



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y GESTIÓN DE  
CALIDAD EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES EN  
MANCORA, AÑO 2018**

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

**AUTORA:**

**BETTY ELIZABETH MENDOZA CRUZ**

**ASESORA:**

**DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO**

**PIURA - PERÚ**

**2018**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y GESTIÓN DE  
CALIDAD EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES EN  
MANCORA, AÑO 2018**

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

**AUTORA:**

**BETTY ELIZABETH MENDOZA CRUZ**

**ASESORA:**

**DRA. MERCEDES RENEÉ PALACIOS DE BRICEÑO**

**PIURA - PERÚ**

**2018**

## **JURADO EVALUADOR Y ASESORA**

Mgtr. Víctor Hugo Vilela Vargas

Presidente

Mgtr. Víctor Helio Patiño Niño

Secretario

Lic. Adm. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

Asesora

# **AGRADECIMIENTO**

A los representantes de las MYPE rubro restaurantes, por facilitarme la información pertinente, y sobre todo su disponibilidad para el recojo de la información.

A la Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño por su aporte de conocimientos, enseñanza y consejos para la culminación de la tesis

# DEDICATORIA

A Dios por su fortaleza ante las adversidades de la vida.

A mis padres, José y Lucy por estar conmigo incondicionalmente en todos los momentos y sucesos importantes de mi vida.

## RESUMEN

La investigación denominada “Caracterización de la competitividad y gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes en Máncora, año 2018”; presentó como objetivo general determinar las características de la competitividad y gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes en Máncora, año 2018. Se empleó la metodología de tipo descriptiva y de nivel cuantitativo con diseño no experimental, de corte transversal. Las MYPE objeto de investigación fueron 09 restaurantes. La población fue infinita, para ambas variables estuvo conformado por los clientes de los restaurantes; determinándose una muestra de 121 clientes, se aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario. Se concluye respecto a los aspectos determinantes de la competitividad; que la mayoría de clientes consideran que el éxito del restaurante depende del conocimiento y habilidades del administrador, no utilizan estrategias adecuadas para atraer más clientes, no evidencian innovación, no perciben valor agregado en el servicio. Respecto a las ventajas competitivas; la mayoría de clientes considera que los precios de la carta están acorde a los precios de mercado, las cartas de los restaurantes no se diferencian en cuanto a las comidas, la mayoría señala que los restaurantes se diferencian en el servicio. Respecto a las funciones necesarias para la gestión de calidad; la mayoría de clientes considera que las MYPE si tienen conocimiento de la competencia, no perciben eficacia en la atención, no perciben motivación, califican como inadecuado el desempeño, y no le han evaluado sobre su satisfacción. Respecto a los principios de la gestión de calidad; la mayoría de clientes sienten que los restaurantes no cumplen sus expectativas y necesidades, no observan un nivel de compromiso adecuado, evidencian la falta de habilidades y conocimientos, no se muestran eficientes, no perciben mejora en el desempeño, no observan esfuerzos por fidelizarlos, y finalmente la mayoría si evidencia el cumplimiento de normativas del sector.

**Palabras claves:** Competitividad, Gestión de calidad, MYPE, Restaurantes

## **ABSTRACT**

The research called "Characterization of the competitiveness and quality management of the MYPE item restaurants in Máncora, year 2018"; presented as a general objective to determine the characteristics of competitiveness and quality management of the MYPE restaurants in Máncora, 2018. The methodology of descriptive type and quantitative level was used with non-experimental, cross-sectional design. The MSEs under investigation were 09 restaurants. The population was infinite, for both variables, it was confirmed by the clients of the restaurants; A sample of 121 clients was determined, the survey technique and the questionnaire instrument were applied. It concludes with respect to the determining aspects of competitiveness; that most clients consider that the success of the restaurant depends on the knowledge and skills of the administrator, do not use adequate strategies to attract more customers, do not show innovation, do not perceive added value in the service. Regarding the competitive advantages; Most customers consider that the prices of the menu are in line with market prices, restaurant menus do not differ in terms of meals, most note that restaurants differ in service. Regarding the functions necessary for quality management; the majority of clients consider that the MSEs if they have knowledge of the competition, do not perceive effectiveness in the attention, do not perceive motivation, qualify as inadequate performance, and have not evaluated their satisfaction. Regarding the principles of quality management; Most customers feel that restaurants do not meet their expectations and needs, do not observe an adequate level of commitment, show a lack of skills and knowledge, do not show efficiency, do not perceive improvement in performance, do not observe efforts to build loyalty, and finally the majority if evidence of compliance with industry regulations.

**Keywords:** Competitiveness, Quality Management, MYPE, Restaurants

## TABLA DE CONTENIDO

<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	iii
<b>DEDICATORIA</b> .....	iv
<b>RESUMEN</b> .....	v
<b>TABLA DE CONTENIDO</b> .....	vii
<b>INDICE DE TABLA</b> .....	ix
<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>II. REVISION DE LA LITERATURA</b> .....	9
<b>2.1. Antecedentes</b> .....	9
<b>2.2. Bases Teóricas</b> .....	18
<b>III. HIPÓTESIS</b> .....	26
<b>3.1 Hipótesis</b> .....	26
<b>IV. METODOLOGÍA</b> .....	27
<b>4.1. Diseño de la investigación</b> .....	27
<b>4.2.- Población y Muestra</b> .....	28
<b>4.3 Definición y Operacionalización de variables</b> .....	30
<b>4.4. Técnicas e instrumentos</b> .....	34
<b>4.5 Plan de análisis</b> .....	34
<b>4.6 Matriz de Consistencia</b> .....	35
<b>V. RESULTADOS</b> .....	37
<b>5.1 Resultados de la encuesta</b> .....	37
<b>5.2. Análisis de Resultados</b> .....	50
<b>VI. CONCLUSIONES</b> .....	64
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS</b> .....	65
<b>ANEXOS</b> .....	72
<b>Anexo 1: Cuestionarios</b> .....	73
<b>Anexo 2: Validaciones</b> .....	76
<b>Anexo 3: Solicitudes a MYPE</b> .....	91

<b>Anexo 4: Codificaciones</b> .....	100
<b>Anexo 5: Turnityn</b> .....	115
<b>Anexo 7: Evidencias de visita a MYPE</b> .....	118
<b>Anexo 8 Levantamiento de Observaciones</b> .....	119
<b>Anexo 9 Constancia de no Adeudo</b> .....	120

## INDICE DE TABLA

<b>Tabla 1</b>	<b>Habilidades y conocimientos de administrador</b>	37
<b>Tabla 2</b>	<b>Estrategias adecuadas</b>	37
<b>Tabla 3</b>	<b>Innovación del restaurante</b>	38
<b>Tabla 4</b>	<b>Valor agregado en servicio</b>	38
<b>Tabla 5</b>	<b>Utilización tecnológica en redes</b>	39
<b>Tabla 6</b>	<b>Disponibilidad de insumos</b>	39
<b>Tabla 7</b>	<b>Servicio al cliente adecuado</b>	40
<b>Tabla 8</b>	<b>Precios acorde al mercado</b>	40
<b>Tabla 9</b>	<b>Precios en relación a la calidad</b>	41
<b>Tabla 10</b>	<b>Diferenciación en la carta</b>	41
<b>Tabla 11</b>	<b>Diferenciación en el servicio</b>	42
<b>Tabla 12</b>	<b>Especialidad en la carta</b>	42
<b>Tabla 13</b>	<b>Menú en la carta</b>	43
<b>Tabla 14</b>	<b>Conocimiento del entorno</b>	43
<b>Tabla 15</b>	<b>Eficacia en las funciones</b>	44
<b>Tabla 16</b>	<b>Trabajadores motivados</b>	44
<b>Tabla 17</b>	<b>Desempeño adecuado</b>	45
<b>Tabla 18</b>	<b>Evaluación de satisfacción del cliente</b>	45
<b>Tabla 19</b>	<b>Expectativas y satisfacción del cliente</b>	46
<b>Tabla 20</b>	<b>Ambiente interno laboral</b>	46
<b>Tabla 21</b>	<b>Compromiso en las funciones</b>	47
<b>Tabla 22</b>	<b>Habilidades y conocimientos del personal</b>	47
<b>Tabla 23</b>	<b>Eficiencia con los recursos</b>	48
<b>Tabla 24</b>	<b>Mejora en desempeño</b>	48

<b>Tabla 25 Toma de decisiones del personal .....</b>	<b>49</b>
<b>Tabla 26 Fidelización del cliente .....</b>	<b>49</b>
<b>Tabla 27 Cumplimiento de normatividades.....</b>	<b>50</b>

## 1. INTRODUCCIÓN

La investigación denominada “Caracterización de la Competitividad y Gestión de Calidad de las MYPE rubro restaurantes en Máncora, año 2018”; cuyo objetivo general fue determinar las características de la competitividad y gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes en Máncora, año 2018, se despliega bajo la línea de investigación aprobada por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote para la Escuela Profesional de Administración. En los países de la Unión Europea, Latinoamericanos y del Caribe las PYME simbolizan cerca del 99% de la totalidad de las empresas, estableciendo un significativo porcentaje de empleabilidad (67%), básicamente por la diversidad de ámbitos productivos y de servicios en los que proceden. (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2013).

Vásquez (2013) presenta que las MYPE en la actualidad reflejan un sector de gran preponderancia en la estructura de producción peruana, representando de esta manera el 95,9% de la totalidad de establecimientos a nivel nacional; desarrollándose este porcentaje hasta el 97,9% añadiendo las pequeñas empresas. Acorde a la información del Ministerio de Trabajo, las MYPE ofrecen empleabilidad a más del 80% de la PEA (Población Económicamente Activa); generando aproximadamente el 45 % del PBI (Producto Bruto Interno). Son consideradas como el fundamental motor de progreso económico en el Perú, su representatividad radica en: Generación de diversos puestos laborales; reducción de pobreza en la población debido a actividades generadoras de ingresos; promoción e incentivo del espíritu emprendedor y generador de empresas; fuente principal de desarrollo para el ámbito privado; permiten una mejor distribución de ingresos en la población y ayudan a la generación de ingreso a nivel nacional y por ende colabora con el desarrollo económico.

En la actualidad las Micro y Pequeñas empresas (MYPE) son considerados como parte fundamental en la economía de Perú. De acuerdo al Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, esta relevancia significativa se refleja en su contribución con el PBI en un 40%, y una oferta laboral aproximada de un 80%, no contabilizando el autoempleo generado; a pesar de ello, el desarrollo de las MYPE está en stand by, debido a diversos factores donde se ubica la ausencia de un sistema tributario simplificado y estable que permita la superación de problemas de formalización empresarial y de una motivación enfocada al desarrollo sostenible de las mismas. (Barraza, 2016)

Romero (2018) opina que las MYPE en el Perú constituyen el 98,6% de las unidades empresariales, brindándole espacio de desarrollo a millones de trabajadores peruanos que ayudan al desarrollo de la economía. Además, acorde las MYPE van creciendo y desarrollándose, nuevas van apareciendo. Esto dinamiza nuestra economía. Según la Asociación de Emprendedores del Perú (Asep), en el Perú, las MYPE aportan, aproximadamente, el 40% del PBI (Producto Bruto Interno) y, por ello, están entre las mayores promotoras del crecimiento económico del país. Las microempresas actualmente representan una parte importante en la fuerza laboral en muchos países y constituye en sí misma al centro de actividad económica. Por otro lado, a pesar del considerable número de empleos que genera el sector, la calidad de los mismos es muy variada, el subempleo es frecuente y muchos de los trabajos, particularmente los que desempeñan las mujeres, no son remunerados.

#### a) Caracterización del problema de investigación

En el análisis del ambiente externo o macro ambiente, dentro del aspecto Legal, el Congreso de la República promulgó la Ley N° 30056 “Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial”.

Este tiene entre sus objetivos establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas Incluye modificaciones a varias leyes entre las que esta la actual “Ley MYPE” D.S. N° 007-2008-TR. “Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente” (Ramos, 2016)

El ministro de Comercio Exterior y Turismo, Eduardo Ferreyros, informó: "En La Libertad hubo un aumento del 12%, aunque en Piura, en las zonas de playa como Máncora, hubo una disminución de 10% de visitantes debido a una serie de problemas que estamos trabajando para solucionar", Explicó que en Máncora se deben realizar varias intervenciones que tienen que ver con la falta de agua, problemas de saneamiento y rutas que están demasiado congestionadas., "Estamos haciendo un grupo de trabajo específico para solucionar los problemas de las playas del norte" (Gestión, 2017).

Respecto a la estrategia de formalización el MEF precisa que se complementa con la búsqueda de aumentar los beneficios y, reducir los costos de la formalidad. Detalla que el primer objetivo se conseguirá a través de condiciones de financiamiento favorables para el segmento Mype, como el uso de instrumentos financieros –garantías y líneas de crédito, condicionadas al registro en el RMT–, un esquema del Bono de Buen Pagador y la devolución anticipada del impuesto general a las ventas (IGV).

En relación a los factores económicos; en las MYPE de rubro restaurantes de la ciudad de Máncora, En el Perú se estima que previó un déficit equivalente a 3.4% del PBI para este año, mayor que el del 2017 (3.1 %), a resultado de la expansión del gasto público en infraestructura (reconstrucción y Juegos Panamericanos) y del egreso financiero por los intereses de la deuda pública. Los ingresos también mejorarían (por primera vez desde 2012), pero no alcanzarían a compensar los mayores gastos. Esta

mejora reflejará el mayor dinamismo de la demanda interna, precios de los metales más altos, menores devoluciones de impuestos y la ausencia del efecto a la baja del “Impuesto General a las Ventas (IGV) justo”, proyectó que el saldo de la deuda pública bruta alcanzará este año un nivel equivalente a 26.5% del PBI. (BBVA Research, 2018).

La inflación descendió rápidamente y de manera significativa en los últimos meses, con lo que pasó a ubicarse en 0.4 % por debajo del rango meta. “Este es el registro más bajo desde fines de 2009”, La tendencia declinante de la inflación se explicó, principalmente por el descenso que hubo en los precios luego de disipado el efecto de El Niño costero y en otros casos, por una sobre producción, También contribuyeron al descenso de la inflación la ausencia de presiones de demanda sobre los precios (por la posición cíclica de la economía) y la apreciación de la moneda peruana, El nivel en el que actualmente se encuentra la inflación, sin embargo es transitorio y en los próximos meses tenderá a converger al centro del rango meta (2 %) y estimamos que lo logrará hacia fines de año. (BBVA Research, 2018)

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) tienen un papel significativo en la economía nacional dado que aportan significativamente al Producto Bruto Interno (PBI) y generan puestos laborales al 75% de la PEA (Población Económicamente Activa), las pequeñas y medianas empresas afrontan grandes desafíos, quieren luchar y son conscientes que deben producir con calidad. Las Pymes tienen ahora muy claros sus objetivos y la forma de conseguirlos. Se plantean estrategias de producción, de comercio, de administración y de inversión tecnológica y se preocupan por encontrar el soporte a una estabilidad financiera a corto y mediano plazo. (Torriani, 2018)

Dentro del Aspecto Social, Máncora es un balneario y una localidad en el norte del Perú. Es capital del distrito de Máncora en la provincia de Talara, departamento de Piura, casi en el límite con el departamento de Tumbes. Se encuentra a aproximadamente

187 kilómetros de la ciudad de Piura. Máncora 12,947 habitantes, es un balneario y al mismo tiempo caleta de pescadores. En los últimos años se ha convertido en una playa muy visitada por los surfistas peruanos y extranjeros. (Municipalidad de Máncora).

Piura, es turismo. Máncora es la atracción de miles de peruanos y peruanas, de nacionales y extranjeros, quienes encuentran en la frescura de sus aguas marinas, el solaz que el calor medioambiental motiva. Las inversiones hoteleras van en incremento y sin duda, es una veta significativa para mejores oportunidades de la región Piura. Conforme sucede en la realidad peruana, esta explosión turística ha llevado al negociado de terrenos ribereños y lo que antes eran playas libres, ahora se encuentran limitadas para el uso común. (El Regional Piura, 2015)

Es de gran importante recalcar los cambios demográficos, y estilos de vida de las personas que significan oportunidades para los emprendedores que han decidido producir creando empresas, pero, así como existen cambios demográficos y en los estilos de vida, el comprador se ha convertido en una persona muy bien informada y exigente que exige un producto de calidad y eficacia superior.

Sin embargo, para abrir un restaurante no sólo basta con tener las habilidades de un buen cocinero, la realidad nos enseña que necesitamos emplear conocimientos empresariales, además de ofrecer ambientes cómodos y limpios, lograr un ambiente acogedor, placentero y por supuesto estar situados en una zona de fácil acceso.

El distrito de Máncora, se ha transformado en un importante destino turístico para gente del país como de todo el mundo; por sus playas, por su gente, por su gastronomía, por sus atractivos.

Esta bella ciudad cuenta con una diversidad de establecimientos de alimentos y bebidas, los mismos que ofrecen distintos estilos culinarios donde se puede disfrutar desde

la exquisita comida típica peruana, hasta la más sofisticada cocina mundial. Máncora tiene un clima tropical y seco, con una temperatura promedio anual de 24°C.

En la actualidad, la **tecnología** se ha convertido en una pieza clave para la **innovación empresarial**. Para la industria de la alimentación y a pesar de la importancia que tiene en el devenir del negocio, los avances siempre han sido lentos y con una actitud reacia. Por fortuna, parece que esto está cambiando. En cualquier caso, **el problema para muchos restaurantes no será la insuficiencia de presupuesto, sino una mala elección en la asignación de fondos**. La mayoría de gerentes quiere invertir más, pero están atados a los gastos y las inversiones ya realizadas, y si estas no se han hecho en la línea adecuada, no hay posibilidad de obtener los beneficios esperados y que permitan dar el paso a nuevas inversiones en innovaciones tecnológicas. Luis Ponce (2017)

Correspondiente la exigente competitividad en el rubro de restaurantes en la Ciudad de Máncora, se pretendió por considerar a Porter, (2009) con su aporte en el tema de la rivalidad surge de la presión u conformidad percibida por algunos competidores por perfeccionar sus posiciones de mercado, La rivalidad dentro de ellas es fuerte por conseguir la mejor posición de mercado, el trabajo que ellos despliegan es de defensa de su organización por conservar posición y permanencia en la zona a la que pertenece. De otro la presencia de productos sustitutos simboliza para las MYPE una seria amenaza en el mercado. En lo relacionado al dominio de negociación de los proveedores son una fuente de vital garantía de los productos de calidad que se ofrecen a los consumidores, así de otro lado la fuerza de poder de los clientes, la conducta de las personas es muy cambiante en algunos, indeciso en otros y por lo general es obvio que cliente esta donde es bien atendido y su bolsillo se ve privilegiado con precios conforme a su economía.

Las barreras que permitan el ingreso o no de potenciales competidores; para dificultar o impedir el ingreso de nuevos competidores a una determinada industria, es necesario crear barreras de ingreso. Estas barreras de ingreso permitirán demorar la entrada de nuevos competidores y aprovechar el tiempo para poder generar la mayor cantidad de beneficios para la o las empresas que participan en el mercado. En este sentido las barreras de ingreso son altas, debido a la inversión y al posicionamiento de las MYPE.

Por otro lado la amenaza de productos sustitutos de cualquier industria es la aparición de bienes o servicios que, a pesar de ser diferentes, podrían sustituir a los productos o servicios que actualmente se ofrecen en el mercado y que, por alguna u otra razón, dejan de ser atractivos o ya no satisfacen plenamente las necesidades de sus clientes.

Por otro lado, frente a un incremento de precio o disminución de la oferta disponible de ciertos productos o servicios, los empresarios pueden aprovecharse de esta oportunidad para conquistar a los clientes de determinada empresa. En este sentido la sustitución de una enseñanza digitalizada o electrónica podría afectar.

En el Distrito de Máncora se encuentra una gran diversidad de restaurantes, que ofrecen platos internacional, como los chifas, y algunos típicos de países extranjeros, como las pizzas y las pastas, las hamburguesas preparados de forma diferente, de acuerdo a la imaginación de cada cocinero, además existen las pollerías, y los restaurantes de comida criolla de la región; por lo que los cocineros de los diferentes restaurantes son los delegados de transformar platos muy novedosos de acuerdo a su creatividad, elaboración y práctica, para el consumo de los clientes, los cuales aprecian el buen sabor de las comidas que se ofrecen. El problema identificado a partir de los anterior fue: ¿Cuáles son las características de la competitividad y gestión de calidad en las MYPE rubro restaurante en Máncora, año 2018? Siendo el objetivo general: Determinar las características de la competitividad y gestión de calidad en las MYPE rubro restaurante en Máncora, año 2018;

además se plantearon los siguientes objetivos específicos: (a) Identificar los aspectos determinantes de la competitividad en las MYPE rubro restaurante en Máncora, año 2018; (b) Determinar las ventajas competitivas en las MYPE rubro restaurante en Máncora, año 2018; (c) Describir las funciones necesarias para la gestión de calidad en las MYPE rubro restaurante en Máncora, año 2018. (d) Identificar los principios de gestión de calidad en las MYPE rubro restaurante en Máncora, año 2018

La justificación teórica se basa en que se han considerado diversos autores que hacen referencia a las variables en estudio: Competitividad y Gestión de calidad; asimismo se fundamenta con antecedentes a nivel internacional, nacional y local, relacionados a las dos variables de investigación. (Baena, 2014)

La investigación se justifica de manera práctica, debido a que se realiza con la finalidad de lograr determinar las características de la competitividad y gestión de calidad en las MYPE rubro restaurante en Máncora, además de conocer los aspectos determinantes y ventajas competitivas; así como las funciones necesarias para la gestión de la calidad y los principios de gestión de calidad. Por otro lado permite inferir la importancia de conocer como estas unidades económicas valoran el componente competitividad y gestión de calidad, en búsqueda de una mejor gestión y satisfacción de clientes. (Baena, 2014)

Metodológicamente la investigación se justifica ya que se aplicará la metodología científica, se emplean fuentes primarias y secundarias para la obtención de los datos, además se ha determinado el tamaño de la población y de la muestra, y se utiliza la técnica de la encuesta, empleando un cuestionario para el recojo de información. (Baena, 2014)

La justificación social radica en la trascendencia de la investigación, donde servirá como antecedente para futuras investigaciones, además porque permite cumplir con un requisito que la Universidad los Ángeles de Chimbote ha establecido para la obtención del título profesional.

## II. REVISION DE LA LITERATURA

### 2.1. Antecedentes

#### 2.1.1 Variable Competitividad

En los antecedentes internacionales se considera a Villegas (2016), realizó una investigación titulada: *“Incidencia De las Estrategias Competitivas Implementadas En La Demanda de servicio del hotel Y Restaurante Selva Negra, del Municipio de Matagalpa, en el Año 2015”*, en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua y utilizo una metodología con un tipo de investigación de estudio aplicado, concluyendo que, las Estrategias Competitivas que utilizó el Hotel y Restaurante Selva Negra, del municipio de Matagalpa, en el año 2015 fue Diferenciación (la marca, el prestigio, el clima, la imagen y la infraestructura), enfoque y alta segmentación combinadas con desarrollo de servicio y diversificación; esta última aplicada parcialmente.

Flores (2015), realizó una investigación titulada: *“Perfil Competitivo De La Industria De Hoteles Y Restaurantes De Barrancabermeja”* de la Universidad Pontificia Bolivariana, utilizado una metodología con un tipo de investigación descriptiva, concluyendo que, la calidad del recurso humano presenta diferencias estadísticamente significativas según el tamaño, las pymes son las que presentan personal con mayor potencial profesional e igualmente se esfuerzan más en conseguir personal calificado y así mismo en invertir recursos económicos en la capacitación de su capital humano; lo que se convierte en una fortaleza competitiva para ellos frente a las demás empresas ya que disponen de unos empleados con mayor formación y por lo tanto entregan un mejor servicio a los clientes posicionando la empresa fuertemente en el mercado.

Montenegro y Sobalvarro (2014), realizaron una Investigación Titulada: *“Análisis De Los Factores Que Influyen En El Entorno Competitivo Del Servicio De Restaurante Rostí -Pollo Ubicado En La Ciudad De Estelí En El Periodo Septiembre–Noviembre Del*

2014” de la Universidad de Nicaragua, utilizo una metodología con un tipo de investigación Cualitativa, concluyendo que, el análisis de las Fortalezas, oportunidades, Amenazas, debilidades, (FODA) realizado a restaurante Rostipollos nos permite comprender la situación actual y así poder implementar decisiones estratégicas para mejorar la situación actual en el futuro, posicionando la empresa y el producto en el mercado local de la ciudad de Estelí, generando la rentabilidad para la misma.

Dentro de los antecedentes nacionales se consideró a Castañeda y Gonzales (2016), realizó una investigación titulada: “*Nivel de Competitividad de los Restaurantes de 3 Tenedores de la Ciudad de Trujillo en el año 2016*” de la Universidad Privada del Norte y utilizado una metodología con un tipo de investigación no experimental, concluyendo que, la competitividad es clave para el desarrollo, crecimiento y sustentabilidad de cualquier empresa, especialmente en el sector servicios – restaurantes por ello la importancia de medirla y corregir los errores que impiden a los empresarios locales generar ventajas competitivas en forma interna.

Calcina, Leen, y Tovar (2016), realizó una investigación titulada: “*Estrategias Para Impulsar La Competitividad De Los Restaurantes Picanterías En La Ciudad De Arequipa – 2015*”, en la Universidad Católica de San Pablo y utilizado una metodología con un tipo de investigación mixto (cuantitativo y cualitativo), concluyendo que, para impulsar la competitividad de los restaurantes picanterías en la ciudad de Arequipa, se proponen doce estrategias genéricas de las cuales se desarrollaron sesenta y cinco actividades para lograr los objetivos de cada una de ellas.

Chachaque (2016), realizó una investigación titulada: “*La Estrategia Competitiva en el Proceso de Internacionalización de la Pollería El Pollón de la Ciudad De Tacna Período 2015*” de la Universidad y ha utilizado una metodología de investigación de tipo básico, concluyendo que: “La estrategia competitiva de la empresa El Pollón de la ciudad

de Tacna es eficiente”, queda ratificada cuando se aprecia una capacitación constante de empleados, así como el hecho que cada trabajador se preocupa cada día en prestar un servicio de calidad y finalmente mediante diferentes medios lucha posicionarse en el mercado a pesar de la fuerte competencia que se da en el mercado, queda así demostrada la hipótesis específica respectiva.

Dentro de los antecedentes locales o regionales se consideró a Lizano (2016), Realizó una investigación titulada: “*Caracterización de la Capacitación y Competitividad En Las MYPE, Rubro Restaurantes Vegetarianos Del Centro de Piura , Año 2016*”, de la Universidad Los Ángeles de Chimbote, utilizo una metodología con un tipo de investigación descriptiva, concluyendo que, en función con el primer objetivo, respecto a los criterios de evaluación para medir el nivel de la capacitación que utilizan las MYPE de estudio, resultaron que los más representativos son: la preparación y autoevaluación así como las competencias y habilidades de los colaboradores.

Vargas(2018), realizó una Investigación Titulada “*Caracterización de Competitividad Y Gestión De Calidad De Las MYPE Sector Servicio Gastronómico Rubro Restaurantes Comida Marina, Talara Año 2018*”, de la Universidad Los Ángeles de Chimbote, tiene una Metodología, Diseño es descriptiva y de Nivel Cuantitativo, Concluyó que Con respecto a las ventajas de la competitividad se pudo concluir que en los restaurantes de la AV.B de Talara la mayor parte de los encuestados considera que la diferenciación, el enfoque, de apoyo y estrategias. Debido a que están atentos a las exigencias de los consumidores para innovar cada cierto tiempo y lograr mantener contento al cliente, los administradores tienen muy presente que la infraestructura, la limpieza del local y el ambiente juega un rol muy importante dentro de ello, la publicidad es un indicador con alta influencia, por ello se mantiene a los cliente.

Rivas (2014) en su investigación titulada “*Planeamiento estratégico y competitividad en las MYPE de servicio, rubro restaurantes – Urbanización La Providencia – Piura 2014*”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote de Piura. El tipo de investigación es descriptivo, cuyo nivel de investigación es cuantitativo, para llevarla a cabo se escogió en forma dirigida una muestra de 08 restaurantes de una población de 60 a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado a través de la técnica de la encuesta. Dentro de los resultados se determinó que la decisión de compra de los consumidores está basada en el trato y ofrecer gratis la famosa leche de tigre con un 41.20%. En cuanto a la preferencia de aquellas personas que son clientes ocasionales se toman fotografías y un 38.20% desea llevar un recuerdo con el nombre del restaurante donde ha degustado los platos típicos. En cuanto a las ventajas competitivas se obtuvo que el 25% de los encuestados dicen que servicios de calidad, el 22% calidad de servicio, el 25% precios acorde al mercado, el 15% atención al cliente y el 15% mencionan que ubicación del local. Las características que posee su competencia se obtuvo que el 25% de los encuestados dicen que servicios de calidad, el 22% calidad de servicio, el 21% precios acorde al mercado, el 17% ubicación del local y el 15% mencionan que atención al cliente. En cuanto a las características que posee su negocio se obtuvo que el 37% de los encuestados dicen que personal eficiente, el 33% buena infraestructura y el 30% mencionan que diversidad de servicios.

### **2.1.2 Variable Gestión de Calidad**

En los antecedentes internacionales se considera a Gonzales (2017), realizó una investigación titulada: “*Desarrollo del Sistema de Gestión De Calidad en el Restaurante-Bar Ouzo Agave Azul S.A.S. Bajo Los Lineamientos De La Norma Iso 9001:2015 Y La Norma Técnica Colombiana Ntsusna 008.*” de la Universidad Libre, utilizó una metodología de investigación de tipo cualitativa y cuantitativa. Concluyendo que, La

realización de un diagnóstico de cada una de las normas, la primera de ellas, con una matriz aplicable a cualquier organización que refleja la información por medio de diagrama de redes dando un visión a nivel general y específica del cumplimiento de los numerales de la norma; para finalmente generar un plan de acción a realizar como primer paso para el diseño del SGC y una lista de chequeo de la norma NTS USNA 008 donde se evidenciaron los requisitos que requerían acciones de cumplimiento.

Macías (2013), realizo una investigación titulada: *“Diseño De Un Sistema De Gestión De La Calidad Para Los Restaurantes Y Comedores De La Comuna Montañita”* de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, utilizó una metodología de investigación de tipo práctica, interactiva y personalizada; concluyendo que La aplicación del sistema EFQM basado en la aplicación de una autoevaluación, en los restaurantes y comedores de Montañita es viable, con lo que se incrementa notablemente la mejora de la calidad en el servicio, la satisfacción para los visitantes y un mejor desarrollo operacional para los servidores de los establecimientos de restauración de la localidad.

Alfonso (2016), realizó una investigación titulada: *“Diseño de un Modelo de Gestión de la Calidad Turística en el Sector de Restauración, En La Parroquia Ballenita, Provincia De Santa Elena, Año 2016”* de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, utilizo una metodología de investigación de campo, de carácter cuantitativo y cualitativo; concluyendo que, en la propuesta del proyecto de tesis, diseño de un modelo de gestión de la calidad turística en el sector de restauración; se hizo énfasis a la necesidad que tienen los establecimientos que prestan el servicio de gastronomía, buscando la calidad del servicio y el desarrollo de la gestión administrativa, investigando la solución al problema de la disminución de la demanda turística, considerando las diferentes opiniones de los actores principales de esta actividad comercial.

Dentro de los antecedentes nacionales se consideró a Hernández (2015) En su investigación denominada “*Gestión de calidad, marketing y competitividad de las MYPES del sector servicio de restaurantes del Distrito de La Esperanza, año 2014*”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. El tipo de investigación fue descriptiva y para llevar a cabo escogimos una muestra poblacional de 15 MYPE. Dentro de los resultados se determinó que el 50 % de las MYPES no se tienen no tienen conocimiento sobre la norma ISO 9001, además se detectaron carencias sobre el control de salud e higiene en el trabajo. El 67% de las MYPES aplican la innovación tecnológica para aumentar la competitividad. Como resultado final tenemos el 88 % de clientes (50 % que piensan que es buena y el 38 % que dio como evaluación final mala) no están satisfechos del todo y por consiguiente se tiene un riesgo de fuga bastante importante que afectaría directamente sobre nuestros indicadores gestión de calidad.

Luna (2016) Realizó una investigación titulada: “*Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de nuevo chimbote, 2013*” y ha utilizado una metodología de investigación de tipo no experimental – transversal- descriptivo- cuantitativo, concluyendo que: La totalidad de empresarios del sector servicio - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, consideran que no cuentan con estándares de calidad ISO, pero la mayoría (60,9%) aplican una gestión administrativa lo cual la mayoría absoluta (56,5%) los ha llevado adoptar una técnica de mejora continua, la mayoría absoluta (78,3%) realiza capacitaciones orientadas al servicio del cliente, la mayoría relativa (39,1%) tienen prioridad el precio ante sus proveedores.

Castro y Sigüeñas (2015) presentaron la investigación titulada “*Modelo de Gestión de Calidad para lograr la fidelización de los clientes de la empresa exportadora El Sol S.A.C en el distrito de San José – Provincia de Pacasmayo en el año 2015*”, presentada en la Universidad Privada Antenor Orrego. La metodología aplicada fue un estudio de tipo

aplicativo pre-experimental y el diseño fue de campo, las técnicas utilizadas son la encuesta y la entrevista, y los instrumentos utilizados, el cuestionario y la guía de entrevista, creados a partir de los objetivos del estudio que fueron aplicados a una población conformada por todos los clientes de la empresa Exportadora El Sol S.A.C del cual se extrajo el tamaño de la muestra que equivale al marco muestral conformado por 52 clientes activos. Esta muestra se basa en un muestreo no probabilístico por conveniencia. Dentro de los resultados se determinó que el 94.23% percibe estar totalmente de acuerdo ante una adaptación favorable de la empresa Exportadora El Sol SAC ante los cambios del entorno, mientras que un 5.77% también opina estar de acuerdo; el 63.46% opinan estar totalmente de acuerdo con que la Empresa Exportadora El Sol S.A.C enfatice la perspectiva de calidad total a diferencia de su competencia, mientras que un 3.85% opina estar ni de acuerdo ni en desacuerdo; el 82.69% opina estar totalmente de acuerdo que la Empresa Exportadora El Sol S.A.C mejore su base de datos para que pueda fidelizar a sus clientes más importantes, mientras que el 1.92% opina estar ni de acuerdo ni en desacuerdo; el 84.62% mencionan estar totalmente de acuerdo que la empresa Exportadora El Sol S.A.C se enfatice en las capacitaciones para el personal para que así estos desempeñen mejor sus actividades, tanto así un 15.38% opina lo mismo es decir también está de acuerdo. Dentro de las conclusiones se evidenció que existe un desconocimiento de un buen manejo y aplicación de un sistema de calidad eficiente, lo que abarca y quiénes son los responsables de su ejecución. La empresa no cuenta con un sistema de gestión de Calidad estructurado, su forma y manejo de calidad es muy empírico, es decir, no se realiza un programa detallado de los procedimientos que se llevaran a cabo, ya que no existe un mapa de procesos complejos. Las tareas para cada miembro no son asignadas según el estudio global de los procesos, tampoco existe una conformación de un equipo de trabajo

con representantes de las diferentes áreas para analizar, diseñar y elaborar el mapa de Procesos.

Dentro de los antecedentes locales o regionales se consideró a Vilchez (2013) en su investigación titulada “*Gestión de calidad y rentabilidad de las MYPES comerciales rubro confección de ropa en la provincia de Sullana (Piura) año 2012*”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Una metodología cuantitativa – descriptiva, para el recojo de información se empleó una muestra de 15 con una población de 16 entre dueños y trabajadores, en el cual se manejó la técnica de encuesta utilizando como instrumento el cuestionario, donde se aplicó 14 preguntas. Dentro de los resultados se determinó que el 80% de los clientes encuestados considera que los precios son cómodos y un 20% de los encuestados no está satisfecho con los precios de las confecciones; la gran mayoría de los clientes encuestados 73 %, consideran las ofertas y promociones atractivas y solo un 27 % no está a gusto con el tipo de ofertas y promociones que brindan las MYPES confeccionistas de ropa; los clientes encuestados el 87 % considera que existe seguridad a interior del establecimiento comercial y solo un 13 % de los clientes encuestados considera que el establecimiento comercial no cuenta con las condiciones de seguridad; el 53% han recibido capacitación y un 47% no han recibido ningún tipo de capacitación para poder brindar un mejor servicio de calidad; el 33% de los administradores de los negocios de confecciones de ropa conoce o ha sido capacitado sobre el tema de gestión de calidad y gran parte de los encuestados el 67% desconoce sobre el tema; el 53 % de los negocios de ropa no cuenta con liquidez para cubrir sus gastos y solo en el 47% de los gerentes encuestados señala que sus ratios de liquidez son buenos.

Marchán (2015) en su investigación titulada “*Gestión de Calidad y Merchandising en las MYPE rubro imprenta de Talara, año 2015*”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. El diseño de la investigación es no experimental y transversal, el

tipo de investigación es descriptiva con un nivel cuantitativa; la unidad de análisis de la presente investigación es MYPE rubro Imprenta de la ciudad de Talara, que constituyen un total de seis (06), la muestra estuvo constituida por 58 clientes. Dentro de los resultados se determinó que el 33% de los propietarios encuestados, realizan las actividades de compra por rotación. Mientras que el 17% de los propietarios encuestados, realizan las actividades de compra corporativo. Asimismo, el 33% de los mismos, no aplican estrategias para lograr los objetivos de su empresa, lo que refleja que las imprentas sólo trabajan para obtener una ganancia mínima; el 83% de los propietarios encuestados, si realizan control de calidad en sus productos y/o servicios. Mientras que el 17% no realizan control de calidad en sus productos y/o servicios; el 100% de los propietarios encuestados, si cuentan con el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE), lo que refleja que las imprentas son conscientes que deben realizar sus actividades de acuerdo a la legislación vigente. Por otro lado, el 64% de los usuarios encuestados, piensa que el tiempo de entrega del producto es el correcto. Mientras que el 36% cree que el tiempo de entrega del producto no es el correcto, lo que le genera al cliente la certeza de que los productos y/o servicios comprados los recibirá en el tiempo acordado; además el 71% de los usuarios encuestados, considera que las labores del local se realizan en equipo. Mientras que solo el 29%, considera que las labores del local no se realizan en equipo.

Tissieres (2013) en su investigación titulada “*Gestión de Calidad y la incidencia en el crecimiento de la producción de las MYPES Agroexportadoras rubro banano Orgánico de la provincia de Sullana. Piura, año 2011*”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. La investigación es de tipo descriptiva, con un diseño no experimental – transversal; para el recojo de la información se escogió una población de 29 y se encuestaron 27 trabajadores de CEPIBO, con un cuestionario de 12 preguntas cerradas. Dentro de los resultados se determinó que el 33.3% de los encuestados (9 trabajadores) no

realizan los procesos de elaboración del producto, mientras que el 66.7% (18 trabajadores) si lo hacen los procesos requeridos; el 33.3% de los encuestados (9 trabajadores) no conocen lo que es certificación de calidad, mientras que el 66.7% (18 trabajadores) si la conocen; el 22.2% de los encuestados (6 trabajadores) no utiliza criterios ambientales con la finalidad de minimizar el impacto ambiental, mientras que el 77.8% (21 trabajadores) si utiliza esos criterios ambientales que podría generar; el 40.7% de los encuestados (11 trabajadores) no tienen seguridad laboral que vela por la salud de los colaboradores de la empresa, mientras que el 59.3% (16 trabajadores) si tienen seguridad laboral dentro de la empresa para sus colaboradores.

## **2.2. Bases Teóricas**

### **2.2.1. Variable Competitividad**

Según Ávalos (2015) la competitividad se conceptualiza como la capacidad que tiene una organización para operar y crecer rentablemente, es decir crear valor para sus propietarios, en un mercado donde operan competidores exitosos.

García (2015) define la competitividad como la capacidad de una empresa para ofrecer un producto o un servicio cumpliendo o rebasando las expectativas de sus clientes, a través del manejo más eficiente de sus recursos en relación a otras empresas del mismo sector.

#### **2.2.1.1 Importancia de la competitividad**

La importancia de la competitividad radica en saber cómo administrar los recursos de la empresa, incrementar su productividad y estar prevenido a los requerimientos del mercado. La ventaja competitiva se fundamenta en la “productividad” y en los factores que la determinan dentro de la empresa; debido a ello es necesario saber que la productividad es la relación entre la producción obtenida mediante un sistema de producción de bienes

y/o servicios y los recursos utilizados para obtenerla, es decir su uso eficiente o la relación entre los resultados obtenidos con respecto a los recursos usados y el tiempo que toma conseguirlos. (García, 2015)

La competencia es el principal estimulante de la competitividad empresarial. Es la rivalización entre las empresas la que lleva a éstas a modificar sus estrategias, redefinir sus procesos e innovar. Una empresa es competitiva en el mercado global cuando sus productos han sido hechos pensando en el cliente, con la confiabilidad y duración especificadas garantizadas, y con un eficiente servicio de mantenimiento posventa; son aquellos productos cuyos precios corresponden a la franja de mercado estimada, los que tienen calidad certificada, los que entregan oportunamente, los que influyen innovaciones fruto del conocimiento y la tecnología y que son vendibles en el mercado. (Aznar, 2017)

#### **2.2.1.2 Aspectos determinantes de competitividad**

Según Ávalos (2015) los aspectos determinantes de la competitividad sistémica a nivel micro son:

a. Capacidad de gerencia; competencia, habilidad o aptitud que tienen las empresas para desplegar y utilizar sus recursos, prácticamente de manera combinada, haciendo uso de sus procesos organizacionales para lograr un fin deseado. Estos procesos están basados en el desarrollo, manejo e intercambio de información, y se desarrollan con el paso del tiempo a través de complejas interacciones entre sus recursos y pueden ser entendidos como bienes intermedios, destinados a sacar el máximo provecho de los recursos, proporcionar flexibilidad estratégica y protección a sus productos y servicios finales.

b. Diseño de estrategias empresariales; las empresas exitosas están aprendiendo cómo rediseñar continuamente su estrategia empresarial que les permita tener mayor competitividad y presencia en el mercado, dando satisfacción a los dueños, accionistas y/o

inversionistas. Su objetivo es incrementar los resultados estratégicos del Cliente (ingresos, utilidades, participación de mercado, satisfacción de clientes, calidad, innovación, desarrollo humano, desarrollo tecnológico, etc.), orientados a la satisfacción de los socios, de los clientes y de los colaboradores, clarificar la infraestructura necesaria para seguir incrementando el nivel de competitividad del Cliente, incrementar la efectividad de los procesos estratégicos (comercialización, producción, operación, administración de los recursos humanos, recursos financieros y recursos tecnológicos) del Cliente, y rediseñar la estrategia empresarial para aprovechar al máximo las oportunidades de negocio del Cliente. (Albe, 2018)

c. Gestión de la innovación; la gestión de la innovación implica el proceso de gestión del procedimiento de innovación de una organización, empezando en la fase inicial de ideación, hasta su etapa final de implementación exitosa. Abarca las decisiones, actividades y prácticas de la elaboración y aplicación de una estrategia de innovación, La innovación impulsa el crecimiento del negocio y ayuda a las organizaciones a mantenerse por delante de sus competidores. La gestión de la innovación ayuda a generar nuevos modelos de negocio y crea nuevos productos, servicios y tecnologías diseñados para el mercado cambiante. La gestión adecuada de la innovación también aumenta la satisfacción del cliente y la participación de los empleados. (Rous, 2017)

d. Aplicación de las mejores prácticas en la cadena de valor; la cadena de valor es un instrumento de trabajo que facilita el análisis y el estudio interno de una empresa, es decir, en cada una de sus funciones primordiales como eslabones de una cadena de actividades que comprenden el diseño, producción, promoción, venta y comercialización del producto o servicio, para sumarle valor al producto o servicio toda vez que se desarrolla cada una de dichas actividades, que correctamente pueden ser: Actividades de Línea, Actividades de Apoyo. El valor agregado es un atributo original y adicional que se

le genera a un producto o servicio, con el fin de proporcionarles un valor comercial más alto y que los diferencie con relación a los competidores. (Terrazas, 2016)

e. Integración en redes tecnológica.

La tecnología ayuda a las empresas en la gestión de cambios en las operaciones. Las empresas han logrado reducir costos haciendo una revisión de los procesos de negocio y quitando las acciones que los clientes no perciben como valiosas. La comunicación vía e-mail, la banca electrónica, el pago de impuestos, y la compra de insumos son algunos de los segmentos donde más se implementa la tecnología dejando en claro que su adopción en las organizaciones es algo que evoluciona día a día a la par de la necesidad por mejores y más seguros sistemas para administrar sus datos. (Feature, 2016)

f. Reorganización de la logística; la logística se encarga de la administración del flujo de materiales e información a lo largo del proceso de creación de valor: aprovisionamiento, producción y distribución. De esta manera, gestiona un grupo de actividades que tienen lugar en la organización con la finalidad de brindar valor al cliente mediante la transformación de los factores productivos. (Cano, 2015)

g. Promoción de la interacción de proveedores y clientes; las empresas exitosas comparten un rasgo común: fuertes relaciones con los proveedores. Independientemente del tamaño, pocas empresas optan por desarrollar internamente cada aspecto complejo de las operaciones empresariales. Desde las relaciones requeridas de terceros con los auditores y abogados, hasta los opcionales con diseñadores web, expertos en marketing y proveedores de logística, los servicios de proveedores externos sustentan aspectos esenciales de la organización. La forma en que las industrias interactúan con los proveedores es de vital importancia. Las buenas relaciones cliente / proveedor son más eficaces, productivos y gratificantes – en ambos lados – que malas. El proveedor adecuado

puede convertirse en parte de un equipo interno, trabajando para el bien de la empresa en lugar de recibir pagos para alcanzar objetivos arbitrarios del Acuerdo de Nivel de Servicio. (Valle, 2017)

### **2.2.1.3 Estrategias de ventaja competitiva**

De acuerdo a Porter (2014) existen tres estrategias para alcanzar la venta competitiva:

1. El liderazgo en costos, es considerada como una estrategia intuitiva que representa oportunidades si la MYPE se encuentra capacitada para brindar al mercado un producto o servicio a precios inferiores a los que ofrecen las empresas consideradas como competencia. Esta estrategia considera una prioritaria atención en la reducción de costos productivos, los cuales se pueden alcanzar mediante diversos medios: Acceso preferente a materias primas o insumos; comercialización de gran cantidad productos en el rubro, debido a que mayores producciones ofrecen menores costos per cápita - eficiencia alta en la labores generadas por la producción, como puede ser un sistema de piezas logradas con maquinaria comparada con una manual producción - un diseño del producto capacitado para dar facilidad a la producción.

2. La diferenciación, es una alternativa muy atractiva para MYPE que desean enfocarse en un nicho de mercado propio y necesariamente no apuestan a elevados porcentajes en términos generales de consensos; sino en clientes que se basan en características particulares del producto o servicio, ofrecidas por la competencia. Algunas muestras de una adecuada diferenciación como estrategia competitiva son: Materias primas con valor mayor frente a los existentes en el mercado – un servicio al cliente mejor capacitado y específico, que proporcione una mayor seguridad a los consumidores en el tiempo – el ofrecimiento de un diseño de producto exclusivo con mayor atracción para los

clientes. La estrategia de diferenciación, se destaca por ser una estrategia de costos elevados y que regularmente surge otra empresa que busque la diferenciación de la misma manera, en el caso se recae en una estrategia de liderazgo en costos. Sin embargo mientras éste último no accede a dos empresas rivales de afirmarse con igual fuerza en el mercado, con la diferenciación dos empresas de igual rubro cuya apuesta en características variadas para su producto pueden generar ambas un adecuado resultado en el mercado.

3. El enfoque, es una estrategia que se basa en la especialización en un determinado segmento de mercado, ofreciendo un mejor producto que satisfaga las verdaderas necesidades respecto a los requerimientos de dicho segmento. Algunos ejemplos concretos podrían ser:- una categoría especial de compradores potenciales - un área geográfica determinada o específica- un segmento particular de las líneas de producto.

### **2.2.2. Variable Gestión de Calidad**

Los Sistemas de Gestión de la Calidad son un conjunto de normas y estándares internacionales que se interrelacionan entre sí para hacer cumplir los requisitos de calidad que una empresa requiere para satisfacer los requerimientos acordados con sus clientes a través de una mejora continua, de una manera ordenada y sistemática. (Ortiz, 2011)

Un Sistema de Gestión de Calidad es una herramienta que le permite a cualquier organización planear, ejecutar y controlar las actividades necesarias para el desarrollo de la misión, a través de la prestación de servicios con altos estándares de calidad, los cuales son medidos a través de los indicadores de satisfacción de los clientes. (GoConqr, 2017)

#### **2.2.2.1 Enfoque de la ISO 9001:2015**

La gestión de la calidad no es un elemento rígido, sino que necesita renovarse constantemente para poder satisfacer las nuevas necesidades de las empresas y de sus clientes. La nueva norma ISO 9001, tiene como principal cometido la mejora de los niveles de satisfacción de los clientes. (ISOTools, 2016)

El enfoque de la nueva norma ISO 9001:2015 se basa en la gestión de los riesgos, el Sistema de Gestión de calidad (SGC) y la estructura funcional de la empresa, poniéndose especial énfasis en la interconexión y las relaciones existentes entre estos tres elementos. El análisis de riesgos, con una vocación preventiva, pasa a tener una importancia capital en la filosofía de esta norma. Se pone el acento, por lo tanto, en la necesidad de identificar los riesgos para poder eliminarlos o minimizar sus consecuencias a través, principalmente, de la puesta en marcha de procesos de mejora continua del sistema.

También existen varias normas que establecen requisitos para la implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad que son emitidas por organismos normalizadores como la ISO (Organización Internacional de Normalización):

- a. ISO 9001; Requisitos para un Sistema de Gestión de la Calidad (Aplicable a cualquier organización, sin importar tamaño o sector).
- b. ISO 10015; Directrices para la Formación
- c. ISO 15189; Requisitos para un Sistema de Gestión de la Calidad en Laboratorios Clínicos.
- d. ISO 17025; Requisitos para un Sistema de Gestión de la Calidad en Laboratorios de Ensayos y Calibración.
- e. ISO/IEC 20000-1; Requisitos para un Sistema de Gestión de (la Calidad de) los Servicios.

#### **2.2.2.2 Funciones de la Gestión de Calidad**

De acuerdo a Aliaga, (2014) existen algunas funciones necesarias para la gestión de la calidad, las cuales son:

Planificación; genera las pautas orientando al futuro para cualquier empresa, se caracteriza por la proactividad y prever sucesos o eventos futuros; fundando los actos necesarios para hacer frente de forma positiva a ellos, es primordial para manejo adecuado

y eficaz de los procesos de mejora de calidad. Se consideran elementos fundamentales: el exhaustivo análisis del entorno, visión y misión de calidad, establecer una política de calidad, formulación de objetivos estratégicos y planes de acción de calidad

Organización; se entiende como el aseguramiento de la organización por satisfacer los objetivos fijados respecto de la calidad. Desarrollando un entorno claro de trabajo, con funciones y responsabilidades que beneficien a una eficiente y eficaz actividad dentro de la empresa, y una dirección adecuada del comportamiento del equipo de trabajo (personas, grupos, áreas) para cumplir con dichos objetivos organizacionales.

Dirección; es un intento de influir en las actividades de los seguidores, a través de un proceso de comunicación hacia la consecución de algún o algunos objetivos, La función de dirección incluye los elementos clave que son: teorías de motivación, teorías de liderazgo, tipos de poder.

Personal; se refiere al recursos humano, definiendo el proceso de diseño de actividades de la fuerza laboral y políticas que aporten una adecuada eficacia y eficiencia dentro del funcionamiento organizacional.

Control; se considera como proceso de aseguramiento del cumplimiento y satisfacción de los objetivos planteados, a través del recojo de información realizada en la ejecución del proceso, en otras palabras la información de los procesos comparados con estándares de desempeño esperados, para luego tomar decisiones acorde con los resultados comparados.

### **2.2.2.3 Principios de la Gestión de Calidad**

De acuerdo a Ortiz (2011) existen 7 Principios de Gestión de la Calidad que se deben tener en mente siempre para que un Sistema de Gestión de Calidad funcione como debe y de manera óptima. Se deben cuidar que estos principios se cumplan y hacer que

constantemente se encuentren sistemas y herramientas que ayuden a mejorar el funcionamiento de estos mismos para hacer más eficientes los procesos.

- a. Enfoque al Cliente. Debemos siempre comprender sus necesidades actuales y futuras, satisfacer sus requisitos y esforzarnos por exceder sus expectativas.
- b. Liderazgo. Debemos crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente con el logro de los objetivos de la organización. Los líderes de la organización deben aplicar las 3 bases del liderazgo (3 D's): 1ª Base: Dirigir; 2ª Base: Delegar; y 3ª Base: Desarrollar/Preparar
- c. Compromiso y Competencias de las Personas. El total compromiso del personal permite que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización.
- d. Enfoque Basado en Procesos. Un resultado deseado se alcanza eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se administran como un proceso.
- e. Mejora. La mejora continua del desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de ésta.
- f. Toma de Decisiones Informadas. Las decisiones eficaces se basan en hechos y datos para tomar dichas decisiones.
- g. Gestión de las Relaciones. Una relación de beneficio mutuo aumenta la capacidad de ambos para crear valor.

### **III. HIPÓTESIS**

#### **3.1 Hipótesis**

En el proyecto presente de investigación no le pertenece hipótesis, ya que es de tipo descriptiva, la información recolectada es sin manipulación alguna asimismo se señala los datos obtenidos y la naturaleza exacta de la población de donde fueron extraídos; asimismo su alcance no implica causalidad, influencia o incidencia. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

## IV. METODOLOGÍA

### 4.1. Diseño de la investigación

La presente investigación es de tipo descriptiva, ya que se busca describir la competitividad y gestión de calidad de las MYPE rubro restaurantes, así como sus dimensiones en cuanto a los aspectos determinantes y ventajas competitivas; y también las funciones necesarias para la gestión de calidad y sus principios.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), la investigación descriptiva busca especificar las propiedades, características y los perfiles de personas grupos, comunidades, procesos, objetivos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.

El nivel de la investigación presenta un enfoque cuantitativo, ya que la información se representará de forma numérica y en porcentajes, usando técnicas e instrumentos de la estadística.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), el enfoque cuantitativo usa procedimientos estandarizados (que sean aceptados por una comunidad científica); tales datos se representan numéricamente y son analizados por métodos estadísticos

El diseño de la investigación es no experimental, porque no se efectuará manipulación intencional alguna de las variables, y asimismo se recogerá los datos e información en un momento determinado de la realidad de las MYPE rubro restaurantes Y de corte transversal.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), definen a los diseños no experimentales como “Estudios que se realizan sin manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos”. También la investigación transversal o transaccional como la recolección de

datos en un solo momento y tiempo único donde su propósito es describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento.

## 4.2.- Población y Muestra

### 4.2.1 Población

En el presente trabajo, se enmarcó dentro del sector de MYPE del rubro restaurantes de Máncora. La población es infinita, considerando a los clientes de las MYPE.

**Tabla 1.** Población de MYPE

N°	NOMBRE MYPE	DIRECCION	RUC
1	EL ESPADA	AV PIURA 501 , MANCORA	20276323271
2	LA SIRENA DE JUAN	AV. PIURA 316, MÁNCORA	20542637596
3	EL AJI	PASAJE 8 DE NOVIEMBRE S/N	
4	CUSIN AMORE	AV. ANTIGUA PANAMERICANA NORTE196,	20484046426
5	LOS DELFINES	BULEVAR MANCORA	10003726008
6	LAS GEEMELITAS	MICAELA BASTIDAS 154, MÁNCORA, PERÚ	10767767558
7	CEVICHERA JASUSI	AV. GRAU PANAMERICANA CDRA 8, MÁNCORA	10038691258
8	RINCONCITO AFROSIACO	NUEVO MANCORA S/N	10804242258
9	HNOS LAMA	GRAU 503,MÁNCORA	10416669291

**Fuente:** Elaboración propia

En la ciudad de Mancora de acuerdo a la información brindada por la Municipalidad de Máncora se han determinado 54 restaurantes de los cuales solo se consideraron 9 MYPE para la investigación, siendo estas MYPE las que presentan características muy parecidas en cuanto a infraestructura, en servicio, la variedad de la carta y que su demanda por lo general son Turistas Extranjeros.

#### 4.2.2 Muestra

Para ambas variables Competitividad y Gestión de Calidad, la muestra estará conformada por los clientes, considerando una población infinita, Según Vara (2012) la muestra se determina mediante la fórmula general:

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

Dónde:

$Z^2$  = Grado de confiabilidad (1.76) = 3.0976

$e^2$  = Margen de error (8.0%)

p = Probabilidad que ocurra (0.5)

q = Probabilidad que no ocurra (0.5)

Por lo que el tamaño de la muestra será:

$$n = 121 \text{ clientes.}$$

#### Criterios de inclusión y exclusión

En las variables competitividad y Gestión de Calidad se incluirán a los clientes de las MYPE del rubro restaurantes de Máncora que se encuentran disponibles en el restaurante de estudio.

Teniendo en cuenta las siguientes características:

- Clientes mayores de 18 años
- Disponibilidad para resolver encuestas

En las variables Competitividad y Gestión de Calidad se va a excluir a los clientes que tengan menor de 18 años, que no tengan disponibilidad para resolver encuestas, turistas que no dominan el idioma castellano y personas con diferencias sensoriales.

#### 4.3 Definición y Operacionalización de variables.

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición	Fuentes
Competitividad	Capacidad que tiene una organización para operar y crecer rentablemente, es decir crear valor para sus propietarios, en un mercado donde operan competidores exitosos. (Ávalos, 2015)	Aspectos determinantes	La dimensión “Factores determinantes” se medirá con los indicadores Capacidad de gerencia, Diseño de estrategias empresariales, Gestión de la innovación, Aplicación de las mejores prácticas en la cadena de valor, Integración en redes tecnológicas, Reorganización de la logística, Promoción de la interacción de proveedores, y clientes; mediante el cuestionario aplicado a los clientes de la MYPE rubro restaurantes.	Capacidad de gerencia. Diseño de estrategias empresariales. Gestión de la innovación. Aplicación de las mejores prácticas en la cadena de valor. Integración en redes tecnológica. Reorganización de la logística. Promoción de la interacción de	Nominal	Cientes

				proveedores y clientes.		
		Ventaja competitiva	La dimensión “Ventaja competitiva” se medirá con los indicadores liderazgo en costos, diferenciación y enfoque; mediante el cuestionario aplicado a los clientes de la MYPE rubro restaurantes.	Liderazgo en costos Diferenciación Enfoque	Nominal	Clientes

<b>Variable</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala de medición</b>	<b>Fuentes</b>
Gestión de Calidad	Gestión de la Calidad son un conjunto de normas y estándares internacionales que se interrelacionan entre sí para hacer cumplir los requisitos de calidad que una empresa requiere para satisfacer los requerimientos acordados con sus clientes a través de una mejora continua, de una manera	Funciones necesarias para la Gestión de calidad	La dimensión de Funciones necesarias para la Gestión de calidad se medirá con los indicadores, Planificación, Organización, Personal y Control, mediante el cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes.	Planificación Organización Dirección Personal Control	Nominal	Cientes
		Principios de gestión de calidad	La dimensión de “Principios de Gestión de Calidad” se medirá mediante los indicadores enfoque al cliente, Liderazgo, compromiso y competencia, personal enfocado basado en procesos, Mejora continua, Toma de decisiones y	Enfoque al cliente Liderazgo. Compromiso y competencia. personal Enfoque basado en procesos. Mejora continua. Toma de	Nominal	Cientes

	ordenada y sistemática. (Ortiz, 2011)		Gestión de relaciones, mediante el cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes.	decisiones. Gestión de relaciones.		
--	---------------------------------------	--	---	------------------------------------	--	--

## **4.4. Técnicas e instrumentos**

### **4.4.1 Técnicas**

- a) Encuesta: La redacción de las encuestas busca determinar las características de la competitividad y la gestión de calidad de las MYPE rubro restaurante

Encuesta es un medio que sirve para obtener información trascendental, en relación a lo que acontece en una realidad poblacional. Para lo cual es necesario que cuente con una elaboración, en base a un diseño y una aplicación científica y de manera rigurosa. (Hernández, Fernández, y Baptista, 2014)

### **4.4.2 Instrumentos**

- a) Cuestionario: La encuesta fueron aplicadas a 121 clientes por cada variable, para recabar información sobre los objetivos planteados de investigación

El Cuestionario es "un medio útil y eficaz para recoger información en un tiempo relativamente breve". En su diseño se puede considerar preguntas abiertas, cerradas o mixtas. (Hernández, Fernández, y Baptista, 2014)

## **4.5 Plan de análisis**

Para la recolección de datos, se contó con procesos relevantes como la coordinación con los representantes MYPE del rubro en estudio; cuya finalidad fue el permiso para poder encuestar a los clientes, cuyos instrumentos fueron validados por tres expertos en cuanto a la pertinencia y constructo del cuestionario; además de definir el momento adecuado para encuestarlos en momentos propicios. Posteriormente se realizó un plan de análisis a los datos, se tabuló y presentó los resultados a través de tablas, en base a los objetivos de investigación. Se empleó la estadística descriptiva, reflejando frecuencias y porcentajes, utilizando el programa Excel y programas estadísticos.

#### 4.6 Matriz de Consistencia

Título	Problema General	Objetivo General	Hipótesis	Variable	Metodología
<p>Caracterización de la competitividad y gestión de calidad en las MYPE rubro restaurante en Máncora, año 2018</p>	<p>¿Cuáles son las características de la competitividad y gestión de calidad en las MYPE rubro restaurante en Máncora, año 2018?</p>	<p>Determinar las características de la competitividad y gestión de calidad en las MYPE rubro restaurante en Máncora, año 2018</p> <hr/> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>a) Identificar los aspectos determinantes de la competitividad en las MYPE rubro restaurante en Máncora, año 2018</p> <p>b) Determinar las ventajas competitivas en las MYPE rubro restaurante en Máncora, año 2018</p> <p>c) Describir las funciones necesarias para la gestión de calidad en las MYPE rubro restaurante en Máncora, año 2018.</p> <p>d) Identificar los principios de gestión de calidad en las MYPE rubro restaurante en Máncora, año 2018</p>	<p>El presente estudio es de tipo descriptivo, por lo cual no se formularon hipótesis porque su alcance no implica una influencia o causalidad. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).</p>	<p>Competitividad Gestión de la calidad</p>	<p>Tipo de estudio Descriptivo Nivel de estudio Cuantitativo Diseño de estudio No experimental Transversal Población MYPE rubro restaurantes Muestra Clientes de las MYPE para la variable competitividad y gestión de calidad. (121 clientes) Técnica de recojo de información Encuesta Instrumento Cuestionario</p>

#### **4.7 Principios éticos.**

En la investigación realizada, se refleja transparencia para el recojo de datos a la población estudiada, poniendo énfasis en que los resultados obtenidos sean auténticos, se manejó la confidencialidad de manera estricta y honesta, al momento de realizar el análisis de los datos, siempre respetando los derechos de los autores citados debidamente en la investigación.

## V. RESULTADOS

### 5.1 Resultados de la encuesta

#### 5.1.1 Resultados de la Variable Competitividad

##### 5.1.1.1 Dimensión Aspectos determinantes de la competitividad

*Tabla 1*

*Habilidades y conocimientos de administrador*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	101	83.5%
No	20	16.5%
Total	121	100.0%

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los Clientes de las MYPE rubro Restaurantes. Elaboración propia.

Se evidencia que el 83.5% de los clientes de las MYPE rubro restaurantes señala que el éxito del restaurante si depende mucho de las habilidades y conocimientos que posee el Administrador; mientras que el 16,5% indica que no. Esto es muy importante para el Crecimiento de una MYPE, ya que un Administrador con estas virtudes puede llevar a sobresalir cualquier negocio que se encuentre en condiciones bajas de crecimiento.

*Tabla 2*

*Estrategias adecuadas*

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	27	22.3%
No	94	77.7%
Total	121	100.0%

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes. Elaboración propia.

Se evidencia que el 77.7 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes señala que las estrategias que aplica el restaurante no atraen la mayor cantidad de clientes; mientras que el 22,3% indica que sí. Los encargados del negocio deberían preocuparse por las necesidades de sus clientes, para implementar mejores estrategias y lograr una adecuada atención y servicio.

**Tabla 3**

***Innovación del restaurante***

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	33	27.3%
No	88	72.7%
Total	121	100.0%

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes. Elaboración propia.

Se evidencia que el 72,2 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes no innovan en sus comida o infraestructura frente a la competencia; mientras que el 22,3% indica que sí. Una MYPE siempre debe estar al tanto de las necesidades de sus clientes y por ende innovar de acuerdo a ello, de lo contrario estaríamos dejando que la competencia nos lleve ventaja.

**Tabla 4**

***Valor agregado en servicio***

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	40	33.1%
No	81	66.9%
Total	121	100.0%

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes. Elaboración propia.

Se evidencia que el 66,9 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes señala que no brindan un valor agregado en el servicio de atención al cliente; mientras que el 33,1% indica que sí. Es de suma importancia el valor agregado, es una motivación para nuestros clientes, esto permitirá hacer más atractivo nuestro servicio.

**Tabla 5**

**Utilización tecnológica en redes**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	42	34.7%
No	79	65.3%
Total	121	100.0%

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes. Elaboración propia.

Se evidencia que el 65,3 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes señala que no utilizan redes sociales o páginas web para promocionar su MYPE; mientras que el 34,7% indica que sí. Hoy en día tenemos que saber adaptarnos al cambio y estar siempre innovando en nuestros productos y servicios, esto nos permite estar comunicados con nuestros clientes y a disposición de cualquier consulta por parte de ellos.

**Tabla 6**

**Disponibilidad de insumos**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	39	32.2%
No	82	67.8%
Total	121	100.0%

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes. Elaboración propia.

Se evidencia que el 67,8 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes señala que cuando solicitan un plato o comida no hay disponibilidad de insumos; mientras que el 32,2% indica que sí. Estar siempre con stock de insumos es de gran ayuda, tenemos que prevenir cualquier oportunidad de mejora.

**Tabla 7**

***Servicio al cliente adecuado***

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	55	45.5%
No	66	54.5%
Total	121	100.0%

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes. Elaboración propia.

Se evidencia que el 54,5 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes señala que no se esfuerzan por brindar una adecuada atención al cliente; mientras que el 45,5% indica que sí. Brindar servicio de calidad al cliente será muy reconocido por ellos, hará sentir que son parte primordial de MYPE.

#### **5.1.1.2 Dimensión Ventajas Competitivas**

**Tabla 8**

***Precios acorde al mercado***

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	45	37.2%
No	76	62.8%
Total	121	100.0%

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes. Elaboración propia.

Se evidencia que el 62,8 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes señala que los precios de la carta no se encuentran acorde al sector de restaurantes; mientras que el 37,2% indica que sí. Tendríamos clientes más satisfechos, si no eleváramos muy altos los precios, Máncora es un lugar donde concurren personas de muchas partes, y no es dable que se eleven los precios por ser una ciudad turística.

**Tabla 9**

***Precios en relación a la calidad***

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	60	49.6%
No	61	50.4%
Total	121	100.0%

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes. Elaboración propia.

Se evidencia que el 50,4, % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes señala que los precios no están acorde con la calidad de los insumos de los platos; mientras que el 49,6% indica que sí. Debemos ofrecer productos de Calidad que haga que el cliente salga satisfecho y pague un precio adecuado con lo que se le brinda.

**Tabla 10**

***Diferenciación en la carta***

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	43	35.5%
No	78	64.5%
Total	121	100.0%

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes. Elaboración propia.

Se evidencia que el 64,5 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes indica que no ofrecen ningún plato o comida diferente de la competencia; mientras que el 35,5% indica que sí. Esto lo podemos usar como algo que nos identifique y diferencia de la competencia, algo como un plato de la casa , donde solo lo brinden en esa MYPE que haga que nuestros clientes lleguen a consumirlo y sea de su agrado.

**Tabla 11**

***Diferenciación en el servicio***

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	62	51.2%
No	59	48.8%
Total	121	100.0%

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes. Elaboración propia.

Se observa que el 51,2 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes indica que si es resaltante la atención brindada entre uno y otro; mientras que el 48,8% indica que no. Esto es una forma de identificar donde es mejor atendido el cliente, donde es más resaltante.

**Tabla 12**

***Especialidad en la carta***

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	55	45.5%
No	66	54.5%
Total	121	100.0%

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes. Elaboración propia.

Se observa que el 54,5 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes indica que no perciben la especialización en platos como criollos, gourmet, etc.); mientras que el 45,5 % indica que sí. La innovación en el servicio de la preparación de platos, hoy en día tiene una gran importancia, ya que cada vez tenemos clientes más exigentes y esto nos lleva a tener que estar en constante capacitación e innovación de platos.

**Tabla 13**

**Menú en la carta**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	35	28.7%
No	87	71.3%
Total	121	100.0%

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes. Elaboración propia.

Se observa que el 71,3 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes indica que no perciben en la carta menús ejecutivos, mientras que el 28,7 % indica que sí observa. En los restaurantes estudiados los clientes más recurrentes son Turistas, por lo tanto en la carta que tiene cada MYPE se muestra platos tipos de la Ciudad.

### 5.1.2 Resultados de la Variable Gestión de Calidad

#### 5.2.2.2 Dimensión Funciones necesarias para la Gestión de Calidad

**Tabla 14**

**Conocimiento del entorno**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	61	50.4%
No	60	49.6%
Total	121	100.0%

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes. Elaboración propia.

Se observa que el 50,4 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes indica que las MYPE sí tienen conocimientos del entorno para fortalecer su negocio, mientras que el 49,6 % indica que no observa conocimientos. Para tener un negocio o posicionarse en el mercado debe tener conocimiento del entorno, de nuestra competencia para saber a qué estamos expuestos y saber sobresalir en nuestro rubro.

**Tabla 15**

***Eficacia en las funciones***

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	46	38.0%
No	75	62.0%
Total	121	100.0%

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes. Elaboración propia.

Se evidencia que el 62,0 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes indica que el personal no realizan sus funciones de manera eficaz, mientras que el 38,0 % indica que sí. Tener colaboradores motivados beneficiara a una MYPE, permitiendo que ellos mejoren su rendimiento en sus labores diarias.

**Tabla 16**

***Trabajadores motivados***

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	58	47.9%
No	63	52.1%
Total	121	100.0%

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes. Elaboración propia.

Se evidencia que el 52,1 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes indica que los trabajadores no se encuentran tan motivados al realizar sus actividades, mientras que el 47,9 % indicaron que sí. Tener en cuenta que la motivación a los trabajadores es el resultado de un negocio, tal manera que los resultados sean satisfactorios para la empresa.

**Tabla 17**  
**Desempeño adecuado**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	59	48.8%
No	62	51.2%
Total	121	100.0%

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes. Elaboración propia.

Se evidencia que el 51,2 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes indica que no se observa un adecuado desempeño por parte del personal, mientras que el 48,8 % indicaron que sí. Es de gran importancia la comunicación que se tiene con los colaboradores, indicándoles correctamente las actividades a realizar y poder obtener un adecuado desempeño laboral. Por otro lado la capacitación al personal son de gran ayuda para mantener un mejor rendimiento por parte de sus trabajadores.

**Tabla 18**  
**Evaluación de satisfacción del cliente**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	50	41.3%
No	71	58.7%
Total	121	100.0%

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes. Elaboración propia.

Se evidencia que el 58,7 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes indica que no le han evaluado sobre su satisfacción del servicio, mientras que el 41,3 % indicaron que sí. Esto ayudaría al crecimiento de las MYPE, es como un indicador de las necesidades del cliente, de tal forma que se notaría en que se necesita mejorar y actuar de manera rápida y eficaz, para una mejor atención.

### 5.2.2.2 Dimensión Principios de la gestión de calidad

**Tabla 19**

***Expectativas y satisfacción del cliente***

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	48	39.7%
No	73	60.3%
Total	121	100.0%

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes. Elaboración propia.

Se evidencia que el 60,3 % de los clientes encuestados, indica que las MYPE no cumplen con sus expectativas ni satisfacen sus necesidades, mientras que el 39,7 % indicaron que sí. Los dueños o Administradores tienen que ser innovadores en su servicio, ofrecer algo novedoso, donde sientan atraídos por el servicio y la atención.

**Tabla 20**

***Ambiente interno laboral***

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	52	43.0%
No	69	57.0%
Total	121	100.0%

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes. Elaboración propia.

Se evidencia que el 57,0 % de los clientes encuestados, indica que las MYPE no mantienen un ambiente laboral adecuado, mientras que el 43,0 % indicaron que sí.

**Tabla 21**

***Compromiso en las funciones***

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	50	41.3%
No	71	58.7%
Total	121	100.0%

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes. Elaboración propia.

Se evidencia que el 58,7 % de los clientes encuestados, indica que los trabajadores no se encuentran comprometidos con sus funciones, mientras que el 41,3 % indicaron que sí.

**Tabla 22**

***Habilidades y conocimientos del personal***

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	47	38.8%
No	74	61.2%
Total	121	100.0%

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes. Elaboración propia.

Se evidencia que el 61,2 % de los clientes encuestados, indica que los trabajadores no cuentan con habilidades y conocimientos para desempeñarse adecuadamente, mientras que el 38,8 % indicaron que sí.

**Tabla 23**

***Eficiencia con los recursos***

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	51	42.1%
No	70	57.9%
Total	121	100.0%

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes. Elaboración propia.

Se evidencia que el 57,9 % de los clientes encuestados, indica que los trabajadores no utilizan adecuadamente los recursos para el servicio, mientras que el 42,1 % indicaron que sí.

**Tabla 24**

***Mejora en desempeño***

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	59	48.8%
No	62	51.2%
Total	121	100.0%

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes. Elaboración propia.

Se evidencia que el 51,2 % de los clientes encuestados, indica que la MYPE no ha mejorado respecto a atenciones anteriores, mientras que el 48,8 % indicaron que sí.

**Tabla 25**

***Toma de decisiones del personal***

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	57	47.1%
No	64	52.9%
Total	121	100.0%

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes. Elaboración propia.

Se evidencia que el 52,9 % de los clientes encuestados, indica que los colaboradores realizan actividades sin consultar a su líder, mientras que el 47,1 % indicaron que sí.

**Tabla 26**

***Fidelización del cliente***

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	58	47.9%
No	63	52.1%
Total	121	100.0%

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes. Elaboración propia.

Se evidencia que el 52,1 % de los clientes encuestados, indicaron que los colaboradores no se esfuerzan por fidelizar a sus clientes, mientras que el 47,9 % indicaron que sí.

**Tabla 27**

***Cumplimiento de normatividades***

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	63	52.1%
No	58	47.9%
Total	121	100.0%

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes. Elaboración propia.

Se evidencia que el 52,1 % de los clientes encuestados, indicaron que mediante su percepción los restaurantes si están cumpliendo con las normas y políticas establecidas para el sector restauración, mientras que el 47,9 % indicaron que no.

## **5.2. Análisis de Resultados**

### **5.2.1 Identificar los aspectos determinantes de la competitividad en las MYPE rubro restaurante en Máncora, año 2018**

Según Ávalos (2015) la capacidad de gerencia; es la competencia, habilidad o aptitud que tienen las empresas para desplegar y utilizar sus recursos, usualmente de manera combinada, haciendo uso de sus procesos organizacionales para lograr un fin deseado.

En la tabla 1 denominada “Habilidades y conocimientos de administrador” se evidencia que el 83.5% de los clientes de las MYPE rubro restaurantes señala que el éxito del restaurante si depende mucho de las habilidades y conocimientos que posee el Administrador; mientras que el 16,5% indica que no.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Flores, (2015), concluyendo que, la calidad del recurso humano presenta diferencias estadísticamente significativas

según el tamaño, las pymes son las que presentan personal con mayor potencial profesional; lo que se convierte en una fortaleza competitiva para ellos frente a las demás empresas ya que disponen de unos empleados con mayor formación y por lo tanto entregan un mejor servicio a los clientes posicionando la empresa fuertemente en el mercado.

Las empresas exitosas están aprendiendo cómo rediseñar continuamente su estrategia empresarial que les permita tener mayor competitividad y presencia en el mercado, dando satisfacción a los dueños, accionistas y/o inversionistas. (Albe, 2018)

En la tabla 2 denominada “*Estrategias adecuadas*” se evidencia que el 77.7 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes señala que las estrategias que aplica el restaurante no atraen la mayor cantidad de clientes; mientras que el 22,3% indica que sí.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Calcina, Leen, y Tovar (2016), concluyendo que, para impulsar la competitividad de los restaurantes picanterías en la ciudad de Arequipa, se proponen doce estrategias genéricas de las cuales se desarrollaron sesenta y cinco actividades para lograr los objetivos de cada una de ellas.

La gestión de la innovación implica el proceso de gestión del procedimiento de innovación de una organización, empezando en la fase inicial de ideación, hasta su etapa final de implementación exitosa. Abarca las decisiones, actividades y prácticas de la elaboración y aplicación de una estrategia de innovación. (Rous, 2017)

En la tabla 3 denominada “*Innovación del restaurante*” se evidencia que el 72,2 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes no innovan en sus comida o infraestructura frente a la competencia; mientras que el 22,3% indica que sí.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Vargas (2018), quien concluye que los administradores de los restaurantes tienen muy presenta la infraestructura,

remodelándola constantemente para ofrecer un mejor servicio en un ambiente agradable acorde a los estilos o tendencias de sus clientes. Debido a que están atentos a las exigencias de los consumidores para innovar cada cierto tiempo y lograr mantener contento al cliente

El valor agregado es un atributo original y adicional que se le genera a un producto o servicio, con el fin de proporcionarles un valor comercial más alto y que los diferencie con relación a los competidores. (Terrazas, 2016)

En la tabla 4 denominada “*Valor agregado en servicio*”, se evidencia que el 66,9 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes señala que no brindan un valor agregado en el servicio de atención al cliente; mientras que el 33,1% indica que sí.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Chachaque (2016), concluyendo que: “La estrategia competitiva de la empresa El Pollón de la ciudad de Tacna es eficiente”, queda ratificada cuando se aprecia una capacitación constante de empleados, así como el hecho que cada trabajador se preocupa cada día en prestar un servicio de calidad.

La tecnología ayuda a las empresas en la gestión de cambios en las operaciones. Las empresas han logrado reducir costos haciendo una revisión de los procesos de negocio y quitando las acciones que los clientes no perciben como valiosas. (Feature, 2016)

En la tabla 5 denominada “*Utilización tecnológicas en redes*” se evidencia que el 65,3 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes señala que no utilizan redes sociales o páginas web para promocionar su MYPE; mientras que el 34,7% indica que sí.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Vargas (2018) quien concluye que la publicidad en las redes sociales es una herramienta para lograr una alta influencia para atraer y retener clientes.

La logística se encarga de la administración del flujo de materiales e información a lo largo del proceso de creación de valor: aprovisionamiento, producción y distribución. De esta manera, gestiona un grupo de actividades que tienen lugar en la organización con la finalidad de brindar valor al cliente mediante la transformación de los factores productivos. (Cano, 2015)

En la tabla 6 denominada “*Disponibilidad de insumos*” se evidencia que el 67,8 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes señala que cuando solicitan un plato o comida no hay disponibilidad de insumos; mientras que el 32,2% indica que sí.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Montenegro y Sobalvarro (2014) quienes concluyen que en el análisis FODA realizado en el restaurante determinaron la importancia de mantener relaciones adecuadas con los proveedores, para posicionar el producto en el mercado local.

Las empresas exitosas comparten un rasgo común: fuertes relaciones con los proveedores. Independientemente del tamaño, pocas empresas optan por desarrollar internamente cada aspecto complejo de las operaciones empresariales. La forma en que las industrias interactúan con los proveedores es de vital importancia. (Valle, 2017)

En la tabla 7 denominada “*Servicio al cliente adecuado*” se evidencia que el 54,5 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes señala que no se esfuerzan por brindar una adecuada atención al cliente; mientras que el 45,5% indica que sí.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Villegas (2016) quien concluye que emplearon las estrategias de enfoque y alta segmentación combinada con desarrollo de servicios para satisfacer adecuadamente al cliente.

### **5.2.2. Determinar las ventajas competitivas en las MYPE rubro restaurante en Máncora, año 2018**

De acuerdo a Porter (2014) el liderazgo en costos, que es la estrategia más intuitiva y representa una oportunidad si la empresa está capacitada para ofrecer en el mercado un producto a un precio inferior comparado a la oferta de las empresas oponentes.

En la tabla 8 denominada “*Precios acorde al mercado*” se evidencia que el 62,8 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes señala que los precios de la carta no se encuentran acorde al sector de restaurantes; mientras que el 37,2% indica que sí.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Rivas (2014) quien concluye que en relación a las ventajas competitivas los clientes en un 25% señalan que cuentan con precios acordes del mercado; y asimismo las características de su competencia en un 21% son precios acorde al mercado.

Según Porter (2014) el liderazgo en costos, es un tipo de estrategia que requiere una atención prioritaria finalizada a reducir los costos de producción, lo que se puede lograr con distintos medios, sin perder los estándares de calidad en el producto.

En la tabla 9 denominada “*Precios en relación a la calidad*” se evidencia que el 50,4, % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes señala que los precios no están acorde con la calidad de los insumos de los platos; mientras que el 49,6% indica que sí.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Rivas (2014) quien determino en cuanto a las características de su negocio que poseen precios acorde a la calidad en un 22%, según la percepción de los clientes.

La diferenciación, que constituye una opción atractiva para empresas que quieren construirse su propio nicho en el mercado y no apuestan necesariamente a un elevado porcentaje de consensos en términos generales, sino en compradores que buscan características peculiares del producto distintas a las que ofrecen las empresas oponentes. (Porter, 2014)

En la tabla 10 denominada “*Diferenciación en la carta*” se evidencia que el 64,5 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes indica que no ofrecen ningún plato o comida diferente de la competencia; mientras que el 35,5% indica que sí.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Villegas Yasyling (2016), concluyendo que, las Estrategias Competitivas que utilizó el Hotel y Restaurante Selva Negra, del municipio de Matagalpa, en el año 2015 fue Diferenciación (la marca, el prestigio, el clima, la imagen y la infraestructura).

Algunas buenas actuaciones de la estrategia competitiva de la diferenciación pueden ser: un servicio al cliente más específico y capacitado para proporcionar más seguridad a los compradores en el tiempo. (Porter, 2014)

En la tabla 11 denominada “*Diferenciación en el servicio*” se observa que el 51,2 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes indica que si es resaltante la atención brindada entre uno y otro; mientras que el 48,8% indica que no.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Castañeda, Gonzales (2016), concluyendo que, la competitividad es clave para el desarrollo, crecimiento y sustentabilidad de cualquier empresa, especialmente en el sector servicios – restaurantes por ello la importancia de diferenciarse en los servicios entregados para generar ventajas competitivas en forma interna

El enfoque, que consiste en especializarse en un dado segmento del mercado y en ofrecer el mejor producto pensado expresamente para los reales requerimientos de nuestro segmento. (Porter, 2014)

En la tabla 12 denominada “Especialidad en la carta” se observa que el 54,5 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes indica que no perciben la especialización en platos como criollos, gourmet, etc.); mientras que el 45,5 % indica que sí.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Chachaque (2016) concluye que mediante diferentes medios lucha posicionarse en el mercado a pesar de la fuerte competencia que se da en el mercado, por ende presentan platos bandera combinados con el conocido pollo a la brasa.

La estrategia de enfoque se puede concretar ofrecer una línea de productos, a un segmento particular, considerando una categoría especial de potenciales compradores. (Porter, 2014)

En la tabla 13 denominada “Menú en la carta” se observa que el 71,3 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes indica que no perciben en la carta menús ejecutivos, mientras que el 47,5 % indica que sí observa.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Villegas (2016) dentro de sus estrategias es la combinación de productos que satisfagan los requerimientos de un sector del segmento meta.

### **5.2.3 Describir las funciones necesarias para la gestión de calidad en las MYPE rubro restaurante en Máncora, año 2018.**

Según Aliaga (2014), la planificación; se orienta al futuro y crea las directrices para toda la organización, ofrece la capacidad de ser proactivo y anticipar futuros eventos y establecer las acciones necesarias para enfrentarse positivamente a ellos.

En la tabla 14 denominada “Conocimiento del entorno” se observa que el 50,4 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes indica que las MYPE sí tienen conocimientos del entorno para fortalecer su negocio, mientras que el 49,6 % indica que no observa conocimientos.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Montenegro, Cristhell, Sobalvarro , Walkenia (2014), concluyendo que, el análisis de las Fortalezas, oportunidades, Amenazas, debilidades, (FODA) realizado a restaurante Rostipollos nos permite comprender la situación actual y así poder implementar decisiones estratégicas para mejorar la situación actual en el futuro, posicionando la empresa y el producto en el mercado local de la ciudad de Estelí, generando la rentabilidad para la misma.

Organización; es asegurar que la empresa satisface los objetivos de calidad que se ha fijado. Desarrollo de un entorno de trabajo claro, con tareas y responsabilidades que contribuyan a la actividad eficaz de una organización y dirigir el comportamiento de las personas, grupos y departamentos para realizarlos objetivos fijados por la organización. (Aliaga, 2014).

En la tabla 15 denominada “Eficacia en las funciones” se evidencia que el 62,0 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes indica que el personal no realizan sus funciones de manera eficaz, mientras que el 38,0 % indica que sí.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Lizano (2016) quien concluye que mediante las capacitaciones al personal se logra ser eficaces en sus funciones y de esta manera aumenta su competitividad en relación a los otros restaurantes vegetarianos.

Dirección; es un intento de influir en las actividades de los seguidores, a través de un proceso de comunicación hacia la consecución de algún o algunos objetivos, La función de dirección incluye los elementos clave que son: teorías de motivación, teorías de liderazgo, tipos de poder. (Aliaga, 2014)

En la tabla 16 denominada “Trabajadores motivados” se evidencia que el 52,1 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes indica que los trabajadores no se encuentran tan motivados al realizar sus actividades, mientras que el 47,9 % indicaron que sí.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Calcina, León y Tovar (2016) quienes concluyen que dentro de las estrategias la motivación al personal es relevante para de esta manera buscar un desempeño adecuado y el cumplimiento de objetivos organizacionales.

Personal; hace referencia al recurso humano y lo define como el proceso de diseño de las medidas y actividades de la fuerza de trabajo para mejorar la eficiencia y eficacia del funcionamiento de la organización. (Aliaga, 2014)

En la tabla 17 denominada “Desempeño adecuado” se evidencia que el 51,2 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes indica que no se observa un adecuado desempeño por parte del personal, mientras que el 48,8 % indicaron que sí.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Macías (2013), concluyendo que La aplicación del sistema EFQM basado en la aplicación de una autoevaluación, en los restaurantes y comedores de Montañita es viable, con lo que se incrementa notablemente la mejora de la calidad en el servicio, la satisfacción para los visitantes y un mejor desarrollo operacional para los servidores de los establecimientos de restauración de la localidad.

Control; es un proceso que se utiliza para asegurar que se satisfacen los objetivos, por medio de la información obtenida de la ejecución real del proceso, es decir la información del proceso es comparada con los estándares esperados y posteriormente, se toman decisiones de acuerdo con el resultado de esta comparación. (Aliaga, 2014)

En la tabla 18 denominada “Evaluación de satisfacción del cliente” se evidencia que el 58,7 % de los clientes de las MYPE rubro restaurantes indica que no le han evaluado sobre su satisfacción del servicio, mientras que el 41,3 % indicaron que sí.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Hernández (2015) quien dentro de los resultados se determinó que el 50 % de las MYPES no se tienen no tienen conocimiento sobre la norma ISO 9001, además se detectaron carencias sobre el control de salud e higiene en el trabajo. El 88 % de clientes (50 % que piensan que es buena y el 38 % que dio como evaluación final mala) no están satisfechos del todo y por consiguiente se tiene un riesgo de fuga bastante importante que afectaría directamente sobre nuestros indicadores gestión de calidad.

#### **5.2.4 Identificar los principios de gestión de calidad en las MYPE rubro restaurante en Máncora, año 2018**

Enfoque al Cliente. Se debe siempre comprender sus necesidades actuales y futuras, satisfacer sus requisitos y esforzarnos por exceder sus expectativas. (Ortiz, 2011)

En la tabla 19 denominada “Expectativas y satisfacción al cliente” se evidencia que el 60,3 % de los clientes encuestados, indica que las MYPE no cumplen con sus expectativas ni satisfacen sus necesidades, mientras que el 39,7 % indicaron que sí.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Luna (2016) concluyendo que: La totalidad de empresarios del sector servicio - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, consideran que no cuentan con estándares de calidad ISO, pero la mayoría absoluta (78,3%) realiza capacitaciones orientadas al servicio del cliente.

Liderazgo. Se debe crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente con el logro de los objetivos de la organización. (Ortiz, 2011)

En la tabla 20 denominada “Ambiente interno laboral” se evidencia que el 57,0 % de los clientes encuestados, indica que las MYPE no cumplen con sus expectativas ni satisfacen sus necesidades, mientras que el 43,0 % indicaron que sí.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Tissieres (2013) quien dentro de los resultados se determinó que el 33.3% de los encuestados (9 trabajadores) no realizan los procesos de elaboración del producto, mientras que el 66.7% (18 trabajadores) si lo hacen los procesos requeridos; el 33.3% de los encuestados (9 trabajadores) no conocen lo que es certificación de calidad, mientras que el 66.7% (18 trabajadores) si la conocen

El total compromiso del personal permite que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización. (Ortiz, 2011)

En la tabla 21 denominada “Compromiso en las funciones” se evidencia que el 58,7 % de los clientes encuestados, indica que los trabajadores no se encuentran comprometidos con sus funciones, mientras que el 41,3 % indicaron que sí.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Marchán (2015) quien concluye que el 36% cree que el tiempo de entrega del producto no es el correcto, lo que le genera al cliente la certeza de que los productos y/o servicios comprados los recibirá en el tiempo acordado; además el 71% de los usuarios encuestados, considera que las labores del local se realizan en equipo. Mientras que solo el 29%, considera que las labores del local no se realizan en equipo.

Las competencias individuales de cada colaborador permiten la consecución de los objetivos a través de un desarrollo de procesos con estándares de calidad, presentes en las actividades globales. (Ortiz, 2011)

En la tabla 22 denominada “Habilidades y conocimientos del personal” se evidencia que el 61,2 % de los clientes encuestados, indica que los trabajadores no cuentan con habilidades y conocimientos para desempeñarse adecuadamente, mientras que el 38,8 % indicaron que sí.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Lizano (2016), concluyendo que, el nivel de la capacitación que utilizan las MYPE de estudio, resultaron que los más representativos son: la preparación y autoevaluación así como las competencias y habilidades de los colaboradores.

Enfoque Basado en Procesos, un resultado deseado se alcanza eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se administran como un proceso. (Ortiz, 2011)

En la tabla 23 denominada “Eficiencia con los recursos” se evidencia que el 57,9 % de los clientes encuestados, indica que los trabajadores no utilizan adecuadamente los recursos para el servicio, mientras que el 42,1 % indicaron que sí.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Castro y Sigüeñas (2015) quienes concluyen que la empresa no cuenta con un sistema de gestión de Calidad estructurado, su forma y manejo de calidad es muy empírico, es decir, no se realiza un programa detallado de los procedimientos que se llevaran a cabo, ya que no existe un mapa de procesos complejos. Las tareas para cada miembro no son asignadas según el estudio global de los procesos, tampoco existe una conformación de un equipo de trabajo con representantes de las diferentes áreas para analizar, diseñar y elaborar el mapa de Procesos.

Mejora. La mejora continua del desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de ésta. (Ortiz, 2011)

En la tabla 24 denominada “Mejora en desempeño” se evidencia que el 51,2 % de los clientes encuestados, indica que la MYPE no ha mejorado respecto a atenciones anteriores, mientras que el 48,8 % indicaron que sí.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Luna (2016) consideran que no cuentan con estándares de calidad ISO, pero la mayoría (60,9%) aplican una gestión

administrativa lo cual la mayoría absoluta (56,5%) los ha llevado adoptar una técnica de mejora continua.

Toma de Decisiones Informadas, las decisiones eficaces se basan en hechos y datos para tomar dichas decisiones. (Ortiz, 2011)

En la tabla 25 denominada “Toma de decisiones del personal” se evidencia que el 52,9 % de los clientes encuestados, indica que los colaboradores realizan actividades sin consultar a su líder, mientras que el 47,1 % indicaron que sí.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Castro y Sigüeñas (2015) quienes determinaron que el 84.62% mencionan estar totalmente de acuerdo que la empresa Exportadora El Sol S.A.C se enfatice en las capacitaciones para el personal para que así estos desempeñen mejor sus actividades y tomen mejores decisiones, tanto así un 15.38% opina lo mismo es decir también está de acuerdo.

Gestión de las Relaciones. Una relación de beneficio mutuo aumenta la capacidad de ambos para crear valor. (Ortiz, 2011)

En la tabla 26 denominada “Fidelización del cliente” se evidencia que el 52,1 % de los clientes encuestados, indicaron que los colaboradores no se esfuerzan por fidelizar a sus clientes, mientras que el 47,9 % indicaron que sí.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Alfonso (2016), concluyendo que, el diseño de un modelo de gestión de la calidad turística en el sector de restauración; se hizo énfasis a la necesidad que tienen los establecimientos que prestan el servicio de gastronomía, buscando la calidad del servicio y fidelización del cliente, considerando las diferentes opiniones de los actores principales de esta actividad comercial.

Los Sistemas de Gestión de la Calidad son un conjunto de normas y estándares internacionales que se interrelacionan entre sí para hacer cumplir los requisitos de calidad

que una empresa requiere para satisfacer los requerimientos acordados con sus clientes a través de una mejora continua, de una manera ordenada y sistemática. (Ortiz, 2011)

En la tabla 27 denominada “Cumplimiento de normatividades” se evidencia que el 52,1 % de los clientes encuestados, indicaron que mediante su percepción los restaurantes si están cumpliendo con las normas y políticas establecidas para el sector restauración, mientras que el 47,9 % indicaron que no.

Estos resultados se comparan con los obtenidos por Vilchez (2013) quien concluyo que los clientes encuestados el 87 % considera que existe seguridad a interior del establecimiento comercial y solo u 13 % de los clientes encuetados considera que el establecimiento comercial no cuenta con las condiciones de seguridad. Tissieres (2013) determinó que el 40.7% de los encuestados (11 trabajadores) no tienen seguridad laboral que vela por la salud de los colaboradores de la empresa, mientras que el 59.3% (16 trabajadores) si tienen seguridad laboral dentro de la empresa para sus colaboradores.

## VI. CONCLUSIONES

Respecto a los aspectos determinantes de la competitividad; se concluye que la mayoría de clientes señalan que el éxito del restaurante depende directamente del conocimiento y habilidades del administrador, asimismo las estrategias no atraen la mayor cantidad de clientes, las MYPE no innovación en sus comidas e infraestructura, no cuentan con todos los platos que se ofrecen en la carta, no se evidencia un valor agregado en el servicio, no emplean redes sociales para su promoción y finalmente no evidencian esfuerzo de los trabajadores para una adecuada atención.

Respecto a las ventajas competitivas; se concluye que la mayoría de clientes considera que la carta no contiene menús ejecutivos, no existe diferenciación con los platos de la competencia, los precios de la carta no están acorde al rubro de restaurantes, las MYPE no se han especializado en algún rubro de comida, la atención recibida no se diferencia en relación a la competencia y finalmente los precios no son acorde a la calidad.

Respecto a las funciones necesarias para la gestión de calidad; se concluye que la mayoría de clientes si considera que las MYPE tienen conocimiento de la competencia; asimismo no perciben eficacia en la atención del personal, no han sido evaluados sobre la satisfacción del servicio, no perciben motivación en el personal, y finalmente califican como inadecuado el desempeño de los trabajadores.

Respecto a los principios de la gestión de calidad; se concluye que la mayoría de clientes si evidencia el cumplimiento de normativas del sector; asimismo evidencian la falta de habilidades y conocimientos para un desempeño adecuado; sienten que los restaurantes no cumplen sus expectativas y necesidades, no observan un nivel de compromiso alto en sus funciones, no se muestran eficientes con los recursos del restaurante, no perciben un ambiente laboral adecuado, el personal no consulta a su superior ante eventualidades, no perciben mejora en el desempeño de su gestión, y finalmente no observan esfuerzos por fidelizarlos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aguirre, I. (26 de Agosto de 2014). *Scribd*. Obtenido de Scribd.:  
<http://es.scribd.com/doc/237793000/Evolucion-Historica-de-Las-MYPES>
- Alburquerque Villar, M. R. (16 de octubre de 2008). *Concurso Versión Blogs "Historia de La Brea"*. Obtenido de Concurso Versión Blogs "Historia de La Brea":  
<http://concursolabrea4to3josepardo.blogspot.com/2008/10/distrito-la-brea-negritos.html>
- Aristóteles. (3 de marzo de 2010). *Taringa*. Obtenido de Taringa:  
<http://www.taringa.net/posts/apuntes-y-monografias/4816613/Conocimiento-segun-Kant-Platon-Aristoteles-y-Foucault.html>
- Arriba, M. (22 de Noviembre de 1985). *Aula Virtual*. Obtenido de Aula Virtual:  
<http://uca.migueldearriba.net/tag/ventaja-competitiva/>
- Aspilcueta, J. ((n.d.) de (n.d.) de (n.d.)). *Monografias.com*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2014, de (n.d.): <http://www.monografias.com/trabajos93/mypes-peru/mypes-peru.shtml>
- Baca Mera, C. (diciembre de 2009). *repositorio.ute.edu*. Recuperado el 19 de noviembre de 2014, de [repositorio.ute.edu](http://repositorio.ute.edu):  
[http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/6590/1/41198\\_1.pdf](http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/6590/1/41198_1.pdf)
- Barrera, J. O. (2016). Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/946/RENTABILIDAD\\_COMPETITIVIDAD\\_VARGAS\\_DE\\_LA\\_BARRERA\\_JAVIER\\_OSCAR\\_DEL\\_CARMEN.pdf?sequence=1](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/946/RENTABILIDAD_COMPETITIVIDAD_VARGAS_DE_LA_BARRERA_JAVIER_OSCAR_DEL_CARMEN.pdf?sequence=1)
- Beltran, P. A. (abril de 2011). *monografias.com*. Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos39/micro-empresas/micro-empresas.shtml>
- Bengochea, P. (2008).
- Bengochea, V. P. (23 de septiembre de 2008). *gerencia.com*. Obtenido de gerencia.com:  
<http://www.degerencia.com/valiетtip>
- Calderón, K. d. (2008). *eumet.net*. Obtenido de eumet.net: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2008/kapc/Dimensiones%20e%20Indicadores%20de%20la%20competitividad.htm>
- Caresani, D. (2010). Recuperado el 21 de agosto de 2016, de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/8414/tesisUPV3309.pdf>

- Carreto, J. (07 de 2008). *planeacion-estrategica*. Obtenido de planeacion-estrategica: <http://planeacion-estrategica.blogspot.com/2008/07/ventaja-competitiva-de-porter.html>
- Carrillo, J. p. (2007). Obtenido de [http://www.gestiondelriesgo.org.pe/tesis2006/TR\\_Jaime\\_Puicon.pdf](http://www.gestiondelriesgo.org.pe/tesis2006/TR_Jaime_Puicon.pdf)
- Centty, D. ((s.f) de (s.f) de (s.f)). *Eumend.net*. Obtenido de Eumend.net: [http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1167/antecedentes\\_de\\_sector\\_mype.html](http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1167/antecedentes_de_sector_mype.html)
- Cesar Camisón, S. C. (2007). Recuperado el 04 de diciembre de 2014, de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/handle/123456789/3480/258%20Ing.pdf?sequence=1>
- Chiavenato. (2007). *clubensayos*. Obtenido de clubensayos: <http://clubensayos.com/Negocios/CAPACITACI%C3%93N-DE-PERSONAL-Y-OTROS/585832.html>
- Course. (2007). *ocwus.us.es*. Obtenido de ocwus.us.es: [http://ocwus.us.es/psicologia-social/psicologia-de-los-recursos-humanos/temas/tema6cg/page\\_12.htm](http://ocwus.us.es/psicologia-social/psicologia-de-los-recursos-humanos/temas/tema6cg/page_12.htm)
- Crosby. (29 de marzo de 2010). *xxxturismoxxx*. Obtenido de xxxturismoxxx: <http://xxxturismoxxx.blogspot.com/2010/03/conceptos-de-calidad-segun-diversos.html>
- Díaz. (2013). Obtenido de [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1742/ING\\_530.pdf?sequence=1](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1742/ING_530.pdf?sequence=1)
- Emprende, P. (2008). *emprendepyme*. Obtenido de emprendepyme: <http://www.emprendepyme.net/tipos-de-capacitacion.html>
- Escolastico, R. (2013). *Arqhys*. Recuperado el 19 de noviembre de 2014, de Arqhya: <http://www.arqhys.com/contenidos/restaurantes-historia.html>
- Esmeralda Nieto, V. (06 de 2001). *gestiopolis*. Obtenido de gestiopolis: <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/compe.htm>
- Espinosa Ayala, E. (08 de marzo de 2009). *eumed.net*. Obtenido de eumed.net: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2010/eea/Competitividad.htm>
- Feigenbaum, A. (2017). Obtenido de [http://calidad-gestion.com.ar/boletin/65\\_satisfaccion\\_del\\_cliente.html](http://calidad-gestion.com.ar/boletin/65_satisfaccion_del_cliente.html)
- Flores, J. R. (mayo de 2014). Recuperado el 21 de agosto de 2016, de [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1864/AE\\_270.pdf?sequence=1](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1864/AE_270.pdf?sequence=1)

- Galeano, E. (31 de Enero de 2017). Obtenido de <http://utopia-consultores.com/tipos-de-competitividad-empresarial-y-ejemplos-de-cada-una/>
- Garay, L. J. (1967). *banrepcultural*. Obtenido de banrepcultural: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industriatina/246.htm>
- Garcés, B. S. (5 de diciembre de 2012). Las Mypes están haciendo crecer a Piura. (E. B. Ruiz, Entrevistador) Obtenido de <http://beta.udep.edu.pe/hoy/2012/las-mypes-estan-haciendo-crecer-a-piura/>
- Garcés, P. (9 de febrero de 2005). *sangrefria*. Obtenido de sangrefria: <http://www.sangrefria.com/blog/2005/02/09/porter-y-la-competitividad/>
- García, I. L. (mayo de 2013). Obtenido de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/130967/Tesis%20ILG%20y%20Adenda.pdf?sequence=1>
- Gomez. (2013). Obtenido de <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC113873.pdf>
- Gonzales, p. (2005). Recuperado el 03 de diciembre de 2014, de [file:///C:/Users/Betty/Downloads/28\\_los\\_procesos\\_gestion.pdf](file:///C:/Users/Betty/Downloads/28_los_procesos_gestion.pdf)
- González, R. T. (2012). Obtenido de <http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/4615/1/TesisRomuloTorres.pdf>
- Gore, E. (15 de marzo de 2010). *Capacitacion Empresarial Efectiva*. Obtenido de Capacitacion Empresarial Efectiva: <http://julieta-capacitacion-empresarial.blogspot.com/2010/03/definiciones-de-capacitacion.html>
- Holgado, C. A. (2013). Recuperado el 21 de agosto de 2016, de [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/5793/CARPIO\\_HOLGADO\\_CARLOS\\_PLANEAMIENTO ESTRATEGICO.pdf?sequence=1](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/5793/CARPIO_HOLGADO_CARLOS_PLANEAMIENTO ESTRATEGICO.pdf?sequence=1)
- ISO 9001. (2015). Obtenido de <https://calidadgestion.wordpress.com/2013/12/09/principios-de-gestion-de-la-calidad-en-iso-90012015/>
- Jiménez, J. M. (2006). *monografias.com*. Recuperado el 25 de noviembre de 2014, de monografias.com: <http://www.monografias.com/trabajos41/formalizacion-pymes/formalizacion-pymes.shtml#probl>
- Kotler, P. (6 de octubre de 2010). *Revista Merca2.0*. Obtenido de Revista Merca2.0.: <http://www.merca20.com/philip-kotler-da-su-definicion-de-mercadotecnia/>
- Larepublica.pe*. (27 de Mayo de 2014). Obtenido de *Larepublica.pe*: <http://www.larepublica.pe/27-05-2014/cofide-apuesta-por-centro-de-desarrollo-empresarial-para-piura>

- Lefcovich, M. L. (2013). Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos14/satisf-consumidor/satisf-consumidor.shtml>
- Llanes Montes, A. (2011). *eumed.net*. Obtenido de eumed.net: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/893/Consideraciones%20teoricas%20acerca%20de%20las%20habilidades.htm>
- Loayza, N. (s.f.). *estudios econocmicos*. Recuperado el 25 de noviembre de 2014, de estudios econocmicos: <http://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Estudios-Economicos/15/Estudios-Economicos-15-3.pdf>
- Luna correa, j. (s.f.). Obtenido de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2013/jelc/competitividad.html>
- Maccarone, J. L. (2017). Obtenido de [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/62744/Documento\\_completo\\_\\_pdf-PDFA1b.pdf?sequence=1](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/62744/Documento_completo__pdf-PDFA1b.pdf?sequence=1)
- Manuel, A. V. (16 de octubre de 2008). *Concurso Versión Blogs "Historia de La Brea"*. Obtenido de Concurso Versión Blogs "Historia de La Brea": <http://concursolabrea4to3josepardo.blogspot.com/2008/10/distrito-la-brea-negritos.html>
- Masías, C. A. (diciembre de 2014). Recuperado el 21 de agosto de 2016, de [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2237/ING\\_549.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2237/ING_549.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Mathews, J. C. (2010). *COMPETITIVIDAD DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS (MYPES) ANTE EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO (TLC)*.
- Meza Yenni, m. k. (2014). Obtenido de <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/1527/MEZA%20MEZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Milenio, D. (2015). Obtenido de <http://www.milenio.com/opinion/varios-autores/universidad-tecnologica-del-valle-del-mezquital/competitividad-concepto-e-importancia>
- Monroy, V. I. (2011). Obtenido de [https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/6723/39670\\_ba%C3%B1os\\_ver%C3%B3nica.pdf?sequence=1](https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/6723/39670_ba%C3%B1os_ver%C3%B3nica.pdf?sequence=1)

- Montenegro, E. ((s.f) de (s.f) de (s.f))). *Fundapymes*. Recuperado el 19 de noviembre de 2014, de Fundapymes: <http://www.fundapymes.com/blog/que-es-una-pyme-financiamiento-para-pymes/#.VGxKPGGe-Jtw>
- Noe, M. y. (1997). *eumed.net*. Obtenido de eumed.net: <http://www.eumed.net/ce/2011b/jmgl.html>
- Paz, C. G. (s.f.). Obtenido de [http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1200/gestion\\_de\\_calidad\\_y\\_evolucion.html](http://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1200/gestion_de_calidad_y_evolucion.html)
- Peña, H. O. (abril de 2014). Obtenido de <http://132.248.9.195/ptd2014/febrero/400039444/400039444.pdf>
- Pérez Bengochea, V. (23 de setiembre de 2008). *degerencia.com*. Obtenido de degerencia.com: [http://www.degerencia.com/articulo/competitividad\\_empresa\\_un\\_nuevo\\_concepto](http://www.degerencia.com/articulo/competitividad_empresa_un_nuevo_concepto)
- Petrella, R. (1996). *iri.edu.ar*. Obtenido de iri.edu.ar: [http://www.iri.edu.ar/revistas/revista\\_dvd/revistas/R11/R11-LECT.html](http://www.iri.edu.ar/revistas/revista_dvd/revistas/R11/R11-LECT.html)
- Pianto, J. K. (2017). Obtenido de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/3055/Alvarez\\_PJK.pdf?sequence=1](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/3055/Alvarez_PJK.pdf?sequence=1)
- Porter, M. (2017). *Wed y empresas*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/la-ventaja-competitiva-segun-michael-porter/>
- Producción, L. D. (10 de Mayo de 2012). [http://www.rpp.com.pe/2012-05-10-mas-de-64-mil-mypes-se-registran-en-la-region-piura-noticia\\_480494.html](http://www.rpp.com.pe/2012-05-10-mas-de-64-mil-mypes-se-registran-en-la-region-piura-noticia_480494.html).
- Quintero, J. (11 de diciembre de 2011). Recuperado el 21 de agosto de 2016, de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS2788.pdf>
- Ramón Padilla, J. M. (05 de 2006). *eclac.cl*. Obtenido de eclac.cl: <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/6/24506/L690.pdf>
- Rios, M. E. (2014). Recuperado el 21 de agosto de 2016, de [http://dspace.unitru.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/UNITRU/1003/carranzarios\\_miriam.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.unitru.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/UNITRU/1003/carranzarios_miriam.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Riquelme, M. (2017). Obtenido de <https://www.webyempresas.com/la-competitividad-segun-michael-porter/>
- Rivera, J. A. (s.f.). <http://www.monografias.com/trabajos93/mypes-peru/mypes-peru.shtml>.
- Roman, M. (2016). Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1044/COMPETITIV>

- IDAD\_CAPACITACION\_%20ROMAN\_JIBAJA\_MARIA\_JESUS.pdf?sequence=1
- Romero, G. (10 de Abril de 2018). *pqs*. Obtenido de los emprendedores : <http://www.pqs.pe/economia/mypes-importancia-economia-peru>
- Sanchez, A. (1997). Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/68382538/Ventajas-y-desventajas-de-un-Sistema-de-Gestion-de-Calidad#scribd>
- Servajejan, M. (04 de 12 de 2010). *maitenaservajejan*. Obtenido de maitenaservajejan: <http://maitenaservajejan.wordpress.com/2010/12/04/competitividad-y-desarrollo-organizacional/>
- Siliceo. (2004). *clubensayo*. Obtenido de clubensayo: <http://clubensayos.com/Negocios/CAPACITACION-DE-PERSONAL-Y-OTROS/585832.html>
- Silvia, N. (21 de mayo de 2009). *empaques primarios como estrategia de competitividad para las MYPES exportadoras en América Latina*. Recuperado el 19 de noviembre de 2014, de [http://www.palermo.edu/dyc/maestria\\_diseno/pdf/tesis.completas/44.navia.pdf](http://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/44.navia.pdf)  
[http://www.palermo.edu/dyc/maestria\\_diseno/pdf/tesis.completas/44.navia.pdf](http://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/44.navia.pdf)
- Talara, M. P. (2013). *Plan de Gobierno*. Talara.
- Terrones, L. (ABRIL de 2013). *INEI*. Obtenido de INEI: [http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1093/Libro.pdf](http://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1093/Libro.pdf)
- Thompson, I. (2017). Obtenido de <https://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html>
- Tlarawed. (6 de junio de 2008). Obtenido de Tlarawed: <http://www.talaranoticias.blogspot.com/2008/06/mypes-se-capacitan-en-talara.html>
- Tovar, J. A. (2015). Obtenido de <http://eprints.ucm.es/29400/1/T35936.pdf>
- UDEP. (domingo 15 de mayo de 2011). *Mype: competitividad, investigación e innovación*.
- VERA, K. Y. (2016). Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3164/GESTION\\_COMPETIVIDAD\\_URCIA\\_VERA\\_KARINA\\_YVONNE.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3164/GESTION_COMPETIVIDAD_URCIA_VERA_KARINA_YVONNE.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Vergara, G. (30 de marzo de 2009). *mejoratugestion*. Obtenido de mejoratugestion: <http://mejoratugestion.com/mejora-tu-gestion/importancia-de-la-gestion-empresarial-y-profesional-en-mejora-tu-gestion/>

- VÍLCHEZ, M. E. (2016). Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1019/FORMALIZACION\\_GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_MASIAS\\_VILCHEZ\\_MARIA\\_ELIZABETH.pdf?sequence=1](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1019/FORMALIZACION_GESTION_DE_CALIDAD_MASIAS_VILCHEZ_MARIA_ELIZABETH.pdf?sequence=1)
- VILLANUEVA, R. M. (septiembre de 2015). Obtenido de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/62152/Font%20-%20Implantaci%C3%B3n%20del%20Sistema%20de%20Gesti%C3%B3n%20de%20Calidad%20seg%C3%BAn%20UNE%20en%20ISO%209001%3A2008.%20Fundaci%C3%B3n%20Luis%20....pdf?sequence=1>
- Villarreal Rosas, L. (5 de mayo de 2014). *monografias.com*. Obtenido de *monografias.com*: <http://www.monografias.com/trabajos29/importancia-capacitacion/importancia-capacitacion.shtml#objet>
- WIESE, M. I. (s.f.). *UNA MYPE CON CALIDAD*. MINISTERIO DE LA PRODUCCION.
- Yasmin, F. B. (2016). Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2972/CAPACITACION\\_COMPETITIVIDAD\\_FEIJOO\\_BARRETO\\_BESSABETH\\_YASMIN.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2972/CAPACITACION_COMPETITIVIDAD_FEIJOO_BARRETO_BESSABETH_YASMIN.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Yesica Huamani, M. A. (2017). Obtenido de [http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/6190/Huamani\\_ry.pdf?sequence=3](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/6190/Huamani_ry.pdf?sequence=3)
- ZAPATA, E. R. (2015). Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/768/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_MERCHANDISING\\_MARCHAN\\_ZAPATA\\_%20ERICKA\\_ROXAN\\_A.pdf?sequence=4](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/768/GESTION_DE_CALIDAD_MERCHANDISING_MARCHAN_ZAPATA_%20ERICKA_ROXAN_A.pdf?sequence=4)
- Zarazúa Vilchis, J. L. (1999). *Gestion y estrategia*. Obtenido de *Gestion y estrategia*: <http://www.azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num15/doc10.htm>
- Zupan Arispe, M. (28 de agosto de 2012). *El cristal roto*. Obtenido de *El cristal roto*: <http://elcristalroto.pe/regulatorio/proteccion-al-consumidor/la-definicion-actual-de-consumidor-segun-el-indecopi/>
- Zuta, M., & Wiese, A. (2009). *Una mype con calidad*. Lima.

# **ANEXOS**

## Anexo 1: Cuestionarios



### UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Buenos días/tardes, el presente cuestionario pretende recoger información de las MYPE para el desarrollo de la investigación denominada “CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES EN MANCORA, AÑO 2018”. Por lo cual, se le agradece marcar con un aspa (X) adecuadamente según su criterio dentro del paréntesis.

#### I. VARIABLE COMPETITIVIDAD

##### 1.1 Dimensión Aspectos determinantes de la competitividad

1. ¿Percibe que el éxito del restaurante depende de las habilidades y conocimientos del administrador de la MYPE?	SI ( ) NO ( )
2. ¿Para usted las estrategias de restaurante permite atraer mayor demanda al cliente?	SI ( ) NO ( )
3. ¿Percibe que el restaurante innova en sus comidas o en su infraestructura frente a la competencia?	SI ( ) NO ( )
4. ¿Considera que el restaurante brinda un valor agregado en el servicio de atención al cliente?	SI ( ) NO ( )
5. ¿El restaurante utiliza redes sociales o páginas web para promocionar su restaurante?	SI ( ) NO ( )
6. ¿Cuándo solicita algún plato o comida siempre está disponible?	SI ( ) NO ( )
7. ¿Los trabajadores se esfuerzan por brindar una adecuada atención al cliente?	SI ( ) NO ( )

##### 1.2 Dimensión Ventajas competitivas

8. ¿Para usted los precios de la carta se encuentran acorde al sector de restaurantes?	SI ( ) NO ( )
9. ¿Considera que los precios están acorde con la calidad de los insumos de los platos?	SI ( ) NO ( )
10. ¿Los restaurantes ofrecen algún plato que no ofrece la competencia?	SI ( ) NO ( )
11. ¿Para usted, el servicio recibido en la atención de los restaurantes es resaltante entre unos y otros?	SI ( ) NO ( )
12. ¿Considera que los restaurantes se han especializado en algún tipo de platos (criollos, gourmet, etc.)?	SI ( ) NO ( )
13. ¿La carta de los restaurantes contiene menús ejecutivos?	SI ( ) NO ( )



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Buenos días/tardes, el presente cuestionario pretende recoger información de las MYPE para el desarrollo de la investigación denominada “CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES EN MANCORA, AÑO 2018”. Por lo cual, se le agradece marcar con un aspa (X) adecuadamente según su criterio dentro del paréntesis.

**I. VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD**

**1.1 Dimensión Funciones necesarias para la gestión de calidad**

1. ¿Considera que las MYPE rubro restaurantes tienen conocimiento del entorno para fortalecer su negocio?	SI ( ) NO ( )
2. ¿Para usted, el personal de los restaurantes realizan sus funciones de manera eficaz?	SI ( ) NO ( )
3. ¿Se evidencia que los trabajadores se encuentran motivados en realizar sus actividades?	SI ( ) NO ( )
4. ¿Observa un desempeño adecuado por parte del personal del restaurante?	SI ( ) NO ( )
5. ¿Le han evaluado sobre su satisfacción del servicio en las MYPE rubro restaurantes?	SI ( ) NO ( )

**1.2 Dimensión Principios de la gestión de calidad**

6. ¿La MYPE rubro restaurante cumple sus expectativas y satisface sus necesidades?	SI ( ) NO ( )
7. ¿Evidencia que las MYPE rubro restaurantes mantienen un ambiente interno laboral adecuado?	SI ( ) NO ( )
8. ¿Para usted los trabajadores de las MYPE rubro restaurantes están comprometidos con sus funciones o actividades de trabajo?	SI ( ) NO ( )
9. ¿Considera que el personal de las MYPE rubro restaurantes cuentan con habilidades y conocimientos para desempeñarse adecuadamente?	SI ( ) NO ( )
10. ¿Considera que los trabajadores de las MYPE utilizan adecuadamente los recursos para el servicio al cliente?	SI ( ) NO ( )
11. ¿Para usted el desempeño global de la MYPE ha mejorado	SI ( )

respecto a atenciones anteriores?	NO ( )
12. ¿El personal de atención consulta a su superior antes de tomar alguna decisión ante cualquier eventualidad?	SI ( ) NO ( )
13. ¿Considera que el personal del restaurante se esfuerza por fidelizar al cliente?	SI ( ) NO ( )
14. ¿Según su percepción las MYPE rubro restaurantes cumplen con las políticas o normativas de instituciones que rigen al sector restauración?	SI ( ) NO ( )

## Anexo 2: Validaciones

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Alejo Orlando Apica Clavijo, identificado con DNI 02786302, con el grado de Magíster en DOCENCIA UNIVERSITARIA

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: CUESTIONARIO, elaborado por la estudiante BETTY ELIZABETH MENDOZA CRUZ, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES EN MANCORA, AÑO 2018", que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

  
ALEJO ORLANDO APICA CLAVIJO  
D. S. I. 02786302  
CLAV - 00845

Piura, SEPTIEMBRE 2018.

Ítems relacionados con Competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aqiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SI / NO
1. ¿Percibe que el éxito del restaurante depende de las habilidades y conocimientos del administrador de la MYPE?	✓			✓		✓	SI ( ) NO ( x )
2. ¿Considera que las estrategias que aplica el restaurante atraen la mayor cantidad de clientes?	✓			✓		✓	SI ( ) NO ( x )
3. ¿Percibe que el restaurante innova en sus comidas o en su infraestructura frente a la competencia?	✓			✓		✓	SI ( ) NO ( x )
4. ¿Considera que el restaurante brinda un valor agregado en el servicio de atención al cliente?	✓			✓		✓	SI ( ) NO ( x )
5. ¿El restaurante utiliza redes sociales o páginas web para promocionar su restaurante?	✓			✓		✓	SI ( ) NO ( x )
6. ¿Cuándo solicita algún plato o comida siempre está disponible?	✓			✓		✓	SI ( ) NO ( x )
7. ¿Considera que los insumos de los platos son de calidad?	✓			✓		✓	SI ( ) NO ( x )
8. ¿Los trabajadores se esfuerzan por brindar una adecuada atención al cliente?	✓			✓		✓	SI ( ) NO ( x )
9. ¿Para usted los precios de la carta se encuentran acorde al sector de restaurantes?	✓			✓		✓	SI ( ) NO ( x )
10. ¿Considera que los precios están acorde con la calidad de los insumos de los platos?	✓			✓		✓	SI ( ) NO ( x )
11. ¿Los restaurantes ofrecen algún plato que no ofrece la competencia?	✓			✓		✓	SI ( ) NO ( x )
12. ¿Para usted, el servicio recibido en la atención de los restaurantes es resaltante entre unos y otros?	✓			✓		✓	SI ( ) NO ( x )

  
 D. LIC. ANGELO CLAVIO HUACAPOLANCO  
 D. N. I. 02789936  
 LLAD - 00840

13. ¿Considera que los restaurantes se han especializado en algún tipo de platos (criollos, gourmet, etc.)?	/						SI ( ) NO (✓)
14. ¿La carta de los restaurantes contiene menús ejecutivos?	✓						SI ( ) NO (✓)

  
 M.C. ANA CLAUDIO RECIO DELgado  
 D.S.J. 02786102  
 CLAD - 00845

Ítems relacionados con Gestión de Calidad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aqiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SI / NO
1. ¿Considera que las MYPE rubro restaurantes tienen conocimiento del entorno para fortalecer su negocio?	✓			✓		✓	SI ( ) NO ( x )
2. ¿Para usted, el personal de los restaurantes realizan sus funciones de manera eficaz?	✓			✓		✓	SI ( ) NO ( x )
3. ¿Se evidencia que los trabajadores se encuentran motivados en realizar sus actividades?	✓			✓		✓	SI ( ) NO ( x )
4. ¿Observa un desempeño adecuado por parte del personal del restaurante?	✓			✓		✓	SI ( ) NO ( x )
5. ¿Le han evaluado sobre su satisfacción del servicio en las MYPE rubro restaurantes?	✓			✓		✓	SI ( ) NO ( x )
6. ¿La MYPE rubro restaurante cumple sus expectativas y satisface sus necesidades?	✓			✓		✓	SI ( ) NO ( x )
7. ¿Evidencia que las MYPE rubro restaurantes mantienen un ambiente interno laboral adecuado?	✓			✓		✓	SI ( ) NO ( x )
8. ¿Para usted los trabajadores de las MYPE rubro restaurantes están comprometidos con sus funciones o actividades de trabajo?	✓			✓		✓	SI ( ) NO ( x )
9. ¿Considera que el personal de las MYPE rubro restaurantes cuentan con habilidades y conocimientos para desempeñarse adecuadamente?	✓			✓		✓	SI ( ) NO ( x )
10. ¿Considera que los trabajadores de las MYPE utilizan adecuadamente los recursos para el servicio al cliente?	✓			✓		✓	SI ( ) NO ( x )
11. ¿Para usted el desempeño global de la MYPE ha mejorado	✓			✓		✓	SI ( )

  
 INSTITUCIÓN DE INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS  
 DE LA ESCUELA TÉCNICA SUPERIOR DE INGENIEROS DE TELECOMUNICACIONES  
 D.N.I. 02780302  
 CLAD - 60616

respecto a atenciones anteriores?							NO ( x )
12. ¿El personal de atención consulta a su superior antes de tomar alguna decisión ante cualquier eventualidad?	✓						SI ( ) NO ( x )
13. ¿Considera que el personal del restaurante se esfuerza por fidelizar al cliente?	✓						SI ( ) NO ( x )
14. ¿Según su percepción las MYPE rubro restaurantes cumplen con las políticas o normativas de instituciones que rigen al sector restauración?	✓						SI ( ) NO ( x )

  
 LE. ARIEL CLAUDIO ESCOBAR  
 D.N.I. 82786008  
 CLAD - 09846

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Ricardo Bayona Espinoza, identificado  
con DNI 02683992, con el grado de Magister en GESTIÓN  
EMPRESARIAL

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los)  
instrumento (s) de recolección de datos: QUESTIONARIO, elaborado por la  
estudiante BETTY ELIZABETH MENDOZA CRUZ, para efecto de su aplicación a los  
sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación:  
"CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y GESTIÓN DE CALIDAD EN  
LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES EN MANCORA, AÑO 2018", que se encuentra  
realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las  
observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

  
LCIDE  
Dr. Ricardo Bayona Espinoza  
Magister de Comercio

Piura, SEPTIEMBRE 2018.

Ítems relacionados con Competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aulescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SI / NO
1. ¿Percibe que el éxito del restaurante depende de las habilidades y conocimientos del administrador de la MYPE?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( x )
2. ¿Considera que las estrategias que aplica el restaurante atraen la mayor cantidad de clientes?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( x )
3. ¿Percibe que el restaurante innova en sus comidas o en su infraestructura frente a la competencia?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( x )
4. ¿Considera que el restaurante brinda un valor agregado en el servicio de atención al cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( x )
5. ¿El restaurante utiliza, redes sociales o páginas web para promocionar su restaurante?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( x )
6. ¿Cuándo solicita algún plato o comida siempre está disponible?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( x )
7. ¿Considera que los insumos de los platos son de calidad?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( x )
8. ¿Los trabajadores se esfuerzan por brindar una adecuada atención al cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( x )
9. ¿Para usted los precios de la carta se encuentran acorde al sector de restaurantes?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( x )
10. ¿Considera que los precios están acorde con la calidad de los insumos de los platos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( x )
11. ¿Los restaurantes ofrecen algún plato que no ofrece la competencia?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( x )
12. ¿Para usted, el servicio recibido en la atención de los restaurantes es resaltante entre unos y otros?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( x )

13. ¿Considera que los restaurantes se han especializado en algún tipo de platos (criollos, gourmet, etc.)?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( x )
14. ¿La carta de los restaurantes contiene menús ejecutivos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( x )

  
 Dr. Ricardo Balleza Espinosa  
 COORDINADOR DE PROYECTO



Ítems relacionados con Gestión de Calidad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto? SI / NO
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿Considera que las MYPE rubro restaurantes tienen conocimiento del entorno para fortalecer su negocio?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( X )
2. ¿Para usted, el personal de los restaurantes realizan sus funciones de manera eficaz?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( X )
3. ¿Se evidencia que los trabajadores se encuentran motivados en realizar sus actividades?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( X )
4. ¿Observa un desempeño adecuado por parte del personal del restaurante?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( X )
5. ¿Le han evaluado sobre su satisfacción del servicio en las MYPE rubro restaurantes?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( X )
6. ¿La MYPE rubro restaurante cumple sus expectativas y satisface sus necesidades?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( X )
7. ¿Evidencia que las MYPE rubro restaurantes mantienen un ambiente interno laboral adecuado?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( X )
8. ¿Para usted los trabajadores de las MYPE rubro restaurantes están comprometidos con sus funciones o actividades de trabajo?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( X )
9. ¿Considera que el personal de las MYPE rubro restaurantes cuentan con habilidades y conocimientos para desempeñarse adecuadamente?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( X )
10. ¿Considera que los trabajadores de las MYPE utilizan adecuadamente los recursos para el servicio al cliente?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( X )
11. ¿Para usted el desempeño global de la MYPE ha mejorado?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO ( X )

respecto a atenciones anteriores?							NO (x )
12. ¿El personal de atención consulta a su superior antes de tomar alguna decisión ante cualquier eventualidad?	✓			✓		✓	SI ( ) NO (x )
13. ¿Considera que el personal del restaurante se esfuerza por fidelizar al cliente?	✓			✓		✓	SI ( ) NO (x )
14. ¿Según su percepción las MYPE rubro restaurantes cumplen con las políticas o normativas de instituciones que rigen al sector restauración?	✓			✓		✓	SI ( ) NO (x )

**ILCIDE**

Dr. Ricardo Bagnato  
GERENTE DE PROYECTOS



### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, MANUEL GERARDO MERINO HIDROVOTO, identificado con DNI 02659233, con el grado de Magister en Ciencias Políticas - Licenciado en Administración.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: CUESTIONARIO, elaborado por la estudiante BETTY ELIZABETH MENDOZA CRUZ, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "CARACTERIZACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD Y GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES EN MANCORA, AÑO 2018", que se encuentra realizando.

Luego de hacer la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar sus resultados.

  
Mg. Lic. Mgr. Manuel G. Merino Hidrovoto  
CLAD 05882

Piura, SEPTIEMBRE 2018.

Ítems relacionados con Competitividad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aulescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ / NO
1. ¿Percibe que el éxito del restaurante depende de las habilidades y conocimientos del administrador de la MYPE?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
2. ¿Considera que las estrategias que aplica el restaurante atraen la mayor cantidad de clientes?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
3. ¿Percibe que el restaurante innova en sus comidas o en su infraestructura frente a la competencia?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
4. ¿Considera que el restaurante brinda un valor agregado en el servicio de atención al cliente?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
5. ¿El restaurante utiliza redes sociales o páginas web para promocionar su restaurante?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
6. ¿Cuándo solicita algún plato o comida siempre está disponible?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
7. ¿Considera que los insumos de los platos son de calidad?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
8. ¿Los trabajadores se esfuerzan por brindar una adecuada atención al cliente?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
9. ¿Para usted los precios de la carta se encuentran acorde al sector de restaurantes?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
10. ¿Considera que los precios están acorde con la calidad de los insumos de los platos?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
11. ¿Los restaurantes ofrecen algún plato que no ofrece la competencia?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
12. ¿Para usted, el servicio recibido en la atención de los restaurantes es resaltante entre unos y otros?	X			X		X	SI ( ) NO (X)

*Cajide*

Nº. 10. Acta No. 01 del 2019  
CLAO 00002

13. ¿Considera que los restaurantes se han especializado en algún tipo de platos (criollos, gourmet, etc.)?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO (X)
14. ¿La carta de los restaurantes contiene menús ejecutivos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	SI ( ) NO (X)

*Copy*

Ing. Lic. Adm. Manuel G. Mazon Hinojosa  
CLAO 04882

Ítems relacionados con Gestión de Calidad	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SI / NO
1. ¿Considera que las MYPE rubro restaurantes tienen conocimiento del entorno para fortalecer su negocio?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
2. ¿Para usted, el personal de los restaurantes realizan sus funciones de manera eficaz?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
3. ¿Se evidencia que los trabajadores se encuentran motivados en realizar sus actividades?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
4. ¿Observa un desempeño adecuado por parte del personal del restaurante?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
5. ¿Le han evaluado sobre su satisfacción del servicio en las MYPE rubro restaurantes?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
6. ¿La MYPE rubro restaurante cumple sus expectativas y satisface sus necesidades?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
7. ¿Evidencia que las MYPE rubro restaurantes mantienen un ambiente interno laboral adecuado?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
8. ¿Para usted los trabajadores de las MYPE rubro restaurantes están comprometidos con sus funciones o actividades de trabajo?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
9. ¿Considera que el personal de las MYPE rubro restaurantes cuentan con habilidades y conocimientos para desempeñarse adecuadamente?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
10. ¿Considera que los trabajadores de las MYPE utilizan adecuadamente los recursos para el servicio al cliente?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
11. ¿Para usted el desempeño global de la MYPE ha mejorado	X			X		X	SI (X)

  
 Mg. Lic. Adm. Manuel G. Méndez Hernández  
 CLAD 05862

respecto a atenciones anteriores?							NO ( )
12. ¿El personal de atención consulta a su superior antes de tomar alguna decisión ante cualquier eventualidad?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
13. ¿Considera que el personal del restaurante se esfuerza por fidelizar al cliente?	X			X		X	SI ( ) NO (X)
14. ¿Según su percepción las MYPE rubro restaurantes cumplen con las políticas o normativas de instituciones que rigen al sector restauración?	X			X		X	SI ( ) NO (X)

*Cepilo*

Mg. Lic. Adm. Marcel G. Moreno Hernández  
CLAD 09/802

**Anexo 3: Solicitudes a MYPE**

**“AÑO DEL DIÁLOGO Y LA RECONCILIACIÓN NACIONAL”**

**SOLICITO:** Autorización para ejecutar encuestas

Piura, setiembre de 2018

Señor: GERENTE DEL RESTAURANTE "EL ESPADA"  
Gerente General

De mi mayor consideración:

Por medio de la presente, me dirijo a usted muy respetuosamente para solicitarle autorización y apoyo para el desarrollo de una investigación, la misma que es un requisito para obtener mi Título de la Carrera de Administración, de la Universidad Los Ángeles de Chimbote (ULDECH). Los detalles del trabajo a realizar para esta asignatura consisten en la elaboración de dos informes donde se ejecutará un Diagnóstico General de su organización y aplicación de encuestas para la obtención de datos que nos ayudarán a resolver nuestras interrogantes.

Esperando que usted acepte mi solicitud, me comprometo a cumplir con todos los reglamentos, horarios de trabajo que podemos acordar entre partes y sobre todo contribuir con aportes técnicos de mi formación en beneficio de su organización.

Sin otro particular, lo saludo cordialmente,

Atentamente.



---

BETTY MENDOZA CRUZ

DNI: 72625366

Recepción.  
Rubus  
47002962.

“AÑO DEL DIÁLOGO Y LA RECONCILIACIÓN NACIONAL”

**SOLICITO:** Autorización para ejecutar encuestas

Piura, setiembre de 2018

**Señor: GERENTE DEL RESTAURANTE “LA SIRENA DE JUAN”**

De mi mayor consideración:

Por medio de la presente, me dirijo a usted muy respetuosamente para solicitarle autorización y apoyo para el desarrollo de una investigación, la misma que es un requisito para obtener mi Título de la Carrera de Administración, de la Universidad Los Ángeles de Chimbote (ULDECH). Los detalles del trabajo a realizar para esta asignatura consisten en la elaboración de dos informes donde se ejecutará un Diagnóstico General de su organización y aplicación de encuestas para la obtención de datos que nos ayudarán a resolver nuestras interrogantes.

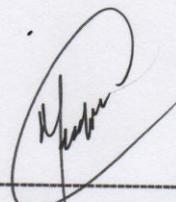
Esperando que usted acepte mi solicitud, me comprometo a cumplir con todos los reglamentos, horarios de trabajo que podemos acordar entre partes y sobre todo contribuir con aportes técnicos de mi formación en beneficio de su organización.

Sin otro particular, lo saludo cordialmente,

Atentamente.

*Recepción:*  
*Paula*

PAULA VILLANUEVA  
36.123.139

  
BETTY MENDOZA CRUZ

DNI: 72625366

“AÑO DEL DIÁLOGO Y LA RECONCILIACIÓN NACIONAL”

**SOLICITO:** Autorización para ejecutar encuestas

Piura, setiembre de 2018

**Señor:** GERENTE DEL RESTAURANTE “EL AJI”

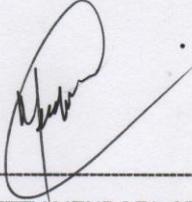
De mi mayor consideración:

Por medio de la presente, me dirijo a usted muy respetuosamente para solicitarle autorización y apoyo para el desarrollo de una investigación, la misma que es un requisito para obtener mi Título de la Carrera de Administración, de la Universidad Los Ángeles de Chimbote (ULDECH). Los detalles del trabajo a realizar para esta asignatura consisten en la elaboración de dos informes donde se ejecutará un Diagnóstico General de su organización y aplicación de encuestas para la obtención de datos que nos ayudarán a resolver nuestras interrogantes.

Esperando que usted acepte mi solicitud, me comprometo a cumplir con todos los reglamentos, horarios de trabajo que podemos acordar entre partes y sobre todo contribuir con aportes técnicos de mi formación en beneficio de su organización.

Sin otro particular, lo saludo cordialmente,

Atentamente.



---

BETTY MENDOZA CRUZ

DNI: 72625366

“AÑO DEL DIÁLOGO Y LA RECONCILIACIÓN NACIONAL”

**SOLICITO:** Autorización para ejecutar encuestas

Piura, setiembre de 2018

**Señor: GERENTE DEL RESTAURANTE “CUSIN AMORE”**

De mi mayor consideración:

Por medio de la presente, me dirijo a usted muy respetuosamente para solicitarle autorización y apoyo para el desarrollo de una investigación, la misma que es un requisito para obtener mi Título de la Carrera de Administración, de la Universidad Los Ángeles de Chimbote (ULDECH). Los detalles del trabajo a realizar para esta asignatura consisten en la elaboración de dos informes donde se ejecutará un Diagnóstico General de su organización y aplicación de encuestas para la obtención de datos que nos ayudarán a resolver nuestras interrogantes.

Esperando que usted acepte mi solicitud, me comprometo a cumplir con todos los reglamentos, horarios de trabajo que podemos acordar entre partes y sobre todo contribuir con aportes técnicos de mi formación en beneficio de su organización.

Sin otro particular, lo saludo cordialmente,

Atentamente.



---

BETTY MENDOZA CRUZ

DNI: 72625366



Jelena Morquecho  
46724571

“AÑO DEL DIÁLOGO Y LA RECONCILIACIÓN NACIONAL”

**SOLICITO:** Autorización para ejecutar encuestas

Piura, setiembre de 2018

**Señor: GERENTE DEL RESTAURANTE “LOS DELFINES”**

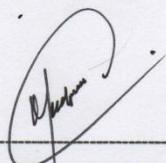
De mi mayor consideración:

Por medio de la presente, me dirijo a usted muy respetuosamente para solicitarle autorización y apoyo para el desarrollo de una investigación, la misma que es un requisito para obtener mi Título de la Carrera de Administración, de la Universidad Los Ángeles de Chimbote (ULDECH). Los detalles del trabajo a realizar para esta asignatura consisten en la elaboración de dos informes donde se ejecutará un Diagnóstico General de su organización y aplicación de encuestas para la obtención de datos que nos ayudarán a resolver nuestras interrogantes.

Esperando que usted acepte mi solicitud, me comprometo a cumplir con todos los reglamentos, horarios de trabajo que podemos acordar entre partes y sobre todo contribuir con aportes técnicos de mi formación en beneficio de su organización.

Sin otro particular, lo saludo cordialmente,

Atentamente.



BETTY MENDOZA CRUZ

DNI: 72625366

*Recepción:*

*Francisco Nola Villegas  
00372600.*

“AÑO DEL DIÁLOGO Y LA RECONCILIACIÓN NACIONAL”

**SOLICITO:** Autorización para ejecutar encuestas

Piura, setiembre de 2018

Señor: GERENTE DEL RESTAURANTE “LAS GEMELITAS”

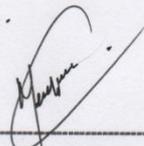
De mi mayor consideración:

Por medio de la presente, me dirijo a usted muy respetuosamente para solicitarle autorización y apoyo para el desarrollo de una investigación, la misma que es un requisito para obtener mi Título de la Carrera de Administración, de la Universidad Los Ángeles de Chimbote (ULDECH). Los detalles del trabajo a realizar para esta asignatura consisten en la elaboración de dos informes donde se ejecutará un Diagnóstico General de su organización y aplicación de encuestas para la obtención de datos que nos ayudarán a resolver nuestras interrogantes.

Esperando que usted acepte mi solicitud, me comprometo a cumplir con todos los reglamentos, horarios de trabajo que podemos acordar entre partes y sobre todo contribuir con aportes técnicos de mi formación en beneficio de su organización.

Sin otro particular, lo saludo cordialmente,

Atentamente.

  
BETTY MENDOZA CRUZ

DNI: 72625366

Goo da no  Zapata U  
03869129

“AÑO DEL DIÁLOGO Y LA RECONCILIACIÓN NACIONAL”

**SOLICITO:** Autorización para ejecutar encuestas

Piura, setiembre de 2018

**Señor: GERENTE DEL RESTAURANTE “JASUSI”**

De mi mayor consideración:

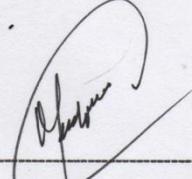
Por medio de la presente, me dirijo a usted muy respetuosamente para solicitarle autorización y apoyo para el desarrollo de una investigación, la misma que es un requisito para obtener mi Título de la Carrera de Administración, de la Universidad Los Ángeles de Chimbote (ULDECH). Los detalles del trabajo a realizar para esta asignatura consisten en la elaboración de dos informes donde se ejecutará un Diagnóstico General de su organización y aplicación de encuestas para la obtención de datos que nos ayudarán a resolver nuestras interrogantes.

Esperando que usted acepte mi solicitud, me comprometo a cumplir con todos los reglamentos, horarios de trabajo que podemos acordar entre partes y sobre todo contribuir con aportes técnicos de mi formación en beneficio de su organización.

Sin otro particular, lo saludo cordialmente,

Atentamente.

  
VAFR  
44632385.

  
BETTY MENDOZA CRUZ  
DNI: 72625366

“AÑO DEL DIÁLOGO Y LA RECONCILIACIÓN NACIONAL”

**SOLICITO:** Autorización para ejecutar encuestas

Piura, setiembre de 2018

Señor: GERENTE DEL RESTAURANTE RINCONCITO AFROSIACO  
Gerente General

De mi mayor consideración:

Por medio de la presente, me dirijo a usted muy respetuosamente para solicitarle autorización y apoyo para el desarrollo de una investigación, la misma que es un requisito para obtener mi Título de la Carrera de Administración, de la Universidad Los Ángeles de Chimbote (ULDECH). Los detalles del trabajo a realizar para esta asignatura consisten en la elaboración de dos informes donde se ejecutará un Diagnóstico General de su organización y aplicación de encuestas para la obtención de datos que nos ayudarán a resolver nuestras interrogantes.

Esperando que usted acepte mi solicitud, me comprometo a cumplir con todos los reglamentos, horarios de trabajo que podemos acordar entre partes y sobre todo contribuir con aportes técnicos de mi formación en beneficio de su organización.

Sin otro particular, lo saludo cordialmente,

Atentamente.



---

BETTY MENDOZA CRUZ

DNI: 72625366

“AÑO DEL DIÁLOGO Y LA RECONCILIACIÓN NACIONAL”

**SOLICITO:** Autorización para ejecutar encuestas

Piura, setiembre de 2018

**Señor: GERENTE DEL RESTAURANTE “HERMANOS LAMA”**

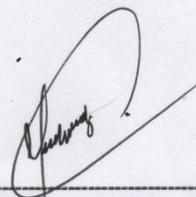
De mi mayor consideración:

Por medio de la presente, me dirijo a usted muy respetuosamente para solicitarle autorización y apoyo para el desarrollo de una investigación, la misma que es un requisito para obtener mi Título de la Carrera de Administración, de la Universidad Los Ángeles de Chimbote (ULDECH). Los detalles del trabajo a realizar para esta asignatura consisten en la elaboración de dos informes donde se ejecutará un Diagnóstico General de su organización y aplicación de encuestas para la obtención de datos que nos ayudarán a resolver nuestras interrogantes.

Esperando que usted acepte mi solicitud, me comprometo a cumplir con todos los reglamentos, horarios de trabajo que podemos acordar entre partes y sobre todo contribuir con aportes técnicos de mi formación en beneficio de su organización.

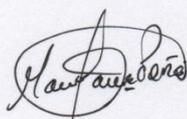
Sin otro particular, lo saludo cordialmente,

Atentamente.



BETTY MENDOZA CRUZ

DNI: 72625366



48249863.

## Anexo 4: Codificaciones

### VARIABLE COMPETITIVIDAD

	Variable Competitividad																				Sumat oria	
	Cientes	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	C14	C15	C16	C17	C18	C19		C20
Habilidades y conocimientos de administrador	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20
	No																					0
Estrategias adecuadas	Si	1	1						1					1			1					5
	No			2	2	2	2	2		2	2	2	2		2	2		2	2	2	2	15
Innovación del restaurante	Si	1	1	1	1				1					1			1					7
	No					2	2	2		2	2	2	2		2	2		2	2	2	2	13
Valor agregado en servicio	Si	1	1	1	1				1					1								6
	No					2	2	2		2	2	2	2		2	2	2	2	2	2	2	14
Utilización tecnológica en redes	Si	1	1	1	1									1			1					6
	No					2	2	2	2	2	2	2	2		2	2		2	2	2	2	14
Disponibilidad de insumos	Si	1	1		1					1				1			1					6
	No			2		2	2	2	2		2	2	2		2	2		2	2	2	2	14
Servicio al cliente adecuado	Si	1	1		1				1	1							1					6
	No			2		2	2	2			2	2	2	2	2	2		2	2	2	2	14
Precios acorde al mercado	Si									1		1	1				1					4
	No	2	2	2	2	2	2	2	2		2			2	2	2		2	2	2	2	16
Precios en relación a la calidad	Si	1	1				1		1	1							1					6
	No			2	2	2		2			2	2	2	2	2	2		2	2	2	2	14
Diferenciación en la carta	Si																1					1
	No	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		1	1	1	1	19
Diferenciación en el servicio	Si	1	1				1			1		1	1				1					7
	No			2	2	2		2	2		2			2	2	2		2	2	2	2	13

Especialidad en la carta	Si											1					1					2
	No	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		2	2	2	2		2	2	2	2	18
Menú en la carta	Si	1	1					1	1	1			1						1			7
	No			2	2	2	2				2	2		2	2	2	2	2		2	2	13
	Variable Competitividad																					
	Cientes	C21	C22	C23	C24	C25	C26	C27	C28	C29	C30	C31	C32	C33	C34	C35	C36	C37	C38	C39	C40	Sumatoria
Habilidades y conocimientos de administrador	Si		1	1									1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
	No	2			2	2	2	2	2	2	2	2										9
Estrategias adecuadas	Si		1	1	1							1								1		5
	No	2				2	2	2	2	2	2		2	2	2	2	2	2	2		2	15
Innovación del restaurante	Si	1	1	1	1				1		1	1								1		8
	No					2	2	2		2			2	2	2	2	2	2	2		2	12
Valor agregado en servicio	Si	1		1	1	1		1	1		1	1								1		9
	No		2				2			2			2	2	2	2	2	2	2		2	11
Utilización tecnológica en redes	Si	1		1	1			1	1		1	1								1		8
	No		2			2	2			2			2	2	2	2	2	2	2		2	12
Disponibilidad de insumos	Si	1		1	1	1		1				1								1		7
	No		2				2		2	2	2		2	2	2	2	2	2	2		2	13
Calidad de insumos	Si	1		1	1	1	1				1	1								1	1	9
	No		2					2	2	2			2	2	2	2	2	2	2			11
Servicio al cliente adecuado	Si	1		1	1	1					1	1								1	1	8
	No		2				2	2	2	2			2	2	2	2	2	2	2			12
Precios acorde al mercado	Si																		1		1	3
	No	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		2			17
Precios en relación a la calidad	Si	1	1		1	1						1		1				1			1	8
	No			2			2	2	2	2	2		2		2	2	2		2	2		12
Diferenciación en la carta	Si													1				1			1	3

	No	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	17
Diferenciación en el servicio	Si	1			1			1		1	1	1		1				1			1	9
	No		2	2		2	2		2				2		2	2	2		2	2		11
Especialidad en la carta	Si	1			1					1	1	1		1	1			1		1	1	10
	No		2	2		2	2	2	2				2			2	2		2			10
Menú en la carta	Si																			1	1	2
	No	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
	Variable Competitividad																					
	Cientes	C41	C42	C43	C44	C45	C46	C47	C48	C49	C50	C51	C52	C53	C54	C55	C56	C57	C58	C59	C60	Sumatoria
Habilidades y conocimientos de administrador	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	19
	No																	2				1
Estrategias adecuadas	Si															1					1	2
	No	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		2	2	2	2		18
Innovación del restaurante	Si															1					1	2
	No	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		2	2	2	2		18
Valor agregado en servicio	Si															1					1	2
	No	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		2	2	2	2		18
Utilización tecnológica en redes	Si															1					1	2
	No	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		2	2	2	2		18
Disponibilidad de insumos	Si															1					1	2
	No	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		2	2	2	2		18
Calidad de insumos	Si	1														1	1	1			1	5
	No		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2				2	2		15
Servicio al cliente adecuado	Si	1											1				1	1			1	5
	No		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		2	2	2			2	2		15
Precios acorde al mercado	Si	1					1	1			1		1			1	1	1		1	1	10
	No		2	2	2	2			2	2		2		2	2				2			10

Precios en relación a la calidad	Si	1				1		1			1		1			1	1			1	1	9
	No		2	2	2		2		2	2		2		2	2			2	2			11
Diferenciación en la carta	Si																1				1	2
	No	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		2	2	2	18
Diferenciación en el servicio	Si					1		1			1		1			1	1			1	1	8
	No	2	2	2	2		2		2	2		2		2	2			2	2			12
Especialidad en la carta	Si					1		1					1			1	1	1		1	1	8
	No	2	2	2	2		2		2	2	2	2		2	2				2			12
Menú en la carta	Si																1	1	1	1	1	5
	No	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		2			16
	Variable Competitividad																					
	Cientes	C61	C62	C63	C64	C65	C66	C67	C68	C69	C70	C71	C72	C73	C74	C75	C76	C77	C78	C79	C80	Sumatoria
Habilidades y conocimientos de administrador	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		1	1	1	19
	No																	2				1
Estrategias adecuadas	Si																1					1
	No	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		2	2	2	2	19
Innovación del restaurante	Si									1			1		1		1					4
	No	2	2	2	2	2	2	2	2		2	2		2		2		2	2	2	2	16
Valor agregado en servicio	Si									1		1	1		1		1	1			1	7
	No	2	2	2	2	2	2	2	2		2			2		2			2	2		13
Utilización tecnológica en redes	Si									1		1	1		1		1	1			1	7
	No	2	2	2	2	2	2	2	2		2			2		2			2	2		13
Disponibilidad de insumos	Si									1		1					1			1	1	5
	No	2	2	2	2	2	2	2	2		2		2	2	2	2		2	2			15
Calidad de insumos	Si									1		1		1			1			1	1	6
	No	2	2	2	2	2	2	2	2		2		2		2	2		2	2			14
Servicio al cliente adecuado	Si									1		1		1		1	1	1	1	1	1	9

	No	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	11
Precios acorde al mercado	Si	1			1	1	1					1				1	1		1	1	1	10
	No		2	2				2	2	2	2		2	2	2			2				10
Precios en relación a la calidad	Si	1			1	1	1				1	1				1	1		1	1	1	11
	No		2	2				2	2	2			2	2	2			2				9
Diferenciación en la carta	Si	1			1	1	1				1	1		1		1	1		1	1	1	12
	No		2	2				2	2	2			2		2			2				8
Diferenciación en el servicio	Si	1			1	1	1				1	1		1		1	1		1	1		11
	No		2	2				2	2	2			2		2			2			2	9
Especialidad en la carta	Si	1			1	1	1				1	1		1	1	1	1		1	1		12
	No		2	2				2	2	2			2					2			2	8
Menú en la carta	Si						1	1		1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	12
	No	2	2	2	2	2			2				2									8
	Variable Competitividad																					
	Cientes	C81	C82	C83	C84	C85	C86	C87	C88	C89	C90	C91	C92	C93	C94	C95	C96	C97	C98	C99	C 100	Sumat oria
Habilidades y conocimientos de administrador	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1				1	1	1	1	1		16
	No												2	2	2						2	4
Estrategias adecuadas	Si							1	1	1	1	1						1	1	1		8
	No	2	2	2	2	2	2						2	2	2	2	2				2	12
Innovación del restaurante	Si						1	1	1	1	1	1						1		1		8
	No	2	2	2	2	2							2	2	2	2	2		2		2	12
Valor agregado en servicio	Si						1	1	1	1	1	1						1	1	1		9
	No	2	2	2	2	2							2	2	2	2	2				2	11
Utilización tecnológica en redes	Si	1					1	1	1	1	1	1						1	1	1		10
	No		2	2	2	2							2	2	2	2	2				2	10
Disponibilidad de insumos	Si	1				1	1	1	1	1	1	1						1	1	1		11
	No		2	2	2								2	2	2	2	2				2	9

Calidad de insumos	Si	1				1	1	1	1	1	1	1	1			1		1	1	1		12		
	No		2	2	2								2	2	2		2				2	8		
Servicio al cliente adecuado	Si	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19	
	No				2																	1		
Precios acorde al mercado	Si				1														1	1	1	1	5	
	No	2	2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2					15	
Precios en relación a la calidad	Si		1	1	1		1	1	1	1	1	1							1	1	1	1	13	
	No	2				2							2	2	2	2	2						7	
Diferenciación en la carta	Si		1	1	1		1	1	1	1	1	1		1						1	1	1	13	
	No	2				2							2		2	2	2	2					7	
Diferenciación en el servicio	Si		1	1	1		1	1	1	1	1	1	1					1	1	1	1	1	15	
	No	2				2								2	2	2							5	
Especialidad en la carta	Si		1	1	1		1	1	1	1	1	1	1					1	1	1	1	1	15	
	No	2				2								2	2	2							5	
Menú en la carta	Si						1		1		1							1	1				5	
	No	2	2	2	2	2		2		2		2	2	2	2	2	2				2	2	2	15
	Variable Competitividad																							
	Cientes	C 101	C 102	C 103	C 104	C 105	C 106	C 107	C 108	C 109	C 110	C 111	C 112	C 113	C 114	C 115	C 116	C 117	C 118	C 119	C 120	C121		
Habilidades y conocimientos de administrador	Si	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1				1		1		16	
	No															2	2		2		2		4	
Estrategias adecuadas	Si					1			1				1	1	1				1				6	
	No	2	2	2	2		2	2		2	2	2				2	2	2		2	2		14	
Innovación del restaurante	Si					1			1												1		3	
	No	2	2	2	2		2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		17	
Valor agregado en servicio	Si					1			1		1		1	1	1								6	
	No	2	2	2	2		2	2		2		2				2	2	2	2	2	2		14	
Utilización tecnológica en redes	Si	1				1			1		1		1	1	1		1						8	

	No		2	2	2		2	2		2		2			2		2	2	2	2	12
Disponibilidad de insumos	Si	1				1			1		1		1	1	1						7
	No		2	2	2		2	2		2		2			2	2	2	2	2	2	13
Calidad de insumos	Si	1				1			1		1		1	1	1		1				8
	No		2	2	2		2	2		2		2			2		2	2	2	2	12
Servicio al cliente adecuado	Si					1			1		1		1	1	1		1				7
	No	2	2	2	2		2	2		2		2			2		2	2	2	2	13
Precios acorde al mercado	Si	1	1	1	1	1			1	1	1		1	1	1		1				12
	No						2	2				2			2		2	2	2	2	8
Precios en relación a la calidad	Si	1	1	1	1	1			1	1	1		1	1	1		1				12
	No						2	2				2			2		2	2	2	2	8
Diferenciación en la carta	Si	1	1	1	1	1			1		1		1	1	1		1				11
	No						2	2		2		2			2		2	2	2	2	9
Diferenciación en el servicio	Si	1	1	1	1	1			1		1		1	1	1		1				11
	No						2	2		2		2			2		2	2	2	2	9
Especialidad en la carta	Si						1		1		1		1	1	1	1	1				8
	No	2	2	2	2	2		2		2		2					2	2	2	2	12
Menú en la carta	Si									1			1		1		1				4
	No	2	2	2	2	2	2	2	2		2	2		2		2		2	2	2	16

**VARIABLE GESTION DE CALIDAD**

	Variable Gestión de calidad																				Sumatoria	
	Cientes	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	C14	C15	C16	C17	C18	C19		C20
Conocimiento del entorno	Si	1	1	1		1						1	1	1	1		1		1		1	11
	No				2		2	2	2	2	2					2		2		2		9
Eficacia en las funciones	Si	1												1			1	1		1		5
	No		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		2	2			2		2	15
Trabajadores motivados	Si	1		1		1						1		1			1	1		1		8
	No		2		2		2	2	2	2	2		2		2	2			2		2	12
Desempeño adecuado	Si	1		1	1	1						1	1	1			1	1		1		10
	No		2				2	2	2	2	2				2	2			2		2	10
Evaluación de satisfacción del cliente	Si					1													1		1	3
	No	2	2	2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		2		2	17
Expectativas y satisfacción del cliente	Si					1			1						1	1				1		5
	No	2	2	2	2		2	2		2	2	2	2	2			2	2	2		2	15
Ambiente interno laboral	Si						1						1	1		1		1		1		6
	No	2	2	2	2	2		2	2	2	2	2			2		2		2		2	14
Compromiso en las funciones	Si						1						1			1				1		4
	No	2	2	2	2	2		2	2	2	2	2		2	2		2	2		2	2	16
Habilidades y conocimientos del personal	Si					1													1		1	3
	No	2	2	2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		2		2	17
Eficiencia con los recursos	Si						1									1	1		1			4
	No	2	2	2	2	2		2	2	2	2	2	2	2	2			2		2	2	16

Mejora en desempeño	Si	1		1		1	1				1	1	1		1	1	1		1			11
	No		2		2			2	2	2				2				2		2	2	9
Toma de decisiones del personal	Si	1	1					1						1	1		1					6
	No			2	2	2	2		2	2	2	2	2			2		2	2	2	2	14
Fidelización del cliente	Si	1		1	1	1		1	1			1	1	1			1	1				11
	No		2				2			2	2				2	2			2	2	2	9
Cumplimiento de normatividades	Si	1	1	1		1	1	1	1			1	1	1	1	1						12
	No				2					2	2						2	2	2	2	2	8
	Variable Gestión de calidad																					
	Cientes	C21	C22	C23	C24	C25	C26	C27	C28	C29	C30	C31	C32	C33	C34	C35	C36	C37	C38	C39	C40	Sumatoria
Conocimiento del entorno	Si		1	1	1	1			1	1	1				1	1	1	1	1	1	1	14
	No	2					2	2				2	2	2								6
Eficacia en las funciones	Si								1							1		1		1	1	5
	No	2	2	2	2	2	2	2	2		2	2	2	2	2		2		2			15
Trabajadores motivados	Si		1	1	1	1		1	1	1				1	1	1	1	1	1	1	1	15
	No	2					2				2	2	2									5
Desempeño adecuado	Si		1	1	1	1		1	1	1				1		1	1	1	1	1	1	14
	No	2					2				2	2	2		2							6
Evaluación de satisfacción del cliente	Si		1	1	1	1		1	1	1							1	1	1	1	1	12
	No	2					2				2	2	2	2	2	2						8
Expectativas y satisfacción del cliente	Si				1				1													2
	No	2	2	2		2	2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
Ambiente interno laboral	Si					1		1		1				1		1		1		1		7
	No	2	2	2	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	13
Compromiso en las	Si								1					1	1		1	1		1		6

funciones																						
	No	2	2	2	2	2	2	2		2	2	2	2			2			2		2	14
Habilidades y conocimientos del personal	Si					1			1					1								3
	No	2	2	2	2		2	2		2	2	2	2		2	2	2	2	2	2	2	17
Eficiencia con los recursos	Si		1	1		1		1	1	1				1	1	1	1	1	1	1	1	14
	No	2			2		2				2	2	2									6
Mejora en desempeño	Si		1	1		1		1	1	1		1			1	1		1		1		11
	No	2			2		2				2		2	2			2		2		2	9
Toma de decisiones del personal	Si		1	1		1		1	1	1		1		1	1	1	1	1	1	1	1	15
	No	2			2		2				2		2									5
Fidelización del cliente	Si		1	1		1		1	1	1				1	1	1	1	1	1	1	1	14
	No	2			2		2				2	2	2									6
Cumplimiento de normatividades	Si		1	1		1		1		1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	15
	No	2			2		2		2					2								5
	Variable Gestión de calidad																					
	Cientes	C41	C42	C43	C44	C45	C46	C47	C48	C49	C50	C51	C52	C53	C54	C55	C56	C57	C58	C59	C60	Sumatoria
Conocimiento del entorno	Si	1	1	1		1	1	1			1	1						1	1	1		11
	No				2				2	2			2	2	2	2	2				2	9
Eficacia en las funciones	Si	1	1	1		1		1					1							1	1	8
	No				2		2		2	2	2	2		2	2	2	2	2	2			12
Trabajadores motivados	Si	1	1	1	1	1						1	1							1		8
	No						2	2	2	2	2			2	2	2	2	2	2		2	12
Desempeño adecuado	Si	1	1	1		1		1			1	1						1			1	9
	No				2		2		2	2			2	2	2	2	2		2	2		11
Evaluación de satisfacción del cliente	Si	1	1	1		1		1				1	1							1	1	9

	No				2		2		2	2	2			2	2	2	2	2	2			11
Expectativas y satisfacción del cliente	Si	1	1	1		1	1	1				1	1							1	1	10
	No				2				2	2	2			2	2	2	2	2	2			10
Ambiente interno laboral	Si	1	1	1		1	1	1			1	1							1	1	1	11
	No				2				2	2			2	2	2	2	2	2				9
Compromiso en las funciones	Si	1	1	1		1	1	1		1	1		1						1	1	1	12
	No				2				2			2		2	2	2	2	2				8
Habilidades y conocimientos del personal	Si	1	1	1	1	1	1				1	1							1	1	1	11
	No							2	2	2			2	2	2	2	2	2				9
Eficiencia con los recursos	Si	1	1	1	1	1	1	1				1	1							1	1	11
	No								2	2	2			2	2	2	2	2	2			9
Mejora en desempeño	Si	1	1	1		1	1	1			1	1							1		1	10
	No				2				2	2			2	2	2	2	2	2		2		10
Toma de decisiones del personal	Si	1	1	1		1	1	1		1			1							1	1	10
	No				2				2		2	2		2	2	2	2	2	2			10
Fidelización del cliente	Si	1	1	1		1	1	1			1		1		1							9
	No				2				2	2		2		2		2	2	2	2	2	2	11
Cumplimiento de normatividades	Si	1	1	1		1	1	1				1	1							1	1	10
	No				2				2	2	2			2	2	2	2	2	2			10
	Variable Gestión de calidad																					
	Cientes	C61	C62	C63	C64	C65	C66	C67	C68	C69	C70	C71	C72	C73	C74	C75	C76	C77	C78	C79	C80	Sumatoria
Conocimiento del entorno	Si	1	1			1	1	1	1	1			1				1	1	1	1	1	13
	No			2	2						2	2		2	2	2						7
Eficacia en las funciones	Si	1	1			1	1	1	1		1		1				1	1	1	1	1	13

	No			2	2					2		2		2	2	2					7	
Trabajadores motivados	Si	1	1			1	1	1		1			1	1				1	1	1	1	12
	No			2	2				2		2	2			2	2	2					8
Desempeño adecuado	Si	1	1	1	1	1	1	1		1			1	1			1		1	1	1	14
	No								2		2	2			2	2		2				6
Evaluación de satisfacción del cliente	Si	1	1			1	1		1			1	1				1	1	1	1	1	12
	No			2	2			2		2	2			2	2	2						8
Expectativas y satisfacción del cliente	Si	1	1	1		1	1	1		1	1		1	1			1	1	1	1	1	15
	No				2				2			2			2	2						5
Ambiente interno laboral	Si	1	1	1		1	1	1		1			1	1			1			1	1	12
	No				2				2		2	2			2	2		2	2			8
Compromiso en las funciones	Si	1		1			1			1			1			1	1	1	1	1	1	11
	No		2		2	2		2	2		2	2		2	2							9
Habilidades y conocimientos del personal	Si	1	1	1		1	1	1		1	1		1	1				1	1	1	1	14
	No				2				2			2			2	2	2					6
Eficiencia con los recursos	Si			1		1			1				1				1	1	1	1	1	9
	No	2	2		2		2	2		2	2	2		2	2	2						11
Mejora en desempeño	Si	1	1	1	1		1	1	1		1			1	1				1	1	1	13
	No					2				2		2	2			2	2	2				7
Toma de decisiones del personal	Si	1	1			1	1		1	1			1				1	1	1	1	1	12
	No			2	2			2			2	2		2	2	2						8
Fidelización del cliente	Si	1	1			1	1	1		1		1		1		1		1			1	11
	No			2	2				2		2		2		2		2		2	2		9
Cumplimiento de normatividades	Si	1	1			1	1	1		1			1				1		1	1	1	11

	No			2	2				2		2	2		2	2	2		2				9
	Variable Gestión de calidad																					
	Clien tes	C81	C82	C83	C84	C85	C86	C87	C88	C89	C90	C91	C92	C93	C94	C95	C96	C97	C98	C99	C 100	Sumat oria
Conocimiento del entorno	Si		1	1	1						1										1	5
	No	2				2	2	2	2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2		15
Eficacia en las funciones	Si		1	1	1	1	1					1									1	7
	No	2						2	2	2	2		2	2	2	2	2	2	2	2		13
Trabajadores motivados	Si		1	1	1						1											4
	No	2				2	2	2	2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	16
Desempeño adecuado	Si		1	1						1							1		1		1	6
	No	2			2	2	2	2	2		2	2	2	2	2	2		2		2		14
Evaluación de satisfacción del cliente	Si		1	1	1														1		1	5
	No	2				2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		2		15
Expectativas y satisfacción del cliente	Si		1	1	1						1	1	1								1	7
	No	2				2	2	2	2	2				2	2	2	2	2	2	2		13
Ambiente interno laboral	Si		1	1	1		1				1		1									6
	No	2				2		2	2	2		2		2	2	2	2	2	2	2	2	14
Compromiso en las funciones	Si		1	1	1							1	1	1	1						1	8
	No	2				2	2	2	2	2	2					2	2	2	2	2		12
Habilidades y conocimientos del personal	Si		1	1	1						1	1	1								1	7
	No	2				2	2	2	2	2				2	2	2	2	2	2	2		13
Eficiencia con los recursos	Si		1	1	1					1											1	5
	No	2				2	2	2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		15
Mejora en desempeño	Si		1	1	1							1									1	5
	No	2				2	2	2		2	2		2		2	2	2	2	2	2		15

Toma de decisiones del personal	Si		1	1	1						1									1	5	
	No	2				2	2	2	2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2		15
Fidelización del cliente	Si		1	1	1						1		1								1	6
	No	2				2	2	2	2	2		2		2	2	2	2	2	2	2		14
Cumplimiento de normatividades	Si		1	1	1						1		1								1	6
	No	2				2	2	2	2	2		2		2	2	2	2	2	2	2		14
	Variable Gestión de calidad																					
	Cientes	C 101	C 102	C 103	C 104	C 105	C 106	C 107	C 108	C 109	C 110	C 111	C 112	C 113	C 114	C 115	C 116	C 117	C 118	C 119	C 120	C121
Conocimiento del entorno	Si	1			1	1			1	1		1								1		7
	No		2	2			2	2			2		2	2	2	2	2	2	2		2	13
Eficacia en las funciones	Si	1			1	1				1	1	1	1								1	8
	No		2	2			2	2	2					2	2	2	2	2	2	2		12
Trabajadores motivados	Si	1		1	1	1				1	1	1	1			1					1	10
	No		2				2	2	2					2	2		2	2	2	2		10
Desempeño adecuado	Si	1				1			1	1	1	1										6
	No		2	2	2		2	2					2	2	2	2	2	2	2	2	2	14
Evaluación de satisfacción del cliente	Si	1			1	1				1	1	1	1								1	8
	No		2	2			2	2	2					2	2	2	2	2	2		2	12
Expectativas y satisfacción del cliente	Si	1			1	1				1	1	1	1								1	8
	No		2	2			2	2	2					2	2	2	2	2	2		2	12
Ambiente interno laboral	Si	1			1	1				1	1	1	1					1			1	9
	No		2	2			2	2	2					2	2	2	2		2	2		11
Compromiso en las funciones	Si	1			1	1				1	1	1	1								1	8
	No		2	2			2	2	2					2	2	2	2	2	2		2	12

Habilidades y conocimientos del personal	Si									1		1										2
	No	2	2	2	2	2	2	2	2		2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
Eficiencia con los recursos	Si	1			1	1				1	1	1	1							1		8
	No		2	2			2	2	2					2	2	2	2	2	2		2	12
Mejora en desempeño	Si	1			1	1				1	1	1	1						1		1	9
	No		2	2			2	2					2	2	2	2	2		2		2	11
Toma de decisiones del personal	Si	1			1	1				1		1	1	1	1						1	9
	No		2	2			2	2	2		2					2	2	2	2	2	2	11
Fidelización del cliente	Si	1			1			1	1	1	1									1		7
	No		2	2		2	2					2	2	2	2	2	2	2		2	2	13
Cumplimiento de normatividades	Si	1			1	1				1	1	1		1						1		9
	No		2	2			2	2	2				2		2	2	2	2		2		11



Entregar archivo

Informe de calificación en línea | Editar la configuración del ejercicio | Como electrónico sin temáticas

<input type="checkbox"/>	AUTOR	TÍTULO	AVANCE	NOTA	RESPUESTA	ARCHIVO	NÚM. TRABAJO	FECHA
<input type="checkbox"/>	Cordova Vitez Resu...	CORDOVA VILCHEZ RESUL FN	0%	✓	-		1009379707	27-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Domínguez Chumacero ...	DOMINGUEZ CHUMACERO RESULT 1	0%	✓	-		1004007880	18-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Godos Sanchez Resul...	GODOS SANCHEZ RESULTAD	0%	✓	-		1004016051	18-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Martínez Arevalo Int...	MARTINEZ AREVALO INTROD 11 oct	0%	✓	-		1010008121	11-oct-2018
<input type="checkbox"/>	Mendoza Cruz Resulta...	MENDOZA CRUZ RESULTADOS 211	0%	✓	-		1006330077	21-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Niño Abad Resultad N...	NIÑO ABAD RESULTAD	0%	✓	-		1002803812	18-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Tume Rodríguez Resul...	TUME RODRIGUEZ RESULT	0%	✓	-		1002805239	18-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Zapata Reyes Resul ...	ZAPATA REYES RESULT od 11	0%	✓	-		1010008128	11-oct-2018
<input type="checkbox"/>	Falla Romero Resulta...	FALLA ROMERO RESULTADO	4%	✓	-		1002808345	18-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Olajá Nole Olajá Nol...	OLAJA NOLE	4%	✓	-		987959906	06-ago-2018
<input type="checkbox"/>	Silva More Resul 29 ...	SILVA MORE RESUL 29 09 02	4%	✓	-		1010598037	29-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Martínez Arevalo Res...	MARTINEZ AREVALO RESULT OCT	5%	✓	-		1017733777	10-oct-2018
<input type="checkbox"/>	Falla Romero Introd ...	FALLA ROMERO INTROD	6%	✓	-		1004017232	18-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Maza Zapata Resul 1...	MAZA ZAPATA RESULT 1	6%	✓	-		1004010296	18-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Alban Panta Resul 2 ...	ALBAN PANTA RESULT 2	8%	✓	-		1004006624	18-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Mendoza Cruz Intr 11...	MENDOZA CRUZ INTR 11 OCT	8%	✓	-		1010422725	11-oct-2018
<input type="checkbox"/>	Olajá Nole Resul 29...	OLAJA NOLE RESULT 29 09	8%	✓	-		1010581446	29-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Godos Sanchez Introd...	GODOS SANCHEZ INTRODUC	9%	✓	-		1004010341	18-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Zapata Hidalgo Resul...	ZAPATA HIDALGO RESULT 29 09	9%	✓	-		1010579353	29-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Silva More Introd 21...	SILVA MORE INTROD 211	11%	✓	-		1006303120	21-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Alban Panta Introd A...	ALBAN PANTA INTROD	12%	✓	-		1002814103	18-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Tume Rodríguez Intro...	TUME RODRIGUEZ INTRODUC2	12%	✓	-		1006333027	21-sept-2018
<input type="checkbox"/>	Zapata Reyes Resul ...	ZAPATA REYES RESULT OCT 18	12%	✓	-		1017738965	10-oct-2018
<input type="checkbox"/>	Niño Abad Niño Abad	NIÑO ABAD	13%	✓	-		987959017	06-ago-2018
<input type="checkbox"/>	Maza Zapata Intr 29 ...	MAZA ZAPATA INTR 29 09 18	14%	✓	-		1010583686	29-sept-2018

## Anexo 6: Matriz de instrumentos

Variables	Definición	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Fuentes	Técnica e instrumento
Competitividad	Capacidad que tiene una organización para operar y crecer rentablemente, es decir crear valor para sus propietarios, en un mercado donde operan competidores exitosos. (Ávalos, 2015)	Aspectos determinantes	La dimensión “Factores determinantes” se medirá con los indicadores Capacidad de gerencia, Diseño de estrategias empresariales, Gestión de la innovación, Aplicación de las mejores prácticas en la cadena de valor, Integración en redes tecnológicas, Reorganización de la logística, Promoción de la interacción de proveedores, Productores y clientes; mediante el cuestionario aplicado a los clientes de la MYPE rubro restaurantes.	Capacidad de gerencia	1. ¿Percibe que el éxito del restaurante depende de las habilidades y conocimientos del administrador de la MYPE?	Nominal	Clientes	Encuesta/Cuestionario
				Diseño de estrategias empresariales	2. ¿Considera que las estrategias que aplica el restaurante atraen la mayor cantidad de clientes?	Nominal		
				Gestión de la innovación	3. ¿Percibe que el restaurante innova en sus comidas o en su infraestructura frente a la competencia?	Nominal		
				Aplicación de mejores prácticas en cadena de valor	4. ¿Considera que el restaurante brinda un valor agregado en el servicio de atención al cliente?	Nominal		
				Integración en redes tecnológicas	5. ¿El restaurante utiliza redes sociales o páginas web para promocionar su restaurante?	Nominal		
				Reorganización de la logística	6. ¿Cuándo solicita algún plato o comida siempre está disponible?	Nominal		
				Promoción interacción con proveedores y clientes	7. ¿Considera que los insumos de los platos son de calidad? 8. ¿Los trabajadores se esfuerzan por brindar una adecuada atención al cliente?	Nominal Nominal		
		Ventajas competitivas	La dimensión “Ventaja competitiva” se medirá con los indicadores liderazgo en costos, diferenciación y enfoque; mediante el cuestionario aplicado a los clientes de la MYPE rubro restaurantes.	Liderazgo en costos	9. ¿Para usted los precios de la carta se encuentran acorde al sector de restaurantes? 10. ¿Considera que los precios están acorde con la calidad de los insumos de los platos?	Nominal Nominal	Clientes	Encuesta/Cuestionario
				Diferenciación	11. ¿Los restaurantes ofrecen algún plato que no ofrece la competencia? 12. ¿Para usted, el servicio recibido en la atención de los restaurantes es resaltante entre unos y otros?	Nominal Nominal		
				Enfoque	13. ¿Considera que los restaurantes se han especializado en algún tipo de platos (criollos, gourmet, etc.)? 14. ¿La carta de los restaurantes contiene menús ejecutivos?	Nominal Nominal		

Variables	Definición	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Fuentes	Técnica e instrumento
Gestión de calidad	Gestión de la Calidad son un conjunto de normas y estándares internacionales que se interrelacionan entre sí para hacer cumplir los requisitos de calidad que una empresa requiere para satisfacer los requerimientos acordados con sus clientes a través de una mejora continua, de una manera ordenada y sistemática. (Ortiz, 2011)	Funciones necesarias para la Gestión de calidad	La dimensión "Funciones necesarias para la Gestión de calidad" se medirá con los indicadores, Planificación, Organización, Personal y Control, mediante el cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes.	Planificación	1. ¿Considera que las MYPE rubro restaurantes tienen conocimiento del entorno para fortalecer su negocio?	Nominal	Clientes	Encuesta/Cuestionario
				Organización	2. ¿Para usted, el personal de los restaurantes realizan sus funciones de manera eficaz?	Nominal		
				Dirección	3. ¿Se evidencia que los trabajadores se encuentran motivados en realizar sus actividades?	Nominal		
				Personal	4. ¿Observa un desempeño adecuado por parte del personal del restaurante?	Nominal		
				Control	5. ¿Le han evaluado sobre su satisfacción del servicio en las MYPE rubro restaurantes?	Nominal		
		Principios de gestión de calidad	La dimensión de "Principios de Gestión de Calidad" se medirá mediante los indicadores enfoque al cliente, Liderazgo, compromiso y competencia personal enfocado basado en procesos, Mejora continua, Toma de decisiones y Gestión de relaciones, mediante el cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes.	Enfoque al cliente	6. ¿La MYPE rubro restaurante cumple sus expectativas y satisface sus necesidades?	Nominal	Clientes	Encuesta/Cuestionario
				Liderazgo	7. ¿Evidencia que las MYPE rubro restaurantes mantienen un ambiente interno laboral adecuado?	Nominal		
				Compromiso y competencia personal	8. ¿Para usted los trabajadores de las MYPE rubro restaurantes están comprometidos con sus funciones o actividades de trabajo?	Nominal		
					9. ¿Considera que el personal de las MYPE rubro restaurantes cuentan con habilidades y conocimientos para desempeñarse adecuadamente?	Nominal		
				Enfoque basado en procesos	10. ¿Considera que los trabajadores de las MYPE utilizan adecuadamente los recursos para el servicio al cliente?	Nominal		
				Mejora continua	11. ¿Para usted el desempeño global de la MYPE ha mejorado respecto a atenciones anteriores?	Nominal		
				Toma de decisiones	12. ¿El personal de atención consulta a su superior antes de tomar alguna decisión ante cualquier eventualidad?	Nominal		
				Gestión de relaciones	13. ¿Considera que el personal del restaurante se esfuerza por fidelizar al cliente?	Nominal		
					14. ¿Según su percepción las MYPE rubro restaurantes cumplen con las políticas o normativas de instituciones que rigen al sector restauración?	Nominal		

**Anexo 7: Evidencias de visita a MYPE**



<b>Ítems relacionados con Competitividad</b>	<b>¿Es pertinente con el concepto?</b>		<b>¿Necesita mejorar la redacción?</b>		<b>¿Es tendencioso, aquiescente?</b>		<b>¿Se necesita más ítems para medir el concepto?</b>	<b>Levantamiento de observaciones</b>
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SI / NO	
1. ¿Percibe que el éxito del restaurante depende de las habilidades y conocimientos del administrador de la MYPE?							SI ( ) NO ( )	
2. ¿Considera que las estrategias que aplica el restaurante atraen la mayor cantidad de clientes?							SI ( ) NO ( )	
3. ¿Percibe que el restaurante innova en sus comidas o en su infraestructura frente a la competencia?							SI ( ) NO ( )	¿Para Usted las estrategias de restaurantes permiten mayor demanda de cliente?
4. ¿Considera que el restaurante brinda un valor agregado en el servicio de atención al cliente?							SI ( ) NO ( )	
5. ¿El restaurante utiliza redes sociales o páginas web para promocionar su restaurante?							SI ( ) NO ( )	
6. ¿Cuándo solicita algún plato o comida siempre está disponible?							SI ( ) NO ( )	
7. ¿Considera que los insumos de los platos son de calidad?							SI ( ) NO ( )	ANULADA
8. ¿Los trabajadores se esfuerzan por brindar una adecuada atención al cliente?							SI ( ) NO ( )	
9. ¿Para usted los precios de la carta se encuentran acorde al sector de restaurantes?							SI ( ) NO ( )	
10. ¿Considera que los precios están acorde con la calidad de los insumos de los platos?							SI ( ) NO ( )	
11. ¿Los restaurantes ofrecen algún plato que no ofrece la competencia?							SI ( ) NO ( )	
12. ¿Para usted, el servicio recibido en la atención de los restaurantes es resaltante entre unos y otros?							SI ( ) NO ( )	
13. ¿Considera que los restaurantes se han especializado en algún tipo de platos (criollos, gourmet, etc.)?							SI ( ) NO ( )	

## Anexo 8 Levantamiento de Observaciones

## Anexo 9 Constancia de no Adeudo

USER: 45757402

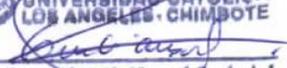
Nro: 082018-00007054  
Fecha: 26-09-2018 17:10

### CONSTANCIA DE NO ADEUDO

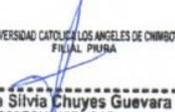
La Jefatura de Cobranzas hace constar que el alumno(a) MENDOZA CRUZ BETTY ELIZABETH , con código de matrícula 0811120047, de la ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION; no registra deuda pendiente a la fecha para optar TALLER DE TITULACION.

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

PIURA, 26 DE SEPTIEMBRE DEL 2018.

  
UNIVERSIDAD CATOLICA  
LOS ANGELES - CHIMBOTE  
  
Giuliana Lisseth Moscol Carbajal  
UNIDAD DE CABA PIURA

V°B° CAJA

  
UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE  
FILIAL PIURA  
  
"Sra. Ana Silvia Chuyes Guevara"  
ESPECIALISTA C.I.R.

V°B° BIBLIOTECA (\*)

V°B° LABORATORIO/ CLINICA (\*)

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