



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
DE CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LAS
MYPE RUBRO RESTAURANTES DEL CENTRO DEL
DISTRITO DE PAITA, AÑO 2019**

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

AUTORA:

KARIN LIZBETH PUELLES SOSA

ORCID: 0000-0003-3324-811X

ASESORA:

Dra. MERCEDES RENEE PALACIOS DE BRICEÑO

ORCID: 0000-0001-8823-2655

PIURA-PERÚ

2019

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Puelles Sosa, Karin Lizbeth

ORCID: 0000-0003-3324-811X

Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Piura, Perú.

ASESOR

Palacios de Briceño, Mercedes René

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Facultad de Ciencias
Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de
Administración Piura, Perú.

JURADO

Vilela Vargas Víctor Hugo

ORCID ID: 0000-0003-2027-6920

Guzmán Castro, Ivan Arturo

ORCID ID: 0000-0002-4650-4322

Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID ID: 0000-0001-7372-741X

HOJA DE FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

Mgtr. Iván Arturo Guzmán Castro

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Miembro

Lic. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

ORCID: 0000-0001-7372-741X

Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Asesora

AGRADECIMIENTO

A Dios por brindarme fortaleza y sabiduría para poder seguir adelante y cumplir con cada una de mis metas.

DEDICATORIA

A mis Padres por su apoyo incondicional por a verme educado con valores y ser perseverante siempre luchando por mis sueños.

A mis hijas que son mi motor y motivo para salir adelante y seguir luchando por cumplir cada una de mis metas.

RESUMEN

La presente investigación estableció como objetivo determinar la gestión de calidad como estrategia competitiva en las MYPE rubro restaurante del centro del distrito de Paita, año 2019. Se empleó la metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal, la técnica de recojo de datos: encuesta, instrumento: cuestionario que contiene preguntas en escala nominal para la variable gestión de calidad y competitividad. Así se determinó que los propietarios de las MYPE en su mayor parte son mujeres cuyas edades oscilan entre los 25 y 30 años; a los cuales se les aplicó una encuesta, obteniendo como resultados que el 100% de propietarios conoce a sus principales competidores. Así mismo El 100% atiende inmediatamente las quejas y reclamos de sus clientes. Por otro lado, El 75% no cuenta con un plan estratégico, mientras que el 25% si cuenta con un plan estratégico. Con respecto a los trabajadores el 100% manifestó que no reciben incentivos por su buen desempeño que realizan en el trabajo, así también, al 100% de trabajadores no se les permite brindar sugerencias para mejora del servicio.

Palabras claves: Gestión de calidad, competitividad

ABSTRAC

This research established the objective of determining quality management as a competitive strategy in the MYPE restaurant category of the center of the district of Paita, year 2019. The methodology of quantitative type, descriptive level, non-experimental design, cross-sectional technique, technique was used. of data collection: survey, instrument: questionnaire that contains questions on a nominal scale for the variable quality and competitiveness management. Thus it was determined that the owners of the MYPE are mostly women whose ages range between 20 and 40 years; to which a survey was applied, obtaining as results that 100% of owners know their main competitors. Likewise 100% immediately attend the complaints and claims of its customers. On the other hand, 75% do not have a strategic plan, while 25% do have a strategic plan. With respect to workers, 100% said they do not receive incentives for their good performance at work, and 100% of workers are not allowed to provide suggestions for service improvement.

Keywords: Quality management, competitiveness

CONTENIDO

AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRAC.....	vii
CONTENIDO.....	viii
INDICE DE TABLAS.....	x
INDICE DE CUADROS.....	xi
INDICE DE GRAFICOS.....	xii
I. INTRODUCCION.....	15
REVISION DE LA LITERATURA.....	22
1.1 Antecedentes.....	22
1.2 Bases teóricas.....	36
2.2.1. Gestión De Calidad.....	36
2.2.1.2. Elementos de la gestión de calidad.....	37
2.2.1.3. Principios de gestión de calidad.....	39
2.2.2. Competitividad.....	41
2.2.2.2. Importancia de la competitividad.....	41
2.2.2.3. Estrategias Competitivas.....	42
II. HIPOTESIS.....	43
III. MTODOLOGIA.....	44
3.1 Diseño de la investigación.....	44
3.2 Población y muestra.....	45
3.3 Definición y operacionalización de las variables e indicadores.....	47
3.4 Técnicas e instrumentos.....	49
3.5 Plan de análisis.....	49
3.6 Matriz de consistencia.....	50
3.7 Principios éticos.....	52
IV. RESULTADOS.....	53
4.1 Resultados.....	53
4.2 Análisis de resultados.....	72
V. CONCLUSIONES.....	79

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	80
Bibliografía.....	80
Anexos.....	82
Cuestionario	83
Piloto del instrumento.....	86
Turnitin informe de originalidad.....	88

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de las variables.....	47
Tabla 2: Matriz de consistencia.....	50
Tabla 03 ¿cuenta con un plan estratégico que le ayude a cumplir sus objetivos y metas de su empresa?.....	53
Tabla 4 ¿Cuenta con algún diseño de protocolo de atención al cliente?.....	54
Tabla 5 ¿Considera que sus trabajadores muestran compromiso e identifican con el negocio?.....	55
Tabla 6 ¿Capacita constantemente a su personal para brindar un buen servicio?.....	56
Tabla 7 ¿Existe comunicación y confianza entre Ud. y sus colaboradores?.....	57
Tabla 8 ¿Cree Ud. q su negocio es competitivo?.....	58
Tabla 9 ¿Conoce usted a sus principales competidores?.....	59
Tabla 10 ¿cuenta con una estrategia de precios que contribuyan a ser competitiva en el mercado?.....	60
Tabla 11 ¿cuenta con un libro de reclamos?.....	61
Tabla 12 ¿Los reclamos y sugerencias de los clientes son atendidos inmediatamente?.....	62
Tabla 13 ¿Brinda un valor agregado a su servicio?.....	63
Tabla 14 ¿su negocio busca la innovación constante?.....	64
Tabla 15 ¿Hace uso de las nuevas tecnologías?.....	65
Tabla 16 ¿Recibe Ud. capacitaciones de cómo tratar al cliente?.....	66
Tabla 17 ¿se encuentra a gusto con el trabajo que desempeña?.....	67

Tabla 18 ¿recibe incentivos por su buen desempeño en el trabajo?

Tabla 19 ¿cuenta con implementos necesarios para desarrollar su trabajo?

Tabla 20 ¿Su jefe le permite brindar sugerencias para mejora del servicio?

ÍNDICE DE GRAFICOS

Grafico 1 ¿cuenta con un plan estratégico que le ayude a cumplir sus objetivos y metas de su empresa?.....	53
Grafico 2 ¿Cuenta con algún diseño de protocoló de atención al cliente?.....	54
Grafico 3 ¿Considera que sus trabajadores muestran compromiso e identifican con el negocio?.....	55
Grafico 4 ¿Capacita constantemente a su personal para brindar un buen servicio?.....	56
Grafico 5 ¿Existe comunicación y confianza entre Ud. y sus colaboradores?.....	57
Grafico 6 ¿Cree Ud. q su negocio es competitivo?.....	58
Grafico 7 ¿Conoce usted a sus principales competidores?.....	59
Grafico 8 ¿cuenta con una estrategia de precios que contribuyan a ser competitiva en el mercado?.....	60
Grafico 9 ¿cuenta con un libro de reclamos?.....	61
Grafico 10 ¿Los reclamos y sugerencias de los clientes son atendidos inmediatamente?.....	62
Grafico 11 ¿Brinda un valor agregado a su servicio?.....	63
Grafico 12 ¿su negocio busca la innovación constante?.....	64
Grafico 13 ¿Hace uso de las nuevas tecnologías?.....	65
grafico 14: representa a la pregunta ¿Recibe Ud. capacitaciones de cómo tratar al cliente?.....	66
grafico 15: representa a la pregunta ¿se encuentra a gusto con el trabajo que desempeña?.....	67

grafico 16: representa a la pregunta ¿recibe incentivos por su buen desempeño en el trabajo?.....	68
grafico 17: representa a la pregunta ¿cuenta con implementos necesarios para desarrollar su trabajo?.....	69
grafico 18: representa a la pregunta ¿Su jefe le permite brindar sugerencias para mejora del servicio?.....	70

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Relación de MYPE.....	29
Cuadro 2: Fuente de información.....	30
Cuadro 3: Características demográficas.....	38

I. INTRODUCCION

Micro y pequeñas empresas son agentes económicos con mayor capacidad de crear empleo. En Latinoamérica las MYPE suman 10 millones y tienen una "importancia crítica" para el futuro de la región porque generan la mayor parte del empleo, pero son al mismo tiempo los principales nichos de informalidad y baja productividad.

En la actualidad muchas personas emprendedoras con el afán de superarse han optado por emprender un negocio y crear su propio puesto laboral, algunas de ellas sin tener la experiencia necesaria como para dirigir un negocio, así mismo sin tomar en cuenta los riesgos que implica llegar a ejecutarla. Muchos de estos emprendedores se dedican al rubro de restaurantes ofreciendo y promoviendo la exquisita gastronomía de su ciudad.

La siguiente investigación se centró en dos enfoques el micro entorno y el macro entorno respecto al micro entorno las MYPE restaurantes son administradas en su mayoría por mujeres entre las edades de 25 a 30 años, cuentan con personal capacitado con experiencia mayor a 1 año, los cuales se encuentran comprometidos con su trabajo, a la vez manifiestan la falta de motivación por parte de sus jefes. Los restaurantes se encuentran en lugar céntrico lo cual es una gran fortaleza que ayudara alcanzar el éxito y evitar el fracaso, ya que es un lugar visible y muy concurrido en especial en los meses de junio y septiembre q miles de personas llegan hasta la ciudad para ser partícipe de la feria de san Pedro y san Pablo en el mes de junio y la fiesta patronal de la virgen de las Mercedes en el mes de septiembre.

En cuanto a la infraestructura se encuentran dividida en tres ambientes, un salón comedor que permite al cliente disfrutar de los diferentes platillos a base de pescados y mariscos. Para ello el ambiente ofrece agradable atención. Así mismo los ambientes no son tan amplios, pero son cómodos y ventilados en su gran mayoría con vista al mar. Los ambientes contienen mesas, sillas, cuadros de pinturas marinas, manteles, lámparas colgantes, etc.

El siguiente ambiente es el área productiva ubicada la cocina donde se preparan los diversos platillos, para lo cual cuentan con: cocina: Estufa, horno de microondas, lava loza, refrigeradores, congeladores, mesa de trabajo, asador, freidora, licuadoras, Sartenes, ollas, cazuelas, Refrigerador para bebidas, coladores, cucharas medidoras, abrelatas, cubiertos, platos (base, extendido, hondo, pastel, tazón, postre), tazas, vasos, ceniceros, cremeras, azucareras, saleros, pimenteros y otros. El siguiente ambiente es el área de servicios higiénicos los cuales cuentan con baños para damas y caballeros que tiene un lavador, un inodoro, ducha, también encontramos útiles de aseo como jabón, papel higiénico, ambientadores. Así mismo cuentan con la maquinaria necesaria para brindar un servicio de calidad y de rapidez en sus pedidos, detallan las actividades de compra negocian con los proveedores evaluando precio, plazo de pago y de entrega.

Con respecto al macro ambiente, en el factor político legal constituido por el conjunto de leyes, ordenanzas y reglamentos establecidos por los órganos gubernamentales como el Ministerio de Trabajo y promoción del empleo. El sector restaurantes deben cumplir con los siguientes dispositivos legales:

- Ley N^a 28015: Ley de promoción y formalización de la Micro y Pequeña empresa, define a la micro y pequeña empresa como la unidad económica

constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial en la legislación vigente, que tiene como objetivo desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestaciones de servicios.

- Ley N°26842: se establecen y ejecutan normas sobre vigencia y el control sanitario enfocados a la distribución de bebidas y alimentos que protejan a la salud.
- Ley N°27626: Reglamento aprobado por D.S N°003-2002-TR.

Así mismo estas MYPES deben contar con los requisitos para operar en el mercado peruano con fácil normalidad y funcionamiento asegurando un nivel competitivo y de calidad en el sector de servicios. (Ministerio de la Producción, 2017)

En el factor económico las MYPE cumplen un rol fundamental, su aporte produciendo u ofertando bienes y servicios, adquiriendo y vendiendo productos o añadiéndoles valor agregado constituye un elemento determinante en la actividad económica y generación de empleo, pero, carecen de capacitación, poca gestión de negocios, falta de capitales de trabajo por elevado financiamiento de crédito, poca asistencia técnica, y demasiada informalidad. Bajo este panorama, es indispensable que el gobierno, ministerios e instituciones involucrados accionen una agresiva política para promocionar las MYPE efectuándose coordinaciones con el sector privado para introducirlas en la actividad exportadora y buscar cómo aprovechar las oportunidades que generan los TLC (tenemos 20 acuerdos con 50 países), además, brindándoles financiamientos de crédito competitivos y accesibles, implementando comités locales y regionales orientadores para su formalización, constitución,

organización y gestión que ayuden a mejorar su calidad, productividad y competitividad. (Ministerio de la Producción, 2017)

Dentro de los factores socioculturales, la responsabilidad social enfocada a las MYPES en un componente importante ante la sociedad no solo es la parte lucrativa si no el objetivo es satisfacer las necesidades de los clientes, afectaciones del medio ambiente y preocupaciones sociales que afronta el mercado. (Freyre, 2016).

la cultura de la gente determina todos los aspectos de su vida, incluyendo sus hábitos alimenticios. La configuración de los restaurantes en una zona donde hay un gran número de personas conscientes de la salud afecta al tipo de comida suministrada. Tiene que considerar si la mayoría de la población es vegetariana o si prefieren carne roja o blanca. Las culturas dictan tus hábitos de alimentación y proporcionan una diversificación de los alimentos de preparación en estas áreas.

Los factores tecnológicos afectan positivamente en el rubro restaurant, facilita los procesos de las actividades para brindar mayor comodidad a los clientes.

- Publicidad vía redes sociales

- Control de salidas e inventarios

- Wi-Fi

- Transmisión por cable

Estos factores permiten una mayor satisfacción y acogida a los clientes, pero a la vez requiere mayor inversión a los propietarios con mayores costos siendo una estrategia competitiva logrando un servicio de calidad eficiente y eficaz obteniendo buenos resultados.

La tecnología es uno de los factores que más cambios ha introducido en los restaurantes. Desde la llegada de los nuevos sistemas de elaboración, conservación y regeneración se han variado los procesos de trabajo e incluso se han separado las zonas de producción de las de servicio y se han incrementado la capacidad de servicio. Por otro lado, la aparición de productos de cuarta y quinta gama, así como los condimentos ya preparados para la cocina se ha convertido en un avance tecnológico que ha propiciado variaciones en los procesos y en la organización de las cocinas.

Piura es la cuarta región con mayor participación empresarial a nivel nacional. En ese rango, muchas de las empresas corresponden al rubro de las MYPE. Aunque existe un marco regulatorio para su formalización, no existe un número exacto del total de las micro, pequeñas y medianas empresas de la Región Piura, dado que muchas son informales. De acuerdo a publicaciones del Ministerio de la Producción se estima que existen más de 120,000 MYPE. Solo el 55% están registradas; es decir, 65,412. A nivel nacional, hasta el 2017, había alrededor de 5,5 millones de MYPE, la mayoría de ellas informales. Las MYPE mueven la economía regional y representan el 84% del total de las empresas de Piura. A nivel país, estas empresas aportan más del 40% del nivel de producción y generan el 70% de empleo. (Ministerio de Producción, 2017).

A pocos kilómetros de Piura se encuentra la ciudad de Paita, la misma que se encuentra localizada, dentro de la provincia del mismo nombre, siendo la capital de la provincia en la cual se halla, Paita es famosa por sus hermosas playas las mismas que se ubican en la extensión del balneario, destacándose la Esmeralda de Colán, Yacila, Los Cagrejos, La Islilla, donde incluso se puede consumir ricos potajes de pescado fresco. A diario es visitada por turistas que

llegan hasta la ciudad para conocer sus hermosas y encantadoras playas, así como también sus lugares turísticos entre ellos la antigua iglesia la Merced, maravillarse con su plaza de Armas ubicada en la parte céntrica, visitar la casa Manuelita Sáenz, la misma que resalta por su gran valor histórico. El turismo es aprovechado por personas emprendedoras que buscan día a día salir adelante, por lo que algunas de estas ha a provechado la oportunidad de emprender con un negocio dedicándose al rubro de restaurantes. Actualmente se sabe que no es nada fácil emprender un negocio y más aún llegar a mantenerse y consolidarse en el mercado, las MYPE tienen que enfrentarse a una serie de obstáculos que limitan su supervivencia.

Por lo que las MYPE deben desarrollar estrategias específicas de corto y largo plazo para salvaguardarse de la mortalidad, dado que iniciar una MYPE involucra un nivel de riesgo, y sus probabilidades de perdurar en el mercado son bajas. Debido a la complejidad del mercado, a las innovaciones y mayores exigencias del consumidor hace que actualmente la gestión de calidad se convierta en pilar para la competitividad. Asimismo, las MYPE al aplicar las estrategias de calidad están forjando su permanencia en el mercado, (Sausser, 2015).

De acuerdo a la caracterización el problema identificado se planteó el enunciado: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPE rubro restaurantes del centro del distrito de Paita, año 2019? Así, este problema permite señalar como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro restaurantes del centro del distrito de Paita, año 2019. Los objetivos específicos

son: a) Describir los elementos de gestión de calidad en las MYPE rubro restaurantes del centro del distrito de Paita, año 2019. b) Describir los principios de gestión de calidad en las MYPE rubro restaurantes del centro del distrito de Paita, año 2019. c) Identificar la importancia de la competitividad en las MYPE rubro restaurantes del centro del distrito de Paita, año 2019. d) Identificar las estrategias Competitivas que ayudaran a incrementar la productividad de las MYPE rubro restaurantes del centro del distrito de Paita, año 2019.

La investigación presentada es práctica porque ayuda a conocer como son las características de la variable gestión de calidad y competitividad en los restaurantes de la provincia de Paita. Sus estrategias y mejoras de calidad, así mismo aplicarla para el mejoramiento de otros. Es teórica porque contribuye en el crecimiento del conocimiento de algunas dimensiones de la variable gestión de calidad y competitividad. Un elemento de ayuda a los estudiantes y profesionales. La investigación aplicará la metodología científica, se emplean fuentes primarias y secundarias para la obtención de los datos, además se ha determinado el tamaño de la población y de la muestra, y se ha diseñado un cuestionario para el recojo de información.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

Burgos (2017), realizó una investigación sobre “Desarrollo del sistema de gestión de calidad en el restaurante-bar ouzo agave azul S.A.S. bajo los lineamientos de la norma ISO 9001:2015 y la norma técnica colombiana NTS-USNA 008. En la universidad libre de Colombia. Utilizó metodología de tipo mixta, cuantitativa porque se emplearon métodos estadísticos y cualitativa porque se hizo recojo de información y análisis a los clientes. Tuvo como principales conclusiones que para realizar un plan de acción sobre la implementación del SGC donde se especifique los requisitos que se necesitarán, además formular un sistema de control que evalúe las áreas donde pueda haber algún desequilibrio. Por otro lado, se deberá diseñar un programa de auditorías internas para cada cierto tiempo. Es decir que para la implementación se deberá de un principio realizar un informe sobre el proceso de implementación del sistema de gestión de calidad y especificar cuáles son los recursos que se necesitan para eso, así como también ejecutar un plan de control que permite hacer seguimiento a cada área de la empresa para diagnosticar fallas o desequilibrios; como último punto programar auditorías para monitorizar las actividades dentro de la organización.

Guzmán (2018), en su investigación titulada “Diseño de un sistema de gestión de calidad para los restaurantes de la zona del puerto de La Libertad”, desarrollada en la Universidad de El Salvador. Empleó una metodología de diseño no experimental por lo que no se modificarán los datos. Tuvo como

conclusiones que mediante su investigación para determinar las necesidades de los clientes y tomarlas como raíz en el diseño del SGC, se debe desarrollar actividades dentro del diseño considerando al cliente como la pieza más importante. La implementación de un Sistema de Gestión de Calidad a través de las actividades y regulaciones que este mismo establece dentro de los restaurantes, ayuda a que estos ofrezcan un mejor servicio a los clientes, así como también bajo los lineamientos de la calidad, ellos mejoraran su higiene y la eficiencia que traerá el perfeccionamiento de la imagen de la empresa. Entonces se puede decir que para los restaurantes el implementar un sistema de gestión de calidad sería muy beneficioso por lo que deberá priorizar al cliente, además que es importante que todos los trabajadores de los negocios trabajen siguiendo los lineamientos que establece la SGC para así lograr todos los objetivos que se ha establecido la organización y satisfacer las necesidades de los clientes. La importancia de la mejora del servicio en los establecimientos en cuanto a las actividades del SGC, representa una mejora continua tanto a nivel individual como social, por lo que generará un mayor atractivo turístico por parte de los restaurantes y de por si mayor generación de empleo y crecimiento económico de la zona.

Luna, (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”. La presente investigación se desarrolló en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Perú). Se empleó la metodología del diseño no experimental – transversal - descriptivo- cuantitativo. Se utilizó

como técnica la encuesta y el instrumento aplicado fue el cuestionario. Teniendo como resultados que el 100% de las MYPE encuestadas no cuentan con estándares de calidad ISO por lo que las MYPE no se adecuan a las nuevas tendencias de gestión de calidad porque desconocen el procedimiento de adaptación y por los costos que genera. El 60,9% de los encuestados aseguran que aplican una gestión de calidad, este resultado nos permite ver que los empresarios ponen en práctica conocimientos básicos sobre una gestión administrativa. Llegando a las conclusiones que la totalidad de empresarios del sector servicio - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, consideran que no cuentan con estándares de calidad ISO, pero la mayoría (60,9%) aplican una gestión administrativa lo cual la mayoría absoluta (56,5%) los ha llevado adoptar una técnica de mejora continua, la mayoría absoluta (78,3%) realiza capacitaciones orientadas al servicio del cliente, la mayoría relativa (39,1%) tienen prioridad el precio ante sus proveedores. Concluyendo que la totalidad de las MYPE 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

Pascual, (2018) realizó una investigación sobre “Caracterización de la Gestión de calidad bajo las normas ISO 9001 en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes (pollerías) del distrito de Huaraz (Perú)”, presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Para el desarrollo de la investigación se empleó la metodología del diseño no experimental-transversal y descriptivo. Obteniendo los siguientes resultados: el

49% de los gerentes encuestados manifestaron tener entre 41 a 59 años; el 69% de encuestados son varones; 42,9% cuentan con estudios superiores universitarios incompletos; asimismo 66% indica que siempre utilizan las políticas de calidad; 69% mencionan que el ambiente del trabajo es adecuado; 43% indican que a veces documentan el producto; 49% señala que casi siempre controlan los procesos de elaboración del producto; 51 % casi siempre realizan seguimiento a la satisfacción del cliente y 40 % mencionan que solo a veces controlan la deficiencia y acciones de mejoramiento. Finalmente, como conclusión los gerentes perciben un nivel intermedio de deficiencia respecto a los requisitos de la norma ISO 9001 porque consideran que no es un tema fundamental para los restaurantes (pollerías) por ende no cuentan con un buen proceso de elaboración del producto y no hay un control de quejas y reclamos.

Sandoval, (2018) realizó una investigación sobre “El Sistema de Gestión de calidad y la atención al cliente en el restaurant el gourmet urbano en el distrito de san isidro – Lima (Perú), presentada en la Universidad San Martin de Porres. La investigación es de carácter cualitativo, diseño no experimental, transversal. Se usó la técnica de la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. En el estudio se obtuvo en la dimensión planificación como resultado nunca y casi nunca (se planifica) el 78%, siendo este inadecuado. Respeto al control de la calidad, los colaboradores encuestados manifestaron que el control de la calidad en el establecimiento era no adecuado también en 66%. Además, se pudo comprobar que existe relación entre el sistema de gestión de la calidad y la atención al cliente según las dimensiones como resultado de la aplicación del coeficiente de Spearman, donde se encontró correlación inversa, es decir a una determinada

dimensión (planificación, control, mejora continua de la calidad) adecuada se da un nivel de servicio de atención al cliente alto o bueno, o dimensión (planificación, control, mejora continua de la calidad) no es adecuada se da un nivel de atención al cliente bajo o malo. Concluyendo que el estudio comprueba que el nivel del sistema de gestión de la calidad en los empleados es malo en la devolución del servicio, insatisfacción del cliente y rotación de clientes. Además, quedó en evidencia que el Restaurante El Gourmet Urbano debe elaborar procesos, manuales, diseño de procedimientos de calidad hacia la gastronomía permanente mediante el sistema de gestión de la calidad promoviendo así mejorar el nivel de laboral de gastronomía y todos los empleados por ende esto se traducirá en la mejora de la atención al cliente brindado. También, fue notoria la necesidad de formar un comité de control de la calidad para la lograr satisfacción en los clientes, compuesto por personal capacitado, y a la vez elaborar una guía de indicadores de satisfacción del servicio. Otro aspecto que se pudo demostrar en la tesis es la importancia de implementar talleres de planificación mediante técnicas de diseño de procedimientos, procesos, manuales para lograr una adecuada atención al cliente que provoca devolución del servicio de parte del cliente. Por otra parte, indico que para mejorar la calidad de atención al cliente se debe tomar en cuenta la opinión de los trabajadores ya que son ellos quienes mantienen contacto directo con los clientes.

Piñas, (2019) en su tesis titulada “Características de la gestión de calidad y marketing del restaurant – pollería “las canastas” en el distrito de Piura”. La investigación se desarrolló en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. La investigación es de tipo cuantitativa – descriptiva – No experimental. Para la

recopilación de la información se aplicó un cuestionario de 22 preguntas ordinales. Esta investigación tiene los siguientes resultados: el 88,2% de clientes encuestados considera que la empresa siempre cuenta con un personal capacitado, además el 79,4% considera que el servicio ofrecido casi siempre es rápido, así mismo, 88,2% considera que la publicidad emitida por el restaurant-pollería siempre es la indicada. Se concluye que, se pudo identificar que el restaurant-pollería cumple con los elementos del sistema de gestión de calidad; se pueden describir tres requisitos de calidad que aplica la MYPE, los cuales son: Capacidad de respuesta, al ofrecer el producto que buscaban los clientes y ofrecer un servicio rápido; así mismo otro requisito es el de mostrar cortesía, al ofrecer un trato y una actitud adecuada; y finalmente muestra credibilidad; se pudo identificar que si aplica estrategias de marketing mix, resaltando las estrategias de promoción, en los cuales hace mención de que emplean una publicidad adecuada.

Castro, (2019) realizó una investigación titulada “Gestión de calidad y Satisfacción del cliente en las MYPE rubro restaurantes Urb. El Bosque-Castilla, Piura”. Investigación desarrollada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Utilizando la metodología de nivel descriptiva, de tipo cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal. Empleando como tipo de recojo de datos la encuesta, siendo el instrumento más adecuado para medir, el cuestionario estructurado. Obteniendo como resultado que las características que presenta la gestión de calidad son: desempeño, responsabilidad, comunicación y las características que presenta la satisfacción del cliente son: servicio, diseño, pulcritud y la valoración de las expectativas de los clientes. Por lo que recomienda

a las MYPE rubro restaurantes Urb. El Bosque-Castilla, Piura, deben de cumplir con ponerlas en práctica, e implementar nuevas estrategias para que estas puedan cumplirse, considerando que la gestión de calidad esta relaciona con la satisfacción de sus clientes. Por otro lado, según la investigación realizada, se obtuvo como resultado que la mayoría de los encuestados indican que los beneficios de la satisfacción del cliente son: la compra repetitiva, el boca a boca y el posicionamiento. Sugiriendo a las MYPE bajo estudio, que deben seguir llevando un control continuo sobre los beneficios de la satisfacción de sus clientes esto les permitirá conocer más a sus clientes y saber cuales son sus gustos y preferencias.

Chulli, (2016) realizo una investigación titulada “Caracterización gestión de calidad y el control administrativo en las MYPE rubro restaurantes de Urb. La Providencia los Tallanes Piura” La investigación se desarrolló en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Empleando la metodología de nivel descriptiva, de tipo cuantitativo, diseño no experimental, de corte transversal, para el recojo de información se empleó la encuesta como técnica y el cuestionario como instrumento. Los resultados obtenidos respecto a la Gestión de calidad en las MYPE, indicaron que la gran mayoría de encuestados lleva un control de los insumos que ingresan a almacén, han implementado una estrategia destinada a maximizar recursos y que evalúa constantemente a su personal.

Andrade, (2015) en su tesis denominada “Formular un modelo para estrategias competitivas de publicidad que construyan a incrementar el volumen de las ventas de la Clínica de especialidades médicas Salcedo”, de la Universidad Técnica de Ambato (Ecuador), investigación que desarrolla una metodología de

tipo exploratoria– descriptiva, a lo que el autor arriba a las conclusiones que la Clínica de Especialidades Médicas Salcedo, al no aplicar estrategias competitivas de publicidad que influyan en el incremento de ventas, ocasiona que no tenga gran participación en el mercado que es alta mente competitivo y a su vez no genere rentabilidad, por otro lado constata que los clientes que acuden a la Clínica, concuerdan que es por Precio módico y la Atención que brindan a las personas de parte quienes forman parte esta distinguida empresa, asimismo los clientes consideran que la Atención en el servicio y el precio influye de manera positiva , dejando de lado otros aspectos como la Infraestructura, lo cual motiva a las personas al momento de adquirir el servicio y finalmente precisa el autor que la Clínica maneja precios competitivos en el mercado en el cual se logra fidelidad de sus clientes actuales y potenciales lo cual permite incrementar las ventas y por ende generar utilidad.

Rosales, (2015) realizo una investigación titulada “Gestionar la calidad por procesos para mejorar la competitividad en la empresa Global Plastic S.A.C los olivos 2015 en la Universidad Cesar Vallejo, empleo la metodología tipo de investigación aplicada, descriptivo-explicativo y cuantitativo, siendo de una técnica e diseño de investigación preexperimental y llego a la siguiente conclusión: Como resultado de la investigación se determinó que la calidad de proceso mejoró significativamente la competitividad interna del área de Inyectado de la empresa Global Plastic S.A.C. La competitividad del área de Inyectado se ha incrementado por el uso de la herramienta de la calidad del proceso. A resultado verificado que el costo del área de Inyectado ha disminuido por el uso de la herramienta de la confiabilidad.

Sajamí (2015), en su tesis titulada "La motivación del personal y su relación con la calidad de atención al usuario en la Municipalidad Provincial de Lamas, 2015" realizada en la universidad Cesar Vallejo de Tarapoto. La investigación corresponde al tipo de investigación descriptiva correlacional, está propuesta para demostrar la hipótesis que la motivación del personal tiene relación directa y significativa con la calidad de atención al usuario en la Municipalidad Provincial de Lamas, aplicándose el método estadístico para el procesamiento de la información y el contraste de la hipótesis, utilizando técnicas de la encuesta con la aplicación de cuestionarios con escala Likert, para lo cual se aplicó como procedimiento para la recolección de la información, las etapas de: preparación de los encuesta, recolección de datos, tabulación y análisis de datos; con cuyo proceso se obtuvieron como resultados que existe una motivación de nivel medio o aceptable, con muy bajos porcentajes en los niveles extremos de mucha insatisfacción o satisfacción; para el caso de la variable calidad de atención, se evidencia también una aceptable de atención a los usuarios del servicio con una tendencia muy ligera hacia el nivel satisfecho, destacando la empatía como factor de mayor aceptación. A partir de este trabajo metodológico se arribó a la conclusión que tanto la motivación de personal como de calidad de atención se encuentran en niveles intermedios entre las escalas de satisfacción e insatisfacción, además de quedar demostrado que existe una relación directa y significativa entre las variables estudiadas. Entre las conclusiones el autor menciona que el personal debe estar debidamente uniformado ya que el uniforme juega un papel fundamental, por lo que refleja la imagen del personal. Así mismo se les debe proporcionar implementos de seguridad para evitar accidentes en el

trabajo. Dependiendo el área en que laboran.

Llatas, (2015) en la tesis “Proyecto de mejora de la competitividad y la incursión al mercado internacional de las micro y pequeñas empresas del sector textil de la provincia de Chiclayo en el periodo, 2015” presentada a la facultad de ciencias económicas administrativas y contables de la Universidad Pedro Ruiz Gallo; el autor manifiesta que el estudio se hizo con la finalidad de mejorar la competitividad en el sector textil de la provincia de Chiclayo. Para el desarrollo de esta investigación se determinó el objetivo general, elaborar un proyecto acorde a la estructura de las micro y pequeñas empresas del sector textil para la mejora de la competitividad e incursión al mercado internacional en la provincia de Chiclayo en el periodo 2015. También se planteó la siguiente hipótesis, si se elabora un proyecto de mejora de la competitividad basada en una cadena productiva con enfoque de cadena de valor, entonces las MYPE de la provincia de Chiclayo incursionaran al mercado internacional. En la metodología, la población están comprendidas por las micro y pequeñas empresas fabricantes de prendas de vestir de la provincia de Chiclayo, sumando un total de 253 (doscientos cincuenta y tres) empresas activas y habidas según el directorio de la SUNAT del año 2012 y el método de muestreo es no probabilístico por conveniencia, debido a que existe una proximidad geográfica entre las empresas que se analizarán, se consideró a 30 micro y pequeñas empresas productoras de prendas de vestir de la ciudad de Chiclayo, como muestra. Finalmente para la recolección de datos se utilizó la observación, que permitió explorar y asimilar los rasgos de un elemento, se utiliza los sentidos como instrumentos principales y como instrumentos se utilizó la técnica cualitativa tales como la entrevista

estructurada a profundidad para la recolección de datos, observación participante y revisión documental entre otras; y para el análisis de datos se utilizó Microsoft Excel 2013, este software nos permitió interpretar, analizar y sintetizar los resultados de la entrevista a profundidad.

Valderrama, (2015) en su tesis, “Gestión de calidad y competitividad de las MYPE del sector comercio - rubro venta de calzado para damas del distrito El Porvenir, año 2014”. Tesis para optar el título de Licenciada en Administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Trujillo 2015. La presente tesis pretende dar a conocer sobre gestión de calidad y competitividad de las MYPES, dos puntos muy importantes en las cuales los micros y pequeñas empresas deben trabajar a fin de contribuir al acceso de nuevos mercados. El siguiente trabajo de investigación lleva como título “Gestión de calidad y competitividad de las MYPE del sector comercio – rubro venta de calzado para damas del distrito El Porvenir, año 2014”, como sabemos las MYPE son consideradas parte de la economía de nuestro país, así como también se ven enmarcadas por el alto nivel de competitividad del mismo sector o rubro. El objetivo general de dicha investigación es Describir las principales características de gestión de calidad y competitividad de las MYPE del sector comercio – rubro venta de calzado para damas del distrito el Porvenir, año 2014; la investigación fue de manera descriptiva con una muestra de 15 MYPE a las cuales se les aplicó a sus representantes un cuestionario de 14 preguntas, obteniendo los siguientes resultados: Con respecto a los representantes de las MYPE, el 42.86% de los representantes tienen la edad entre 50 y 60 años, contando con estudios secundarios el 53.3%; El 60% de estas organizaciones realizan sus actividades

más de 10 años a pesar de alta competitividad, teniendo una demanda del 66.7% en calzado para dama y el 33.3% para caballero.

Valdivieso, (2018) en su tesis titulada “Caracterización de la Competitividad y calidad de atención al cliente en las MYPE rubro restaurantes de la urb. Santa Ana – Piura”. Presentada en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, se empleó la metodología de tipo descriptivo, con un nivel cuantitativo, se utilizó un diseño no experimental, y de corte transversal, el recojo de la información se realizó con la técnica de la encuesta, con el instrumento del cuestionario. Obteniéndose como resultados que: Con respecto a la clasificación de los servicios brindados, se encontró niveles regulares (55%), en lo referente a la tecnología se encontró en óptimas condiciones (71%), en lo concerniente a las ofertas los niveles son demasiados bajos (73% de desaprobación), con respecto a la atención se encuentra en niveles de satisfacción elevados (87%) y en lo que respecta a la calidad se encontraron niveles aceptables (93%). Teniendo como conclusión que la competitividad de los restaurantes se caracteriza por la eficiencia alcanzada, los adecuados niveles de calidad de servicio, los índices de tecnología y con relación a la calidad, esta se caracteriza por la buena atención al cliente, los altos niveles de satisfacción en los clientes y sobre todo los productos y servicios de calidad brindado.

Velásquez, (2017) en su tesis “Caracterización De La Capacitación Y Competitividad De Las MYPE De Servicio Rubro Restaurantes De La Urb. Los Titanes - Piura”. Presentada para optar el Título Profesional de Licenciada en Administración en la universidad católica los ángeles de Chimbote. Filial Piura. Estableció como objetivo general: Determinar las características de la

capacitación y competitividad de las MYPE de servicio rubro-Restaurantes en la Urb. Los Titanes- Piura, año 2017. La metodología Tipo: Descriptivo Nivel: Cuantitativo, Diseño: No Experimental, Enfoque: Transversal. Como conclusiones tenemos: 1. Los diferentes tipos de capacitación utilizados por las MYPE de servicio rubro restaurantes de la Urb. Los Titanes, están determinados por la capacitación informal, por la de inducción, seguidos de la capacitación de tipo especial de entrenamiento técnico, capacitación de acuerdo a la necesidad de los trabajadores y en otros temas. 2. Los beneficios que brinda la capacitación en las MYPE de servicio rubro restaurantes de la Urb. Los Titanes, se ha identificado: la mejora de la relación con el personal, el crecimiento e impacto de la imagen institucional, como la disminución de temores en el desarrollo de sus tareas, satisfacción en el personal para el desarrollo de sus actividades, incremento en el conocimiento del puesto y el desarrollo de habilidades de la comunicación.

Peña, (2016) realizó una investigación denominada: “Caracterización de la Capacitación y Competitividad en las MYPE, rubro restaurantes vegetarianos del centro de Piura”, trabajo presentado en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote (Piura); la investigación es de tipo descriptiva, obteniendo las siguientes conclusiones: - Se identificó que más de la mitad de los colaboradores han recibido capacitación por intermedio de talleres, y la menor parte de estos trabajadores han sido capacitados a través de charlas, seminarios y programas relacionados con universidades. Se ha determinado que dentro de las actividades primarias de la cadena de valor que tiene la microempresa, inherente a la elaboración de los platos que se expenden en el restaurante, la mayor parte de los

comensales consideran importante la calidad de los productos ofrecidos y en lo concerniente al marketing, es decir a los medios de publicidad que utiliza el establecimiento, esta acción se viene ejecutando mayormente por intermedio de volantes; en lo relacionado a las actividades de apoyo, realizadas por los colaboradores, se ha identificado que la mitad de los clientes consideran que los trabajadores realizan una atención de calidad. - Se obtuvo como resultado respecto a la segmentación, que más de la mitad de los consumidores concurren al restaurante vegetariano por motivos de salud, en lo concerniente a los costos, esta misma cantidad de clientes consideran que las microempresas ofrecen sus productos a precios medios, y con respecto a la diferenciación, más de la mitad de los clientes considera que está dado por la variedad de menús y platos a la carta y en menor porcentaje.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1. Gestión De Calidad

González, (2016) explica la Gestión de la Calidad, como el conjunto de elementos interrelacionados de una empresa u organización por los cuales se administra de forma planificada la calidad de la misma, en la búsqueda de la satisfacción de sus clientes”.

Tomando como elementos fundamentales: la estructura de la organización, sus procesos, sus documentos, los recursos tanto materiales, humanos (siendo de vital importancia la relación entre personal y directivos) como capital y la ubicación de la organización. Por lo tanto, se entiende como empresa a los recursos humanos, materiales y técnicos que se encuentran de manera integrada para formar una unidad económica-social.

Según el concepto antes mencionado se podría definir a la gestión de calidad como que la empresa es aquella entidad que pretende implementar capacidades, métodos y recursos para lograr la satisfacción de sus clientes. Dentro de las empresas en Perú, tenemos a las micro y pequeña empresa (MYPE), las cuales poseen una administración independiente, usualmente administrada por el propio dueño; su área de operaciones es relativamente pequeña, posee una escasa especialización en el trabajo puesto que cuenta con pocos empleados, algunos de los cuales, no se encuentran debidamente capacitados para la labor a desarrollar; además de tener limitados recursos, tanto materiales, como financieros y, sobre todo la tecnología con la que cuenta.

2.2.1.2 Elementos de la gestión de calidad

Gonzales, (2017) en la gestión de calidad se compone de cinco elementos que resultan fundamentales en cualquier organización. Si uno de estos elementos falta, el Sistema de Gestión no podrá alcanzar todo su potencial, pero lo mejor de todo es que cada elemento puede trabajarse individualmente; sin embargo, al trabajarlos conjuntamente se logra que la mejora continua y la calidad sean un diferenciador importante de la empresa.

1. Liderazgo

Para liderar es importante tener claridad del camino que emprendemos y del lugar donde queremos ir. Ese propósito, ese para qué es tan importante que si se tiene claro y pensamos en él durante el montaje del Sistema de Gestión de Calidad resolver los retos que se presenten será más sencillo, pues nos dará la energía necesaria para superar los obstáculos.

Una vez entendido ese propósito, ese para qué, es muy importante visualizar a la empresa y ese destino al que nos dirigimos. Solo así podremos inspirar a otros en el camino, hacerlos partícipes de nuestra visión y caminar juntos hacia la excelencia de nuestro servicio. Ese propósito es el impulsor de nuestras acciones y de la manera como podemos inspirar a los demás. Mientras exista propósito, las acciones diarias tendrán un impulsor por el cual emprender cada reto.

2. Planificación

Tener clara la visión, comunicarla y trabajar en equipo es un gran paso, pero no es suficiente. Hay un elemento fundamental dentro de todo Sistema de Gestión: la planificación. Tener claro dónde queremos ir y ponernos metas no es

suficiente, es importante dedicar tiempo a definir el camino. Inclusive, en ocasiones visualizamos planes a muy largo plazo y por lo mismo resultan complejos y hasta desmotivantes. Al fraccionar estos planes y delimitar cada paso clave puede resultar más sencillo y gratificante alcanzar la tan anhelada meta.

En la planificación es muy importante entender en qué lugar nos encontramos (punto de salida) y también entender muy bien nuestro punto de llegada. Conociendo esos dos lugares y describiéndolos con claridad, podremos encontrar más fácilmente el camino que luego fragmentaremos con el fin de orientar las acciones del equipo de trabajo.

3. Apoyo y Operación

este elemento hace referencia a la manera cómo la organización decide enfrentar los retos diarios de producir los servicios o productos para sus clientes. es bien sabido que los clientes son la razón de ser y así lo decimos muchas veces, sin embargo, ¿qué tanto estamos escuchando y comprendiendo realmente las necesidades de nuestro cliente? el apoyo y la operación del sistema de gestión es fundamental dado que es la manera explícita como interpretamos lo que necesita nuestro cliente y con base en ese entendimiento, generamos las actividades necesarias para producir el producto o servicio y dar cumplimiento a la promesa de valor.

4. Evaluación del desempeño

Como seres humanos tenemos una tendencia a ver el tema de la evaluación del desempeño como algo tenebroso, ya que en ocasiones nos enfocamos en lo que hacemos mal y en lo que debemos corregir. Olvidándonos que es un momento de

observación en que es importante hacer un alto en el camino del hacer y dedicarnos a observar y evaluar todo el desempeño. Observar y entender claramente qué es lo que estamos haciendo muy bien y podemos continuar fortaleciendo, por que le sirve a nuestro cliente y nos sirve a nosotros como empresa. Felicitarlos por eso y de aquí afirmar prácticas y procesos acertados. Asimismo, también observar qué cosas no salieron bien, replantearse y hacer los ajustes para poder avanzar en ese camino de mejorar.

5. Mejora continua

Por último y si ya hemos observado desde todos los puntos de vista o lentes nuestro desempeño y encontramos muchos elementos fuertes, sin embargo, también elementos por fortalecer, es necesario diseñar los mecanismos adecuados para atender estos asuntos y darles un tratamiento en la empresa. Aquí radica lo mejor de un Sistema de Gestión de Calidad y es darnos cuenta que el tema no es estático y se queda ahí, sino que es un elemento que con el tiempo debe mejorar. Los clientes tienen nuevas perspectivas y exigencias que hacen que continuamente tengamos retos en la calidad del producto o servicio por atender.

2.2.1.3. Principios de gestión de calidad

Juran, (2018) la gestión de calidad comprende los siguientes principios:

1. Liderazgo.

El liderazgo no solo hace referencia a los miembros de la Alta Dirección, o a las personas que están a cargo de los diferentes equipos de trabajo. Muchas personas, dentro del sistema, asumen posiciones de liderazgo para proponer cambios, acciones y resultados. Un Sistema de Gestión de la Calidad, fallará si no trabajan para involucrar

a las personas en el proyecto. Por ejemplo, si un nuevo empleado entra a la organización, y no hay alguien que asuma el “Liderazgo” y lo incorpore dentro de las buenas prácticas de calidad, ¿cómo sabrá este empleado que la calidad es tan importante para la organización?

2. Compromiso de las personas

Si su organización cuenta con líderes de calidad, las personas hablarán al respecto, en todas las actividades, y los resultados se harán evidentes. Supongamos que el área de producción está comprometida en un proyecto para aumentar la productividad. Si ellos consiguen alcanzar el objetivo, a través de prácticas de calidad, eso será un incentivo para que otros departamentos crean que el sistema funciona, lo cual contribuye a crear el compromiso de las personas dentro de la organización con la calidad.

3. Enfoque de procesos

Las personas comprometidas tienden a buscar la comprensión de los procesos y cómo pueden contribuir a la calidad, por lo que la adhesión al SGC es mucho más rápida y fluida.

4. Toma de decisiones basadas en evidencias

Monitorear y medir los procesos es una actividad que se debe llevar a cabo todos los días, y por todos los empleados de la organización.

Gracias a la medición de la eficacia del sistema, es posible encontrar fallas, o lo que no está dando resultado. La toma de decisiones basadas en evidencias, debe ser una cultura en la organización.

5. La mejora continua

“Lo que se puede medir se puede mejorar y controlar”. Pero ¿mejorar para quién? Es más fácil analizar la respuesta de estas preguntas cuando se cumple con los otros principios de la Gestión de la Calidad.

Si su organización desea que su Sistema de Gestión de la Calidad cumpla con el objetivo de satisfacer a los clientes, es preciso pensar siempre en la mejora continua. Las mejoras son esenciales para lograr gestionar personas y procesos.

2.2.2. Competitividad

De acuerdo Oster, (2016) “La Competitividad de una empresa es la capacidad que tiene de producir bienes con patrones de calidad específicos, utilizando más eficientemente sus recursos, en comparación con empresas semejantes en el resto del mundo durante un cierto periodo de tiempo”. De las definiciones anteriores podemos concluir que la competitividad es la capacidad de una empresa para ofrecer un producto o un servicio cumpliendo o rebasando las expectativas de sus clientes, a través del manejo más eficiente de sus recursos en relación a otras empresas del mismo sector.

2.2.2.1. Importancia de la competitividad

Hoy en día la competencia en el mercado es muy acelerada, el desarrollo tecnológico de las organizaciones genera una creciente incertidumbre y es difícil predecir que puede ocurrir por la constante innovación. Por esto, en los sistemas de gestión de las empresas, ya no solo se utiliza como único elemento de competitividad la minimización de los costos, debido a que los productos

persiguen objetivos cualitativos como la calidad, su contribución en la venta de otros productos, el tiempo de entrega de pedidos a los clientes y la satisfacción de los mismos.

2.2.2.2. Estrategias Competitivas

Barney, (2015) propone las siguientes ventajas competitivas: -
Diferenciarse de los otros: Tiene que ver con el valor añadido que posee cada producto.

- Innovación constante: Brinda la capacidad a las empresas de ofrecer productos novedosos, originales, únicos.
- Satisfacción del cliente: Ofrecer un alto grado de satisfacción del cliente permitirá contar con cliente fieles.
- Reducción de costos: Optimizar los procesos operacionales para reducir costos e incrementar las ganancias.
- Uso de nuevas tecnologías: La tecnología permite lograr las estrategias anteriores.

Según Hernández, (2016) las investigaciones de tipo descriptivo 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.

4.1. Metodología de la investigación

4.1.1. Tipo de investigación

Sabino, (2016) “La investigación de tipo descriptiva trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada”. Por lo tanto, la presente investigación al reunir dichas características será de tipo descriptiva porque se busca analizar la gestión de calidad como estrategia competitiva en las MYPE rubro restaurantes del centro del distrito de Paita, 2019.

4.1.2. Nivel de la investigación

La presente investigación es de nivel cuantitativo, porque se utilizará el cuestionario, el cual nos permitirá identificar medir y cuantificar a través de métodos matemáticos y técnicas estadísticas de la gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro restaurantes en la provincia de Paita. Hernández (2016) indica que la investigación cuantitativa recoge y analiza datos sobre las variables.

4.1.2. Diseño de la investigación

Es una investigación de Diseño no experimental - transversal, en donde la investigación se realizará sin la manipulación de la variable en estudio. Es decir, se observará tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

Hernández (2016).

4.2. Universo y muestra

El universo de la presente investigación estuvo conformado por restaurantes de la provincia de Paita, las mismas que se clasifican en el nivel de micro y pequeñas empresas (MYPE). La muestra fue determinada a partir de la información encontrada en la SUNAT de las cuales fueron seleccionadas 8 MYPE del rubro restaurantes.

4.3 Población

Cuadro 1: Relación de MYPE

ITEM	NOMBRE	RUC	N° GERENTE	N° DE TRABAJADORES	DIRECCION
01	Restaurant El crucero	20526468393	01	06	malecón Jorge Chávez 128
02	Restaurant la taberna	10266172376	01	04	Jr. Tarata 113
03	Restaurant Bahamas	20525296033	01	05	Malecón Jorge Chávez 206
04	Restaurant Arrecife	10105141331	01	05	Jr. Hermanos Cárcamo
05	Restaurant Con Sabor y Punto	10222674242	01	05	Jr. Junín 234
06	Restaurant El Anzuelo	10214520767	01	06	Malecón Jorge Chávez
07	Restaurant Aloha	10025789122	01	05	Jr. Junín 505
08	Restaurant La Esquina del Chef	10096669181	01	04	Malecón Jorge Chávez 161

Elaboración propia

Dado que se ha recaudado información sobre diferentes variables, por lo tanto, las personas a las que se acudió para la recopilación de la información fueron diversas, Lo que se encuentra identificado en el Cuadro 2

Cuadro 2: Fuente de información

Fuente de información	Población	Muestra
Propietarios	finita	8
Trabajadores	finita	40
Nº de MYPE	8	8

Elaboración propia

4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores

Tabla 1: Operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	FUENTE	ESCALA	METODOLOGÍA
Gestión de Calidad	González, (2016) explica la Gestión de la Calidad, como el conjunto de elementos interrelacionados de una empresa u organización por los cuales se administra de forma planificada la calidad de la misma, en la búsqueda de la satisfacción de sus clientes”.	Elementos de la Gestión de Calidad	Liderazgo Planificación Apoyo y Operación Evaluación del desempeño Mejora continua	Elementos de la gestión de calidad se medirá con sus indicadores liderazgo, planificación, apoyo y operación, evaluación del desempeño, mejora continua. Se investiga con la técnica de la encuesta y su instrumento cuestionario de escala nominal.	propietario	Nominal	Tipo: descriptivo Nivel: cuantitativo Diseño: no experimental transversal Técnica: encuesta Instrumento: cuestionario
		Principios de la Gestión de calidad	Liderazgo Personal Procesos Toma de decisión Mejora continua	Los principios de la gestión de calidad se medirán con sus indicadores: liderazgo, personal, procesos, toma de decisiones mejora continua. Se investiga con la técnica de la encuesta y su instrumento cuestionario de escala nominal.	Trabajadores	Nominal	Tipo: descriptivo Nivel: cuantitativo Diseño: no experimental transversal Técnica: encuesta Instrumento: cuestionario

competitividad	Oster, (2016) “La Competitividad de una empresa es la capacidad que tiene de producir bienes con patrones de calidad específicos, utilizando más eficientemente sus recursos, en comparación con empresas semejantes en el resto del mundo durante un cierto periodo de tiempo”.	importancia	Innovación Costos Ventas	La importancia de la competitividad se medirá con sus indicadores: ventas, innovación. Se investiga con la técnica de la encuesta y su instrumento cuestionario de escala nominal.	propietario	Nominal	Tipo: descriptivo Nivel: cuantitativo Diseño: no experimental transversal Técnica: encuesta Instrumento: cuestionario
		Estrategias competitivas	Innovación constante Satisfacción del cliente Internacionalización Reducción de costos Uso de nuevas tecnologías	Las estrategias competitivas se medirán con sus indicadores: Innovación constante, Satisfacción del cliente, Internacionalización, Reducción de costos, Uso de nuevas tecnologías. Se investiga con la técnica de la encuesta y su instrumento cuestionario de escala nominal.	propietario	Nominal	Tipo: descriptivo Nivel: cuantitativo Diseño: no experimental transversal Técnica: encuesta Instrumento: cuestionario

4.4. Técnicas e instrumentos

En la presente investigación se aplicará la técnica de la encuesta, para recolectar, procesar y analizar datos por medio de un cuestionario prediseñado, a partir de una serie de preguntas dirigidas a una determinada muestra representativa, con el propósito de conocer la opinión de los consumidores del servicio. El instrumento a emplear será el cuestionario que se obtendrá por medio de la operacionalización de las variables, utilizando un listado de preguntas escritas que se entregarán a los clientes, trabajadores y propietarios en escala nominal, con la finalidad de que sean resueltas.

4.5. Plan de análisis

Luego que se recopilan los datos los mismos que han sido procesados en el sistema Microsoft Windows 2010, se procede a tabular y graficar clasificándolos de acuerdo a cada variable y sus dimensiones utilizando el programa Excel. Se empleará estadística descriptiva, debido a que se calculará las frecuencias y porcentajes.

4.6 Matriz de consistencia

Títulos	Problema	Objetivo	Hipótesis	variable	Dimensiones	Indicadores	Técnicas	Instrumento
Gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro restaurantes del centro del distrito de Paita año 2019.	¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y la competitividad en las MYPE rubro restaurantes del centro del distrito de Paita año 2019?	General:	Según Hernández Sampieri, 2016. La investigación Por ser descriptiva no registra hipótesis		elementos	Liderazgo	Encuesta	Cuestionario
		Determinar las características de la gestión de calidad y competitividad de las MYPE rubro restaurantes del centro del distrito de Paita, año 2019.				Planificación		
		Específicos:		Gestión de calidad	Principios	Liderazgo		
		a) Describir los elementos de gestión de calidad en las MYPE rubro restaurantes del centro del distrito de Paita, año 2019.				Personal	Procesos	Toma de decisiones
		b) Describir los principios de gestión de calidad en las MYPE rubro restaurantes del centro del distrito de Paita, año 2019.				Mejora continua		

c) Identificar la importancia de la competitividad en las MYPE rubro restaurantes del centro del distrito de Paita, año 2019.

importancia

Innovación

Costos

Ventas

d) Identificar las estrategias Competitivas que ayudaran a incrementar la productividad de las MYPE rubro restaurantes del centro del distrito de Paita, año 2019.

competitividad

estrategias
Competitivas

Innovación
constante

Satisfacción del
cliente

Internacionaliza
ción

Reducción de
costos

Uso de nuevas
tecnologías

4.7. Principios Éticos

En la presente investigación se desarrollará respetando la norma APA, considerando honestidad dado que los datos no se han manipulado al beneficio del autor. Acudiendo a un gran número de fuentes, para un mejor conocimiento de los hechos. Así mismo se utilizó criterio para el desarrollo de la investigación.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Cuadro 3: Características demográficas

Características	Frecuencia	Porcentaje
<u>Género</u>		
Masculino	3	37
Femenino	5	63
<u>Tipo de empresa</u>		
E.I.R.L.	2	25
S.A. Unipersonal	6	75
<u>Edad de propietario</u>		
20 a 25 años	3	37
25 a 30 años	4	50
35 a 40 años	1	13
40 a 45 años	0	0
<u>Años en el negocio</u>		
Menos de 05 años	3	37
Hasta 10 años	4	50
Más de 10 años	1	13

En el Cuadro 3 se observa que el 63% de los propietarios encuestados pertenecen al género femenino y son empresas de tipo unipersonal el 75%. Con respecto a la edad de los propietarios el 50% tienen edades entre el rango de 25 y 30 años, y el 13% tienen entre el rango de 35 y 40. la experiencia que tienen en el negocio está dada porque el 50% tienen hasta 10 años en el negocio, mientras que el 13% tienen más de 10 años en el negocio.

Tabla 3 ¿cuenta con un plan estratégico que le ayude a cumplir sus objetivos y metas de su empresa?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	25%
No	6	75%
Total	8	100%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

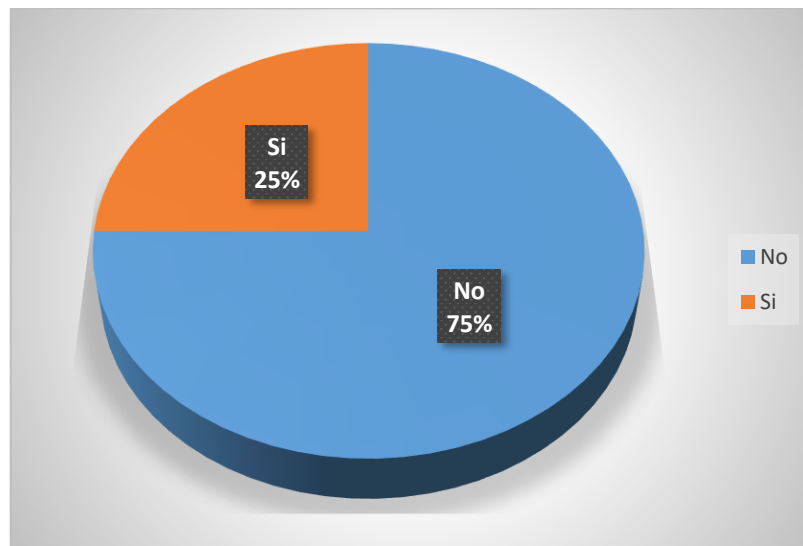


Gráfico 1: representa a la pregunta ¿cuenta con un plan estratégico que le ayude a cumplir sus objetivos y metas de su empresa?

En la tabla 3 y gráfico 1 denominadas ¿cuenta con un plan estratégico que le ayude a cumplir sus objetivos y metas de su empresa? Se observa que el 75% no cuenta con un plan estratégico, mientras que el 25% si cuenta con un plan estratégico.

Tabla 4 ¿Cuenta con algún diseño de protocolo de atención al cliente?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	63%
No	3	37%
Total	8	100

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

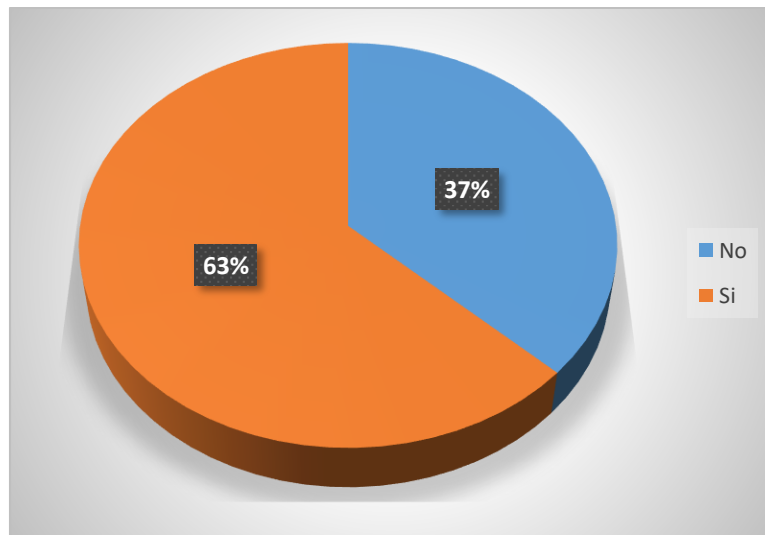


Gráfico 2: representa a la pregunta ¿Cuenta con algún diseño de protocolo de atención al cliente?

En la tabla 4 y gráfico 2 denominadas ¿Cuenta con algún diseño de protocolo de atención al cliente? Se observa que el 63% de propietarios si cuenta con algún diseño de protocolo de atención al cliente, mientras el 37% no cuenta con diseño de protocolo de atención al cliente.

Tabla 5 ¿Considera que sus trabajadores muestran compromiso e identifican con el negocio?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	75%
No	2	25%
Total	8	100%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

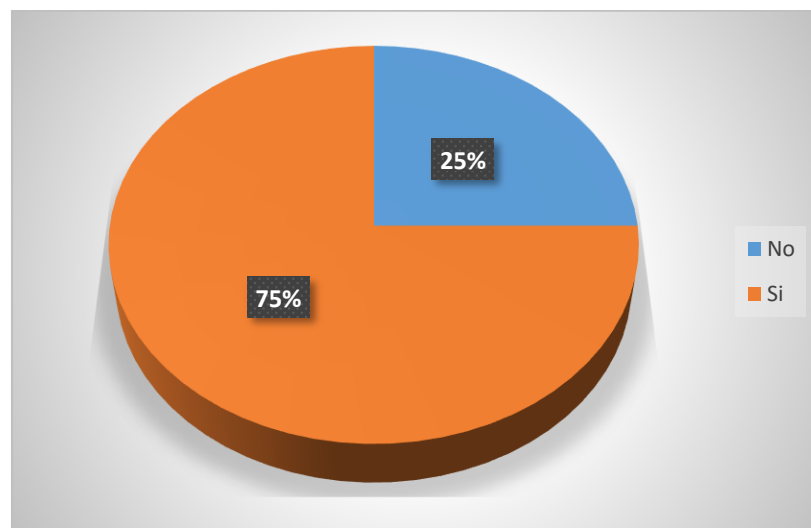


Gráfico 3: representa a la pregunta ¿Considera que sus trabajadores muestran compromiso e identifican con el negocio?

En la tabla 5 y gráfico 3 denominadas ¿Considera que sus trabajadores muestran compromiso e identifican con el negocio? Se observa que el 75% considera que sus trabajadores si muestran compromiso e identifican con el negocio, mientras el 25% no muestra compromiso e identifican con el negocio.

Tabla 6 ¿Capacita constantemente a su personal para brindar un buen servicio?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	50%
No	4	50%
Total	8	100%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

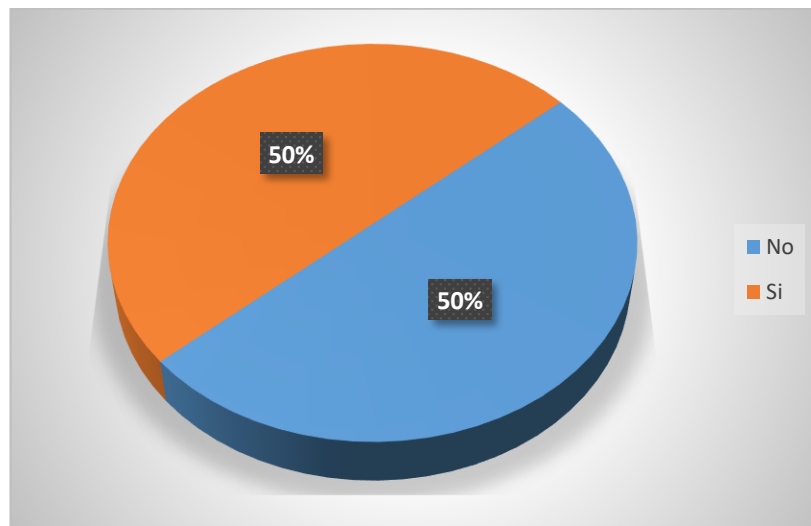


Gráfico 4: representa a la pregunta ¿Capacita constantemente a su personal para brindar un buen servicio?

En la tabla 6 y gráfico 4 denominadas ¿Capacita constantemente a su personal para brindar un buen servicio? Se observa que el 50% de propietarios de los diversos restaurantes encuestados si capacitan constantemente a sus trabajadores, mientras el otro 50% no capacita constantemente a sus trabajadores.

Tabla 7 ¿Existe comunicación y confianza entre Ud. y sus colaboradores?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	63%
No	3	37%
Total	8	100%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

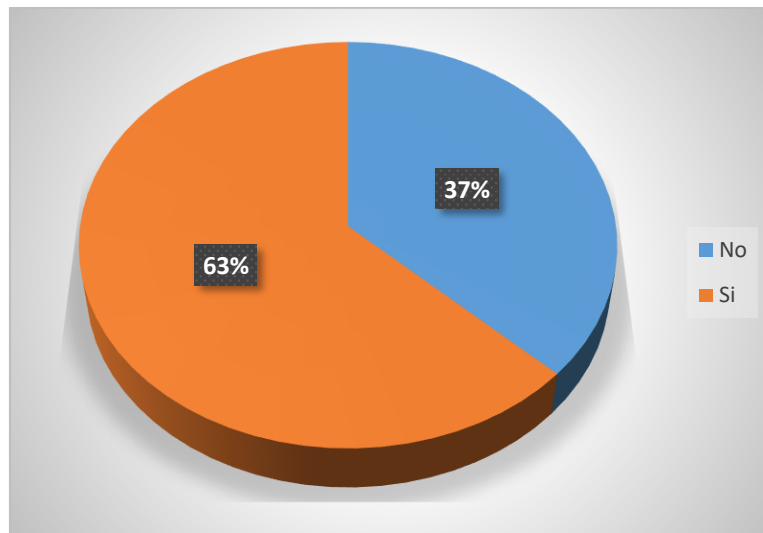


Gráfico 5: representa a la pregunta ¿Existe comunicación y confianza entre Ud. y sus colaboradores?

En la tabla 7 y gráfico 5 denominadas ¿Existe comunicación y confianza entre Ud. y sus colaboradores? Se observa que el 63% de propietarios de los restaurantes si mantienen comunicación y confianza con sus colaboradores, mientras el 37% no tiene comunicación y confianza con sus colaboradores.

Tabla 8 ¿Cree Ud. q su negocio es competitivo?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	75%
No	2	25%
Total	8	100%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

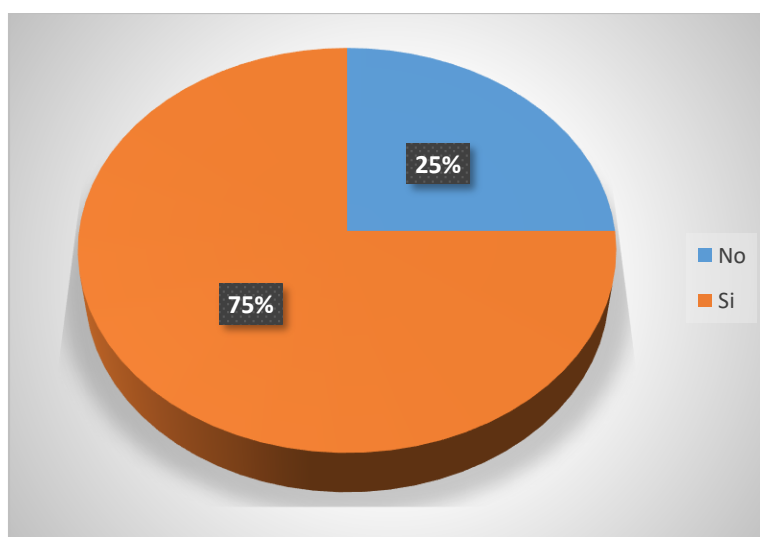


Gráfico 6: representa a la pregunta ¿Cree Ud. q su negocio es competitivo?

En la tabla 8 y gráfico 6 denominadas ¿Cree Ud. q su negocio es competitivo? Se observa que el 75% considera que su negocio si es competitivo, mientras el 25% cree que su negocio no es competitivo.

Tabla 9 ¿Conoce usted a sus principales competidores?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	100%
No	0	0%
Total	8	100%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

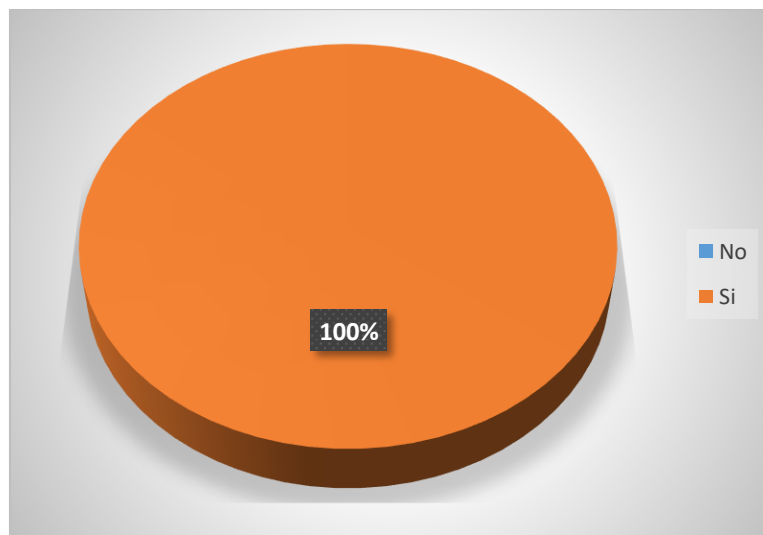


Gráfico 7: representa a la pregunta ¿Conoce usted a sus principales competidores?

En la tabla 9 y gráfico 7 denominadas ¿Conoce usted a sus principales competidores? Se observa que el 100% conoce a sus principales competidores.

Tabla 10 ¿cuenta con una estrategia de precios que contribuyan a ser competitiva en el mercado?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	88%
No	1	12%
Total	8	100%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

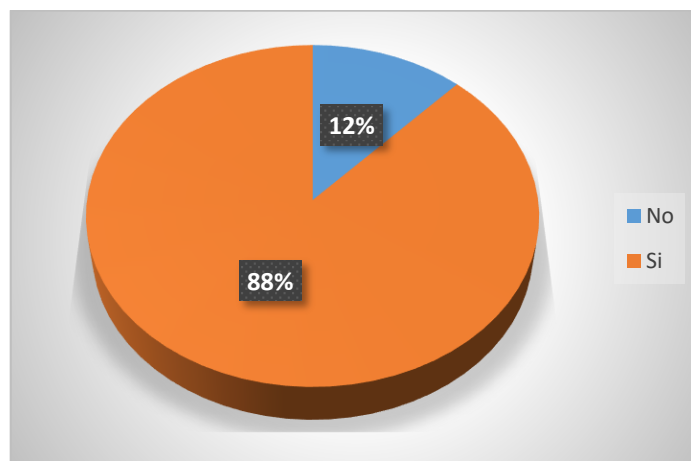


Gráfico 8: representa a la pregunta ¿cuenta con una estrategia de precios que contribuyan a ser competitiva en el mercado?

En la tabla 10 y gráfico 8 denominadas ¿cuenta con una estrategia de precios que contribuyan a ser competitiva en el mercado? Se observa que el 88% cuenta con una estrategia de precios que contribuyan a ser competitiva en el mercado, mientras solo un 12% no cuenta con una estrategia de precios.

Tabla 11 ¿cuenta con un libro de reclamos?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	37%
No	5	63%
Total	8	100%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

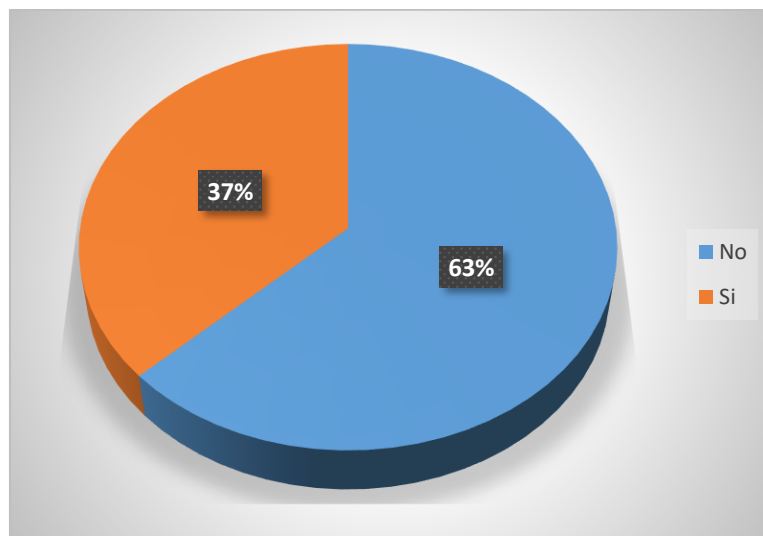


Gráfico 9: representa a la pregunta ¿cuenta con un libro de reclamos?

En la tabla 11 y gráfico 9 denominadas ¿cuenta con un libro de reclamos? Se observa que el 63% si cuenta con libro de reclamos, mientras el 37% no cuentan con libro de reclamos.

Tabla 12 ¿Los reclamos y sugerencias de los clientes son atendidos inmediatamente?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	100%
No	0	0%
Total	8	100%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

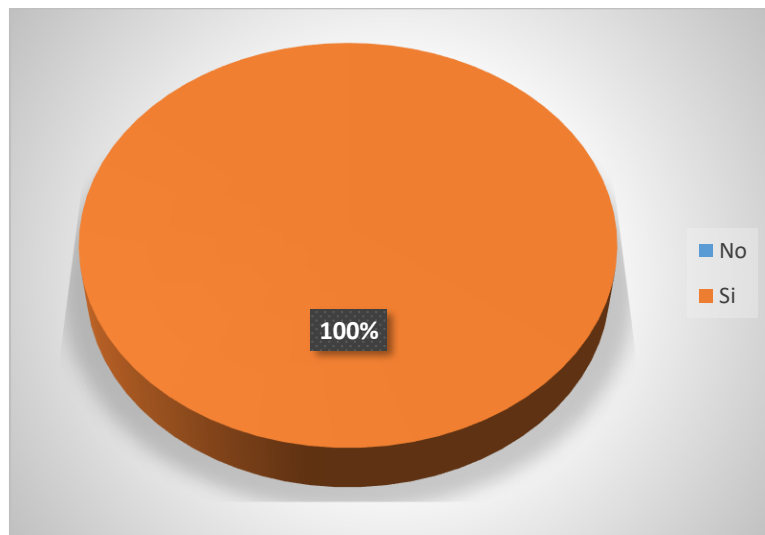


grafico 10: representa a la pregunta ¿Los reclamos y sugerencias de los clientes son atendidos inmediatamente?

En la tabla 12 y grafico 10 denominadas ¿Los reclamos y sugerencias de los clientes son atendidos inmediatamente? Se observa que el 100% atiende inmediatamente las quejas y reclamos de sus clientes.

Tabla 13 ¿Brinda un valor agregado a su servicio?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	75%
No	2	25%
Total	8	100%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

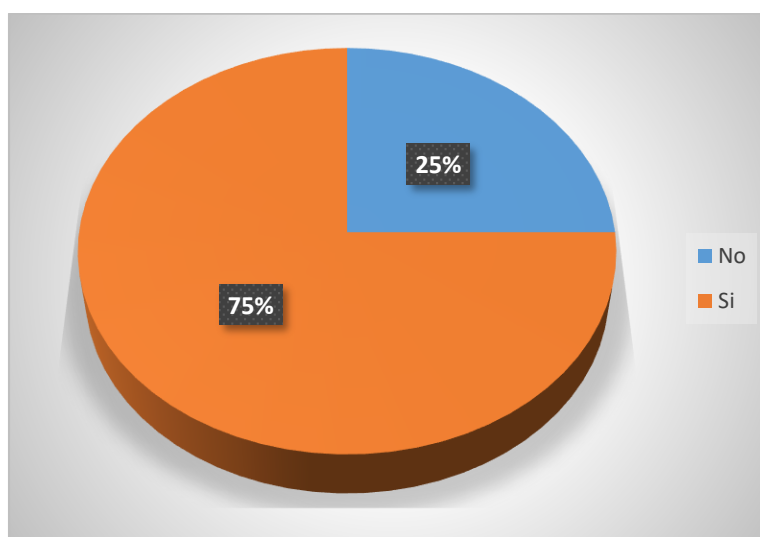


grafico 11: representa a la pregunta ¿Brinda un valor agregado a su servicio?

En la tabla 13 y gráfico 11 denominadas ¿Brinda un valor agregado a su servicio? Se observa que el 75% si brinda un valor agregado a su servicio, mientras el 25% no brinda un valor agregado a su servicio.

Tabla 14 ¿su negocio busca la innovación constante?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	63%
No	3	37%
Total	8	100%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

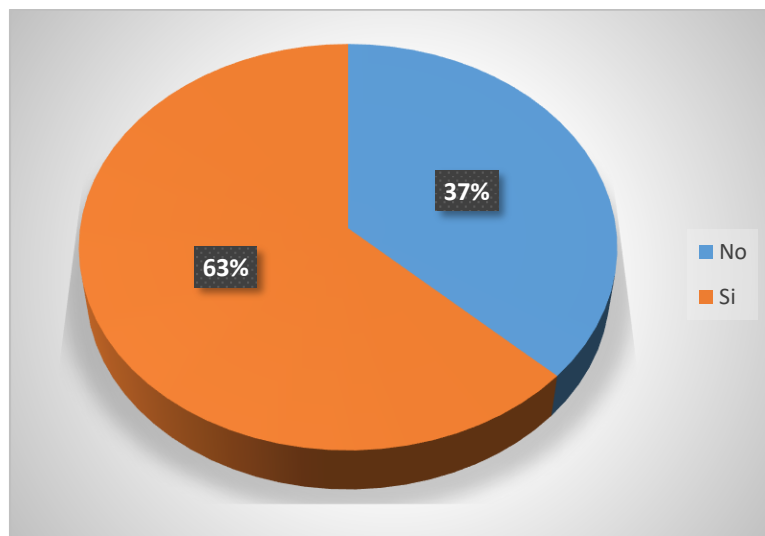


grafico 12: representa a la pregunta ¿su negocio busca la innovación constante?

En la tabla 14 y grafico 12 denominadas ¿su negocio busca la innovación constante? Se observa que el 63% busca la innovación constante de su negocio, mientras el 37 % no busca la innovación constante.

Tabla 15 ¿Hace uso de las nuevas tecnologías?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	63%
No	3	37%
Total	8	100%

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

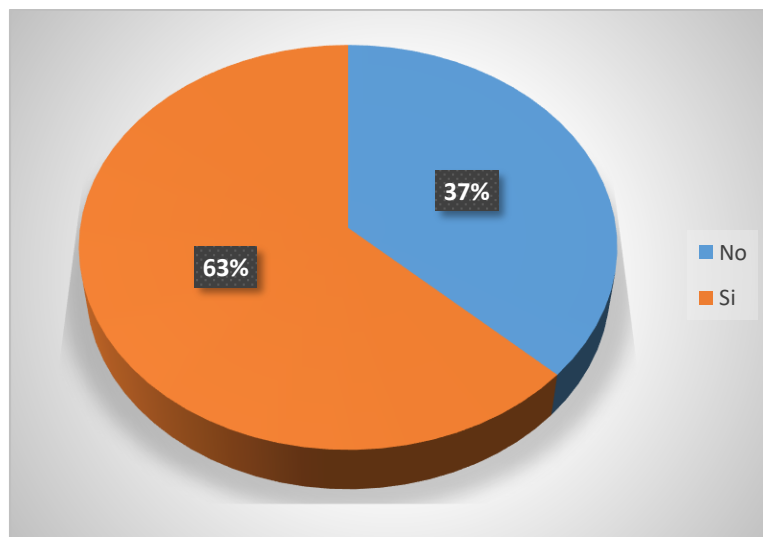


grafico 13: representa a la pregunta ¿Hace uso de las nuevas tecnologías?

En la tabla 15 y gráfico 13 denominadas ¿Hace uso de las nuevas tecnologías? Se observa q el 63% si ase uso de las nuevas tecnologías, mientras el 37% no ase uso de las nuevas tecnologías.

Tabla 16 ¿Recibe Ud. capacitaciones de cómo tratar al cliente?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	12
No	35	88
Total	40	100

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

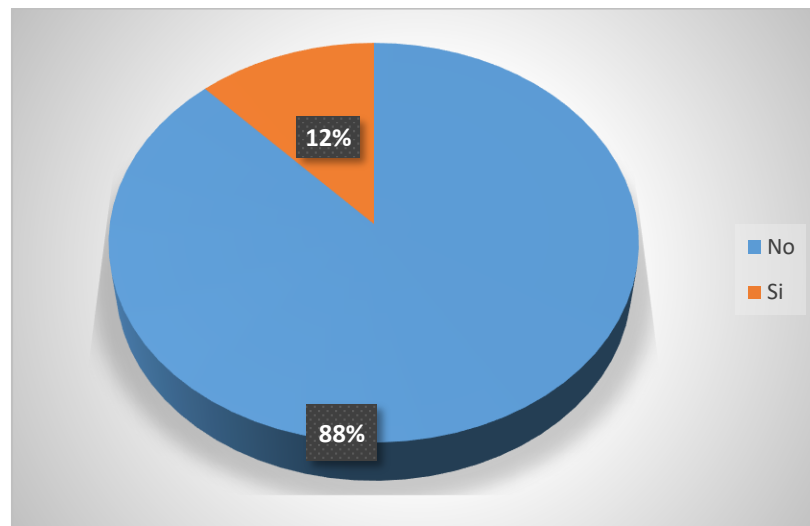


grafico 14: representa a la pregunta ¿Recibe Ud. capacitaciones de cómo tratar al cliente?

En la tabla 16 y grafico 14 denominadas ¿Recibe Ud. capacitaciones de cómo tratar al cliente? En donde se observa que el 88%, de los trabajadores encuestados no reciben capacitaciones para saber tratar al cliente, es así que solo el 12% reciben capacitaciones para brindar una buena atención al cliente.

Tabla 17 ¿se encuentra a gusto con el trabajo que desempeña?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	20
No	32	80
Total	40	100

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

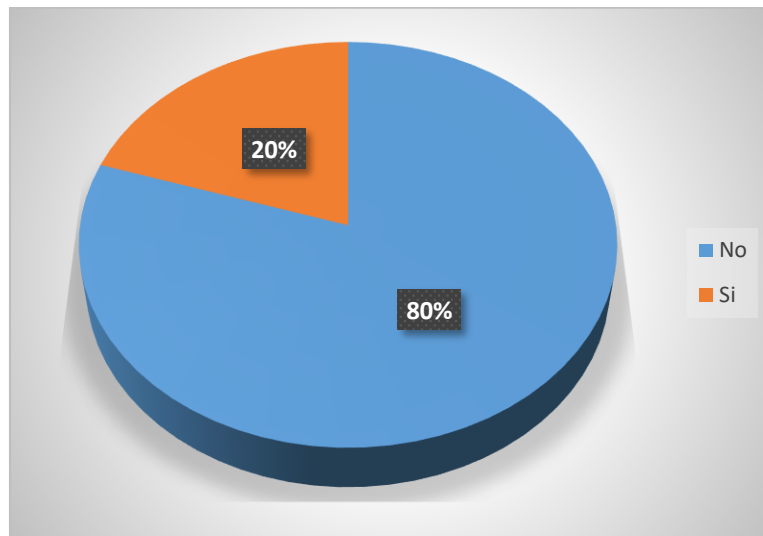


grafico 15: representa a la pregunta ¿se encuentra a gusto con el trabajo que desempeña?

En la tabla 17 y grafico 15 denominadas ¿se encuentra a gusto con el trabajo que desempeña? Se observa que el 80% de los trabajadores no se encuentran a gusto con el trabajo que desempeñan, así mismo solo 20% de los trabajadores se sienten a gusto con su trabajo

Tabla 18 ¿recibe incentivos por su buen desempeño en el trabajo?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0
No	40	100
Total	40	100

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

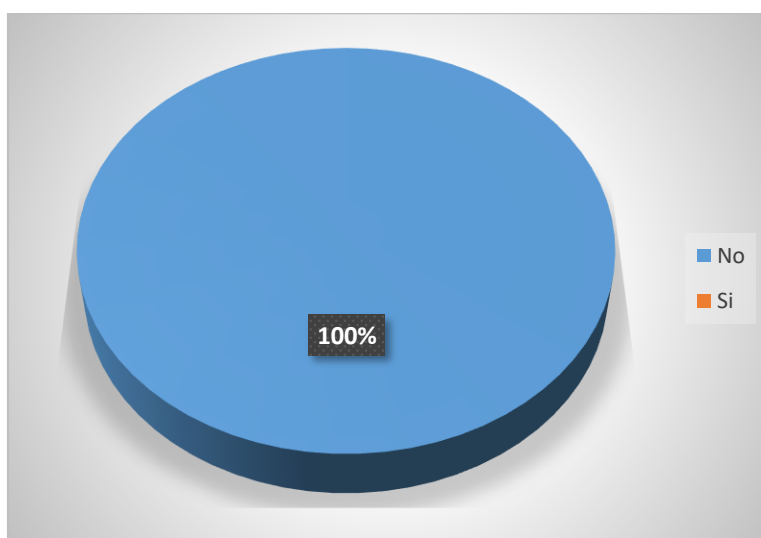


grafico 16: representa a la pregunta ¿recibe incentivos por su buen desempeño en el trabajo?

En la tabla 18 y grafico 16 denominadas ¿recibe incentivos por su buen desempeño en el trabajo? Se observa que el 100% de trabajadores encuestados manifiestan no recibir ningún tipo de incentivo por su buen desempeño en el trabajo.

Tabla 19 ¿cuenta con implementos necesarios para desarrollar su trabajo?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	32	80
No	8	20
Total	40	100

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

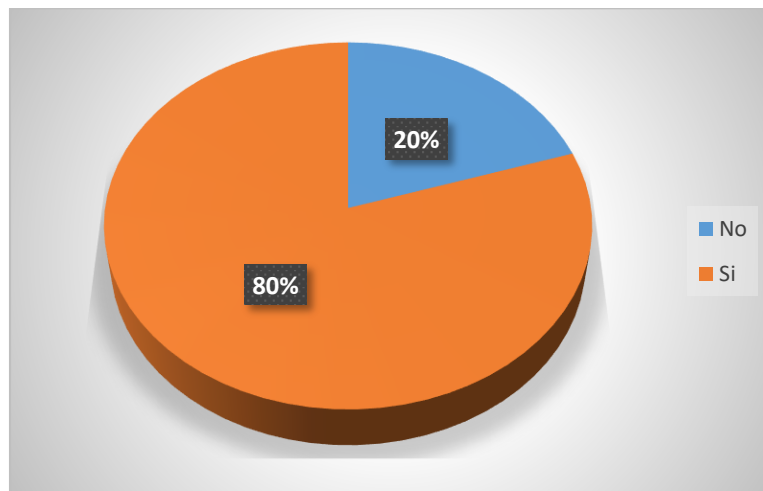


grafico 17: representa a la pregunta ¿cuenta con implementos necesarios para desarrollar su trabajo?

En la tabla 19 y grafico 17 denominadas ¿cuenta con implementos necesarios para desarrollar su trabajo? Se observa que el 80% de los trabajadores si cuentan con implementos necesarios para desarrollar su trabajo mientras el 20% manifiesta no contar con implementos necesarios para desarrollar su trabajo.

Tabla 20 ¿Su jefe le permite brindar sugerencias para mejora del servicio?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0
No	40	100
Total	40	100

Fuente: Cuestionario

Elaboración: Propia

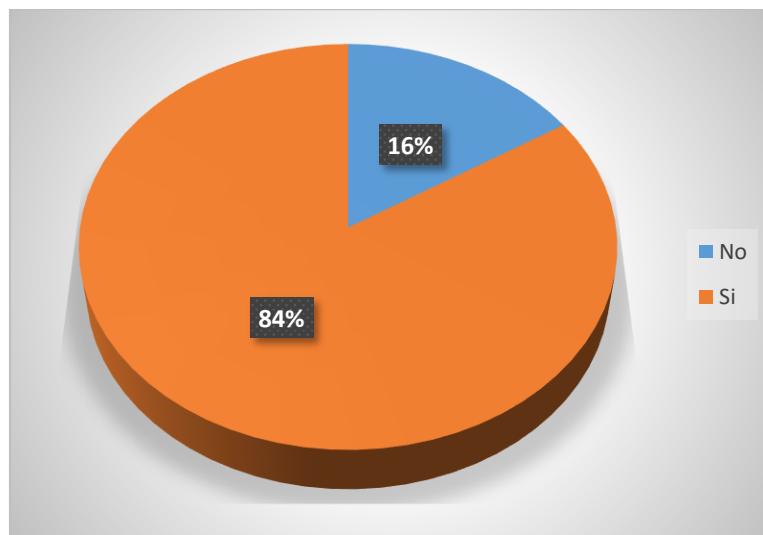


grafico 18: representa a la pregunta ¿Su jefe le permite brindar sugerencias para mejora del servicio?

En la tabla 20 y grafico 18 denominadas ¿Su jefe le permite brindar sugerencias para mejora del servicio? Se observa que en su totalidad del 100% los trabajadores manifiestan que sus jefes no les permite brindar sugerencias para mejora del servicio.

5.2 Análisis de resultados

En la tabla 03 titulada ¿cuenta con un plan estratégico que le ayude a cumplir sus objetivos y metas de su empresa? Se observa que el 75% no cuenta con un plan estratégico, Luna, (2016) en su investigación Concluyendo que la totalidad de las MYPE 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.

En la tabla 04 titulada ¿Cuenta con algún diseño de protocolo de atención al cliente? Se observa que el 63% de propietarios si cuenta con algún diseño de protocolo de atención al cliente. Guzmán (2018), Tuvo como conclusiones que mediante su investigación para determinar las necesidades de los clientes y tomarlas como raíz en el diseño del SGC, se debe desarrollar actividades dentro del diseño considerando al cliente como la pieza más importante.

En la tabla 05 titulada ¿Considera que sus trabajadores muestran compromiso e identifican con el negocio? Se observa que el 75% considera que sus trabajadores si muestran compromiso e identifican con el negocio. Sajamí (2015), que existe una motivación de nivel medio o aceptable, con muy bajos porcentajes en los niveles extremos de mucha insatisfacción o satisfacción; para el caso de la variable calidad de atención, se evidencia también una aceptable de atención a los usuarios del servicio con una tendencia muy ligera hacia el nivel satisfecho, destacando la empatía como factor de mayor aceptación. A partir de este trabajo metodológico se arribó a la conclusión que tanto la motivación de personal como de calidad de atención se encuentran en niveles intermedios entre las escalas de satisfacción e insatisfacción,

además de quedar demostrado que existe una relación directa y significativa entre las variables estudiadas. Para que un trabajador muestre compromiso e identifique con la empresa, debe sentirse que se le valora y que es importante para la empresa.

En la tabla 06 titulada ¿Capacita constantemente a su personal para brindar un buen servicio? Se observa que el 50% de propietarios de los diversos restaurantes encuestados si capacitan constantemente a sus trabajadores. Sandoval, (2018) fue notoria la necesidad de formar un comité de control de la calidad para la lograr satisfacción en los clientes, compuesto por personal capacitado, y a la vez elaborar una guía de indicadores de satisfacción del servicio. Otro aspecto que se pudo demostrar en la tesis es la importancia de implementar talleres de planificación mediante técnicas de diseño de procedimientos, procesos, manuales para lograr una adecuada atención al cliente que provoca devolución del servicio de parte del cliente.

En la tabla 07 titulada ¿Existe comunicación y confianza entre Ud. y sus colaboradores? Se observa que el 63% de propietarios de los restaurantes si mantienen comunicación y confianza con sus colaboradores. Velásquez, (2017) Los beneficios que brinda la capacitación en las MYPE de servicio rubro restaurantes de la Urb. Los Titanes, se ha identificado: la mejora de la relación con el personal, el crecimiento e impacto de la imagen institucional, como la disminución de temores en el desarrollo de sus tareas, satisfacción en el personal para el desarrollo de sus actividades, incremento en el conocimiento del puesto y el desarrollo de habilidades de la comunicación. Para que un líder pueda cumplir con los objetivos trazados de la empresa debe tener una buena relación de comunicación y confianza con sus colaboradores, de esta manera logran trabajar en equipo y les será mucho más fácil llegar a cumplir los objetivos de la empresa.

En la tabla 08 titulada ¿Cree Ud. q su negocio es competitivo? Se observa que el 75% considera que su negocio si es competitivo, Luna, (2016) en su investigación Concluyendo que la totalidad de las MYPE 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.

En la tabla 09 titulada ¿Conoce usted a sus principales competidores? Se observa que el 100% conoce a sus principales competidores. Luna, (2016) Concluyendo que la totalidad de las MYPE carece de todo un plan estratégico administrativo y operativo, lo que los vuelve vulnerables en este mercado competitivo. Para poder sobre vivir en el mercado debemos conocer a nuestros competidores de tal manera que busquemos sobresalir de ellos y no quedarnos.

En la tabla 10 titulada ¿cuenta con una estrategia de precios que contribuyan a ser competitiva en el mercado? Se observa que el 88% cuenta con una estrategia de precios que contribuyan a ser competitiva en el mercado, Luna, (2016) en su investigación Concluyendo que la totalidad de las MYPE 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. Andrade, (2015) el precio influye de manera positiva, dejando de lado otros aspectos como la Infraestructura, lo cual motiva a las personas al momento de adquirir el servicio.

En la tabla 11 titulada ¿cuenta con un libro de reclamos? Se observa que el 63% si cuenta con libro de reclamos. Pascual, (2018) como conclusión

los gerentes perciben un nivel intermedio de deficiencia respecto a los requisitos de la norma ISO 9001 porque consideran que no es un tema fundamental para los restaurantes (pollerías) por ende no cuentan con un buen proceso de elaboración del producto y no hay un control de quejas y reclamos. Esto sucede normalmente porque muchas empresas no cuentan con libro de reclamos, el cual tiene gran importancia para los clientes ya que a través de ese libro pueden expresar su malestar o descontento por el servicio.

En la tabla 12 titulada ¿Los reclamos y sugerencias de los clientes son atendidos inmediatamente? Se observa que el 100% atiende inmediatamente las quejas y reclamos de sus clientes. Pascual, (2018) como conclusión los gerentes perciben un nivel intermedio de deficiencia respecto a los requisitos de la norma ISO 9001 porque consideran que no es un tema fundamental para los restaurantes (pollerías) por ende no cuentan con un buen proceso de elaboración del producto y no hay un control de quejas y reclamos. Si bien es cierto toda empresa debería contar con un libro de reclamos, no es suficiente con tenerlo y mostrarlo al cliente, si no que se le debe dar seguimiento y tratar de dar solución a cada reclamo o sugerencia. Así mismo de a ser le sentir al cliente que siempre se está buscando su bienestar, tratando de satisfacer sus necesidades y cubrir sus expectativas.

En la tabla 13 titulada ¿Brinda un valor agregado a su servicio? Se observa que el 75% si brinda un valor agregado a su servicio, Valdivieso, (2018) Teniendo como conclusión que la competitividad de los restaurantes se caracteriza por la eficiencia alcanzada, los adecuados niveles de calidad de servicio, los índices de tecnología y con relación a la calidad, esta se caracteriza por la buena atención al cliente, los altos niveles de satisfacción en los clientes y sobre todo los productos y

servicios de calidad brindado. otra forma de lograr atraer al cliente es brindarle un valor agregado al servicio q se está ofreciendo. Por ejemplo, cuando llegamos a deleitar un sabroso platillo a un restaurante y además nos atienden con rapidez y una sonrisa. Eso se llama valor agregado. A si pues los beneficios son muchos ya que harán que los clientes vuelvan una y otra vez a al negocio.

En la tabla 14 titulada ¿su negocio busca la innovación constante? Se observa que el 63% busca la innovación constante de su negocio. Luna, (2016), en su investigación Concluyendo que la totalidad de las MYPE 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. Por lo que se sugiere estar en constante innovación para aplicar nuevas ideas para los servicios que ofrece el negocio, para generar un valor diferenciador de la misma ante sus competidores y aumentar sus ingresos.

En la tabla 15 titulada ¿Hace uso de las nuevas tecnologías? Se observa q el 63% si ase uso de las nuevas tecnologías, Valdivieso, (2018) Teniendo como conclusión que la competitividad de los restaurantes se caracteriza por la eficiencia alcanzada, los adecuados niveles de calidad de servicio, los índices de tecnología y con relación a la calidad, esta se caracteriza por la buena atención al cliente, los altos niveles de satisfacción en los clientes y sobre todo los productos y servicios de calidad brindado.

En la tabla 16 titulada ¿Recibe Ud. capacitaciones de cómo tratar al cliente? En donde se observa que el 88%, de los trabajadores encuestados no reciben

capacitaciones para saber tratar al cliente, es así que solo el 12% reciben capacitaciones para brindar una buena atención al cliente. Sandoval, (2018) fue notoria la necesidad de formar un comité de control de la calidad para la lograr satisfacción en los clientes, compuesto por personal capacitado, y a la vez elaborar una guía de indicadores de satisfacción del servicio. Otro aspecto que se pudo demostrar en la tesis es la importancia de implementar talleres de planificación mediante técnicas de diseño de procedimientos, procesos, manuales para lograr una adecuada atención al cliente que provoca devolución del servicio de parte del cliente.

En la tabla 17 titulada ¿se encuentra a gusto con el trabajo que desempeña? Se observa que el 80% de los trabajadores no se encuentran a gusto con el trabajo que desempeñan, así mismo solo 20% de los trabajadores se sienten a gusto con su trabajo. Velásquez, (2017) Los beneficios que brinda la capacitación en las MYPE de servicio rubro restaurantes de la Urb. Los Titanes, se ha identificado: la mejora de la relación con el personal, el crecimiento e impacto de la imagen institucional, como la disminución de temores en el desarrollo de sus tareas, satisfacción en el personal para el desarrollo de sus actividades, incremento en el conocimiento del puesto y el desarrollo de habilidades de la comunicación. Para que un líder pueda cumplir con los objetivos trazados de la empresa debe tener una buena relación de comunicación y confianza con sus colaboradores, de esta manera logran trabajar en equipo y les será mucho más fácil llegar a cumplir los objetivos de la empresa.

En la tabla 18 titulada ¿recibe incentivos por su buen desempeño en el trabajo? Se observa que el 100% de trabajadores encuestados manifiestan no recibir ningún tipo de incentivo por su buen desempeño en el trabajo. Sajamí (2015), llego a la conclusión que tanto la motivación de personal como de calidad de atención se encuentran en niveles intermedios entre las escalas de satisfacción e insatisfacción, además de quedar demostrado que existe una relación directa y significativa entre las variables estudiadas.

En la tabla 19 titulada ¿cuenta con implementos necesarios para desarrollar su trabajo? Se observa que el 80% de los trabajadores si cuentan con implementos necesarios para desarrollar su trabajo, mientras el 20% manifiesta no contar con implementos necesarios para desarrollar su trabajo. Sajamí (2015), Entre las conclusiones el autor menciona que el personal debe estar debidamente uniformado ya que el uniforme juega un papel fundamental, por lo que refleja la imagen del personal. Así mismo se les debe proporcionar implementos de seguridad para evitar accidentes en el trabajo. Dependiendo el área en que laboran.

En la tabla 20 titulada ¿Su jefe le permite brindar sugerencias para mejora del servicio? Se observa que en su totalidad del 100% los trabajadores manifiestan que sus jefes no les permite brindar sugerencias para mejora del servicio. Sandoval, (2018) concluyo que para mejorar la calidad de atención al cliente se debe tomar en cuenta la opinión de los trabajadores ya que son ellos quienes mantienen contacto directo con los clientes.

VI. CONCLUSIONES

La mayor parte de propietarios de las MYPE, no cuentan con un plan estratégico, lo cual representa un peligro ya que el plan estratégico es una herramienta fundamental para la toma de decisiones.

Los propietarios se preocupan muy poco por sus trabajadores, pese a que el capital humano es sumamente importante para el éxito de la empresa, si los trabajadores son motivados rendirán más porque se sentirán mejor en su trabajo y lo harán con una mayor eficacia. Ya que los trabajadores que se sienten valorados y motivados son capaces de tener nuevas ideas y transmitirlas a sus superiores. Así también se puede concluir que los trabajadores de las diferentes MYPE encuestadas, si reciben capacitaciones. Además, que si existe comunicación y confianza entre propietario y trabajador.

Los propietarios conocen a sus principales competidores, así mismo cuenta con una estrategia de precios que contribuyen a ser competitiva en el mercado, se preocupan por atender los reclamos y sugerencias de sus clientes. Además, brindar un valor agregado a su servicio, constantemente buscan la innovación para su negocio y para ello hacen uso de nuevas tecnologías.

En cuanto a los trabajadores se logró concluir que no reciben ningún incentivo por su desempeño realizado en el trabajo, además que no se les involucra en las tomas de decisiones ya que no se les permite realizar sugerencias para el mejoramiento del servicio brindado a los clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía

9001, C. I. (s.f.). ISO 9001 Calidad. Sistemas de gestión de calidad según ISO 9000.

Obtenido de <https://iso9001calidad.com/que-es-la-gestion-de-la-calidad-23.html>

Aguilar, L. (2016). La gestión de calidad en obras de líneas de transmisión y su impacto en el éxito de las empresas constructoras. Tesis de Maestría. Lima: Universidad Nacional De Ingeniería. p.13.

Anaya, J. (2018). La Gestión Operativa de la empresa. Un enfoque de logística integral. Madrid - España: ESIC. p.36.

Besterfield, H (2015). Control de calidad. 8va ed. México: Pearson Educación.

Calderón, C. (2016). El capital intelectual en la competitividad de las empresas exportadoras del Estado de Oaxaca. México: Universidad de Oaxaca. P.22.

Choy, E. (2015). Competitividad de las micro y pequeñas empresas (Mypes) ante el tratado de libre comercio (TLC). Tesis Doctoral. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos. p.14.

Estrada, R. (2017). Planeación estratégica en la Pyme: evidencia empírica de empresas mexicanas. España: Universidad de Cantabria. p.36.

Feigenbaum, V. (2015). Control Total de la Calidad. México: CECSA.

Folgar, O. (2015). Sistemas Consolidados de Gestión ISO 9001; ISO 14001. Buenos Aires: Ediciones Macchi. p.21.

García, J. (2016). Análisis de los sistemas de gestión de calidad y la administración pública en la presidencia del consejo de ministros- 2011. Tesis de Maestría. Lima: Universidad Nacional De Ingeniería. p.12.

Hernández, R. Fernández, C. & Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. 5ta ed. México D.F.: Mac Graw Hill. p.47.

James, T. (2017). Gestión de la Calidad Total. Un texto Introdutorio. España: Prentice Hall. p.19.

Listerri, J. Angelelli, P. Painter, F. & Wilson, S. (2015). Guía Operativa para Programas de Competitividad para la Pequeña y Mediana Empresa. Washington: BID. p.38.

Montalvo, T. (2015). Herramientas Efectivas para el Diseño e Implementación de un SGC ISO-9000:2000. Bogotá: Asesores del 2000. p.15.

ANEXOS



Encuesta al propietario

¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la Gestión de calidad y la competitividad en las MYPE rubro restaurantes de la provincia de Paita, año 2019, por ello acudo a Ud con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud considere más conveniente. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

Datos demográficos

Edad _____ Estado civil _____ Género _____

Nivel de estudios _____

Giro del negocio _____

Años en el negocio _____

Número de trabajadores _____

Tipo de persona: _____ Jurídica: Tipo _____

Elementos de la Gestión de calidad

1. ¿Existe comunicación y confianza entre Ud. y sus colaboradores?

SI NO

2. ¿cuenta con un plan estratégico que le ayude a cumplir sus objetivos y metas de su empresa?

SI NO

3. ¿Cuenta con algún diseño de protocolo de atención al cliente?

SI NO

4. ¿Considera que sus trabajadores muestran compromiso e identifican con el negocio?

SI NO

5. ¿Capacita constantemente a su personal para brindar un buen servicio?

SI NO



Encuesta al propietario

¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la Gestión de calidad y la competitividad en las MYPE rubro restaurantes de la provincia de Paita, año 2019, por ello acudo a Ud con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud considere más conveniente. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

Datos demográficos

Edad _____ Estado civil _____ Género _____

Nivel de estudios _____

Giro del negocio _____

Años en el negocio _____

Número de trabajadores _____

Tipo de persona: _____ Jurídica: Tipo _____

Estrategias competitivas e importancia de la competitividad

- | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|
| 1. ¿Cree Ud. q su negocio es competitivo? | SI | NO |
| 2. ¿Conoce Ud. a sus principales competidores? | SI | NO |
| 3. ¿Brinda un valor agregado a su servicio? | SI | NO |
| 4. ¿cuenta con una estrategia de precios que contribuyan a ser competitiva en el mercado? | SI | NO |
| 5. ¿cuenta con un libro de reclamos? | SI | NO |
| 6. ¿Los reclamos y sugerencias de los clientes son atendidos inmediatamente? | SI | NO |
| 7. ¿su negocio busca la innovación constante? | SI | NO |
| 8. ¿Hace uso de las nuevas tecnologías? | SI | NO |



Encuesta al trabajador

¡Buen día!, me encuentro realizando una investigación con el fin de conocer la Gestión de calidad y la competitividad en las MYPE rubro restaurantes de la provincia de Paita, año 2019, por ello acudo a Ud con el fin de que responda a unas preguntas sencillas marcando un aspa (X) en la respuesta que Ud considere más conveniente. Su participación es muy valiosa y se le agradece por ello.

Datos demográficos

Edad _____ Estado civil _____ Género _____

Nivel de estudios _____

Giro del negocio _____

Tiempo de trabajo _____

Tipo de persona: _____ Jurídica: Tipo _____

Principios de gestión de calidad

1. ¿Recibe Ud. capacitaciones de cómo tratar al cliente?

Si No

2. ¿cuenta con implementos necesarios para desarrollar su trabajo?

Si No

3. ¿se encuentra a gusto con el trabajo que desempeña?

Si No

4. ¿recibe incentivos por su buen desempeño en el trabajo?

Si No

5. ¿Su jefe le permite brindar sugerencias para mejora del servicio?

Si No

PILOTO DEL INSTRUMENTO

Cuestionario dirigido a los propietarios de los restaurantes del distrito de Paita, se tiene como muestra (8), de las cuales se ha trabajado con el 10 % teniendo como resultado 1 propietario.

Tabla 1: ¿El propietario comprendió de manera correcta el instrumento aplicado?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	100 %
No	0	0 %
Total	1	100 %

Fuente: Cuestionario aplicado al propietario
Elaboración propia.

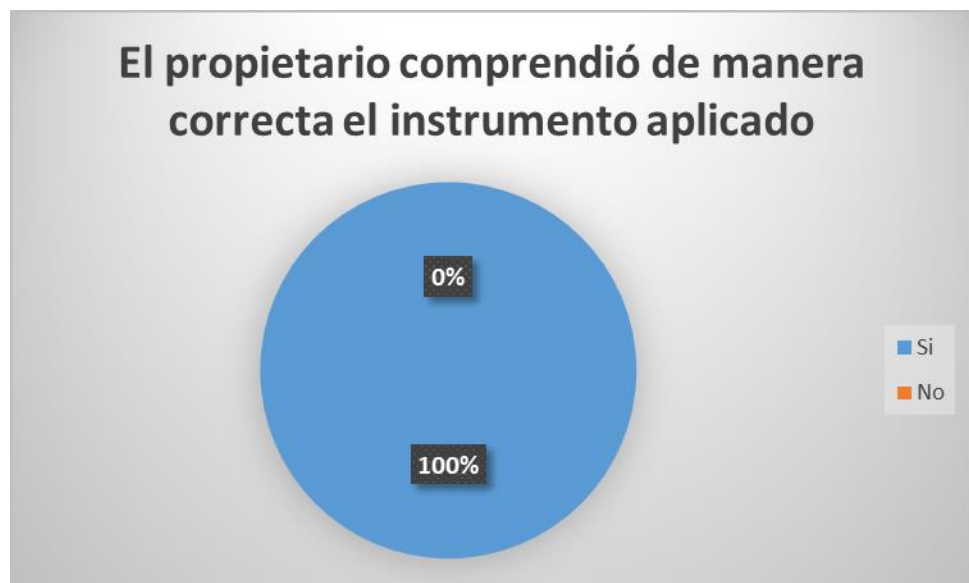


Figura 1: Gráfico circular

Representa a la pregunta ¿El propietario comprendió de manera correcta el instrumento aplicado?

Elaboración: Propia

Interpretación: El 100 % de propietarios encuestados comprendieron el cuestionario aplicado, es por ello que dicho instrumento es fiable para su desarrollo.

PILOTO DEL INSTRUMENTO

Cuestionario dirigido a los trabajadores de los restaurantes del distrito de Paita, se tiene como muestra (40), de las cuales se ha trabajado con el 10 % teniendo como resultado 4

Tabla 2: ¿El trabajador comprendió de manera correcta el instrumento aplicado?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	40	100 %
No	0	0 %
Total	40	100 %

Fuente: Cuestionario aplicado al trabajador
Elaboración propia.

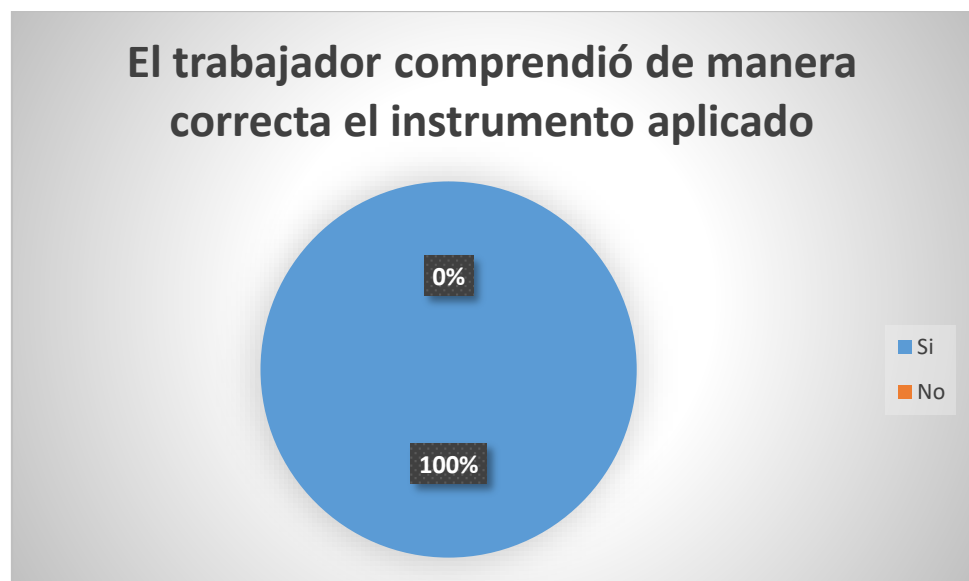


Figura 2: Grafico circular

Representa a la pregunta ¿El trabajador comprendió de manera correcta el instrumento aplicado?

Elaboración: Propia

Interpretación: El 100 % de los trabajadores encuestados respondieron con facilidad el cuestionario aplicado, de manera que se interpreta que el instrumento es apto y confiable para su desarrollo.

Matriz de preguntas para gestión de calidad

Variable	Dimensiones	Indicadores	Preguntas
Gestión de calidad	Elementos	Liderazgo	1. ¿Existe comunicación y confianza entre Ud. y sus colaboradores?
		Planificación	2. ¿cuenta con un plan estratégico que le ayude a cumplir sus objetivos y metas de su empresa?
		Apoyo y operación	3. ¿Cuenta con algún diseño de protocolo de atención al cliente?
		Evaluación del desempeño	4. ¿Considera que sus trabajadores muestran compromiso e identifican con el negocio?
		Mejora continua	5. ¿Capacita constantemente a su personal para brindar un buen servicio?
	Principios	Liderazgo	6. ¿Recibe Ud. capacitaciones de cómo tratar al cliente?
		Compromiso	7. ¿se encuentra a gusto con el trabajo que desempeña?
		Enfoque de procesos	8. ¿cuenta con implementos necesarios para desarrollar su trabajo?
		Toma de decisiones	9. ¿recibe incentivos por su buen desempeño en el trabajo?
		Mejora continua	10. ¿Su jefe le permite brindar sugerencias para mejora del servicio?

Variable	Dimensiones	Indicadores	Preguntas
Competitividad	Importancia	Ventas	11. ¿Conoce Ud. a sus principales competidores? 12. ¿Cree Ud. q su negocio es competitivo?
		Innovación constante	13. ¿su negocio busca la innovación constante?
	Estrategias competitivas	Satisfacción del cliente	14. ¿Brinda un valor agregado a su servicio? 15. ¿cuenta con un libro de reclamos? 16. ¿Los reclamos y sugerencias de los clientes son atendidos inmediatamente?
		Reducción de costos	17. ¿cuenta con una estrategia de precios que contribuyan a ser competitiva en el mercado?
		Uso de nuevas tecnologías	18. ¿Hace uso de las nuevas tecnologías?

LIBRO DE CÓDIGOS 1

	Descripción	Medición	Gerentes encuestados								frecuencia		porcentaje	
			1	2	3	4	5	6	7	8	parciales	total	Sub total	Total
OE1	Describir los elementos de gestión de calidad en las MYPE rubro restaurantes del centro del distrito de Paita, año 2019													
1	¿Existe comunicación y confianza entre Ud. y sus colaboradores?	SI		1			1				2	8	25%	100%
		NO	2		2	2		2	2	2	6		75%	
2	¿cuenta con un plan estratégico que le ayude a cumplir sus objetivos y metas de su empresa?	SI	1		1	1		1	1		5	8	63%	100%
		NO		2			2			2	3		37%	
3	¿Cuenta con algún diseño de protocolo de atención al cliente?	SI	1	1	1		1		1	1	6	8	75%	100%
		NO				2		2			2		25%	
4	¿Considera que sus trabajadores muestran compromiso e identifican con el negocio?	SI	1		1	1	1				4	8	50%	100%
		NO		2				2	2	2	4		50%	
5	¿Capacita constantemente a su personal para brindar un buen servicio?	SI			1	1	1		1	1	5	8	63%	100%
		NO	2	2				2			3		37%	

Libro de códigos														
	Descripción	Medición	Gerentes encuestados								frecuencia		porcentaje	
			1	2	3	4	5	6	7	8	parciales	total	Sub total	Total %
OE 3	Identificar la importancia de la competitividad en las MYPE rubro restaurantes del centro del distrito de Paita, año 2019													
1	¿Conoce Ud. a sus principales competidores?	SI												
		NO												
2	¿Cree Ud. q su negocio es competitivo?	SI												
		NO												

Libro de códigos 1														
	Descripción	Medición	Gerentes encuestados								frecuencia		porcentaje	
			1	2	3	4	5	6	7	8	parciales	total	Sub total	Total
OE4	Identificar las estrategias Competitivas que ayudaran a incrementar la productividad de las MYPE rubro restaurantes del centro del distrito de Paita, año 2019”													
1	¿su negocio busca la innovación constante?	SI	1			1		1	1	1	5	8	63%	100%
		NO		2	2		2				3		37%	
2	¿Brinda un valor agregado a su servicio?	SI	1	1	1		1	1		1	6	8	75%	100%
		NO				2			2		2		25%	
3	¿cuenta con un libro de reclamos?	SI			1	1	1				3	8	37%	100%
		NO	2	2				2	2	2	5		63%	
4	¿Los reclamos y sugerencias de los clientes son atendidos inmediatamente?	SI	1	1	1	1	1	1	1	1	8	8	100%	100%
		NO									0		0%	
5	¿cuenta con una estrategia de precios que contribuyan a ser competitiva en el mercado?	SI	1		1	1	1	1	1	1	7	8	88%	100%
		NO		2							1		12%	

6	¿Hace uso de las nuevas tecnologías?	SI	1	1			1	1	1		5	86	63%	100%
		NO			2	2				2	3		37%	