



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

**GESTIÓN DE LA CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN
LAS MYPE DEL SECTOR SERVICIO-RUBRO
RESTAURANTES DE LA CIUDAD DE HUANCANÉ,
2019**

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

AUTOR

**POMARI OBLEA MARLENY
ORCID: 0000-0002-5714-3120**

ASESOR

**CARI CONDORI, DIVAN YURI
ORCID: 0000-0002-0805-6629**

JULIACA – PERÚ

2020

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Pomari Oblea Marleny

ORCID: 0000-0002-5714-3120

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Bachiller en
Administración, Juliaca, Perú

ASESOR

Cari Condori, Diván Yuri

ORCID: 0000-0002-0805-6629

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

JURADO

Zenzain Cordero, Carmen Rosa

ORCID: 0000-0001-6079-2319

Espinosa Otoyá, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0002-7260-5581

Quispe Quispe, Yan Carlo

ORCID: 0000-0001-9944-0687

FIRMA DE JURADO EVALUADOR

.....
Dra. Carmen Rosa Zenozain Cordero
PRESIDENTA

.....
Mgtr. Víctor Hugo Espinosa Otoyá
MIEMBRO

.....
Mgtr. Yan Carlo Quispe Quispe
MIEMBRO

.....
Mgtr. Diván Yuri Cari Condori
ASESOR

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia por brindarme su constante apoyo motivacional y emocional, durante la evolución y posterior desarrollo de mi tesis.

A mis profesores, de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, por ser mis mentores y compartir sus conocimientos en esta casa del saber, forjando mi crecimiento académico y profesional.

DEDICATORIA

A Dios, por darme la vida y ser el
sendero en cada etapa de mi existencia.
Por bendecirme y guiarme durante todo
el proceso de mi formación profesional.

A mi familia, por su apoyo
incondicional. Y en especial a mis
hijos Danae y Elder, por ser mi motivo
e impulso para seguir superándome
profesionalmente.

RESUMEN

Se realizó esta investigación con el **Objetivo general de:** Determinar las principales características de la gestión de calidad y competitividad en las MYPE del sector servicio rubro restaurantes de la ciudad de Huancané, 2019. **Objetivos Específicos:** Describir las principales características de la gestión de calidad y competitividad en las MYPE en estudio. **Metodología:** Es de nivel cuantitativo, descriptiva, diseño no experimental y corte transversal. La muestra es de 14 MYPE, se aplicó mediante encuesta, un cuestionario estructurado de 25 preguntas. **Resultados: Datos Generales del representante de las MYPE:** 57% son mayores de 31 años; 93% son mujeres; 57% con instrucción secundaria, no hay analfabetos; 100% son propietarios; 36% tienen entre 3 a 6 años de antigüedad. **Principales características de las MYPE** 71% permanece de 7 a más años; 86% emplean de 1 a 5 trabajadores; 100% tiene familiares y no familiares; 64% emprendió por subsistencia; 100% son personas naturales. **Respecto a las características de la Gestión de Calidad:** 43% planifica objetivos; 36% planifica políticas; 100% tiene documentos normativos; 86% organiza menaje; 100% verifica procesos; 71% evalúa continuamente; 43% controla atención al cliente; 79% mejora continuamente. **Respecto a la Competitividad:** 64% se cree poco competitiva y pocas veces que la competitividad ayude al negocio; 100% el personal conoce procesos internos; 79% induce al buen trato; 100% cree que competitividad depende del buen servicio; 71% muy pocas veces conoce a competencia; 50% considera innovación como ventaja competitiva. **Conclusiones:** Necesitan conocer mejor los beneficios de la gestión de calidad y competitividad.

Palabras clave: Gestión de la Calidad, Competitividad, Restaurantes, MYPE.

ABSTRACT

The research had the general objective: to determine the main characteristics of quality management and competitiveness in the MYPE of the restaurant service sector in the city of Huancané, 2019. Specific Objectives: To describe the main of quality management and competitiveness in the MYPE in the restaurant services sector of the city of Huancané, 2019. Methodology: is descriptive, quantitative level, non-experimental design and cross section. The sample is 14 MYPE applying a structured questionnaire of 25 questions with the survey technique. Results: general information about the company: 57% are over 31 years old; 93% are women; 57% with secondary education, there are no illiterates; 100% are homeowners; 36% are between 3-6 years old. Regarding MYPE: 71% remain from 7 to more years; 86% employ 1-5 workers; 100% have relatives and non-relatives; 64% started for subsistence; 100% are natural persons. Regarding the characteristics of Quality Management: Regarding the characteristics of Quality Management: 43% plan objectives; 36% plan policies; 100% have normative documents; 86% organize household items; 100% verify processes; 71% continually evaluate; 79% continuously improve 43% control customer service; Regarding the characteristics of Quality Management: 43% plan objectives; 36% plan policies; 100% have normative documents; 86% organize household items; 100% verify processes; 71% continually evaluate; 79% continuously improve 43% control customer service; Regarding Competitiveness: 64% believe that they are not very competitive and that competitiveness helps business very rarely; 100% the staff knows internal processes; 79% induces good treatment; 100% believe that competitiveness depends on good service; 71% very rarely know competition; 50% consider innovation as a competitive advantage. Conclusions: They need to know better quality management and competitiveness benefits.

Key words: Quality management, Competitiveness, Restaurants, MYPE.

CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO.....	i
FIRMA DE JURADO EVALUADOR.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN.....	v
ABSTRACT.....	vi
CONTENIDO.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
ÍNDICE DE CUADROS.....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	8
2.1. Antecedentes	8
2.2. Marco teórico conceptual.....	22
2.3. Marco Conceptual	24
III. HIPÓTESIS.....	36
IV. METODOLOGÍA.....	37
4.1. Diseño de la investigación.	37
4.2. Población y muestra.	38
4.3. Definición y Operacionalización de Variables	40
4.4. Técnica.....	41
4.5. Plan de análisis.....	41
4.6. Matriz de consistencia.....	42
4.7. Principios éticos	43
V. RESULTADOS.....	44
5.1. Resultados	44
5.2. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	69
VI. CONCLUSIONES	73
Referencias bibliográficas:.....	76
Anexos.....	82

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Genero de los Microempresarios	45
Tabla 2: Grado de Instrucción.....	46
Tabla 3: Cargo que desempeña en la Empresa.....	47
Tabla 4: Tiempo que desempeña el cargo.....	48
Tabla 5: Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.....	49
Tabla 6: Con cuántos trabajadores cuenta la empresa.....	50
Tabla 7: Las personas que laboran en su empresa	51
Tabla 8: Objetivo de creación de la empresa	52
Tabla 9: Qué tipo de constitución tiene la empresa	53
Tabla 10: Planifica los objetivos y metas anuales.....	54
Tabla 11: Planifica las políticas de trabajo de la empresa.....	55
Tabla 12: Cuenta con documentos normativos para realizar los procesos de actividades en el restaurante	56
Tabla 13: Organiza el menaje, equipos y herramientas para que se trabaje de manera eficiente. 57	
Tabla 14: Verifica todos los procesos en la cadena de producción del restaurante	58
Tabla 15: Evalúa los resultados que obtiene para seguir mejorando	59
Tabla 16: Mejora continuamente con el objetivo de brindar un servicio de calidad.....	60
Tabla 17: Controla la calidad en el proceso de atención al cliente	61
Tabla 18: Cree usted que su empresa es competitiva en el mercado local.....	62
Tabla 19: Contribuye la competencia para que su negocio sea más conocido y competitivo.....	63
Tabla 20: Los procesos internos de la empresa son de conocimiento de todo el personal.....	64
Tabla 21: Induce a sus trabajadores al buen trato al cliente.....	65
Tabla 22: Cree que el buen servicio de su restaurante lo diferencia de la competencia	66
Tabla 23: Conoce a la competencia de su restaurante.....	67
Tabla 24: Cree que la innovación en el negocio genera ventaja competitiva	68

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Edad de los microempresarios	44
Figura 2: Género de los microempresarios	45
Figura 3: Grado de Instrucción	46
Figura 4: Cargo que desempeña en la Empresa	47
Figura 5: Tiempo que desempeña el cargo	48
Figura 6: Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.	49
Figura 7 : Con cuántos trabajadores cuenta la empresa	50
Figura 8: Las personas que laboran en su empresa	51
Figura 9: Objetivo de creación de la empresa	52
Figura 10: Qué tipo de constitución tiene la empresa	53
Figura 11: Planifica los objetivos y las metas que quiere conseguir en el último año en la empresa.	54
Figura 12: Planifica las políticas de trabajo de la empresa	55
Figura 13: Cuenta con documentos normativos para realizar los procesos de actividades en el restaurante	56
Figura 14: Organiza el menaje, equipos y herramientas para que se trabaje de manera eficiente	57
Figura 15: Verifica todos los procesos en la cadena de producción del restaurante	58
Figura 16: Evalúa los resultados que obtiene para seguir mejorando.	59
Figura 17: Mejora continuamente con el objetivo de brindar un servicio de calidad	60
Figura 18: Controla la calidad en el proceso de atención al cliente	61
Figura 19: Cree usted que su empresa es competitiva en el mercado local	62
Figura 20: Contribuye la competencia para que su negocio sea más conocido y competitivo ...	63
Figura 21: Los procesos internos de la empresa son de conocimiento de todo el personal.	64
Figura 22: Induce a sus trabajadores al buen trato al cliente.	65
Figura 23: Cree que el buen servicio de su restaurante lo diferencia de la competencia	66
Figura 24: Conoce a la competencia de su restaurante	67
Figura 25: Cree que la innovación en el negocio genera ventaja competitiva	68

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Clasificación según Ley N° 30056.....	23
Cuadro 2: CIRCULO DE DEMING.....	29
Cuadro 3: Diagrama de las 5 Fuerzas de Porter.....	33
Cuadro 5: Definición y operacionalización de variables e indicadores.....	40
Cuadro 6: Matriz de Consistencia.....	42

I. INTRODUCCIÓN

En el Perú, las micro y pequeñas empresas MYPE, han surgido en base al núcleo familiar, destacándose por ser emprendedoras, generando su autoempleo productivo; es así que poblaciones en extrema pobreza tratan de mejorar y elevar su nivel de vida, ofreciendo productos y servicios innovadores que van acorde con el dinamismo que exige la globalización.

La industria de restaurantes en México, representa más del veinticinco por ciento de las unidades económicas que se dedican a la prestación de servicios que no sean financieros, el 7.9% del valor agregado censal bruto y casi una quinta parte de fuente de empleo, más de la décima parte de la producción bruta total y del consumo intermedio. Según los resultados de los Censos Económicos 2014 a nivel nacional en México, se capturaron 4, 230,745 unidades económicas, siendo el 10.7% las que pertenecen al subsector de preparación de alimentos y bebidas que dio empleo al 6.8% del total y generó el 1.8% de la producción bruta total y el 1.9% del consumo intermedio.

En Baja California Sur- México, la presidenta de la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y Alimentos Condimentados A.C. (CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE RESTAURANTES Y ALIMENTOS CONDIMENTADOS, 2018)- CANIRAC, reveló que la calidad en el servicio es uno de los factores de mayor importancia en el segmento restaurantera, y tanto ella como los empresarios del gremio reconocen de manera empírica el impacto de la calidad no solamente en la satisfacción de

los clientes, sino también en cuanto a sus ventas y el nivel de posicionamiento en el mercado. La valoración continúa y de manera sistematizada de la oferta de servicios en este sector es muy importante para continuar siendo competitivos.

De acuerdo a información de (INEI-ENAHO, 2018), ENAHO al cierre de 2018, las MYPE representan el 92.7% de negocios en el Perú; siendo la tasa de informalidad del 83.3% siendo las MYPE de servicios (trabajadores independientes) las que tienen menor capacidad de formalizarse de acuerdo al índice de Capacidad Formal de las MYPE elaborado por COMEX Perú.

La Encuesta Nacional de Hogares ENAHO 2017 revela que del 50.1% de las micro y pequeñas empresas de servicios, el 33.8% se dedica al comercio y el 16.1% a actividades relacionadas con extracción y producción.

Según el Índice de Capacidad Formal de las MYPE elaborado por Comex Perú, las MYPE de servicios muestran un indicador negativo permanente desde el 2007, con un índice cercano al -1.25 en el 2018.

Considerando que el origen de las MYPE se da en un contexto de sobrevivencia ante la presión ocasionada por factores como: políticas de estado de diferentes gobiernos que disminuyeron la empleocracia pública, conflictos sociales que obligaron a poblaciones enteras a huir de sus provincias hacia las ciudades, sequías, inundaciones y también oportunidades de negocio gravitando alrededor de actividades industriales o empresariales de mayor magnitud; muchas veces el direccionamiento del

microempresario va más hacia la obtención de la rentabilidad, sin considerar la importancia de la calidad, también por desconocimiento.

Según el (Instituto Peruano de Marketing, 2016): “La calidad en el servicio está en darle al comprador más de lo que necesita en el momento correcto al precio correcto”.

(Torriani, 2018): Indicó que entre los factores que frenan el crecimiento de las MYPE figuran la exagerada carga impositiva, la rigidez laboral y las trabas burocráticas, sumado a ello, el limitado acceso a la tecnología y a las compras estatales, dificultades para conseguir financiamiento, baja calidad de bienes y servicios, así como la escasa capacitación. En el diario El Peruano-21.06.2018.

La región de Puno está considerada como parte del corredor turístico Puno, La Paz (Bolivia), especialmente en las zonas del denominado “anillo circunlacustre” y la ciudad de Huancané forma parte de ésta zona, siendo sus límites: por el norte con la Provincia de San Antonio de Putina; por el este con Bolivia; por el sur con la Provincia de Moho, la Provincia de Puno y el Lago Titicaca, por el oeste con la Provincia de Azángaro y la Provincia de San Román, contando con vías de acceso asfaltadas y car rozables. Es en éste entorno que, una de las actividades indispensables para la población residente y la flotante (trabajadores, comerciantes, turistas) que circula por la provincia de Huancané y su capital; es ingerir alimentos, los cuales son ofrecidos en diferentes tipos de locales, tanto en restaurantes formales e informales como mercados y también ambulatoriamente en

diferentes arterias de la ciudad; por lo que se hace necesario investigar las condiciones de la gestión de la calidad y la competitividad de éstos establecimientos.

Todo cliente permanente u ocasional siempre va a exigir satisfacción total al pagar por un servicio, por lo que es fundamental que el proveedor muestre buena actitud en el trato y eficiencia al brindar el servicio, para que así pueda fidelizar al usuario y ganar reputación para su empresa, lo que redundará en tener oportunidades de negocio más sólidas y en consecuencia tendrá mejor rentabilidad.

Debido a los constantes cambios en los mercados por la globalización, es necesario lograr competitividad mediante la eficiencia, la calidad, la fidelización del cliente, generando innovación y oportunidades de negocio que permitan tener rentabilidad y crecimiento económico.

La calidad de servicio es una herramienta que se puede utilizar en cualquier empresa, más aún cuando existe una saturación publicitaria por todos los medios, desde la televisión, las redes sociales, hasta los folletos puerta a puerta, lo que genera que el comprador, cliente o usuario final sea más exigente buscando un mejor trato y excelente calidad.

El crecimiento de la ciudad de Huancané se va dando paulatinamente, debido a su enclave y que las principales actividades productivas son agropecuarias, extractivas (pesca y acuicultura) y muy poco de comercio y servicio de manera que, al estar ubicada en

ámbito semi rural, cercana a otras ciudades de mayor importancia en cuanto a desarrollo económico; las micro y pequeñas empresas del sector servicios del rubro restaurantes, han incursionado para atender mayormente a la población flotante que trabaja especialmente en el sector público y se traslada de lunes a viernes desde otros lugares como: Puno, Juliaca, Azángaro, Ayaviri, retornando a sus hogares para pasar los fines de semana.

De igual manera, están los pobladores de Huancané que salen a trabajar a otras ciudades y retornan por el fin de semana, aprovechando para salir a compartir con su familia en los restaurantes de la localidad. Por lo que se encuentran establecimientos que atienden de lunes a viernes y cierran sábado y domingos y así mismo otros que únicamente abren los fines de semana para acoger a los pobladores, visitantes y al incipiente turismo, ya que la ciudad de Huancané tiene pocas ruinas, siendo una ciudad de origen republicano y la provincia más antigua de las regiones de Puno, Moquegua y Tacna.

Las actividades más importantes se dan durante los carnavales, la Fiesta de las Cruces a partir del 3 de mayo y otras vinculadas a las celebraciones cívicas del ejército peruano ya que existe un cuartel en la misma ciudad. Igualmente se realizan importantes ferias ganaderas que concitan interés a nivel de otras provincias por la calidad del ganado que viene siendo mejorado genéticamente desde hace más de 20 años.

En la ciudad de Huancané existen algunas micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes que tienen como principal característica la calidad del servicio cumpliendo con la expectativa de los clientes, pero igualmente hay otras MYPE

que incursionan improvisadamente abriendo restaurantes sin soporte de gestión administrativa y por ende sin conocimiento de la importancia de la gestión de la calidad y la competitividad en el servicio lo que redundará en su poca permanencia, pérdidas o estancamiento y además extienden una imagen negativa en el sector, es por éstas razones que se hace necesario cuestionar acerca del problema en general : ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad y la competitividad en las MYPE del sector servicios rubro restaurantes de la ciudad de Huancané, 2019?.

Para encontrar la respuesta a esta pregunta de investigación, se ha propuesto como **objetivo general:** Determinar las principales características de la gestión de calidad y competitividad en las MYPE del sector servicios rubro restaurantes de la ciudad de Huancané, 2019 y como **objetivos específicos:** Describir las principales características de la gestión de calidad y de la competitividad en las MYPE del sector servicios rubro restaurantes de la ciudad de Huancané, 2019. La metodología es descriptiva, de nivel cuantitativo, diseño no experimental y corte transversal. La población es de 28 restaurantes en total y la muestra es de 14 MYPE que han sido seleccionadas porque tienen licencia Municipal y la apertura mínima de 5 días a la semana, luego se les ha aplicado un cuestionario estructurado de 25 preguntas con la técnica de la encuesta.

La justificación teórica de la investigación se debe a la apertura del conocimiento de calidad de servicio y la competitividad como herramientas prácticas y de bajo costo que utilizan en sus empresas los micro empresarios comprendidos en la

población muestra.

Tiene una justificación metodológica por la aplicación sistematizada del proceso de la investigación y el aporte de un instrumento apropiado a la realidad de las MYPE encaminada a la obtención de datos cuantitativos que determinan las características sin vulneración alguna por ser recogidos en un solo momento en las MYPE de servicios rubro-restaurantes de la ciudad de Huancané en cuanto a su gestión de la calidad y competitividad.

En la justificación práctica, los resultados de esta investigación servirán para que los participantes de esta investigación tomen conocimiento y puedan hacer los ajustes correspondientes para una mejora continua que redundará en beneficio de la colectividad, cumpliendo así con el aporte social. Así mismo los hallazgos servirán de fuente de referencia o consulta para futuros estudios y su enfoque es concordante con las líneas de investigación de la ULADECH.

Esta investigación está compuesta por 6 capítulos, los cuales se detallan a continuación: Capítulo I desarrolla la introducción, en el capítulo II se realiza la revisión literaria: antecedentes y marco teórico conceptual. El capítulo III corresponde a la Hipótesis, en el capítulo IV se expone la Metodología empleada, población y muestra, Definición y operacionalización de variables, Técnicas, Plan de análisis Matriz de consistencia, y Principios Éticos, en el capítulo V se muestran los resultados con tablas, figuras, interpretación, análisis y discusión y el capítulo VI muestra las Conclusiones.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

(Urrutia, J. & Aranda, 2016) RITUR – La Revista Iberoamericana de Turismo- en el Vol. 6, en su artículo: “Competitividad a través de la diferenciación del producto y servicio en las Pymes de restaurantes, cafeterías y bares en la región binacional de Ciudad Juárez Chihuahua, México – El Paso Texas, Estados Unidos” sobre la investigación efectuada por Jesús Alberto Urrutia de la Garza y Elsa Aranda Pastrana expone que: debido a la evidencia empírica; las MYPE que prestan servicios de alimentos y bebidas en la región binacional de Ciudad Juárez, (México) El Paso, Texas USA afrontan variados problemas y grandes desafíos. El artículo demuestra cómo este tipo de empresas operan evidenciando contrastes en cuanto al producto y servicio entre ambas economías fronterizas en un entorno globalizado. Existe evidencia empírica en el caso de las MYPE mexicanas que colapsan antes de llegar a la madurez, en comparación con las MYPE norteamericanas que suelen ser de arranque reciente, pero con mayores probabilidades de desarrollo debido en parte a la economía del lugar donde se encuentran.

Las MYPE norteamericanas indican que las condiciones de operación son muy estrictas debido a la normatividad rigurosa de USA, ya que compiten con marcas mundiales. La conclusión es que la diferenciación del producto aumentaría la competitividad de empresas del mismo giro en esta región binacional.

(Quezada, 2017). En su investigación titulada: “Propuesta de un modelo de gestión de calidad para la mejora de los restaurantes de la ciudad de Ambato” presentada

en la Universidad Regional Autónoma de los Andes de Ecuador. Tuvo como objetivo principal proponer un modelo de gestión de la calidad para la mejora de los restaurantes de la ciudad de Ambato. La metodología fue descriptiva – explicativa, de una población de 405 establecimientos, se seleccionó una muestra de 113 restaurantes catastrados del Cantón de Ambato, el instrumento fue un cuestionario de 17 preguntas y se utilizaron las técnicas de la encuesta, el fichaje, la observación restaurantes. Resultados: 75% de administradores de restaurantes tiene idea que en su local se trabaja con el uso correcto de procesos; 45% indica que para llegar a la calidad se requiere de un buen líder. Conclusiones: De acuerdo al diagnóstico situacional, se concluye que hay un problema de desconocimiento de factores de calidad en los propietarios o administradores lo cual influye en el éxito de los restaurantes y se propone el modelo de gestión de calidad P.D.C.A. Conclusiones: De acuerdo al diagnóstico situacional el desconocimiento de factores de calidad en los administradores o propietarios de las empresas gastronómicas en la ciudad de Ambato, influye en el éxito de las mismas por lo que se hace una propuesta de implementación del modelo de gestión de calidad P-H-C-V- (“Planificar, Hacer, Chequear, Verificar”) para mejorar los procesos de los restaurantes.

(Solano & Nieves et, 2017) Extractos de la Ponencia – XI Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo VII simposio virtual Internacional Valor y Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural- Ecuador 2017.

La presente ponencia es una aproximación teórica sobre el concepto de calidad del servicio y su relación con el sector de restaurantes, se destaca que: Para que una

empresa de este sector progrese debe tener presente la influencia de la calidad del servicio, en primer lugar sobre la satisfacción del cliente y a la larga lograr alguna ventaja competitiva, de tal manera que dependiendo del nivel de calidad con la que brinda el servicio, el éxito competitivo y la perdurabilidad del negocio, se incrementara o disminuirá en relación a ese nivel de calidad brindado. El Ecuador es un país rico en recursos naturales, formado por cuatro regiones geográficas: Costa, Andes, Amazonía e Islas Galápagos; que brinda diversidad de climas y una muy rica cultura, expresada en música, danza y artes plásticas; posee, por lo tanto, un potencial turístico importante. El Ecuador es atractivo para realizar variedades de turismo, entre ellos el turismo cultural; este tipo de turismo se explica por el deseo del viajero en ponerse en contacto con otras culturas, aprender costumbres e intercambiar cualquier acto que lleve a un enriquecimiento cultural. Dentro de tipo de turismo se encuentra el turismo gastronómico, en este caso la motivación del turista el poder conocer y disfrutar los platos típicos de las regiones que se visita.

El ecuatoriano, en los últimos años ha preferido emprender sus negocios propios, la mayoría de ellos han llegado a la conclusión de que una de las actividades comerciales rentables dentro del país es el sector de restaurantes. Contar con una buena ubicación y personal con conocimientos de la cultura del mismo país; generaría utilidad suficiente para continuar e incluso innovar para mejorar a largo plazo. Los establecimientos que expenden comida mantienen sus ventas, porque los comensales prefieren platillos elaborados por mismos ecuatorianos, ajustándose al precio al que estén ofrecidos.

Ser competitivo significa lograr diferenciación en un mercado, además se entiende que una empresa competitiva, intenta ser la única en su industria en algunas dimensiones que son apreciadas extensamente por los compradores, también se establece que un diferenciador no puede ignorar su posición de costo (Espinoza & Pérez, 2017). En todas las áreas que no afecten su diferenciación debe intentar disminuir costos; en el área de la diferenciación, los costos deben de esta manera, las MYPE, especialmente las del sector de restaurantes, necesitan adaptarse a los requerimientos de competitividad a nivel mundial. El gobierno desempeña un gran papel en este proceso al crear leyes, normas y programas de soporte que impulsen los diferentes sectores a la innovación y a la creación de empresas. Conclusión: En el sector servicios, los aspectos diferenciadores que dirección sobre la perdurabilidad del negocio, necesariamente están ligados a la calidad con la se brinda el servicio ofertado, existe una marcada tendencia de los clientes por obtener más por su dinero, y está dinámica no es ajena al sector de restaurantes, industria donde requiere perfeccionarse y mejorarse, si se desea alcanzar posicionamiento y ser competitivo. En la provincia de El Oro, con su rica variedad de mariscos, puede marcar su nombre basado en esta cualidad, aunque solo si se cumplen con las expectativas y percepciones de los clientes.

(Nowell, 2015). En su tesis titulada: “Capacitación y servicio al cliente, estudio realizado en los restaurantes Salón el Tecun y Pasaje Mediterráneo de la zona 1 de Quetzaltenango Guatemala”. Tuvo como objetivo general establecer la relación de la capacitación con la calidad del servicio al cliente en los dos restaurantes investigados. La

muestra incluyó al personal de servicio al cliente, clientes y gerentes a quienes se aplicó una encuesta. Resultados: Los clientes se encuentran satisfechos por el servicio en ambos restaurantes; los meseros no recibieron capacitación al respecto; existe armonía en la relación de los colaboradores con sus jefes; en cuanto a la limpieza, es satisfactoria en el área de comedor, pero requiere mayor cuidado en los servicios higiénicos; respecto al clima laboral se requiere hacer una inducción para los colaboradores. Conclusiones: el buen servicio al cliente existente en ambas empresas se debe a la buena relación que mantienen los jefes o propietarios con sus colaboradores no influyendo en éste caso la capacitación; en cuanto a los clientes, indicaron estar satisfechos con el servicio, pero hay ciertas condiciones que deben mejorarse.

(Muñoz, 2016). En su investigación: “Plan de acción para la mejora de la calidad y visibilidad en el mercado, del restaurante finca La Gloria, provincia del Guayas: Tuvo como objetivo investigar la gestión de la calidad desde la perspectiva de la satisfacción, imagen y difusión para proponer estrategias para corregir y administrar asegurando la calidad, así como la visibilidad en el mercado turístico del Restaurante Finca La Gloria. Se aplicaron métodos cuali-cuantitativos, teóricos, empíricos y estadísticos, revisión documental, inducción y deducción, encuesta a una muestra de 110 clientes y se levantó información mediante la observación. Resultado: El análisis demuestra que no hay un direccionamiento apropiado hacia la calidad, tampoco hacia la publicidad de sus servicios, careciendo de planificación estratégica. Conclusiones: Se propone un plan de acción enfocando tareas y actividades para lograr visibilidad en el mercado y una mejora

continua, propiciando la implementación de una estrategia de marketing para llegar a mayor cantidad de público.

- Las investigaciones internacionales precedentes han sido consideradas apropiadas para el tema de la presente tesis, por su vinculación en cuanto al rubro y variables, para contrastar los resultados.

(Espinoza, 2018) En su tesis: “La gestión de calidad y competitividad en las MYPE del sector servicio rubro restaurantes campestres, del Centro Poblado Retes, provincia de Huaral, 2018” tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad y Competitividad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro restaurantes campestres del centro poblado Retes, provincia de Huaral, 2018. La metodología fue de diseño descriptivo, transversal, no experimental. Se aplicó un cuestionario de 25 preguntas cerradas mediante la técnica de la encuesta a una muestra dirigida de 10 MYPE. Resultados: En cuanto a los representantes: 70% cuenta con más de 51 años de edad; 60% son de sexo masculino; 80% son dueños del negocio. En cuanto a las MYPE: 70% tiene 7 a más años en el rubro; 50% cuenta entre 1 a 5 trabajadores; 60% son familiares y no familiares; 100% han sido creadas para generar ganancias y 60% son personas naturales. En cuanto a la Gestión de Calidad: 50% muy pocas veces planifica los objetivos y metas anuales; 60% considera que casi siempre es importante la mejora continua para brindar un servicio de calidad. Respecto a la Competitividad: 60% creen que su empresa es competitiva; 50% indica que casi siempre el personal conoce los procesos internos de la empresa; 70% inducen a sus trabajadores al buen trato; 50% casi

siempre cree que la competitividad de su restaurante depende del buen servicio que brinda; 50% casi siempre y 50% algunas veces considera que innovar en el negocio genera ventajas competitivas. Conclusiones: Las MYPE investigadas necesitan aplicar el planeamiento estratégico, la capacitación del personal y la innovación de sus servicios para ser más competitivas en el mercado.

(Albildo, 2019) En su investigación: “Gestión De Calidad En Atención al cliente y Plan de mejora en las Micro Y Pequeñas Empresas Sector Servicio – Rubro Pollerías, en la Avenida Sánchez Carrión Distrito de El Porvenir, 2018”. Tuvo como Objetivo General: Determinar la característica de la gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas sector servicio – rubro pollerías, en la Av. Sánchez Carrión 19 distrito de El Porvenir, 2018, con una metodología de nivel descriptivo, tipo cuantitativo y diseño no experimental, se aplicó un cuestionario a una población de 12 MYPE, utilizando la técnica de la encuesta para la recolección de datos. Resultados: La mayoría de las MYPE tienen entre 4 a 6 años de permanencia en el rubro de pollerías, más de la mitad cuentan con 10 trabajadores máximo, en su mayoría son familiares y tienen como objetivo de generar ganancia. Se recomienda que los representantes puedan tener conocimiento y capacitaciones para direccionar un negocio adecuadamente, y lograr posicionarse en el mercado durante más tiempo. Contar con más personal si es necesario, y tener colaboradores adecuados para el puesto. La mayoría de los microempresarios tienen cierto conocimiento de gestión de la calidad; más de la mitad utiliza la técnica moderna de atención al cliente; las dificultades que impiden la

implementación de gestión de calidad, es que no se adecúan al cambio; la mayoría utiliza la observación para medir el rendimiento del personal; más de la mitad considera que la gestión de la calidad no contribuye a mejorar el rendimiento del negocio ni para lograr las metas y objetivos previstos. La mayoría conoce el termino atención al cliente, casi en su totalidad considera que es fundamental la atención al cliente para que regrese a su establecimiento; así mismo utilizan la confianza así mismo utilizan la confianza como herramienta de atención al cliente; la mayoría considera que la comunicación es el factor más importante para la buena atención al cliente. Así mismo afirman que la atención que brindan es buena, y finalmente han logrado una fidelización del cliente. Conclusiones: El común de estas MYPE es que están limitadas solo a su experiencia empírica obtenida durante el tiempo que vienen realizando su actividad. La capacitación, la publicidad, solo lo ven como un gasto. La falta de visión empresarial y una adecuada formación terminan por fracasar en el rubro manteniéndose poco tiempo en el mercado. Se recomienda, implementar un sistema de gestión adecuado, mejorar la atención brindada, y crear valor agregado al servicio y producto que permitan satisfacer al cliente y diferenciarse de la competencia, es decir lograr la fidelización de los clientes.

(Querevalu, 2017) en su investigación “Caracterización de la gestión de calidad y productividad de las MYPE, Rubro Restaurantes Centro De Talara, Año 2017”. Tuvo como Objetivo General: Determinar las características de la Gestión de la Calidad y Productividad de las MYPE, rubro restaurantes del centro de Talara – año 2017. La metodología utilizada fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental;

aplicando un cuestionario como instrumento de recolección de datos a una muestra de 25 trabajadores, mediante la técnica de la encuesta. Resultados: En relación a los principios de la gestión de calidad de las MYPE, se detallan la mejora continua en el servicio, las relaciones que mantiene con sus clientes, el enfoque al cliente, en el que brindan una atención adecuada, la participación del personal, el liderazgo en el que se involucran a todos los miembros de la organización, los procesos para el logro de la mejora continua y la participación en el proceso de toma de decisiones. Con respecto a las 16 estrategias que aumentan la productividad de las MYPE, se define que son realizar capacitaciones, realizar planes destinados a mejorar el trabajo, proporcionar el tiempo y recursos necesarios, debe existir comunicación y colaboración con los miembros de la empresa, motivar e incentivar a los trabajadores así como innovar en el uso de nuevas tecnologías para prestar un buen servicio. Respecto a los factores que incrementan la productividad, se especifica la identificación con la empresa, los proyectos y objetivos que se plantea; brindar un clima organizacional adecuado proporcionando el descanso correspondiente. Conclusiones: En cuanto a los elementos de la planificación de calidad de las MYPE se indica que deben implementar estrategias para alcanzar las metas planteadas, contribuir mediante planes de mejora de la calidad, participar en programas, establecer metas para mejorar la gestión de calidad y determinar controles para evaluar el cumplimiento de las metas previstas.

(Mendoza, 2018) En su investigación: “Competitividad y calidad del servicio en las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita, año 2018”. Tuvo como Objetivo

General: Identificar las características de la Competitividad y Calidad del Servicio en las MYPE rubro restaurantes de la ciudad de Paita año 2018. La metodología utilizada fue de nivel cuantitativo, tipo descriptivo, diseño no experimental y corte transversal. Resultados: 90% indica que los trabajadores del restaurante desempeñan sus funciones con éxito; 87.5% manifiesta que las actividades se realizan organizadamente; 91.54% manejan un tiempo adecuado en la atención a los clientes; 81.20% de las MYPE resuelve oportunamente las dudas de los clientes; 100% de los clientes indican que los aperitivos reflejan pulcritud; 94% manifiesta que regresaría al restaurante por el trato y la atención recibidos. Conclusiones: Las MYPE del rubro restaurantes de la ciudad de Paita están insertadas en el mundo competitivo del mercado en el que se han posicionado, brindando buena calidad de servicio a los clientes.

(Cano Saldana, 2017) En su investigación: “Gestión de calidad de la atención al cliente y la satisfacción en la micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes caso restaurante “La Rinconada” en la ciudad de Huarney, 2016”. Tuvo como objetivo general: Determinar la relación de la Gestión de Calidad de la atención al cliente y el nivel de satisfacción en las MYPE en la ciudad de Huarney, 2016 tuvo como objetivo general: Determinar la relación de la gestión de calidad de la atención al cliente y el nivel de satisfacción en las MYPE investigadas. La investigación fue cuantitativa. Para la recolección de datos se aplicó mediante la encuesta, un cuestionario de 55 preguntas bajo el modelo de Likert a 93 clientes del restaurante “La Rinconada”. Resultados: 80% afirma que están totalmente de acuerdo con el uso de principios; 50%

está parcialmente de acuerdo con los canales de atención; 66% está totalmente de acuerdo con la atención al cliente; 43% indica que no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la gestión que dan a las quejas; 78% está totalmente de acuerdo con el producto; 51% con la resolución de conflictos; 58% con la orientación al cliente; 50% de acuerdo con el cumplimiento de los requisitos del cliente; 72% está de acuerdo con el bienestar que brinda el restaurante y 73% afirma estar totalmente de acuerdo con el mantenimiento de relaciones con los clientes. Conclusiones: El 43% indica que es excelente el nivel de atención al cliente; 72% también afirma que el nivel de satisfacción es excelente. Aplicando la prueba del Chi-cuadrado se demostró que sí existe relación entre las variables.

(Goicochea, 2017). En su investigación: “Gestión de la calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro Restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, 2015”. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en las microempresas en estudio. Con los resultados encontrados se determinó: Con respecto a los microempresarios, el 80% tiene de 31 a 50 años de edad; el 80% son propietarios y 40% de los encuestados tiene nivel de educación secundaria completa. En cuanto a las MYPE, el 60% cuentan con 7 años a más de antigüedad y 30% tienen de 1 a 2 años en el mercado; el 60% cuenta con 5 a 10 trabajadores y así mismo el 60% tiene trabajadores estables. Respecto a las características de la Gestión de la calidad en las MYPE encuestadas, 90% afirma que tiene conocimiento sobre Gestión de la calidad; 80%

capacitan a sus empleados; el 60% tienen organigrama y Manual de funciones; el 90% indica que planifican sus actividades y el 50% afirma la infraestructura del local es muy importante para su mejora.

- Estas investigaciones realizadas en diferentes regiones del ámbito nacional, han sido consideradas para contrastar las variables que coinciden y/o tienen similitud con las del estudio presente.

(Cruz Atamari, 2016). En sus tesis: “La Calidad del Servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente del restaurante La Huerta – Puno, período 2015”. Tuvo como objetivo general analizar el nivel de satisfacción del cliente evaluando la calidad del servicio utilizando el modelo SERVQUAL que contiene 22 preguntas y es medido a través de la escala de Likert a través del cual se determinaron las percepciones y expectativas de los clientes frente al servicio para luego dar propuestas de mejora. Los resultados fueron los siguientes: El restaurante “La Huerta” ofrece un servicio regular con respecto a la calidad, atendiendo en forma moderada a las necesidades de sus clientes; en cuanto al personal existen importantes implicaciones ya que según las percepciones (3,022) de la calidad, se encuentran por debajo de las expectativas (4,022) de los clientes. Conclusiones: De acuerdo a lo planteado se elaboró una propuesta de lineamientos para mejorar el nivel de calidad del servicio.

(Del Pino Romero, 2018) En investigación: “Calidad del servicio y satisfacción del cliente en los principales restaurantes del distrito de Juliaca provincia de San Román

2018”. Tuvo como objetivo: Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en los principales restaurantes el distrito de Juliaca- provincia de San Román-2018. La metodología empleada es: Tipo descriptivo, correlacional, de diseño no experimental; la muestra fueron un total de 283 comensales de los principales restaurantes del distrito de Juliaca a los que se aplicaron dos cuestionarios para medir el grado de satisfacción y calidad tomando como ejemplo el modelo SERVQUAL modificado, de Zeithaml, Parasuraman y Berry. Para obtener mayor objetividad en los resultados se afirma, que con un valor de ($p=0,01$) se declara la existencia la existencia de la relación entre las variables. Resultados: en cuanto a la calidad del servicio se confirma que el 71.4% (202 comensales califican de regular la calidad de servicio; pero, relacionado a la satisfacción del cliente en los principales restaurantes del distrito de Juliaca; se confirma que el 68,6% (194 comensales) indican tener satisfacción promedio. Conclusiones: Este estudio permitirá determinar algunas medidas para mejorar la calidad, así como la satisfacción de los clientes para incrementar la clientela y fomentar su fidelización.

(Otazu, 2018). En su investigación: “Caracterización de la Capacitación y competitividad en las MYPE del sector servicio, rubro restaurantes del cercado de la ciudad de Ayaviri año 2017”. Tuvo como objetivo general: Describir las principales características de la capacitación y la competitividad de las MYPE en estudio. La metodología fue de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental-transversal; la muestra fueron 18 MYPE a las cuales se aplicó un cuestionario mediante

la técnica de la encuesta. Resultados: Los representantes legales de las MYPE no capacitan a su personal y no tienen conocimiento del significado de la competitividad. Conclusiones: Las MYPE investigadas consideran que existe rivalidad con otras MYPE que prestan el mismo servicio.

(Ccuno, 2019). En su investigación: “La gestión de calidad con el enfoque en atención al cliente de las MYPE del sector servicios rubro restaurantes del distrito de Putina año 2019”. Tuvo como objetivo general: Determinar la gestión de calidad con enfoque en atención al cliente de las MYPE investigadas. La metodología utilizada fue descriptiva, se aplicó un cuestionario de 20 preguntas a una muestra de 10 restaurantes, mediante la técnica de la encuesta. Resultados: 80% de los microempresarios indican que cuentan con un programa de atención al cliente; 60% indican que los empleados tienen apariencia limpia y agradable; respecto a los clientes el 80% se encuentra de acuerdo y recomendaría el restaurante, 56.6% ofrecen un servicio regular atendiendo en forma moderada a las necesidades de sus clientes; en cuanto a la atención al cliente el 76.6% están de acuerdo con la atención; el 80% de clientes recomendaría el uso del restaurante. Conclusiones: El 56,56 %, de los restaurantes ofrecen un servicio regular con respecto a la atención al cliente. Se recomienda la implementación en algunos aspectos detectados en cada dimensión SERVQUAL para mejorar la atención y servicio al cliente.

(L. Aquino, 2019). En su investigación: “Gestión de calidad en la atención al cliente de las MYPE del sector servicio rubro cafeterías de la ciudad Juliaca- 2019”. Tuvo como Objetivo General: Describir la calidad en la atención al cliente de las MYPE

elegidas para la investigación. La metodología fue de tipo descriptivo, diseño no experimental y transversal. La muestra estuvo conformada por 40 trabajadores de las cinco cafeterías formales de la ciudad de Juliaca a quienes se aplicó una encuesta de 30 preguntas. Resultados: 52.5% del total de trabajadores indican que la gestión de calidad es regular; 50% del total de trabajadores afirman que el mejoramiento de la calidad de productos y servicios es regular; también un 52.5% considera regular el control de riesgo; 57.5% considera regular su productividad y eficacia; 57.5% de trabajadores mencionan que es regular su productividad y eficacia; el 57.5% de trabajadores indica que es regular la atención de necesidades y expectativas entre el cliente y el empresario; 50% de trabajadores indican que el cumplimiento de los objetivos es regular; 40% afirman que es regular el acortamiento de costos y la meta de competitividad. Conclusión: La gestión de calidad en las MYPE del sector servicio rubro cafeterías de la ciudad de Juliaca es regular.

- Se han considerado pertinentes y apropiadas las investigaciones locales para la presente investigación, para cotejar los resultados obtenidos en la misma región Puno.

2.2. Marco teórico conceptual

2.2.1. Las Micro y Pequeñas Empresas

MYPE: Son unidades conformadas por personas naturales y jurídicas que tienen como objetivo independizarse y generar autoempleo y empleo.

La Superintendencia de Administración Tributaria – (SUNAT, 2019), define a las MYPE: La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial

contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

(Congreso de la Republica, 2013). El D.L. 30056, publicado en el Diario “El Peruano” el 02.07.2013, indica que: Se modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y crecimiento empresarial, se establecen los criterios que determinan la clasificación de las empresas formales, estableciendo una clasificación especial, en función de las ventas anuales en Unidades Impositivas Tributarias (UIT)”.

Cuadro 1: Clasificación según Ley n° 30056.

Estrato empresarial	Promedio de ventas anuales (en UIT)	Equivalencia en US\$ ²
Microempresa	Ventas anuales hasta el máximo de 150 UIT	Ventas anuales hasta el monto máximo de US\$ 0,17 millones
Pequeña empresa	Ventas anuales superiores a 150 UIT y máximo hasta 1,700 UIT	Ventas anuales superiores a US\$ 0.17 millones y hasta el máximo de US\$ 1.97 millones.
Mediana empresa	Ventas anuales superiores a 1,700 UIT y hasta por el monto máximo de 2,300 UIT	Ventas anuales superiores a US\$ 1.97 millones y por hasta el monto máximo de US\$ 2,66 millones.

Clasificación según Ley No 30056.

UIT Unidad Impositiva Tributaria que para el año 2019 asciende a S/..4,200 aprox. US\$ 1). Tipo de cambio referencial: S/ 3,41.

2.2.1.1. Características de las micro y pequeñas empresas

De acuerdo a la ley, las características de las Micro y Pequeñas Empresas deben registrarse en cuanto al número de los trabajadores y nivel de ventas anuales

estimadas en Unidades Impositivas Tributarias (UIT), siendo este requisito el más importante. Esta investigación comprende en su estudio exclusivamente a las Microempresas del sector servicios, rubro de restaurantes de la ciudad de Huancané, año 2019, las cuales están comprendidas en un nivel de ventas anuales inferior a 150 UIT.

2.2.1.2. Importancia de las Micro y Pequeñas Empresas

Las MYPE, con sus emprendimientos independientes, tienen un rol muy importante en la economía, tanto de la persona como de la zona, por su aporte en la generación de empleo, disminuyen la pobreza y dan valor agregado a los insumos y productos a través de la transformación y el servicio, contribuyendo con el Producto Bruto Interno PBI en un 40% según información del Ministerio de Trabajo, brindando empleo a más del 80% de la población Económicamente Activa (PEA) así como lo indica el Ministerio de Trabajo. Las MYPE constituyen el principal motor de desarrollo a nivel nacional.

2.3. Marco Conceptual

2.3.1. Gestión de la Calidad

2.3.2. Gestión: (Pérez P., 2008) Define a la gestión como: “Un conjunto de trámites que se llevan a cabo para resolver un asunto o concretar un proyecto, también se denomina gestión a la dirección o administración de una empresa, compañía o negocio”.

2.3.3. Calidad: Se denomina calidad a un conjunto de herramientas que pueden ser tangibles como intangibles que debe ser ofrecido desde el inicio de actividades ya sea de comercio, servicios, actividades de producción y otros, hasta el final. Por lo que se considera que la calidad no solamente concierne al producto ofrecido sino también al trato y atención que se brinda.

2.3.4. Calidad de servicio

Según (Pizzo, 2013) es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización.

2.3.4.1. Importancia de la Calidad en el servicio

(Solorzano, G. & Aceves, 2013) La importancia se puede guiar por los siguientes aspectos:

- La competencia es cada vez mayor, por ende los productos ofertados aumentan notablemente y son más variados, por lo que se hace necesario ofrecer un valor agregado.

- Los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, un servicio rápido. Si un cliente queda insatisfecho por el servicio o la atención, es muy probable que hable mal de uno y cuente de su mala experiencia a otros consumidores.

Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que vuelva a adquirir nuestros productos o que vuelvan a visitarnos. Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que nos recomiende con otros consumidores. Es primordial tomar en cuenta dichos aspectos, ya que si se logran entender adecuadamente cada uno de ellos y, aplicarlos de la manera correcta se logrará tener una ventaja competitiva.

.2.3.4.2. Definición de Servicios como propósito u objetivo principal de una transacción.

(Thompson, 2006): "Los servicios son actividades identificables, intangibles y perecederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes".

2.3.5. Gestión de la calidad

Son principios y conceptos de gestión que se aplican en todos y cada uno de los diferentes niveles y actividades de la organización. La calidad lleva a más

productividad al reducirse los costos derivados de los reprocesos, errores y retrasos.

(Deming, 1989).

La Gestión de Calidad, no solamente se refiere a la presentación del producto sino también infiere en los procesos que éstos requieran, por lo que se considera que la Gestión de Calidad es un conjunto de normas y mecanismos correspondientes a una organización para administrar de manera organizada un proceso, de tal manera que la gestión de Calidad dentro de una organización de cualquier tamaño en este caso Micro y Pequeña empresa es de vital importancia desde la planificación, hasta el último proceso de venta y post venta .

(Pola Maseda, 1994), en su libro “Gestión de Calidad” explica que: “La gestión de calidad es un conjunto de acciones encaminadas a planificar, organizar y controlar la función de la calidad en una empresa” (pág. 23), esta tarea consta de los siguientes aspectos:

Definir políticas de calidad de la empresa en relación con los principios empresariales y en función de la naturaleza del negocio.

Establecer objetivos claramente definidos acordes con las políticas de la empresa.

Realizar la planificación con base a los objetivos anteriores, estableciendo las estrategias y los recursos necesarios.

Definir la organización, con las funciones y responsabilidades, para que se lleve a cabo la planificación.

Seleccionar y tomar al personal para cada puesto de trabajo.

Motivar a la gente para el logro de objetivos.

Controlar el desarrollo del programa estableciendo las medidas correctivas necesarias, a través de un mejor servicio al cliente.

El Círculo de DEMING

(G. Aquino, 2012). Respecto al método popularizado por el Dr. Williams Edwards Deming, uno de los primeros que utilizó este esquema lógico en la mejora de la calidad, basado en el concepto ideado por Water A. Shewhart y le dio un fuerte impulso, indica que: El ciclo Deming PHVA que se usa como herramienta para el desarrollo de metodologías propias que permite adaptarse al entorno de la empresa y llegar a la solución de problemas que se dan particularmente y no marcadas como una forma general, sino más bien adaptadas a cada tipo de organización. Eso es en esencia lo que realizó el doctor como Gurú de la calidad.

Cuadro 2: CIRCULO DE DEMING



Fuente: Mejoras para la calidad Instituto Tecnológico de Apizaco.

2.3.6. Principios de la gestión de la calidad

Son las herramientas de trabajo que se utilizan con la finalidad de llevar a los directivos de las organizaciones hacia una mejora en el desempeño. Según la Norma ISO 9000 (2000), estos principios son los siguientes:

- Enfoque al cliente: Se considera a los clientes como la clave fundamental de toda empresa o negocio, por lo que las empresas deben conocer sus necesidades,

satisfacerlas y superar sus expectativas. Según este principio es necesario dar a conocer que las necesidades de los clientes con cambiantes, y esto se debe a que los clientes cada vez están más informados, son más exigentes y van creando barreras en cuanto a su satisfacción.

- Liderazgo: La unidad de propósito y la orientación de la organización son establecidas por los líderes y es su responsabilidad crear y mantener un ambiente interno donde el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización. Los líderes en esta investigación vienen a ser los propietarios o agentes administrativos que deberán poner énfasis al clima organizacional que haya dentro de su negocio.

- Participación del personal: El personal es la esencia de una organización en todos los niveles y su compromiso total permite que sus habilidades sean utilizadas en beneficio de la organización. Un buen clima organizacional se refleja en las acciones de cada uno de los integrantes de la empresa y a esto se debe adicionar la capacitación, la motivación a través de incentivos y reconocimientos para que el personal se sienta comprometido y especialmente contento.

- Enfoque basado en procesos: El resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionen como un proceso.

- Enfoque de sistemas para la gestión: Para lograr la eficacia y eficiencia de una organización se requiere identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, para el logro de sus metas y objetivos. Esto quiere

decir que deberá poner énfasis y cuidado en cada uno de los procesos, ya que si uno de ellos falla el objetivo se verá inconcluso.

- Mejora continua: La mejora continua del desempeño global de una organización debería ser un objetivo permanente de esta. Para lograr una mejora continua es necesario aplicar las técnicas de la administración que son planificar, organizar, dirigir y controlar.

- Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones: Para la toma de decisiones se requiere analizar los datos y la información. La planificación en una organización es muy importante, basada en datos reales se pueden hacer proyecciones a futuro y una vez tomada la decisión no debe haber retroceso.

- Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor: En toda organización existe interdependencia con los proveedores y si es una relación mutuamente beneficiosa, se incrementa la capacidad de ambos para crear valor y serán más competitivos, mejorando su productividad y rentabilidad.

2.3.2. La Competitividad

2.3.2.1. Definición

La competitividad es la capacidad de una persona u organización para desarrollar ventajas competitivas con respecto a sus competidores y obtener así, una posición destacada en su entorno.

La competitividad: Es la capacidad de una empresa para producir y mercadear productos en mejores condiciones de Precio, calidad y oportunidad que sus rivales. (Porter, 1999).

(Riquelme, 2015). Las 5 fuerzas de Porter son esencialmente un gran concepto de los negocios por medio del cual se pueden maximizar los recursos y superar a la competencia, cualquiera que sea el giro de la empresa. Según Porter: “Si no se cuenta con un plan perfectamente elaborado, no se puede sobrevivir en el mundo de los negocios de ninguna forma; lo que hace que el desarrollo de una estrategia competente no solamente sea un mecanismo de supervivencia, sino que además también te da acceso a un puesto importante dentro de una empresa y acercarte a conseguir todo lo que soñaste”.

Cuadro 3: Diagrama de las 5 Fuerzas de Porter



Fuente: 5 fuerzas de Porter – Riquelme Leiva Matías

2.3.2.2. Competitividad Empresarial

(Roldan, 2018): Cuando se aplica el concepto en el ámbito empresarial, se entiende que una empresa es competitiva cuando es capaz de obtener una rentabilidad superior a la de sus competidores. La competitividad empresarial puede basarse en precio o en otras variables. A continuación, las explicamos en mayor detalle:

En precio: La empresa es capaz de ofrecer sus productos a un menor precio que sus competidores sin reducir sus ganancias. Esta competitividad se basa en menores costos de producción (gracias a una mejor tecnología, factores de producción más

productivos, mejor organización, etc.) lo que permite que la empresa reduzca sus precios y aun así mantenga un margen atractivo sobre la venta.

Otros factores distintos al precio: la empresa es capaz de cobrar un mayor precio que sus competidores y así aumentar sus ganancias relativas. Este tipo de competitividad se basa en la capacidad de ofrecer una mayor calidad, una mejor imagen o una logística más desarrollada, entre otros factores.

2.3.2.3. Competitividad en el plano micro económico

Para la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Suñol, 2006) (CEPAL): “La competitividad en el nivel microeconómico significa alcanzar los patrones de eficiencia vigentes internacionalmente en cuanto a utilización de recursos y calidad del producto o servicio ofrecido, esto a su vez supone la identificación, imitación y adaptación de nuevas funciones de producción por parte de las empresas, la competitividad microeconómica se logra mediante políticas de modernización de la empresa en lo relativo a tecnología, equipos, organización y relaciones laborales, pero la empresa requiere también de un entorno competitivo, el cual se logra mediante políticas meso económicas de modernización de los factores”. (CEPAL, 1996).

2.3.2.4. Restaurante

Se trata de la empresa de servicio que ofrece diversas comidas y bebidas para su consumo en el establecimiento, el que debe ser pagado por el cliente, al que se denomina comensal

2.3.2.5. Rubro

En el ámbito de la economía y el comercio, se denomina rubro económico o comercial a un sector de negocios o de actividades económicas que pueden ser englobadas dentro de una misma categoría económica, debido al tipo de bienes y servicios que producen.

III. HIPÓTESIS

Por tratarse de un estudio de investigación de tipo descriptivo, no se ha planteado hipótesis. De acuerdo a la definición de (Arias, 2012):

“Los estudios descriptivos miden de forma independiente las variables y aun cuando no se formulen hipótesis, tales variables aparecen enunciadas en los objetivos de la investigación”.

IV. METODOLOGÍA.

4.1 Diseño de la investigación.

En la presente investigación se ha utilizado el diseño descriptivo no experimental.



Donde:

M = Muestra conformada por las MYPE encuestadas.

O = Observación de las variables.

El diseño de la investigación es no-experimental descriptivo, de corte transversal. (Bernal, 2010). No experimental, porque no se modificará el objeto en estudio y tampoco se manipularon las variables ni se alteraron las variables en estudio, únicamente se observó el desarrollo de funciones de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de la ciudad de Huancané.

4.1.1. Nivel de la investigación

El nivel de la investigación es descriptivo, debido a que solo se ha limitado a describir las principales características de las variables en estudio dentro de su contexto.

(Hernández, R. Fernández, 2014) definen: “Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas”.

4.1.2. El tipo de investigación

El tipo de investigación es cuantitativa, porque tanto en la recolección de datos como en la presentación de los resultados se han utilizado instrumentos de medición y procedimientos estadísticos.

(Hernández, & Fernández, 2014) pág. 4. “El enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías”.

4.2. Población y muestra.

(Hernández Sampieri et al., 2014) indica que las muestras deben ser del tipo de sujetos que sea relevante para nuestro estudio según nuestros objetivos, es decir de sujetos que estén involucrados directamente en el fenómeno que vamos a estudiar. (Capítulo 8, 6ª. Edición – 2014).

Tipo de muestreo: No probabilístico o no aleatorizado, por conveniencia.

Del total de la población considerada en esta investigación que corresponde a 28 restaurantes, se ha seleccionado una muestra por conveniencia, según padrón de licencias de apertura de establecimientos rubro restaurantes de la Municipalidad Provincial de Huancané que comprende a 14 Restaurantes y a su vez la atención mínima de cinco días a la semana; entonces se consideraron los siguientes criterios:

Inclusión:

- ✓ Restaurantes que cuentan con licencia de funcionamiento y también atienden mínimamente cinco días a la semana.

Exclusión: Se ha excluido a todos los siguientes casos:

- a) Restaurantes que no cuentan con licencia de funcionamiento ni tampoco atienden mínimamente cinco días a la semana.
- b) Restaurantes que cuentan con licencia de funcionamiento, pero no atienden mínimamente cinco días a la semana.
- c) Restaurantes que atienden mínimamente cinco días a la semana, pero no cuentan con licencia de funcionamiento.

4.3. Definición y Operacionalización de Variables

Cuadro 4: Definición y operacionalización de variables e indicadores

Variable	Conceptualización de la variable	Dimensiones	Concepto	Indicador	Medición
Variable 1: Gestión de Calidad	Ciclo de Deming (1989). Consiste en: Planificar Hacer Estudiar Actuar En todo el proceso de la Gestión de la Calidad en toda organización.	Planificar	Establecer metas y objetivos de acuerdo a las políticas de la empresa.	Planifica las metas, objetivos y las políticas de trabajo en la empresa.	Likert
		Hacer	Ejecutar el plan de trabajo y determinar controles para su cumplimiento.	Contar con documentos normativos para la realización de actividades en las MYPE. Organizar el menaje y herramientas a fin de lograr eficiencia.	
		Estudiar (Verificar, Evaluar)	Realizar seguimiento de todos los procesos comparando resultados según expectativa del plan de trabajo.	Verifica la cadena de producción de su empresa. Evaluar los resultados con la finalidad de una mejora progresiva	
		Actuar	Tomar decisiones de acuerdo a resultados realizando modificaciones para nuevo plan de trabajo.	Mejorar continuamente con el propósito de brindar un servicio de calidad. Controlar la calidad de atención al cliente.	
Variable 2: Competitividad	Es la capacidad de una empresa para producir y mercadear productos en mejores condiciones de Precio, calidad y oportunidad que sus rivales. (Porter, 1999).	Crecimiento	Mejorar los procesos internos de la empresa.	Auto conocer la competitividad de la empresa. Ser motivados por la competencia local para el adelanto de su empresa. Tener conocimiento por todo el personal de los procesos internos de su empresa.	Likert
		Desempeño	Conocer las capacidades, habilidad y desempeño de los trabajadores de la empresa.	Mejor atención y buen trato al cliente.	
		Calidad	Conocer a la competencia Generar cambios	Brindar un buen servicio con la finalidad de diferenciarse de la competencia. Conocer a los competidores de su empresa. Innovar con el propósito de lograr ventaja competitiva.	

4.4. Técnica

En la presente investigación se ha utilizado como técnica la encuesta.

(Díaz, V. 2016). Define a la encuesta como: “la búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados”.

El instrumento es un cuestionario estructurado con 25 preguntas de acuerdo a las variables y sus dimensiones. Este cuestionario fue validado por el criterio de juicio de tres jueces expertos los cuales determinaron los ajustes para su optimización y procedieron a confirmar la pertinencia de la aplicación del instrumento en la investigación realizada. Las preguntas formuladas han sido distribuidas de la siguiente manera:

- | | |
|---|-------------|
| - Características de los micro empresarios | 5 preguntas |
| - Características de las MYPE | 5 preguntas |
| - Características de la gestión de la calidad | 8 preguntas |
| - Características de la competitividad | 7 preguntas |

4.5. Plan de análisis.

- Mediante el instrumento se recolectaron los datos a través de la encuesta.
- Se procedió a la tabulación
- Utilizando el programa EXCEL se obtuvieron las tablas y gráficos
- Los resultados se muestran en frecuencias y porcentajes

Se realizó la interpretación de los resultados y se procedió a contrastarlos con investigaciones similares para llegar a las conclusiones sobre la investigación.

4.7. Principios éticos

- Protección de las personas: En ningún momento se ha puesto en riesgo su seguridad personal ni la de sus negocios.
- Beneficencia y no maleficencia: La investigación está enfocada en objetivos que determinarán un beneficio para los participantes.
- Justicia: Se ha procedido con absoluta equidad, con el respeto, y equidad que se merecen los microempresarios participantes.
- Integridad científica: Los participantes en la investigación han sido informados de los conflictos de intereses así como de los beneficios potenciales de la investigación en función de las normas deontológicas, aclarando que en la presente investigación no existen riesgos que pudieran afectarlos.
- Consentimiento informado y expreso: La participación ha sido voluntaria al aceptar dar respuesta al cuestionario con fines de investigación, colaborando con el autor sin pretender retribución económica.

En todo momento de la investigación se ha procedido con rigurosa responsabilidad científica y profesional ante la sociedad, de acuerdo a lo previsto con el Código de Ética para la Investigación de la (ULADECH, 2019).

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

DATOS GENERALES DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MYPE

Tabla 1: Edad de los Microempresarios

Edad (años)	No.	%
18 a 30	0	0
31 a 50	08	57
51 a más	06	43
Total	14	100

Fuente: Encuesta aplicada el año 2019

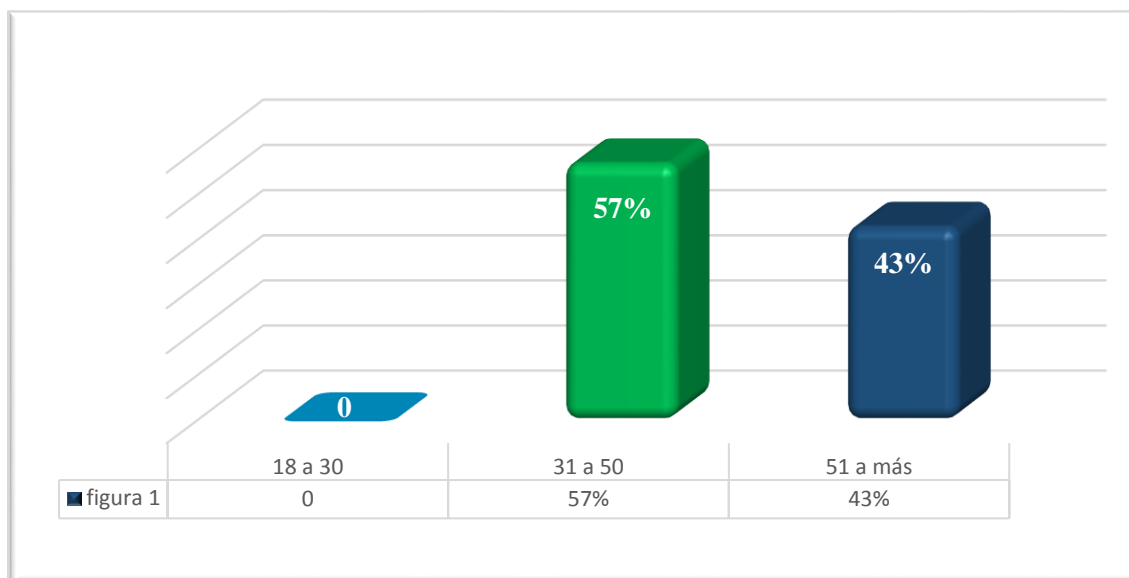


Figura 1: Edad de los microempresarios

Fuente: Tabla No. 1 - Encuesta aplicada por la investigadora

Interpretación: De acuerdo a los resultados de la tabla y figura 1 se observa que de los 14 microempresarios encuestados, 57% (08) tienen entre 31 a 50 años de edad; 43% (06) tienen 51 a más años; 0% en el rango de edad de 18 a 30 años.

Tabla 2: Género de los Microempresarios

Género	No.	%
Femenino	13	93
Masculino	01	07
Total	14	100

Fuente: Encuesta aplicada del año 2019

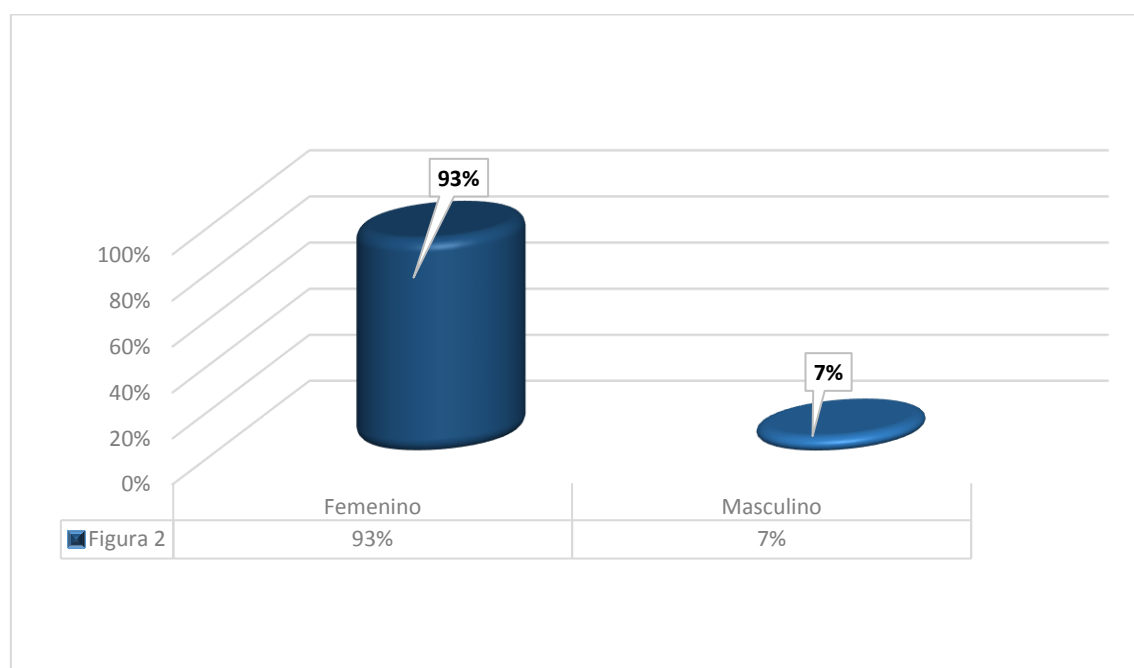


Figura 2: Género de los microempresarios

Fuente: Tabla No. 2 - Encuesta aplicada por la investigadora

Interpretación: Del total de microempresarios de restaurantes de la ciudad de Huancané, entrevistados, 93% (13) pertenecen al género femenino y solamente 7% (1) al género masculino.

Tabla 3: Grado de Instrucción

Instrucción	No.	%
Sin Instrucción	0	0
Primaria	01	07
Secundaria	08	57
Superior no universitario	05	36
Superior Universitaria	00	00
Total	14	100

Fuente: Encuesta aplicada del año 2019

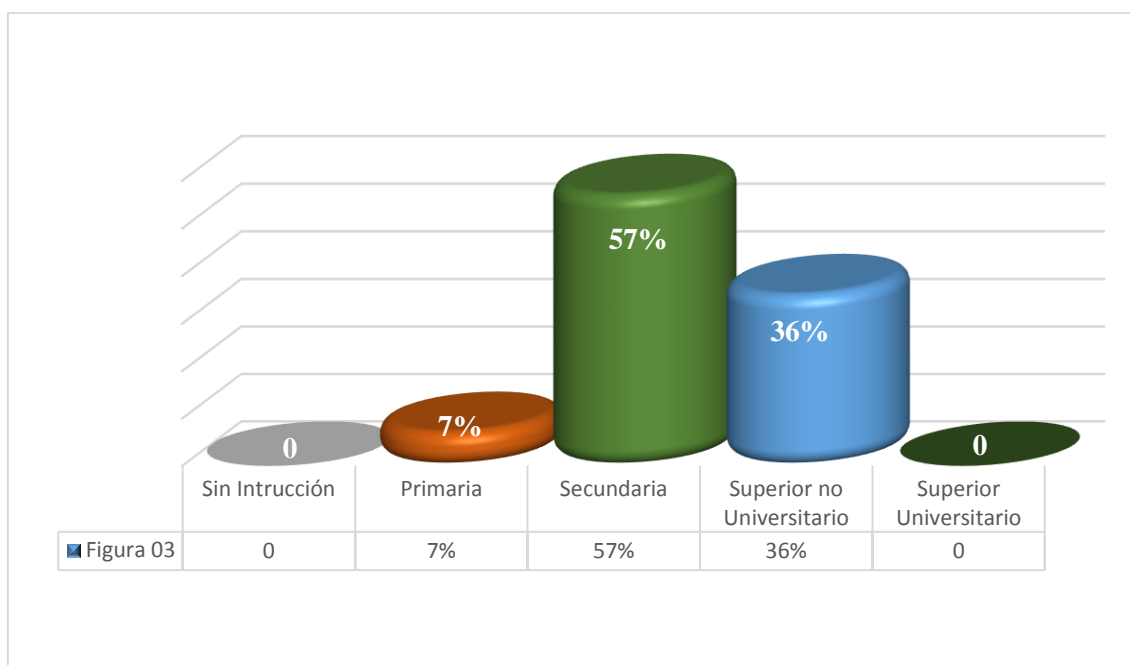


Figura 3: *Grado de Instrucción*

Fuente: Tabla No. 3 - Encuesta aplicada por la investigadora.

Interpretación: Del total de entrevistados, 57% (08) tienen grado de instrucción secundaria; 36% (5) tienen grado de instrucción superior no universitaria; 7% (1) tiene instrucción primaria y no hay analfabetos.

Tabla 4: Cargo que desempeña en la Empresa

Cargo	No.	%
Propietario	14	100
Administrador	0	0
Total	14	100

Fuente: Encuesta aplicada del año 2019

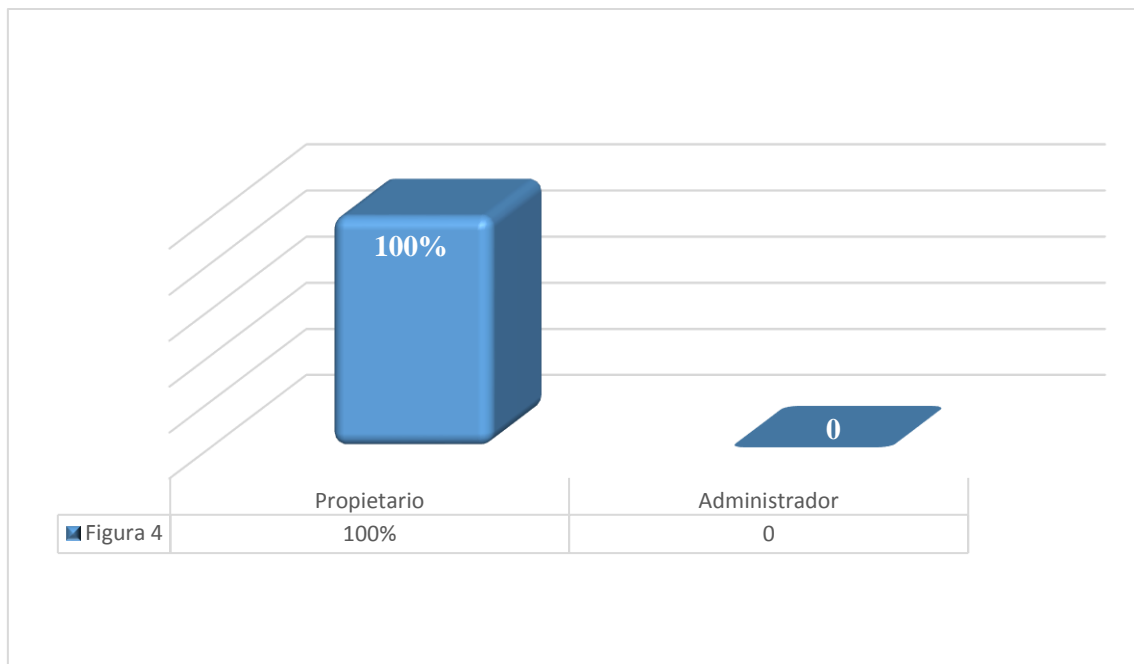


Figura 4: Cargo que desempeña en la Empresa

Fuente: Tabla No. 4 - Encuesta aplicada por la investigadora.

Interpretación: Según los resultados de la tabla y figura 4, de los 14 microempresarios encuestados, el 100% (14) son propietarios.

Tabla 5: Tiempo que desempeña el cargo

Años	No.	%
0 a 3	05	36
4 a 6	04	28
7 a más	05	36
Total	14	100

Fuente: Encuesta aplicada del año 2019

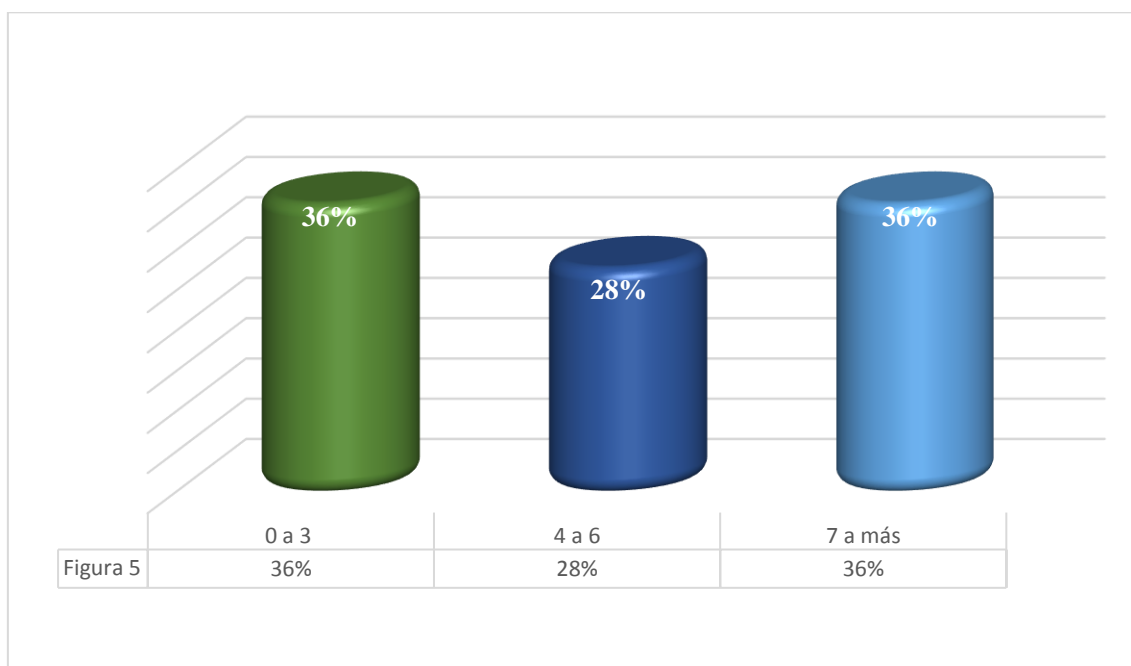


Figura 5: Tiempo que desempeña el cargo

Fuente: Tabla No. 5 - Encuesta aplicada por la investigadora.

Interpretación: El resultado de la tabla y figura 5, demuestra que de los 14 microempresarios encuestados, el 36% (5) tiene entre 0 a 3 años de antigüedad; igualmente 36% (5) 7 a más años de antigüedad y un 28% (4) tienen antigüedad de 4 a 6 años desempeñando el cargo en la empresa.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS MYPE

Tabla 6: Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro

Tiempo (años)	No.	%
0 a 3	0	0
4 a 6	04	29
7 a más	10	71
Total	14	100

Fuente: Encuesta aplicada del año 2019

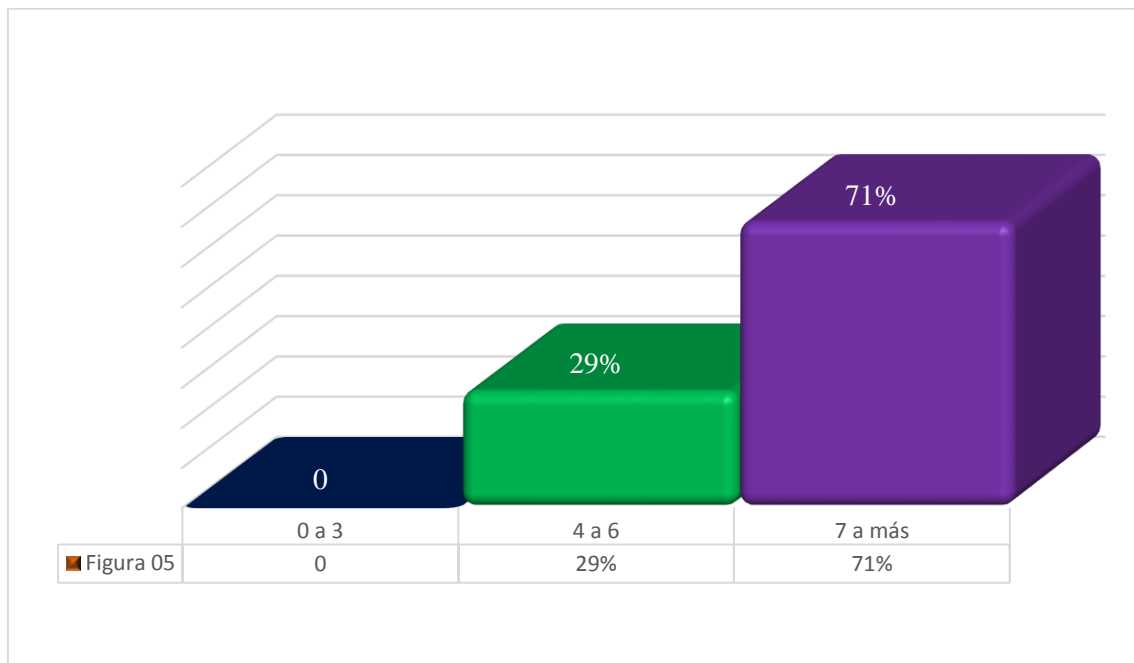


Figura 6: Tiempo de permanencia de la empresa en el rubro.

Fuente: Tabla No. 6 - Encuesta aplicada por la investigadora.

Interpretación: Del total de 14 microempresarios de restaurantes de la ciudad de Huancané encuestados; el 71% (10) indica que la microempresa tiene de 7 a más años de antigüedad; 29% (4) indica que la antigüedad de la empresa es de 4 a 6 años y 0% entre 0 a 3 años.

Tabla 7: Con cuántos trabajadores cuenta la empresa

Trabajadores	No.	%
1 a 5	12	86
6 a 10	02	14
11 a más	0	0
Total	14	100

Fuente: Encuesta aplicada del año 2019

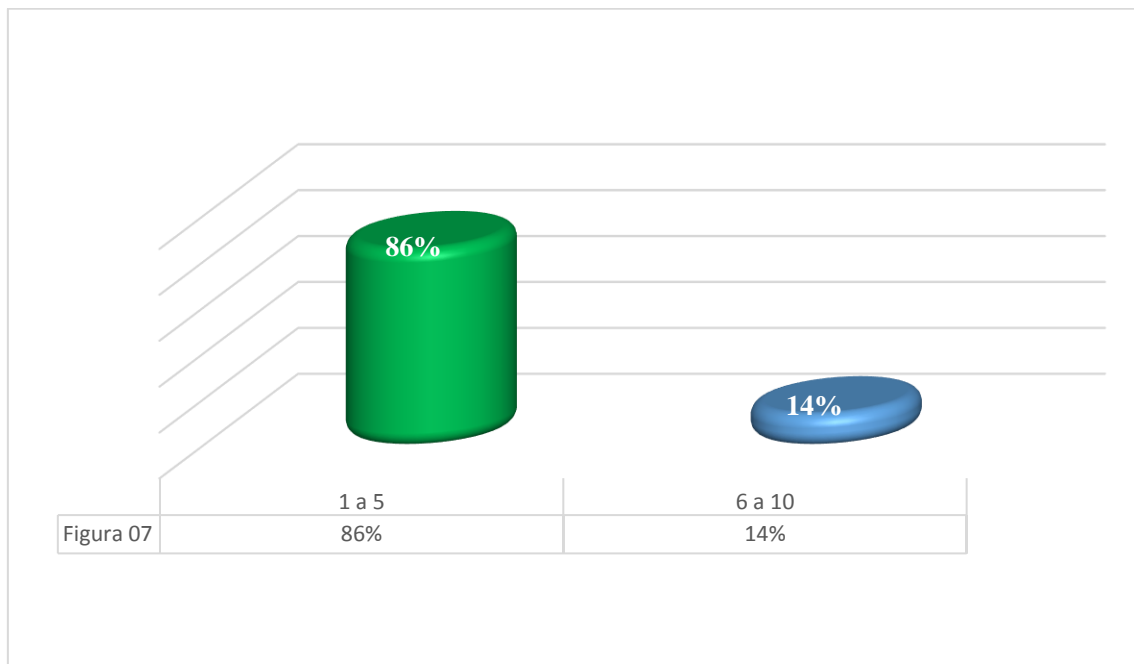


Figura 7: Con cuántos trabajadores cuenta la empresa

Fuente: Tabla No. 7- Encuesta aplicada por la investigadora.

Interpretación: De acuerdo a los resultados de la tabla y figura 7, de los 14 restaurantes encuestados, el 86% (12) indica que cuenta entre 1-5 trabajadores y 14% (2) indican que tienen de 6 a 10 trabajadores y ninguno tiene 11 a más trabajadores.

Tabla 8: Las personas que laboran en su empresa

Personas	No.	%
Familiares	0	0
No familiares	0	0
Familiares y Personas no familiares	14	100
Total	14	100

Fuente: Encuesta aplicada del año 2019

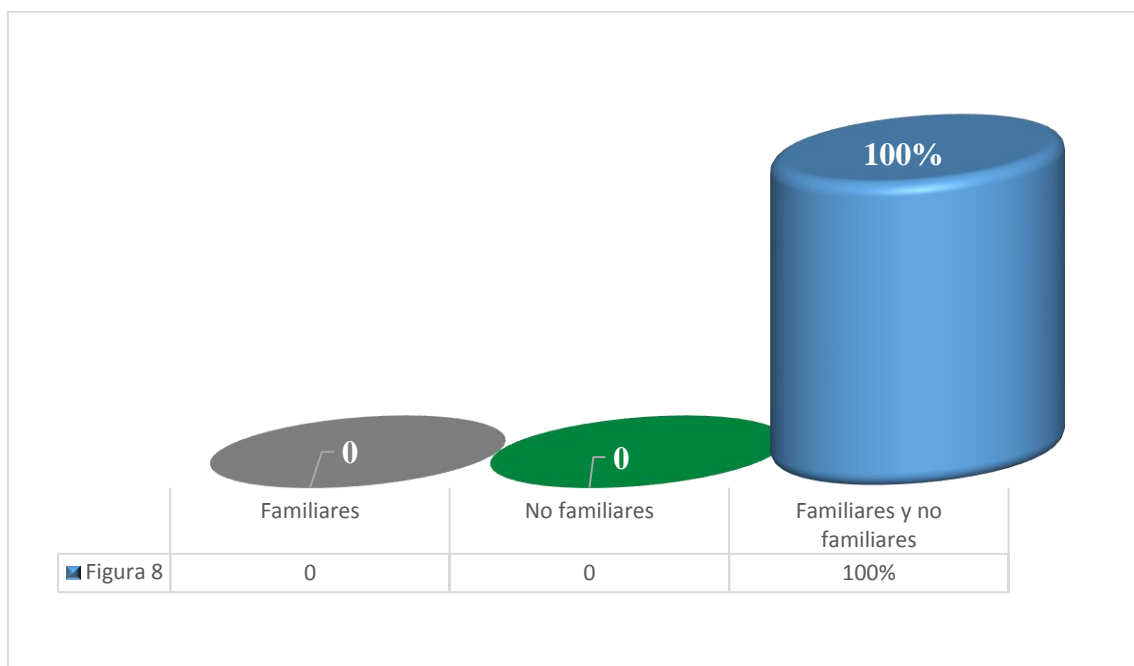


Figura 8: Las personas que laboran en su empresa

Fuente: Tabla No. 8- Encuesta aplicada por la investigadora.

Interpretación: El resultado de la tabla y figura 8 demuestra que de los 14 restaurantes de la ciudad de Huancané encuestados; el 100% (14) afirma que en su empresa laboran familiares y no familiares.

Tabla 9: Objetivo de creación de la empresa

Objetivo	No.	%
Generar ganancia	05	36
Subsistencia	09	64
Total	14	100

Fuente: Encuesta aplicada del año 2019

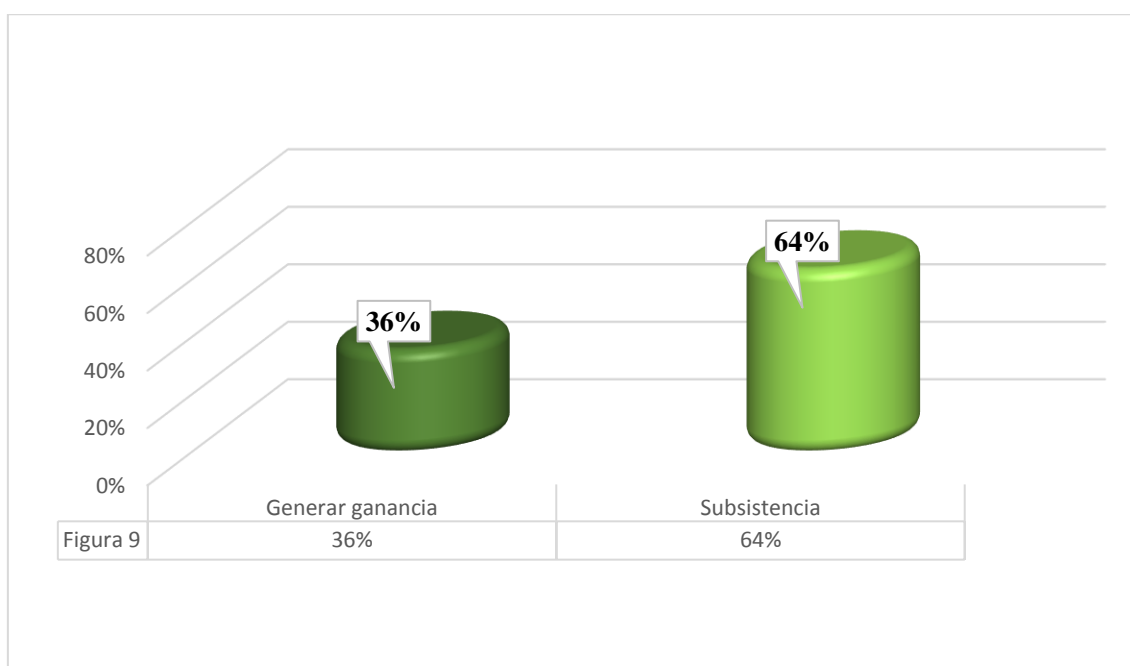


Figura 9: Objetivo de creación de la empresa

Fuente: Tabla No. 9- Encuesta aplicada por la investigadora.

Interpretación: Del total de 14 restaurantes de la ciudad de Huancané, encuestados, el 64% (09) crearon la empresa con el objetivo de subsistencia y el 36% (05) lo hicieron para generar ganancias.

Tabla 10: Qué tipo de constitución tiene la empresa

Constitución	No.	%
Persona Natural	14	100
E.I.R.L	0	0
S.R.L	0	0
S.A.C.	0	0
S.A.	0	0
Total	14	100

Fuente: Encuesta aplicada del año 2019

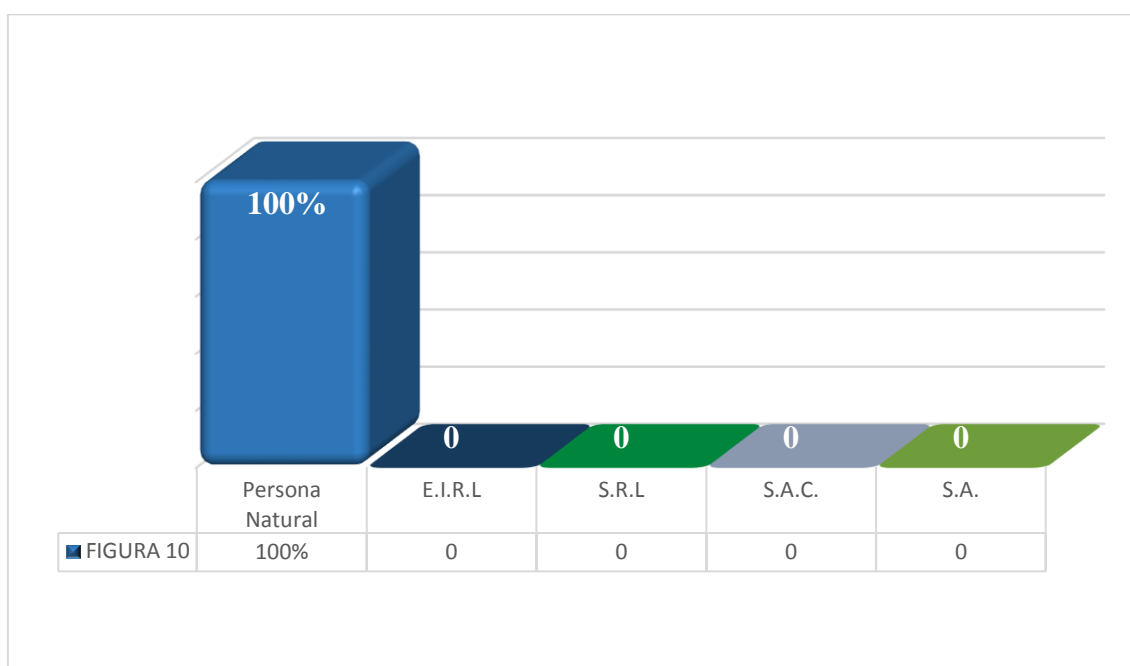


Figura 10: Qué tipo de constitución tiene la empresa

Fuente: Tabla No. 10- Encuesta aplicada por la investigadora.

Interpretación: El 100% (14) de los restaurantes han sido constituidos como personas naturales.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MYPE

Tabla 11: Planifica los objetivos y metas anuales

Planifica	No	%
Nunca	0	0
Muy pocas veces	0	0
Algunas Veces	04	28.5
Casi Siempre	04	28.5
Siempre	06	43
Total	14	100

Fuente: Encuesta aplicada del año 2019

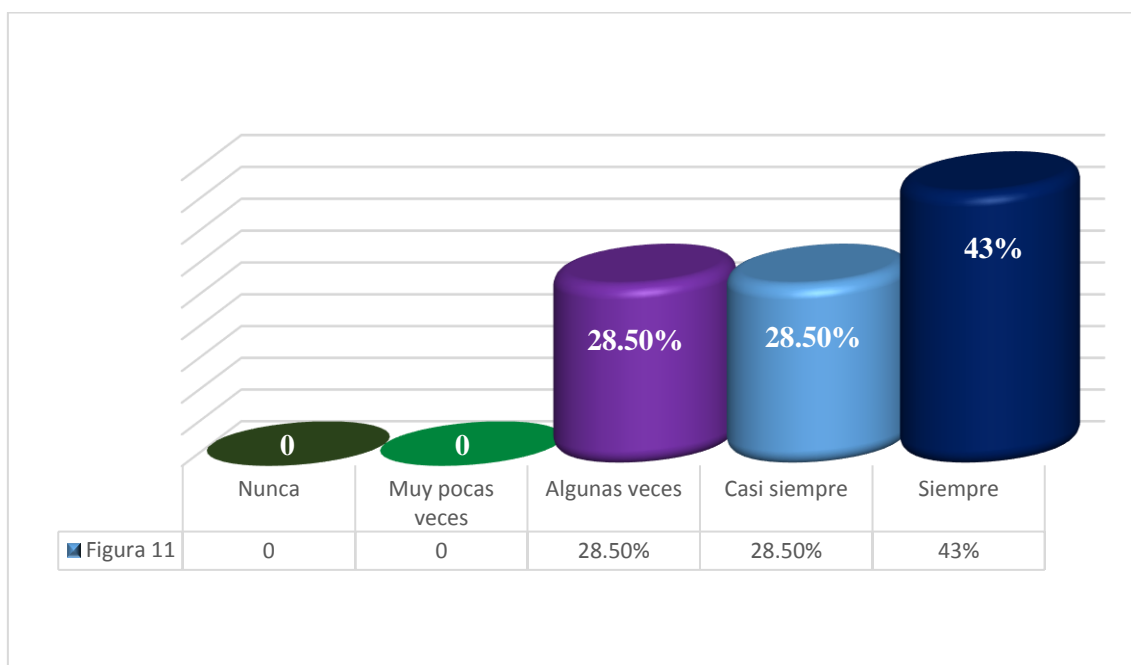


Figura 11: Planifica los objetivos y las metas que quiere conseguir en el último año en la empresa.

Fuente: Tabla No. 11- Encuesta aplicada por la investigadora.

Interpretación De acuerdo a los resultados de la tabla y figura 11, del total de 14 microempresarios de restaurantes de la ciudad de Huancané, encuestados, el 43% (06) planifica las metas y objetivos anuales; 28.5% (4) casi siempre y 28.5% (4) algunas veces; 0% muy pocas veces.

Tabla 12: Planifica las políticas de trabajo de la empresa

Trabaja	No.	%
Nunca	0	0
Muy pocas veces	0	0
Algunas veces	04	28
Casi siempre	05	36
Siempre	05	36
Total	14	100

Fuente: Encuesta aplicada del año 2019

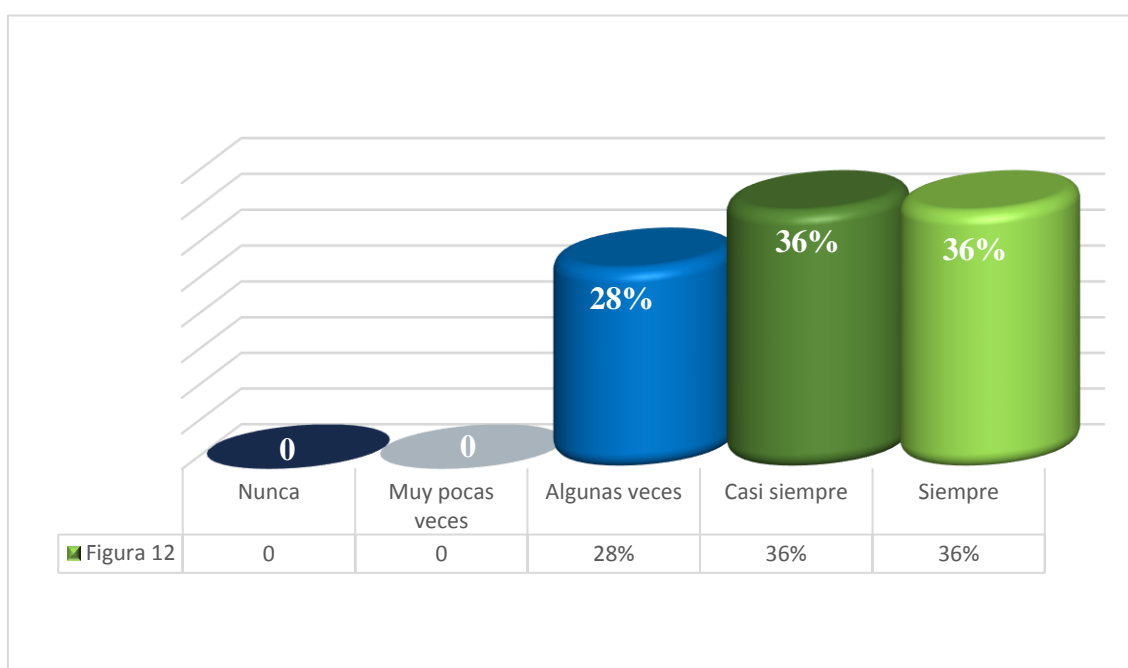


Figura 12: Planifica las políticas de trabajo de la empresa

Fuente: Tabla No. 12- Encuesta aplicada por la investigadora.

Interpretación: Según los resultados de la tabla y figura 12, de las 14 MYPE encuestadas, el 36% (05) siempre trabaja mediante la planificación las políticas de la empresa; igualmente otro 36% (05) lo hace casi siempre y el 28% algunas veces, correspondiendo 0% a las opciones muy pocas veces y nunca.

Tabla 13: Cuenta con documentos normativos para realizar los procesos de actividades en el restaurante

Respecta los procesos	No.	%
Nunca	0	0
Muy pocas veces	0	0
Algunas Veces	0	0
Casi Siempre	0	0
Siempre	14	100
Total	14	100

Fuente: Encuesta aplicada del año 2019

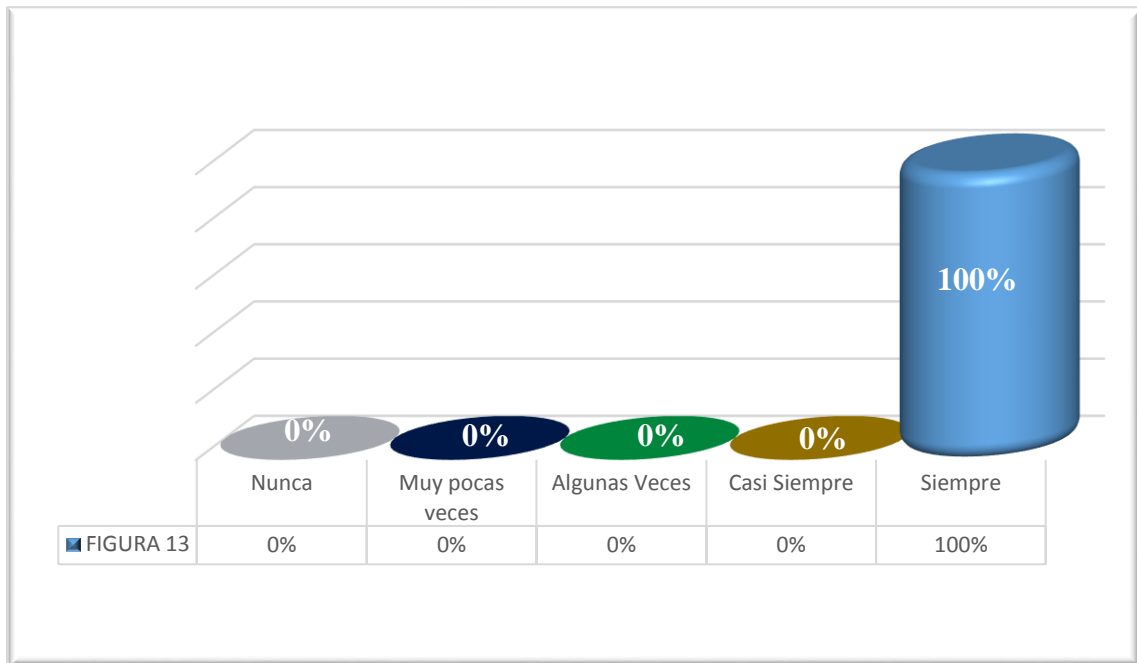


Figura 13: Cuenta con documentos normativos para realizar los procesos de actividades en el restaurante
Fuente: Tabla No. 13 - Encuesta aplicada por la investigadora.

Interpretación El 100% (14) de los encuestados afirma que cuenta con los documentos normativos para realizar los procesos de las actividades en el restaurante.

Tabla 14: Organiza el menaje, equipos y herramientas para que se trabaje de manera eficiente

Organiza	No.	%
Nunca	0	0
Muy pocas veces	0	0
Algunas Veces	0	0
Casi Siempre	02	14
Siempre	12	86
Total	14	100

Fuente: Encuesta aplicada del año 2019

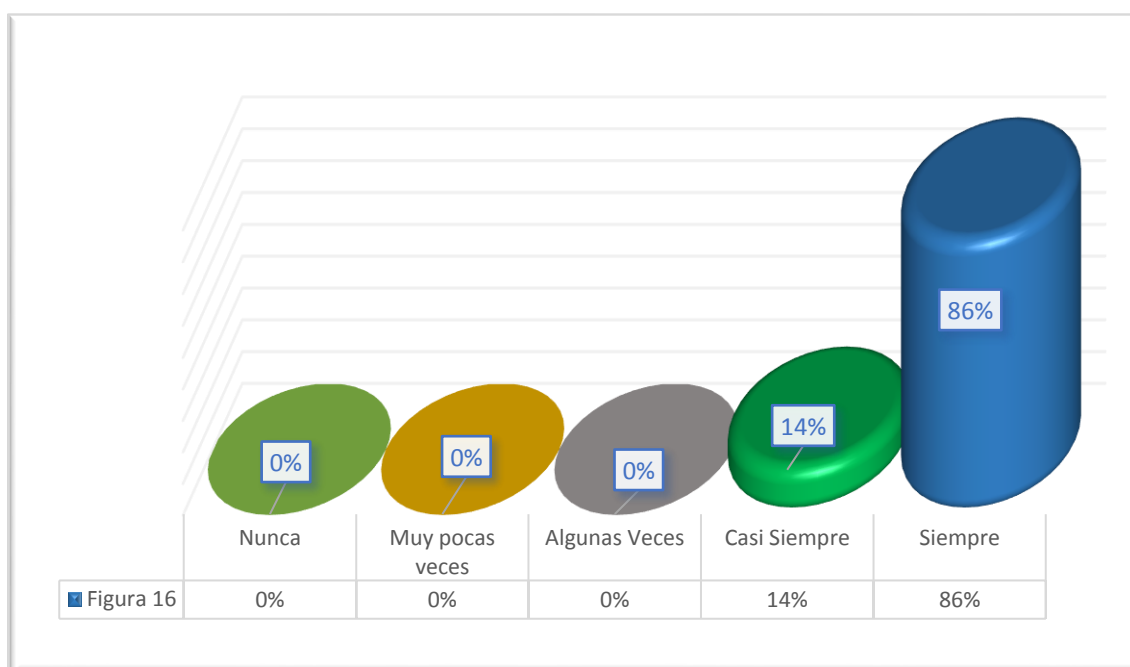


Figura 14: Organiza el menaje, equipos y herramientas para que se trabaje de manera eficiente

Fuente: Tabla No. 14 - Encuesta aplicada por la investigadora.

Interpretación: De los 14 restaurantes de la ciudad de Huancané, encuestados, el 86 % (12) siempre organiza el menaje, equipos y herramientas para que se trabaje de manera eficiente y solamente 14% (02) lo hace casi siempre.

Tabla 15: Verifica todos los procesos en la cadena de producción del restaurante

Organiza	No.	%
Nunca	0	0
Muy pocas veces	0	0
Algunas Veces	0	0
Casi Siempre	14	100
Siempre	0	0
Total	14	100

Fuente: Encuesta aplicada del año 2019

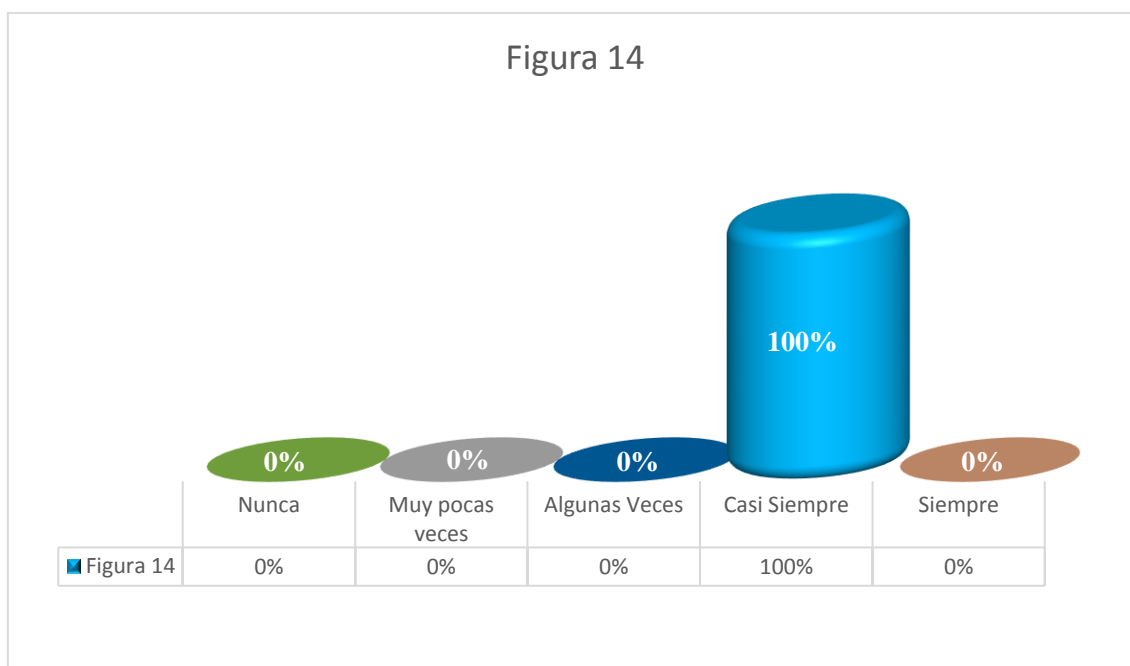


Figura 15: Verifica todos los procesos en la cadena de producción del restaurante

Fuente: Tabla No. 15 - Encuesta aplicada por la investigadora.

Interpretación: El 100% (14) de los microempresarios afirma que casi siempre verifica todos los procesos en la cadena de producción del restaurante.

Tabla 16: Evalúa los resultados que obtiene para seguir mejorando

Evalúa	No.	%
Nunca	0	0
Muy pocas veces	0	0
Algunas Veces	04	29
Casi Siempre	10	71
Siempre	0	0
Total	14	100

Fuente: Encuesta aplicada del año 2019

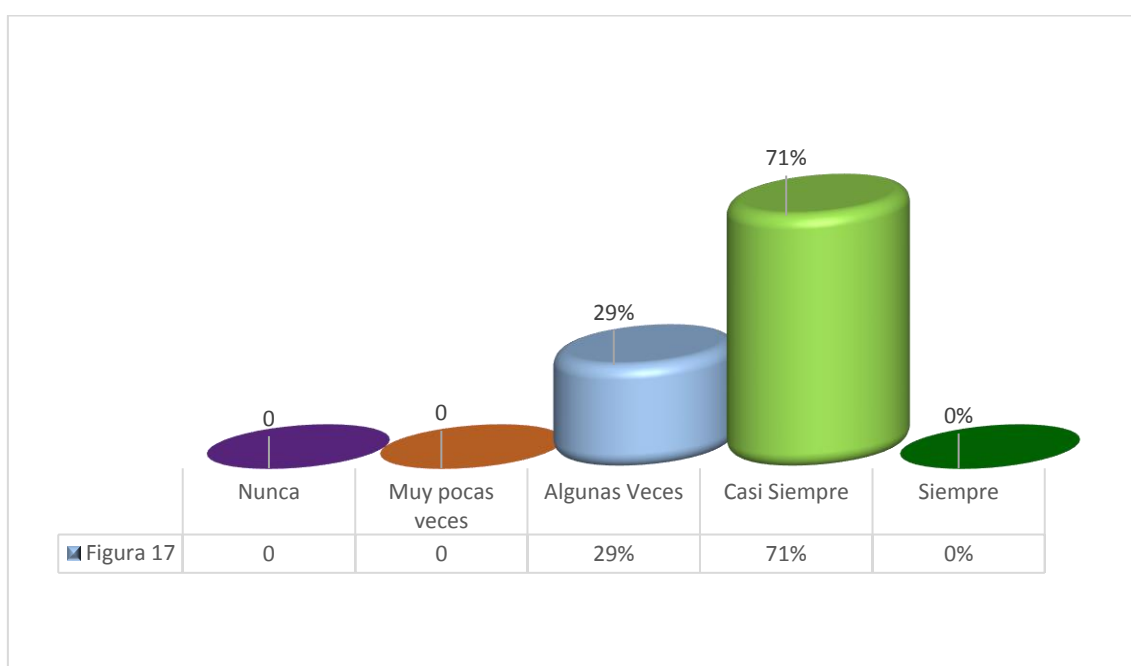


Figura 16: Evalúa los resultados que obtiene para seguir mejorando.

Fuente: Tabla No. 16 - Encuesta aplicada por la investigadora.

Interpretación: Del total de microempresarios de restaurantes de la ciudad de Huancané, entrevistados, el 71 % (10) casi siempre evalúa los resultados que obtiene para seguir mejorando y el 29% (04) lo hace algunas veces.

Tabla 17: Mejora continuamente con el objetivo de brindar un servicio de calidad

Considera	No.	%
Nunca	0	0
Muy pocas veces	0	0
Algunas Veces	01	07
Casi Siempre	02	14
Siempre	11	79
Total	14	100

Fuente: Encuesta aplicada del año 2019

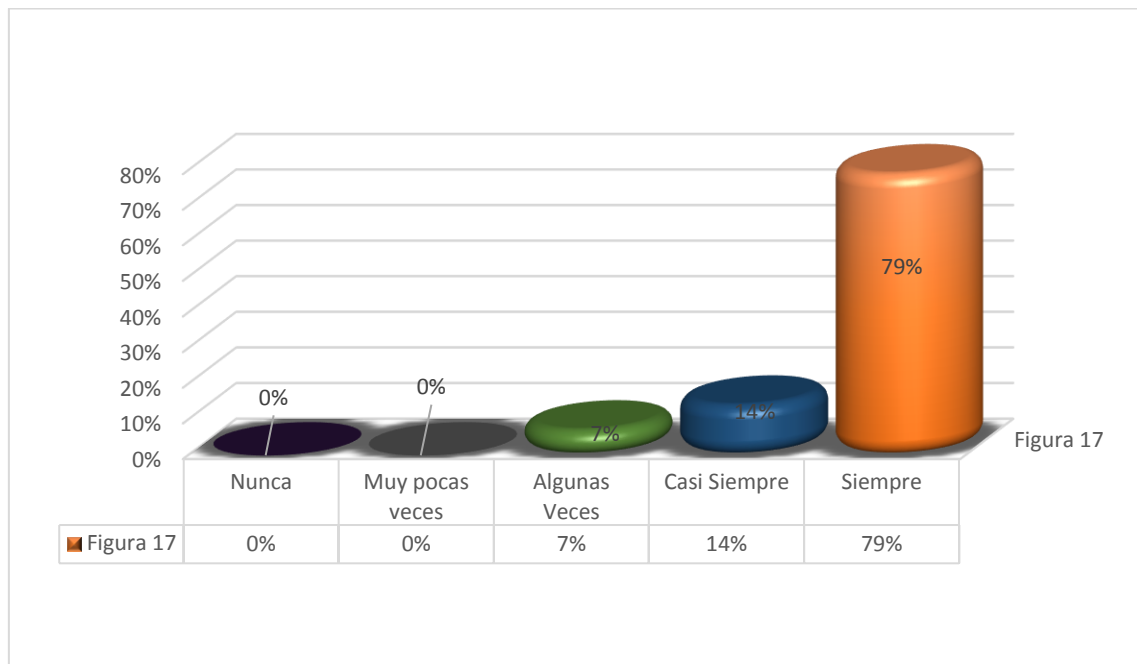


Figura 17: Mejora continuamente con el objetivo de brindar un servicio de calidad

Fuente: Tabla No. 17 - Encuesta aplicada por la investigadora.

Interpretación: De acuerdo a los resultados de la tabla y figura 17, de los 14 restaurantes de la ciudad de Huancané, encuestados; el 79 % (11) siempre considera que es importante mejorar continuamente con el objetivo de brindar un servicio de calidad; 14% (2) considera casi siempre y 7% (1) lo considera algunas veces.

Tabla 18: Controla la calidad en el proceso de atención al cliente

Controla	No.	%
Nunca	0	0
Muy pocas veces	0	0
Algunas Veces	03	21
Casi Siempre	05	36
Siempre	06	43
Total	14	100

Fuente: Encuesta aplicada del año 2019

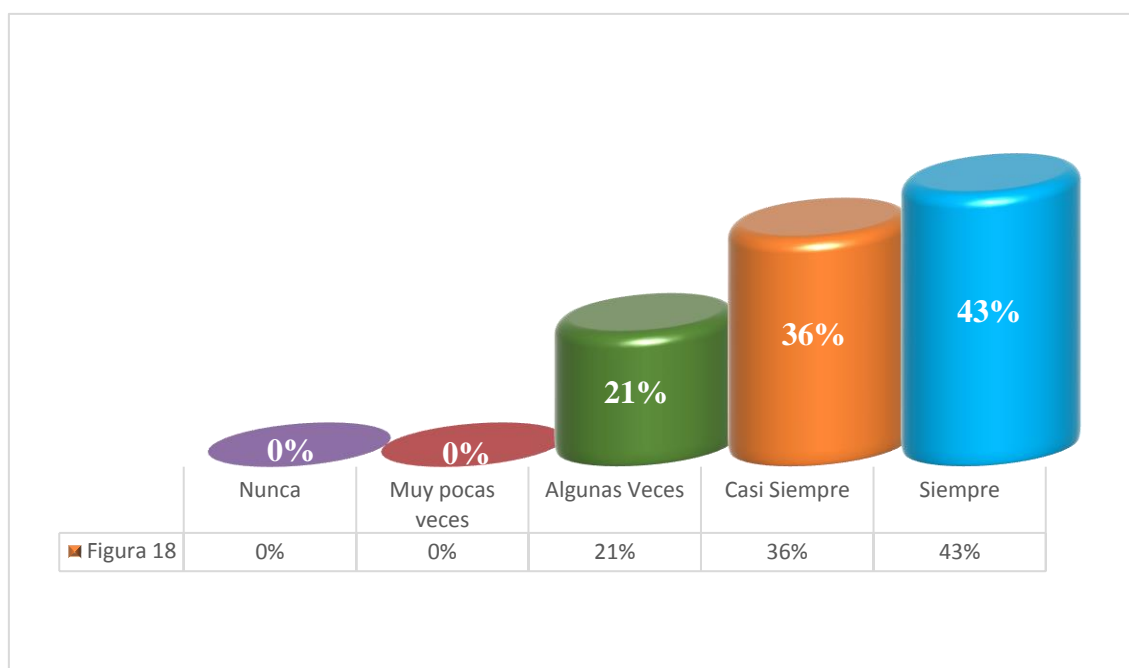


Figura 18: Controla la calidad en el proceso de atención al cliente

Fuente: Tabla No. 18 - Encuesta aplicada por la investigadora.

Interpretación: Según los resultados de la tabla y figura 18; de los 14 microempresarios de restaurantes de la ciudad de Huancané, encuestados, el 43 % (06) *siempre* controla la calidad en el proceso de atención al cliente; 36% (05) lo hace casi siempre y el 21% (03) controla algunas veces.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE

Tabla 19: Cree usted que su empresa es competitiva en el mercado local

Cree	No.	%
Nunca	03	21
Muy pocas veces	09	64
Algunas Veces	02	14
Casi Siempre	0	0
Siempre	0	0
Total	14	100

Fuente: Encuesta aplicada del año 2019

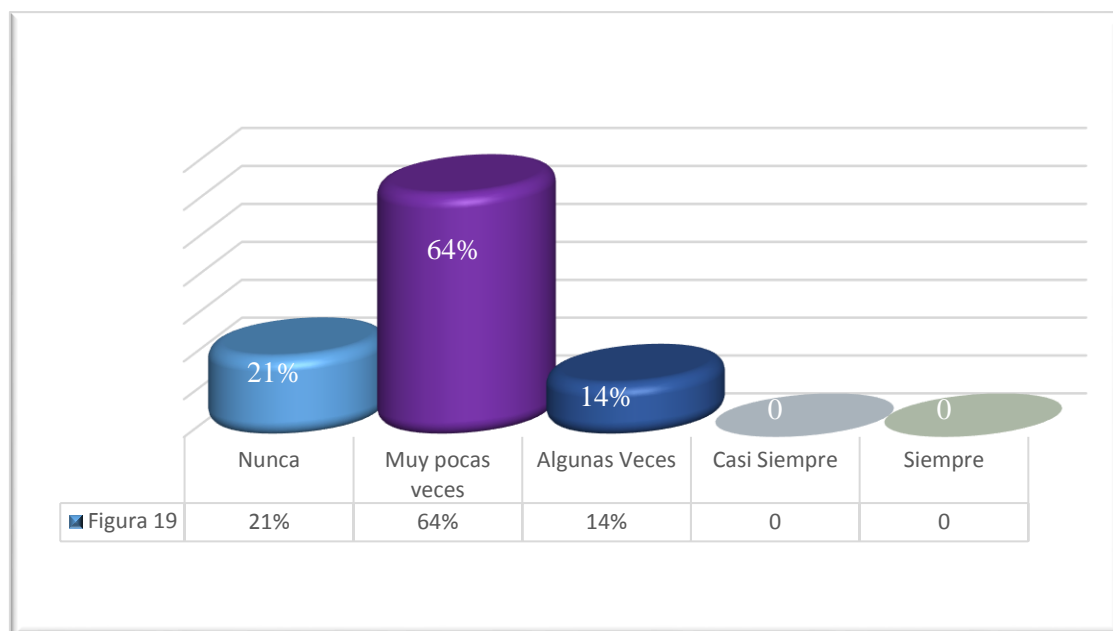


Figura 19: Cree usted que su empresa es competitiva en el mercado local

Fuente: Tabla No. 19 - Encuesta aplicada por la investigadora.

Interpretación: Los resultados de la tabla y figura 19 demuestran que de los 14 microempresarios de restaurantes de la ciudad de Huancané, encuestados; el 64 % (09) muy pocas veces cree que su empresa sea competitiva en el mercado local; 21% (03) cree que nunca es competitiva en el mercado y el 14% (02) algunas veces cree que sí lo es.

Tabla 20: Contribuye la competencia para que su negocio sea más conocido y competitivo

Cree	No.	%
Nunca	03	22
Muy pocas veces	09	64
Algunas veces	02	14
Casi siempre	0	0
Siempre	0	0
Total	14	100

Fuente: Encuesta aplicada del año 2019

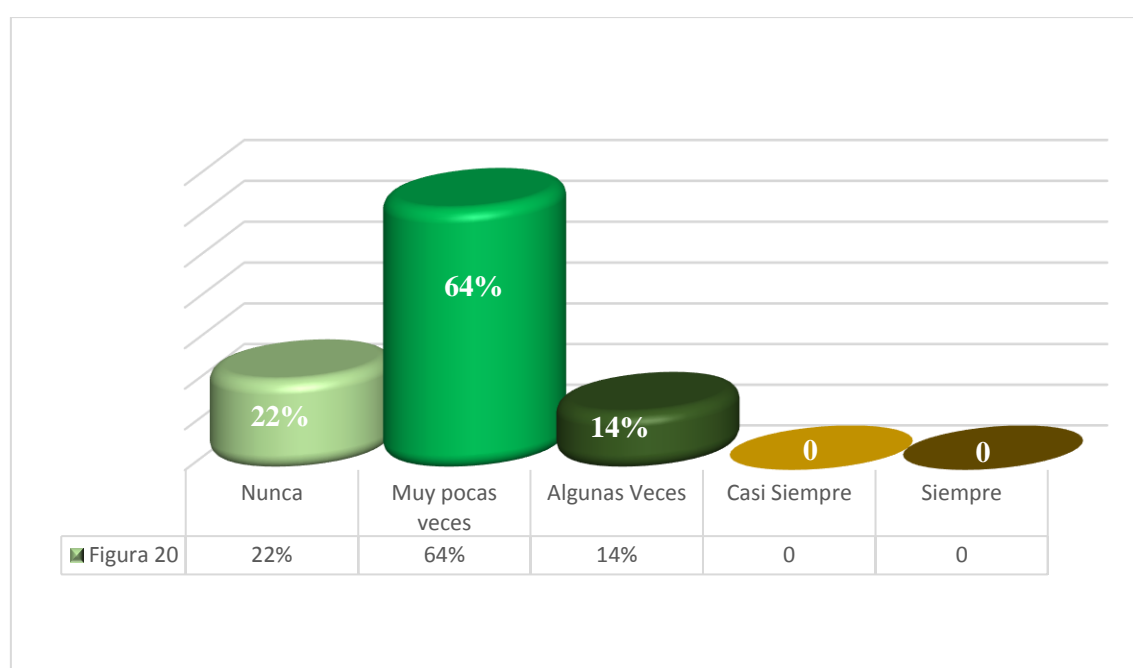


Figura 20: Contribuye la competencia para que su negocio sea más conocido y competitivo

Fuente: Tabla No. 20 - Encuesta aplicada por la investigadora.

Interpretación: Del total de microempresarios de restaurantes de la ciudad de Huancané, entrevistados, el 64 % (09) muy pocas veces cree que la competitividad haya ayudado a que su negocio sea más conocido y competitivo; el 22% (03) cree que nunca y el 14% (02) cree que algunas veces.

Tabla 21: Los procesos internos de la empresa son de conocimiento de todo el personal

Conoce	No.	%
Nunca	0	0
Muy pocas veces	0	0
Algunas Veces	0	0
Casi Siempre	0	0
Siempre	14	100
Total	14	100

Fuente: Encuesta aplicada del año 2019

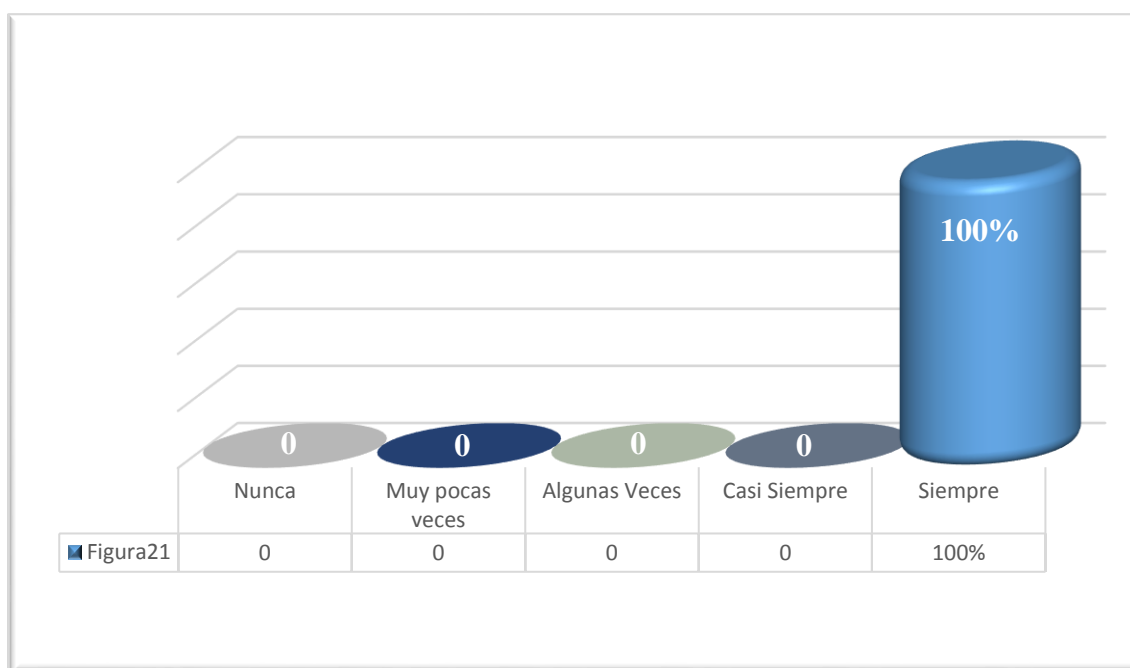


Figura 21: Los procesos internos de la empresa son de conocimiento de todo el personal.

Fuente: Tabla No. 21 - Encuesta aplicada por la investigadora.

Interpretación: Según los resultados de la tabla y figura 21, de los 14 microempresarios de restaurantes de Huancané encuestados; el 100 % (14) indica que los procesos internos de la empresa son de conocimiento de todo el personal.

Tabla 22: Induce a sus trabajadores al buen trato al cliente

Induce	No.	%
Nunca	0	0
Muy pocas veces	0	0
Algunas Veces	03	21
Casi Siempre	11	79
Siempre	0	0
Total	14	100

Fuente: Encuesta aplicada del año 2019

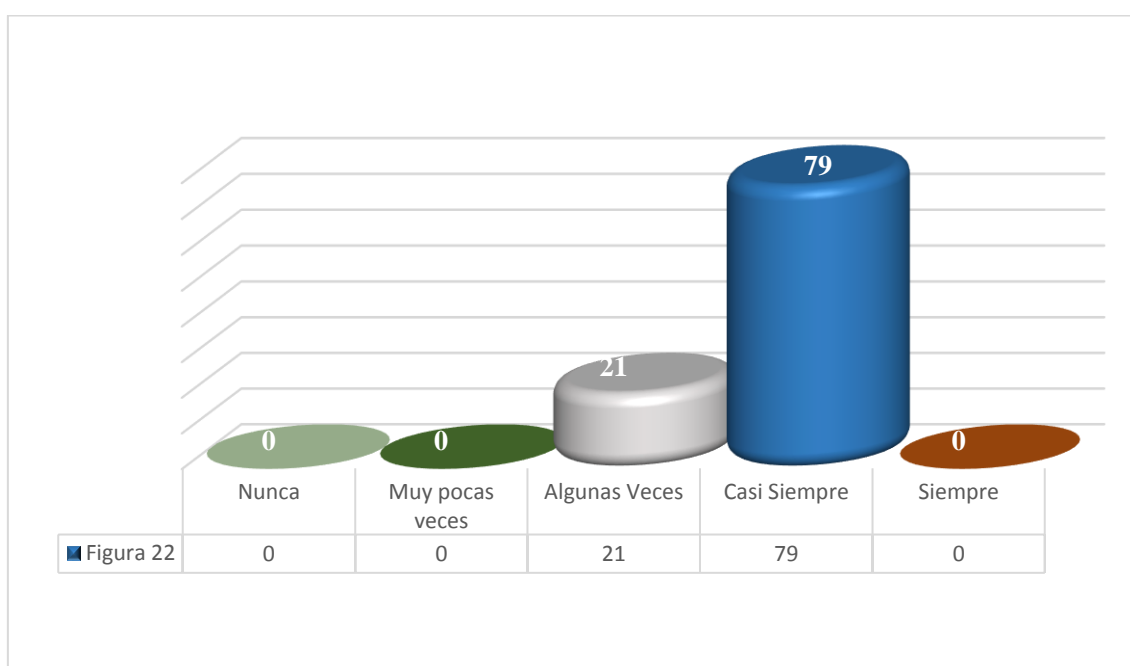


Figura 22: Induce a sus trabajadores al buen trato al cliente.

Fuente: Tabla No. 22- Encuesta aplicada por la investigadora.

Interpretación: Del total de microempresarios de restaurantes de la ciudad de Huancané, entrevistados, el 79 % (11) indica que casi siempre Induce a sus trabajadores al buen trato al cliente y el 21% (03) indica que los induce algunas veces.

Tabla 23: Cree que el buen servicio de su restaurante lo diferencia de la competencia

Cree	No.	%
Nunca	0	0
Muy pocas veces	0	0
Algunas Veces	0	0
Casi Siempre	14	100
Siempre	0	0
Total	14	100

Fuente: Encuesta aplicada del año 2019

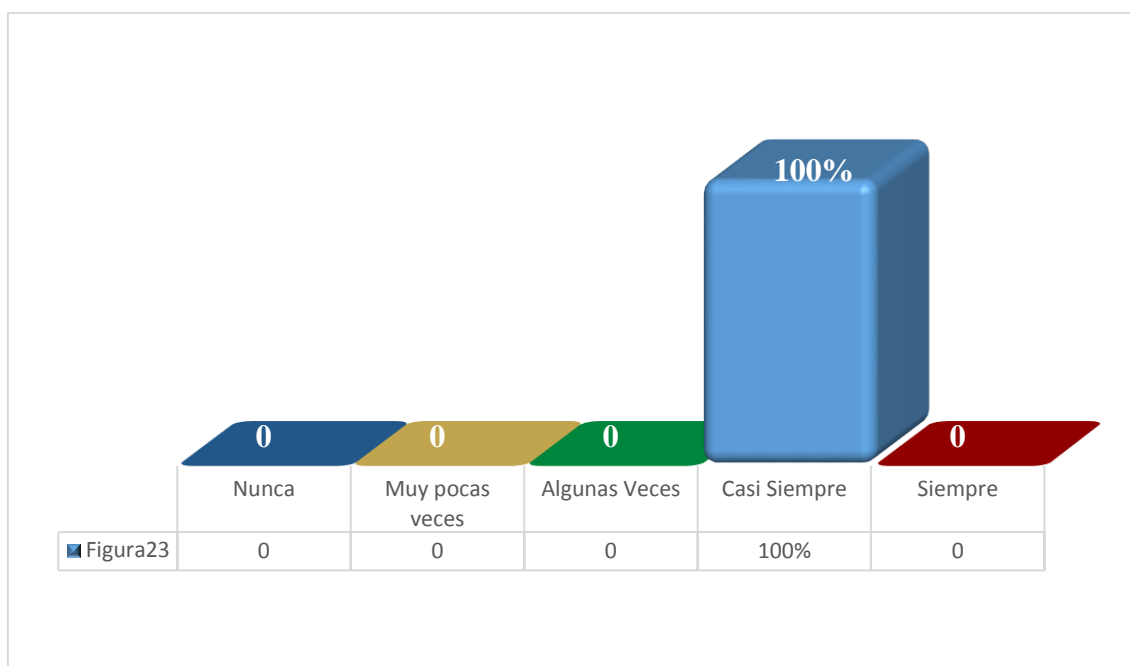


Figura 23: Cree que el buen servicio de su restaurante lo diferencia de la competencia

Fuente: Tabla No. 23 - Encuesta aplicada por la investigadora.

Interpretación: De acuerdo al resultado de la tabla y figura 23, del total de microempresarios de restaurantes de la ciudad de Huancané, encuestados, el 100 % (14) indica que casi siempre el buen servicio de su restaurante lo diferencia de la competencia.

Tabla 24: Conoce a la competencia de su restaurante

Conoce	No.	%
Nunca	04	29
Muy pocas veces	10	71
Algunas Veces	0	0
Casi Siempre	0	0
Siempre	0	0
Total	14	100

Fuente: Encuesta aplicada del año 2019

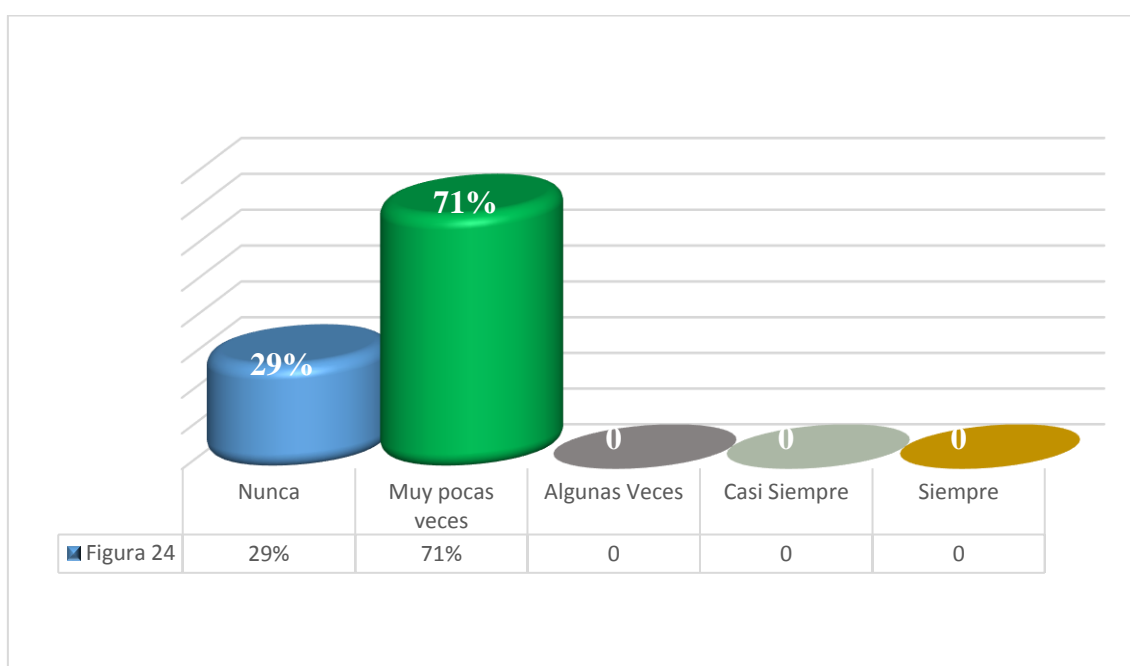


Figura 24: Conoce a la competencia de su restaurante

Fuente: Tabla No. 24 Encuesta aplicada por la investigadora.

Interpretación: Según el resultado de la tabla y gráfica 24, de los 14 microempresarios de restaurantes de la ciudad de Huancané, encuestados, el 71% (10) indica que muy pocas veces conoce a la competencia de su restaurante y 29% (04) nunca conoce a su competencia.

Tabla 25: Cree que la innovación en el negocio genera ventaja competitiva

Considera	No.	%
Nunca	0	0
Muy pocas veces	0	0
Algunas Veces	02	14
Casi Siempre	07	50
Siempre	05	36
Total	14	100

Fuente: Encuesta aplicada del año 2019

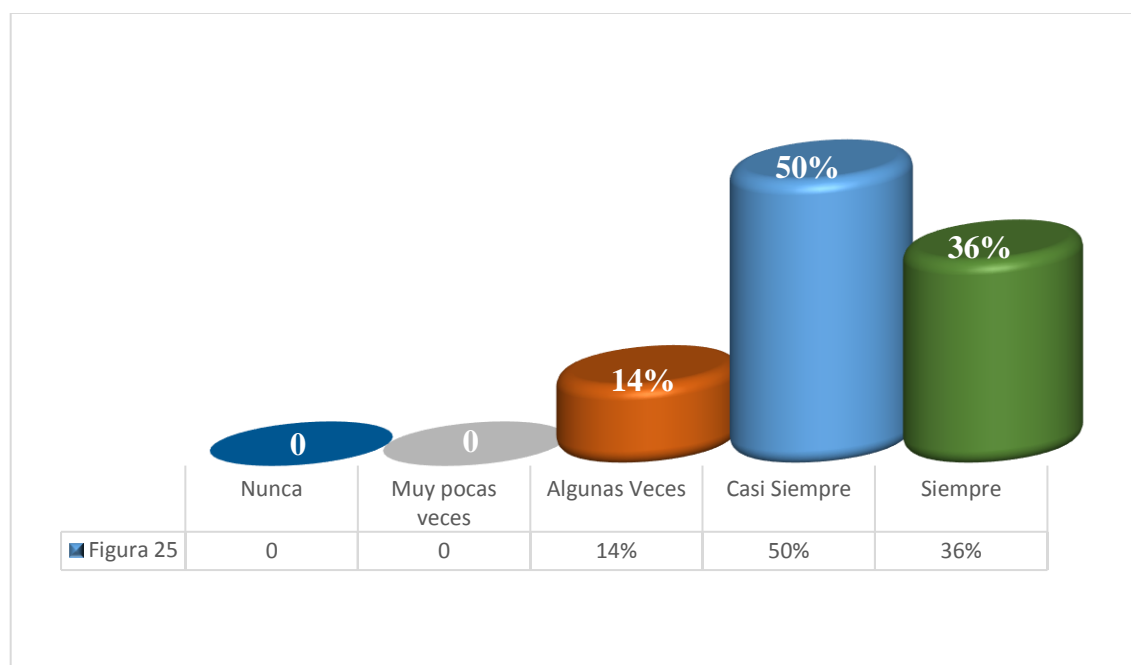


Figura 25: Cree que la innovación en el negocio genera ventaja competitiva

Fuente: Tabla No. 25 - Encuesta aplicada por la investigadora.

Interpretación: Del total de 14 microempresarios de restaurantes de la ciudad de Huancané, encuestados, el 50% (07) casi siempre considera que la innovación en el negocio genera ventaja competitiva; 36% (05) considera que siempre y 14% (02) considera que algunas veces la innovación en el negocio genera ventaja competitiva.

5.2. ANÁLISIS Y/O DISCUSION DE LOS RESULTADOS

Datos generales de los representantes de las MYPE: El 57% son mayores de 31 años; 93% son mujeres; 57% con instrucción secundaria, no hay analfabetos; 100% son propietarios; 36% tienen 7 a más años de antigüedad. Estos resultados son similares con los hallazgos de (Espinoza, 2018). En su tesis: “La gestión de calidad y competitividad en las MYPE del sector servicio - rubro restaurantes campestres, del Centro Poblado Retes, provincia de Huaral, 2018” en cuanto a la edad de los microempresarios donde un 70% es mayor a 51 años y respecto a que el 80% son propietarios; sin embargo, difiere en cuanto al género pues encuentra que el 60% son emprendimientos de varones. Igualmente (Goicochea, 2017) en su investigación: “Gestión de la calidad en las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro Restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del Triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, 2015” encuentra que el 80% son empresarios mayores entre 31-50 años; 80% son propietarios y 40% tienen secundaria completa.

Principales características de las MYPE: 71% permanece de 7 a más años; 86% emplea de 1 a 5 trabajadores; 100% emplea a familiares y no familiares; 64% emprendió por subsistencia; 100% son personas naturales. Los resultados son coincidentes con los de Espinoza (2018) donde el 70% de las MYPE tienen más de 7 años de antigüedad; 50% emplea de 1-5 trabajadores; 60% son trabajadores familiares y no familiares siendo el 60% de las MYPE personas naturales; sin embargo, difiere en cuanto a la razón del emprendimiento ya que 100% lo hizo para generar ganancia. Son similares también los

resultados con los hallazgos de (Albildo, 2019) En su investigación: “Gestión De Calidad En Atención al cliente y Plan de mejora en las Micro Y Pequeñas Empresas Sector Servicio – Rubro Pollerías, en la Avenida Sánchez Carrión Distrito de El Porvenir, 2018” quien encuentra que las MYPE llevan de 4 a 6 años de permanencia en el rubro de pollerías, más de la mitad cuentan con 10 trabajadores máximo, en su mayoría son familiares.

Respecto a las características de la Gestión de Calidad: 43% planifica siempre objetivos y metas; 36% planifica políticas de trabajo; 100% siempre cuenta con documentos normativos para realizar los procesos de actividades en el restaurante; 86% siempre organiza el menaje, equipos y herramientas para que se trabaje de manera eficiente; 100% casi siempre verifica todos los procesos en la cadena de producción del restaurante; 71% casi siempre evalúa los resultados que obtiene para seguir mejorando; 79% siempre mejora continuamente con el objetivo de brindar un servicio de calidad; 43% siempre controla la calidad en el proceso de atención al cliente.

Los hallazgos tienen similitudes con los resultados de la investigación de (Espinoza, 2018) en cuanto a la planificación 50% muy pocas veces planifica objetivos y metas; con (Mendoza, 2018) en cuanto a que el 90% del personal realiza el trabajo con éxito; 85% tiene orden y son organizados, así mismo con los resultados de (Goicochea, 2017) sobre la similitud en cuanto a que el 100% del personal conoce sobre gestión de calidad; y difiere en el que el 90% de los microempresarios planifica los objetivos y

metas, así mismo se contradice con los resultados de (Albildo, 2019) que indica: La mayoría de los representantes tienen cierto conocimiento de gestión de la calidad; la dificultades que impiden la implementación de la gestión de la calidad es que no se adaptan al cambio; la mayoría utiliza la observación para medir el rendimiento del personal. Pero más de la mitad considera que la gestión de calidad no contribuye en la mejora del rendimiento del negocio y tampoco para alcanzar las metas previstas.

Respecto a la Competitividad: 64% muy pocas veces cree que su empresa es competitiva en el mercado local; 64% cree muy pocas veces que la competencia contribuya para que su negocio sea más conocido y competitivo; 71% muy pocas veces conoce a la competencia de su restaurante; éstos resultados son similares a los de los hallazgos de Cruz Atamari (2016) en Puno; Del Pino Romero (2018) en Juliaca; Otazú (2018) en Ayaviri y Aquino (2019) en Juliaca, todos ellos encuentran que los servicios de los restaurantes son regulares en cuanto a Gestión de la Calidad, demostrando desconocimiento y falta de interés en la importancia de la competitividad, así también son las conclusiones a las que arriba Urrutia (2016) en MYPE de restaurantes en la frontera entre México y USA, indicando que la competitividad es empírica y que las existencias de las MYPE del rubro restaurantes dependerá de la economía del lugar y se contradicen con los resultados de (Espinoza, 2018) en cuanto a que el 60% cree que su empresa es competitiva.

En cuanto a los resultados encontrados en los que el 100% de los microempresarios encuestados indica que siempre los procesos internos de la empresa son de conocimiento de todo el personal; 79% casi siempre induce a sus trabajadores al buen trato al cliente; 100% casi siempre cree que el buen servicio de su restaurante lo diferencia de su competencia; 50% casi siempre cree que la innovación en el negocio genera ventaja competitiva; son discordantes con el resultado de (Espinoza, 2018) en el que solo el 50% afirma que el personal conoce todos los procedimientos internos y es coincidente en cuanto al 70% que induce al personal al buen trato al cliente; y 50% que casi siempre consideran que la innovación es una ventaja competitiva.

Los resultados encontrados en general, son concordantes con las recomendaciones de (Querevalu, 2017) en su investigación “Caracterización de la gestión de calidad y productividad de las MYPE, Rubro Restaurantes Centro De Talara, Año 2017”, concluye con respecto a los elementos de la planificación de calidad de las MYPE, que deben realizar estrategias para alcanzar las metas planteadas, contribuir mediante planes a la mejora de calidad, participar en programas, establecer metas para mejorar la gestión de calidad y establecer políticas para evaluar el cumplimiento de las metas establecidas”.

VI. CONCLUSIONES

- Los microempresarios de servicios, del rubro restaurantes en la ciudad de Huancané son muy pocos, por lo que en coordinación con la Municipalidad Provincial se ha trabajado con la totalidad de los establecimientos formalizados y que brindan servicio permanente, cumpliendo con el objetivo general de determinar las características de la gestión de calidad y la competitividad en la muestra utilizada.
- En cuanto a los Microempresarios: Resalta que son emprendimientos dirigidos mayoritariamente por mujeres, todos son propietarios de los locales, tienen más de 7 años de antigüedad en el cargo y no hay analfabetos. Estas características les dan la ventaja de que sus negocios puedan seguir manteniéndose con proyección a mayor desarrollo por no correr el riesgo de alza de alquileres.
- Respecto a las MYPE: Al tener más de siete años de permanencia en el rubro y contar entre 1 a 5 trabajadores entre familiares y no familiares, la tendencia es de permanencia; sin embargo, para poder crecer requieren variar su objetivo de origen de subsistencia hacia la generación de rentabilidad.
- Acerca de la Gestión de Calidad: Si bien es cierto que se esmeran en cuanto al servicio, organización y conocen medianamente la importancia de la gestión de la calidad, en realidad ésta se aplica de manera rutinaria y práctica; por lo que se requiere que los microempresarios puedan tener acceso a capacitaciones que amplíen sus conocimientos y las ventajas y beneficios de la aplicación de los

mismos, con el propósito de crecer continuamente como empresa.

- Sobre la Competitividad: Es un aspecto muy importante de resaltar que la gran mayoría se cree poco competitiva, lo que se ha visto también en la contrastación de otras investigaciones en el ámbito de la región de Puno, no conocen a su competencia y aplican algunos aspectos importantes del servicio al cliente por rutina y esmero empírico; bases sobre las cuales pueden trabajar gestionando en coordinación con las autoridades del MINCETUR, el gobierno local y organizaciones privadas, articulando para capacitarse, mejorar sus actuales negocios y preparar a su personal para proyectarse y asumir los cambios e innovación que se requieren por la dinámica de la globalización.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que las autoridades locales articulen con el Gobierno Regional y los sectores como el MINCETUR, Institutos, Universidades, entre otras; estableciendo alianzas estratégicas para recibir capacitación en temas de Gestión de Calidad y Competitividad, aspectos que son fundamentales para el desarrollo de la actividad de Restaurantes.
- La innovación debe ser constante para elevar el nivel de oferta y demanda; haciéndola más atractiva dando el valor agregado a los productos de la región, ya que el lugar es una zona ganadera, agrícola y pesquera; además se debe propiciar ferias gastronómicas, para dar a conocer la autenticidad de la gastronomía Huancaneña, con el propósito de generar turismo y darse a conocer a nivel regional y nacional.
- Se debe propiciar la agremiación de los propietarios microempresarios de Restaurantes para que conozcan las ventajas y beneficios, siendo necesario para que puedan ser empresas con mente competitiva, porque la indiferencia o desconocimiento al respecto de sus competidores puede llegar a generar absurdas rivalidades.
- Por ende, los microempresarios van a generar mayores ingresos si se empeñan en ser más competitivos y manejan adecuadamente la Gestión de Calidad.

Referencias bibliográficas:

Albido, C. (2019). *Repositorio Institucional ULADECH - Principal*.

<http://repositorio.uladech.edu.pe/>

Aquino, G. (2012). *Mejoras para la Calidad - TEC.APIZACO*. <https://mejoras-para-la-calidad-avg.weebly.com/>

Aquino, L. (2019). *GESTIÓN DE CALIDAD CON EL USO DE LAS 5 S DE KAIZEN EN LAS MYPE DEL SECTOR SERVICIO RUBRO RESTAURANTES DEL BARRIO TUPAC AMARU DE LA CUIDAD DE JULIACA 2019*.

http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/13259/GESTION_CALIDAD_MYPE_Y_5S_DE_KAIZEN_AQUINO_VILAVILA_LUCY_LEONOR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Arias, F. (1999). (PDF) *EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN 6a EDICIÓN*.

Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales*.

CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE RESTAURANTES Y ALIMENTOS CONDIMENTADOS. (2018). *CANIRAC*. <https://canirac.org.mx/>

Cano Saldana, D. M. (2017). Gestión de calidad de la atención al cliente y la satisfacción en la micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes: caso restaurante “ la rinconada” en la ciudad de Huarney,2016. In *Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Ccuno, M. (2019). *La gestión de calidad con el enfoque en atención al cliente de las*

MYPE del sector servicios rubro restaurantes del distrito de Putina año 2019.

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/11909>

Congreso de la Republica. (2013, July 2). *La Ley n° 30056*. El Peruano.

<http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/30056.pdf>

Cruz Atamari, R. (2016). *La calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente del restaurante la Huerta - Puno, periodo 2015.*

<http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/2962>

Del Pino Romero, J. A. (2018). *CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN LOS PRINCIPALES RESTAURANTES DEL DISTRITO DE JULIACA PROVINCIA DE SAN ROMÁN 2018.*

Deming, W. E. (2018). *Out of the Crisis - W. Edwards Deming - Google Libros.*

[https://books.google.com.pe/books?id=PTNwDwAAQBAJ&dq=Out of the Crisis Deming. \(1986\).&source=gbs_book_other_versions](https://books.google.com.pe/books?id=PTNwDwAAQBAJ&dq=Out of the Crisis Deming. (1986).&source=gbs_book_other_versions)

Espinoza, C. (2018). *LA GESTION DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPES DEL SECTOR SERVICIO - RUBRO RESTAURANTES CAMPESTRES, DEL CENTRO POBLADO RETES, PROVINCIA DE HUARAL, 2018.*

Goicochea, K. (2017). *La gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes del boulevard gastronómico del distrito de Villa María del triunfo, provincia de Lima, departamento de Lima, período 2015.*

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/1083>

Hernández, R. Fernández, C. . B. M. (2014). *METODOLOGIA DE LA*

INVESTIGACIÓN. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014).

Metodología de la investigación. McGraw-Hill Education.

INEI-ENAHO. (2018). *Comex: Mypes de servicios son las menos capaces de*

formalizarse en el Perú Perú | El Comercio Perú.

<https://elcomercio.pe/economia/peru/comex-mypes-servicios-son-capaces-formalizarse-peru-indice-capacidad-formal-produccion-comercio-noticia-662531-noticia/>

Instituto Peruano de Marketing. (2016). *Calidad en el servicio*.

<https://ipm.com.pe/calidad-en-el-servicio-2/>

Mendoza, D. (2018). *Competitividad y calidad del servicio en las Mype rubro*

restaurantes de la ciudad de Paita, año 2018.

<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/5877>

Muñoz, C. (2016). *Repositorio Universidad de Guayaquil: Plan de acción para la*

mejora de la calidad y visibilidad en el mercado, del restaurante finca La Gloria,

provincia del Guayas. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/9768>

Noel Nuñez, B. S. (2018). *CARACTERIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO Y GESTIÓN*

DE CALIDAD DE LAS MYPES, SECTOR SERVICIO RUBRO RESTAURANTES Y

CEVICHERÍAS EN EL DISTRITO DE ZORRITOS, 2017.

Nowell, C. (2015). *"CAPACITACIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE*.

- Otazu, D. (2018). *CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO RESTAURANTES DEL CERCADO DE LA CIUDAD DE AYAVIRI, AÑO 2017.*
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3978/MYPE_CAPA_CITACION_Y_COMPETITIVIDAD_OTAZU_HANCCO_DIANET.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pizzo, M. (2013). *Construyendo una definición de Calidad en el Servicio.*
<https://www.gestiopolis.com/author/mariana-pizzo/>
- Pola Maseda, A. (1994). *GESTION DE LA CALIDAD .*
<https://www.casadellibro.com/libro-gestion-de-la-calidad/9788426707185/375613>
- Porter, M. E. (1999). *(PDF) La ventaja competitiva de las naciones / Michael E. Porter - Academia.edu.*
https://www.academia.edu/2917951/La_ventaja_competitiva_de_las_naciones
- Querevalu, L. (2017). *Caracterización de la gestión de calidad y productividad de las Mype, rubro Restaurantes centro de Talara, año 2017.*
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/10221>
- Quezada, B. (2017). *DSpace en Uniandes: Buscando en el Repositorio.*
<http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/1/browse?type=author&order=ASC&rpp=20&value=Quezada+Bosa%2C+Bayron+Daniel>
- Riquelme, M. (2015). *Las 5 Fuerzas de Porter - Clave para el Éxito de la Empresa.*
<https://www.5fuerzasdeporter.com/>

Roldan, P. (2018). *Competitividad - Qué es, definición y significado* / *Economipedia*.

<https://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>

Solano & Nieves et, al. (2017). (PDF) *XI Congreso Virtual Internacional Turismo y Desarrollo/ VII simposio virtual Internacional Valor y Sugestión del Patrimonio Artístico y Cultural APROXIMACIÓN A UN MODELO DE GESTIÓN DE LA PRODUCCIÓN TURÍSTICA CON ENFOQUE COMUNITARIO PARA EL DESEMPEÑO DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES) TURÍSTICAS.*

https://www.researchgate.net/publication/322949376_XI_Congreso_Virtual_Internacional_Turismo_y_Development_VII_simposio_virtual_Internacional_Valores_y_Sugestion_del_Patrimonio_Artistico_y_Cultural_APROXIMACION_A_UN_MODEL_O_DE_GESTION_DE_LA_PRODUCION_TUR

Solorzano, G. & Aceves, J. (2013). *Importancia de la Calidad en servicio al cliente para el funcionamiento de la empresa*. <http://www.itson.mx/Pacioli>,

SUNAT. (2019). *MYPES*. <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/define-microPequenaEmpresa.html>

Suñol, S. (2006). *Cómo citar - Aspectos teóricos de la competitividad*.

<https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=87031202>

Thompson, I. (2006). *DEFINICIÓN DE SERVICIOS - Promonegocios.net*.

<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/definicion-servicios.html#comentarios>

Torriani, Y. (2018). *Pymes emplean 75% de la PEA y destacan en emprendimientos.*

22.06.2018. <https://elperuano.pe/noticia-pymes-emplean-75-de-pea-y-destacan-emprendimientos-67499.aspx>

ULADECH. (2016). *CÓDIGO DE ÉTICA PARA LA INVESTIGACIÓN versión 001.*

<https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2016/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v001.pdf>

ULADECH. (2019). *MANUAL DE METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA (MIMI).*

Urrutia, J. & Aranda, E. (2016). *COMPETITIVIDAD A TRAVÉS DE LA*

DIFERENCIACIÓN DEL PRODUCTO Y SERVICIO EN LAS PYMES DE

RESTAURANTES, CAFETERÍAS Y BARES EN LA REGIÓN BINACIONAL DE

CIUDAD JUÁREZ, CHIHUAHUA, MÉXICO–EL PASO TEXAS, ESTADOS

UNIDOS | Urrutia de la Garza | RITUR - Revista Iberoam.

<http://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/2345>

ANEXOS:

1.- AUTORIZACION MUNICIPALIDAD DE HUANCANÉ

"AÑO DE LA UNIVERSALIZACIÓN DE LA SALUD"

**SOLICITO : APOYO PARA INVESTIGACIÓN
DE TESIS**

**SR. JORGE ARTURO ALVAREZ MENDOZA
ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE HUANCANÉ**



Yo, MARLENY POMARI OBLEA, identificada con DNI. N° 02440970, con domicilio en jirón Puno 1110 de la ciudad de Huancané, ante Usted con el debido respeto me presento y expongo:

Que, siendo bachiller en Administración de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – ULADECH, es requisito indispensable para la obtención de la licenciatura, la realización de una investigación de acuerdo a los lineamientos de la universidad, por lo que he elegido el tema: **"RELACIÓN DE LA GESTION DE CALIDAD Y LA COMPETITIVIDAD EN MYPES DEL SECTOR COMERCIO - RUBRO RESTAURANTES DE LA CIUDAD DE HUANCANÉ- 2020"** y para tal fin, es necesario aplicar una encuesta a 20 restaurantes de la localidad. Por lo que S.A. me permito solicitar su apoyo al brindarme las facilidades del caso, tanto en la información referente a las licencias como en otorgarme un documento que me acredite ante los Gproprietarios de los restaurantes seleccionados.

Los resultados de la presente investigación, serán puestos a su disposición y redundarán en beneficio de los fines y objetivos de nuestra comuna.

POR LO EXPUESTO:

Es Gracia que espero alcanzar, por ser de Justicia.

Huancané, 05 de marzo de 2020

MARLENY POMARI OBLEA

02440970

2: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Gestión de Calidad y Competitividad de las MYPE del sector Servicio- rubro Restaurantes de la ciudad de Huancané, 2019.

Estimado Sr. (a).....

El presente cuestionario tiene por objetivo recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación titulado: *“Gestión de la Calidad y Competitividad en las MYPE del sector Servicio Rubro Restaurantes de la Ciudad de Huancané, 2019*, para obtener el título de Licenciada en Administración.

A continuación, se presenta un cuestionario de 25 preguntas que tiene por finalidad la recopilación de información con fines estrictamente académicos, por lo que se ha considerado a su empresa MYPE como una de las seleccionadas para dicho trabajo; esperando contar con su gentil apoyo y colaboración.

DATOS GENERALES DE LOS REPRESENTANTES DE LAS MYPE:

1. ¿Qué edad tiene Ud.?

- a) 18 a 30 años
- b) 31 a 50 años
- c) 51 a más

2. Género del encuestado

- a) Femenino
- b) Masculino

3. Grado de instrucción

- a) Sin instrucción
- b) Primaria
- c) Secundaria
- d) Superior no universitario
- e) Superior universitaria

4. ¿Qué cargo desempeña en la empresa?

- a) Propietario
- b) Administrador

5. ¿Qué tiempo desempeña el cargo?

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más años

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LAS MYPE:

6. ¿Qué tiempo de permanencia tiene la empresa en el rubro?

- a) 0 a 3 años
- b) 4 a 6 años
- c) 7 a más

7. ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?

- a) 1 a 5 trabajadores
- b) 6 a 10 trabajadores
- c) 11 a más trabajadores

8. ¿Las personas que laboran en empresa son?

- a) Familiares
- b) Personas no familiares
- c) Familiares y personas no familiares

9.- ¿Cuál fue el objetivo de creación de la empresa?

- a) Generar ganancia
- b) Subsistencia
- a) Generar ganancia b) Subsistencia

10. ¿Qué tipo de constitución tiene la empresa?

- a) Persona natural
- b) Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.)
- c) Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada (S.R.L.)
- d) Sociedad Anónima Cerrada

e) Sociedad Anónima (S.A.)

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA GESTIÓN DE CALIDAD DE LAS MYPE

A continuación, tiene Ud. cinco alternativas para sus respuestas, de las cuales usted escogerá la que crea más conveniente.

11.- ¿Planifica los objetivos y metas anuales? Nunca (...) Muy pocas veces (...) Algunas veces (...) Casi siempre (...) Siempre (...)

12.- ¿Planifica las políticas de trabajo en la empresa?
Nunca (...) Muy pocas veces (...) Algunas veces (...) Casi siempre (...) Siempre (...)

13.- ¿Cuenta con documentos normativos para realizar los procesos de actividades en el restaurante?
Nunca (...) Muy pocas veces (...) Algunas veces (...) Casi siempre (...) Siempre (...)

14.- ¿Organiza el menaje, equipos y herramientas para que se trabaje de manera eficiente?

Nunca (...) Muy pocas veces (...) Algunas veces (...) Casi siempre (...) Siempre (...)

15.- ¿Verifica todos los procesos en la cadena de producción del restaurante? ¿
Nunca (...) Muy pocas veces (...) Algunas veces (...) Casi siempre (...) Siempre (...)

16.- ¿Evalúa los resultados que obtiene para seguir mejorando?

Nunca (...) Muy pocas veces (...) Algunas veces (...) Casi siempre (...) Siempre (...)

17.- ¿Mejora continuamente con el objetivo de brindar un servicio de calidad?

Nunca (...) Muy pocas veces (...) Algunas veces (...) Casi siempre (...) Siempre (...)

18.- ¿Controla la calidad en el proceso de atención al cliente?

Nunca (...) Muy pocas veces (...) Algunas veces (...) Casi siempre (...) Siempre (...)

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPE

A continuación, tiene cinco alternativas para sus respuestas de las cuales usted escogerá la que crea más conveniente.

19.- ¿Cree usted que su empresa es competitiva en el mercado local?

Nunca (...) Muy pocas veces (...) Algunas veces (...) Casi siempre (...) Siempre (...)

20.- ¿Contribuye la competencia para que su negocio sea más conocido y competitivo?

Nunca (...) Muy pocas veces (...) Algunas veces (...) Casi siempre (...) Siempre (...)

21.- ¿Los procesos internos de la empresa son de conocimiento de todo el personal?

Nunca (...) Muy pocas veces (...) Algunas veces (...) Casi siempre (...) Siempre (...)

22.- ¿Induce usted a sus trabajadores al buen trato al cliente?

Nunca (...) Muy pocas veces (...) Algunas veces (...) Casi siempre (...) Siempre (...)

23.- ¿Cree usted que el buen servicio de su restaurante lo diferencia de su competencia?

Nunca (...) Muy pocas veces (...) Algunas veces (...) Casi siempre (...) Siempre (...)

24.- ¿Conoce usted a la competencia de su restaurante?

Nunca (...) Muy pocas veces (...) Algunas veces (...) Casi siempre (...) Siempre (...)

25.- ¿Cree usted que la innovación en el negocio, genera ventaja competitiva?

Nunca (...) Muy pocas veces (...) Algunas veces (...) Casi siempre (...) Siempre (...)

Huancané Marzo del 2019

3. CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DE LOS INSTRUMENTOS

Validez

Se realizó el juicio y la verificación de expertos para los instrumentos del trabajo de investigación en las dos variables.

Confiabilidad

Se realizó la prueba de consistencia interna para medir el grado de confiabilidad del instrumento, aplicando la prueba piloto a 14 encuestados y luego se procesó los resultados empleando el coeficiente de Alfa de Cronbach en la hoja de cálculo de Excel y SPSS Versión 22.00.

Coeficiente Alfa de Cronbach

La prueba de consistencia interna aplicando la fórmula del Coeficiente Alfa de Cronbach, es una generalización de las fórmulas KR20 y KR21 de Kuder y Richardson, para ítems de alternativas múltiples. En los cálculos del Alpha de Cronbach se emplea el promedio de todas las correlaciones existentes entre los ítems del instrumento que apuntan a la variable que se pretende medir.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^n S_i^2}{S_t^2} \right)$$

$\sum_{i=1}^n S_i^2$ = Sumatoria de las varianzas de los ítems individuales

S_t^2 = Varianza total

K = Número de ítems

n = Tamaño de la muestra piloto.

El resultado obtenido nos indica que el instrumento es altamente confiable, por lo que puede ser aplicado a la muestra de trabajo.

Rangos	Magnitud
0.81 a 1.00	Muy alta
0.61 a 0.80	Alta
0.41 a 0.60	Moderada
0.21 a 0.40	Baja
0.01 a 0.20	Muy baja

PRUEBA DE ALFA DE CRONBACH GESTIÓN DE LA CALIDAD Y CARACTERÍSTICAS DE LA COMPETITIVIDAD

N°	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25
1	3	2	2	4	3	2	3	3	3	3	1	1	3	2	3	3	4	1	2	3	3	3	1	3	3
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	4
3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	1	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3
4	1	2	4	3	3	1	2	2	2	1	2	3	2	3	4	4	4	1	2	4	4	2	1	4	4
5	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2
6	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	1	2	2	3	2	1	3	2	2	3	2	3	2	3
7	2	2	2	1	1	2	4	4	3	3	1	1	3	1	4	1	4	2	3	1	2	2	1	1	1
8	2	2	4	2	4	1	1	2	1	2	1	1	3	2	2	1	2	2	3	2	4	2	1	1	2
9	4	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	4	4	2	1	1	2	2	2
10	3	4	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2	2	2	3	2	2	4	3	2	1
11	3	3	2	2	2	2	3	4	3	2	3	2	3	1	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	1
12	2	4	3	3	3	1	2	2	1	1	2	2	2	2	4	3	3	1	1	4	4	2	1	3	1
13	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	2
14	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2

$\sum_{i=1}^n S_i^2 =$ Sumatoria de las varianzas de los ítems individuales (25.52)

$S_t^2 =$ Varianza total (177.17)

$K =$ Número de ítems (25)

$n =$ Tamaño de la muestra piloto (14 encuestados que representa el 50%)

Reemplazando datos se obtuvo:

$$\alpha = \frac{25}{25-1} \left(1 - \frac{25.52}{177.17} \right) = 0.7338$$

El resultado obtenido nos indica que el instrumento es alta y confiable, por lo que puede ser aplicado a la muestra del trabajo.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

VALIDACION DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

NOMBRE:.....VICTOR HUERO VALENCIA PARISACA.....

ESPECIALIDAD:.....ING. ESTADÍSTICO E INFORMÁTICO.....

FECHA:.....09-12-2019.....

II.- OBSERVACIONES EN CUANTO A:

1.- FORMA:

.....La forma de redacción es clara y
.....consistente en la formulación de
.....preguntas de acuerdo a la operación
.....navigación de variables.....

2.- CONTENIDO:

.....Los contenidos están de acuerdo a
.....los dimensiones e indicadores y
.....también es consistente con los
.....objetivos.....

3.- ESTRUCTURA:

..... Sigue una estructura planteada
..... acorde a los requisitos de la universidad

III.- APORTES Y/O SUGERENCIAS:

..... Continuar con la investigación y
..... proponer sus alcances al final.

Luego de revisado el documento procede a su aprobación

SI

NO



MSc. Victor Hugo Valencia Parisaca[†]
ING. ESTADÍSTICO E INFORMÁTICO
CIP. 106473

VALIDACION DEL INSTRUMENTO

	Items	Apreciación		Observaciones
		SI	NO	
01	¿El instrumento responde al planteamiento del problema?	X		
02	¿El instrumento responde a los objetivos del problema?	X		
03	¿Las dimensiones que se han tomado en cuenta son adecuadas para la realización del instrumento?	X		
04	¿El instrumento responde a la operacionalización de las variables?	X		
05	¿La estructura que presenta el instrumento es de forma clara y precisa?	X		
06	¿Los ítems están redactados en forma clara y precisa?	X		
07	¿El número de ítems es el adecuado?	X		
08	¿Los ítems del instrumento son validos?	X		
09	¿Se debe incrementar el número de ítems?		X	
10	¿Se debe eliminar algunos ítems?		X	

Aporte y/o sugerencias:

Confirmon con la investigación que es muy trascendente



MSc. Victor Hugo Valencia Parisaca¹

ING. ESTADÍSTICO E INFORMÁTICO

CIP. 106473

Fecha:



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

VALIDACION DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

NOMBRE: *Dr. Manuel Anchapuri Quispe*

ESPECIALIDAD: *Administración*

FECHA: *04-12-2019*

II.- OBSERVACIONES EN CUANTO A:

1.- FORMA:

La redacción de los ítems de los instrumentos son claros y consistentes de acuerdo a la matriz de consistencia.

2.- CONTENIDO:

Los contenidos están de acuerdo a los objetivos específicos y de acuerdo a sus dimensiones e indicadores.

3.- ESTRUCTURA:

..... Sigue una estructura planteada con los pasos
de la universidad.....

III.- APORTES Y/O SUGERENCIAS:

..... Continuar con la investigación y proponer sus
recomendaciones al final de la investigación.....

Luego de revisado el documento procede a su aprobación

SI

NO

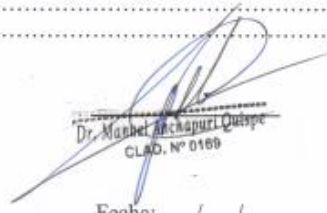

Dr. Manuel Anchapuri Qalipe
CLAD. N° 0169

VALIDACION DEL INSTRUMENTO

	Items	Apreciación		Observaciones
		SI	NO	
01	¿El instrumento responde al planteamiento del problema?	X		
02	¿El instrumento responde a los objetivos del problema?	X		
03	¿Las dimensiones que se han tomado en cuenta son adecuadas para la realización del instrumento?	X		
04	¿El instrumento responde a la operacionalización de las variables?	X		
05	¿La estructura que presenta el instrumento es de forma clara y precisa?	X		
06	¿Los ítems están redactados en forma clara y precisa?	X		
07	¿El número de ítems es el adecuado?	X		
08	¿Los ítems del instrumento son validos?	X		
09	¿Se debe incrementar el número de ítems?		X	
10	¿Se debe eliminar algunos ítems?		X	

Aporte y/o sugerencias:

Continuar con la investigación porque se necesita conseguir
 partes científicas


 Dr. Maribel Anchahuil Quirope
 CLAD. N° 0169



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

VALIDACION DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

NOMBRE: *AMIRA CARPIO MARAZA*

ESPECIALIDAD: *Msc. ADMINISTRACION Y FINANZAS*

FECHA: *04-12-2019*

II.- OBSERVACIONES EN CUANTO A:

1.- FORMA:

La redacción de los ítems de los instrumentos son claros y consistentes de acuerdo a la Matriz de Competencia.

2.- CONTENIDO:

Los contenidos están de acuerdo a los objetivos específicos y de acuerdo a sus dimensiones e indicadores.

3.- ESTRUCTURA:

...Sigue una estructura planteada con los pasos
de la universidad.

III.- APORTES Y/O SUGERENCIAS:

...Continuar con la investigación y proponer
sus recomendaciones al final de la investi-
gación.

Luego de revisado el documento procede a su aprobación

SI

NO


Amara Cordero Merced
LIC. Adm. Amara Cordero Merced
CORLAD
PUNO
GLAD N° 06325

VALIDACION DEL INSTRUMENTO

	Items	Apreciación		Observaciones
		SI	NO	
01	¿El instrumento responde al planteamiento del problema?	X		
02	¿El instrumento responde a los objetivos del problema?	X		
03	¿Las dimensiones que se han tomado en cuenta son adecuadas para la realización del instrumento?	X		
04	¿El instrumento responde a la operacionalización de las variables?	X		
05	¿La estructura que presenta el instrumento es de forma clara y precisa?	X		
06	¿Los ítems están redactados en forma clara y precisa?	X		
07	¿El número de ítems es el adecuado?	X		
08	¿Los ítems del instrumento son válidos?	X		
09	¿Se debe incrementar el número de ítems?		X	
10	¿Se debe eliminar algunos ítems?		X	

Aporte y/o sugerencias:

... Continuar con la investigación por que se encuentra
 ... conseguir aportes científicos.


Amiral
 LEONARDO ARIAS OLIVERA
 C.I. N° 16325