican en categorías empresariales de acuerdo al nivel de ventas anuales como: **Microempresa:** Cuyas ventas anuales no superan las 150 UIT.

Pequeña empresa: Cuyas ventas anuales son entre 150 UIT hasta el monto máximo de 1700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Mediana empresa: Cuyas ventas anuales fluctúan entre 1700 UIT hasta el monto máximo de 2300 UIT.

La entidad encargada de regular estos montos es la Superintendencia nacional de aduanas (SUNAT).

II.2.2.7. Importancia de las MYPES.

Las Pymes brindan un aporte significativo al desarrollo económico en el contexto nacional tanto en el producto bruto interno, (40%), así como en la reducción del desempleo, al brindar aproximadamente el 80% de la oferta laboral. (Sánchez, 2016).

III. HIPÓTESIS

Dicho por Fidias (2012), no todas las investigaciones tienen hipótesis. Por ser una investigación de nivel descriptivo no se formula hipótesis de investigación.

IV. METODOLOGÍA

IV.1. Diseño de investigación

Por la naturaleza del problema este proyecto de investigación es de nivel descriptivo por lo que tratará de detallar y especificar las características de las

variables Competitividad y Gestión de calidad, los cuales serán obtenidos a partir de la aplicación del instrumento “encuesta”.

El diseño de la investigación fue no experimental - transversal, ya que se realizó sin manipular deliberadamente las variables, sino a través de la recopilación de datos en una encuesta para posteriormente hacer el análisis respectivo; y además se realizó en un periodo determinado de tiempo, año 2018.

Así mismo, la investigación fue de tipo cuantitativa, ya que ha permitido el observar los datos en forma numérica, generalmente con ayuda de herramientas del campo de la estadística.

IV.2. Población y muestra

La población de estudio estuvo conformada por las MyPes del sector servicio rubro restaurantes que funcionan en el Distrito de San Juan de la Virgen, Provincia de Tumbes.

La muestra es de tipo no probabilístico en la cual se seleccionó de 68 clientes de 10 MyPes del sector servicio rubro restaurantes que funcionan en el distrito de San Juan de la Virgen, Provincia de Tumbes., para lo cual se aplicó la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{Z_a^2 \times p \times q}{d^2}$$

Donde:

N=Población 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%)

$N = \frac{1.645^2 (0.50) (0.50)}{(0.1)^2}$

$N = \frac{(2.706025) (0.25)}{0.01}$

N=67.650625= 68 clientes

Cuadro 1. Población

Nº	RAZON SOCIAL	DIRECCIÓN
1	Restaurante El Huerto del Sabor	Distrito de San Juan de la Virgen, provincia de Tumbes

2	Restaurante El Algarrobo	Distrito de San Juan de la Virgen, provincia de Tumbes
3	Restaurante El Batán	Distrito de San Juan de la Virgen, provincia de Tumbes
4	Restaurante Garbanzal	Distrito de San Juan de la Virgen, provincia de Tumbes
5	Restaurante Oasis	Distrito de San Juan de la Virgen, provincia de Tumbes
6	Restaurante Bar Picantería Mi Almendro	Distrito de San Juan de la Virgen, provincia de Tumbes
7	Restaurant turístico El Rincón Criollo	Distrito de San Juan de la Virgen, provincia de Tumbes
8	Restaurante turístico Río Verde	Distrito de San Juan de la Virgen, provincia de Tumbes
9	Restaurante El Moscú	Distrito de San Juan de la Virgen, provincia de Tumbes
10	Restaurante El Bambú Internacional	Distrito de San Juan de la Virgen, provincia de Tumbes

Fuente: Municipalidad Distrital de San Juan de la Virgen

3. Definición y operacionalización de variables

Cuadro 2. Operacionalización de variables.

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Gestión de calidad	Se entiende por gestión de la calidad total a todos los procesos de la empresa orientados a la calidad de los bienes y servicios para obtener de ventajas competitivas y la satisfacción total de los clientes.	Se describirán las principales características de la variable gestión de calidad presentes en las micro y pequeñas empresas estudiadas, para lo cual se aplicará una encuesta con preguntas estratégicas para recopilar esta información	Información Instalaciones adecuadas Personal calificado	Nominal Nominal Nominal
	Es la capacidad operativa que tiene una	Se describirán las principales características de la	Innovación	Nominal

Competitividad	empresa para producir bienes o brindar servicios, que estén acordes al tiempo, lugar y forma preferida por los clientes	competitividad de las PYMES estudiadas en la presente investigación, para lo cual se hará uso de una encuesta para recopilar dicha información.	Preferencia de concurrencia	Nominal
----------------	---	---	-----------------------------	---------

Fuente: Elaboración propia.

IV.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas a utilizar en el proyecto de investigación será el cuestionario, el cual está conformado por 18 interrogantes, además de la aplicación de la técnica de la observación directa, la cual permite identificar las características de los encuestados.

El instrumento a utilizar es la encuesta y los instrumentos bibliográficos los cuales permitirán obtener resultados fidedignos y veraces para la obtención de los resultados.

IV.4. Plan de análisis

Para el procesamiento de los datos y elaboración del proyecto se utilizarán los sistemas informativos e informáticos como son el internet, Microsoft office (power point, Word, Excel, etc.) los cuales permitirán construir cada parte de mi investigación, Word servirá para confeccionar el proyecto de investigación, Excel servirá para la elaboración de tablas y figuras en las cuales se representarán los resultados, y power point servirá para la elaboración de mi ponencia.

IV.5. Matriz de Consistencia

Cuadro 3. Matriz de consistencia.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS	VARIABLES	POBLACIÓN Y MUESTRA	DISEÑO	INSTRUMENTO
¿Cuáles son las principales características de la Competitividad y de la Gestión de Calidad de las MYPES sector servicio rubro restaurantes en el Distrito de San Juan de la Virgen-Tumbes, 2018?	Determinar las principales Características operativas de la gestión de Calidad en las MYPES sector servicios, rubro restaurantes en el Distrito de San Juan de la Virgen, Provincia de Tumbes	Independiente: Gestión de calidad	Población: La población y muestra de estudio estuvo conformada por 68 clientes de las 10 MyPes del sector comercio rubro restaurantes que funcionan en el distrito de San Juan de la Virgen Provincia de Tumbes	Tipo de Investigación: Cuantitativa Nivel: Descriptivo Diseño: No Experimental	La encuesta diseñada especialmente para la investigación
	Determinar las características estructurales que influyen en la mejora de la gestión de la calidad en las MYPES sector servicios, rubro restaurantes en el Distrito de San Juan de la Virgen, Provincia de Tumbes.				
	Determinar los factores que influyen en la mejora de la competitividad de las MYPES del sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de San Juan de la Virgen – Tumbes.	Dependiente: Competitividad.			

	Determinar el grado de competitividad de las MYPES del sector servicio, rubro restaurantes en el Distrito de San Juan de la Virgen – Tumbes.				
--	--	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia.

IV.6. Principios éticos

El investigador considera formular los siguientes principios éticos, el no plagio, respeto al derecho de autor, compromiso con el asesor, responsabilidad con el desarrollo del proyecto.

V. RESULTADOS

V.1.Resultados

**TABLA N° 01 Características de las Micro y Pequeñas Empresas del sector Servicios
Rubro Restaurantes del Distrito de San Juan de la Virgen, Provincia de Tumbes, 2018**

De la empresa	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Tiempo de permanencia en el rubro		
0 a 3 años	6	60%
4 a 6 años	2	20%
7 años a mas	2	20%
Total	10	100%
Número de trabajadores		
1 a 5 trabajadores	10	100%
6 a 10 trabajadores	0	0
11 a más trabajadores	0	0
Total	10	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes del sector Servicios rubro restaurantes, del Distrito de San Juan de la Virgen, Provincia de Tumbes, 2018

Tabla N° 02: Características de la Gestión de Calidad en las Micro y Pequeñas del sector Servicios Rubro Restaurantes del Distrito de San Juan de la Virgen, Provincia de Tumbes, 2018

Gestión de la calidad	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
¿Considera usted que el restaurante cuenta con el personal suficiente para la atención?		
Si	52	76,5%
No	16	23,5%
Total	68	100%
¿Los empleados del restaurante brindan información clara y completa sobre los productos ofrecidos (menú, precios, promociones)?		
Si	51	75%
No	17	25%
Total	68	100%
¿Considera usted que los empleados del restaurante resuelven oportunamente las dudas o reclamos de los clientes?		
Si	56	82,4%
No	12	17,6%
Total	68	100%
¿Considera usted que el restaurante cuenta con instalaciones adecuadas y visualmente atractivas?		
Si	49	72%
No	19	28%
Total	68	100%

¿Considera usted que el restaurante cuenta con suficiente mobiliario?

Si	51	72,9%
No	17	27,1%
Total	68	100%

¿Considera usted que el restaurante está ubicado en una zona segura y libre de riesgos para los clientes?

Si	56	82,4%
No	12	17,6%
Total	68	100%

¿Cree usted que el restaurante cuenta con personal calificado para la atención del servicio?

Si	51	72,9%
No	17	27,1%
Total	68	100%

¿Considera usted que los empleados del restaurante resuelven oportunamente las dudas o reclamos de los clientes?

Si	53	78%
No	15	22%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes de las micro y pequeñas empresas del sector Servicios rubro restaurantes, del Distrito de San Juan de la Virgen, Provincia de Tumbes, 2018

Tabla N° 03: Característica de la competitividad en las Micro y Pequeñas del sector

Servicios Rubro Restaurantes, del Distrito de San Juan de la Virgen, Provincia de Tumbes, 2018

De la competitividad	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
¿El restaurante ofrece continuamente promociones y descuentos a los clientes?		
Si	43	63,2%
No	25	36,8%
Total	68	100%
¿Considera usted que el restaurante ofrece precios razonables por los servicios que brinda?		
Si	52	76,5%
No	16	23,5%
Total	68	100%
¿El restaurante ofrece variedad de productos y precios?		
Si	52	76,5%
No	16	23,5%
Total	68	100%
¿Cree usted que el restaurante invierte en materiales, infraestructura y otros para la satisfacción del cliente?		
Si	49	72%
No	19	28%
Total	68	100%
¿Cree usted que el restaurante tiene buena afluencia de clientes?		
Si	43	63%

No	25	37%
Total	68	100%

¿Cree usted que el restaurante goza de la preferencia de los clientes en relación a sus competidores?

Si	47	69%
No	21	31%
Total	68	100%

¿Considera que el restaurante implementa estrategias innovadoras?

Si	28	11%
No	40	59%
Total	68	100%

¿Está usted satisfecho con el servicio brindado por el restaurante?

Si	49	72%
No	19	28%
Total	68	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes del sector Servicios rubro restaurantes, del Distrito de San Juan de la Virgen, Provincia de Tumbes, 2018

V.2. Análisis de resultados

TABLA N° 1

Referente a las características de las MYPES del sector servicios rubro restaurantes del distrito de san juan de la virgen, provincia de tumbes.

En relación al tiempo de permanencia de estas empresas en las MYPES, encontramos que la mayoría (80%) tiene un tiempo de permanencia en el mercado de servicios del rubro restaurantes de 0 a 6 años; y el 100% cuenta con un número de trabajadores no mayor a 5. Respecto a estos resultados no encontramos coincidencias con otros resultados tomados en cuenta para esta investigación.

TABLA N° 02:

Referente a las características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas del sector servicios rubro restaurantes, del distrito de San Juan de la Virgen.

Con respecto a la percepción de la calidad de atención por parte de los clientes de los restaurantes de la muestra seleccionada, se identificó que en su mayoría (70 a 78%), consideran que la atención brindada en los restaurantes es adecuada, ya que consideran que cuentan con personal suficiente que los atiende adecuadamente y resuelve sus dudas. Sin embargo, existe un porcentaje importante del más de entre el 23 al 28% de clientes que considera que no es así, lo que refleja un cierto grado de insatisfacción en relación a la calidad de la atención. Dicha información contrasta con la obtenida en la investigación de Campos, C.A. (Piura -2015). Sobre la Gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías del Asentamiento Humano Primavera Castilla, 2015, donde concluye en que, si existe una amplia relación e influencia de la gestión de la calidad y la

mejora de la competitividad en las pequeñas y medianas empresas del sector servicios, rubro restaurantes; sin embargo, los empresarios que se desempeñan

en este mercado, no le dan la debida importancia a estos aspectos. Decimos que tiene relación, ya que se identifica que los propietarios de estos negocios no prestan importancia a mejorar la calidad de atención a sus clientes a fin de conseguir su fidelización.

Así mismo, en relación a las condiciones generadas para brindar una mayor comodidad a los clientes ,tales como: Personal calificado y condiciones de infraestructura, la mayor parte d ellos clientes considera que si se han generado condiciones adecuadas en relación a estos aspectos, sin embargo, al igual que en el párrafo anterior, existe un porcentaje importante de entre el 22 al 28% de los clientes que considera que aún faltan muchos mejorar estos aspectos, por lo cual su satisfacción no es completa.

Esta información también se relaciona con la información obtenida en la investigación de Campos, C.A. (Piura - 2015), donde se identificó que las características que tiene la gestión de la calidad en las MYPE rubro restaurantes cevicherías Asentamiento Humano La primavera es la falta de conocimientos que les permitan mejorar sus procesos operativos, así como la resistencia al cambio. En este sentido, se puede identificar que hay una resistencia a los cambios por parte de los propietarios de estos negocios, quienes n o consideran importante invertir en mejorar las condiciones para brindar una mayor comodidad y satisfacción a los clientes.

TABLA N° 03:

Características de la competitividad en las micro y pequeñas del sector servicios rubro restaurantes, del distrito de san juan de la virgen,2018.

Respecto a la implementación de estrategias innovadoras para captar un mayor número de clientes y/o lograr su fidelización, en este aspecto es aún menor el número de clientes que consideran que estas MYPES implementan constantemente estrategias innovadoras como el lanzamiento de ofertas o beneficios adicionales (alrededor de un 57%), opinan que, si se implementan, sin embargo, hay un 43% de los clientes que considera que no se implementan estrategias innovadoras.

Esta información es compatible con los estudios de Campos, C.A. (Piura - 2015), Respecto a la importancia de la competitividad de las MYPE del rubro restaurantes Cevicherías Asentamiento Humano La Primavera Castilla se concluye aún existen muchas debilidades en las tendencias de innovación, en las medidas estándar de calidad orientadas a la satisfacción de los clientes por lo que es importante que se considere perfeccionar sistemas propios de planeación, organización, dirección, y control para mejorar el servicio.

Con respecto a los elementos analizados de la competitividad de las MYPE rubro restaurantes cevicherías Asentamiento Humano La primavera Castilla, se ha evidenciado que las estrategias implementadas por los empresarios en este rubro, con el propósito de mejorar su competitividad no han sido las más adecuadas.

Con respecto a la competitividad en comparación con otras empresas del mismo rubro, de la información obtenida se refleja que la mayoría de los clientes perciben que las MYPES de este distrito, no tiene las herramientas necesarias

para poder competir en el mercado, ya que existe un alto porcentaje de los encuestados, del 31% que considera que existen estos negocios no necesariamente gozan de la preferencia entre sus competidores.

Esta información se relaciona con la obtenida por Rivas, V. (Piura - 2014). En su estudio sobre Planeamiento Estratégico y Competitividad en las MYPE de servicio rubro restaurantes – urbanización la Providencia Piura 2014. Llegó a las siguientes conclusiones: La globalización que existe en la actualidad, ha dado lugar al incremento de la competencia entre as empresas en los diversos rubros, siendo necesario adaptarse a los cambios del entorno para poder ser líderes en el mercado local.

VI. CONCLUSIONES

Primera Conclusión.

La mayoría Relativa de las MYPES (60%) del sector servicios, rubro restaurantes en el Distrito de San Juan de la Virgen, Provincia de Tumbes, no tiene más de 7 años de funcionamiento de permanencia en el mercado. Así mismo, la totalidad de ellas no cuenta con más de 5 personas para la atención a los clientes.

Segunda Conclusión:

Si bien es cierto, la mayoría de los entrevistados (70 al 78%) considera que los restaurantes del sector servicios rubro restaurantes del Distrito de San Juan de la Virgen, Provincia de Tumbes, brindan una atención satisfactoria, con personal calificado y ambientes adecuados.

Es importantes tener en cuenta que existe un porcentaje importante, aunque minoritario (23 al 28%) de los clientes que no tiene la percepción de que los servicios brindados sean de óptima calidad; por lo cual es importante que los dueños de estos establecimientos puedan adoptar medidas para una mejor gestión de la calidad de los servicios que brindan, a fin de no reducir la cantidad de clientes y por ende su rentabilidad.

Tercera Conclusión:

La mayoría relativa de los clientes entrevistados (57%) consideran que estas MYPES implementan constantemente estrategias innovadoras como el lanzamiento de ofertas o beneficios adicionales; sin embargo al igual que en la

gestión de la calidad, es necesario tener en cuenta que existe un porcentaje, aunque minoritario (43%) que considera que las MYPES de este sector y rubro en el Distrito de San Juan de la Virgen, no están implementando estrategias innovadoras para la fidelización de los clientes.

Así mismo, se considera que la mejora de la gestión de la calidad es un factor determinante en el incremento de la competitividad de las MYPES, ya que mientras se tenga una mejor percepción de la calidad del servicio, habrá un mayor posicionamiento de la MYPE entre sus competidores, al gozar de la preferencia de los clientes.

VII. RECOMENDACIONES

Que los propietarios de las MYPES del sector comercio rubro restaurantes del Distrito de San Juan de la Virgen realicen un diagnóstico y análisis de los procesos que se realizan para brindar el servicio, desde la preparación de alimentos, servido, atención al cliente, mantenimiento de la infraestructura, entre otros, a fin de realizar los ajustes y/o medidas correctivas que sean necesarias para mejorar la calidad del servicio brindado.

Que los propietarios de las MYPES inviertan constantemente en mejorar los procesos que se realizan para brindar el servicio, a fin de tener una mejor gestión de la calidad.

Respecto a la importancia de mejorar la competitividad de las MYPES, se considera que es necesario que los propietarios de las empresas del sector servicio, rubro restaurantes, en el distrito de San Juan de la Virgen, tomen conciencia de la importancia de mejorar su nivel de competitividad en relación a otras empresas y de mejorar su posicionamiento en el mercado local y su expansión exitosa en otros mercados.

Que los propietarios de las MYPES implementen constantemente estrategias innovadoras que les permitan atraer un mayor número de clientes a fin de mejorar su posicionamiento en el mercado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abanto, C. (2018). *Caracterización de la competitividad y financiamiento de las MYPES, sector servicio, rubro restaurantes, distrito Tumbes, 2018.*
- Arana, G., Camisón, C., Casadesús, M., & Martiarena, A. (2008). *Serie Competitividad gestión de la calidad y competitividad de las empresas de la CAPV.*
- Barrientos, F. (2018). *Caracterización del financiamiento y gestión de calidad de las MYPES, sector servicio rubro restaurantes en el distrito de San Jacinto, 2017.*
- Becerra, F., Andrade, A., & Díaz, L. (2018). Sistema de gestión de la calidad para el proceso de investigación: Universidad de Otavalo, Ecuador. *Sistema de Gestión de La Calidad Para El Proceso de Investigación: Universidad de Otavalo, Ecuador, 19(1409-47-03), 1-32.* <https://doi.org/10.15517/aie.v19i1.35235>
- Camisón, C., Cruz, S., & Gonzáles, T. (2007). Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas. Retrieved October 20, 2019, from 2007 website: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/55866751/gestion-de-la-calidad.pdf?response-content-disposition=inline%3Bfilename%3DGestion_de_la_calidad_Conceptos_enfoques.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F2019
- Congreso de la República del Perú. *Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial.* , (2013).
- García, J., & Martínez, M. (2018). *Uso de la dotación básica del restaurante y asistencia en el preservicio.*
- García, R. (2001). *El restaurante caraqueño: Claves de éxito.*
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2017). *Metodología de la investigación (Sexta).* México: Mc Graw Hill.

- Lizarzaburu, E. (2016). La gestión de la calidad en Perú:Un estudio de la norma ISO 9001. *La Gestión de La Calidad En Perú:Un Estudio de La Norma ISO 9001*, 18(0124–4639), 33–54.
- López, D. (2018). *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*.
- Mares, C. (2013). *Las micro y pequeñas empresas(MYPES) en el Perú*.
- Miranda, J. (2012). La competitividad y el éxito empresarial. *La Competitividad y El Éxito Empresarial*, 1(2344–7516), 59–65
- Monterroso, E. (2016). Competitividad y estrategia:Conceptos,fundamentos y relaciones. *Competitividad y Estrategia:Conceptos,Fundamentos y Relaciones*, 4–26.
- Núñez, I. (2000). *Usos y definiciones de los términos relativos a los usuarios o clientes*. 113.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura. (2017). *Bioética y Ética en la UNESCO*.
- Príncipe, J. (2017). Competitividad y excelencia empresarial. *Exégesis*, 3(3), 45–50.
- Quezada, B. (2016). *Propuesta de un modelo de gestión de calidad para la mejora de los restaurantes de la ciudad de Ambato*.
- Sáenz, K. (2018). *Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes de Cajamarca, 2016*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Sánchez, B. (2016). Las Mypes en Perú. Su importancia y propuesta tributaria. *Las Mypes En Perú.Su Importancia y Propuesta Tributaria*, 1.
- Suñol, S. (2006). Aspectos teóricos de la competitividad. *Aspectos Teóricos de La Competitividad*, 179–198.

ANEXOS

ANEXO 1: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO		
	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
TITULO, CONTENIDO, INTRODUCCION															
PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACION															
MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL															
METODOLOGÍA															
REFERENCIAS Y ANEXOS															

ANEXO 02: PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD	C. UNITARIO (S/.)	COSTO PARCIAL (S/.)	COSTO TOTAL (S/.)
VIATICOS					
Viáticos x 1 personas	Día	02.00	20.00	40.00	40.00
BINES DE CONSUMO					64.00
Papel Bond 60 Gramos	Millar	1.00	28.00	28.00	
Impresiones	Unidad	60	0.2	12.00	
Bolígrafos	Unidad	1.00	0.50	0.50	
Folder Manila	Unidad	5.00	0.50	2.50	
Grapas	Unidad	1.00	6.00	6.00	
Tablero Sujeta Papeles	Unidad	1.00	8.00	8.00	
Lápiz	Unidad	2.00	1.00	2.00	
Papelógrafo	Unidad	10.00	0.5	5.00	
TOTAL					104.00

FINANCIAMIENTO:

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

ANEXO 3: ENCUESTA



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información del micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: La Gestión de Calidad en la Competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas, Sector Servicio, Rubro Restaurantes del Distrito de San Juan de la Virgen, Provincia de Tumbes, año 2018. Se le agradece anticipadamente la información que usted proporcione.

(DIRIGIDO A LOS PROPIETARIOS):

1. ¿Cuánto tiempo de existencia en el mercado tiene la empresa?

0 a 3 años 4 a 6 años 7 años a mas

2. ¿Cuántos trabajadores tiene?

1 a 5 6 a 10 11 a mas

(DIRIGIDO A LOS CLIENTES)

3. ¿Considera usted que el restaurante cuenta con el personal suficiente para la atención?

SI NO

4. ¿los empleados del restaurante brindan información clara y completa sobre los productos ofrecidos (¿menú, precios, promociones)?

SI NO

5. **¿Considera usted que los empleados del restaurante resuelven oportunamente las dudas o reclamos de los clientes?**

SI NO

6. **¿considera usted que el restaurante cuenta con instalaciones adecuadas y visualmente atractivas?**

SI NO

□

7. **¿Considera usted que el restaurante cuenta con suficiente mobiliario?**

SI NO

8. **¿Considera usted que el restaurante está ubicado en una zona segura y libre de riesgos para los clientes?**

SI NO

9. **¿Cree usted que el restaurante cuenta con personal calificado para la atención del servicio?**

SI NO

10. **¿Considera usted que los empleados del restaurante resuelven oportunamente las dudas o reclamos de los clientes?**

SI NO

11. **¿El restaurante ofrece continuamente promociones y descuentos a los clientes?**

SI NO

12. **¿Considera usted que el restaurante ofrece precios razonables por los servicios que brinda?**

SI NO

13. **¿El restaurante ofrece variedad de productos y precios?**

SI NO

14. ¿Cree usted que el restaurante invierte en materiales, infraestructura y otros para la satisfacción del cliente?

SI

NO

15. ¿Cree usted que el restaurante tiene buena afluencia de clientes?

SI

NO

16. ¿Cree usted que el restaurante goza de la preferencia de los clientes en relación a sus competidores?

SI

NO

17. ¿Considera que el restaurante implementa estrategias innovadoras?

SI

NO

18. ¿Está usted satisfecho con el servicio brindado por el restaurante?

SI

NO



ANEXO 4: FIGURAS

Características de las Micro y Pequeñas Empresas.

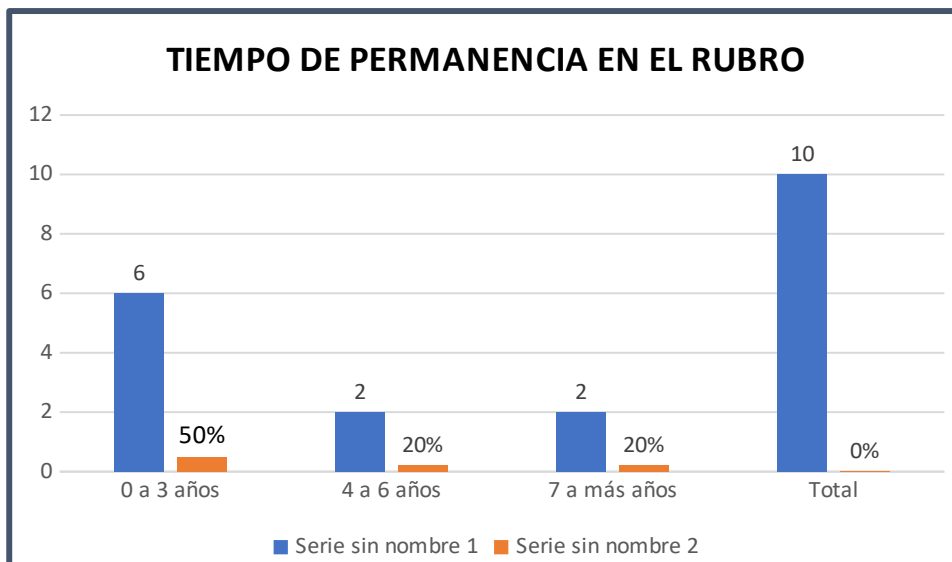


Figura 1: Tiempo de permanencia en el rubro
Fuente: Tabla 1

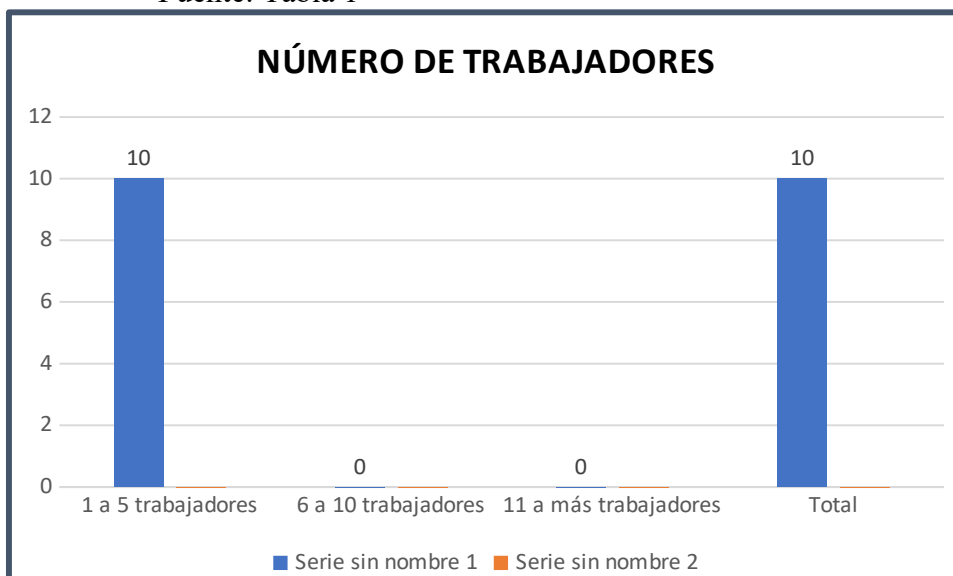


Figura 2: Tiempo de permanencia en el rubro
Fuente: Tabla 1

Respecto a las Características de la Gestión de calidad de las Micro y pequeñas empresas

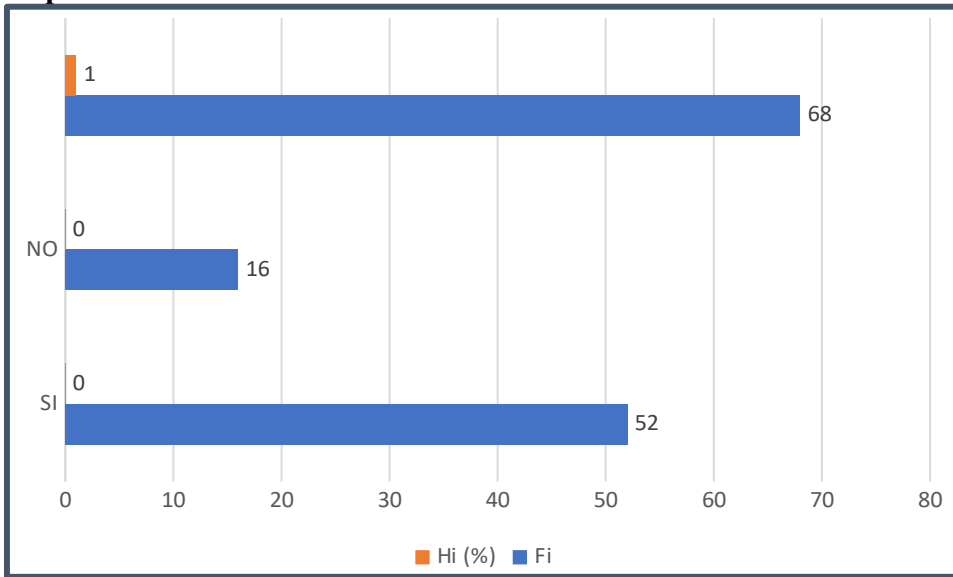


Figura 3: Considera usted que el restaurante cuenta con el personal suficiente para la atención

Fuente: Tabla 2

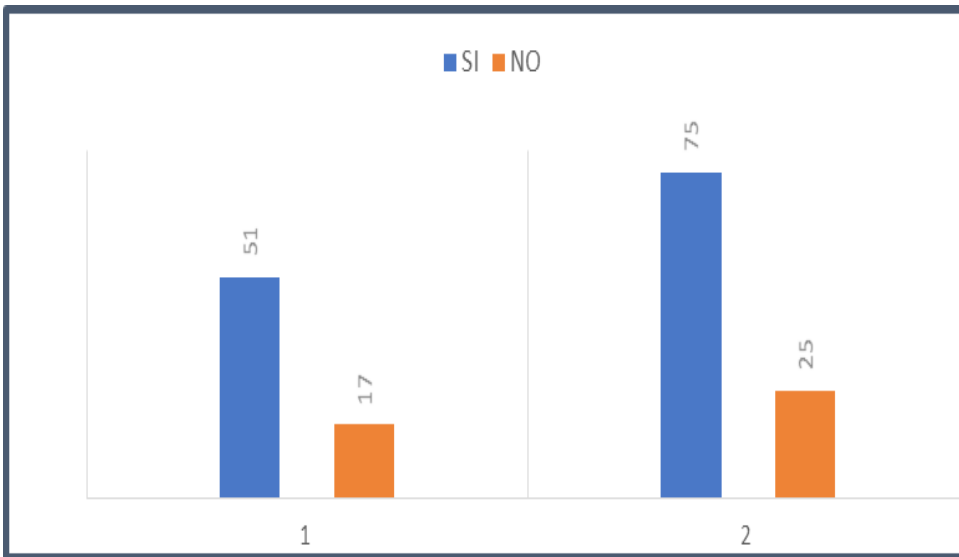


Figura 4: Los empleados del restaurante brindan información clara y completa sobre los productos ofrecidos (menú, precios, promociones)

Fuente: Tabla 2

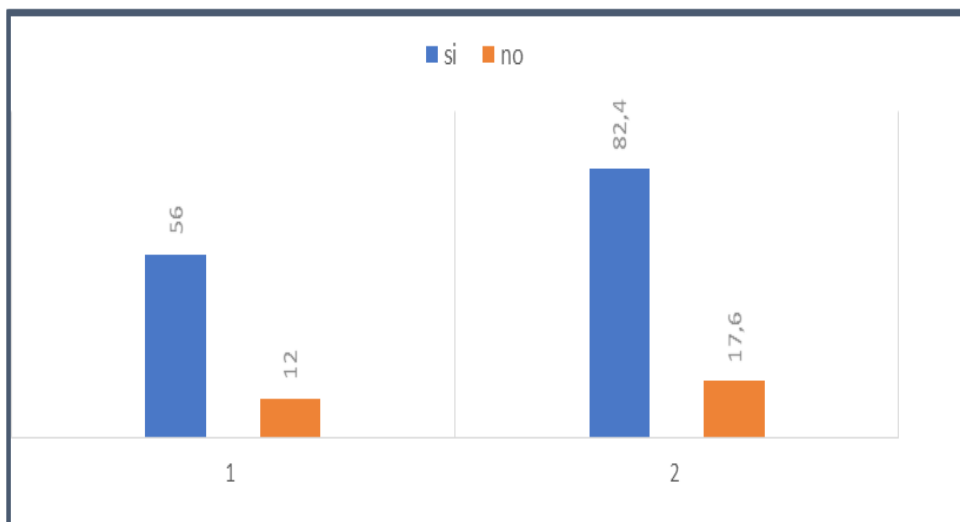


Figura 5: ¿considera usted que los empleados del restaurante resuelven oportunamente las dudas o reclamos de los clientes?

Fuente: Tabla 2

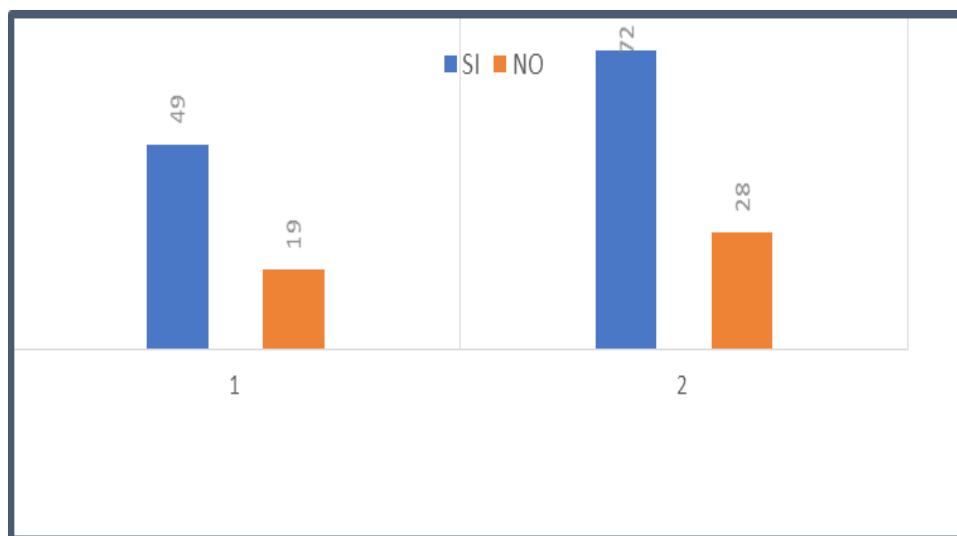


Figura 6: considera usted que el restaurante cuenta con instalaciones adecuadas y visualmente atractivas?

Fuente: Tabla 2

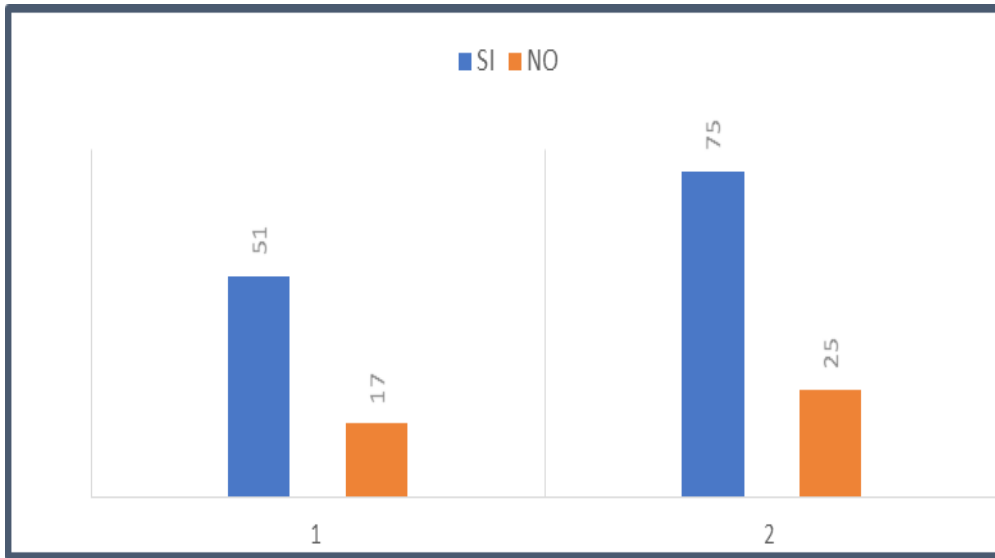


Figura 7: ¿considera usted que el restaurante cuenta con suficiente mobiliario?
Fuente: Tabla 2

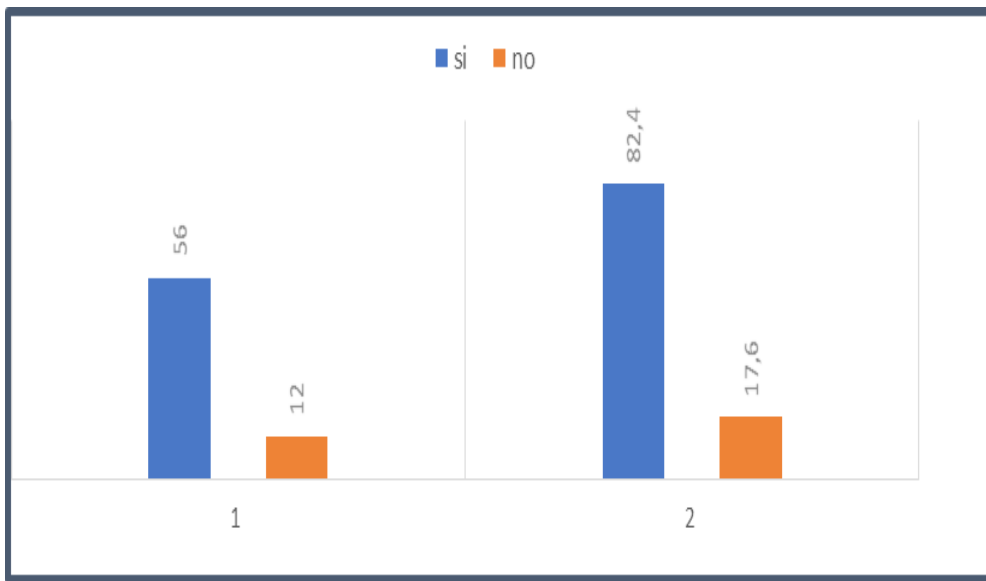


Figura 8: ¿considera usted que el restaurante está ubicado en una zona segura y libre de riesgos para los clientes?
Fuente: Tabla 2

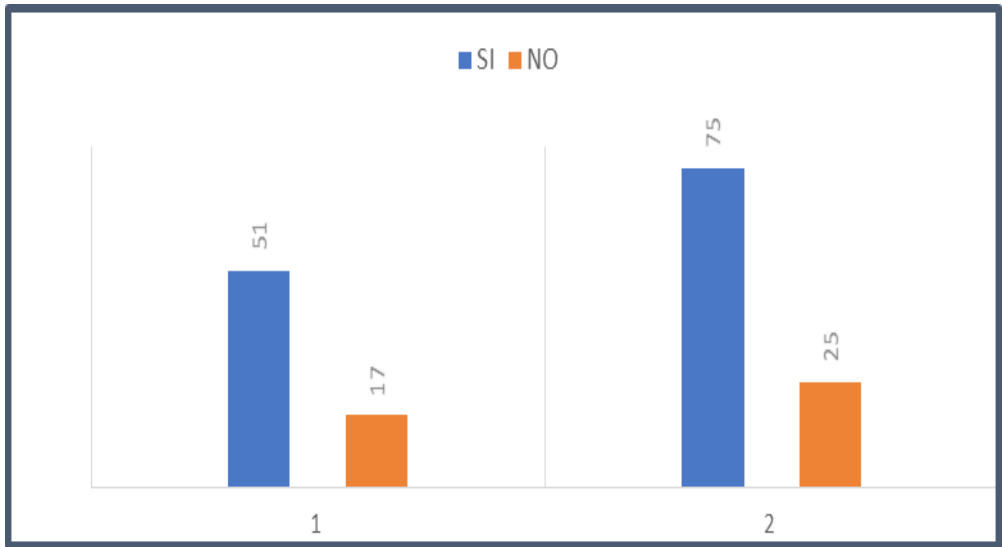


Figura 9: ¿cree usted que el restaurante cuenta con personal calificado para la atención del servicio?

Fuente: Tabla 2

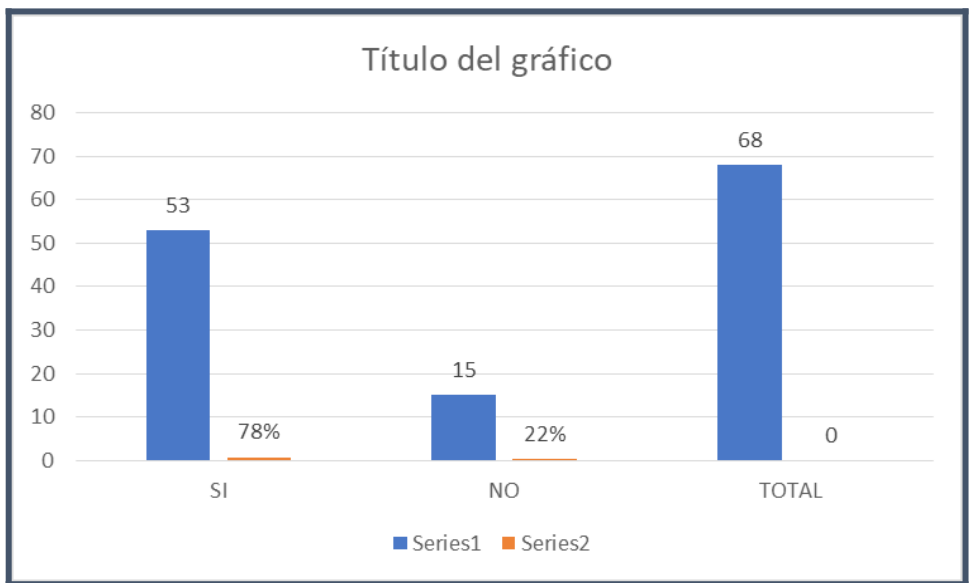


Figura 10: ¿considera usted que los empleados del restaurante resuelven oportunamente las dudas o reclamos de los clientes?

Fuente: Tabla 2

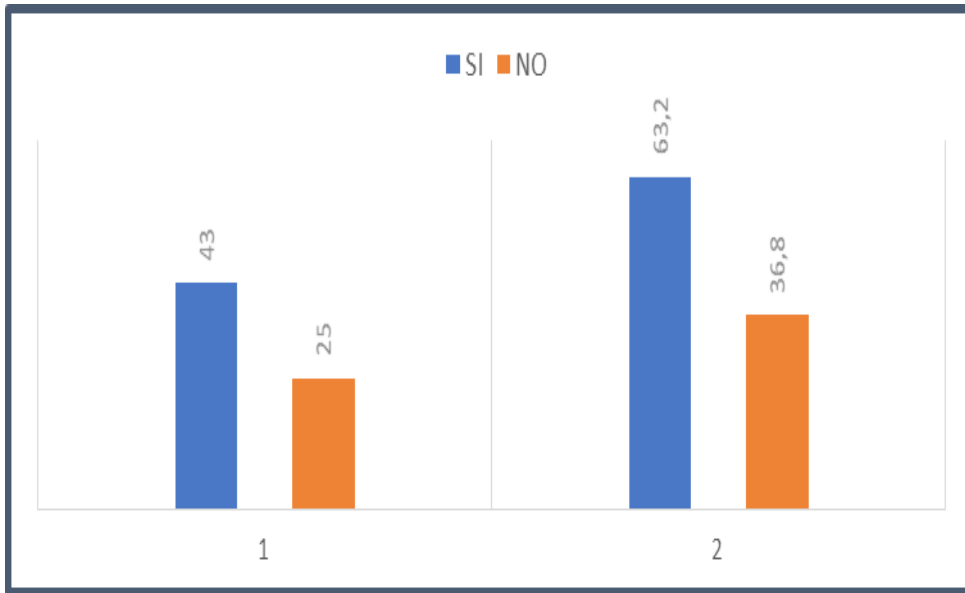


Figura 11: ¿el restaurante ofrece continuamente promociones y descuentos a los clientes?

Fuente: Tabla 3

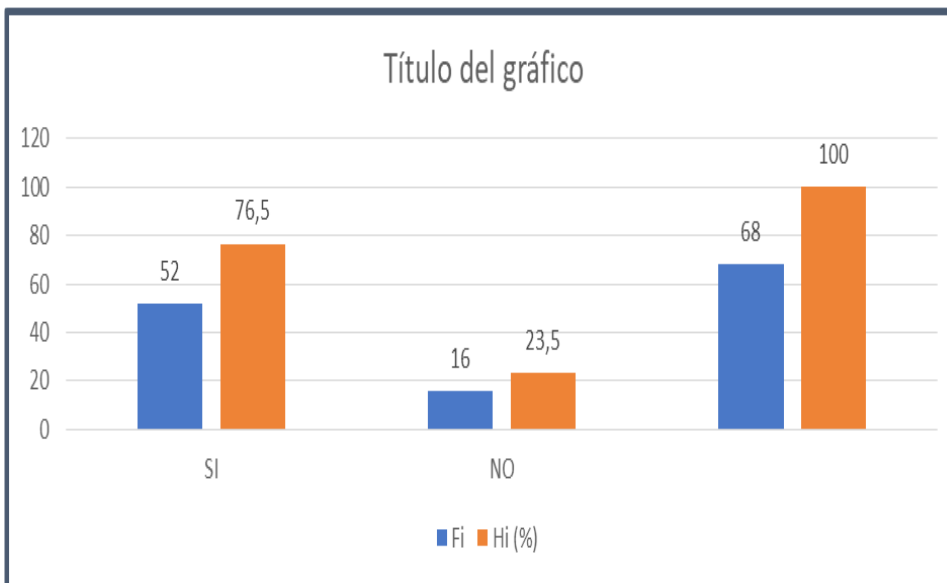


Figura 12: ¿considera usted que el restaurante ofrece precios razonables por los servicios que brinda?

Fuente: Tabla 3

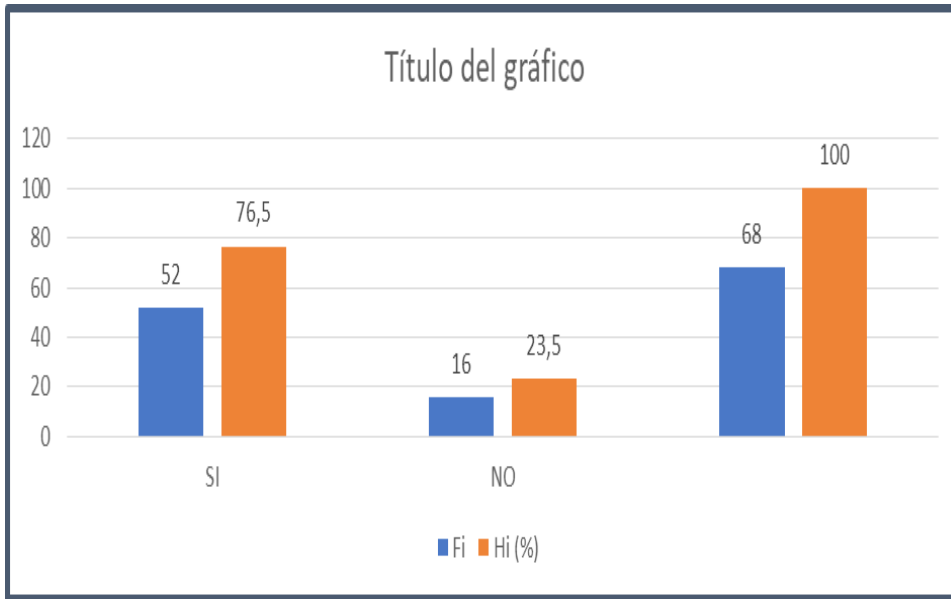


Figura 13: ¿el restaurante ofrece variedad de productos y precios?
Fuente: Tabla 3



Figura 14: cree usted que el restaurante invierte en materiales, infraestructura y otros para la satisfacción del cliente?

Fuente: Tabla 3

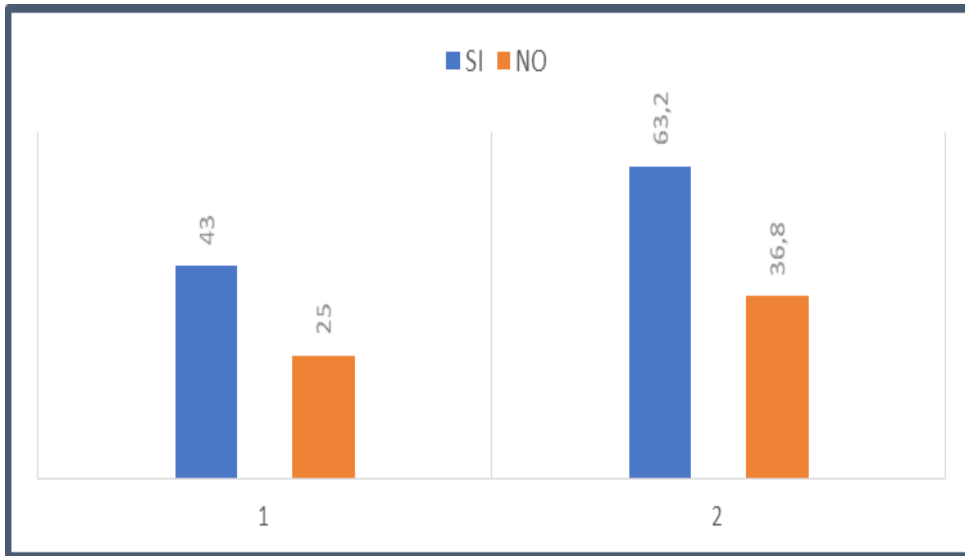


Figura 15: cree usted que el restaurante tiene buena afluencia de clientes?
Fuente: Tabla 3

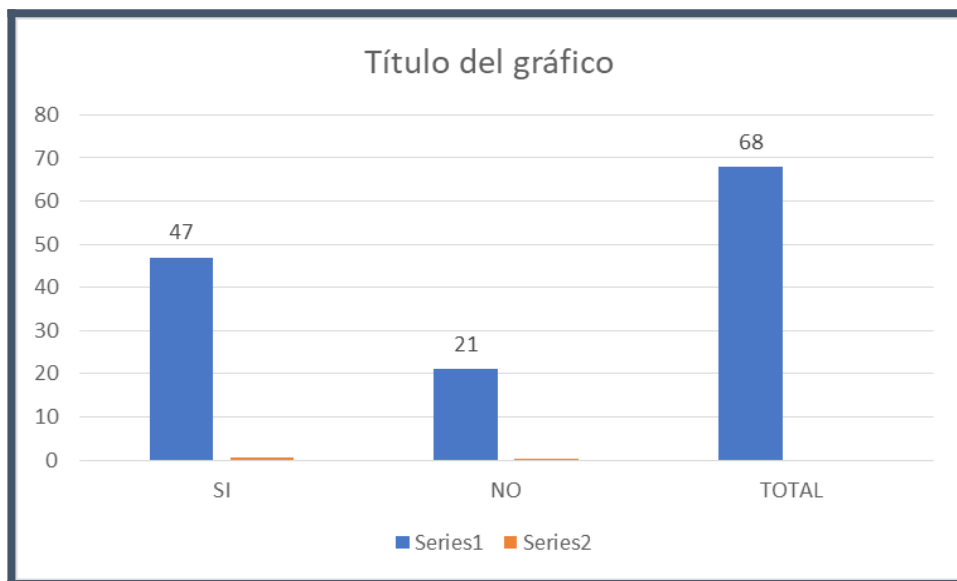


Figura 16: ¿cree usted que el restaurante goza de la preferencia de los clientes en relación a sus competidores?
Fuente: Tabla 3

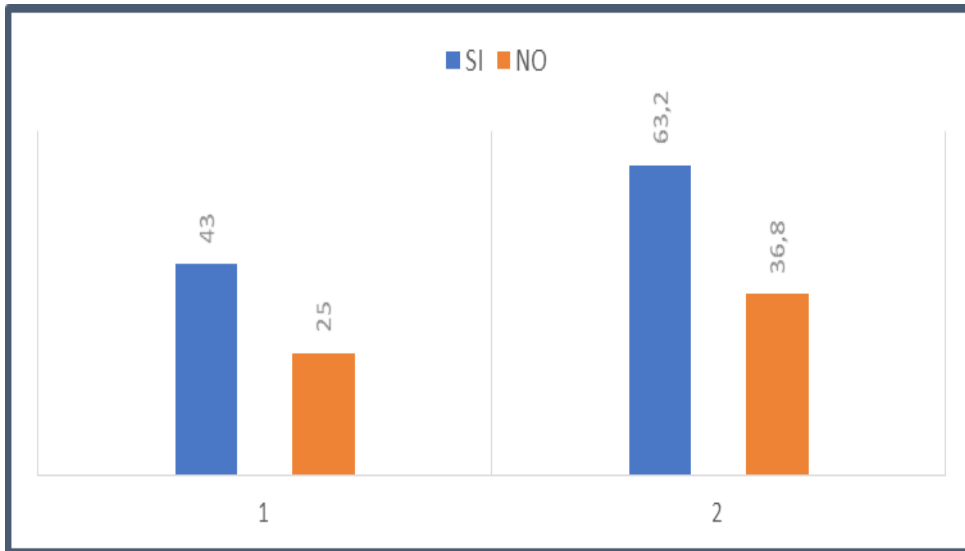


Figura 17: ¿considera que el restaurante implementa estrategias innovadoras?

Fuente: Tabla 3

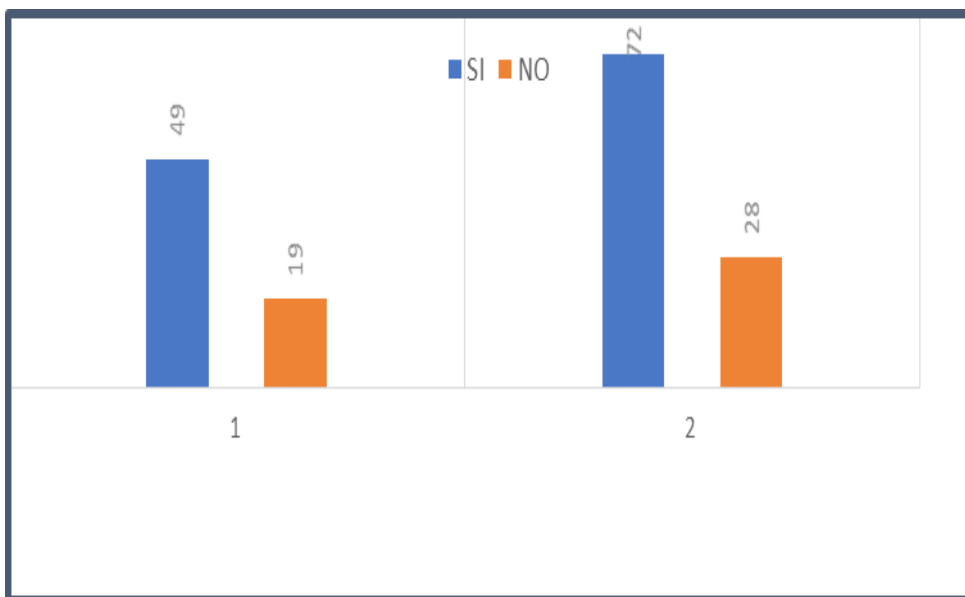


Figura 18: ¿Está usted satisfecho con el servicio brindado por el restaurante?

Fuente: Tabla 3