



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN DE LA CALIDAD Y COMPETITIVIDAD COMO  
PROPUESTA DE MEJORA PARA LAS MICROEMPRESAS DEL  
RUBRO RESTAURANTES EN TALARA. 2022**

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

**AUTOR**

**TRELLES MASIAS, REBECA ELISABET**

**ORCID: 0000-0002-9345-3150**

**ASESOR**

**ZENOZAIN CORDERO, CARMEN ROSA**

**ORCID: 0000-0001-6079-2319**

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2022**

## **1. Título de la Tesis**

Gestión de la Calidad y Competitividad como Propuesta de Mejora para  
las Microempresas del rubro Restaurantes en Talara. 2022

## **2. Equipo de trabajo**

### **AUTOR**

Trelles Masías, Rebeca Elisabet

Orcid: 0000-0002-9345-3150

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

### **ASESOR**

Zenzain Cordero, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-6079-2319

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

### **JURADOS**

Mgtr. León Vigo, Maritza

ORCID ID: 0000-0002-1003-0372

PRESIDENTE

Mgtr. Patiño Niño, Víctor Helio

ORCID ID: 0000-0002-4660-9490

MIEMBRO

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel

ORCID ID: 0000-0002- 6174-4754

MIEMBRO

### **3. Hoja de firma de Jurado y Asesor**

#### **JURADOS**

**Mgtr. León Vigo, Maritza**  
**ORCID ID: 0000-0002-10030372**  
**Presidente**

**Mgtr. Patiño Niño, Víctor Helio**  
**ORCID ID:0000-0002-4660-9490**  
**Miembro**

**Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel**  
**ORCID ID: 0000-0002-4660-9490**  
**Miembro**

**Dra. Zenozain Cordero, Carmen Rosa**  
**ORCID ID:0000-0001-6079-2319**  
**Asesor**

#### **4. Hoja de Agradecimiento y/o Dedicatoria**

##### **AGRADECIMIENTO**

Gracias a su infinita bondad ha permitido que,  
lo que ayer empezó como un sueño y muchas ilusiones,  
hoy se convirtió en una realidad ese sueño  
de ser una profesional.

Gracias a Dios.

Bendito sea el nombre de Dios.

Amen

##### **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mi familia que  
siempre estuvo conmigo apoyándome siempre, a mi  
asesora la Dra. Carmen Zenozain y a mi alma mater  
ULADECH Católica que me brindó la oportunidad de  
poder aprender y titularme como profesional que  
ahora soy.

## **5. Resumen y Abstract**

### **RESUMEN**

El presente trabajo planteó como Objetivo General Determinar las características de la gestión de la calidad y la competitividad para proponer mejoras a las microempresas del rubro restaurantes en Talara 2022, para ello se empleó una metodología de diseño transversal, no experimental, Cuantitativo, Descriptivo, se consideró una población de 11 restaurantes del Talara, que a la vez se constituyó como la muestra censal, por medio del instrumento de recolección de datos se formularon 15 preguntas relacionadas a las variables de estudio, se sometió al análisis de confiabilidad del alfa de Cronbach con un resultado del 0.85, se validaron los cuestionarios con la opinión de 3 expertos; se procedió al recojo y procesamiento de los datos arribando a las siguientes conclusiones Con respecto a las características de la gestión de la calidad la mayoría de los microempresarios muy pocas veces tienen una visión / Misión de la organización, muy pocas veces aplica el control previo y recurrente y muy pocas veces promueve la autoevaluación en la organización; casi siempre establece metas, aplica control posterior y siempre tienen un precio justo de sus productos. Con respecto a las características de la Competitividad la mayoría de los microempresarios algunas veces sus productos cuentan con algún valor agregado, muy pocas veces su personal se encuentra capacitado, pocas veces cuentan con infraestructura moderna, cuentan con alguna diferenciación de sus productos con relación a sus competidores; casi siempre los precios son competitivos en el mercado y sus productos están enfocados hacia un segmento específico de consumidores.

Palabras Clave: Competitividad, Gestión de la Calidad, Restaurantes

### **ABSTRACT**

The present work raised as a General Objective Determine the characteristics of quality management and competitiveness to propose improvements to microenterprises in the restaurant sector in Talara 2022, for which a cross-sectional, non-experimental, Quantitative, Descriptive design methodology was used. considered a population of 11 restaurants in Talara, which at the same time was constituted as the census sample, through the data collection instrument, 15 questions related to the study variables were formulated, it was submitted to the Cronbach's alpha reliability analysis with a result of 0.85, the questionnaires were validated with the opinion of 3 experts; We proceeded to collect and process the data, arriving at the following conclusions. Regarding the characteristics of quality management, the majority of microentrepreneurs very rarely have a vision / Mission of the organization, very rarely apply prior control and recurrent and rarely promotes self-assessment in the organization; They almost always set goals, apply follow-up control, and always price their products fairly. With respect to the characteristics of Competitiveness, the majority of microentrepreneurs sometimes have some added value in their products, very rarely are their personnel trained, rarely do they have modern infrastructure, they have some differentiation of their products in relation to their competitors; prices are almost always competitive in the market and their products are focused on a specific segment of consumers.

Keywords: Competitiveness, Quality Management, Restaurants

## 6. Contenido

### Tabla de contenido

|   |     |
|---|-----|
| 1. Título de la Tesis .....                               | i   |
| 2. Equipo de trabajo .....                                | ii  |
| 3. Hoja de firma de Jurado y Asesor .....                 | iii |
| 4. Hoja de Agradecimiento y/o Dedicatoria .....           | iv  |
| 5. Resumen y Abstract .....                               | v   |
| 6. Contenido .....  | vii |
| 7. Índice de Tablas y Figuras .....                       | ix  |
| I. Introducción.....                                      | 1   |
| II. Revisión de la Literatura .....                       | 6   |
| III. Hipótesis .....                                      | 35  |
| IV. Metodología .....                                     | 36  |
| 4.1. Diseño de la Investigación .....                     | 36  |
| 4.2. Población y Muestra.....                             | 37  |
| 4.3. Definición y operacionalización de variables .....   | 38  |
| 4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos..... | 39  |
| 4.5. Plan de análisis. ....                               | 39  |
| 4.6. Matriz de consistencia.....                          | 41  |
| 4.7. Principios éticos.....                               | 42  |

|  |    |
|--|----|
| V. Resultados.....   | 44 |
| 5.1. Resultados.....   | 44 |
| 5.2. Análisis de Resultados.....   | 49 |
| VI. Conclusiones .....   | 54 |
| Aspectos Complementarios .....   | 55 |
| Referencias Bibliográficas .....   | 56 |
| Anexos .....   | 60 |
| Anexo 1: Instrumento de Recolección de datos .....   | 60 |
| Anexo 2: Validación de Instrumento de Recolección de datos mediante Opinión de Expertos...61 |    |
| Anexo 3: Consentimiento informado.....   | 67 |
| Anexo 4: Figuras.....  | 73 |

## 7. Índice de Tablas y Figuras

### INDICE DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| <i>Tabla 1</i> Operacionalización de Variables.....  | 38 |
| <i>Tabla 2</i> Matriz de Consistencia .....  | 41 |
| <i>Tabla 3</i> Principales características de la gestión de la calidad de las microempresas del rubro<br>restaurantes de Talara.....                       | 44 |
| <i>Tabla 4</i> Principales características de la Competitividad de las microempresas del rubro restaurantes<br>de Talara.....                              | 45 |
| <i>Tabla 5</i> Propuesta de Mejora para la gestión de la Calidad y la Competitividad para las<br>microempresas del rubro restaurantes de Talara. 2022..... | 47 |

## INDICE DE FIGURAS

|  |    |
|--|----|
| <i>Figura 1 Principios, Prácticas y Técnicas de la Gestión de la Calidad</i>   | 23 |
| <i>Figura 2: Modelo EFQM de la Gestión de la Calidad</i>   | 24 |
| <i>Figura 3 Herramientas de Control de la calidad</i>  | 25 |
| <i>Figura 4 trilogía de la Calidad de J. Juran</i>   | 26 |
| <b>Figura 5</b> <i>Principales características de la gestión de la calidad de las microempresas del rubro<br/>restaurantes de Talara</i> | 73 |
| <b>Figura 6</b> <i>Principales características de la competitividad de las microempresas del rubro<br/>restaurantes de Talara</i>        | 74 |

## I. Introducción

La competitividad, así como la gestión de la calidad es una variable decisiva en el desarrollo económico y social de una nación, implica factores como la innovación, la eficiencia, la productividad y la calidad (Hernández et al, 2018).

Díaz, G., Quintana, M., & Fierro, D. (2020) La competitividad constituye una herramienta estratégica que, ha ido cobrando mayor importancia entre las empresas, este concepto puede ser analizado para entender por qué es trascendental para las organizaciones el adoptar la competitividad como una filosofía de vida. (p. 146).

La gestión de la calidad asociada a la competitividad empresarial permite, desde un enfoque holístico, observar a la organización como un conjunto de procesos que se relacionan entre sí y cuya finalidad entre otros, es buscar la satisfacción del cliente y crear relaciones duraderas con ellos (Hernández, H., Barrios, I., Martínez, D., 2018). La calidad puede ser utilizada como un arma estratégica en las organizaciones para alcanzar nuevos niveles de competitividad, dado que permitiría estar en sintonía con las necesidades del mercado (Barba, 2004, como se citó en Hernández, Barrios & Martínez, 2018).

En el contexto internacional, las microempresas enfrentan diversos obstáculos: la alta tasa de mortalidad debido a la pandemia del covid-19, la inseguridad, los conflictos internos en países, la inestabilidad económica, la corrupción entre otros limitan el crecimiento de las microempresas (Melo, 2003 como se citó en Jara et al, 2014).

En Latinoamérica, las microempresas, especialmente las del rubro restaurantes, necesitan adaptarse a los requerimientos de competitividad que exige la globalización. La capacidad para competir en una economía más abierta sugiere que la política de defensa de la competencia sea utilizada como instrumento de mejora de la competitividad (Cantillo, 2006 como se citó en Jara et al, 2014)

En el contexto nacional el mercado exige a las organizaciones ser competitivos, aplicar los criterios de la gestión de la calidad ya que con ello se logrará ser eficientes y eficaces en el manejo de los recursos tanto financieros, humanos, tecnológicos entre otros, el exigente mercado actual enfrenta el desafío de ser competentes.

Por lo antes mencionado se formuló el siguiente problema de investigación: ¿Cuáles son las características de la gestión de la calidad y la competitividad para proponer mejoras a las microempresas del rubro restaurantes en Talara 2022? Y como problemas específicos señalo los siguientes: (a) ¿Cuáles son las principales características de la gestión de la calidad de las microempresas del rubro restaurantes de Talara? (b) ¿Cuáles

son las principales características de la Competitividad de las microempresas del rubro restaurantes de Talara? (c) ¿Cuál será la propuesta de mejora para la gestión de la calidad y la competitividad a las microempresas del rubro restaurantes en Talara. 2022?. El Objetivo General planteado es Determinar las características de la gestión de la calidad y la competitividad para proponer mejoras a las microempresas del rubro restaurantes en Talara 2022 y como objetivos específicos tenemos: (a) Determinar las principales características de la gestión de la calidad de las microempresas del rubro restaurantes de Talara 2022 (b) Determinar las principales características de la Competitividad de las microempresas del rubro restaurantes de Talara 2022 (c) Elaborar la propuesta de mejora para la gestión de la calidad y la competitividad a las microempresas del rubro restaurantes en Talara. 2022.

La Investigación se justifica de manera práctica ya que la información que contiene la presente investigación servirá como material de consulta para los microempresarios para poder tomar decisiones respecto a gestión de la calidad y competitividad, asimismo anexo al trabajo se pondrá a disposición una propuesta de mejora de la competitividad y la gestión de la calidad para que puedan desarrollar con éxito su gestión; se justifica de manera teórica debido a que la presente investigación sirve como un aporte al conocimiento existente, identificando las principales características de la competitividad y de la gestión de la calidad, asimismo en que se ha considerado datos primarios y datos secundarios como las bibliografías tratadas de diversos autores que hacen referencia a las variables en estudio, también se justifica el presente

trabajo ya que servirá como antecedente para futuras investigaciones; se justifica de manera metodológica ya que se aplicó el método científico para la elaboración de la investigación, se ha delimitado y determinado el tamaño de la población y de la muestra, y se ha diseñado un cuestionario para el recojo de información, asimismo la investigación es de tipo cuantitativo, descriptivo, no experimental, transversal.

Los principales resultados de la presente investigación con Respecto a las principales características de la Gestión de la calidad en las microempresas del rubro restaurantes en Talara tenemos que: El 54.55% de los entrevistados señalaron que muy pocas veces la empresa tiene una visión / misión de su organización, asimismo un 45.45% indican que casi siempre la empresa establece metas y establece estrategias para alcanzar la calidad, también un 45.45% señalaron que muy pocas veces la empresa aplica control previo y control recurrente a sus procesos, por otro lado un 45.45% señaló que casi siempre la empresa aplica control posterior a sus procesos, también un 54.55% señaló que siempre la empresa considera un precio justo para sus productos, por otro lado un 45.45% señaló que muy pocas veces la empresa promueve la autoevaluación en la organización y finalmente un 54.55% indicó que algunas veces la empresa tiene orientación al logro de sus objetivos; Respecto a las principales características de la competitividad en las microempresas del rubro restaurantes en Talara tenemos que: El 63.64% de los entrevistados señalaron que algunas veces la empresa cuenta con algún valor agregado para sus productos; un 45.45% señalaron que muy pocas veces

el personal se encuentra capacitado para ejercer sus funciones, por otro lado un 54.55% señaló que muy pocas veces la infraestructura con que cuenta la microempresa es moderna, asimismo un 63.64% precisó que casi siempre los precios de los productos son competitivos en el mercado, asimismo un 63.64% señaló que muy pocas veces los productos que ofrecen son diferenciados con respecto a los competidores y finalmente un 45.45% señaló que casi siempre los productos están enfocados hacia un segmento específico de consumidores. La investigación llega a las siguientes conclusiones: con respecto a las principales características de la gestión de la calidad la mayoría de los microempresarios señalan que muy pocas veces tienen una visión / Misión de la organización, muy pocas veces aplica el control previo y el control recurrente y muy pocas veces promueve la autoevaluación en la organización, asimismo, casi siempre establece metas, establece estrategias para alcanzar la calidad, aplica control posterior y finalmente siempre los microempresarios tienen un precio justo de sus productos en el mercado. Con respecto a las principales características de la Competitividad se concluye que la mayoría de los microempresarios algunas veces sus productos cuentan con algún valor agregado, muy pocas veces su personal se encuentra capacitado, pocas veces cuentan con infraestructura moderna y cuentan con alguna diferenciación de sus productos con relación a sus competidores; finalmente casi siempre los precios son competitivos en el mercado y sus productos están enfocados hacia un segmento específico de consumidores.

## **II. Revisión de la Literatura**

### **Antecedentes**

#### **Antecedentes Internacionales**

Hernández (2019) en su investigación Propuesta de implementación del sistema de gestión de calidad con base en la norma ISO 9001:2015 en la empresa Lipogen SAS. en Colombia, tuvo como objetivo principal Diseñar una propuesta de estructuración del Sistema de Gestión de Calidad bajo la Norma ISO 9001:2005 para la empresa Lipogen S.A.S. La metodología fue un tipo de estudio descriptivo y se realizó un diagnóstico a través de un cuestionario para saber el estado actual de la empresa. Los resultados que se obtuvieron fueron: La Matriz EFI tuvo un puntaje de 2,55, lo que indica que la organización se encuentra en un punto medio de fortaleza a nivel interno, se destaca que las fortalezas obtuvieron una calificación superior a las debilidades lo cual es una buena señal que indica que las fuerzas internas de la organización son favorables y que de acuerdo con los puntajes ponderados en cada factor, se debe establecer las estrategias adecuadas para generar mayor fortaleza, mientras que para la Matriz de EFE el puntaje fue de 3.02, nos muestra que tanto las oportunidades como las amenazas tienen el mismo valor ponderado, pero el resultado total se encuentra por encima de la media, lo que indica que las estrategias que ha llevado a cabo la organización para trabajar en sus oportunidades y combatir las amenazas son buenas y necesitan un poco más de atención en cuanto a las oportunidades para hacerlas más relevantes que las amenazas. Finalmente se

concluye que la propuesta realiza una identificación del contexto de la organización que le aporta información importante para fines no solo de la implementación del sistema de gestión de calidad, sino para todas las mejoras y estrategias que quiera implementar de ahora en adelante, se entrega una metodología de forma que pueda ser revisada periódicamente y manejada de manera práctica por parte de la dirección.

Parra & Pincay (2020) en su investigación Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras en el Ecuador, tuvo como objetivo Analizar la gestión de calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras en Ecuador. La metodología que se utilizó fue bajo el paradigma cualitativo, el método inductivo fue empleando para realizar la revisión documental-descriptiva llevada a cabo en dos fases, una destinada a la búsqueda de las fuentes primarias y la segunda la realización del análisis de contenido de la información. Los resultados obtenidos fueron la identificación de las condiciones en las que operan las PYMES comercializadoras en relación con la gestión de la calidad del servicio al cliente, pudiéndose conocer que en este tipo de empresas no se emplean sistemas de gestión de calidad y los métodos de evaluación del servicio son poco fidedignos, además se identificó que desconocen el alcance y los objetivos de la gestión de calidad. Finalmente se concluye que las PYMES constituyen piezas fundamentales para el crecimiento económico que deben ser acompañadas de un proceso de formación constante que apunte hacia las mejoras de los factores internos (actitudes y conocimiento de los empleados); así como de prácticas propias de la empresa a favor

de una gestión de calidad de servicio al cliente, siendo el modelo SERVQUAL uno de los más confiables para la evaluación de la calidad del servicio al cliente en una organización empresarial.

### **Antecedentes Nacionales**

Fiestas (2021) en su investigación Gestión de calidad y liderazgo en las mype rubro abarrotes mercado mayorista del distrito Veintiséis de Octubre, Piura – año 2021, tuvo como objetivo Identificar las características que tiene la Gestión de calidad y liderazgo en las Mype rubro abarrotes mercado mayorista del Distrito Veintiséis de Octubre, Piura – Año 2021. Se empleó la metodología nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental y de corte Transversal. Por otro lado, para recolectar los datos de la investigación se utilizó la técnica: encuestas e instrumento cuestionario, teniendo como muestra a noventa y seis clientes, quince colaboradores y tres propietarios encuestados. Se determinó los siguientes resultados, el 81% de clientes encuestados respondió que existe una buena atención, un 76% de clientes encuestados respondió que ha mejorado la atención, un 68% de clientes encuestados reconoce que existe mejora en los productos, el 67% de propietarios respondió que ha tomado decisiones con resultados negativos, el 93% de colaboradores afirmó haber asistido a capacitaciones, el 67% de propietarios responde que, si utiliza tecnología dentro de su negocio, el 87% de colaboradores si conoce que existen evaluaciones de desempeño, el 53% de colaboradores encuestados ha solucionado un problema de la Mype rubro abarrotes, por otro lado, la totalidad de propietarios encuestados ha tenido dificultades al recibir mercadería de su negocio, finalmente,

el 100% de colaboradores encuestados son reconocidos por su esfuerzo y habilidades dentro de la Mype abarrotes. Se concluye que en la gestión de calidad existe una mejora en los productos innovando constantemente, como también los propietarios tienen trazados objetivos para el logro de las actividades y finalmente en liderazgo se determina que la mayoría de colaboradores reciben capacitaciones y orientaciones para realizar su trabajo de manera satisfactoria, como también existen evaluaciones de desempeño para saber las habilidades y destrezas del equipo de trabajo, finalmente existe empatía entre los colaboradores ayudándose entre sí en progreso de la empresa.

Del águila (2020) en su investigación Propuesta de mejora de los procesos administrativos para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro distribuidoras de abarrotes - Iquitos, 2020 se plateo como objetivo Establecer una propuesta de mejora de los procesos administrativos para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas distribuidoras y comercializadoras de abarrotes de Iquitos en dicho trabajo se empleó la metodología de diseño No experimental, Transversal, Cuantitativo y Descriptivo, su población estaba constituida por 28 microempresas y el estudio tomó una muestra censal, se recogió los datos a través del instrumento cuestionario que constó de 26 preguntas: Los resultados obtenidos son que el 40% casi siempre y siempre realizan la planificación de sus operaciones, el 60% casi siempre realiza el seguimiento de lo planificado, el 40% señala que prefiere la comunicación verbal a la comunicación formal, el 60.0% señala que la toma de decisiones se da con poco conocimiento

técnico y se basan solo en referencia comercial. El 60% señala que el control carece de aspectos de reglas y manuales que rijan los aspectos de control.

Hernández (2020) en su trabajo de investigación Calidad de servicio y su influencia en la satisfacción del cliente en la empresa supermercados El Super SAC Chiclayo, 2018 se planteó como objetivo Determinar la influencia que presenta la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Supermercados El Súper SAC. Chiclayo, 2018, para lo cual se llevó a cabo una investigación descriptiva correlacional, haciendo uso de un diseño no experimental, para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta con el instrumento cuestionario a través de la medición de Likert, para el estudio se tomó como población de estudio a la cartera de clientes de supermercado El Súper S.A.C., que tienen un promedio de visitas diario, y registran un ticket de compra mayor a S/. 100.00., el promedio de clientes con estas características durante el año 2018 fue en promedio de 1,867 clientes, encontrándose una muestra aleatoria simple de 64 clientes. En los resultados de la investigación mediante la estadística correlacional se obtiene un coeficiente de Pearson de 0,770 el cual indica que si existe influencia entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Supermercados El Súper S.A.C. Chiclayo – 2018. Se evidencia un nivel de calidad de servicio alto, los clientes encuentran satisfactorios los procesos de atención a los clientes en el supermercado El Súper S.A.C. Chiclayo -2018. Del total de encuestados el 100% percibe un nivel alto en la variable satisfacción del cliente. De los resultados se puede establecer que luego de estar expuesto a la experiencia de servicio que ofrece el supermercado en todos sus

puntos de contacto, los clientes se encuentran altamente satisfechos. En otras palabras, se podría tomar como una sensación de complacencia que se genera al comparar los resultados del bien o servicio adquirido con lo que buscaron encontrar en el supermercado.

Correa (2018) realiza una investigación en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Perú) denominada Caracterización de la capacitación y la competitividad en las MYPE del rubro restaurantes de la urbanización Santa Ana de Piura, año 2018. En este estudio se aplicó la metodología descriptiva: determinando que las ventajas competitivas presentes en las MYPE del rubro restaurantes de la Urbanización Santa Ana de Piura, en su totalidad cuentan con una buena ubicación; gozan de buena imagen y cuentan con un valor agregado que atraen al cliente; por otro lado, se determinó que más de la mitad de las MYPE se preocupan por el desempeño de la competencia, se diferencian por los precios brindados en su carta y cuentan con equipos y maquinarias en óptimas condiciones; por último, se determinó que menos de la mitad de las MYPE cuenta con personal capacitado para la atención del cliente. Las estrategias competitivas que utilizan las MYPE del rubro restaurantes de la Urbanización Santa Ana de Piura, se determinó que más de la mitad de las MYPE cuentan con precios respecto a la calidad del producto, con la aceptación de insumos y materias de buena calidad, se distingue por su atención al cliente, y se enfocan en un solo segmento del mercado contando con una mayor frecuencia de clientes; por otro lado, menos de la mitad percibe diferencias en la calidad del producto o servicio y no se preocupan por la lealtad de sus clientes.

Ojeda (2018) realiza una investigación en la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (Perú) denominada Caracterización en la gestión de calidad y competitividad en las MYPE sector servicio rubro restaurantes en la urbanización José Lishner Tudela, Tumbes 2017. En este estudio se aplicó la metodología descriptiva: Se pudo verificar que las MYPE de restaurante de la Urbanización José Lishner Tudela, Tumbes, la atención que le brinda y el trato que tiene esta empresa hacia sus clientes es bueno debido a que es atendido con eficiencia, eficacia y de una buena calidad debido al orden que hay en las MYPE de Restaurantes. Podemos deducir que las opiniones de los clientes y los reclamos son atendidas de una mejor manera ya que en estas empresas hay buena comunicación debido al buen trabajo en equipo que realizan cada uno de los trabajadores ya que están preparados para hablar con claridad al momento de atender los clientes. Las técnicas y estrategias que aplican estas empresas son buenas, pero sin embargo la publicidad y el ambiente de las MYPE de restaurantes son malos debido a la inseguridad y la contaminación de nuestra ciudad. La calidad de los productos que brindan las empresas de restaurantes es de muy buena calidad y tiene una entrega certificada ya que satisfacen de una manera adecuada las necesidades de los clientes, pero sin embargo los medios publicitarios son malos porque no están informados y actualizadas en publicidad.

### **Antecedentes Regionales / Locales**

Moran (2020) en su trabajo de investigación Competitividad y Gestión de Calidad en las Mypes rubro restaurantes, Talara centro de Piura año 2019, el objetivo del trabajo fue señalar las características de la competitividad y de la gestión de la

calidad en las microempresas restaurantes en Talara, para ello utilizó una metodología de Diseño No experimental, transversal, Cuantitativo y Descriptivo, la población estuvo constituido por 9 microempresas del rubro restaurantes de la ciudad de Talara, para la variable gestión de la calidad intervinieron los 9 microempresarios de los restaurantes de Talara y para la variable competitividad se trabajó con una muestra probabilística de 68 clientes de las microempresas, para el acopio de los datos se utilizó el instrumento el cuestionario y se aplicó la técnica de la encuesta. Las Conclusiones a los que llegó el estudio fueron: Respecto a la infraestructura es adecuada, el personal de atención cuenta con capacitación y están entrenados para la atención al cliente; la ubicación del establecimiento es accesible. En la dimensión Estrategias, se consolida en los precios de los platos, la satisfacción de preferencias de la clientela y la consistencia entre el precio ofertado y la calidad de las comidas. La dimensión Mejora del servicio se tiene que las microempresas cuentan con trabajadores idóneos para las actividades que desarrollan, se orientan a trabajar bajo el enfoque de la mejora continua y constantemente están recibiendo la retroalimentación de los clientes a través de las sugerencias, asimismo existe un adecuado flujo de comunicación y están orientados a la satisfacción al cliente.

Merino (2020) en su investigación Gestión de calidad y el kaizen en las mype rubro abarrotes del mercado modelo de Talara, 2020, el objetivo del trabajo de investigación fue determinar las características de la gestión de la calidad y el kaizen en las microempresas que comercializan abarrotes del mercado Modelo de Talara. La metodología empleada es de nivel descriptivo, cuantitativo, transversal y No

experimental se identificó una población de 384 clientes del Mercado Modelo que concurren a comprar abarrotes de determinó una muestra no probabilística de 13 microempresarios para las preguntas que corresponden a la variable gestión de la calidad y a 32 trabajadores para la variable kaizen, el estudio obtuvo los siguientes resultados: el 41.2% señalaron que solo algunas veces cumplen con las necesidades; el 57.35% señalaron que los microempresarios si se esfuerzan por cumplir con la calidad; el 77.94% señalaron que los microempresarios de abarrotes no tienen un plan de ventas para sus productos; el 55% señaló que los microempresarios ofrecen productos que satisfacen sus necesidades, respecto a la atención que reciben el 58.82% indicaron que la atención que reciben es la adecuada; respecto a la planificación de sus procesos un 40% señaló que los microempresarios pocas veces hacen uso del control y la motivación; por otro lado la totalidad de los encuestados están totalmente de acuerdo que se establezcan normas de selección, orden y limpieza en las tiendas de abarrotes del mercado modelo de Talara. El estudio concluye señalando que las microempresas no satisfacen totalmente las necesidades de los clientes, se identificó que no aplican la metodología de las 5S del Kaizen en sus microempresas

Idrogo (2019) en su tesis Caracterización de la competitividad y calitividad de las mype rubro restaurantes del mercado Santa Rosa-Paita, año 2017, tuvo como objetivo general, Identificar las características de la competitividad y calitividad en las MYPE rubro restaurantes del mercado Santa Rosa –Paita, año2017; las variables seleccionadas fueron competitividad y calitividad. Se empleó la metodología de

investigación nivel descriptivo, con diseño no experimental, de corte transversal. La población estuvo conformada por 9 MYPE, 45 colaboradores en total y una muestra desconocida de clientes, la técnica de recolección de datos fue la encuesta, el instrumento fue el cuestionario. Siendo los resultados de cada objetivo específico, respecto a lo relacionado con conocer las habilidades que tiene el personal de las MYPE, se determinó el 91.18% que han dejado una buena impresión, por un buen ambiente y un alto nivel de servicio, con respecto a determinar las ventajas competitivas, se tiene el 91.18 % que los pedidos de comida son correctos y completos, con respecto a identificar el uso óptimo de los recursos , el 100% trabajan bajo las normas establecidas por las MYPE , respecto a determinar la creatividad del personal, se tiene el 93.33 % que se preocupan por ofrecer al cliente un servicio novedoso y exclusivo.

Nerio (2019) en su tesis Los Restaurantes formales y su competitividad en la ciudad de Tingo María 2017, El trabajo de investigación fue desarrollado en la ciudad de Tingo María, Huánuco, tuvo como objetivo demostrar el grado de relación entre las variables formalización y competitividad de los restaurantes considerándose a aquellos que tenían como mínimo dos años de funcionamiento, la población estuvo conformada por (n=25). El estudio es aplicado y de nivel descriptivo relacional, aplicándose el método deductivo, con diseño no experimental de corte transversal, se aplicó el método de encuesta con su instrumento el cuestionario divididos en 2 grupos para cada variable con 23 interrogantes en total, la primera parte fue dicotómica y la segunda tipo Likert de cinco alternativas. La metodología fue

deductiva, para lo que se consideró. Para la variable formalización se tomó en cuenta la Ley N 28015 Ley Mype que indica que para lograr la formalización estas deben contar con RUC, Licencia de Funcionamiento, Permisos especiales e inscripción en REMYPE, y para la variable competitividad se consideró las dimensiones como administración, innovación y calidad con sus respectivos indicadores, según (Porter, 2006). La prueba estadística aplicada fue Chi cuadrado, que dio como resultado que no existe una correlación significativa entre la formalización y la competitividad de los restaurantes. Los resultados promedios para la variable formalización fue de (X=0.96) semi formales y el (X=0.04) formales. En cuanto a la variable competitividad, para los indicadores de competitividad se obtuvieron los siguientes promedios Finanzas (X=3.32), diferenciación(X=3.18) y Cliente(X=3.19).

Godos (2018) en su tesis caracterización de la Competitividad y Gestión de la Calidad de las Mypes rubro restaurantes de la ciudad de Talara año 2018, planeó como objetivo determinar las características de la competitividad y la gestión de la calidad en las microempresas restaurantes de la Ciudad de Talara, para ello empleó una metodología de diseño transversal, No experimental, Cuantitativo y Descriptivo. La encuesta fue la técnica empleada y el cuestionario el instrumento con el que se recogió los datos, asimismo la población estuvo constituida por 7 microempresas restaurantes de la ciudad de Talara y se tomó la totalidad de la población, constituyéndose en una muestra censal el presente estudio. Las principales conclusiones a las que llegó el presente estudio fueron: las microempresas restaurantes no tienen definidos los procedimientos de entrega del producto a los

clientes, más los servicios en su mayoría son adecuados, los restaurantes a través de sus gestores cumplen con sus obligaciones y compromisos, la mayoría de sus trabajadores tienen vocación de servicio, los microempresarios cuentan con la participación y opinión de los trabajadores, los productos que ofrecen son novedosos e innovadores, respecto a la gestión de la calidad los resultados arrojaron que la mayoría de los micro empresarios tienen definidas su visión y misión y las estrategias del servicio, casi la mitad de los restaurantes participan en actividades de labor social, en su mayoría los restaurantes solicitan la opinión de los clientes para mejorar el servicio, se identifica también que la relación entre la calidad y precio del producto son diferenciados y están dirigidos a un segmento específico de consumidores, que en su mayoría permite a los clientes volver y recomendar.

Medina (2018) en su tesis Caracterización de Competitividad y Gestión de Calidad de las MYPE sector servicio Gastronómico rubro Restaurantes comida marina de Talara, año 2018, tuvo como objetivo general: Determinar la Competitividad y Gestión de Calidad de las MYPE sector servicio Gastronómico rubro Restaurantes comida marina de Talara, año 2018. Metodología fue de tipo de descriptiva, nivel-cuantitativo, diseño no experimental y corte transversal. La población se consideró tres unidades económicas, con 18 trabajadores, de carácter infinito para las dos variables, siendo los resultados de la muestra obtenidos, 89 clientes, utilizando la técnica de la encuesta, con el instrumento cuestionario. Luego de las aplicaciones de análisis de los resultados se concluyó: los restaurantes de la Av. B de Talara utilizan ventajas competitivas como la diferenciación, las actividades de apoyo de la cadena

de valor, el enfoque y aplicación de estrategias de publicidad; los tipos de competitividad que aplica son la estructural, la empresarial, y en lo referido a la importancia de la gestión de calidad se centra en los procedimientos, empleo y estándares de calidad, y como beneficios encuentran la satisfacción en la atención y los procesos.

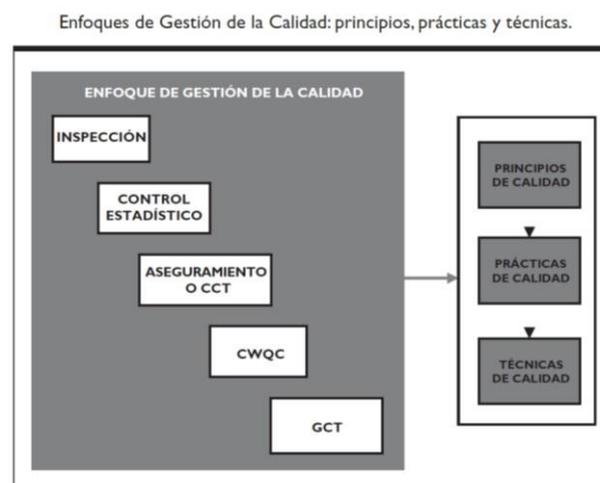
## Bases teóricas de la investigación

### Variable 1: Gestión de la Calidad

Existen varias definiciones o enfoques de la gestión de la Calidad, por lo que, basados en los aportes de Camisón, Cruz & González (2006). Definen el término Gestión de la Calidad bajo distintos enfoques que permiten describir al sistema que vincula un conjunto de variables trascendentales cuando se aplican en Principios, Prácticas y técnicas para la mejora de la calidad.

Los enfoques que describen la Gestión de la Calidad, según Camisón se constituye por tres dimensiones y son las siguientes:

1. Los principios que asumen y que guían la acción organizativa.
2. Las prácticas –actividades– que incorporan para llevar a la práctica estos principios.
3. Las técnicas que intentan hacer efectivas estas prácticas.



**Nota:** Camisón, Cruz & González (2006).

## Las Normas ISO 9000 de la Calidad

La Organización Internacional de Normalización (ISO) es una asociación de carácter mundial, que aglutina a los organismos de normalización de cada país miembros de ISO. Este organismo lleva a cabo comités técnicos con el fin de la preparación de las normas internacionales en determinadas materias.

Según Gonzales & Arciniegas (2016) La calidad no se decreta, la calidad se crea y se produce. Hay que tener en claro que la aplicación y el establecimiento de un sistema de gestión de calidad bajo las normas ISO 9000, se puede usar como guía o medio de control de la calidad a fin de que den la seguridad a quien adquiere un determinado servicio o producto y que han sido producidos o brindando con sistemas, procesos y procedimientos revisados con anticipación, claro está que esto para nada nos da la garantía de calidad para el producto o servicio final.

### Etapas de un sistema de gestión de la calidad diseñado bajo las Normas ISO-9000

Un sistema de gestión de la calidad diseñado bajo las Normas ISO-9000, según Gonzales & Arciniegas (2016) Comprende las siguientes etapas:

- a. **Ingeniería de la calidad:** optimización del producto y de los procesos de producción o de la prestación de un servicio (es lo que verdaderamente produce la calidad).
- b. **Diseño del sistema de calidad:** métodos y procedimientos para controlar, mejorar y garantizar la calidad,
- c. **Documentación del sistema:** documentar los procedimientos y dejar constancia escrita de todo el sistema y en especial, de

los registros operativos donde conste que se están llevando a cabo los procedimientos, instrucciones y normas establecidas para producir con la calidad especificada o establecida.

- d. Diseño y creación del Manual de Calidad:** el manual de calidad, dentro de la norma ISO 9001: 2008 era una exigencia fundamental para el establecimiento del sistema de gestión de calidad dentro de una empresa, pero en la versión ISO-9001: 2015 no se exige de manera obligatoria, es algo opcional, pero en nuestro concepto el Manual de Calidad –que no es un único documento– es un valioso instrumento, no solamente para la trazabilidad y mantenimiento del sistema sino, también, como medio para la inducción de los nuevos empleados en el manejo del sistema de calidad.
- e. La Certificación:** objetivo de algunas de las empresas que diseñan sus sistemas de gestión de la calidad con base en las normas ISO 9000.

Gonzales & Arciniegas (2016) Comentan; es importante destacar que las normas ISO 9000, solamente constituyen un modelo que da pautas y establece unos requisitos mínimos que debe cumplir un sistema de gestión de la calidad cuando la empresa desee certificarse bajo sus condiciones. Las Normas ISO no son obligatorias, salvo que la empresa u organización quiera obtener la Certificación por petición propia. Las normas obligatorias si son de estricto

cumplimiento, por estar reguladas por los países y deben ser de obligatorio cumplimiento para las organizaciones que empiecen operaciones en dicho país.

Principios de la Gestión de la calidad, según Camisón.

Para este autor la gestión de la calidad debe respetar y cumplir ciertas prácticas las mismas que orientan a una eficiente gestión de la calidad, estas son:

- a. Orientación estratégica a la creación de valor.*
- b. Orientación al cliente.*
- c. Liderazgo y compromiso de la dirección.*
- d. Visión global y horizontal de la organización.*
- e. Orientación a las personas y al desarrollo de sus competencias.*
- f. Orientación a la cooperación.*
- g. Orientación al aprendizaje y a la innovación.*
- h. Orientación ética y social. (Camisón, 2006, p. 274)*

La aplicación de la gestión de calidad es una filosofía de trabajo integral la misma que debe aplicar una serie de normas, procedimientos, programas en la que deberán de intervenir todos los actores de la organización así como los actores externos o stakeholders que integran esfuerzos cooperativos para un mejor desempeño empresarial y sobre todo para una óptima gestión de la calidad.

Camisón propone principios, prácticas y técnicas para la implementación de la Gestión de la Calidad Total en las organizaciones, estos enunciados los podemos ver en la siguiente tabla:

Figura 1 Principios, Prácticas y Técnicas de la Gestión de la Calidad

| <b>PRINCIPIOS</b>  |   |   |
|--|---|---|
| La gestión de la calidad implica principios claves de un sistema de valores que guían la forma de gobernar la organización y el comportamiento de sus miembros   |   |   |
| <b>PRACTICAS Y TECNICAS</b>  |   |   |
| Las practicas que aportan los instrumentos para asegurar que los principios se tienen en cuenta en la estrategia y en cada actividad de la organización  |   |   |
| <b>HERRAMIENTA DE MEJORA</b>   | <b>SISTEMAS DE MEDICIÓN</b>   | <b>PROCESOS ORGANIZATIVOS Y DIRECTIVOS</b>  |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Investigación de defectos en la prestación de servicios</li> <li>2. Investigación sistemática de averías</li> <li>3. Recopilación estadística de la calidad</li> <li>4. Control estadístico de los procesos</li> <li>5. Documentación de procesos y del sistema de gestión de la calidad</li> <li>6. Manual de la calidad</li> <li>7. Gestión de procesos</li> <li>8. Dinámica de grupos</li> <li>9. Técnicas de resolución de problemas</li> <li>10. Las 7 herramientas de la calidad</li> <li>11. Benchmarking</li> <li>12. Autoevaluación</li> <li>13. Evaluación de proveedores</li> <li>14. Utilización del ciclo PDCA</li> <li>15. Despliegue de la función de la calidad</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Contar con un sistema de medición capaz de aportar información sobre los hechos relevantes</li> <li>2. Costes de calidad y no calidad</li> <li>3. Investigación regular del cliente (necesidades y satisfacción) Mediante reuniones o encuestas</li> <li>4. Medidas de la variación y eficiencia de los procesos</li> <li>5. Medición continua de los resultados</li> <li>6. Investigación regular de la satisfacción de los empleados</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Creación de comités de calidad</li> <li>2. Creación del departamento de calidad</li> <li>3. Programas de formación en calidad</li> <li>4. Delegación de responsabilidades</li> <li>5. Participación de empleados en decisiones estratégicas</li> <li>6. Programas de sugerencias</li> <li>7. Equipos de mejora y círculos de calidad</li> <li>8. Equipos interfuncionales</li> <li>9. Remuneración según la satisfacción de los clientes</li> <li>10. Sistemas de comunicación vertical y horizontal</li> <li>11. Organización por procesos</li> <li>12. Planificación de carreras</li> <li>13. Técnicas de planificación de calidad</li> <li>14. Desarrollo del servicio post venta</li> <li>15. Gestión eficaz de quejas y reclamaciones</li> <li>16. Relación de cooperación a largo plazo con proveedores y clientes</li> <li>17. Creación de unidades organizativas descentralizadas} autonomía en el trabajo}</li> <li>18. Reducción de los niveles jerárquicos</li> <li>19. Planes de carrera basados en competencias</li> </ol> |

Nota: Modelo Europeo EFQM de la Excelencia en la Gestión de la Calidad

El modelo de la Fundación Europea de la Gestión de la Calidad (EFQM) señala postulados como camino para la autoevaluación y para la determinación de procesos importantes para el proceso de la mejora continua para las organizaciones. La presente tabla resume el Modelo EFQM

Figura 2: Modelo EFQM de la Gestión de la Calidad

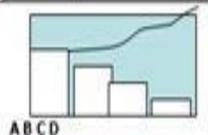
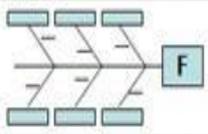
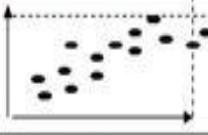
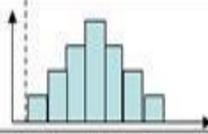
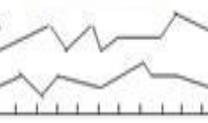
|   |  |
|---|--|
| Orientación hacia los resultados          | El logro de la excelencia depende del equilibrio y de la satisfacción de las necesidades de todos los grupos de interés relevantes para la organización  |
| Orientación hacia el cliente              | El mejor modo de optimizar la fidelidad y la retención del cliente y el incremento de la cuota de mercado es mediante una clara orientación hacia las necesidades de los clientes actuales y potenciales   |
| Liderazgo y constancia en los objetivos   | El comportamiento de los líderes de una organización suscita en ella la curiosidad y unidad en los objetivos, así como un entorno que permita a la organización y a las personas que la integran alcanzar la excelencia  |
| Gestión por procesos y hechos             | Las organizaciones actúan de manera más efectiva cuando todas sus actividades interrelacionadas se comprenden y gestión de manera sistemática y las decisiones se adoptan a partir de información fiable que incluye las percepciones de todos los grupos de interés |
| Desarrollo e Implicación de las personas  | El potencial de las personas de la organización aflora mejor cuando existen valores compartidos y una cultura de confianza y de asunción de responsabilidades que fomentan la implicación de todos   |
| Aprendizaje, Innovación y Mejora continua | Las organizaciones alcanzan su máximo rendimiento cuando gestionan y comparten su conocimiento dentro de una cultura general de aprendizaje, innovación y mejora continua  |
| Desarrollo de Alianzas                    | Las organizaciones trabajan de un modo más efectivo cuando establecen con sus pares unas relaciones mutuamente beneficiosas basadas en la confianza, el compartir el conocimiento y en la integración  |
| Responsabilidad social                    | El mejor modo de servir a los intereses a largo plazo de la organización y de las personas que la integren es adoptar un enfoque ético, superando las expectativas y la normativa de la comunidad en su conjunto   |

Fuente: EFQM (2003)

## Algunas herramientas para la gestión

La aplicación de la gestión de calidad necesita de algunas herramientas que permitan medir la gestión de esta manera contribuye a la detección oportuna de errores o desviaciones de los resultados que queramos obtener , otras para mediciones de datos obtenidos del proceso de control, a partir de un buen análisis tendremos la oportunidad de poder tomar decisiones asertivas.

Figura 3 Herramientas de Control de la calidad

| Herramienta                     | Forma   | Qué es   | Para qué sirve   |
|---------------------------------|---|--|--|
| 1. Estratificación              |   | Diferentes maneras de agrupar los mismos datos.                                    | Para posibilitar una mejor evaluación de la situación identificando el principal problema. |
| 2. Hoja de verificación         |  | Planilla para la recolección de datos.   | Para facilitar la recolección de datos concernientes a un determinado problema.            |
| 3. Gráfico de Pareto.           |  | Diagrama de barras que ordena los casos, de mayor a menor.                         | Para jerarquizar el ataque a los problemas.  |
| 4. Diagrama de Causa y Efecto   |  | Diagrama que expresa, de modo simple y fácil, la serie de causas de un efecto.     | Para investigar, de forma sinérgica, las causas de un problema.                            |
| 5. Diagrama de Correlación      |  | Gráfico cartesiano que representa la relación entre dos variables.                 | Para verificar la existencia o no de relación entre dos variables.                         |
| 6. Histograma                   |  | Diagrama de barras que representa la distribución de frecuencias de una población. | Para verificar el comportamiento de un proceso con relación a la especificación.           |
| 7. Carta de Control y Gráficos) |  | Gráfico con límites de control que permiten el monitoreo de los procesos.          | Para identificar la aparición de causas especiales en los procesos.                        |

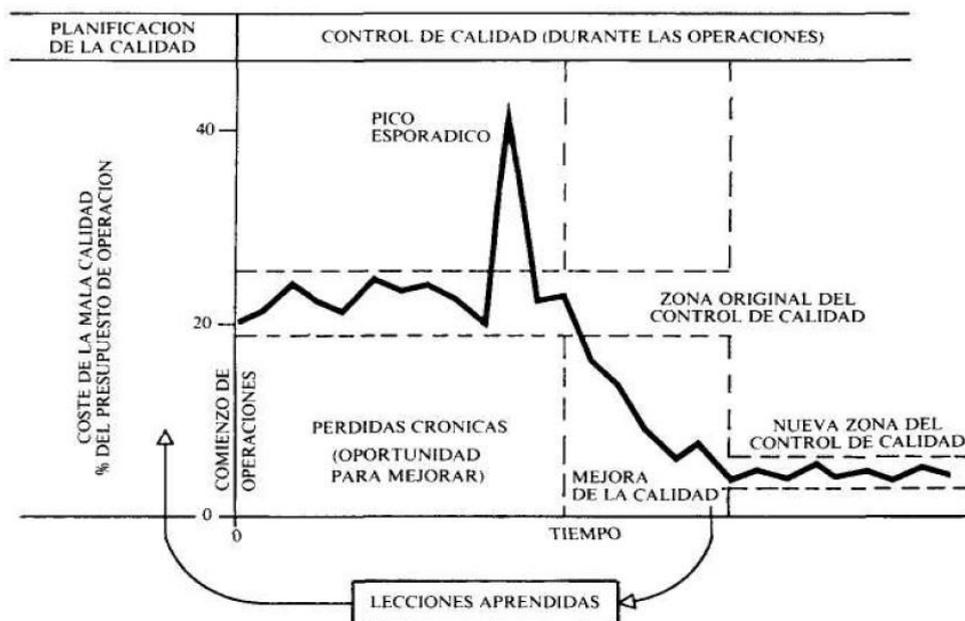
Nota: <https://portafolio-rita.weebly.com/aporte-3?view=full>

## La Calidad, según Juran

Nos habla acerca de una trilogía la misma que señala 3 procesos que son importantes para la obtención de gestión de calidad exitosa, estas son la siguientes :

- a. **Planificación de la Calidad.** La planificación se basa en desarrollar lo que el cliente precisa, ya sea un producto o un servicio, y así satisfacerlo.
- b. **Control de Calidad.** Es quien suministra los estándares de calidad que se utilizarán para la inspección.
- c. **Mejora de la Calidad.** Generalmente nace de la detección de errores. Hallar errores y conocer su origen nos permite encontrar una oportunidad de mejora del proceso. (Juran, 1988)

Figura 4 trilogía de la Calidad de J. Juran



Nota: Joseph M. Juran (1988)

## **Variable 2: Competitividad**

### **Competitividad**

La competitividad es la capacidad que tiene una empresa para ofrecer al mercado sus productos o servicios dándoles la satisfacción de haber cubierto la demanda de sus necesidades, por medio de un eficiente uso de los recursos en comparación de con las otras organizaciones competidoras del medio. La importancia de la competitividad radica en saber administrar los recursos de la organización, incrementar su productividad y estar atento a los requerimientos y expectativas de los clientes. (García, 2015).

### **Estrategias Competitivas.**

Para Porter la estrategia competitiva es capacidad diferencial que hace que una organización pueda obtener una posición claramente superior respecto a la competencia con la finalidad de poder obtener una mayor rentabilidad en el mercado. Para que se dé la ventaja competitiva ésta ha de ser única en su sector, debe ser apreciada por el consumidor o cliente final y debe ser capaz de mantenerse a través del tiempo. (Estrategias competitivas de Michael Porter, 2020)

Michael Porter, describe a las estrategias como una forma de mantenerse en el mercado frente a una oportunidad o amenaza, creando así una forma estable dentro de la organización, señalando estrategias de competitividad para las organizaciones, estas son:

**a) Liderazgo de costos.**

Blanco et al. (2018) Refiere a la reducción al máximo de los costos en cada proceso de producción con la finalidad de ofrecer un producto a un precio accesible al público y menor hacia los competidores. Según Porter (2010) Mantener el costo lo más bajo ante la competencia logrando un volumen alto en ventas, es el punto central de la estrategia. Sin reducir su presentación, calidad y servicio. Como tema de estudio Porter (2010) Agrega que la reducción en los costos al detalle, implantando fuerza de ventas, publicidad entre otros aspectos, influía mucho en la permanencia frente a los competidores en el mercado, reducir costos fue el objetivo para así mantener un precio equilibrado que no afecte a la organización y que el usuario o consumidor final quede satisfecho. Lograr permanencia a un bajo costo incluía un compromiso verídico en el estudio del mercado, obtener proveedores que abastecieran de materia prima a un costo bajo, elegir el diseño del producto para su eficaz elaboración, abasteciendo a los mercados grandes, tecnología de primera, todo esto fue materia de éxito en grandes compañías alrededor del mundo.

**b) Diferenciación.**

Blanco et al. (2018) Refiere al valor agregado al producto, algo que lo diferencia de las otras marcas: diseño, tamaño, formas de entrega, etc. Como segunda estrategia Porter (2010) Agrega que el producto o servicio que estemos ofreciendo debería ser diferenciado frente a nuestros competidores,

lo cual sería distinguido, esto marca una desigualdad y por lo tanto genera un escudo ante la competencia. Ser diferente en el mercado competitivo significa, invertir tiempo y dinero en investigación, proyectos basados en el producto, materiales de calidad y excelente atención al cliente.

**c) Enfoque o Especialización.**

Blanco et al. (2018) Refiere a la concentración de los segmentos de mercados olvidados, los cuales deben ser atendidos ofreciendo productos últimamente elaborados para cubrir esos segmentos. No basta con conocer y producir un buen producto que necesita el mercado, sino que también hay que saber cómo llega al consumidor final, implica venderlo, fijar un precio accesible, diseñar la forma del producto y buscar la forma de distribución, pensando en los clientes a quienes va dirigido. Realizar formas de promocionar nuestros productos a través de la publicidad y promociones para captar nuevos clientes o consumidores, aprender a relacionarse comercialmente en las ventas como entre otros aspectos. Porter (2010) Agrega que la especialización o enfoque, se basa en solidificar fracciones específicas de consumidores. Esta estrategia se basa en enfocarse en un grupo o mercado geográfico con finalidad de servir a un grupo reducido en forma completa que la competencia no abarca, esto nos dice que si la atención está concentrada en un solo punto, podríamos decir que nuestros objetivos podrían alcanzarse y tendríamos que satisfacer todas las necesidades en ese punto reduciendo costos.

Estas tres estrategias genéricas desarrolladas por Porter (2010) Son la clave y alternativas idóneas para poder competir en el mercado. Señala también, si una empresa que no desarrolla bien su estrategia esta podría estar atrapada en el mercado y por lo tanto lo describe como la empresa con fallas de intervención en el mercado, en su capital de inversión y su limitada capacidad para elaborar la estrategia de liderazgo de costos, diferenciación, especialización o enfoque

### **Teoría de Mypes**

Según El Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial. Ley N° 28015, define a la microempresa como la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios. (D. S. N° 013-2013-PRODUCE, artículo 4°). Esta Ley se menciona la sigla MYPE, se está refiriendo a las Micro y Pequeñas Empresas, las cuales no obstante tener tamaños y características propias, tienen igual tratamiento en la presente Ley, con excepción al régimen laboral que es de aplicación para las Microempresas. ([PRODUCE], 2013).

En el Perú, según la Ley N° 30056, Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y Crecimiento Empresarial, dicha ley aplica el criterio de clasificación de una empresa en base a su nivel de ventas anuales. (Ley N° 30056, 2003).

Siendo el detalle de estas las siguientes:

| Denominación de la Clasificación | Detalle: Cantidad en UIT (*) |
|----------------------------------|------------------------------|
| Microempresa                     | Hasta 150 UIT                |
| Pequeña empresa                  | De 150 UIT hasta 1700 UIT    |
| Mediana empresa                  | De 1700 UIT hasta 2300 UIT   |

(\*) UIT Unidad Impositiva Tributaria

Se debe considerar que la UIT conforme al Decreto Supremo 398-2021-EF para el año 2022 asciende a S/. 4600 Soles.

El nivel de ingresos es un factor diferenciador y a la vez un criterio muy importante para la clasificación entre la denominación de una empresa con otra. En el Perú el 95% de los emprendimientos se constituyen como microempresa, 4.3% son pequeña empresa, 0.2% mediana empresa y solo un 0.5% son empresas grandes (Ministerio de la Producción ([PRODUCE], 2017b).

Otro criterio de clasificación de una empresa es según el tipo de contribuyente ya que según nuestra legislación, una empresa puede estar constituida legalmente como persona natural o jurídica, esto se origina en base la actividad económica que realizará así como el capital con que dispone y la cantidad de inversionistas que se tenga. Según PRODUCE (2017-b) señala que el 73.3% de microempresas se constituye como persona natural, mientras que en las pequeñas empresas el 14.29% son constituidas como persona natural; para los casos de la personería jurídica, la Sociedad Anónima Cerrada (SAC) destaca más sobre la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL), a la que luego le siguen otros tipos menos utilizados (Ministerio de la Producción [PRODUCE], 2017b).

También tenemos otro tipo criterio de clasificación que es el del régimen tributario. Los contribuyentes deben acogerse a un régimen de tercera categoría, para ello la normativa a dispuesto el Régimen General y los Regímenes Tributarios Simplificados. Estos últimos hacen referencia al Régimen Especial a la Renta (RER) y el Nuevo Régimen Único Simplificado (RUS), que tienen como finalidad ofrecer el acceso rápido para las mypes al sistema tributario, proporcionando beneficios para la micro y pequeña empresa. (SUNAT, 2022).

El Ministerio de trabajo señala otra clasificación a las ya existentes, esta clasificación será por el número de trabajadores con que cuenta, siendo que, para que se denomine microempresa bajo este criterio la empresa debe contar desde 1 hasta 10 trabajadores (Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. Reglamento de la Ley N° 29783)

### **Marco Conceptual**

Comercialización.- Es el grupo de tareas que se de ejecutan desde que el bien sale de las instalaciones de la empresa hasta las manos del consumidor final, enfocado en un mercado objetivo. Son instrumentos de coordinación para las entregas y cambios que ejecutan los distintos entes que intervienen en la secuencia productiva (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura , 2018, p.5).

Estrategias.- Según Porter (2010) es la fundación de una actitud exclusiva y de gran valor en el mercado, con el fin de crear rentabilidad y crecimiento en la organización. Las estrategias fomentan la productividad satisfaciendo las necesidades del consumidor, cumpliendo los objetivos y metas de la empresa.

Estrategias Competitivas.- Es la característica diferencial que hace que una organización pueda obtener una posición claramente superior respecto a la competencia con la finalidad de poder obtener una mayor rentabilidad en el mercado. Para que se dé la ventaja competitiva ésta ha de ser única en su sector, debe ser apreciada por el consumidor o cliente final y debe ser capaz de mantenerse a través del tiempo. (Estrategias competitivas de Michael Porter, 2020)

Gestión de la Calidad.- Logro tras realizar diversas actividades que la empresa planea lograr mejorar la secuencia de sus procedimientos, de esta forma mejorar y poder resaltar entre todas las otras. (Cuatrecasas & Gonzales, 2017).

Micro y Pequeña Empresa (MYPE).- La micro y pequeña empresa es un ente económico que está formado ya sea por una persona natural o jurídica, sin considerar distinción al tipo de organización que represente en la actual normativa. Esta tiene la finalidad de desarrollo de actividades transformativas, extractivas, productivas, de comercio de bienes o prestación de servicios. (PRODUCE, 2017).

Restaurante.- Establecimiento que expende comidas y bebidas al público, preparadas en el mismo local, producida por terceros y/o a través de cocinas centrales, cumpliendo con lo establecido en la Norma Sanitaria para Restaurantes y Servicios afines aprobada por el Ministerio de Salud. (Decreto Supremo N° 011-2019-MINCETUR).

### **III. Hipótesis**

En la presente investigación No formula hipótesis debido a que la investigación de tipo descriptiva que solo se limitará a describir las características de las variables.

Las investigaciones que se limitan solo al hecho de medir un fenómeno para describirlo no requieren de hipótesis, por lo que, los estudios netamente descriptivos carecen de hipótesis. (Hernández, Fernández y Baptista, 2016)

## IV. Metodología

### 4.1. Diseño de la Investigación

#### **Diseño** de la Investigación: Transversal / No Experimental

Transversal, porque la recolección de los datos se dará en un solo tiempo, y tendrá el propósito es describir las variables en un momento determinado. (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

No Experimental, debido a que no se manipulará las variables de estudio, solo se observará el estado existente en la investigación, no se controlaran las variables ni tampoco se influirá en ellas. (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

#### **Tipo** de Investigación: Cuantitativo

La investigación es cuantitativa debido a que se usan variables y se utiliza métodos estadísticos para extraer las conclusiones. (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

#### **Nivel** de Investigación: Descriptivo

Las investigaciones descriptivas tienen como objetivo indagar la incidencia de una o más variables en una determinada población, el procedimiento consiste en ubicar una en una o diversas variables a un grupo de individuos, seres vivos, objetos, situaciones, contextos, fenómenos, comunidades, etc. y proporcionar su descripción. (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

## 4.2 Población y Muestra.

### Población

Para Hernández-Sampieri & Mendoza (2018) señala que una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. La población tiene características en común que da origen a los datos de la investigación. Es la totalidad del fenómeno a estudiar (p. 65).

La población de estudio lo constituyen todos los restaurantes de Talara, que son 11 restaurantes (Información proporcionada por la Municipalidad Provincial de Talara, Piura 2022).

### Muestra

La muestra es un subgrupo de la población, es decir un subconjunto de elementos que pertenecen a la población de estudio. (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

Muestra Censal, es un tipo de muestreo que considera a toda la población de estudio. (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

Para el presente estudio se está tomando toda la población de estudio, es decir, una muestra censal constituido por la totalidad de la población, es decir, las 11 microempresas restaurantes de Talara.

### 4.3 Definición y operacionalización de variables

**Tabla 1** Operacionalización de Variables

| VARIABLES                                | DEFINICIÓN CONCEPTUAL  | DEFINICIÓN OPERACIONAL  | DIMENSIONES                   | INDICADORES                          | ITEM                      | ESCALA | INSTRUMENTO  |   |
|--|--|---|-------------------------------|--------------------------------------|---------------------------|--------|--------------|---|
| Variable 1:<br><br>Gestión de la Calidad | La gestión de calidad es el proceso o la gestión que realizan los gerentes y administradores dentro de la empresa para poder realizar una buena gestión para esclarecer cuáles serán las funciones y responsabilidades de todos los integrantes de la organización. (Maldonado, 2018). | Evaluar la gestión de la calidad en cuanto a la planificación, control y mejora para tener una gestión de la calidad eficiente.                         | Planificación de la calidad   | Misión / Visión                      | 1                         | Likert | Cuestionario |   |
|  |  |   |                               | Metas                                | 2                         |        |              |   |
|  |  |   |                               | Estrategias                          | 3                         |        |              |   |
|  |  |   | Control de la Calidad         | Aplicación de control previo         | 4                         |        |              |   |
|  |  |   |                               | Aplicación del control recurrente    | 5                         |        |              |   |
|  |  |   |                               | Aplicación del control posterior     | 6                         |        |              |   |
|  |  |   |                               | Mejora de la Calidad                 | Relación calidad / precio |        |              | 7 |
|  |  |   |                               |                                      | Autoevaluación            |        |              | 8 |
|  |  |   |                               |                                      | Orientación al logro      |        |              | 9 |
| Variable 2:<br><br>Competitividad        | "Capacidad de una empresa para producir y mercadear productos en mejores condiciones de precio, calidad y oportunidad que sus rivales". (Porter, 2017)   | Evaluar la competitividad la misma que lo posicionará en un lugar de preferencia para el consumidor lo cual redundará en beneficio para la microempresa | Ventajas Competitivas         | Valor agregado                       | 10                        | Likert | Cuestionario |   |
|  |  |   |                               | Personal capacitado                  | 11                        |        |              |   |
|  |  |   |                               | Infraestructura moderna              | 12                        |        |              |   |
|  |  |   | Estrategias de Competitividad | Líder en costos                      | 13                        |        |              |   |
|  |  |   |                               | Estrategia de Enfoque (segmentación) | 15                        |        |              |   |

Nota: Elaboración propia

#### 4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica empleada es la Encuesta

Hernández-Sampieri & Mendoza (2018). La encuesta es técnica de investigación social que permite la indagación, exploración y recolección de datos mediante preguntas formuladas a los sujetos que constituyen la unidad de análisis del estudio (p. 299)

El instrumento empleado es el Cuestionario

Hernández-Sampieri & Mendoza (2018). Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir. (p. 322)

#### 4.5 Plan de análisis.

Para analizar e interpretar todos los datos que se obtengan al aplicar los cuestionarios y encuesta se utilizó los cuadros estadísticos de cotejo de datos y gráficas simple.

El procesamiento de resultados se realizó con el Programa especial de cómputo Microsoft Word, Microsoft Excel, donde se elaborará la presentación en tablas, gráficas y el análisis estadístico se realizó a través del SSPS.

Se utilizó el Coeficiente del Alfa de Cronbach para determinar el nivel de confiabilidad del cuestionario.

Coeficiente de Alfa de Cronbach

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Donde:

Coeficiente de confiabilidad del cuestionario  
 Numero de ítems del instrumento  
 Sumatoria de las varianzas de los ítems  
 Varianza total del instrumento

Escala de valores para confiabilidad del Cronbach:

| Valores        | Nivel                  |
|----------------|------------------------|
| De 0,81 a 1    | Confiabilidad muy alta |
| De 0,61 a 0,80 | Confiabilidad alta     |
| De 0,41 a 0,60 | Confiabilidad moderada |
| De 0,21 a 0,40 | Confiabilidad baja     |
| De 0,01 a 0,20 | Confiabilidad muy baja |

|               | P1   | P2   | P3   | P4   | P5   | P6   | P7   | P8   | P9   | P10  | P11  | P12  | P13  | P14  | P15  | P8 | P9 | P10 | P11 | P12 | Suma Prom |
|---------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|----|----|-----|-----|-----|-----------|
| Encuestado 1  | 2    | 3    | 4    | 2    | 1    | 3    | 5    | 2    | 3    | 4    | 3    | 2    | 4    | 2    | 5    |    |    |     |     |     | 3.00      |
| Encuestado 2  | 4    | 4    | 4    | 2    | 2    | 3    | 5    | 2    | 3    | 4    | 3    | 2    | 4    | 3    | 4    |    |    |     |     |     | 3.27      |
| Encuestado 3  | 4    | 4    | 5    | 1    | 1    | 4    | 4    | 3    | 2    | 3    | 2    | 2    | 5    | 3    | 4    |    |    |     |     |     | 3.13      |
| Encuestado 4  | 2    | 5    | 3    | 2    | 1    | 4    | 5    | 3    | 3    | 3    | 2    | 3    | 4    | 2    | 4    |    |    |     |     |     | 3.07      |
| Encuestado 5  | 2    | 4    | 3    | 1    | 2    | 5    | 4    | 1    | 4    | 3    | 3    | 2    | 4    | 2    | 4    |    |    |     |     |     | 2.93      |
| Encuestado 6  | 1    | 3    | 3    | 1    | 2    | 4    | 4    | 2    | 4    | 3    | 4    | 3    | 4    | 2    | 5    |    |    |     |     |     | 3.00      |
| Encuestado 7  | 2    | 4    | 4    | 2    | 3    | 3    | 5    | 2    | 3    | 3    | 2    | 3    | 4    | 1    | 5    |    |    |     |     |     | 3.07      |
| Encuestado 8  | 1    | 4    | 4    | 2    | 3    | 4    | 4    | 3    | 2    | 4    | 4    | 2    | 5    | 2    | 5    |    |    |     |     |     | 3.27      |
| Encuestado 9  | 1    | 5    | 5    | 3    | 1    | 4    | 5    | 3    | 3    | 4    | 3    | 1    | 5    | 2    | 4    |    |    |     |     |     | 3.27      |
| Encuestado 10 | 2    | 5    | 4    | 3    | 2    | 5    | 5    | 2    | 3    | 3    | 2    | 1    | 5    | 1    | 3    |    |    |     |     |     | 3.07      |
| Encuestado 11 | 2    | 5    | 3    | 1    | 2    | 5    | 4    | 1    | 2    | 3    | 2    | 2    | 4    | 2    | 3    |    |    |     |     |     | 2.73      |
| Varianzas     | 0.99 | 0.51 | 0.51 | 0.51 | 0.51 | 0.55 | 0.25 | 0.51 | 0.45 | 0.23 | 0.56 | 0.45 | 0.23 | 0.36 | 0.51 |    |    |     |     |     | 33.80     |

| FORMULA                  | RESULTADO    |
|--------------------------|--------------|
| ( )                      | <b>0.85</b>  |
| K (número de ítems)      | <b>15</b>    |
| Vi (varianza de C/ítem)) | <b>7.14</b>  |
| Vt (varianza total)      | <b>33.80</b> |

Dando como resultado: 0.85

que según la escala del coeficiente es Muy Alta.

Se puede señalar que el instrumento de recolección de datos que se empleó en la investigación tiene una muy alta confiabilidad.

## 4.6. Matriz de consistencia

Tabla 2 Matriz de Consistencia

| <b>Título: GESTIÓN DE LA CALIDAD Y COMPETITIVIDAD COMO PROPUESTA DE MEJORA EN LAS MICROEMPRESAS DEL RUBRO RESTAURANTES EN TALARA. 2022</b>                      |  |  |   |   |
|---|--|--|---|---|
| <b>PROBLEMAS</b>  | <b>OBJETIVOS</b>   | <b>HIPÓTESIS</b>   | <b>VARIABLES Y DIMENSIONES</b>  | <b>Metodología</b>  |
| <b><u>PROBLEMA GENERAL</u></b>  | <b><u>OBJETIVO GENERAL</u></b>   |  | <b><u>VARIABLES</u></b>   | <b><u>TIPO</u></b>  |
| ¿Cuáles son las características de la gestión de la calidad y la competitividad para proponer mejoras a las microempresas del rubro restaurantes en Talara 2022 | Determinar las características de la gestión de la calidad y la competitividad para proponer mejoras a las microempresas del rubro restaurantes en Talara 2022 | El presente trabajo de investigación no planteará hipótesis debido a que la investigación será netamente descriptiva | <b>Variable 1:</b> Gestión de la Calidad<br><b>Variable 2:</b> Competitividad   | Cuantitativo  |
| <b><u>PROBLEMAS ESPECIFICOS</u></b>   | <b><u>OBJETIVOS ESPECIFICOS</u></b>  |  | <b><u>DIMENSIONES:</u></b>  | <b><u>NIVEL</u></b>   |
| 1.¿Cuáles son las principales características de la gestión de la calidad de las microempresas del rubro restaurantes de Talara                                 | 1. Determinar las principales características de la gestión de la calidad de las microempresas del rubro restaurantes de Talara                                |  | <b>Variable 1:</b> Gestión de la Calidad<br>1. Planificación de la Calidad<br>2. Control de la Calidad<br>3. Mejora de la Calidad<br><br><b>Variable 2:</b> Competitividad<br>1. Ventajas Competitivas<br>2.Estrategias de Competitividad | Descriptivo<br><br><b>DISEÑO</b><br>Transversal / No Experimental   |
| 2.¿Cuáles son las principales características de la Competitividad de las microempresas del rubro restaurantes de Talara  | 2. Determinar las principales características de la Competitividad de las microempresas del rubro restaurantes de Talara                                       |  |   | <b><u>POBLACIÓN Y MUESTRA</u></b><br>Población: 11 Microempresas del rubro restaurantes de Talara<br><br>Muestra Censal: 11 microempresarios del rubro restaurantes de Talara |
| 3.¿Cuál será la propuesta de mejora para la gestión de la calidad y la competitividad a las microempresas del rubro restaurantes en Talara. 2022                | 3. Elaborar la propuesta de mejora para la gestión de la calidad y la competitividad a las microempresas del rubro restaurantes en Talara. 2022                |  |   | <b><u>TECNICA E INSTRUMENTO</u></b><br>Técnica: Encuesta<br>Instrumento: Cuestionario<br><b><u>METODO DE ANALISIS</u></b><br>Estadístico / Descriptivo                        |

Nota: Elaboración propia

#### 4.7. Principios éticos

Los principios éticos que se aplicaron al presente trabajo de investigación están en concordancia con el Código de ética para la Investigación de la ULADECH en su versión 004, aprobado por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0037-2021-CU-ULADECH católica de fecha 13-01-2021.

Para todas las fases de la actividad científica del presente trabajo de investigación se aplicaron los principios de la ética que rigen la investigación en la ULADECH Católica que son los siguientes:

- a. **Protección de la persona.-** El bienestar y seguridad de las personas es el fin supremo de toda investigación, y por ello, se debe proteger su dignidad, identidad, diversidad socio cultural, confidencialidad, privacidad, creencia y religión (Uladech, 2021). El presente trabajo de investigación se respetó la voluntaria participación de las personas asimismo se pondrá de conocimiento toda la información que proteja su dignidad, confidencialidad y el bienestar de las personas.
- b. **Libre participación y derecho para estar informado.-** “Las personas que participan en las actividades de investigación tienen el derecho de estar bien informados sobre los propósitos y fines de la investigación que desarrollan o en la que participan; y tienen la libertad de elegir si participan en ella, por voluntad propia”. (Uladech, 2021). El presente trabajo cuenta con el consentimiento informado del participante donde de manera expresa evidenciará su manifestación de voluntad de manera libre inequívoca y específica del individuo de participar del presente estudio.
- c. **Beneficencia y no-maleficencia.-** “Toda investigación debe tener un balance riesgo-beneficio positivo y justificado, para asegurar el

cuidado de la vida y el bienestar de las personas que participan en la investigación”. (Uladech, 2021). El presente trabajo el investigador respetó las reglas generales de no causar daño de ninguna índole, así como maximizar los beneficios que se obtendrá del estudio.

- d.** Cuidado del medio ambiente y respeto a la biodiversidad.- Toda investigación debe respetar la dignidad de los animales, el cuidado del medio ambiente y las plantas, por encima de los fines científicos. (Uladech, 2021), Para el presente trabajo de investigación se consideraron todas las medidas que sean necesarias a fin de evitar cualquier tipo de daño al medio ambiente y al cuidado de la biodiversidad.
- e.** Justicia.- El investigador debe anteponer la justicia y el bien común antes que el interés personal. (Uladech, 2021). En el presente trabajo se trató de manera justa y equitativa a todos los que participan en la investigación de manera amable y cortés.
- f.** Integridad científica.- El investigador (estudiantes, egresado, docentes, no docente) tiene que evitar el engaño en todos los aspectos de la investigación. (Uladech, 2021). En el presente trabajo el investigador su actuó con rigor científico, asegurando la validez de sus métodos, fuentes y datos. También se garantizará la veracidad en todo el proceso de investigación.

## V. Resultados

### 5.1. Resultados

Para llegar al objetivo general se establecieron lo siguientes objetivos específicos:

**Objetivo Específico N° 1.-** Determinar las principales características de la gestión de la calidad de las microempresas del rubro restaurantes de Talara

**Tabla 3** Principales características de la gestión de la calidad de las microempresas del rubro restaurantes de Talara

| ítems  | Nunca |       | Muy pocas veces |       | Algunas veces |       | Casi siempre |       | siempre |       | Total |     |
|--|-------|-------|-----------------|-------|---------------|-------|--------------|-------|---------|-------|-------|-----|
|  | n     | %     | n               | %     | n             | %     | n            | %     | n       | %     | n     | %   |
| 1 Tiene una visión / misión en su empresa  | 3     | 27.27 | 6               | 54.55 | 0             | 0     | 2            | 18.18 | 0       | 0     | 11    | 100 |
| 2 Establece Metas en su empresa  | 0     | 0     | 0               | 0     | 2             | 18.18 | 5            | 45.45 | 4       | 36.36 | 11    | 100 |
| 3 Establece estrategias para alcanzar la calidad   | 0     | 0     | 0               | 0     | 4             | 36.36 | 5            | 45.45 | 2       | 18.18 | 11    | 100 |
| 4 Aplica el control previo en sus procesos   | 4     | 36.36 | 5               | 45.45 | 2             | 18.18 | 0            | 0     | 0       | 0     | 11    | 100 |
| 5 Aplica el control recurrente en sus procesos   | 4     | 36.36 | 5               | 45.45 | 2             | 18.18 | 0            | 0     | 0       | 0     | 11    | 100 |
| 6 Aplica el control posterior en sus procesos  | 0     | 0     | 0               | 0     | 3             | 27.27 | 5            | 45.45 | 3       | 27.27 | 11    | 100 |
| 7 Diría que la relación calidad / precio es el justo para sus productos                            | 0     | 0     | 0               | 0     | 0             | 0     | 5            | 45.45 | 6       | 54.55 | 11    | 100 |
| 8 Promueve la autoevaluación en toda la organización   | 2     | 18.18 | 5               | 45.45 | 4             | 36.36 | 0            | 0     | 0       | 0     | 11    | 100 |
| 9 Diría que sus colaboradores tienen una clara orientación al logro de los objetivos de la empresa | 0     | 0     | 3               | 27.27 | 6             | 54.55 | 2            | 18.18 | 0       | 0     | 11    | 100 |

*Nota:* Cuestionario aplicado a los microempresarios del rubro restaurante en Talara

Interpretación.- El 54.55% de los entrevistados señalaron que muy pocas veces la empresa tiene una visión / misión de su organización, asimismo un 45.45% indican que casi siempre la empresa establece metas y establece estrategias para alcanzar la

calidad, también un 45.45% señalaron que muy pocas veces la empresa aplica control previo y control recurrente a sus procesos, por otro lado un 45.45% señaló que casi siempre la empresa aplica control posterior a sus procesos, también un 54.55% señaló que siempre la empresa considera un precio justo para sus productos, por otro lado un 45.45% señaló que muy pocas veces la empresa promueve la autoevaluación en la organización y finalmente un 54.55% indicó que algunas veces la empresa tiene orientación al logro de sus objetivos

**Objetivo Específico Nº 2.-** Determinar las principales características de la Competitividad de las microempresas del rubro restaurantes de Talara

**Tabla 4** Principales características de la Competitividad de las microempresas del rubro restaurantes de Talara

| Ítems  | Nunca |       | Muy pocas veces |       | Algunas veces |       | Casi siempre |       | siempre |       | Total |     |
|--|-------|-------|-----------------|-------|---------------|-------|--------------|-------|---------|-------|-------|-----|
|  | n     | %     | n               | %     | n             | %     | n            | %     | n       | %     | n     | %   |
| 10 Sus productos cuentan con algún valor agregado  | 0     | 0     | 0               | 0     | 7             | 63.64 | 4            | 36.36 | 0       | 0     | 11    | 100 |
| 11 Diría usted que su personal se encuentra capacitado para ejercer sus funciones              | 0     | 0     | 5               | 45.45 | 4             | 36.36 | 2            | 18.18 | 0       | 0     | 11    | 100 |
| 12 Diría usted que la infraestructura con que cuenta su empresa es moderna                     | 2     | 18.18 | 6               | 54.55 | 3             | 27.27 | 0            | 0     | 0       | 0     | 11    | 100 |
| 13 Diría usted que sus precios son los más competitivos en el mercado                          | 0     | 0     | 0               | 0     | 0             | 0     | 7            | 63.64 | 4       | 36.36 | 11    | 100 |
| 14 Cuenta usted con alguna diferenciación de sus productos con relación al de sus competidores | 2     | 18.18 | 7               | 63.64 | 2             | 18.18 | 0            | 0     | 0       | 0     | 11    | 100 |
| 15 Diría usted que sus productos están enfocados hacia un segmento específico de consumidores  | 0     | 0     | 0               | 0     | 2             | 18.18 | 5            | 45.45 | 4       | 36.36 | 11    | 100 |

*Nota:* Cuestionario aplicado a los microempresarios del rubro restaurante en Talara

Interpretación.- El 63.64% de los entrevistados señalaron que algunas veces la empresa cuenta con algún valor agregado para sus productos; un 45.45% señalaron que muy pocas veces el personal se encuentra capacitado para ejercer sus funciones, por otro lado un 54.55% señaló que muy pocas veces la infraestructura con que cuenta la microempresa es moderna, asimismo un 63.64% precisó que casi siempre los precios de los productos son competitivos en el mercado, asimismo un 63.64% señaló que muy pocas veces los productos que ofrecen son diferenciados con respecto a las competidores y finalmente un 45.45% señaló que casi siempre los productos están enfocados hacia un segmento específico de consumidores.

**Objetivo Específico Nº 3.-** Elaborar la propuesta de mejora para la gestión de la calidad y la competitividad a las microempresas del rubro restaurantes en Talara. 2022

**PROPUESTA DE MEJORA PARA LA GESTION DE LA CALIDAD Y LA COMPETITIVIDAD PARA LAS MICROEMPRESAS DEL RUBRO RESTAURANTE EN TALARA 2022. (SE DESARROLLA PROPUESTA EN BASE A LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN)**

**Tabla 5** Propuesta de Mejora para la gestión de la Calidad y la Competitividad para las microempresas del rubro restaurantes de Talara. 2022

| Variable              | Indicador de las dimensiones de la variable | Problema  | Posibles Causas   | Propuesta (Acción de Mejora)  | Objetivo   | Meta  | Indicador de medición de la actividad            | Presupuesto    | Tiempo estimado | Responsable           |
|-----------------------|---|---|---|---|--|---|--|----------------|-----------------|-----------------------|
| Gestión de la calidad | Visión / Misión                             | Desacuerdo en la Visión y Misión de la microempresa                     | Desconocimiento del concepto visión y misión para una organización                                    | Formular la visión y misión de la microempresa a fin de que sea una orientación que guie su razón de ser          | Determinar la visión y misión de la microempresa                         | Implementar la visión y misión en la microempresa                                 | Microempresas cuenten con una visión y misión    | No determinado | 1 semana        | Dueño / administrador |
|                       | Control previo                              | Desacuerdo en la aplicación del control previo en las microempresas     | Falta de conocimiento de la importancia del control previo como parte de la gestión de la calidad     | capacitación acerca de la importancia y de las herramientas del control previo para una buena gestión de calidad  | Trabajadores tomen conocimiento de la importancia del control previo     | Capacitar al 100% de los trabajadores sobre la importancia del control previo     | Trabajadores capacitados / Total de trabajadores | S/. 150.00     | 1 semana        | Administrador         |
|                       | Control recurrente                          | Desacuerdo en la aplicación del control recurrente en las microempresas | Falta de conocimiento de la importancia del control recurrente como parte de la gestión de la calidad | capacitación acerca de la importancia y las herramientas del control recurrente para una buena gestión de calidad | Trabajadores tomen conocimiento de la importancia del control recurrente | Capacitar al 100% de los trabajadores sobre la importancia del control recurrente | Trabajadores capacitados / Total de trabajadores | S/. 150.00     | 1 semana        | Administrador         |

|                |                                 |  |   |   |  |  |   |   |  |               |
|----------------|---------------------------------|--|---|---|--|--|---|---|--|---------------|
|                | Autoevaluación                  | Desacuerdo en la autoevaluación en toda la organización  | Falta de orientación e información al trabajador acerca de la importancia de la autoevaluación en la organización | capacitación acerca de la importancia de la autoevaluación para detectar y aplicar la mejora continua                     | Trabajadores tomen conocimiento acerca de la importancia de la autoevaluación para detectar y aplicar la mejora continua | Capacitar al 100% de los trabajadores sobre la importancia de la autoevaluación como mecanismo de la mejora continua | Trabajadores capacitados / Total de trabajadores  | S/. 250.00                                  | 2 semanas                                | Administrador |
|                | Orientación al logro            | Ni de acuerdo ni en desacuerdo que los colaboradores tengan una clara orientación al logro de los objetivos de la microempresa | Falta de orientación e información al trabajador de la importancia del logro de los objetivos de la organización  | Trabajadores tomen conocimiento acerca de la importancia de estar orientados al logro de los objetivos de la organización | Trabajadores orientados al logro de los objetivos organizacionales   | 100% de los Trabajadores tengan clara la orientación al logro de los objetivos de la organización                    | trabajadores tengan claro la orientación al logro / total de trabajadores                     | No determinado                              | 1 semana                                 | Administrador |
| Competitividad | Personal capacitado             | Desacuerdo que el personal se encuentra capacitado para ejercer sus funciones  | Falta de información y capacitación al personal para ejercer sus funciones  | Informar y capacitar al personal acerca de sus funciones  | Trabajadores tengan pleno conocimiento de sus funciones  | 100% Trabajadores tengan pleno conocimiento de sus funciones   | Evaluación al 100% de los trabajadores sobre el conocimiento de sus funciones                 | No determinado                              | 1 semana                                 | Administrador |
|                | Infraestructura moderna         | Desacuerdo con la infraestructura de la empresa sea moderna  | Falta de renovación de infraestructura  | Renovar infraestructura de la empresa   | Renovar infraestructura de manera paulatina  | 20% del local cuenta con infraestructura moderna   | mobiliario renovado / total mobiliario  | Acorde a presupuesto que se deberá destinar | Acorde a la complejidad de la renovación | Administrador |
|                | diferenciación en los productos | Desacuerdo con que los productos tenga alguna diferenciación con relación a sus competidores                                   | Falta de desarrollo de estrategia de diferenciación como valor agregado para sus productos                        | Implementar productos diferenciados y personalizados con respecto a la competencia  | Desarrollar productos y servicios con valor agregado como factor diferenciador de sus productos                          | 100% del Servicio sea personalizado y diferenciado   | Aplicación de encuesta a los clientes para medir la percepción de los productos diferenciados | S/. 200.00                                  | 1 mes                                    | Administrador |

Nota: Elaboración de la propuesta en base a los resultados de la presente investigación.

## 5.2. Análisis de Resultados

Objetivo General- Determinar las características de la gestión de la calidad y la competitividad para proponer mejoras a las microempresas del rubro restaurantes en Talara 2022.

Para llegar al objetivo general se establecieron lo siguientes objetivos específicos:

**Objetivo Específico N° 1.-** Determinar las principales características de la gestión de la calidad de las microempresas del rubro restaurantes de Talara

Respecto a las Principales características de la gestión de la calidad de las microempresas del rubro restaurantes de Talara, el 54.55% de los entrevistados señalaron que muy pocas veces la empresa tiene una visión / misión de su organización, resultados que son contrarios al obtenido por Godos (2018) quien señala en su estudio que la mayoría los restaurantes tienen definidas su visión y misión. Cabe señalar que es muy importante el enunciado de la visión y Misión en las organizaciones ya que ello es el rumbo y la proyección de las empresas, tener bien claro la visión y misión de la organización ayuda a impulsar los esfuerzos de todos los trabajadores para alcanzar la visión planteada dentro de la misión establecida por la empresa. Visión y Misión son guías organizacionales que nos ayudan a la proyección y crecimiento de la organización;

El 45.45% indican que casi siempre la empresa establece metas y establece estrategias para alcanzar la calidad, resultados similares a Del Águila (2020) quien señala que el el 40.0% casi siempre y siempre planifican las operaciones de la

institución para alcanzar sus metas, de esta manera podemos considerar que en ambos estudios los entrevistados señalan la importancia de una buena planificación para la consecución de los objetivos planteados por la organización.

El 45.45% señalaron que muy pocas veces la empresa aplica control previo y control recurrente a sus procesos, resultados que son corroborados por el estudio de Del Águila (2020) quien señala en su investigación que el control carece de soportes que afianzan este proceso; al respecto señalar que la falta de control en los procesos de la organización afectan directamente el resultado de lo logro de los objetivos de la empresa, es por ello que es muy importante la implementación de controles tanto previo, recurrente como posterior, de esta manera se puede medir el avance de las acciones desarrolladas y también se puede tomar decisiones cuando se detecta los errores a tiempo mediante la implementación del control.

Un 45.45% señaló que casi siempre la empresa aplica control posterior a sus procesos, resultados similares a Merino (2020) quien en su investigación señala que el 40% de sus encuestados establecieron que siempre hacen uso del Control. Estos resultados señalan que los microempresarios tienen claro la importancia del control en las organizaciones.

Un 54.55% señaló que siempre la empresa considera un precio justo para sus productos, estos resultados son similares al de Moran (2020) en su estudio señala que la dimensión Estrategias, se consolida con los precios de los platos, la satisfacción de preferencias de la clientela y la consistencia entre el precio ofertado y la calidad de las comidas; asimismo los estudios de Merino (2020) señalan que el 58,82% de los clientes encuestados consideran que el precio de los productos ofertados siempre es

justo; se puede deducir que los microempresarios consideran el precio justo como el elemento importante de su producto, ya que ellos consideran que un precio muy elevado hará que el cliente busque nuevos lugares que ofrezcan un buen producto a un buen precio,

Por otro lado un 45.45% señaló que muy pocas veces la empresa promueve la autoevaluación en la organización, resultados que corrobora Correa (2018) quien señala que percibe diferencias en la calidad del producto o servicio y no se preocupan por la lealtad de sus clientes, debido a que carecen de una autoevaluación. Es muy importante la autoevaluación ya que ello nos permite diagnosticar como se está trabajando a nivel organizacional y ello permitirá identificar tanto las fortalezas como las debilidades de una organización y finalmente un 54.55% indicó que algunas veces la empresa tiene orientación al logro de sus objetivos, resultado que es corroborado por Del Águila (2020) quien señala en su investigación que el 60.0% de sus entrevistados señalaron que casi siempre ejecutan el seguimiento al cumplimiento de lo planificado, esto es muy importante ya que el seguimiento al cumplimiento de lo planificado logrará concretizar el logro de los objetivos de la organización.

**Objetivo Específico Nº 2.-** Determinar las principales características de la Competitividad de las microempresas del rubro restaurantes de Talara

Respecto a las Principales características de la Competitividad de las microempresas del rubro restaurantes de Talara, tenemos que un 63.64% de los entrevistados señalaron que algunas veces la empresa cuenta con algún valor agregado para sus

productos; resultados similares a los estudios de Merino (2020) quien señala que el 55% de sus encuestados señalaron que la MYPE siempre ofrece productos y servicio de calidad que satisfagan las necesidades de sus clientes, este resultado se da debido a que al identificar las necesidades de los clientes los microempresarios crean valor agregado a sus productos.

Un 45.45% señalaron que muy pocas veces el personal se encuentra capacitado para ejercer sus funciones, resultados diferentes al estudio de Moran (2020) quien señala en su investigación que los trabajadores son idóneos en las actividades que realizan. Es importante señalar que trabajadores idóneos y bien capacitados crean un buen ambiente de trabajo y de sana competencia, lo que se reflejara en la eficiencia que los resultados del trabajo de los colaboradores.

El 54.55% señaló que muy pocas veces la infraestructura con que cuenta la microempresa es moderna, Resultados diferentes al obtenido por Moran (2020) quien señala en su investigación que sus entrevistados indicaron que cuentan con instalaciones con infraestructura adecuada, al respecto señalar que una buena infraestructura crea un buen ambiente de atención al cliente la misma que hará que los clientes se sientan cómodos y puedan volver a retornar.

El 63.64% precisó que casi siempre los precios de los productos son competitivos en el mercado, resultados similares a la investigación de Moran (2020) quien señala en su estudio que existe consistencia entre el precio ofertado y la calidad de las comidas que oferta el restaurante; estos resultados señalan que los microempresarios tienen muy en claro la importancia de determinar un buen precio para sus productos y se guían del precio del mercado para ello como una buena estrategia de precio

Finalmente, un 63.64% señaló que muy pocas veces los productos que ofrecen son diferenciados con respecto a los competidores y finalmente un 45.45% señaló que casi siempre los productos están enfocados hacia un segmento específico de consumidores, ambos resultados son corroborados por Godos (2018) quien en su investigación afirma que los microempresarios identifican la relación entre la calidad y el precio del producto que son diferenciados y están dirigidos a un segmento específico de consumidores, que en su mayoría permite a los clientes volver y recomendar.

**Objetivo Específico Nº 3.-** Elaborar la propuesta de mejora para la gestión de la calidad y la competitividad a las microempresas del rubro restaurantes en Talara.

2022

Respecto a la elaboración de la propuesta de mejora para la gestión de la calidad y la competitividad a las microempresas del rubro restaurantes en Talara. 2022, se encuentra en Tabla 5 desarrollado en el presente trabajo.

## **VI. Conclusiones**

Con respecto a las principales características de la gestión de la calidad se concluye que la mayoría de los microempresarios muy pocas veces tienen una visión / Misión de la organización, muy pocas veces aplica el control previo y el control recurrente y muy pocas veces promueve la autoevaluación en la organización, asimismo, casi siempre establece metas, establece estrategias para alcanzar la calidad, aplica control posterior y finalmente siempre los microempresarios tienen un precio justo de sus productos en el mercado

Con respecto a las principales características de la Competitividad se concluye que la mayoría de los microempresarios algunas veces sus productos cuentan con algún valor agregado, muy pocas veces su personal se encuentra capacitado, pocas veces cuentan con infraestructura moderna y cuentan con alguna diferenciación de sus productos con relación a sus competidores; finalmente casi siempre los precios son competitivos en el mercado y sus productos están enfocados hacia un segmento específico de consumidores.

## **Aspectos Complementarios**

### **Recomendaciones**

Formular su visión/ misión de sus microempresas, para que puedan mejorar la gestión de la calidad, en base a los indicadores del estudio, eso les da una orientación de lo que es y lo que quiere ser o alcanzar en el futuro la microempresa, asimismo siempre deben aplicar el control recurrente y el control posterior en todos sus procesos, así como debe fomentar la autoevaluación que le permitirá mejorar día a día

Contar con valor agregado para sus productos no solo algunas veces, sino siempre, ello mejorará la competitividad en base a los indicadores del estudio y marcará una gran diferencia con respecto a sus competidores; así mismo, capacitar a los colaboradores para que puedan desempeñarse de manera eficiente en sus labores y finalmente deben destinar un presupuesto para la modernización del local, ello redundará en beneficio de los clientes y también de los microempresarios.

Aplicar la propuesta de mejora que se encuentra en la tabla 5 del presente trabajo, ahí encontrará el detalle de las estrategias propuestas, así como los objetivos que persigue cada una de ellas, la meta, el presupuesto estimado y los responsables propuestos.

## Referencias Bibliográficas

Arenas, K. (2016). *Caracterización de la satisfacción del cliente y competitividad de las mype servicio rubro pollo a la brasa La Arena*. Facultad de Ciencias Contables, Financieras y Administrativas, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Piura, Perú.

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/1052?show=full>

Blanco, M., Ganduglia, F., & Rodríguez, D. (2018). *el mercado y la comercialización gestión empresarial táctica y operativa*.

<https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/bve18040224e.pdf;jsessionid=64636b5038f9c9ef692898ed2fee0e96?sequence=1>

Camisón, C., González, T., & Cruz, S. (2006) *Gestión de la Calidad*. Editorial Pearson Educación ISBN 9788420542621

Cuatrecasas Arbós, L., & Gonzales Babón, J. (2017). *Gestión integral de la calidad : implantación, control y certificación*. (5th ed.). Barcelona.

DECRETO SUPREMO N° 011-2019-MINCETUR.

<https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-supremo-que-aprueba-el-reglamento-para-la-categoriza-decreto-supremo-n-011-2019-mincetur-1830161-1/>

DECRETO SUPREMO N° 013-2013-produce

<https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/aprueban-texto-unico-ordenado-de-la-ley-de-impulso-al-desarr-decreto-supremo-n-013-2013-produce-1033071-5/>

Del Águila, A. (2022). *Propuesta de mejora de los procesos administrativos para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro distribuidoras de abarrotes-Iquitos, 2020*. (tesis de pregrado). Universidad los Ángeles de Chimbote. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/25642>.

Fiestas, M. (2021). *Gestión de calidad y liderazgo en las MYPE rubro abarrotes mercado mayorista del distrito Veintiséis de Octubre, Piura-año 2021*. (tesis de titulación). Universidad los Ángeles de Chimbote.

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/24667>

García Ramírez, O. (23 de junio del 2015, México). *Competitividad, conceptos e importancia*. Director de la Ing. en Desarrollo Empresarial. Obtenido del periódico Milenio: <http://www.milenio.com/opinion/varios-autores/universidad-tecnologica-delvalle-del-mezquital/competitividad-concepto-e-importancia>

Godos, P.(2018). *Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las mype rubro restaurantes de la ciudad de Talara, año 2018*(Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Piura  
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000049511>

Hernández, J. (2019). *Propuesta de implementación del sistema de gestión de calidad con base en la norma ISO 9001:2015 en la empresa Lipogen S.A.S. (trabajo de Grado)*. Universidad Católica de Colombia. <https://hdl.handle.net/10983/23278>

Hernández, M. (2020). *Calidad de servicio y su influencia en la satisfacción del cliente en la empresa Supermercados el Super SAC Chiclayo–2018*.(tesis de titulación). Universidad Señor de Sipán. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/6965>

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las Rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta*. México DF: Mc Grall Hill.

Hernández-Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2016). *Metodología de la Investigación*. México DC: Mc Graw Hill.

Hernández Palma, Hugo, Barrios Parejo, I., & Martínez Sierra, D. (2018). *Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones*. *Criterio Libre*, 16(28), 169–185. <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2018v16n28.2130>

Idrogo, M.(2019). *Caracterización de la competitividad y calitividad de las mype rubro restaurantes del mercado Santa Rosa-Paita, año 2017*(Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Piura

[http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/10596/calitividad\\_competitividad\\_idrogo\\_ortiz\\_mayury\\_del\\_pilar.pdf?sequence=1](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/10596/calitividad_competitividad_idrogo_ortiz_mayury_del_pilar.pdf?sequence=1)

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). (2018). *Manual 5: El Mercado y la Comercialización. In Gestión Empresarial táctica y Operativa*  
<https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf>

Jara, Mónica; Guerrero, Jefferson & otros (2014). *factores de competitividad de las pymes del sector de restaurantes en Bogotá, localidad la candelaria. revista intersección, año 1, n1. Tecnología en Organización de Eventos, Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Medellín-Colombia. Págs. 15-23.*  
<https://revistas.elpoli.edu.co/index.php/int/article/view/225/193>

Labarca, Nelson (2007). *Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. Omnia, 13 (2),158-184.[fecha de Consulta 6 de Agosto de 2022]. ISSN: 1315-8856.*  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=73713208>  
 Maldonado, J. (2018). *Gestión de procesos. Tegucigalpa.*  
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2011e/1084/indice.htm>

Medina Vargas, Katherine Juliette (2018). *Caracterización de competitividad y gestión de calidad de las MYPE sector servicio gastronómico rubro restaurantes comida marina, Talara, año 2018(Tesis para optar el título profesional de licenciada en administración). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Piura*  
<http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000047089>

Merino, D. (2020). *Gestión de calidad y el kaizen en las MYPE rubro abarrotes del Mercado Modelo de Talara, 2020. (tesis de titulación). Universidad los Ángeles de Chimbote.* <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/16803>

Ministerio de la Producción. (2017a). *Estudio de la situación actual de las empresas peruanas. (M. de la Producción, Ed.) (1st ed.). Lima: Ministerio de la Producción.*

Ministerio de la Producción. (2017b). *Las MIPYME en cifras 2015. (Ministerio de la Producción, Ed.) (1st ed.)*. Lima. <https://doi.org/10.16607/j.cnki.1674-6708.2015.02.018>

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. *Reglamento de la Ley N° 29783, Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo D.S. N° 005-2012-TR, Diario Oficial El Peruano § (2012)*. <https://doi.org/https://doi.org/D.S>

Morán Cisneros, Iván Alexis (2019). *Competitividad y gestión de calidad en las MYPE rubro restaurantes, Talara Centro –Piura, año 2019(Tesis para optar el título profesional de licenciado en administración)*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Piura.  
<Http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000051079>

Nerio Minaya, O. (2019). *Los restaurantes formales y su competitividad en la ciudad de Tingo María 2017*. <http://repositorio.unas.edu.pe/handle/UNAS/1906>

Pincay, Y., & Parra, C. (2020). *Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador*. *Revista Dominio de las Ciencias*.

Porter, M. (2017). *Estrategia competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México, D.F: Continental.  
<https://cepymenews.es/las-3-estrategias-competitivas-genericas-de-michael-porter>

Porter, M. E. (2010). *Ventaja Competitiva - Creación y sostenibilidad de un rendimiento superior*.  
[http://aulavirtual.iberoamericana.edu.co/recursosel/documentos\\_para-descarga/1.Porter,M.\(1991\).pdf](http://aulavirtual.iberoamericana.edu.co/recursosel/documentos_para-descarga/1.Porter,M.(1991).pdf)

PRODUCE (2017). *Estadística MIPYME PRODUCE*.  
<http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/estadistica-oe/estadisticas-mipyme>

SUNAT. (2022). *Régimen MYPE Tributario - RMT*. Obtenido de <https://www.gob.pe/6990-regimenmype-tributario-rmt>

## Anexos

### Anexo 1: Instrumento de Recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### Cuestionario que se aplicara a los representantes de las microempresas del Rubro Restaurante.

**INSTRUCCIONES:** A continuación, le presentamos las preguntas, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcando con un aspa (x) en la hoja de respuestas aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo con las siguientes alternativas.

| Variable              | Dimensión                     | Nunca<br>(1)   | Muy pocas veces<br>(2)  | Algunas Veces<br>(3) | Casi Siempre<br>(4) | Siempre<br>(5) |             |   |   |   |   |
|-----------------------|-------------------------------|--|---|----------------------|---------------------|----------------|-------------|---|---|---|---|
|                       |                               | Nº   | Ítems   |                      |                     |                | Alternativa |   |   |   |   |
| Gestión de la Calidad | Planificación de la Calidad   | 1  | Tiene una visión / misión en su empresa   |                      |                     |                | 1           | 2 | 3 | 4 | 5 |
|                       |                               | 2  | Establece Metas en su empresa   |                      |                     |                | 1           | 2 | 3 | 4 | 5 |
|                       |                               | 3  | Establece estrategias para alcanzar la calidad  |                      |                     |                | 1           | 2 | 3 | 4 | 5 |
|                       | Control de la Calidad         | 4  | Aplica el control previo en sus procesos  |                      |                     |                | 1           | 2 | 3 | 4 | 5 |
|                       |                               | 5  | Aplica el control recurrente en sus procesos  |                      |                     |                | 1           | 2 | 3 | 4 | 5 |
|                       |                               | 6  | Aplica el control posterior en sus procesos   |                      |                     |                | 1           | 2 | 3 | 4 | 5 |
|                       | Mejora de la Calidad          | 7  | Diría que la relacion calidad / precio es el justo para sus productos                       |                      |                     |                | 1           | 2 | 3 | 4 | 5 |
|                       |                               | 8  | Promueve la autoevaluación en toda la organización  |                      |                     |                | 1           | 2 | 3 | 4 | 5 |
|                       |                               | 9  | Diría que sus colaboradores tienen una clara orientación                                    |                      |                     |                | 1           | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Variable              | Dimensión                     | Nunca<br>(1)   | Muy pocas veces<br>(2)  | Algunas Veces<br>(3) | Casi Siempre<br>(4) | Siempre<br>(5) |             |   |   |   |   |
| Competitividad        | Ventajas competitivas         | Nº   | Ítems   |                      |                     |                | Alternativa |   |   |   |   |
|                       |                               | 10   | Sus productos cuentan con algún valor agregado  |                      |                     |                | 1           | 2 | 3 | 4 | 5 |
|                       |                               | 11   | Diría usted que su personal se encuentra capacitado para ejercer sus funciones              |                      |                     |                | 1           | 2 | 3 | 4 | 5 |
|                       | 12                            | Diría usted que la infraestructura con que cuenta su empresa es moderna                    |   |                      |                     | 1              | 2           | 3 | 4 | 5 |   |
|                       | Estrategias de Competitividad | 13   | Diría usted que sus precios son los más competitivos en el mercado                          |                      |                     |                | 1           | 2 | 3 | 4 | 5 |
|                       |                               | 14   | Cuenta usted con alguna diferenciación de sus productos con relación al de sus competidores |                      |                     |                | 1           | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 15                    |                               | Diría usted que sus productos estan enfocados hacia un segmento específico de consumidores |   |                      |                     | 1              | 2           | 3 | 4 | 5 |   |

Gracias por sus respuestas...

## Anexo 2: Validación de Instrumento de Recolección de datos mediante Opinión de Expertos

### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

#### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): GUZMÁN CASTRO IVÁN ARTURO  
 1.2. Grado Académico: MAGISTER  
 1.3. Profesión: ADMINISTRADOR  
 1.4. Institución donde labora: JOYERÍA GUZMÁN  
 1.5. Cargo que desempeña: ADMINISTRADOR  
 1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario  
 1.7. Autor del instrumento: Bach. TRELLES MASIAS, REBECA ELISABET  
 1.8. Carrera: Administración

#### II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes a la variable 1: GESTION DE LA CALIDAD

| N° de Ítem                               | Validez de contenido                                  |    | Validez de constructo                             |    | Validez de criterio   |    | Observaciones |
|--|---|----|---|----|---|----|---------------|
|  | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable |    | El ítem contribuye a medir el indicador planteado |    | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas |    |               |
|  | SI  | NO | SI  | NO | SI  | NO |               |
| Dimensión 1: PLANIFICACION DE LA CALIDAD |   |    |   |    |   |    |               |
| 1.Misión / Visión                        | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 2.Metas                                  | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 3.Estrategias                            | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| Dimensión 2: CONTROL DE LA CALIDAD       |   |    |   |    |   |    |               |
| 4. Control previo                        | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 5. Control recurrente                    | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 6.control posterior                      | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| Dimensión 3: MEJORA DE LA CALIDAD        |   |    |   |    |   |    |               |
| 7.Relación calidad /precio               | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 8.autoevaluación                         | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 9.orientación al logro                   | X   |    | X   |    | X   |    |               |

  
 Mgr. Iván Arturo Guzmán Castro  
 LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN  
 CLAD. N° 5107

## Ítems correspondientes a la variable 2: COMPETITIVIDAD

| N° de Ítem  | Validez de contenido                                  |    | Validez de constructo                             |    | Validez de criterio   |    | Observaciones |
|---|---|----|---|----|---|----|---------------|
|   | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable |    | El ítem contribuye a medir el indicador planteado |    | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas |    |               |
|   | SI  | NO | SI  | NO | SI  | NO |               |
| <b>Dimensión 1: VENTAJAS COMPETITIVAS</b>         |   |    |   |    |   |    |               |
| 10.valor agregado                                 | ✓   |    | ✓   |    | ✓   |    |               |
| 11.personal capacitado                            | ✓   |    | ✓   |    | ✓   |    |               |
| 12.infraestructura moderna                        | ✓   |    | ✓   |    | ✓   |    |               |
| <b>Dimensión 2: ESTRATEGIAS DE COMPETITIVIDAD</b> |   |    |   |    |   |    |               |
| 13.lider en costos                                | ✓   |    | ✓   |    | ✓   |    |               |
| 14.Diferenciación                                 | ✓   |    | ✓   |    | ✓   |    |               |
| 15.Enfoque  | ✓   |    | ✓   |    | ✓   |    |               |

Otras observaciones generales:

  
**Mgtr. Iván Arturo Guzmán Castro**  
 LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN  
 CLAD. N° 5107  
 Firma

Apellidos y Nombres del experto  
 DNI N°  
 COLEGIATURA N°

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): ARICA CLAVIJO HECTOR ORLANDO

1.2. Grado Académico: MG. EN DOCENCIA UNIVERSITARIA

1.3. Profesión: LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

1.4. Institución donde labora: CETURGHPERU

1.5. Cargo que desempeña: DOCENTE

1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario

1.7. Autor del instrumento: Bach. TRELLES MASIAS, REBECA ELISABET

1.8. Carrera: Administración

### II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes a la variable 1: GESTION DE LA CALIDAD

| N° de ítem                                      | Validez de contenido                                  |    | Validez de constructo                             |    | Validez de criterio   |    | Observaciones |
|---|---|----|---|----|---|----|---------------|
|   | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable |    | El ítem contribuye a medir el indicador planteado |    | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas |    |               |
|   | SI  | NO | SI  | NO | SI  | NO |               |
| <b>Dimensión 1: PLANIFICACION DE LA CALIDAD</b> |   |    |   |    |   |    |               |
| 1.Misión / Visión                               | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 2.Metas   | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 3.Estrategias                                   | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| <b>Dimensión 2: CONTROL DE LA CALIDAD</b>       |   |    |   |    |   |    |               |
| 4. Control previo                               | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 5. Control recurrente                           | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 6.control posterior                             | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| <b>Dimensión 3: MEJORA DE LA CALIDAD</b>        |   |    |   |    |   |    |               |
| 7.Relación calidad /precio                      | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 8.autoevaluación                                | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 9.orientación al logro                          | X   |    | X   |    | X   |    |               |

  
 Sr. Arica Clavijo Hctor Orlando  
 DNI. 02786302  
 CLAD 06246

**Ítems correspondientes a la variable 2: COMPETITIVIDAD**

| N° de Ítem  | Validez de contenido                                  |    | Validez de constructo                             |    | Validez de criterio   |    | Observaciones |
|---|---|----|---|----|---|----|---------------|
|   | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable |    | El ítem contribuye a medir el indicador planteado |    | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas |    |               |
|   | SI  | NO | SI  | NO | SI  | NO |               |
| <b>Dimensión 1: VENTAJAS COMPETITIVAS</b>         |   |    |   |    |   |    |               |
| 10.valor agregado                                 | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 11.personal capacitado                            | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 12.infraestructura moderna                        | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| <b>Dimensión 2: ESTRATEGIAS DE COMPETITIVIDAD</b> |   |    |   |    |   |    |               |
| 13.lider en costos                                | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 14.Diferenciación                                 | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 15.Enfoque  | X   |    | X   |    | X   |    |               |

Otras observaciones generales: NINGUNA



**Arica Clavijo Hecor Orlando**  
 DNI. 02786302  
 CLAD 06246

---

ARICA CLAVIJO HECTOR ORLANDO  
 DNI N° 02786302  
 COLEGIATURA N° 06246

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): SILVAN JUÁREZ RAQUEL  
 1.2. Grado Académico: MAGISTER EN GERENCIA EMPRESARIAL  
 1.3. Profesión: LICENCIADA EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
 1.4. Institución donde labora: UNIVERSIDAD NACIONAL DE FRONTERA  
 1.5. Cargo que desempeña: DOCENTE INVESTIGADOR  
 1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario  
 1.7. Autor del instrumento: Bach. TRELLES MASIAS, REBECA ELISABET  
 1.8. Carrera: Administración

### II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes a la variable 1: **GESTION DE LA CALIDAD**

| N° de ítem                                      | Validez de contenido                                  |    | Validez de constructo                             |    | Validez de criterio   |    | Observaciones |
|---|---|----|---|----|---|----|---------------|
|   | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable |    | El ítem contribuye a medir el indicador planteado |    | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas |    |               |
|   | SI  | NO | SI  | NO | SI  | NO |               |
| <b>Dimensión 1: PLANIFICACION DE LA CALIDAD</b> |   |    |   |    |   |    |               |
| 1.Misión / Visión                               | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 2.Metas   | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 3.Estrategias                                   | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| <b>Dimensión 2: CONTROL DE LA CALIDAD</b>       |   |    |   |    |   |    |               |
| 4. Control previo                               | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 5. Control recurrente                           | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 6.control posterior                             | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| <b>Dimensión 3: MEJORA DE LA CALIDAD</b>        |   |    |   |    |   |    |               |
| 7.Relación calidad /precio                      | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 8.autoevaluación                                | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 9.orientación al logro                          | X   |    | X   |    | X   |    |               |

  
 -----  
**Mg. Raquel Silva Juárez**  
 LC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
 CLAD-01899

## Ítems correspondientes a la variable 2: COMPETITIVIDAD

| N° de ítem  | Validez de contenido                                  |    | Validez de constructo                             |    | Validez de criterio   |    | Observaciones |
|---|---|----|---|----|---|----|---------------|
|   | El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable |    | El ítem contribuye a medir el indicador planteado |    | El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas |    |               |
|   | SI  | NO | SI  | NO | SI  | NO |               |
| <b>Dimensión 1: VENTAJAS COMPETITIVAS</b>         |   |    |   |    |   |    |               |
| 10.valor agregado                                 | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 11.personal capacitado                            | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 12.infraestructura moderna                        | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| <b>Dimensión 2: ESTRATEGIAS DE COMPETITIVIDAD</b> |   |    |   |    |   |    |               |
| 13.lider en costos                                | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 14.Diferenciación                                 | X   |    | X   |    | X   |    |               |
| 15.Enfoque  | X   |    | X   |    | X   |    |               |

Otras observaciones generales:

  
 -----  
**Mg. Roque Silva Juárez**  
 LC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
 CLAD-01899

Firma

Apellidos y Nombres del experto  
 DNI N°02846914

## Anexo 3: Consentimiento informado.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

### PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: GESTIÓN DE LA CALIDAD Y COMPETITIVIDAD COMO PROPUESTA DE MEJORA PARA LAS MICROEMPRESAS DEL RUBRO RESTAURANTES EN TALARA. 2022

y es desarrollado por la estudiante TRELLES MASIAS, REBECA ELISABET, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es:

Determinar las características de la gestión de la calidad y la competitividad para proponer mejoras a las microempresas del rubro restaurantes en Talara 2022; Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del WhatsApp 921500586. Si desea, también podrá escribir al correo rebecatrellesmasias@hotmail.com para recibir más información.

Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Susy Gindy Barreto Flores  
 Fecha: 13/08/22 Correo electrónico: Susy\_910.09@gmail.com  
 Firma del participante: [Firma manuscrita] Benichina Restaurant & catering  
 Firma del investigador: \_\_\_\_\_



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

## PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: **GESTIÓN DE LA CALIDAD Y COMPETITIVIDAD COMO PROPUESTA DE MEJORA PARA LAS MICROEMPRESAS DEL RUBRO RESTAURANTES EN TALARA, 2022.**

y es desarrollado por la estudiante **TRELLES MASIAS, REBECA ELISABET**, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es:

Determinar las características de la gestión de la calidad y la competitividad para proponer mejoras a las microempresas del rubro restaurantes en Talara 2022; Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

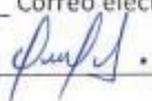
Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del WhatsApp 921500586. Si desea, también podrá escribir al correo [rebecatrellesmasias@hotmail.com](mailto:rebecatrellesmasias@hotmail.com) para recibir más información.

Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Freddy. Paiva. NAVARRO

Fecha: 13-08-22 Correo electrónico: paivamallmufreddy@gmail.com

Firma del participante:  **CEVICHERIA BLAS**  
**Freddy Paiva Navarro**  
**PROPIETARIO**

Firma del investigador: \_\_\_\_\_



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

## PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: GESTIÓN DE LA CALIDAD Y COMPETITIVIDAD COMO PROPUESTA DE MEJORA PARA LAS MICROEMPRESAS DEL RUBRO RESTAURANTES EN TALARA. 2022

y es desarrollado por la estudiante TRELLES MASIAS, REBECA ELISABET, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es:

Determinar las características de la gestión de la calidad y la competitividad para proponer mejoras a las microempresas del rubro restaurantes en Talara 2022; Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del WhatsApp 921500586. Si desea, también podrá escribir al correo rebecatrellesmasias@hotmail.com para recibir más información.

Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Milagro Zapata Morales  
 Fecha: 13-08-22 Correo electrónico: ZapataMilagro@gmail.com  
 Firma del participante: [Firma manuscrita] "A todo sabor"  
 Firma del investigador: \_\_\_\_\_



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

## PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: GESTIÓN DE LA CALIDAD Y COMPETITIVIDAD COMO PROPUESTA DE MEJORA PARA LAS MICROEMPRESAS DEL RUBRO RESTAURANTES EN TALARA. 2022

y es desarrollado por la estudiante TRELLES MASIAS, REBECA ELISABET, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es:

Determinar las características de la gestión de la calidad y la competitividad para proponer mejoras a las microempresas del rubro restaurantes en Talara 2022; Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

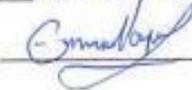
Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del WhatsApp 921500586. Si desea, también podrá escribir al correo [rebecatrellesmasias@hotmail.com](mailto:rebecatrellesmasias@hotmail.com) para recibir más información.

Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Emma Vásquez Sernaque

Fecha: 13/08/2022 Correo electrónico: emmas59@gmail.com

Firma del participante:  Richies Restaurante

Firma del investigador: \_\_\_\_\_



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

## PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: GESTIÓN DE LA CALIDAD Y COMPETITIVIDAD COMO PROPUESTA DE MEJORA PARA LAS MICROEMPRESAS DEL RUBRO RESTAURANTES EN TALARA. 2022

y es desarrollado por la estudiante TRELLES MASIAS, REBECA ELISABET, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es:

Determinar las características de la gestión de la calidad y la competitividad para proponer mejoras a las microempresas del rubro restaurantes en Talara 2022; Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del WhatsApp 921500586. Si desea, también podrá escribir al correo rebecatrellesmasias@hotmail.com para recibir más información.

Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: José Alberto Silva Puerco  
 Fecha: 13-08-22. Correo electrónico: \_\_\_\_\_  
 Firma del participante: [Firma] Caricheria Pos Cañitos  
 Firma del investigador: \_\_\_\_\_



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

## PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: GESTIÓN DE LA CALIDAD Y COMPETITIVIDAD COMO PROPUESTA DE MEJORA PARA LAS MICROEMPRESAS DEL RUBRO RESTAURANTES EN TALARA, 2022

y es desarrollado por la estudiante TRELLES MASIAS, REBECA ELISABET, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es:

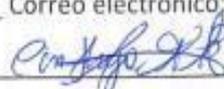
Determinar las características de la gestión de la calidad y la competitividad para proponer mejoras a las microempresas del rubro restaurantes en Talara 2022; Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del WhatsApp 921500586. Si desea, también podrá escribir al correo rebecatrellesmasias@hotmail.com para recibir más información.

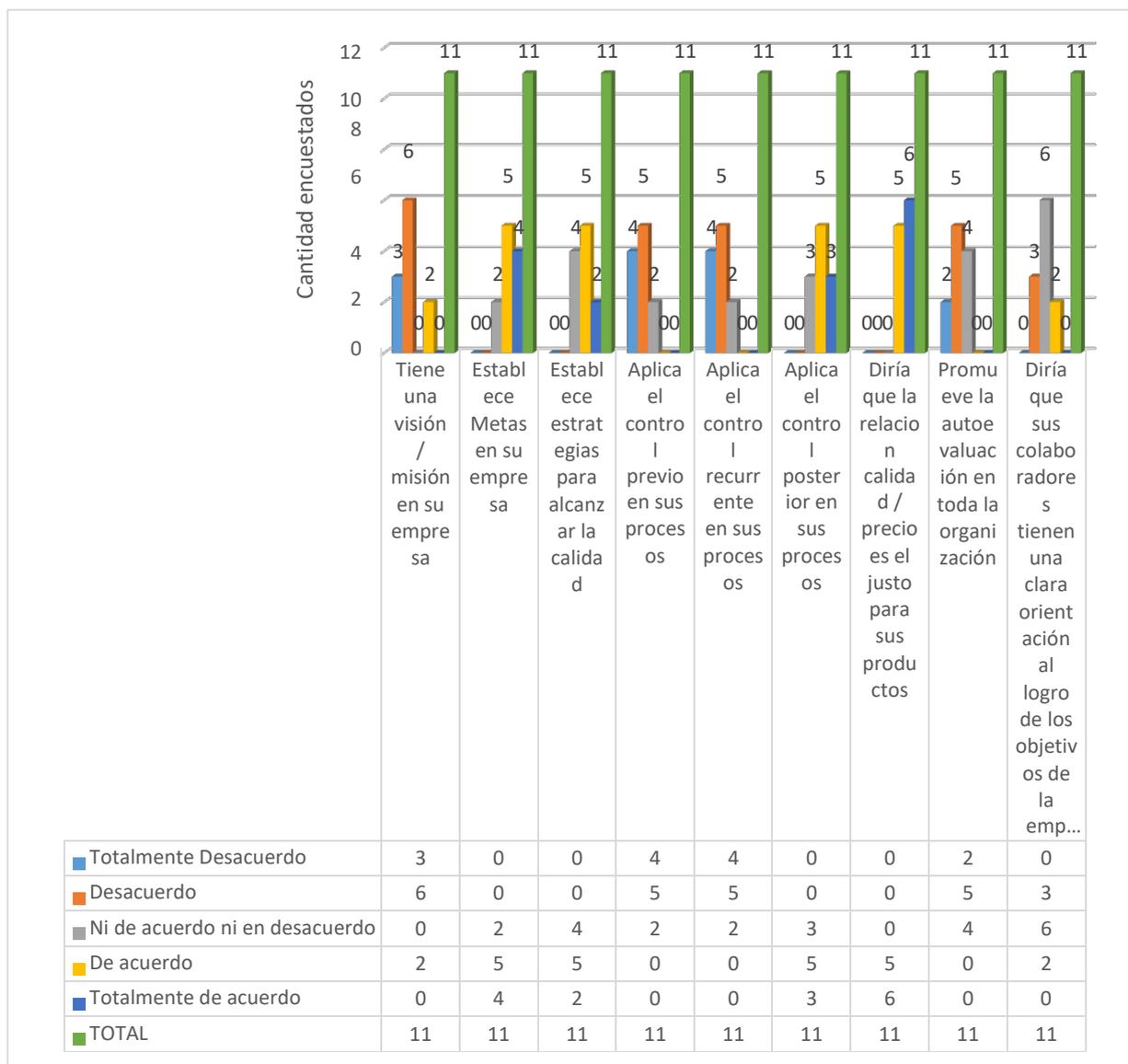
Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Pinhye Claribel Torres Pairo  
 Fecha: 13-08 Correo electrónico: Pinhyeclaribel.torrespairo@gmail.com  
 Firma del participante:   
 Firma del investigador: \_\_\_\_\_

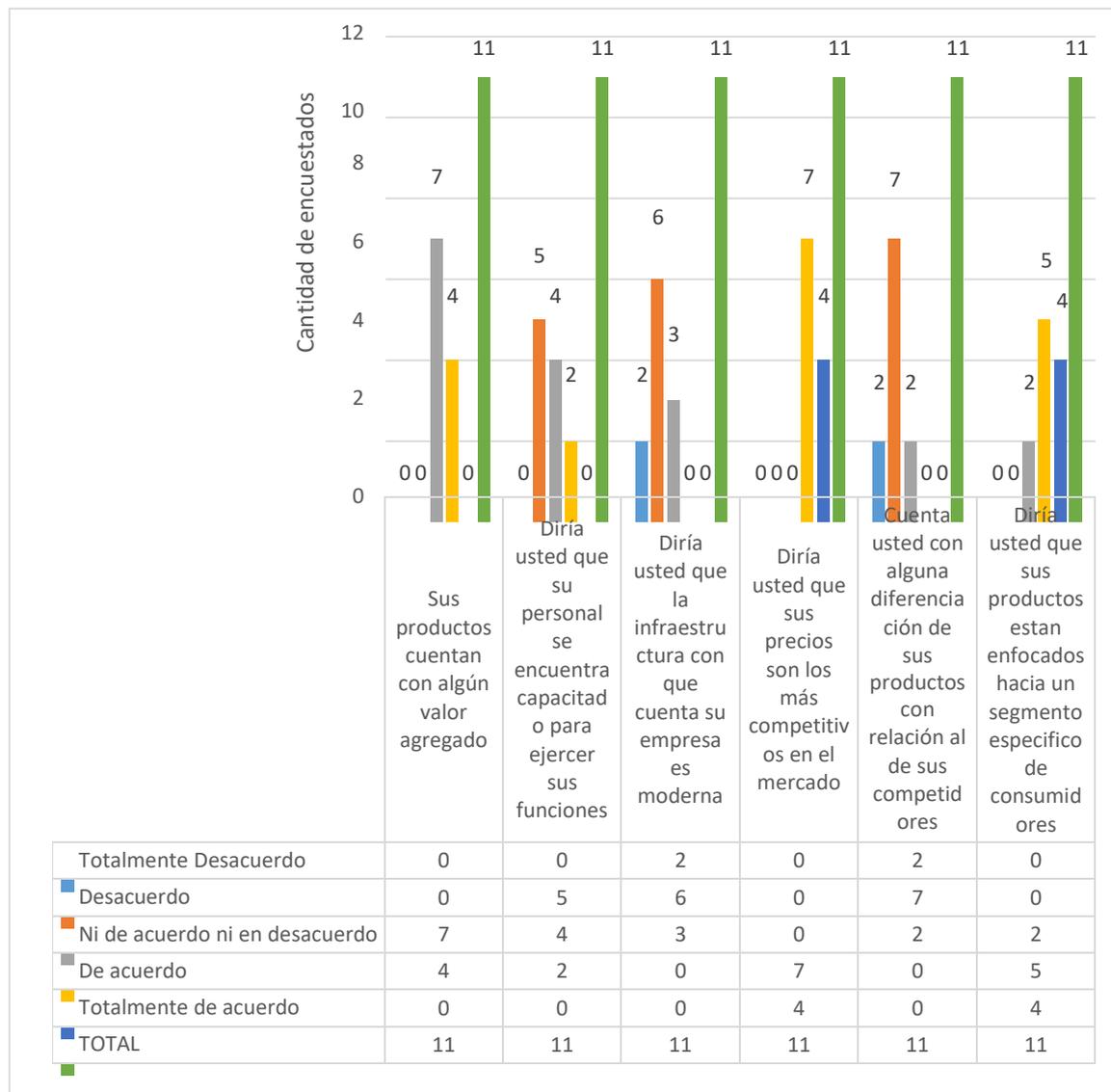
## Anexo 4: Figuras

**Figura 5** Principales características de la gestión de la calidad de las microempresas del rubro restaurantes de Talara



**Nota:** Esta figura muestra gráficamente las características de la gestión de la calidad en las microempresas del rubro restaurantes de Talara, en base al cuestionario aplicado

**Figura 6** Principales características de la competitividad de las microempresas del rubro restaurantes de Talara



*Nota:* Esta figura muestra gráficamente las características de la competitividad de las microempresas del rubro restaurantes de Talara, en base al cuestionario aplicado