



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

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

**CARACTERIZACIÓN DE GESTIÓN DE CALIDAD Y
COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE RUBRO
RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE PARIÑAS-
TALARA, AÑO 2021**

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

AUTOR:

ANTÓN GALÁN, JUAN FRANCISCO

ORCID: 00000-0002-0520-9650

ASESORA:

PALACIOS DE BRICEÑO, MERCEDES RENEÉ

ORCID: 000-0001-8823-2655

PIURA-PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Antón Galán, Juan Francisco

ORCID: 00000-0002-0520-9650

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

ASESOR

Palacios de Briceño, Mercedes Reneé

ORCID: 0000-0001-8823-2655

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

JURADO

Vilela Vargas, Víctor Hugo

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Guzmán Castro, Iván Arturo

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Chumacero Ancajima, Maritza Zelideth

ORCID: 0000-0001-7372-741X

FIRMA DE JURADO Y ASESOR

Mgr. Víctor Hugo Vilela Vargas

ORCID: 0000-0003-2027-6920

Presidente

Mgr. Iván Arturo Guzmán Castro

ORCID: 0000-0002-4650-4322

Miembro

Mgr. Maritza Zelideth Chumacero Ancajima

ORCID: 0000-0001-7372-741X

Miembro

Dra. Mercedes Reneé Palacios de Briceño

ORCID: 0000-0001-8823-2655

Asesora

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote.

DEDICATORIA

A la memoria de mis queridos padres.

RESUMEN

La investigación denominada “Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro restaurantes en el distrito de Pariñas- Talara, año 2021”; presentó como objetivo general determinar las características de gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro restaurantes en el distrito de Pariñas-Talara, año 2021. Se empleó la metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal. Las MYPE objeto de investigación fueron 05 restaurantes, para la variable gestión de calidad la población es finita con 5 propietarios, luego es de carácter infinita para ambas variables. Se conformó una muestra de 121 clientes, se aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario. Conforme a los resultados de **funciones** de gestión de calidad, prioriza la planificación el 80% de poseen conocimiento de la competencia, **principios** de gestión de calidad, compromiso y competencia el 61% evidencia que los trabajadores no están comprometidos con sus funciones, los aspectos **determinantes de la competitividad** el 83% en cuanto a la capacidad el éxito del restaurante depende de habilidades del administrador, las **ventajas competitivas**, el 64% en la diferenciación fundamenta que se carece de una diferenciación en la carta. En las **conclusiones** las funciones priorizan la planificación se posee conocimiento de la competencia. En los principios, se prioriza el compromiso y competencia ya que los trabajadores no están comprometidos con sus funciones. En los aspectos determinantes de competitividad se consolidó en capacidad de gerencia el éxito del restaurante depende de las habilidades del administrador. En ventajas competitivas, la consolidación en la diferenciación se fundamenta que se carece de una diferenciación en la carta.

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

ABSTRACT

The research called "Characterization of quality management and competitiveness in the MYPE category restaurants in the district of Pariñas-Talara, year 2021"; presented as a general objective to determine the characteristics of quality management and competitiveness in the MYPE for restaurants in the district of Pariñas-Talara, year 2021. The quantitative and descriptive-level methodology was used with a non-experimental, cross-sectional design. The MYPE under investigation were 05 restaurants, for the quality management variable, the population is finite with 5 owners, therefore it is infinite for both variables. A sample of 121 clients was formed. According to the results of quality management functions, 80% of those who have knowledge of the competence, quality management principles, commitment and competence prioritize planning, 61% evidence that workers are not committed to their functions, the determining aspects 83% of competitiveness in terms of capacity, the success of the restaurant depends on manager skills, competitive advantages, 64% on differentiation, based on the lack of differentiation in the menu. In the conclusions, the functions prioritize planning, there is knowledge of the competence. In the principles, commitment and competence are prioritized since workers are not committed to their functions. In the determining aspects of competitiveness, the success of the restaurant is consolidated in management capacity depends on the manager's skills. In competitive advantages, consolidation in differentiation is based on the lack of a differentiation in the carte.

Keywords: Quality Management, Competitiveness, MYPE, Restaurants.

CONTENIDO

FIRMA DE JURADO Y ASESOR.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
CONTENIDO.....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISION DE LA LITERATURA.....	15
2.1. Antecedentes.....	15
2.2. Bases Teóricas	28
III. HIPÓTESIS	40
IV. METODOLOGÍA.....	41
4.1Diseño de la investigación	41
4.2Población y muestra.....	42
4.3. Definición y Operacionalización de las variables e indicadores.....	45
4.4. Técnicas e instrumentos.....	47
4.5. Plan de análisis.....	47
4.6 Matriz de Consistencia.....	49
4.7 Principios Éticos	50
V. RESULTADOS	52
5.1 Resultados.....	52
5.2 Análisis de Resultados	82
VI. CONCLUSIONES.....	97
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	99
ANEXOS.....	103

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. ¿Considera Ud. que las MYPE tienen conocimiento del entorno para fortalecer su negocio?	53
Tabla 2 ¿Considera Ud. que tiene conocimiento del entorno para fortalecer su negocio?	54
Tabla 3 ¿Para Ud. el personal realiza sus funciones de manera eficaz?	55
Tabla 4 ¿Para Ud. el personal realiza sus funciones de manera eficaz?	56
Tabla 5 ¿Considera Ud. que los trabajadores se encuentran motivados al momento de realizar sus actividades?	57
Tabla 6 ¿Considera Ud. que los trabajadores se encuentran motivados al momento de realizar sus actividades?	58
Tabla 7 ¿Le han realizado alguna evaluación sobre su satisfacción respecto al servicio brindado?	59
Tabla 8 ¿Considera que la MYPE cumple sus expectativas y satisface sus necesidades?	60
Tabla 9 ¿Evidencia que las MYPE mantienen un ambiente interno laboral adecuado?	61
Tabla 10 ¿Evidencia Ud. que se mantiene un ambiente interno laboral adecuado?	62
Tabla 11 ¿Para Ud. los trabajadores están comprometidos con sus funciones o actividades de trabajo?	63
Tabla 12 ¿Para Ud. los trabajadores están comprometidos con sus funciones o actividades de trabajo?	64
Tabla 13 ¿Considera Ud. que el personal cuenta con habilidades y conocimientos para desempeñarse adecuadamente?	65
Tabla 14 ¿Considera Ud. que el personal cuenta con habilidades y conocimientos para desempeñarse adecuadamente?	66
Tabla 15 ¿Considera que los trabajadores utilizan adecuadamente los recursos para el servicio al cliente?	67
Tabla 16 ¿Considera Ud. que los trabajadores utilizan adecuadamente los recursos para el servicio al cliente?	68
Tabla 17 ¿Para Ud. el desempeño global de la MYPE ha mejorado respecto a ocasiones anteriores?	69
Tabla 18 ¿Para Ud. el desempeño global de la MYPE ha mejorado respecto a ocasiones anteriores?	70

Tabla 19 ¿Percibe que el éxito del restaurante depende de las habilidades y conocimientos del administrador?	71
Tabla 20 ¿Considera que las estrategias que aplica el restaurante aumentan la demanda? ...	72
Tabla 21 ¿Percibe Ud. que el restaurante innova en su carta o infraestructura frente a la competencia?	73
Tabla 22 ¿Considera que el restaurante brinda un valor agregado en el servicio de atención al cliente?.....	74
Tabla 23 ¿Considera Ud. que las MYPES emplean las redes sociales o página web para promocionar su establecimiento?	75
Tabla 24 ¿Cuándo Ud. solicita algún plato a la carta siempre está disponible?.....	76
Tabla 25 ¿Para Ud. los precios de la carta se encuentran acorde al sector restaurantes?	77
Tabla 26 ¿Considera que los precios están acordes con la calidad de los insumos?	78
Tabla 27 ¿La MYPE ofrece algún plato diferente respecto a la competencia?.....	79
Tabla 28 ¿Considera resaltante el servicio recibido por la MYPE?.....	80
Tabla 29 ¿Considera que la MYPE se ha especializado en algún tipo de platos (criollos, gourmet, etc.)?	81

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Población de MYPE Restaurantes en el Distrito de Pariñas año 2021	43
Cuadro 2. Fuente de la información	43
Cuadro 3. Características demográficas	52

I. INTRODUCCIÓN

Dentro de los países de la Unión Europea, Latinoamericanos y parte del Caribe las MYPES representan cerca del 99% de la totalidad de las compañías, a consecuencia otorgan un porcentaje alto de empleabilidad (67%), dado por la variedad en los sectores de producción y de servicios. (Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2017).

Argumenta Vásquez (2017), que las MYPES en estos tiempos reflejan un sector importante para la estructura de producción peruana, refleja el 95,9% de la totalidad de establecimientos a nivel nacional; con un desarrollo máximo hasta del 97,9% a esto se añaden las pequeñas empresas. Referente a la información del Ministerio de Trabajo, las MYPES brindan empleabilidad a más del 80% de la PEA (Población Económicamente Activa, de esta manera generan el 45 % del PBI (Producto Bruto Interno). Las MYPES son sustanciales para el progreso económico en el Perú, en lo cual representan generación de diversos cargos laborales; disminución de la pobreza ya que las actividades generan ingresos; incentivando a un alma emprendedora; como una fuente transcendental de crecimiento sobre todo en el ámbito privado.

Las condiciones en las que se encuentran la mayor parte de los restaurantes en el distrito de Pariñas - Talara; en lo que respecta a la gestión calidad; la mayoría de las MYPES poseen un conocimiento de la competencia, pero no perciben eficacia en la atención al cliente, además hay carencia de motivación por parte de los trabajadores, a consecuencia poseen un desempeño inadecuado, tampoco realizan evaluación de satisfacción a los clientes. No obstante, la mayoría de las MYPES no cumplen las expectativas y necesidades de los clientes, dejando de lado el nivel óptimo de compromiso adecuado, por carencia de capacitación, también se evidencia la falta de

habilidades y conocimientos, provocando que en sus establecimientos exista una ineficiencia en sus labores cotidianas.

A nivel competitivo, no utilizan estrategias adecuadas con la finalidad de aumentar la demanda de clientes potenciales, además no evidencian innovación en los establecimientos, también se señala que no se percibe el valor agregado en el servicio. Finalmente, la gran parte de MYPES consideran que los precios en las cartas están acorde a los precios de mercado, pero no se diferencian de la variedad de los platos, ocasionando una falta de diferenciación, a consecuencia no logran ser competitivas en el mercado.

En la actualidad las Micro y Pequeñas Empresas (MYPE) forman parte sustancial en la economía de Perú. De acuerdo al Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, relevante en la contribución con el PBI en un 40%, además no se contabiliza la generación de autoempleo, aun así, el crecimiento de las MYPES está estancado, por la variedad de factores, careciendo de un sistema tributario en lo cual brinde superar las dificultades entorno a la formalización empresarial y un desarrollo sostenible de las mismas, para lograr así un crecimiento económico para el beneficio de las mismas. (Barraza, 2016)

Romero (2018), consideró que las MYPES en el Perú representan el 98,6% de las unidades empresariales, a consecuencia brinda un crecimiento a millones de empleados que apoyan al crecimiento de la economía del país. Además, esto permite a las MYPES, seguir creciendo como empresa, dando lugar a la creación o expansión de estas empresas, dinamizando nuestra economía.

Según la Asociación de Emprendedores del Perú (ASEP), las microempresas forman parte sustancial en distintos países, en la cual son el centro de su actividad

económica. Por otra parte, a pesar de generar diversos empleos, la calidad es demasiado diversa, es decir, el subempleo es frecuente y en gran parte de los cargos laborales, en los que se desempeñan mujeres, no tienen remuneraciones óptimas, de acorde al mercado laboral.

La problemática que presentan las MYPES fue lo que **motivó** la presente investigación, las condiciones en las que se encuentran la mayor parte de los restaurantes en el distrito de Pariñas - Talara; en lo que respecta a la gestión calidad; la mayoría de las MYPE poseen un conocimiento de la competencia, pero no perciben eficacia en la atención al cliente, además hay carencia de motivación por parte de los trabajadores, a consecuencia poseen un desempeño inadecuado, tampoco realizan evaluación de satisfacción a los clientes. No obstante, la mayoría de las MYPES no cumplen las expectativas y necesidades de los clientes, dejando de lado un nivel óptimo de compromiso adecuado, por carencia de fortalecimiento de capacidades, también se evidencia la falta de habilidades y conocimientos, provocando que en sus establecimientos exista una ineficiencia en sus labores. Por otra parte en lo que respecta a la rentabilidad, los pequeños empresarios no observan una competitividad, lo que conlleva a no tener un conocimiento exacto de la atención de mercado.

La presente investigación se trabaja en base a la Gestión de Calidad y Competitividad de las MYPE rubro Restaurantes del distrito de las Pariñas - Talara. Las MYPE tienen un rol sustancial en el desarrollo económico y social del país, es decir poseen un alto nivel en base a la participación del PBI y forma parte del segmento empresarial en donde más se concentra la Población Económicamente Activa. Las MYPES son parte muy importante de nuestra economía, y en esta investigación nos

permite conocer las características de la gestión de calidad y competitividad que las MYPES vienen empleando, para continuar vigentes en el mercado en el cual se vuelve cada vez más competitivo.

En el análisis del **ambiente externo o macro ambiente**, dentro del **aspecto Legal**, el Congreso de la República del Perú, promulgó la Ley N° 30056 “Ley que implica facilitar la inversión e impulsar el desarrollo en el sector productivo y el crecimiento en los diversos rubros empresariales”, cuyo objetivo principal es promover la competitividad, formalización y el crecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas, esta ley establece diversos mecanismos, estrategias para alcanzar la competitividad empresarial, en los diversos rubros de las organizaciones. (Ramos, 2016).

El ministro de Comercio Exterior y Turismo, Eduardo Ferreyros, informó: "En La Libertad hubo un crecimiento del 12% de visitantes, no obstante en Piura, en las zonas de playa como Talara, hubo un decrecimiento del 10% , debido a diferentes problemas que se han presentado", señala que “En Talara se deben realizar trabajos operativos relacionados con la escasez del líquido elemento, solucionar problemas de saneamiento y diversas rutas que están colapsando, se está ejecutando diferentes programas de nivel específico para brindar una solución en los restaurantes del norte". (Diario Gestión, 2017).

Referente a las estrategias de formalización, el ministerio de economía y finanzas, señala una contemplación de búsqueda para así aumentar beneficios, y la reducción de los costos en el proceso de formalización. Define que el primer objetivo son las condiciones favorables a través del financiamiento en el sector de las MYPES, como el uso de los diversos instrumentos financieros, y líneas de crédito favorables,

establecidas en el régimen MYPE tributario, brindando un bono en base al cumplimiento del cronograma de pago de impuestos y también la devolución de manera anticipada del impuesto general a las ventas (IGV).

Dentro del **factor económico**; las MYPE de rubro restaurantes en el distrito de Pariñas, en el Perú se hace una estimación equivalente a la reducción del 3.4% del PBI para el presente año, siendo mayor al del año 2017 (3.1 %), a consecuencia de la expansión del gasto público respecto a la infraestructura de los juegos panamericanos, y del egreso financiero provocados por los intereses de la deuda pública. Los ingresos obtendrán un nivel óptimo en su primera vez desde el año 2012, a pesar de ello no alcanzará a una compensación de determinados gastos. Esta ligera mejoría reflejará un aumento del dinamismo sobre la demanda interna, aumentando el precio de los metales, gran disminución de devoluciones de impuestos que las MYPES optan al acogimiento del “Impuesto General a las Ventas (IGV) justo”, que es aplazar el pago de impuestos, también se proyectó que el determinado saldo respecto a la deuda pública bruta alcanza este año un gran nivel de 26.5% del PBI. BBVA. (Research, 2018).

Existe un descenso de la inflación de manera significativa en los últimos meses, en un 0.4 % por abajo del rango meta. Siendo el porcentaje de nivel demasiado inferior desde el 2009”, Esta inclinación de la inflación se destaca por el descenso que existe en los precios luego del fenómeno del niño costero y en otros aspectos naturales y circunstanciales, también se debe a una cantidad elevada de producción, contribuye también el bajo índice de inflación la ausencia de una gran presión de demanda referente a los precios debido a la posición cíclica en nuestra economía, además la importancia de la moneda peruana, No obstante en los próximos meses la tendencia

del rango meta nos arrojará el resultado del (2 %) y se estima que se logrará a finales del presente año. BBVA. (Research, 2018).

Las Micro y Pequeñas empresas (MYPES), representan un papel importante en la economía nacional puesto que generan un gran aporte al Producto Bruto Interno (PBI), las MYPES arraigan grandes desafíos, como una constante lucha de crecimiento y los diferentes rubros, tienen conocimiento que se debe generar productos de calidad. Las MYPES deben de tener claros sus objetivos y la forma de cómo alcanzarlos. Se ejecutan diversas estrategias de producción, comercio, administración y de inversión para las nuevas tecnologías y deben preocuparse por generar un determinado soporte en base a una estabilidad financiera dentro de un corto y mediano plazo. (Torriani, 2018).

Por parte del **factor geográfico**, en Pariñas se ubican los restaurantes al norte del Perú. Es parte del departamento de Piura, Talara tiene una extensión de 2'799,49 kilómetros cuadrados y se ubica en tablazos desérticos y gran variedad de bosques de algarrobo que pueblan quebradas en su total parte secas. Dentro de su territorio se encuentra los balnearios más visitados, como son: Máncora, El Ñuro, Los Órganos y Cabo Blanco. (Diario Gestión, 2017), estos son los más visitados por turistas extranjeros y nacionales además de otros balnearios como: Lobitos, La Brea Negritos, Vichayito que salpican al esfuerzo de incluirse ser entre los mejores.

En el **factor social**, Pariñas es un centro de atracción turístico, tanto de territorio nacional y extranjero, además de una gran variedad de gastronomía peruana, quienes encuentran hermosos paisajes debido a la variedad de lugares. Las inversiones gastronómicas van en aumento y sin lugar a duda, brinda las mejores oportunidades de la región Piura. Por lo consiguiente, esta explosión turística en el sector gastronómico

ha conllevado al crecimiento de las principales MYPES en el mercado, gracias a la alta demanda en diferentes épocas del año. (Diario El Regional Piura, 2016), por ser un lugar cálido en la mayor parte del año.

Es trascendental destacar los cambios demográficos, diversas formas de estilo de vida en lo cual significan grandes oportunidades para los emprendedores que han tomado la decisión de iniciar un emprendimiento, pero, así como existen estos diversos cambios, el comprador o adquiriente se ha convertido a través de los años en un adquiriente que está muy bien informado a consecuencia de ello exigen un producto de calidad y buen precio. (Diario Gestión, 2017)

No obstante, al momento de aperturas un restaurante no es suficiente con tener las habilidades de un buen equipo de trabajo en el sector culinario, la realidad señala que se necesita emplear gran variedad de conocimientos empresariales, así mismo, brindar cómodos ambientes y sobre todo acogedor, por ende, deben estar situados en una zona que brinde una fácil accesibilidad. El distrito de Pariñas, se ha convertido en un destino turístico sustancial tanto para el entorno nacional, y en todo el mundo; por sus playas y gastronomía. Este bello distrito cuenta con variedad de lugares para el consumo de alimentos y bebidas, estos establecimientos brindan diferentes estilos culinarios donde se puede degustar desde la más destacada comida típica peruana, hasta los grandes potajes de la cocina a nivel mundial. Pariñas mantiene un clima tropical y seco, con una determinada temperatura promedio en forma anual de 24°C. (Diario Gestión, 2017)

En la actualidad, **la tecnología** se ha transformado en una pieza clave en la innovación de manera empresarial, para la industria de la alimentación, no obstante, los avances siempre van de forma lenta y progresiva y porque no decirlo muy seguras,

el gran problema para los diferentes restaurantes en el distrito de Pariñas, no solo es el bajo nivel de presupuesto, sino una deficiente elección en la asignación de fondos. La gran parte de los empresarios necesitan invertir, pero están atados a los diversos gastos y las inversiones propuestas y ejecutadas, a consecuencia de haber realizado deficientes inversiones, no existe la posibilidad de obtener la rentabilidad esperada y así no podrán optar en realizar innovaciones tecnológicas. (Ponce ,2017).

A **nivel entorno micro**, las MYPE de forma individual no poseen la capacidad en alcanzar las oportunidades sobre alianzas estrategias, además la negociación con proveedores es demasiado bajo ya que, las MYPES tienen diversas opciones a escoger para realizar la compra de los insumos, es el caso del mercado de Pariñas, por ende, los empresarios tienen accesos a la adquisición de productos de buena calidad y precio justo. (Diario El Regional Piura, 2016)

Respecto al ambiente interno, de acuerdo a la investigación y a lo percibido en la presente investigación, las MYPES mantienen una **administración** con poca imagen de representatividad tratando de hacer un esfuerzo de mantener una gestión relevante pero, sin eficacia en vista que en los resultados de la atención no se evidencian en las necesidades y exigencias de los clientes.

Se ha evidenciado en que las MYPES se esfuerzan en tener un ambiente amplio y adecuado de acuerdo a las exigencias de los clientes, los propietarios saben que mantener cautivos a sus clientes es brindarles las mejores condiciones del ambiente en base a su **estructura** de los locales de atención, debido a las altas temperaturas que se tiene en esta parte del país en casi todo el año, ello obliga a que las MYPES busquen en que los ambientes sean amplios y ventilados y si son pequeños y cerrados los obliga al uso de equipos de temperatura y darles el confort a los clientes, con las exigencia de

las medidas sanitarias dispuestas por las normas sanitarias por la situación de la pandemia COVID-19, que se encuentra el país y el mundo.

Respecto a la **tecnología**, en las MYPES por lo mismo que hay altas temperaturas en casi todo el año obliga al uso y renovación de equipos de refrigeración, en esta situación de la pandemia ha obligado al uso del medio digital para hacer delivery, uso de pagos con tarjeta e inclusive algunos usan el YAPE o también transferencia con banca celular, algunos usan la tecnología de la informática vía internet, Facebook y WhatsApp para su medio de propaganda de sus productos.

Referente al poder de negociación de los clientes, es sustancial conocer las diversas necesidades y diversas expectativas de sus clientes potenciales, de esa forma ayuda a la evaluación del grado de satisfacción que se generan en ellos, a consecuencia logren un nivel óptimo de preferencia por parte de los clientes, empleando altos estándares de una excelente gestión de calidad en el servicio y producto que se brinda, provocando en ello un valor agregado respecto a la competencia, ya que existen gran variedad de restaurantes con un sabor único en cada uno, brindando mejores precios y su respectivo valor agregado hacia los clientes. Todos estos factores dan un surgimiento respecto a la preferencia del consumidor, de la manera que influyen los clientes internos en la compañía, quienes forman parte de nuestros competidores actuales, además de quienes son nuestros futuros competidores, en que forma afecta a nuestra compañía la capacidad de negociación en los diferentes restaurantes, cuáles son las instituciones que se encargan de regular nuestra actividad, la manera en que afecta estas normativas en nuestra actividad, etc. (Diario El Regional Piura, 2016)

Respecto a la competitividad en el rubro de restaurantes en el distrito de Pariñas, surge por parte de los competidores en perfeccionar sus diferentes posiciones dentro

de un nicho de mercado, el nivel de competencia es alto, sobre todo para conseguir una mejor posición dentro del mercado, el trabajo es aplicar estrategias para alcanzar una ventaja competitiva de su compañía, para así conservar una posición y mantenerse vigente en el mercado. Por otro modo, la presencia de productos sustitutos representa para las MYPES una gran amenaza, ya en el mercado. Por lo consiguiente la negociación con los diversos proveedores es importante ya que garantiza una excelente calidad respecto a los productos en los cuales se brindan a los consumidores finales, por otro lado, la fuerza de poder de los clientes o clientes potenciales, ya que tiene diferentes perfiles de consumidores, pueden ser indecisos o por lo general existen clientes que al momento de brindarles un buen servicio a un precio cómodo se sienten privilegiados, dependiendo de su nivel económico.

Existen barreras que impiden el ingreso de potenciales competidores; en una determinada industria, Por eso es necesario establecer estrategias competitivas claves para lograr establecerse en el mercado, con dichas estrategias se permite lograr la entrada de nuevos competidores, además se puede generar una gran cantidad de beneficios para la organización para tener mayor participación en el mercado y lograr también un eficiente posicionamiento de las MYPES. Finalmente, los precios tienden a variar en ciertos productos o servicios, los empresarios pueden aprovechar esta oportunidad para poder fidelizar a los clientes potenciales de las MYPES.

En el distrito de Pariñas, existe diversidad de restaurantes, en lo cual ofrecen variedad de platillos, en el caso de las chifas, y algunos platos típicos de países del exterior, como las pizzas y las pastas, interviene el gran aporte de cada fuerza laboral en las MYPES, además de las pollerías, y los restaurantes de comida criolla de la región.

La presente investigación proviene de la línea de investigación denominada: Gestión de Calidad en las MYPE, línea que ha sido asignada por la Escuela de Administración.

El problema que se ha identificado es: ¿Cuáles son las características de la Gestión de calidad y Competitividad en las MYPES rubro restaurantes en el distrito de Pariñas- Talara, año 2021?, y que, gracias a la ULADECH Católica, sede Piura, escuela de Administración, buscaremos dar solución a la problemática antes identificada. La presente investigación busca alcanzar como objetivo general: Determinar las características de la Gestión de calidad y Competitividad en las MYPES rubro restaurantes en el distrito de Pariñas- Talara, año 2021; además se plantearon los siguientes objetivos específicos: (a) Describir las funciones necesarias para la gestión de calidad en las MYPES rubro restaurante en el distrito de Pariñas- Talara, año 2021; (b) Determinar los principios de gestión de calidad en las MYPES rubro restaurante en el distrito de Pariñas- Talara, año 2021; (c) Conocer los aspectos determinantes de la competitividad en las MYPES rubro restaurante en el distrito de Pariñas- Talara, año 2021. (d). Explicar las ventajas competitivas en las MYPES rubro restaurante en el distrito de Pariñas- Talara, año 2021.

La investigación se justifica de forma práctica ya que tiene como gran finalidad, determinar las características que tienen las MYPES en términos de gestión de calidad y competitividad, pues con la ejecución de la investigación se busca obtener resultados que ayuden a las investigaciones futuras. Este trabajo de investigación se

basará en diversos antecedentes de investigación entorno a nivel local, nacional e internacional que guarden relación con las variables de esta presente investigación.

Además, el gran aporte de las diferentes **teorías** que se basan en el fundamento de los conceptos teóricos de las variables gestión de calidad y competitividad, de tal forma que se pueda realizar una comparación de los fundamentos de la teoría con los resultados obtenidos de la investigación para llegar a los objetivos de la presente investigación de estudio.

La justificación metodológica del presente estudio de investigación aplicará una metodológica de manera científica y objetiva, en la cual comprenderá el desarrollo de un conjunto de diversas actividades para un proceso de información y posterior análisis de fuentes tanto primarias como secundarias, no obstante, se ha determinado el tamaño de la población y de la muestra. Cabe señalar, que se empleará un conjunto determinado de herramientas como la aplicación de entrevistas por medio del cuestionario, visitando a los diferentes restaurantes del objeto de investigación, con un cumplimiento estricto de los protocolos de bioseguridad establecidos por las normas sanitarias para la prevención del COVID-19.

Se empleó la **metodología** de tipo descriptiva y de nivel cuantitativo con diseño no experimental, de corte transversal. Las MYPES objeto de investigación fueron 05 restaurantes. La población fue finita en la variable gestión de calidad con cinco (5) propietarios y además infinita, para ambas variables estuvieron conformado por los clientes de los restaurantes; determinándose una muestra de 121 clientes, se aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario.

La investigación está **delimitada** desde la percepción temática por las variables gestión de calidad y competitividad. Psicográfica: MYPE rubro restaurantes y Desde la perspectiva geográfica: Región Piura, Distrito Pariñas –Talara y temporal: año 2021.

La presente investigación presentó los principales resultados de **funciones** de gestión de calidad, se identificó que prioriza la planificación, el 80% de propietarios poseen conocimiento de la competencia, **principios** de gestión de calidad, compromiso y competencia el 61% evidencia que los trabajadores no están comprometidos con sus funciones, los aspectos **determinantes de la competitividad** el 83% en cuanto a la capacidad el éxito del restaurante depende de las habilidades del administrador, las **ventajas competitivas**, el 64% en la diferenciación fundamenta que se carece de una diferenciación en la carta.

La presente investigación sus principales **conclusiones** que presentó fueron las siguientes; respecto a las funciones priorizan la planificación, se posee conocimiento de la competencia. En los principios, se prioriza el compromiso y competencia ya que los trabajadores no están comprometidos con sus funciones. En los aspectos determinantes de competitividad se consolidó en capacidad de gerencia el éxito del restaurante depende de las habilidades del administrador. En ventajas competitivas, la consolidación en la diferenciación se fundamenta que se carece de una diferenciación en la carta.

Finalmente, se evidenciaron ciertas limitaciones en la investigación que se llevó a cabo, en primer lugar, los medios económicos para poder ejecutar la investigación, además, el tiempo por parte del investigador, ya que actualmente

estamos en medio de una pandemia y finalmente por los encuestados de las MYPES,
escasa disponibilidad por efectos de la pandemia.

II. REVISION DE LA LITERATURA

2.1. Antecedentes

En los antecedentes internacionales se considera a **Gonzales (2017)**, realizó una investigación titulada: “Desarrollo del Sistema de Gestión De Calidad en el Restaurante Bar Ouzo Agave Azul S.A.S. Bajo Los Lineamentos De La Norma Iso 9001:2015 Y La Norma Técnica Colombiana Ntsusna 008.” de la Universidad Libre de Colombia, el objetivo de esta investigación es el desarrollo de un sistema de gestión de calidad, se utilizó una metodología de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo. Concluyendo que los clientes consideran que el restaurante posee conocimiento del entorno para poder ejecutar un sistema de gestión, además el 40% señala que los trabajadores realizan sus funciones de manera eficaz,-también el 50% considera que los trabajadores están motivados al momento de sus actividades, además el 40% considera que los colaboradores mantienen un clima laboral positivo, los propietarios poseen conocimiento del entorno para poder ejecutar un sistema de gestión, el 40% de propietarios señalan que los trabajadores realizan sus funciones de manera eficaz, el 50% de los propietarios evidencian que los trabajadores están motivados al momento de sus actividades, el 40% de propietarios considera que los colaboradores mantienen un clima laboral positivo, finalmente el 65% de los propietarios señala que los empleados mantienen un fiel compromiso en las actividades del día a día.

Macias (2016), realizó una investigación titulada: “Diseño de un Sistema de Gestión de la Calidad para los Restaurantes y Comedores de la Comuna Montañita” de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, cuyo objetivo fue el Diseño de un Sistema de Gestión de la Calidad para los Restaurantes y Comedores, se empleó la

metodología de tipo cuantitativa, de diseño no experimental; concluyendo que la aplicación del sistema EFQM basado en la aplicación de una evaluación en los clientes de los restaurantes y comedores de Montañita, lo consideran viable, ya que los clientes consideran que los restaurantes no poseen conocimientos de las necesidades del clientes, además también señalan la mayor parte que el personal no cuenta con habilidades para un desempeño adecuado, no obstante también consideran que el servicio de atención no es el adecuado, provocando deficiencias en el servicio otorgado, el 70% señala que no hay un adecuado clima laboral, ya que no hay liderazgo por parte de los gerentes de los restaurantes, además la totalidad de los propietarios (100%), señalan que la mayor parte del personal no cuenta con habilidades para un desempeño adecuado. Finalmente consideran que el personal no se encuentra motivado al momento de realizar sus actividades.

Alfonzo (2016), realizó una investigación titulada: “Diseño de un Modelo de Gestión de la Calidad Turística en el Sector de Restaurantes, en La Parroquia Ballenita, Provincia de Santa Elena, Año 2016” de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, cuyo objetivo fue Diseño de un Modelo de Gestión de la Calidad Turística en el Sector de Restaurantes, utilizando metodología de investigación de corte transversal, de carácter cuantitativo y cualitativo; concluyendo que, en la propuesta del proyecto de tesis, diseño de un modelo de gestión de la calidad turística en el sector de restaurantes; se deriva un énfasis a la necesidad que tienen los establecimientos de tener un personal altamente capacitado para el buen desempeño de sus funciones, buscando la calidad del servicio y el desarrollo de la gestión administrativa, además se concluye que los propietarios señalan que existe una gran demanda turística, pero

carecen de realizar evaluaciones para medir la satisfacción de los clientes al servicio brindado.

También consideran un bajo rendimiento en las labores de los colaboradores, dejando de lado el compromiso para alcanzar los objetivos trazados, la totalidad de propietarios (100%) señalan que hay un mal uso de los recursos al momento de realizar el servicio al cliente, a consecuencia se ejerce una mala gestión de calidad hacia los clientes, finalmente, hay un mal uso de los recursos al momento de realizar el servicio al cliente, a consecuencia se ejerce una mala gestión de calidad hacia los clientes, provocando un pésimo liderazgo por parte de los gerentes de los restaurantes.

Dentro de los antecedentes nacionales se consideró a **Hernandez (2016)**, En su investigación denominada “Gestión de calidad, marketing y competitividad de las MYPES del sector servicio de restaurantes del Distrito de La Esperanza, año 2016”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Cuyo objetivo fue determinar la Gestión de calidad, marketing y competitividad de las MYPES del sector servicio de restaurantes del Distrito de La Esperanza, el tipo de investigación fue descriptiva y para llevar a cabo se utilizó una muestra de 250 clientes. Dentro de las conclusiones se determinó que el 50 % de clientes consideran que las MYPES no tienen conocimiento sobre la norma ISO 9001, además se detectaron carencias sobre el control de salud e higiene en el trabajo. El 67% de las MYPES aplican la innovación tecnológica para aumentar la competitividad. El 20% de clientes consideran que las MYPES no tienen una planificación de sus actividades. El 35% de clientes señalan que no existe motivación por parte del personal, ya que, se carece de un mal clima laboral.

El 40% de clientes argumenta que no se enfocan a sus necesidades, dejando de lado sus expectativas. Además, el 30% considera que los trabajadores no realizan sus

actividades de forma eficaz. Finalmente, el 88 % de clientes consideran que las MYPES no realizan evaluación de satisfacción al servicio brindado, por consiguiente, se tiene un riesgo que afecta directamente sobre los indicadores gestión de calidad.

Luna (2016), realizó una investigación titulada: “Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, 2016”, cuyo objetivo fue determinar la Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de Nuevo Chimbote, y ha utilizado una metodología de investigación de tipo cuantitativa, corte transversal, de nivel descriptivo, llegando a las conclusiones que la totalidad (100%) de empresarios del sector servicio - rubro restaurantes de Nuevo Chimbote, consideran que no cuentan con estándares de calidad ISO. El 62% señalan que aplican una gestión administrativa. El 56,5% considera que la gestión administrativa los ha llevado adoptar una técnica de mejora continua hacia los clientes, El 78% realiza capacitaciones orientadas al servicio del cliente, para desarrollar las habilidades de los trabajadores. El 39,1% consideran que satisfacen las necesidades de los clientes mediante un excelente servicio en los productos que ofrecen.

Castro y Sigueñas (2016), presentaron la investigación titulada “Modelo de Gestión de Calidad para lograr la fidelización de los clientes de la empresa exportadora El Sol S.A.C en el distrito de San José – Provincia de Pacasmayo en el año 2016”, presentada en la Universidad Privada Antenor Orrego. Cuyo objetivo fue determinar un Modelo de Gestión de Calidad para lograr la fidelización de los clientes de la empresa exportadora El Sol S.A.C en el distrito de San José, la metodología aplicada fue un estudio de tipo cuantitativa y el diseño no experimental, la técnica utilizada fue

la encuesta, y el instrumento empleado el cuestionario y la guía de entrevista, creados a partir de los objetivos del estudio que fueron aplicados a una población conformada por todos los clientes de la empresa Exportadora El Sol S.A.C del cual se extrajo el tamaño de la muestra que equivale al marco muestral conformado por 52 clientes activos.

Esta muestra se basa en un muestreo no probabilístico por conveniencia. Dentro de las conclusiones se determinaron que el 94.23% percibe favorable la adaptación de la empresa Exportadora El Sol SAC ante los cambios del entorno. El 63.46% señala que la empresa enfatiza la perspectiva de calidad total a diferencia de su competencia. El 82.69% señala que la empresa debe mejorar su base de datos para que pueda fidelizar a sus clientes más importantes. El 84.62% señala que la empresa no realiza capacitaciones al personal, dando un nivel bajo en el desempeño de sus actividades, a consecuencia los trabajadores no están comprometidos en sus labores.

Además, el 100% evidenció que existe un desconocimiento de un buen manejo y aplicación de un sistema de calidad eficiente, lo que abarca y quiénes son los responsables de su ejecución. La mayoría considera que empresa no cuenta con un sistema de gestión de calidad estructurado, su forma y manejo de calidad es muy empírico, es decir, no se realiza un programa detallado de los procedimientos que se llevaran a cabo, ya que no existe un mapa de procesos complejos, las tareas para cada miembro no son asignadas según el estudio global de los procesos, tampoco existe una conformación de un equipo de trabajo con representantes de las diferentes áreas para analizar, diseñar y elaborar un mapa de procesos.

Dentro de los antecedentes locales se consideró a **Vilchez (2017)**, en su investigación titulada “Caracterización de la Gestión de calidad y rentabilidad de las

MYPES sector servicios rubro restaurante en la provincia de Sullana (Piura), año 2016”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Cuyo objetivo fue determinar las características de la Gestión de calidad y rentabilidad de las MYPES sector servicios rubro restaurante en la provincia de Sullana (Piura), empleando una metodología de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, en el cual se manejó la técnica de encuesta utilizando como instrumento el cuestionario, donde se aplicó 14 preguntas.

Dentro de las conclusiones se determinó que el 80% de los clientes encuestados considera que los precios son cómodos; la gran mayoría de los clientes encuestados (73 %), consideran las ofertas y promociones atractivas. El 87% de clientes considera que las MYPES brindan seguridad al interior del establecimiento comercial. El 53% de clientes consideran que los empleados están comprometidos en sus funciones, ya que se les brindan capacitaciones, para poder brindar un mejor servicio de calidad; el 33% de los administradores han sido capacitados sobre el tema de gestión de calidad.; el 53 % de los clientes señalan que los empleados cumplen con sus expectativas y satisfacen sus necesidades. El 40% considera que las MYPES poseen un clima laboral muy bueno con su personal a cargo. El 60% de clientes considera que la atención ofrecida por los trabajadores mejora continuamente.

Marchan (2016), en su investigación titulada “Caracterización de Gestión de Calidad y Merchandising en las MYPE rubro restaurantes de Talara, año 2016”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Cuyo objetivo fue determinar las características de Gestión de Calidad y Merchandising en las MYPE rubro restaurantes de Talara, el diseño de la investigación es no experimental y de corte transversal, el tipo de investigación es descriptiva, de nivel cuantitativo; la unidad de análisis la muestra estuvo constituida por 58 clientes. Dentro de las conclusiones se

determinó que el 63% de los clientes encuestados, considera la rotación del personal, ya que no poseen habilidades para desempeñarse. Asimismo, el 66% de clientes señalan que los empleados no emplean adecuadamente los recursos para una buena atención recibida, lo que refleja que los restaurantes sólo trabajan para obtener una ganancia mínima.

El 80% considera que no mejora el desempeño de la MYPE. El 71% señala que no realizan control de calidad en sus insumos de los productos y/o servicios, ocasionando insatisfacción hacia los clientes; el 100% de los propietarios encuestados, si cuentan con el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE), es decir, son conscientes que deben realizar sus actividades de acuerdo a la legislación vigente. Por otro lado, el 45% de los usuarios encuestados, considera que el tiempo de entrega del producto es el correcto. El 80% de propietarios consideran que no mejora el desempeño de la MYPE respecto a ocasiones anteriores. Además, el 71% de los usuarios encuestados, considera que las labores del local se realizan en forma grupal.

Trelles (2017), en su investigación titulada “Gestión de Calidad y Competitividad en las MYPES rubro restaurantes de Talara, año 2016”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Cuyo objetivo fue determinar las características de Gestión de Calidad y Competitividad en las MYPES rubro restaurantes de Talara, la investigación es de tipo descriptiva, diseño no experimental, de corte transversal; conclusiones referentes a la gestión de calidad fueron: El 80% de los representantes cree que la gestión de calidad de sus MYPES se caracteriza por el nivel de satisfacción al cliente. El 90% de los representantes encuestados afirmaron que sus proveedores están debidamente certificados. El 40% de los encuestados detalló que han implementado sistemas como POES (descripción de tareas de saneamiento

por parte del personal). El 90% de clientes consideran que se ha implementado un sistema de gestión de calidad Buenas Prácticas de Manufactura.

En los antecedentes internacionales se considera a **Villegas (2016)**, realizó una investigación titulada: “Incidencia de las Estrategias Competitivas Implementadas en la Demanda de servicio del Hotel y Restaurante Selva Negra, del Municipio de Matagalpa, en el Año 2015”, en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, cuyo objetivo fue determinar la Incidencia de las Estrategias Competitivas Implementadas en la demanda de servicio del Hotel y Restaurante Selva Negra, del Municipio de Matagalpa, en dicha investigación se empleó metodología de tipo cuantitativa, de nivel descriptiva, concluyendo que, el 60% de clientes consideran que la empresa emplea estrategias competitivas que consisten en la diferenciación sobre la marca, el prestigio, la imagen de la empresa y la infraestructura, la gran parte de los clientes considera que el restaurante se enfoca en una determinada segmentación, es decir en un público objetivo, paralelamente de la mano con el desarrollo de un excelente servicio; esta última aplicada parcialmente. Además, la totalidad (100%) considera que los precios de la carta están acordes al sector restaurantes. Finalmente, el 80% señala que los precios están acordes con la calidad ofrecida respecto a los insumos.

Flores (2016), realizó una investigación titulada: “Perfil Competitivo De La Industria de Hoteles y Restaurantes de Barrancabermeja, año 2016” de la Universidad Pontificia Bolivariana, cuyo objetivo fue identificar el Perfil Competitivo De La Industria de Hoteles y Restaurantes de Barrancabermeja, utilizado una metodología con un tipo de investigación descriptiva, en las conclusiones define que la calidad del recurso humano presenta diferencias estadísticamente significativas según el tamaño.

El 75% de clientes señala que el éxito del restaurante depende de la capacidad de gerencia del administrador. El 55% evidencia que, con las estrategias aplicadas en la industria de restaurantes, logran de esta manera la captación de nuevos clientes, a consecuencia el aumento de la demanda. El 45% así mismo, consideran que la industria de los restaurantes innova periódicamente, es decir realizan inversiones en la infraestructura frente a la competencia. El 63% de clientes señalan que los restaurantes realizan descuentos, promociones, para brindar un valor agregado en el servicio. Finalmente, la mayor parte considera que los restaurantes invierten en la capacitación de sus empleados; lo que se convierte en una fortaleza competitiva para ellos frente a las demás empresas ya que disponen de unos empleados con mayor formación y por lo tanto entregan un mejor servicio a los clientes posicionando la empresa fuertemente en el mercado.

Montenegro y Sobalvarro (2017), realizaron una Investigación Titulada: “Análisis de los Factores que Influyen en el Entorno Competitivo del Servicio de Restaurante Rostí -Pollo Ubicado en la Ciudad de Estelí en el Periodo Septiembre–Noviembre del 2016” de la Universidad de Nicaragua, cuyo objetivo fue identificar los Análisis de los Factores que Influyen en el Entorno Competitivo del Servicio de Restaurante Rostí -Pollo Ubicado en la Ciudad de Estelí, utilizó una metodología con un tipo de investigación Cualitativa, de diseño no experimental, concluyendo que, el 40% de clientes señala que el éxito del restaurante depende de la capacidad de gerencia del administrador. El 35% evidencia que, con las estrategias aplicadas en la industria de restaurantes, logran de esta manera la captación de nuevos clientes, a consecuencia el aumento de la demanda. El 25% así mismo, consideran que la industria de los restaurantes innova periódicamente, es decir realizan inversiones en la infraestructura

frente a la competencia. El 39% de clientes señalan que los restaurantes realizan descuentos, promociones, para brindar un valor agregado en el servicio. El 62% señala que los restaurantes realizan sus promociones, descuentos, nuevas ofertas, a través de las redes sociales (Facebook, página web). El 20% evidencia que no hay disponibilidad de la mayor parte de platos a la carta

Dentro de los antecedentes nacionales se consideró a **Castañeda y Gonzales (2016)**, realizó una investigación titulada: “Nivel de Competitividad de los Restaurantes de 3 Tenedores de la Ciudad de Trujillo en el año 2016” de la Universidad Privada del Norte, cuyo objetivo fue determinar el Nivel de Competitividad de los Restaurantes de 3 Tenedores de la Ciudad de Trujillo, y utilizado una metodología con un tipo de investigación cuantitativa, de diseño no experimental, concluyendo que, la totalidad (100%) de los clientes consideran que la competitividad es clave para el desarrollo, crecimiento y sustentabilidad de cualquier empresa. El 41% considera que los restaurantes se han especializado en los platos criollos y gourmet. El 57% señala que los restaurantes emplean la estrategia competitiva de diferenciación frente a sus rivales. El 88% considera resaltante el servicio recibido respecto a la atención al cliente. Finalmente, la totalidad (100%) de clientes consideran que siempre hay disponibilidad de los diversos platos a la carta.

Reyes y Vargas (2016), en su tesis titulada “Estrategias para impulsar la competitividad de los restaurantes picanterías en la ciudad de Arequipa 2016” la que se presentó en la Universidad Católica San Pablo, cuyo objetivo de proponer las estrategias que otorguen impulsar la competitividad de los diversos restaurantes picanterías en la ciudad de Arequipa, el presente estudio es una investigación exploratoria descriptiva, no experimental y de corte transversal, obteniéndose las

siguientes conclusiones. El 90% de clientes consideran que no se aplican estrategias competitivas para el posicionamiento, innovación de las picanterías. El 60% señala que los restaurantes no emplean las redes sociales para promocionar sus productos y servicios.

En su mayor parte los consumidores los consumidores visitan las picanterías junto a sus familias, pero por otro lado hay un desinterés de los jóvenes por mantener estas tradiciones debido a la llegada de franquicias extranjeras de comida. El 68% de consumidores señalan que los propietarios no invierten en capacitar a su personal, provocando una baja innovación en platos, también en marketing y aunque los propietarios tratan de mantener el gran legado familiar y tradición de la picantería no es lo sumamente suficiente para generar fidelización en los clientes potenciales. Finalmente, el 55% consideran que los productos que se ofrecen no tienen ningún valor agregado para satisfacer al cliente.

Chachaque (2016), realizó una investigación titulada: “La Estrategia Competitiva en el Proceso de Internacionalización de la Pollería, El Pollón de la Ciudad de Tacna, Período 2015” de la Universidad Privada de Tacna, cuyo objetivo fue determinar la Estrategia Competitiva en el Proceso de Internacionalización de la Pollería, El Pollón de la Ciudad de Tacna, el presente estudio es una investigación exploratoria descriptiva, no experimental y de corte transversal, concluyendo que: el 75% de clientes señala que la estrategia competitiva de la empresa, El Pollón de la ciudad de Tacna es eficiente, Además el 56% queda ratifica que el propietario hace inversiones en infraestructura y capacitación, ya que se aprecia un personal altamente calificado, logrando que cada empleado se preocupa en sus actividades realizadas a diario. El 59% ratifica que existe una excelente capacidad de gerencia por parte del

administrador de la pollería. El 45% ratifica que los costos están acordes al sector, y también el 78% considera un eficaz manejo en la logística ya que todos los servicios están en el tiempo establecido. Finalmente, el 60% evidencia que el restaurante tiene diversos valores agregados en los servicios que ofrece el restaurante.

Dentro de los antecedentes locales o regionales se consideró a **Lizano (2016)**, realizó una investigación titulada: “Caracterización de la Capacitación y Competitividad en las MYPE, Rubro Restaurantes Vegetarianos del Centro de Piura, Año 2016”, de la Universidad Los Ángeles de Chimbote, cuyo objetivo fue identificar las características de la Capacitación y Competitividad en las MYPE, Rubro Restaurantes Vegetarianos del Centro de Piura, utilizó una metodología de tipo descriptivo, de diseño no experimental, corte transversal, concluyendo que, el 78% de clientes ratifica que las MYPES no emplean las redes sociales para promocionar sus productos y servicios, El 66% considera que las MYPES no utilizan estrategias competitivas adecuadas para diferenciarse de la competencia, además el 54% señala que no hay una buena capacidad de gerencia en las MYPES. El 72% considera que los precios no están acordes al sector restaurantes vegetarianos. El 57% considera que las MYPES no capacitan al personal, provocando una ineficaz atención al cliente. Finalmente se concluye que el 58% considera que las MYPES no se especializan en algún plato a la carta.

Vargas (2018), realizó una Investigación Titulada “Caracterización de Competitividad y Gestión de Calidad de las MYPE Sector Servicio Gastronómico Rubro Restaurantes Comida Marina, Talara Año 2018”, de la Universidad Los Ángeles de Chimbote, cuyo objetivo fue identificar las características de Competitividad Y Gestión de Calidad de las MYPE Sector Servicio Gastronómico Rubro Restaurantes

Comida Marina, se empleó metodología de diseño descriptivo y de un nivel cuantitativo, se concluye que referente a las ventajas de la competitivas en los restaurantes de la AV. B de Talara, en su mayor parte (68%) los encuestados consideran que las MYPES emplean la estrategia del enfoque, es decir a un determinado sector de clientes. Además, el 51% de los clientes consideran que las MYPES innovan respecto a su infraestructura. La mayor parte (63%) considera que las MYPES superan sus expectativas en el servicio que reciben. El 58% ratifica también que los administradores de las MYPES poseen una óptima capacidad de gerencia ya que mantienen limpio y con todos sus protocolos. El 66% señala que las MYPES mantienen una excelente relación con sus proveedores cuyo ambiente juega un rol sustancial en la logística interna, Finalmente considera la mayor parte de los clientes que las MYPES emplean las redes sociales para la publicidad, lo cual es un indicador con alta influencia, alcanzando a un determinado sector de la población.

Rivas (2017), en su estudio de investigación “Planeamiento estratégico y competitividad en las MYPE de servicio, rubro restaurantes – Urbanización La Providencia – Piura 2016”, presentada en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote de Piura. Cuyo objetivo fue identificar las características de competitividad en las MYPE de servicio, rubro restaurantes – Urbanización La Providencia, el tipo de investigación es cuantitativo, cuyo nivel de investigación es descriptivo, se llevó a cabo en forma dirigida con una población de 08 restaurantes, con muestra de 60 clientes en los cuales se les aplicó un cuestionario estructurado mediante la técnica de la encuesta. Dentro de las conclusiones se determinó que, el 61% de consumidores están satisfechos con el buen servicio brindado por las MYPES. En cuanto a los clientes

ocasionales, el 31% se toman fotografía ya que desean con el nombre del restaurante en el cual a degustado los platos típicos.

Referente a las ventajas competitivas se obtuvo que el 25% de los consumidores ratifican un excelente servicio de calidad, además consideran que los precios si están acordes al mercado, el 65% evidencia que las MYPES invierten en capacitar a los colaboradores para ofrecer un servicio de calidad acorde a las expectativas del cliente. Respecto a las características que posee su competencia, el 25% de los consumidores señalan que las MYPES se han especializado en la elaboración de diferentes platos a la carta para el gusto del paladar exigente del cliente. Finalmente, respecto a las características que posee su negocio se obtuvo que el 37% MYPES señalan que su personal es eficiente en las tareas que realiza, además el 33% considera que sus negocios poseen una buena infraestructura y el 30% señala que sus servicios que ofrecen poseen un valor agregado.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Teoría de la Gestión de Calidad

Los Sistemas de Gestión de la Calidad es un grupo de normas y estándares internacionales que guardan relación entre, sí, para poder cumplir con los requisitos de alta calidad que una compañía requiere a consecuencia satisfacer los requerimientos previamente acordados con sus clientes mediante una gran mejora continua, de una forma muy ordenada y sistemática, (Ortiz, 2016).

El sistema de Gestión de Calidad es una excelente herramienta que brinda a cualquier compañía planear, ejecutar y controlar las diversas actividades que son necesarias para el crecimiento de la misión, mediante la prestación de servicios con

niveles de altos estándares de calidad, no obstante, se miden a través de los diferentes indicadores de satisfacción de los clientes. (Ortiz, 2016)

2.2.1.1 Enfoque de la ISO 9001:2015

La gestión de la calidad no es un elemento rígido, sino que le urge renovarse de forma constante para poder satisfacer las diversas necesidades de las compañías y de sus clientes. La nueva norma ISO 9001, tiene como papel fundamental elevar los niveles de satisfacción de los clientes. (ISO, 2016)

El enfoque de la nueva norma ISO 9001:2015 está basada en la gestión de los riesgos, el Sistema de Gestión de Calidad (SGC) y la estructura de forma funcional de la compañía, aportando un gran énfasis en la interconexión y las diversas relaciones que existen entre estos tres elementos. El análisis de riesgos, con una vocación preventiva, pasa a ser fundamental en la filosofía de dicha norma. Por lo tanto, existe la necesidad de identificar los posibles riesgos y así poder eliminarlos o minimizar sus posibles consecuencias mediante, la puesta en procesos de mejora de manera continua del sistema determinado.

Además, existen diversas normas con requisitos para implementar un Sistema de Gestión de la Calidad, por lo cual, son emitidas por organismos normalizadores como la ISO (Organización Internacional de Normalización), las cuales son las siguientes:

- a. ISO 9001; Requisitos para un Sistema de Gestión de la Calidad (se aplica a cualquier empresa, no es importante si es pequeña o mediana empresa).
- b. ISO 15189; Requisitos para un Sistema de Gestión de la Calidad en Laboratorios Clínicos.

- c. ISO 17025; Requisitos para un Sistema de Gestión de la Calidad en Laboratorios de Ensayos y Calibración.
- d. ISO/IEC 20000-1; Requisitos para un Sistema de Gestión de la Calidad de Servicios.

2.2.1.2 Funciones de la Gestión de Calidad

Según **Aliaga (2018)**, considera que las funciones necesarias para la gestión de la calidad, son las siguientes:

- a) **Planificación;** se generan las pautas orientadas al futuro para cualquier compañía, esta función está caracterizada para prever sucesos o eventos en el futuro; estableciendo los actos necesarios para la planificación del proceso, es fundamental un adecuado manejo eficaz de los procedimientos de mejora de calidad. Se señala como elementos importantes, un exhausto análisis del entorno, visión y misión de calidad, se establece una política de calidad, finalmente la formulación de diversos objetivos estratégicos y los diversos planes de materia de acción del sistema de calidad
- b) **Organización;** se entiende como el aseguramiento de la organización para alcanzar los objetivos fijados respecto de la calidad. Se desarrolla un entorno para la organización del trabajo, con diversas funciones y responsabilidades para una eficaz actividad dentro de la compañía, formando así un excelente equipo de trabajo, para el cumplimiento de los objetivos propuestos organizacionales.
- c) **Dirección,** mediante el proceso de comunicación para la consecución de los objetivos, esta función incluye los diversos elementos como la motivación,

y el poder del liderazgo, para la consecución de los objetivos propuestos se deben implementar mecanismos para así poder encaminar hacia donde nos vamos a dirigir en el corto, mediano o largo plazo.

- d) **Personal**; es el talento humano que interviene en el proceso de gestión de calidad, que se encargan de definir el proceso o las actividades, estableciendo políticas que aporten de forma eficiente, dentro de las actividades que se van a desarrollar, debe ser un personal altamente calificado para poder cumplir con las funciones respectivas en determinadas áreas de la organización.
- e) **Control**; el cual asegura cumplimiento de los objetivos planteados, mediante el recojo de información del proceso de la gestión de calidad, es decir la información de los procesos que se comparan con los estándares de calidad, para finalmente tomar decisiones que estén acorde con los resultados alcanzados, se pueden aplicar los indicadores de desempeño en cada área, para determinar el nivel óptimo de producción.

2.2.1.3 Principios de la Gestión de Calidad

Ortiz (2016), considera siete Principios de Gestión de la Calidad que se deben tener en cuenta para mejorar el funcionamiento de los procesos y que estos sean más eficientes, señala los siguientes principios:

- a) **Enfoque al Cliente**, comprender las necesidades actuales y futuras del cliente, y así poder satisfacer las necesidades y el esfuerzo para superar sus expectativas, cabe destacar que los clientes son lo más importante en la organización, por eso es importante aplicar las herramientas e indicadores

que en la cual se mide la satisfacción del cliente. Esto nos va permitir un análisis de nuestra posición y tomar acciones pertinentes a tiempo.

- b) **Liderazgo**, se debe crear un excelente ambiente interno, a tal punto que los empleados puedan involucrarse de forma total para el logro de los objetivos determinados en la organización. Es importante en muchos ámbitos de la vida, esto supera los límites del liderazgo empresarial, ya que el líder es el responsable para la consecución de los objetivos de una forma más eficaz y rápida.
- c) **Compromiso y Competencias**, se basa en un compromiso de forma total del personal, en lo cual permite que las diversas habilidades sean empleadas para el beneficio de la organización, para desarrollar capacidades, se deben capacitar a los empleados para que tengan un grandioso desempeño según el área que corresponda.
- d) **Enfoque Basado en Procesos**. Es la mejor forma de organizar y gestionar las diferentes actividades de los procesos, se obtiene la creación de valor hacia el cliente y finalmente para las demás partes del proceso interesadas. El desempeño de una empresa puede mejorar mediante el uso del enfoque basado en procesos. Los procesos se gestionan como un sistema, mediante la creación de procesos y sus interacciones.
- e) **La mejora continua del sistema de gestión de la calidad**, aumentar la probabilidad de la satisfacción de los Clientes y de las diferentes partes interesadas en el proceso, con estos resultados se pueden tomar medidas adicionales de mejora. Existe la mejora en el propio producto o servicio y

así se adapten a las más exigentes necesidades de los clientes. Con relación a estas mejoras están relacionadas el diseño y desarrollo.

- f) Toma de Decisiones, las decisiones que se toman de manera eficaz siempre basan en un minucioso análisis de la información, de tal manera que se evalúa el desempeño de otros objetivos y diferentes metas que ya han sido definidas, tomar excelentes decisiones no solo en base a la experiencia sino hacer un análisis de la situación actual de nuestro entorno o segmento.
- g) **Gestión de relaciones con proveedores.** Establecer excelentes relaciones con los diversos proveedores y los diferentes aliados de la empresa permite promover y facilitar una efectiva comunicación con el propósito de destacar mutuamente la deforma eficiente los procesos que crean valor en la organización, es importante ya que con una buena negociación en los precios con los proveedores pueden tener beneficios para ambos tanto en ventas y compras.

2.2.2. Competitividad

Avalos (2016) menciona, que una empresa es competitiva si es capaz de formular y aplicar estrategias que la lleven a una posición de mercado sostenida o ampliada en el segmento de la industria donde opera. Las estrategias, las capacidades y el desempeño de una empresa deben ser coherentes con los patrones de competencia prevalecidos en la actividad realizada, es decir, se define sobre la base de las empresas, es posible considerar, por extensión que un sector es competitivo si una proporción alta de valor de producción se origina de empresas que son y deben presentar cuatro elementos.

Porter (2017), considera que la competitividad es un tema por demás controversial, existen diversas posturas y enfoques para conceptualizarla y analizarla, a pesar de la controversia en su concepto, la mayor parte de los autores coinciden en un proceso económico, pero depende de aspectos políticos, sociales y culturales. El término de competitividad se comenzó a utilizar de manera más intensa a partir de la publicación, La Ventaja Competitiva de las Naciones, donde describe los elementos más destacados que permiten a un país o región ser competitivo en un contexto de economías abiertas.

García (2016), del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, señala que la competitividad es la “capacidad para satisfacer las necesidades de los consumidores de la manera más eficiente posible”. En los últimos tiempos, se manifiestan importantes cambios en la dimensión económica de las naciones, principalmente, en el contexto político–institucional, social, y ambiental del proceso de desarrollo. Esas transformaciones establecen cambios fundamentales sobre la cadena de granos, en la agricultura y, especialmente, en el mercado de factores productivos, infraestructura, tecnología y capital humano.

2.2.2.1 Importancia de la competitividad

Porter (2017), señala que la competitividad no es producto de una casualidad ni surge espontáneamente; se crea y se logra a través de un largo proceso de aprendizaje y negociación por grupos colectivos representativos que configuran la dinámica del conducto organizativo, como directivos, empleado, proveedores, clientes, por la competencia y el mercado, por último, el gobierno y la sociedad en general. Por ello, una organización, cualquiera que sea la actividad que realice, si desea mantener un nivel adecuado de competitividad debería apearse al marco del proceso de planeación

estratégica, para que le ayude a sistematizar y coordinar todos los esfuerzos de las unidades que integran la organización a fin de maximizar su eficiencia y logrando tanto una competitividad interna como competitividad externa. De ahí, que la competitividad externa se orienta a los logros de la organización en el contexto del mercado, considerando ciertas variables como el grado de innovación, el dinamismo de la empresa, su estabilidad de mercado y la búsqueda de nuevas oportunidades de crecimiento.

2.2.2.2 Aspectos determinantes de competitividad

Según **Ávalos (2016)**, los aspectos determinantes de la competitividad en las MYPES son los siguientes:

- a) **Capacidad de gerencia**; es la habilidad que poseen las organizaciones para emplear sus recursos, de forma combinada, realizando el uso de sus procesos organizacionales para conseguir un fin deseado. Dichos procesos se basan en el desarrollo, manejo e intercambio de información, se ejecutan a través del tiempo mediante complejas interacciones entre sus diferentes recursos y suelen ser entendidos como bienes de forma intermedia, por lo cual se destina a sacar el máximo provecho respecto a sus recursos, proporcionando una flexibilidad estratégica, además protegiendo a sus productos y servicios finales.
- b) **Diseño de estrategias empresariales**; las organizaciones exitosas se encuentran aprendiendo en rediseñar de manera continua la estrategia empresarial que les brinde un aumento de competitividad y presencia en un segmento del mercado, ofreciendo una satisfacción a empresarios o accionistas. El objetivo de una estrategia competitiva es incrementar los

resultados estratégicos en base a distintos factores como los ingresos, participación de mercado, logran una satisfacción al cliente, calidad, innovación, desarrollo por parte de los empleados, además, clarificar la infraestructura necesaria para seguir aumentando el nivel competitivo, logrando la efectividad de los procesos estratégicos como en la comercialización, producción, operación, eficiente administración del talento humano, aprovechando las oportunidades y transformarlas en ventajas estratégicas.

- c) **Gestión de la innovación;** implica un proceso de gestión del proceso de innovación de una compañía, iniciando en la fase de planificación, terminando en su fase de implementación de manera exitosa. Esto abarca las decisiones, actividades en la elaboración y ejecución de una determinada estrategia de innovación, impulsando el desarrollo del negocio, además ayuda a las empresas a lograr una ventaja ante sus competidores. La gestión genera innovadores modelos de negocio e interviene en la creación de nuevos productos, servicios y tecnologías que son diseñados para el mercado que está en constante cambio. Finalmente, la innovación produce el aumento en la satisfacción del cliente y la participación de los empleados a crecer de manera profesional en el desempeño de sus funciones.
- d) **Aplicación de las mejores prácticas en la cadena de valor;** la cadena de valor es un instrumento de trabajo que otorga facilidad sobre el análisis y el estudio de forma interna de una compañía, por ende, en cada función primordial, los eslabones de una cadena de diversas actividades que componen el diseño, producción, promoción, venta y comercialización de

un producto o determinado servicio, para agregarle un valor al producto o servicio en cada una de las actividades mencionadas líneas arriba, en las cuales también intervienen actividades de línea o de poyo. El valor agregado se considera un atributo original en lo cual es generado en el producto o servicio, con el único fin de proporcionar un valor comercial de nivel muy alto y que establezca una diferenciación referente a los competidores.

- e) **Integración en redes tecnológicas**, la tecnología siempre apoya a las diversas empresas para la gestión de cambios en las diferentes operaciones. Las empresas logran una reducción de costos realizando una revisión de los procedimientos del negocio y eliminando acciones que no son consideradas por los clientes. La comunicación por correo, la banca electrónica, el pago de tributos, y la adquisición de insumos, son sectores en los cuales, más se produce la implementación de la tecnología, además se deja en claro que su adopción en la empresa va en forma paralela evolucionando en la vida cotidiana con la necesidad por mejorar en el aspecto de seguridad de dichos sistemas para una eficiente administración de datos.
- f) **Reorganización de la logística**; encargada de la administración del flujo de materiales e información a través de todo el proceso para la creación de valor como es el aprovisionamiento, producción y distribución. De esta forma, se organizan determinadas actividades con la finalidad de otorgar valor al cliente respecto a la transformación de los diversos factores productivos.

g) **Promoción de la interacción de proveedores y clientes;** Para que las empresas alcancen el éxito, existe un común denominador, el cual es una comunicación eficaz que establezca fuertes relaciones con los proveedores. Las pequeñas empresas optan por desarrollar de forma interna cada una de sus operaciones empresariales. Desde las relaciones con terceros, auditores y abogados, hasta las relaciones opcionales con los diseñadores de páginas web, y proveedores para una óptima logística, los servicios que ofrecen los proveedores externos se basan en aspectos sustanciales de la organización. La forma en que los diferentes rubros realizan la interacción con los proveedores es trascendental. Las buenas relaciones entre el cliente y proveedor provocan que las actividades realizadas sean más productivas entre las dos partes. Un proveedor idóneo puede convertirse en parte fundamental de un grupo interno, laborando para el beneficio de la empresa y ayudando a la consecución de objetivos desarrollados por la organización.

2.2.2.3 Estrategias de ventaja competitiva

De acuerdo a **Porter (2017)**, existen tres estrategias para alcanzar la venta competitiva:

a) El liderazgo en costos totales bajos

Mantener el costo más bajo frente a los competidores y lograr un volumen alto de ventas es el tema central de la estrategia. Por lo tanto, la calidad, el servicio, la reducción de costos mediante una mayor experiencia, la construcción eficiente de economías de escala, el rígido control de costos y muy particularmente de los costos variables, son materia de escrutinio férreo y constante.

Si la empresa tiene una posición de costos bajos, se espera que esto la conduzca a obtener utilidades por encima del promedio de la industria. Los competidores menos eficientes serán los primeros en sufrir las presiones competitivas. Implementar una estrategia de costo bajo podría implicar grandes inversiones de capital en tecnología de punta, precios agresivos y reducir los márgenes de utilidad para comprar una mayor participación en el mercado.

b) La Diferenciación

Una segunda estrategia es la de crearle al producto o servicio algo que fuera percibido en toda la industria como único. La diferenciación, se consideraba como la barrera protectora contra la competencia debido a la lealtad de marca, la que como resultante debería producir una menor sensibilidad al precio. Diferenciarse significa sacrificar participación de mercado e involucrarse en actividades costosas como investigación, diseño del producto, materiales de alta calidad o incrementar el servicio al cliente.

c) El Enfoque

La tercera estrategia, consiste en concentrarse en un grupo específico de clientes, en un segmento de la línea de productos o en un mercado geográfico. La estrategia se basa en la premisa de que la empresa estaba en condiciones de servir a un objetivo estratégico más reducido en forma más eficiente que los competidores de amplia cobertura. Como resultado, la empresa se diferencia al atender mejor las necesidades de un mercado-meta específico, o reduciendo costos sirviendo a ese mercado, o ambas cosas.

III. HIPÓTESIS

En el presente estudio de investigación no corresponde la hipótesis, debido a que es de tipo descriptiva, Según **(Hernández, 2016)**, considera que los diversos estudios descriptivos no poseen hipótesis, ya que en diversas oportunidades es complicado otorgar una precisión en el valor que puede expresar una o gran cantidad de variables.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

La presente investigación fue de tipo cuantitativo, debido a que la información se presentó de manera numérica y con porcentajes, empleando técnicas e instrumentos respecto a la estadística.

Según Hernández (2016), el enfoque cuantitativo emplea diversos procesos que son estandarizados para que sean aceptados por una determinada comunidad científica, dichos datos se presentan en forma numérica y se analizan por los métodos estadísticos.

Esta investigación tuvo un nivel descriptivo, ya que las características tienen una mejor descripción con mayor precisión posible, en una determinada realidad en el aspecto empresarial (Hernández, 2016). En esta presente investigación se busca encontrar las características de gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro restaurantes del distrito de Pariñas-Talara, año 2021.

Hernández (2016), expresó que las diversas investigaciones que son descriptivas buscan la especificación de determinadas propiedades, características y diversos rasgos en personas grupos, procesos, comunidades, además de objetivos o algún, diferente fenómeno que sea sometido a un proceso de análisis.

El diseño de la investigación fue de diseño no experimental, ya que no se efectúa una manipulación de forma intencional en alguna de las variables de investigación. Según (Hernández, 2016), consideró a los diseños no experimentales como “estudios que se ejecutan sin ninguna manipulación deliberada de determinadas variables y solo se observan determinados fenómenos en su ambiente siendo este natural y así luego analizarlos”.

Finalmente, fue una investigación de corte transversal, debido a que el recojo de datos se dio en un solo momento. Según (Hernández, 2016), señaló que la investigación transversal o transaccional es una recolección de datos que se emplea en un solo momento y tiempo único, por ende, su propósito es la descripción de las variables y analiza la incidencia e interrelación en un solo momento. Su esquema es el siguiente:

M ----- O

Donde:

M= MYPES rubro restaurantes del distrito de Pariñas-Talara

O= Gestión de Calidad y Competitividad

4.2 Población y muestra

La unidad de análisis de la presente investigación estuvo conformada por 5 MYPES del rubro restaurantes del distrito de Pariñas-Talara, año 2021.

POBLACIÓN.

La población para la variable gestión de calidad reúne dos condiciones, finita cuando se orienta la pregunta al propietario en número de cinco (5). Y la segunda característica es infinita por que se orienta a los clientes.

**Cuadro 1. Población de MYPE Restaurantes en el Distrito de Pariñas
año 2021**

N°	CODIGO	PROPIETARIOS
1	143487250001	1
2	143487250002	1
3	143487250003	1
4	143487250004	1
5	143487250005	1
TOTAL		5

- Fuente: Elaboración propia

Cuadro 2. Fuente de la información

Fuente Información	Población	Muestra
Cliente	Infinita	121
Propietario	Finita:05	05
N° de MYPES	05	05

- Fuente: Elaboración propia

Muestra:

Para la variable Gestión de Calidad y Competitividad, se consideró una muestra infinita de clientes, por lo cual la muestra de clientes se calculó mediante la fórmula estadística de poblaciones infinitas:

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{E^2}$$

Dónde:

Z2 = Grado de confiabilidad (92%: valor =1.76)

e2 = margen de error (8%)

p = proporción deseada (0.5)

q = proporción no deseada (0.5)

Por lo que el tamaño de la muestra será:

$$n = \frac{(1.76)^2 * 0.5 * 0.5}{0.0064}$$

$$n = \frac{3.0976 * 0.25}{(0.08)^2}$$

$$n = \frac{0.7744}{0.0064}$$

n = 121 clientes.

Criterios de inclusión y exclusión

Criterios de inclusión para la variable gestión de calidad

Clientes y propietarios de ambos sexos, con una edad promedio de 18 años a más y que tengan una disponibilidad para ser parte de la presente investigación.

Criterios de exclusión para la variable gestión de calidad

Clientes no disponibles

Criterios de inclusión para la variable competitividad

Clientes de ambos sexos, de 18 años a más

Criterios de exclusión para la variable competitividad

Clientes que no puedan brindar la información referente a las variables de estudio.

4.3. Definición y Operacionalización de las variables e indicadores

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición	Fuentes
Gestión de Calidad	Gestión de la Calidad son un conjunto de normas y estándares internacionales que se interrelacionan entre sí para hacer cumplir los requisitos de calidad que una empresa requiere para satisfacer los requerimientos acordados con sus clientes a través de una mejora continua, de una manera ordenada y sistemática. (Ortiz, 2016)	Funciones necesarias para la Gestión de calidad	La dimensión de Funciones necesarias para la Gestión de calidad se medirá con los indicadores, planificación, organización, dirección y control, mediante el cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES rubro restaurantes.	Planificación Organización Dirección Control	Nominal	Clientes/ Propietarios
		Principios de gestión de calidad	La dimensión de “Principios de Gestión de Calidad” se medirá mediante los indicadores enfoque al cliente, liderazgo, compromiso y competencia, enfoque basado en procesos y mejora continua, mediante el cuestionario aplicado a los clientes de las MYPES rubro restaurantes.	Enfoque al cliente Liderazgo Compromiso y Competencia. Enfoque basado en procesos. Mejora continua.	Nominal	Clientes/ Propietarios

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Escala de medición	Fuentes
Competitividad	Capacidad que tiene una organización para operar y crecer rentablemente, es decir crear valor para sus propietarios, en un mercado donde operan competidores exitosos. (Ávalos, 2015)	Aspectos determinantes	La dimensión “aspectos determinantes” se medirá con los indicadores capacidad de gerencia, diseño de estrategias empresariales, gestión de la innovación, aplicación de las mejores prácticas en la cadena de valor, integración en redes tecnológicas, reorganización de la logística; mediante el cuestionario aplicado a los clientes de la MYPE rubro restaurantes.	<p>Capacidad de gerencia.</p> <p>Diseño de estrategias empresariales</p> <p>Gestión de la innovación</p> <p>Aplicación de las mejores prácticas en la cadena de valor</p> <p>Integración en redes tecnológicas</p> <p>Reorganización de la logística</p>	Nominal	Cientes
		Ventaja competitiva	La dimensión “Ventaja competitiva” se medirá con los indicadores liderazgo en costos, diferenciación y enfoque; mediante el cuestionario aplicado a los clientes de la MYPE rubro restaurantes.	<p>Liderazgo en costos</p> <p>Diferenciación</p> <p>Enfoque</p>	Nominal	Cientes

4.4. Técnicas e instrumentos

Para la ejecución de la presente investigación se empleó la técnica de la encuesta, aplicándose tal encuesta de manera virtual y presencial, con la intención de recolectar dichos datos, que nos brinden consolidar las características de la gestión de calidad y competitividad de las MYPES rubro restaurantes en el ámbito de estudio; con sus objetivos de investigación. Según (Hernández, 2016), considera que La técnica de encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz.

El instrumento empleado fue el cuestionario ya que se ha obtenido al comienzo de la operacionalización de las variables, además se realizó una serie de preguntas que se aplicaron a través de una encuesta a 121 clientes de las MYPE rubro restaurantes, finalmente para la ejecución de la encuesta se utilizó la ayuda de 06 personas. Según (Hernández, 2016), señala que el cuestionario es el documento que recoge de forma organizada los indicadores de las variables implicadas en el objetivo de la encuesta.

4.5. Plan de análisis

Después de la recolección de los datos, se tabulo de forma manual y los resultados se expresaron en tablas, cada tabla con su frecuencia de forma simple y porcentual, la respectiva tabulación y procesamiento datos que se levantó en la presente investigación de campo se desarrolló a través del programa Microsoft Excel; además se realizaron los gráficos, el debido análisis e interpretación de los datos fueron recopilados mediante el uso del instrumento de recojo de información (cuestionario), y estuvo correctamente validado con el método empleado de los expertos. (Hernández, 2016), fundamenta que el análisis es la parte final y conclusiva de una investigación;

en él se procesa toda la información que ha ido apareciendo y a intentar llegar a las conclusiones que estos datos originan.

4.6 Matriz de Consistencia

Título	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Metodología
<p>Caracterización de gestión de calidad y competitividad en las MYPE rubro restaurantes en el distrito de Pariñas- Talara, año 2021</p>	<p>¿Cuáles son las características de la Gestión de calidad y Competitividad en las MYPE rubro restaurantes en el distrito de Pariñas- Talara, año 2021?</p>	<p>Objetivo General: Determinar las características de la Gestión de calidad y Competitividad en las MYPE rubro restaurantes en el distrito de Pariñas- Talara, año 2021</p> <hr/> <p>Objetivos específicos</p> <p>(a) Describir las funciones necesarias para la gestión de calidad en las MYPE rubro restaurante en el distrito de Pariñas-Talara, año 2021. (b) Determinar los principios de gestión de calidad en las MYPE rubro restaurante en el distrito de Pariñas-Talara, año 2021 (c) Conocer los aspectos determinantes de la competitividad en las MYPE rubro restaurante en el distrito de Pariñas-Talara, año 2021 (d) Explicar las ventajas competitivas en las MYPE rubro restaurante en el distrito de Pariñas-Talara, año 2021</p>	<p>El presente estudio es de tipo descriptivo, por lo cual no se formularon hipótesis porque su alcance no implica una influencia o causalidad. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).</p>	<p>Gestión de Calidad</p> <p>Competitividad.</p>	<p>Tipo: Cuantitativo</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Diseño: No experimental, Transversal</p> <p>Población: 05 MYPE rubro restaurantes</p> <p>Muestra: 121 clientes.</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

4.7 Principios Éticos

En toda investigación participan seres humanos, la investigación de la línea aprobada para la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote se ejecuta de acuerdo a los principios éticos aprobados para el desarrollo de la investigación (ULADECH, 2019)

- **Beneficencia no maleficencia.** En la presente investigación se aseguró el bienestar de las personas, no se causó ningún daño durante la investigación de las MYPES, brindándoles en todo momento el bienestar a los participantes.
- **La Libertad.** Las personas encuestadas fueron libres expresarse y responder cada pregunta acotando ideas para la investigación.
- **Justicia.** – Durante el desarrollo de la investigación se respetó el principio de justicia y prudencia ponderable y tomando las precauciones necesarias para asegurar no dar lugar ni tolerar las prácticas injustas.
- **Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad.** Al momento que se realizó el cuestionario se recomendó a los encuestadores tomar medidas en el material que iban a tener y utilizar y que sus desechos utilizados sean puestos en contenedores, mantengan su distancia según las normas sanitarias para prevenir el contagio del COVID 19.
- **Libre participación y derecho a estar informado.** en la investigación todas las personas que participaron por su propia voluntad se les informó referente al tema y la finalidad de la investigación.
- **Integridad científica.** – en la investigación se tabulo de forma manual y los resultados fueron expresados por cuestionario, tablas, gráficos a través de

programas de Excel las actividades realizadas, rigiéndose al ejercicio profesional

- **Protección a las personas.** los datos se manejaron con total reserva, no se identificó a cada encuestado para proteger su seguridad, tomando en cuenta la confidencialidad y la privacidad del caso.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Cuadro 3. Características demográficas

Características	Frecuencia	Porcentaje
Género		
Masculino	100	83
Femenino	21	17
Tipo de empresa		
EIRL	5	100
SRL	0	0
SA	0	0
Unipersonal	0	0
Edad de propietario		
18 a 25 años	0	0
26 a 45 años	5	100
46 a 50 años	0	0
Más de 50 años	0	0
Años en el negocio		
Menos de 05 años	0	0
Hasta 10 años	5	100
Más de 10 años	0	0

Fuente: Encuesta

Resultados de la Variable Gestión de Calidad

OBJETIVO 1:

5.1.1. Describir las funciones necesarias para la gestión de calidad en las MYPE rubro restaurante en el distrito de Pariñas-Talara, año 2021.

Tabla 1
¿Considera Ud. que las MYPE tienen conocimiento del entorno para fortalecer su negocio?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	61	50%
No	60	50%
Total	121	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

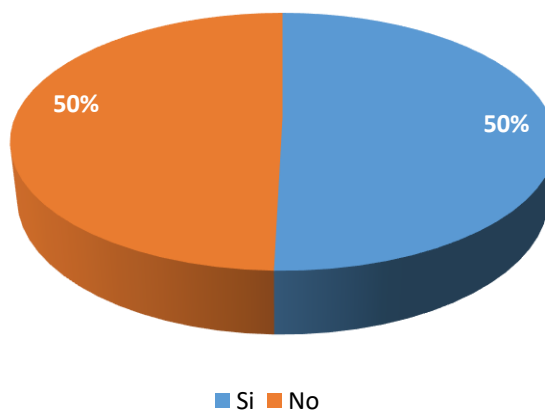


Figura 1: Diagrama circular que representa los resultados de la tabla 1
Elaboración: Propia

En la tabla 1 y figura 1; denominada “¿Considera Ud. que las MYPES tienen conocimiento del entorno para fortalecer su negocio?”, se determinó que el 50% de clientes señalan que las MYPE si tienen conocimiento de su entorno, mientras que el 50% consideran que no.

Tabla 2
¿Considera Ud. que tiene conocimiento del entorno para fortalecer su negocio?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	80%
No	1	20%
Total	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios

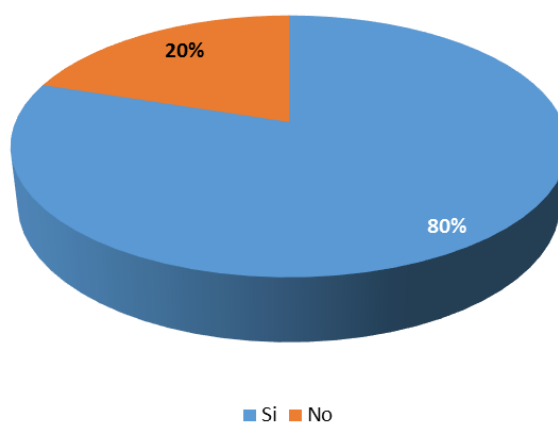


Figura 2: Diagrama circular que representa los resultados de la tabla 2
Elaboración: Propia

En la tabla 2 y figura 2; denominada ¿Considera Ud. que tiene conocimiento del entorno para fortalecer su negocio?, se determinó que el 80% de propietarios señalan que las MYPE si tienen conocimiento de su entorno, mientras que el 20% consideran que no.

Tabla 3
¿Para Ud. el personal realiza sus funciones de manera eficaz?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	46	38%
No	75	62%
Total	121	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

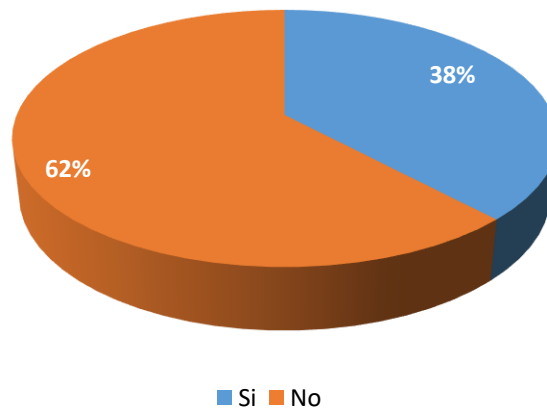


Figura 3: Diagrama circular que representa los resultados de la tabla 3
Elaboración: Propia

En la tabla 3 y figura 3; denominada “¿Para Ud. el personal realiza sus funciones de manera eficaz?”, se determinó que el 62% de clientes considera que el personal no realiza sus funciones de manera eficaz, mientras que el 38% considera que sí.

Tabla 4
¿Para Ud. el personal realiza sus funciones de manera eficaz?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	20%
No	4	80%
Total	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios

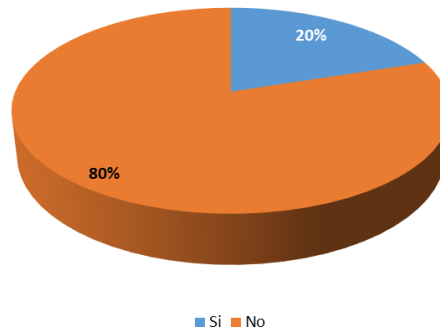


Figura 4: Diagrama circular que representa los resultados de la tabla 4
Elaboración: Propia

En la tabla 4 y figura 4; denominada “¿Para Ud. el personal realiza sus funciones de manera eficaz?”, se determinó que el 80% de propietarios considera que el personal no realiza sus funciones de manera eficaz, mientras que el 20% considera que sí.

Tabla 5
¿Considera Ud. que los trabajadores se encuentran motivados al momento de realizar sus actividades?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	58	48%
No	63	52%
Total	121	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

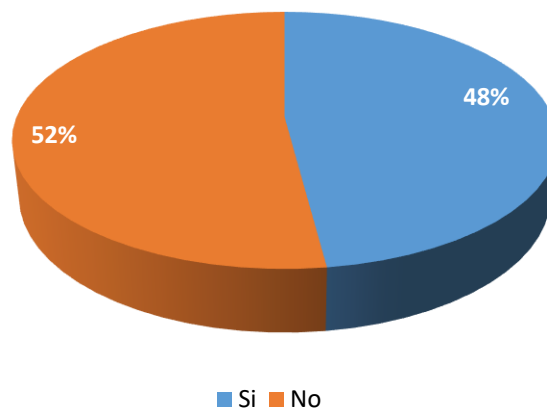


Figura 5: Diagrama circular que representa los resultados de la tabla 5
Elaboración: Propia

En la tabla 5 y figura 5; denominada “¿Considera Ud. que los trabajadores se encuentran motivados al momento de realizar sus actividades?”, se determinó que el 52% de clientes consideran que los trabajadores no se encuentran motivados para realizar sus actividades, mientras que el 48% señala que el personal si se encuentra motivado al momento de realizar sus actividades

Tabla 6
¿Considera Ud. que los trabajadores se encuentran motivados al momento de realizar sus actividades?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	40%
No	3	60%
Total	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios

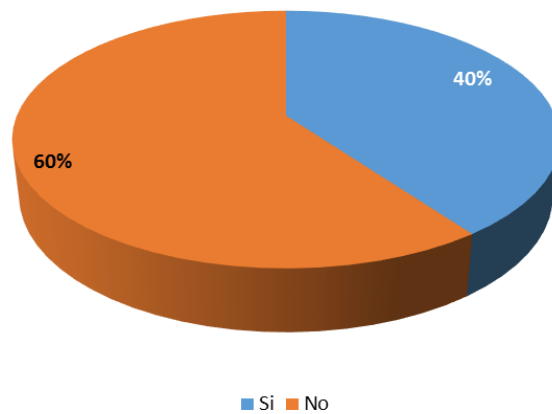


Figura 6: Diagrama circular que representa los resultados de la tabla 6
Elaboración: Propia

En la tabla 6 y figura 6; denominada “¿Considera Ud. que los trabajadores se encuentran motivados al momento de realizar sus actividades?”, se determinó que el 60% de propietarios consideran que los trabajadores no se encuentran motivados para realizar sus actividades, mientras que el 40% señala que el personal si se encuentra motivado al momento de realizar sus actividades.

Tabla 7
¿Le han realizado alguna evaluación sobre su satisfacción respecto al servicio brindado?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	50	41%
No	71	59%
Total	121	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

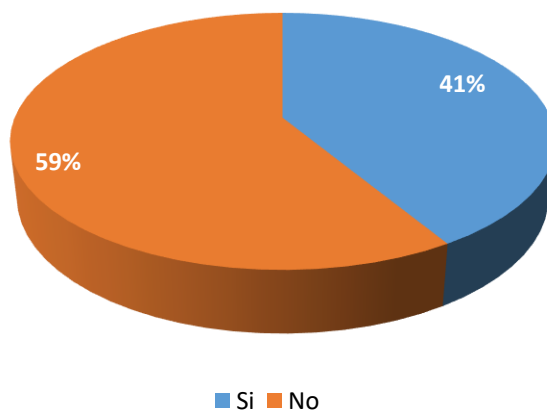


Figura 7: Diagrama circular que representa los resultados de la tabla 7
Elaboración: Propia

En la tabla 7 y figura 7; denominada “¿Le han realizado alguna evaluación sobre su satisfacción respecto al servicio brindado?”, se determinó que el 59% de clientes consideran que no les han realizado una evaluación de satisfacción respecto al servicio brindado, mientras que el 41% señala que si los han evaluado sobre la satisfacción del servicio brindado.

Objetivo 2

Determinar los principios de gestión de calidad en las MYPE rubro restaurante en el distrito de Pariñas-Talara, año 2021.

Tabla 8
¿Considera que la MYPE cumple sus expectativas y satisface sus necesidades?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	48	40%
No	73	60%
Total	121	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

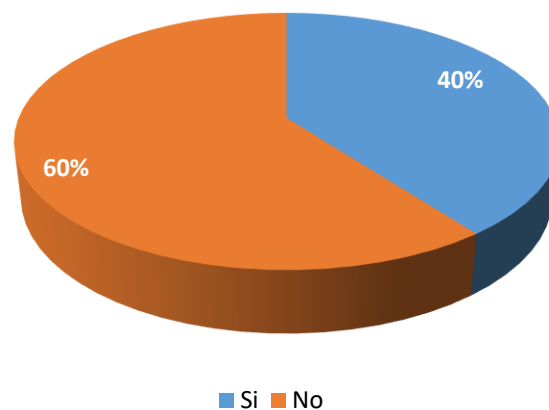


Figura 8: Diagrama circular que representa los resultados de la tabla 8
Elaboración: Propia

En la tabla 8 y figura 8; denominada “¿Considera que la MYPE cumple sus expectativas y satisface sus necesidades?”, se determinó que el 60% de clientes señalan que las MYPES no cumple sus expectativas y no satisface sus necesidades, mientras que el 40% señala que las MYPES si cumplen sus expectativas y necesidades.

Tabla 9
¿Evidencia que las MYPE mantienen un ambiente interno laboral adecuado?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	52	43%
No	69	57%
Total	121	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

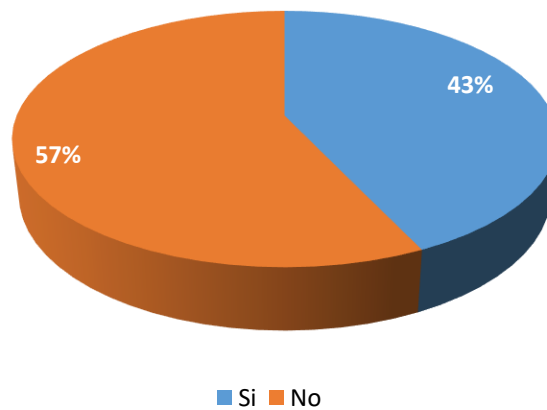


Figura 9: Diagrama circular que representa los resultados de la tabla 9
Elaboración: Propia

En la tabla 9 y figura 9; denominada “¿Evidencia que las MYPE mantienen un ambiente interno laboral adecuado?”, se determinó que el 57% de los clientes consideran que las MYPES no mantienen un ambiente laboral adecuado, mientras que el 43% señalan que la MYPES si mantienen un ambiente laboral adecuado.

Tabla 10
¿Evidencia Ud. que se mantiene un ambiente interno laboral adecuado?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	40%
No	3	60%
Total	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios

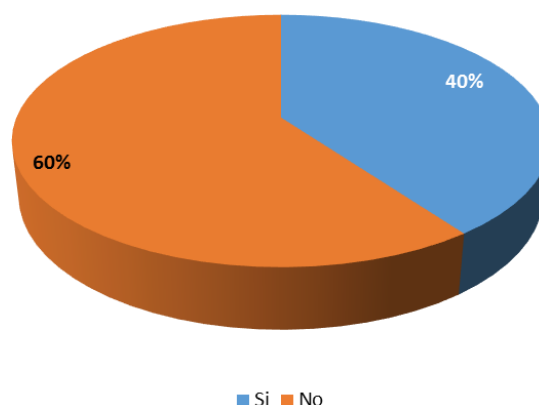


Figura 10: Diagrama circular que representa los resultados de la tabla 10
 Elaboración: Propia

En la tabla 10 y figura 10; denominada “¿Evidencia Ud. que se mantiene un ambiente interno laboral adecuado?”, se determinó que el 60% de los propietarios consideran que no mantienen un ambiente laboral adecuado, mientras que el 40% señalan que si mantienen un ambiente laboral adecuado.

Tabla 11

¿Para Ud. los trabajadores están comprometidos con sus funciones o actividades de trabajo?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	50	41%
No	71	59%
Total	121	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

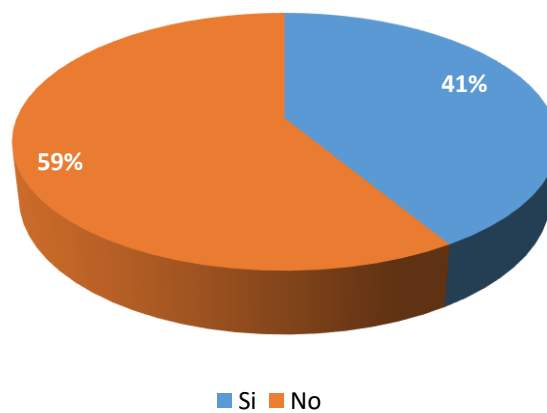


Figura 11: Diagrama circular que representa los resultados de la tabla 11
Elaboración: Propia

En la tabla 11 y figura 11; denominada *¿Para Ud. los trabajadores están comprometidos con sus funciones o actividades de trabajo?*, se determinó que el 59% de los clientes considera que los trabajadores no están comprometidos con sus funciones, mientras que el 41% de los clientes señalan que los trabajadores si están comprometidos con sus funciones.

Tabla 12

¿Para Ud. los trabajadores están comprometidos con sus funciones o actividades de trabajo?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	40%
No	3	60%
Total	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios

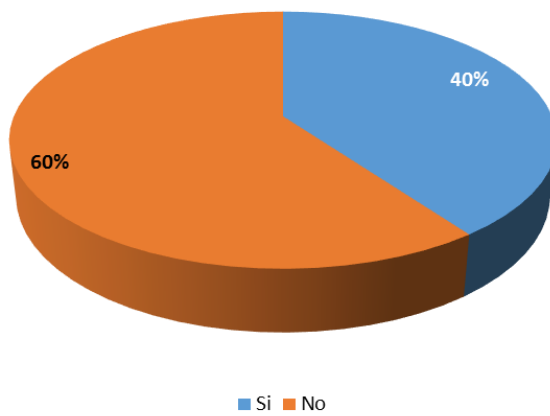


Figura 12: Diagrama circular que representa los resultados de la tabla 12
Elaboración: Propia

En la tabla 12 y figura 12; denominada “¿Para Ud. los trabajadores están comprometidos con sus funciones o actividades de trabajo?”, se determinó que el 60% de los propietarios considera que los trabajadores no están comprometidos con sus funciones, mientras que el 40% de los propietarios señalan que los trabajadores si están comprometidos con sus funciones.

Tabla 13
¿Considera Ud. que el personal cuenta con habilidades y conocimientos para desempeñarse adecuadamente?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	47	39%
No	74	61%
Total	121	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

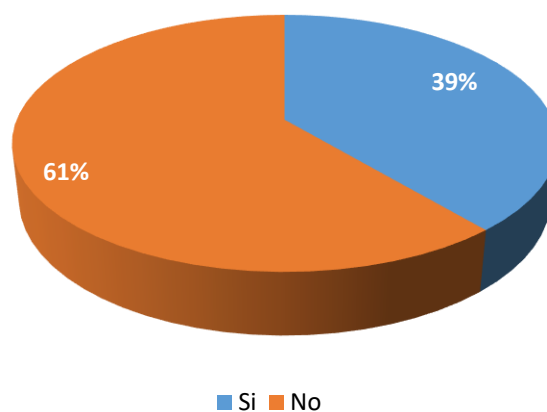


Figura 13: Diagrama circular que representa los resultados de la tabla 13
 Elaboración: Propia

En la tabla 13 y figura 13; denominada “¿Considera Ud. que el personal cuenta con habilidades y conocimientos para desempeñarse adecuadamente?”, se determinó que el 61% de los clientes consideran que los trabajadores no poseen habilidades y conocimientos para desempeñarse, mientras que el 39% de los clientes señalan que los trabajadores si cuentan con habilidades y conocimientos para desempeñarse.

Tabla 14
¿Considera Ud. que el personal cuenta con habilidades y conocimientos para desempeñarse adecuadamente?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	40%
No	3	60%
Total	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios

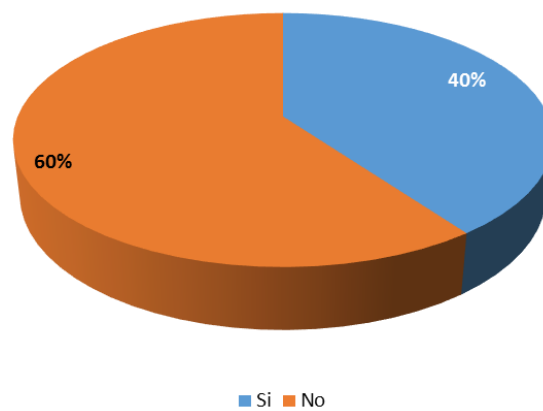


Figura 14: Diagrama circular que representa los resultados de la tabla 14
 Elaboración: Propia

En la tabla 14 y figura 14; denominada ¿Para Ud. los trabajadores están comprometidos con sus funciones o actividades de trabajo?, se determinó que el 60% de los propietarios consideran que los trabajadores no poseen habilidades y conocimientos para desempeñarse, mientras que el 40% de los propietarios señalan que los trabajadores si cuentan con habilidades y conocimientos para desempeñarse.

Tabla 15
**¿Considera que los trabajadores
utilizan adecuadamente los recursos
para el servicio al cliente?**

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	51	42%
No	70	58%
Total	121	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

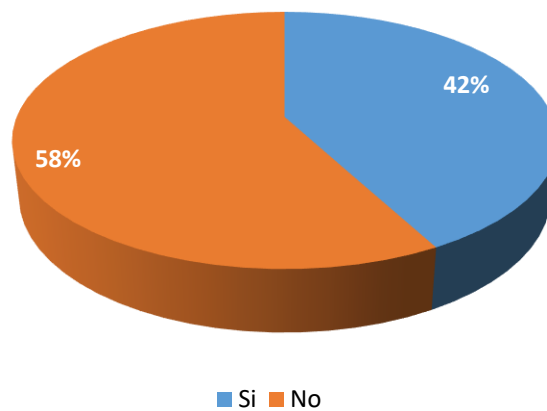


Figura 15: Diagrama circular que representa los resultados de la tabla 15
Elaboración: Propia

En la tabla 15 y figura 15; denominada “¿Considera que los trabajadores utilizan adecuadamente los recursos para el servicio al cliente?”, se determinó que el 58% de los clientes consideran que los trabajadores no utilizan adecuadamente los recursos para el servicio al cliente, mientras que el 42% de los clientes señalan que los trabajadores si emplean adecuadamente los recursos para el servicio al cliente.

Tabla 16
¿Considera Ud. que los trabajadores utilizan adecuadamente los recursos para el servicio al cliente?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	40%
No	3	60%
Total	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios

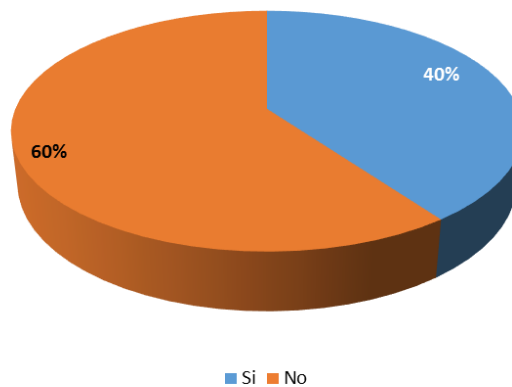


Figura 16: Diagrama circular que representa los resultados de la tabla 16
 Elaboración: Propia

En la tabla 16 y figura 16; denominada “¿Considera Ud. que los trabajadores utilizan adecuadamente los recursos para el servicio al cliente?”, se determinó que el 60% de los propietarios consideran que los trabajadores no utilizan adecuadamente los recursos para el servicio al cliente, mientras que el 40% de los propietarios señalan que los trabajadores si emplean adecuadamente los recursos para el servicio al cliente.

Tabla 17
¿Para Ud. el desempeño global de la MYPE ha mejorado respecto a ocasiones anteriores?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	59	49%
No	62	51%
Total	121	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

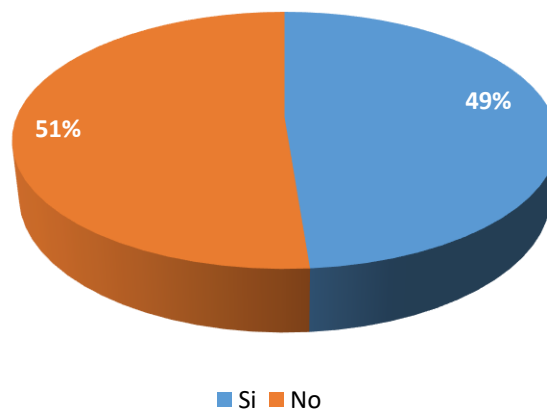


Figura 17: Diagrama circular que representa los resultados de la tabla 17
 Elaboración: Propia

En la tabla 17 y figura 17; denominada “¿Para Ud. el desempeño global de la MYPE ha mejorado respecto a ocasiones anteriores?” se determinó que el 51% de los clientes consideran que la MYPE no ha mejorado en su desempeño respecto a ocasiones anteriores, mientras que el 49% de los clientes señalan que la MYPE si ha mejorado en el desempeño respecto a ocasiones anteriores.

Tabla 18
¿Para Ud. el desempeño global de la MYPE ha mejorado respecto a ocasiones anteriores?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	40%
No	3	60%
Total	5	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los propietarios

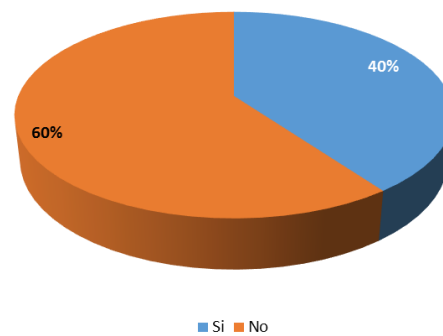


Figura 18: Diagrama circular que representa los resultados de la tabla 18
Elaboración: Propia

En la tabla 18 y figura 18; denominada “¿Para Ud. el desempeño global de la MYPE ha mejorado respecto a ocasiones anteriores?” se determinó que el 60% de los propietarios consideran que la MYPE no ha mejorado en su desempeño respecto a ocasiones anteriores, mientras que el 40% de los propietarios señalan que la MYPE si ha mejorado en el desempeño respecto a ocasiones anteriores.

Resultados de la Variable Competitividad

Objetivo 3

Conocer los aspectos determinantes de la competitividad en las MYPE rubro restaurante en el distrito de Pariñas-Talara, año 2021.

Tabla 19
¿Percibe que el éxito del restaurante depende de las habilidades y conocimientos del administrador?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	101	83%
No	20	17%
Total	121	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

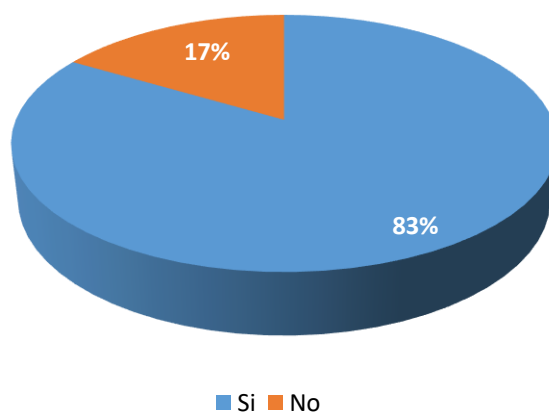


Figura 19: Diagrama circular que representa los resultados de la tabla 19
Elaboración: Propia

En la tabla 19 y figura 19; denominada “¿Percibe que el éxito del restaurante depende de las habilidades y conocimientos del administrador?” se determinó que el 83% de los clientes consideran que el éxito del restaurante si depende de las habilidades y conocimientos del administrador, mientras que el 17% de los clientes señalan que el éxito del restaurante no depende de las habilidades y conocimientos del administrador.

Tabla 20
¿Considera que las estrategias que aplica el restaurante aumentan la demanda?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	27	22%
No	94	78%
Total	121	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

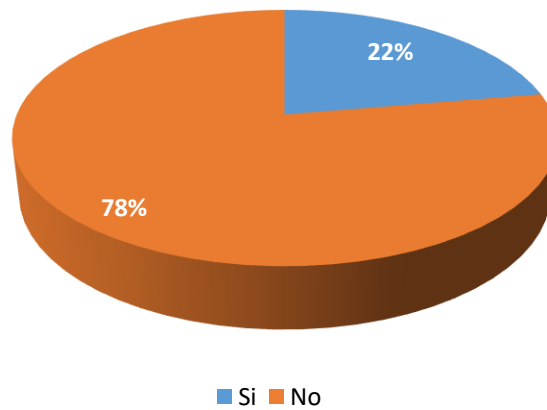


Figura 20: Diagrama circular que representa los resultados de la tabla 20
 Elaboración: Propia

En la tabla 20 y figura 20; denominada “¿Considera que las estrategias que aplica el restaurante aumentan la demanda?” se determinó que el 78% de los clientes consideran que las estrategias aplicadas no aumentan la demanda, mientras que el 22% de los clientes señalan que las estrategias aplicadas si aumentan la demanda.

Tabla 21
¿Percibe Ud. que el restaurante innova en su carta o infraestructura frente a la competencia?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	33	27%
No	88	73%
Total	121	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

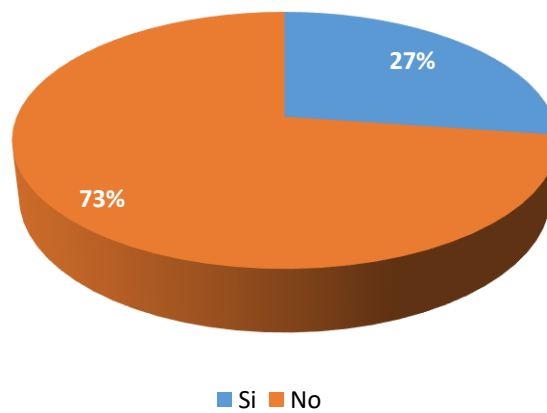


Figura 21: Diagrama circular que representa los resultados de la tabla 21
Elaboración: Propia

En la tabla 21 y figura 21; denominada “¿Percibe Ud. que el restaurante innova en su carta o infraestructura frente a la competencia?” se determinó que el 73% de los clientes consideran que la MYPE no innova en su carta o infraestructura frente a la competencia, mientras que el 27% de los clientes señalan que la MYPE si innova en la carta o infraestructura frente a la competencia

Tabla 22
¿Considera que el restaurante brinda un valor agregado en el servicio de atención al cliente?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	40	33%
No	81	67%
Total	121	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

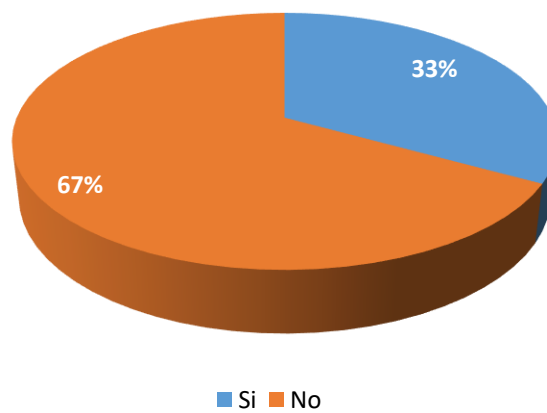


Figura 22: Diagrama circular que representa los resultados de la tabla 22
Elaboración: Propia

En la tabla 22 y figura 22; denominada “¿Considera que el restaurante brinda un valor agregado en el servicio de atención al cliente?” se determinó que el 67% de los clientes consideran que la MYPE no brinda un valor agregado en el servicio de atención al cliente, mientras que el 33% de los clientes señalan que la MYPE si brinda un valor agregado en el servicio de atención al cliente.

Tabla 23
¿Considera Ud. que las MYPES
emplean las redes sociales o página
web para promocionar su
establecimiento?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	42	35%
No	79	65%
Total	121	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

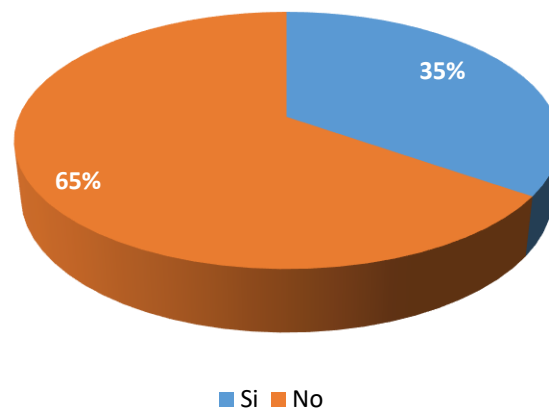


Figura 23: Diagrama circular que representa los resultados de la tabla 23
 Elaboración: Propia

En la tabla 23 y figura 23; denominada “¿Considera Ud. que las MYPES emplean las redes sociales o página web para promocionar su establecimiento?”, se determinó que el 65% de los clientes consideran que la MYPE no emplea las redes sociales o página web para promocionar su establecimiento, mientras que el 35% de los clientes señalan que la MYPE si utiliza las redes sociales o páginas web para promocionar su establecimiento.

Tabla 24
¿Cuándo Ud. solicita algún plato a la carta siempre está disponible?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	39	32%
No	82	68%
Total	121	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

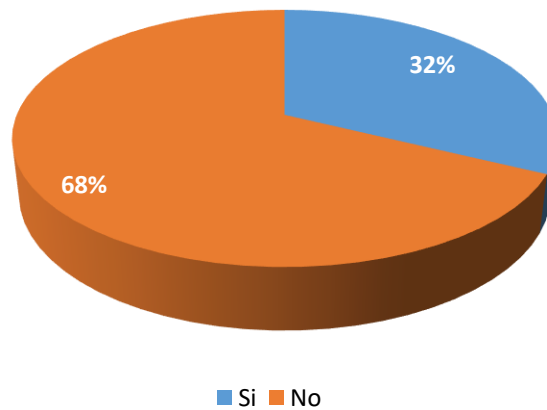


Figura 24: Diagrama circular que representa los resultados de la tabla 24
Elaboración: Propia

En la tabla 24 y figura 24 denominada “¿Cuándo Ud. solicita algún plato a la carta siempre está disponible?”, se determinó que el 68% de clientes consideran que no hay disponibilidad cuando se solicita un plato a la carta, mientras que el 32% señala que si hay disponibilidad cuando se solicita cualquier plato a la carta.

Objetivo 4

Explicar las ventajas competitivas en las MYPE rubro restaurante en el distrito de Pariñas-Talara, año 2021

Tabla 25
¿Para Ud. los precios de la carta se encuentran acorde al sector restaurantes?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	45	37%
No	76	63%
Total	121	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

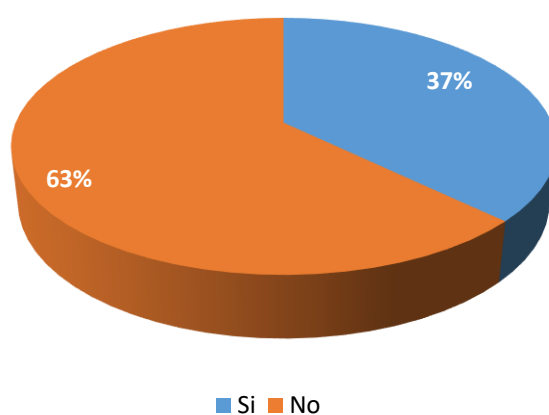


Figura 25: Diagrama circular que representa los resultados de la tabla 25
Elaboración: Propia

En la tabla 25 y figura 25; denominada “¿Para Ud. los precios de la carta se encuentran acorde al sector restaurantes?”, se determinó que el 63% de los clientes consideran que los precios de la carta no están acorde al sector restaurantes, mientras que el 37% de los clientes señalan que los precios si están acordes al sector restaurantes.

Tabla 26

¿Considera que los precios están acordes con la calidad de los insumos?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	60	50%
No	61	50%
Total	121	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

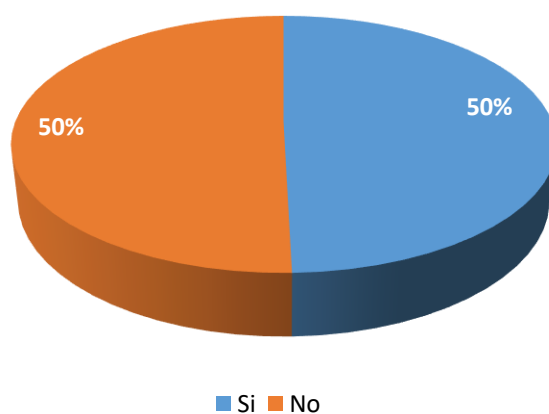


Figura 26: Diagrama circular que representa los resultados de la tabla 26
Elaboración: Propia

En la tabla 26 y figura 26; denominada “¿Considera que los precios están acordes con la calidad de los insumos?”, se determinó que el 50% de los clientes consideran que los precios de la carta si están acordes a la calidad de los insumos, mientras que el 50% de los clientes señalan que los precios no están acordes con la calidad de los insumos.

Tabla 27
¿La MYPE ofrece algún plato diferente respecto a la competencia?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	43	36%
No	78	64%
Total	121	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

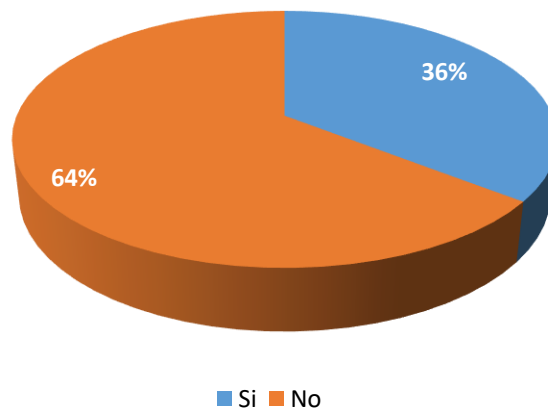


Figura 27: Diagrama circular que representa los resultados de la tabla 27
Elaboración: Propia

En la tabla 27 y figura 27; denominada ¿La MYPE ofrece algún plato diferente respecto a la competencia?, se determinó que el 64% de los clientes consideran que la MYPE no ofrece algún plato diferente a la competencia, mientras que el 36% de los clientes señalan que la MYPE si ofrece algún plato diferente a la competencia.

Tabla 28
¿Considera resaltante el servicio recibido por la MYPE?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	62	51.0%
No	59	49.0%
Total	121	100.0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

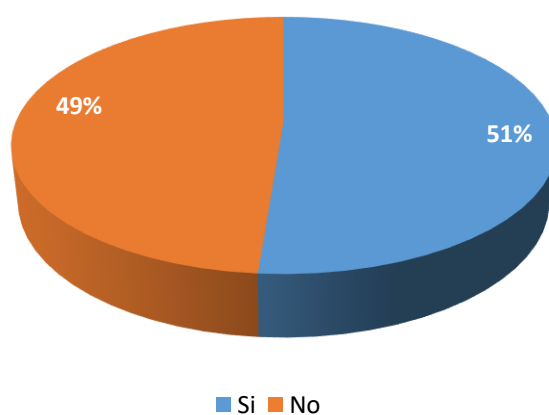


Figura 28: Diagrama circular que representa los resultados de la tabla 28
Elaboración: Propia

En la tabla 28 y figura 28; denominada ¿Considera resaltante el servicio recibido por parte por la MYPE?, se determinó que el 51% de los clientes si consideran resaltante el servicio recibido por parte de la MYPE, mientras que el 49% de los clientes señalan que no es resaltante el servicio recibido por parte de la MYPE.

Tabla 29
¿Considera que la MYPE se ha especializado en algún tipo de platos (criollos, gourmet, etc.)?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	55	45%
No	66	55%
Total	121	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los clientes

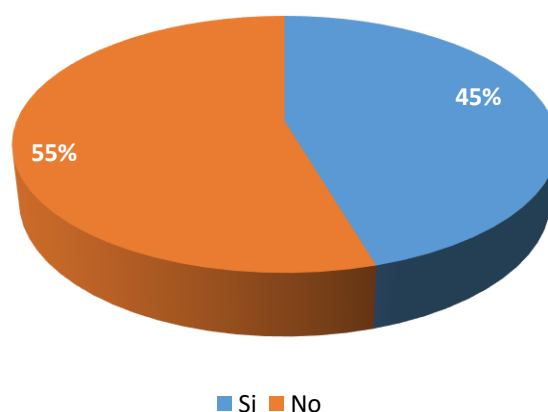


Figura 29: Diagrama circular que representa los resultados de la tabla 29
 Elaboración: Propia

En la tabla 29 y figura 29; denominada ¿Considera que los restaurantes se han especializado en algún tipo de platos (criollos, gourmet, etc.)?, se determinó que el 55% de los clientes consideran que la MYPE no se ha especializado en algún tipo platos, mientras que el 45% de los clientes señalan que la MYPE si se ha especializado en algún tipo de platos.

5.2 Análisis de Resultados

Objetivo 1

Describir las funciones necesarias para la gestión de calidad en las MYPE rubro restaurante en el distrito de Pariñas-Talara, año 2021.

En cuanto a los resultados obtenidos de los clientes, en los cuales consideran las planificación, en la **tabla 1**, ¿Considera Ud. que las MYPE tienen conocimiento del entorno para fortalecer su negocio? señalan que el 50% evidencian que las MYPES si tienen conocimiento de su entorno, mientras que el 50% consideran que no. Estos resultados se comparan con los obtenidos por Gonzales (2017), señala que los clientes consideran que el restaurante posee conocimiento del entorno para poder ejecutar un sistema de gestión. Estos resultados guardan relación con el autor Aliaga (2018), considera que se entiende como el aseguramiento de la organización para alcanzar los objetivos fijados respecto de la calidad. Se desarrolla un entorno para la organización del trabajo, con diversas funciones y responsabilidades para una eficaz actividad dentro de la compañía, formando así un excelente equipo de trabajo, para el cumplimiento de los objetivos propuestos organizacionales.

En cuanto a los resultados obtenidos de los propietarios, en los cuales consideran la planificación, en la **tabla 2** ¿Considera Ud. que tiene conocimiento del entorno para fortalecer su negocio? de los propietarios, señalan que el 80% evidencian que, si tienen conocimiento de su entorno, mientras que el 20% consideran que no lo tiene, Estos resultados también se comparan con los obtenidos por Gonzales (2017), señala que los clientes consideran que el restaurante posee conocimiento del entorno para poder ejecutar un sistema de gestión.

En relación a la organización resultado de los clientes en la **tabla 3** ¿Para Ud. el personal realiza sus funciones de manera eficaz?, se determinó que el 62% de clientes considera que el personal no realiza sus funciones de manera eficaz, mientras que el 38% considera que sí. Asimismo, En relación a la **tabla 4**, referente a la organización resultado de los propietarios ¿Para Ud. el personal realiza sus funciones de manera eficaz?, se determinó que el 80% de propietarios considera que el personal no realiza sus funciones de manera eficaz, mientras que el 20% considera que sí. Estos resultados se comparan con los obtenidos por Gonzales (2017) quien concluye que el 40% señala que los trabajadores realizan sus funciones de manera eficaz, realizando un buen desempeño en sus labores. Estos resultados guardan relación con el autor Aliaga (2018), considera que el talento humano que interviene en el proceso de gestión de calidad, que se encargan de definir el proceso o las actividades, estableciendo políticas que aporten de forma eficiente, dentro de las actividades que se van a desarrollar.

Referente a los resultados de los clientes respecto a la dirección en la **tabla 5**, ¿Considera Ud. que los trabajadores se encuentran motivados al momento de realizar sus actividades?, se determinó que el 52% de clientes consideran que los trabajadores no se encuentran motivados para realizar sus actividades, mientras que el 48% señala que el personal si se encuentra motivado al momento de realizar sus actividades. Y referente a los resultados de los propietarios en la dirección en la **tabla 6**, ¿Considera Ud. que los trabajadores se encuentran motivados al momento de realizar sus actividades?, se determinó que el 60% de propietarios consideran que los trabajadores no se encuentran motivados para realizar sus actividades, mientras que el 40% señala que el personal si se encuentra motivado al momento de realizar sus actividades. Estos

resultados se comparan con los obtenidos por Gonzales (2017), considera que el 50% de los trabajadores están motivados al momento de sus actividades. Estos resultados guardan relación con el autor Aliaga (2018), considera que el compromiso y competencia se basa en un compromiso de forma total del personal, en lo cual permite que las diversas habilidades sean empleadas para el beneficio de la organización, con ello va de la mano la motivación del personal al momento de realizar las actividades.

De acuerdo con la **tabla 7**, respecto al control, por los resultados de los clientes ¿Le han realizado alguna evaluación sobre su satisfacción respecto al servicio brindado?, se determinó que el 59% de clientes consideran que no les han realizado una evaluación de satisfacción respecto al servicio brindado, mientras que el 41% señala que si los han evaluado sobre la satisfacción del servicio brindado. Estos resultados se comparan con los obtenidos por Alfonso (2016), quien señala que las MYPES no realizan evaluaciones para medir la satisfacción de los clientes al servicio brindado. Estos resultados guardan relación con el autor Ortiz (2016), considera que el enfoque al Cliente, es comprender las necesidades actuales y futuras del cliente, y así poder satisfacer las necesidades y el esfuerzo para superar sus expectativas.

Objetivo 2

Determinar los principios de gestión de calidad en las MYPE rubro restaurante en el distrito de Pariñas-Talara, año 2021.

De acuerdo al enfoque al cliente en la **tabla 8**, resultado de los clientes ¿Considera que la MYPE cumple sus expectativas y satisface sus necesidades?, se determinó que el 60% de clientes señalan que las MYPES no cumple sus expectativas y no satisface sus necesidades, mientras que el 40% señala que las MYPES si cumplen

sus expectativas y necesidades. Estos resultados se comparan con los obtenidos por Macias (2016) concluyendo que los clientes consideran que los restaurantes y comedores no poseen conocimiento del entorno, es decir no cumplen las necesidades del cliente, además también señalan la mayor parte que el personal no cuenta con habilidades para un desempeño adecuado. Estos resultados guardan relación con el autor Ortiz (2016), consideró que el enfoque al Cliente, es comprender las necesidades actuales y futuras del cliente, y así poder satisfacer las necesidades y el esfuerzo para superar sus expectativas.

De acuerdo al liderazgo en el resultado de los clientes, en la **tabla 9**, ¿Evidencia que las MYPE mantienen un ambiente interno laboral adecuado?, se determinó que el 57% de los clientes consideran que las MYPES no mantienen un ambiente laboral adecuado, mientras que el 43% señalan que la MYPES si mantienen un ambiente laboral adecuado. También de acuerdo a la **tabla 10** resultados de los propietarios, se determinó que el 60% de los propietarios consideran que no mantienen un ambiente laboral adecuado, mientras que el 40% señalan que sí mantienen un ambiente laboral adecuado. Estos resultados se comparan con los obtenidos por Gonzales (2017) quien dentro de los resultados se determinó que el 40% considera que los colaboradores mantienen un clima laboral positivo. Estos resultados guardan relación con el autor Ortiz (2016), considera que el compromiso y competencias, se basa en un compromiso de forma total del personal, en lo cual permite que las diversas habilidades sean empleadas para el beneficio de la organización, con ello va de la mano la motivación del personal al momento de realizar las actividades, dentro de un ambiente grato laboral.

En el compromiso y competencia, de acuerdo a la **tabla 11** del resultado de los clientes, ¿Para Ud. los trabajadores están comprometidos con sus funciones o actividades de trabajo?, se determinó que el 59% de los clientes considera que los trabajadores no están comprometidos con sus funciones, mientras que el 41% de los clientes señalan que los trabajadores si están comprometidos con sus funciones. Estos resultados se comparan con los obtenidos por Gonzales (2017) quien concluye que el 65% señala que los empleados mantienen un fiel compromiso en las actividades del día a día. Estos resultados guardan relación con el autor Ortiz (2016), considera que el compromiso y competencias, se basa en un compromiso de forma total del personal, en lo cual permite que las diversas habilidades sean empleadas para el beneficio de la organización, con ello va de la mano la motivación del personal al momento de realizar las actividades, dentro de un ambiente grato laboral.

Respecto al compromiso y competencia en la **tabla 12**, del resultado de los propietarios, ¿Para Ud. los trabajadores están comprometidos con sus funciones o actividades de trabajo?, se determinó que el 60% de los propietarios considera que los trabajadores no están comprometidos con sus funciones, mientras que el 40% de los propietarios señalan que los trabajadores si están comprometidos con sus funciones.

De acuerdo a la **tabla 13**, ¿Considera Ud. que el personal cuenta con habilidades y conocimientos para desempeñarse adecuadamente?, respecto al compromiso y competencia de los resultados de los clientes, se determinó que el 61% de los clientes consideran que los trabajadores no poseen habilidades y conocimientos para desempeñarse, mientras que el 39% de los clientes señalan que los trabajadores si cuentan con habilidades y conocimientos para desempeñarse. Asimismo, de acuerdo a la **tabla 14** resultado de los propietarios, ¿Para Ud. los trabajadores están

comprometidos con sus funciones o actividades de trabajo?’ referente a la habilidades y conocimientos del personal, también se determinó que el 60% de los propietarios consideran que los trabajadores no poseen habilidades y conocimientos para desempeñarse, mientras que el 40% de los propietarios señalan que los trabajadores si cuentan con habilidades y conocimientos para desempeñarse. Estos resultados se comparan con los obtenidos por Macias (2016), concluyendo que, además también señalan la mayor parte que el personal no cuenta con habilidades para un desempeño adecuado. Estos resultados guardan relación con el autor Ortiz (2016), considera que el compromiso y competencias, se basa en un compromiso de forma total del personal, en lo cual permite que las diversas habilidades sean empleadas para el beneficio de la organización, con ello va de la mano la motivación del personal al momento de realizar las actividades, dentro de un ambiente grato laboral.

De acuerdo al enfoque basado en procesos en la **tabla 15**, ¿Considera que los trabajadores utilizan adecuadamente los recursos para el servicio al cliente?, de los resultado de los clientes, se determinó que el 58% de los clientes consideran que los trabajadores no utilizan adecuadamente los recursos para el servicio al cliente, mientras que el 42% de los clientes señalan que los trabajadores si emplean adecuadamente los recursos para el servicio al cliente, en tanto, de acuerdo a la **tabla 16** ¿Considera Ud. que los trabajadores utilizan adecuadamente los recursos para el servicio al cliente?, se determinó que el 60% de los propietarios consideran que los trabajadores no utilizan adecuadamente los recursos para el servicio al cliente, mientras que el 40% de los propietarios señalan que los trabajadores si emplean adecuadamente los recursos para el servicio al cliente mientras que el 42% de los clientes señalan que los trabajadores si emplean adecuadamente los recursos para el

servicio al cliente. Estos resultados se comparan con los obtenidos por Alfonso (2016) quien concluye que finalmente hay un mal uso de los recursos al momento de realizar el servicio al cliente, a consecuencia se ejerce una mala gestión de calidad hacia los clientes. Estos resultados guardan relación con el autor Ortiz (2016), considera que el compromiso y competencias, se basa en un compromiso de forma total del personal, en lo cual permite que las diversas habilidades sean empleadas para el beneficio de la organización, con ello va de la mano la motivación del personal al momento de realizar las actividades, dentro de un ambiente grato laboral.

De acuerdo a la mejora continua, en la **tabla 17**, del resultado de los propietarios, ¿Para Ud. el desempeño global de la MYPE ha mejorado respecto a ocasiones anteriores?, se determinó que el 51% de los clientes consideran que la MYPE no ha mejorado en su desempeño respecto a ocasiones anteriores, mientras que el 49% de los clientes señalan que la MYPE si ha mejorado en el desempeño respecto a ocasiones anteriores, de acuerdo a la mejora continua del resultado de los propietarios, en la **tabla 18**, ¿Para Ud. el desempeño global de la MYPE ha mejorado respecto a ocasiones anteriores?, se determinó que el 60% de los propietarios consideran que la MYPE no ha mejorado en su desempeño respecto a ocasiones anteriores, mientras que el 40% de los propietarios señalan que la MYPE si ha mejorado en el desempeño respecto a ocasiones anteriores. Estos resultados se comparan con los obtenidos por Marchan (2016) quien señala que el 80% considera que no mejora el desempeño de la MYPE respecto a ocasiones anteriores. Estos resultados guardan relación con el autor Ortiz (2016), considera que la mejora continua del sistema de gestión de la calidad, aumentar la probabilidad de la satisfacción de los

Clientes y de las diferentes partes interesadas en el proceso, con estos resultados se pueden tomar medidas adicionales de mejora.

Objetivo 3

Conocer los aspectos determinantes de la competitividad en las MYPE rubro restaurante en el distrito de Pariñas-Talara, año 2021

Respecto a la capacidad de gerencia de acuerdo a la **tabla 19**, resultado de los clientes ¿Percibe que el éxito del restaurante depende de las habilidades y conocimientos del administrador?, se determinó que el 83% de los clientes consideran que el éxito del restaurante si depende de las habilidades y conocimientos del administrador, mientras que el 17% de los clientes señalan que el éxito del restaurante no depende de las habilidades y conocimientos del administrador. Estos resultados se comparan con los obtenidos por Flores, (2016), concluyendo que, el 75% de clientes señala que el éxito del restaurante depende de la capacidad de gerencia del administrador. Estos resultados guardan relación con el autor Avalos (2016), considera que una empresa es competitiva si es capaz de formular y aplicar estrategias que la lleven a una posición de mercado sostenida o ampliada en el segmento de la industria donde opera. Las estrategias, las capacidades y el desempeño de una empresa deben ser coherentes con los patrones de competencia prevalecidos en la actividad realizada.

Respecto al diseño de estrategias empresariales de acuerdo a la **tabla 20**, ¿Considera que las estrategias que aplica el restaurante aumentan la demanda?, se determinó que el 78% de los clientes consideran que las estrategias aplicadas no aumentan la demanda, mientras que el 22% de los clientes señalan que las estrategias

aplicadas si aumentan la demanda. Estos resultados se comparan con los obtenidos por Flores (2016), concluyendo que, el 55% emplea las estrategias en la industria de restaurantes, logran de esta manera la captación de nuevos clientes, a consecuencia el aumento de la demanda. Estos resultados guardan relación con el autor Porter (2017), considera que, una organización, cualquiera que sea la actividad que realice, si desea mantener un nivel adecuado de competitividad debería apegarse al marco del proceso de planeación estratégica, para que le ayude a sistematizar y coordinar todos los esfuerzos de las unidades que integran la organización a fin de maximizar su eficiencia y logrando tanto una competitividad interna como competitividad externa. De ahí, que la competitividad externa se orienta a los logros de la organización en el contexto del mercado, considerando ciertas variables como el grado de innovación, el dinamismo de la empresa, su estabilidad de mercado y la búsqueda de nuevas oportunidades de crecimiento.

Respecto a la gestión de la innovación de acuerdo a la **tabla 21** de los resultados de los clientes, ¿Percibe Ud. que el restaurante innova en su carta o infraestructura frente a la competencia?, se determinó que el 73% de los clientes consideran que la MYPE no innova en su carta o infraestructura frente a la competencia, mientras que el 27% de los clientes señalan que la MYPE si innova en la carta o infraestructura frente a la competencia. Estos resultados se comparan con los obtenidos por Flores (2016), quien concluye que el 45% consideran que la industria de los restaurantes innova periódicamente, es decir realizan inversiones en la infraestructura frente a la competencia. Estos resultados guardan relación con el autor Avalos (2016), considera que la innovación implica un proceso de gestión del proceso de innovación de una compañía, iniciando en la fase de planificación, terminando en

su fase de implementación de manera exitosa. Esto abarca las decisiones, actividades en la elaboración y ejecución de una determinada estrategia de innovación, impulsando el desarrollo del negocio, además ayuda a las empresas a lograr una ventaja ante sus competidores. La gestión genera innovadores modelos de negocio e interviene en la creación de nuevos productos, servicios y tecnologías que son diseñados para el mercado que está en constante cambio.

Respecto a la aplicación de las mejores prácticas en cadena de valor, de la respuesta de los clientes en la **tabla 22**, ¿Considera que el restaurante brinda un valor agregado en el servicio de atención al cliente?, se determinó que el 67% de los clientes consideran que la MYPE no brinda un valor agregado en el servicio de atención al cliente, mientras que el 33% de los clientes señalan que la MYPE si brinda un valor agregado en el servicio de atención al cliente. Estos resultados se comparan con los obtenidos por Flores (2016), concluyendo que el 63% de clientes señalan que los restaurantes realizan descuentos, promociones, para brindar un valor agregado en el servicio. Estos resultados guardan relación con el autor Avalos (2016), considera que la aplicación de las mejores prácticas en la cadena de valor; la cadena de valor es un instrumento de trabajo que otorga facilidad sobre el análisis y el estudio de forma interno de una compañía, por ende, en cada función primordial, los eslabones de una cadena de diversas actividades que componen el diseño, producción, promoción, venta y comercialización de un producto o determinado servicio, para agregarle un valor al producto o servicio en cada una de las actividades mencionadas líneas arriba, en las cuales también intervienen actividades de línea o de poyo. El valor agregado se considera un atributo original en lo cual es generado en el producto o servicio, con el

único fin de proporcionar un valor comercial de nivel muy alto y que establezca una diferenciación referente a los competidores.

Respecto a la integración en redes tecnológicas acuerdo a la **tabla 23** ¿Considera Ud. que las MYPES emplean las redes sociales o página web para promocionar su establecimiento?, se determinó que el 65% de los clientes consideran que la MYPE no emplea las redes sociales o página web para promocionar su establecimiento, mientras que el 35% de los clientes señalan que la MYPE si utiliza las redes sociales o páginas web para promocionar su establecimiento. Estos resultados se comparan con los obtenidos por Montenegro y Sobalvarro (2017), quienes concluyen que el 62% de los restaurantes realizan sus promociones, descuentos, nuevas ofertas, a través de las redes sociales (Facebook, página web). Estos resultados guardan relación con el autor Avalos (2016), considera que la tecnología siempre apoya a las diversas empresas para la gestión de cambios en las diferentes operaciones. Las empresas logran una reducción de costos realizando una revisión de los procedimientos del negocio y eliminando acciones que no son consideradas por los clientes.

Respecto a la reorganización de la logística de acuerdo a la **tabla 24**, de la respuesta de los clientes ¿Cuándo Ud. solicita algún plato a la carta siempre está disponible?, referente a la disponibilidad de platos a la carta se determinó que el 68% de clientes consideran que no hay disponibilidad cuando se solicita un plato a la carta, mientras que el 32% señala que si hay disponibilidad cuando se solicita cualquier plato a la carta. Estos resultados se comparan con los obtenidos por Gonzales (2016) quien concluye la totalidad (100%) de clientes consideran que siempre hay disponibilidad de los diversos platos a la carta. Estos resultados guardan relación con el autor Avalos

(2016), considera que la reorganización de la logística; encargada de la administración del flujo de materiales e información a través de todo el proceso para la creación de valor como es el aprovisionamiento, producción y distribución. De esta forma, se organizan determinadas actividades con la finalidad de otorgar valor al cliente respecto a la transformación de los diversos factores productivos.

Objetivo 4

Explicar las ventajas competitivas en las MYPE rubro restaurante en el distrito de Pariñas-Talara, año 2021

Respecto al liderazgo en costo de acuerdo a la **tabla 25**, de la respuesta de los clientes, ¿Para Ud. los precios de la carta se encuentran acorde al sector restaurantes?, se determinó que el 63% de los clientes consideran que los precios de la carta no están acorde al sector restaurantes, mientras que el 37% de los clientes señalan que los precios si están acordes al sector restaurantes. Estos resultados se comparan con los obtenidos por Lizano (2016) quien concluye que El 72% considera que los precios no están acordes al sector restaurantes. Estos resultados guardan relación con el autor Porter (2017), considera que mantener el costo más bajo frente a los competidores y lograr un volumen alto de ventas es el tema central de la estrategia. Por lo tanto, la calidad, el servicio, la reducción de costos mediante una mayor experiencia, la construcción eficiente de economías de escala, el rígido control de costos y muy particularmente de los costos variables, son materia de escrutinio férreo y constante.

Respecto a liderazgo en costo de acuerdo a la **tabla 26**, ¿Considera que los precios están acordes con la calidad de los insumos?, se determinó que el 50% de los clientes consideran que los precios de la carta si están acordes a la calidad de los insumos, mientras que el 50% de los clientes señalan que los precios no están acordes

con la calidad de los insumos. Estos resultados se comparan con los obtenidos por Villegas (2016) quien determino que el 80% señala que los precios están acordes con la calidad ofrecida respecto a los insumos. Estos resultados guardan relación con el autor Porter (2017), considera que mantener el costo más bajo frente a los competidores y lograr un volumen alto de ventas es el tema central de la estrategia. Por lo tanto, la calidad, el servicio, la reducción de costos mediante una mayor experiencia, la construcción eficiente de economías de escala, el rígido control de costos y muy particularmente de los costos variables, son materia de escrutinio férreo y constante.

Respecto a la diferenciación de acuerdo a la **tabla 27**, ¿La MYPE ofrece algún plato diferente respecto a la competencia?, se determinó que el 64% de los clientes consideran que la MYPE no ofrece algún plato diferente a la competencia, mientras que el 36% de los clientes señalan que la MYPE si ofrece algún plato diferente a la competencia. Estos resultados discrepan con los obtenidos por Gonzales (2016), considera que los restaurantes se han especializado en los platos criollos y gourmet. Estos resultados guardan relación con el autor Porter (2017), considera que la diferenciación es una estrategia de crearle al producto o servicio algo que fuera percibido en toda la industria como único. La diferenciación se consideraba como la barrera protectora contra la competencia debido a la lealtad de marca, la que como resultante debería producir una menor sensibilidad al precio. Diferenciarse significa sacrificar participación de mercado e involucrarse en actividades costosas como investigación, diseño del producto, materiales de alta calidad o incrementar el servicio al cliente.

Respecto a la diferenciación, la **tabla 28** de la respuesta de los clientes, ¿Considera resaltante el servicio recibido por parte por la MYPE?, se determinó que el 51% de los clientes si consideran resaltante el servicio recibido por parte de la MYPE, mientras que el 49% de los clientes señalan que no es resaltante el servicio recibido por parte de la MYPE. Estos resultados se comparan con los obtenidos por Gonzales (2016), concluyendo que, el 88% considera resaltante el servicio recibido respecto a la atención al cliente. Estos resultados guardan relación con el autor Porter (2017), considera que el enfoque consiste en concentrarse en un grupo específico de clientes, en un segmento de la línea de productos o en un mercado geográfico. La estrategia se basa en la premisa de que la empresa estaba en condiciones de servir a un objetivo estratégico más reducido en forma más eficiente que los competidores de amplia cobertura

Respecto al enfoque en la respuesta de los clientes, en la **tabla 29** ¿Considera que los restaurantes se han especializado en algún tipo de platos (criollos, gourmet, etc.)?, referente a la especialización de la carta, se determinó que el 55% de los clientes consideran que la MYPE no se ha especializado en algún tipo de platos, mientras que el 45% de los clientes señalan que la MYPE si se ha especializado en algún tipo de platos. Estos resultados se comparan con los obtenidos por Lizano (2016) concluye que el 58% considera que las MYPES no se especializan en algún plato a la carta. Estos resultados guardan relación con el autor Porter (2017), considera que la diferenciación es una estrategia de crearle al producto o servicio algo que fuera percibido en toda la industria como único. La diferenciación se consideraba como la barrera protectora contra la competencia debido a la lealtad de marca, la que como resultante debería producir una menor sensibilidad al precio. Diferenciarse significa

sacrificar participación de mercado e involucrarse en actividades costosas como investigación, diseño del producto, materiales de alta calidad o incrementar el servicio al cliente.

VI. CONCLUSIONES

Con respecto a las funciones que desarrollan los restaurantes en el distrito de Pariñas, se identificó que desde la **parte interna** la organización prioriza la planificación ya que se posee conocimiento de la competencia; asimismo sobre la organización no se percibe eficacia en la atención del personal, en cuanto al control, se evidencia que no han sido evaluados los clientes sobre la satisfacción del servicio, por último, la dirección se consolida que el recurso humano no se encuentra motivado para realizar las actividades. **Sin embargo** desde la perspectiva **exterior** se ha recepcionado apreciaciones diferentes la planificación no es considerada, en la organización no se percibe eficacia, así como existe desmotivación de los trabajadores.

Respecto a los principios desarrollados por los restaurantes en el distrito de Pariñas, se identifica desde la **parte interna** el liderazgo no hay evidencia de un buen ambiente laboral, priorizando también el compromiso y competencia con resultado de no tener compromiso ni habilidades para una atención, **sin embargo** de la perspectiva **exterior** se ha recepcionado que prioriza el compromiso y competencia ya que no poseen habilidades para su desempeño y no están comprometidos con sus funciones, en la percepción de la mejora continua casi no es considerada, en el enfoque al cliente no se cumplen las expectativas, en el enfoque basado en procesos no se utilizan adecuadamente los recursos para el servicio al cliente.

Respecto a los aspectos determinantes de la competitividad identificadas se consolida en cuanto a la capacidad de gerencia el éxito del restaurante depende directamente del conocimiento y habilidades del administrador, el diseño de estrategias empresariales aplicadas no aumentan la demanda, en la gestión de la innovación la MYPE no innova en su carta o infraestructura, en la reorganización de

la logística, no hay disponibilidad cuando se solicita un plato a la carta, además en la aplicación de las mejores prácticas en la cadena de valor, no se brinda un valor agregado en el servicio de atención, finalmente en cuanto a la integración en redes tecnológicas les falta el empleo de las redes sociales.

Respecto a las ventajas competitivas, se identificó la consolidación en la diferenciación ya que se fundamenta que se carece de una diferenciación en la carta frente a la competencia, al liderazgo en costos ya que los precios de la carta no están acorde al sector restaurantes, finalmente en el enfoque las MYPE no se han especializado en algún rubro de gastronomía.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alfonzo Orrala, M. (13 de Mayo de 2016). *Diseño de un modelo de gestión de la calidad turística en el sector de restauración, en la parroquia Ballenita, provincia de Santa Elena, año 2016*. Obtenido de Repositorio upse.ec:
- Andina. (22 de Marzo de 2019). *Negocios en restaurantes aumentaron 4.49% en enero de 2019*. Obtenido de Agencia Peruana de noticias Andina: <https://andina.pe/agencia/noticia-negocios-restaurantes-aumento-449-enero-2019-746261.aspx>
- BBVA RESEARCH. (26 de Abril de 2018). *Situación Perú. Segundo trimestre 2018*. Obtenido de [bbvaresearch.com](https://www.bbva.com): <https://www.bbvaresearch.com/publicaciones/situacion-peru-segundo-trimestre-2018/>
- Burgos Gonzales, D. (30 de Mayo de 2017). *DESARROLLO DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD EN EL RESTAURANTE-BAR OUZO AGAVE AZUL S.A.S*. Obtenido de Repositorio de la universidad libre de Colombia: <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10591/DOCUMENTO%20FINAL.pdf?sequence=1>
- Castro Albitres, F., & Sigueñas Quispe, P. (Septiembre de 22 de 2016). *Modelo de gestión de calidad para lograr la fidelización de los clientes de la empresa exportadora El Sol S.A.C. en el distrito de San José – provincia de Pacasmayo en el año 2016*. Obtenido de repositorio upao.pe: <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/upaorep/1433>

Comision de America Latina y el Caribe. (7 de Abril de 2015). *Economía de América Latina y el Caribe crecería en torno a 1% en 2015, según nueva proyección de CEPAL*. Obtenido de Cepal.org: <https://www.cepal.org/es/comunicados/economia-de-america-latina-y-el-caribe-creceria-en-torno-1-en-2015-segun-nueva#:~:text=La%20Comisi%C3%B3n%20Econ%C3%B3mica%20para%20Am%C3%A9rica,en%20un%20comunicado%20de%20prensa.>

Flores Lopez, D. (29 de Octubre de 2015). *Perfil Competitivo De La Industria De Hoteles Y Restaurantes De Barrancabermeja, año 2015*. Obtenido de [ccbarranca.org.co](http://www.ccbarranca.org.co):

http://www.ccbarranca.org.co/ccbar/images/documentos/perfil_competitivo_de_los_hoteles_y_restaurantes.pdf

Gestion. (2 de Agosto de 2017). *Turismo en algunas regiones del norte peruano creció entre 5% y 12% en Fiestas Patrias*. Obtenido de [Gestion.pe](https://gestion.pe/economia/turismo-regiones-norte-peruano-crecio-5-12-fiestas-patrias-140793-noticia/): <https://gestion.pe/economia/turismo-regiones-norte-peruano-crecio-5-12-fiestas-patrias-140793-noticia/>

Hernandez Torres, J. (13 de Abril de 2015). *Gestión de calidad, marketing y competitividad de las MYPES del sector servicio de restaurantes del Distrito de La Esperanza, año 2014*. Obtenido de repositorio [uladech.pe](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1058/MYPES_GESTION_DE_CALIDAD_TORRES_RISCO_JOSE_MIGUEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y): http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1058/MYPES_GESTION_DE_CALIDAD_TORRES_RISCO_JOSE_MIGUEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Hernandez Sampieri, R. (2016). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw-Hill.

Hernandez Torres, J. (13 de Abril de 2015). *Gestión de calidad, marketing y competitividad de las MYPES del sector servicio de restaurantes del Distrito de La Esperanza, año 2014*. Obtenido de repositorio uladech.pe: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1058/MYPES_GESTION_DE_CALIDAD_TORRES_RISCO_JOSE_MIGUEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Luna Huaranga, K. (22 de Diciembre de 2016). “*Caracterización de la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio– rubro restaurantes en el distrito de nuevo chimbote, 2015*”. Obtenido de repositorio uladech.pe: http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1374/GESTION_DE_CALIDAD_MYPES_LUNA_HUARINGA_KEVIN_ARNOLD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Macias Baque, J. (14 de Agosto de 2016). *Diseño de un sistema de gestión de la calidad para los restaurantes y comedores de la comuna Montañita*. Obtenido de repositorio upse.ec: <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/867>

Marchan Zapata, E. (2 de Junio de 2015). “*Caracterización de Gestión de Calidad y Merchandising en las MYPE rubro restaurantes de Talara, año 2015*”. Obtenido de repositorio uladech.pe: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/768>

Montenegro Aguirre, L., & Sobalvarro Negrini, J. (14 de Enero de 2017). *Análisis De Los Factores Que Influyen En El Entorno Competitivo Del Servicio De*

Restaurante Rostí -Pollo Ubicado En La Ciudad De Estelí En El Periodo Septiembre–Noviembre Del 2016. Obtenido de repositorio.cnu.edu.ni:
<http://repositorio.cnu.edu.ni/Search/Results?lookfor=los+1+noviembre&type=AllFields&page=4>

Porter, M. (2017). *Competitividad Empresarial*. Europa: Mc Graw Hill.

Trelles Masias , R. (10 de Mayo de 2017). *Gestión de Calidad y Competitividad en las MYPES rubro restaurantes de Talara, año 2016.* Obtenido de repositorio uladech.pe: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/768>

Universidad catolica los Angeles de Chimbote. (15 de Abril de 2019). Reglamento de Investigacion . Obtenido de uladech.edu.pe: www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2019/reglamento_investigacion_v012.pdf

Universidad catolica los Angeles de Chimbote (Uladech 2019). código de ética para la investigación <https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2019/codigo-de-etica-para-la-investigacion-v002.pdf>

Vilchez Campos, R. (15 de Julio de 2017). *Caracterización de la Gestión de calidad y rentabilidad de las MYPES sector servicios rubro restaurante en la provincia de Sullana (Piura), año 2016.* Obtenido de repositorio uladech.pe: <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10566/>

Villegas Pravia , A. (23 de Agosto de 2016). *Incidencia de las estrategias competitivas implementadas en la demanda de servicio del hotel y restaurante Selva Negra, del Municipio de Matagalpa, en el año 2015.* Obtenido de repositorio.unan.edu.ni: <https://repositorio.unan.edu.ni/4691/>

ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario dirigido a clientes



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Buenos días/tardes, el presente cuestionario pretende recoger información de las MYPE para el desarrollo de la investigación denominada **“CARACTERIZACIÓN DE GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE PARIÑAS- TALARA, AÑO 2021.** Por lo cual, se le agradece marcar con un aspa (X) adecuadamente según su criterio dentro del paréntesis.

I. VARIABLE GESTIÓN DE CALIDAD

1.1 Dimensión Funciones necesarias para la gestión de calidad

1. ¿Considera Ud. que las MYPE tienen conocimiento del entorno para fortalecer su negocio?	SI () NO ()
2. ¿Para usted, el personal de los restaurantes realiza sus funciones de manera eficaz?	SI () NO ()
3. ¿Considera Ud. que los trabajadores se encuentran motivados al momento de realizar sus actividades?	SI () NO ()
4. ¿Le han realizado alguna evaluación sobre su satisfacción respecto al servicio brindado?	SI () NO ()

1.2 Dimensión Principios de la gestión de calidad

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



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Buenos días/tardes, el presente cuestionario pretende recoger información de las MYPE para el desarrollo de la investigación denominada **“CARACTERIZACIÓN DE GESTION DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE PARIÑAS- TALARA, AÑO 2021”**. Por lo cual, se le agradece marcar con un aspa (X) adecuadamente según su criterio dentro del paréntesis.

I. VARIABLE COMPETITIVIDAD

1.1 Dimensión Aspectos determinantes de la competitividad

1. ¿Percibe que el éxito del restaurante depende de las habilidades y conocimientos del administrador?	SI () NO ()
2. ¿Considera que las estrategias que aplica el restaurante aumentan la demanda?	SI () NO ()
3. ¿Percibe Ud. que el restaurante innova en su carta o infraestructura frente a la competencia?	SI () NO ()
4. ¿Considera que el restaurante brinda un valor agregado en el servicio de atención al cliente?	SI () NO ()
5. ¿Considera Ud. que las MYPES emplean las redes sociales o página web para promocionar su establecimiento?	SI () NO ()
6. ¿Cuándo Ud. solicita algún plato a la carta siempre está disponible?	SI () NO ()

1.2 Dimensión Ventajas competitivas

7. ¿Para Ud. los precios de la carta se encuentran acorde al sector restaurantes?	SI () NO ()
8. ¿Considera que los precios están acordes con la calidad de los insumos?	SI () NO ()
9. ¿La MYPE ofrece algún plato diferente respecto a la competencia?	SI () NO ()
10. ¿Considera resaltante el servicio recibido por la MYPE?	SI () NO ()
11. ¿Considera que la MYPE se ha especializado en algún tipo de platos (criollos, gourmet, etc.)?	SI () NO ()

EVIDENCIAS

1.- VALIDACIONES

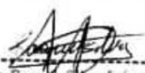
CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Raquel Silva Juárez, identificado con DNI 02846914 ,

con el grado de Magíster en Gerencia Empresarial

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: Encuesta , elaborado por el estudiante JUAN FRANCISCO ANTON GALAN, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "CARACTERIZACIÓN DE GESTION DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE PARIÑAS- TALARA, AÑO 2021", que se encuentra realizando.

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



Mg. Raquel Silva Juárez
LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CLAD-01899

Piura, diciembre 2020.

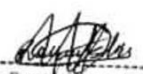
Ítems relacionados con la variable gestión de calidad (CLIENTES)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SI	NO
1.- ¿Considera Ud. que las MYPE tienen conocimiento del entorno para fortalecer su negocio?	✓			✓		✓		✓
2.- ¿Para Ud. el personal realiza sus funciones de manera eficaz?	✓			✓		✓		✓
3.- ¿Considera Ud. que los trabajadores se encuentran motivados al momento de realizar sus actividades?	✓			✓		✓		✓
4.- ¿Le han realizado alguna evaluación sobre su satisfacción respecto al servicio brindado?	✓			✓		✓		✓
5.- ¿Considera que la MYPE cumple sus expectativas y satisface sus necesidades?	✓			✓		✓		✓
6.- ¿Evidencia que las MYPE mantienen un ambiente interno laboral adecuado?	✓			✓		✓		✓
7.- ¿Para Ud. los trabajadores están comprometidos con sus funciones o actividades de trabajo?	✓			✓		✓		✓
8.- ¿Considera Ud. que el personal cuenta con habilidades y conocimientos para desempeñarse adecuadamente?	✓			✓		✓		✓
9.- ¿Considera que los trabajadores utilizan adecuadamente los recursos para el servicio al cliente?	✓			✓		✓		✓
10.- ¿Para Ud. el desempeño global de la MYPE ha mejorado respecto a ocasiones anteriores?	✓			✓		✓		✓


 Mg. Raquel Silva Juárez
 UC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAD-01899

Ítems relacionados con la variable gestión de calidad (PROPIETARIOS)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1.- ¿Considera Ud. que tiene conocimiento del entorno para fortalecer su negocio?	/			/		/		/
2.- ¿Para Ud. el personal realiza sus funciones de manera eficaz?	/			/		/		/
3.- ¿Considera Ud. que los trabajadores se encuentran motivados al momento de realizar sus actividades?	/			/		/		/
4.- ¿Evidencia Ud. que se mantiene un ambiente interno laboral adecuado?	/			/		/		/
5.- ¿Para Ud. los trabajadores están comprometidos con sus funciones o actividades de trabajo?	/			/		/		/
6.- ¿Considera Ud. que el personal cuenta con habilidades y conocimientos para desempeñarse adecuadamente?	/			/		/		/
7.- ¿Considera Ud. que los trabajadores utilizan adecuadamente los recursos para el servicio al cliente?	/			/		/		/
8.- ¿Para Ud. el desempeño global de la MYPE ha mejorado respecto a ocasiones anteriores?	/			/		/		/


 Mg. Raquel Silva Juárez
 UG. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAD-01899

Ítems relacionados con la variable competitividad (clientes)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SI	NO
1.- ¿Percibe que el éxito del restaurante depende de las habilidades y conocimientos del administrador?	✓			✓		✓		✓
2.- ¿Considera que las estrategias que aplica el restaurante aumentan la demanda?	✓			✓		✓		✓
3.- ¿Percibe Ud. que el restaurante innova en su carta o infraestructura frente a la competencia?	✓			✓		✓		✓
4.- ¿Considera que el restaurante brinda un valor agregado en el servicio de atención al cliente?	✓			✓		✓		✓
5.- ¿Considera Ud. que las MYPES emplean las redes sociales o página web para promocionar su establecimiento?	✓			✓		✓		✓
6.- ¿Cuándo Ud. solicita algún plato a la carta siempre está disponible?	✓			✓		✓		✓
7.- ¿Para Ud. los precios de la carta se encuentran acorde al sector restaurantes?	✓			✓		✓		✓
8.- ¿Considera que los precios están acordes con la calidad de los insumos?	✓			✓		✓		✓
9.- ¿La MYPE ofrece algún plato diferente respecto a la competencia?	✓			✓		✓		✓
10.- ¿Considera resaltante el servicio recibido por la MYPE?	✓			✓		✓		✓
11.- ¿Considera que la MYPE se ha especializado en algún tipo de platos (criollos, gourmet, etc.)?	✓			✓		✓		✓


 Mg. Raquel Silva Juárez
 LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 CLAD-01699

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Héctor Orlando Arica Clavijo, identificado
con DNI 02786302, con el grado de Magíster en _____

DOGENCIA UNIVERSITARIA

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los)
instrumento (s) de recolección de datos: CUESTIONARIO, elaborado por
el estudiante JUAN FRANCISCO ANTON GALAN, para efecto de su aplicación a los
sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación:
“CARACTERIZACIÓN DE GESTION DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LAS
MYPE RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE PARIÑAS- TALARA, AÑO
2021”, que se encuentra realizando.

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

Piura, diciembre 2020.


Mg. Arica Clavijo Héctor Orlando
DNI. 02786302
CLAD 06246
Sello y firma

Ítems relacionados con la variable gestión de calidad (CLIENTES)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SI	NO
1.- ¿Considera Ud. que las MYPE tienen conocimiento del entorno para fortalecer su negocio?	✓			✓		✓		✓
2.- ¿Para Ud. el personal realiza sus funciones de manera eficaz?	✓			✓		✓		✓
3.- ¿Considera Ud. que los trabajadores se encuentran motivados al momento de realizar sus actividades?	✓			✓		✓		✓
4.- ¿Le han realizado alguna evaluación sobre su satisfacción respecto al servicio brindado?	✓			✓		✓		✓
5.- ¿Considera que la MYPE cumple sus expectativas y satisface sus necesidades?	✓			✓		✓		✓
6.- ¿Evidencia que las MYPE mantienen un ambiente interno laboral adecuado?	✓			✓		✓		✓
7.- ¿Para Ud. los trabajadores están comprometidos con sus funciones o actividades de trabajo?	✓			✓		✓		✓
8.- ¿Considera Ud. que el personal cuenta con habilidades y conocimientos para desempeñarse adecuadamente?	✓			✓		✓		✓
9.- ¿Considera que los trabajadores utilizan adecuadamente los recursos para el servicio al cliente?	✓			✓		✓		✓
10.- ¿Para Ud. el desempeño global de la MYPE ha mejorado respecto a ocasiones anteriores?	✓			✓		✓		✓


Mg. Arica Clavijo Hector Ojeda
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

Ítems relacionados con la variable gestión de calidad (PROPIETARIOS)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1.- ¿Considera Ud. que tiene conocimiento del entorno para fortalecer su negocio?	✓			✓		✓		✓
2.- ¿Para Ud. el personal realiza sus funciones de manera eficaz?	✓			✓		✓		✓
3.- ¿Considera Ud. que los trabajadores se encuentran motivados al momento de realizar sus actividades?	✓			✓		✓		✓
4.- ¿Evidencia Ud. que se mantiene un ambiente interno laboral adecuado?	✓			✓		✓		✓
5.- ¿Para Ud. los trabajadores están comprometidos con sus funciones o actividades de trabajo?	✓			✓		✓		✓
6.- ¿Considera Ud. que el personal cuenta con habilidades y conocimientos para desempeñarse adecuadamente?	✓			✓		✓		✓
7.- ¿Considera Ud. que los trabajadores utilizan adecuadamente los recursos para el servicio al cliente?	✓			✓		✓		✓
8.- ¿Para Ud. el desempeño global de la MYPE ha mejorado respecto a ocasiones anteriores?	✓			✓		✓		✓


Mg. Arica Cevallos Hector Orzando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

Ítems relacionados con la variable competitividad (clientes)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SI	NO
1.- ¿Percibe que el éxito del restaurante depende de las habilidades y conocimientos del administrador?	✓			✓		✓		✓
2.- ¿Considera que las estrategias que aplica el restaurante aumentan la demanda?	✓			✓		✓		✓
3.- ¿Percibe Ud. que el restaurante innova en su carta o infraestructura frente a la competencia?	✓			✓		✓		✓
4.- ¿Considera que el restaurante brinda un valor agregado en el servicio de atención al cliente?	✓			✓		✓		✓
5.- ¿Considera Ud. que las MYPES emplean las redes sociales o página web para promocionar su establecimiento?	✓			✓		✓		✓
6.- ¿Cuándo Ud. solicita algún plato a la carta siempre está disponible?	✓			✓		✓		✓
7.- ¿Para Ud. los precios de la carta se encuentran acorde al sector restaurantes?	✓			✓		✓		✓
8.- ¿Considera que los precios están acordes con la calidad de los insumos?	✓			✓		✓		✓
9.- ¿La MYPE ofrece algún plato diferente respecto a la competencia?	✓			✓		✓		✓
10.- ¿Considera resaltante el servicio recibido por la MYPE?	✓			✓		✓		✓
11.- ¿Considera que la MYPE se ha especializado en algún tipo de platos (criollos, gourmet, etc.)?	✓			✓		✓		✓


Mg. Arica Carrizo Hector Orlando
 DNI. 02786302
 CLAD 06246

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Javier Valdiviezo Miranda,
identificado con DNI 41380997, con el grado de Magíster en
Gestión Pública

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el (los) instrumento (s) de recolección de datos: Cuestionario, elaborado por el estudiante JUAN FRANCISCO ANTÓN GALÁN, para efecto de su aplicación a los sujetos de la población (muestra) seleccionada para el trabajo de investigación: "CARACTERIZACIÓN DE GESTIÓN DE CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN LAS MYPE RUBRO RESTAURANTES EN EL DISTRITO DE PARIÑAS- TALARA, AÑO 2021", que se encuentra realizando.


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


.....

Mg. Javier Valdiviezo Miranda
REG. UNIC. DE COLEG. N° 883

Piura, diciembre 2020.

Ítems relacionados con la variable competitividad (clientes)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SI	NO
1.- ¿Percibe que el éxito del restaurante depende de las habilidades y conocimientos del administrador?	✓			✓		✓		✓
2.- ¿Considera que las estrategias que aplica el restaurante aumentan la demanda?	✓			✓		✓		✓
3.- ¿Percibe Ud. que el restaurante innova en su carta o infraestructura frente a la competencia?	✓			✓		✓		✓
4.- ¿Considera que el restaurante brinda un valor agregado en el servicio de atención al cliente?	✓			✓		✓		✓
5.- ¿Considera Ud. que las MYPES emplean las redes sociales o página web para promocionar su establecimiento?	✓			✓		✓		✓
6.- ¿Cuándo Ud. solicita algún plato a la carta siempre está disponible?	✓			✓		✓		✓
7.- ¿Para Ud. los precios de la carta se encuentran acorde al sector restaurantes?	✓			✓		✓		✓
8.- ¿Considera que los precios están acordes con la calidad de los insumos?	✓			✓		✓		✓
9.- ¿La MYPE ofrece algún plato diferente respecto a la competencia?	✓			✓		✓		✓
10.- ¿Considera resaltante el servicio recibido por la MYPE?	✓			✓		✓		✓
11.- ¿Considera que la MYPE se ha especializado en algún tipo de platos (criollos, gourmet, etc.)?	✓			✓		✓		✓



 Mtro. Javier Valdivia Miranda
 REG. UNIV. DE COLLEA N° 883

Ítems relacionados con la variable gestión de calidad (PROPIETARIOS)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SI	NO
1.- ¿Considera Ud. que tiene conocimiento del entorno para fortalecer su negocio?	✓			✓		✓		✓
2.- ¿Para Ud. el personal realiza sus funciones de manera eficaz?	✓			✓		✓		✓
3.- ¿Considera Ud. que los trabajadores se encuentran motivados al momento de realizar sus actividades?	✓			✓		✓		✓
4.- ¿Evidencia Ud. que se mantiene un ambiente interno laboral adecuado?	✓			✓		✓		✓
5.- ¿Para Ud. los trabajadores están comprometidos con sus funciones o actividades de trabajo?	✓			✓		✓		✓
6.- ¿Considera Ud. que el personal cuenta con habilidades y conocimientos para desempeñarse adecuadamente?	✓			✓		✓		✓
7.- ¿Considera Ud. que los trabajadores utilizan adecuadamente los recursos para el servicio al cliente?	✓			✓		✓		✓
8.- ¿Para Ud. el desempeño global de la MYPE ha mejorado respecto a ocasiones anteriores?	✓			✓		✓		✓



 Ing. Javier Valdivia Miranda
 REG. UNIC. DE BOLEO. N° 830

Ítems relacionados con la variable gestión de calidad (CLIENTES)	¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso, aquiescente?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?	
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	SI	NO
1.- ¿Considera Ud. que las MYPE tienen conocimiento del entorno para fortalecer su negocio?	✓			✓		✓		✓
2.- ¿Para Ud. el personal realiza sus funciones de manera eficaz?	✓			✓		✓		✓
3.- ¿Considera Ud. que los trabajadores se encuentran motivados al momento de realizar sus actividades?	✓			✓		✓		✓
4.- ¿Le han realizado alguna evaluación sobre su satisfacción respecto al servicio brindado?	✓			✓		✓		✓
5.- ¿Considera que la MYPE cumple sus expectativas y satisface sus necesidades?	✓			✓		✓		✓
6.- ¿Evidencia que las MYPE mantienen un ambiente interno laboral adecuado?	✓			✓		✓		✓
7.- ¿Para Ud. los trabajadores están comprometidos con sus funciones o actividades de trabajo?	✓			✓		✓		✓
8.- ¿Considera Ud. que el personal cuenta con habilidades y conocimientos para desempeñarse adecuadamente?	✓			✓		✓		✓
9.- ¿Considera que los trabajadores utilizan adecuadamente los recursos para el servicio al cliente?	✓			✓		✓		✓
10.- ¿Para Ud. el desempeño global de la MYPE ha mejorado respecto a ocasiones anteriores?	✓			✓		✓		✓


 Javier Yañero Miranda
 Funcionario de C.O.F.O. N° 883

2. MATRIZ INDICADOR DE PREGUNTA

Variables	Definición	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Fuentes	Técnica e instrumento	
Gestión de calidad	Gestión de la Calidad son un conjunto de normas y estándares internacionales que se interrelacionan entre sí para hacer cumplir los requisitos de calidad que una empresa requiere para satisfacer los requerimientos acordados con sus clientes a través de una mejora continua, de una manera ordenada y sistemática. (Ortiz, 2016)	Funciones necesarias para la Gestión de calidad	La dimensión “Funciones necesarias para la Gestión de calidad” se medirá con los indicadores, Planificación, Organización, Dirección y Control, mediante el cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes.	Planificación	1. ¿Considera Ud. que las MYPE tienen conocimiento del entorno para fortalecer su negocio?	Nominal	Cientes	Encuesta/ Cuestionario	
					2. ¿Considera Ud., que tiene conocimiento del entorno para fortalecer su negocio?	Nominal	propietario		
				Organización	3. 4. ¿Para Ud. el personal realiza sus funciones de manera eficaz?	Nominal	Cliente/ Propietario		
				Dirección	5. 6. ¿Considera Ud. que los trabajadores se encuentran motivados al momento de realizar sus actividades?	Nominal	Cliente/ Propietario		
				Control	7. ¿Le han realizado alguna evaluación sobre su satisfacción respecto al servicio brindado?	Nominal	Cliente		
		Principios de gestión de calidad	La dimensión de “Principios de Gestión de Calidad” se medirá mediante los indicadores enfoque al cliente, Liderazgo, compromiso y competencia, enfoque basado en procesos, Mejora continua, mediante el cuestionario aplicado a los clientes de las MYPE rubro restaurantes.	Enfoque al cliente	8. ¿Considera que la MYPE cumple sus expectativas y satisface sus necesidades?	Nominal	Cientes	Encuesta/ Cuestionario	
					Liderazgo	9. ¿Evidencia que las MYPE mantienen un ambiente interno laboral adecuado?	Nominal		Cientes
						10. ¿Evidencia Ud., que se mantiene un ambiente interno laboral adecuado?	Nominal		Propietario
					Compromiso y competencia	11. 12. ¿Para Ud. los trabajadores están comprometidos con sus funciones o actividades de trabajo?	Nominal		Cientes/ propietario
						13. 14. ¿Considera Ud. que el personal cuenta con habilidades y conocimientos para desempeñarse adecuadamente?	Nominal		Cientes/ propietario
					Enfoque basado en procesos	15. 16. ¿Considera que los trabajadores utilizan adecuadamente los recursos para el servicio al cliente?	Nominal		Cientes/ propietario
					Mejora continua	17. 18. ¿Para Ud. el desempeño global de la MYPE ha mejorado respecto a ocasiones anteriores?	Nominal		Cientes/ propietario

Variables	Definición	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Fuentes	Técnica e instrumento
Competitividad	Capacidad que tiene una organización para operar y crecer rentablemente, es decir crear valor para sus propietarios, en un mercado donde operan competidores exitosos. (Ávalos, 2015)	Aspectos determinantes	La dimensión “Aspectos determinantes” se medirá con los indicadores Capacidad de gerencia, Diseño de estrategias empresariales, Gestión de la Innovación, Aplicación de las mejores prácticas en la cadena de valor, Integración en redes tecnológicas, Reorganización de la logística, mediante el cuestionario aplicado a los clientes de la MYPE rubro restaurantes.	Capacidad de gerencia	19. ¿Percibe que el éxito del restaurante depende de las habilidades y conocimientos del administrador?	Nominal	Clientes	Encuesta/ Cuestionario
				Diseño de estrategias empresariales	20. ¿Considera que las estrategias que aplica el restaurante aumentan la demanda?	Nominal		
				Gestión de la innovación	21. ¿Percibe Ud. que el restaurante innova en su carta o infraestructura frente a la competencia?	Nominal		
				Aplicación de mejores prácticas en cadena de valor	22. ¿Considera que el restaurante brinda un valor agregado en el servicio de atención al cliente?	Nominal		
				Integración en redes tecnológicas	23. ¿Considera Ud. que las MYPES emplean las redes sociales o página web para promocionar su establecimiento?	Nominal		
				Reorganización de la logística	24. ¿Cuándo Ud. solicita algún plato a la carta siempre está disponible?	Nominal		
		Ventajas competitivas	La dimensión “Ventaja competitiva” se medirá con los indicadores liderazgo en costos, diferenciación y enfoque; mediante el cuestionario aplicado a los clientes de la MYPE rubro restaurantes.	Liderazgo en costos	25. ¿Para Ud. los precios de la carta se encuentran acorde al sector restaurantes?	Nominal	Clientes	Encuesta/ Cuestionario
					26. ¿Considera que los precios están acordes con la calidad de los insumos?	Nominal		
				Diferenciación	27. ¿La MYPE ofrece algún plato diferente respecto a la competencia?	Nominal		
					28. ¿Considera resaltante el servicio recibido por la MYPE?	Nominal		
Enfoque	29. ¿Considera que la MYPE se ha especializado en algún tipo de platos (criollos, gourmet, etc.)?	Nominal						

3.- Libro de Codificación

Variable Gestión de Calidad Clientes y Propietarios

p(x): preguntas 1-18
(funciones y principios de la
gestión de calidad)
ENC(X): encuestados 1-121

PREGUNTA ENCUESTADO	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18
ENC 1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 3	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
ENC 4	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
ENC 5	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2
ENC 6	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 7	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 8	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 9	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 10	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 11	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 12	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 13	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 14	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 15	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 16	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 17	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 18	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	

ENC 19	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 20	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 21	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 22	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 23	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 24	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 25	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 26	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 27	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 28	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 29	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 30	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 31	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 32	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 33	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 34	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 35	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 36	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 37	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 38	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 39	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 40	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 41	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 42	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 43	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 44	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 45	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 46	1		1		1		1	1	1		1		1		1		1	

ENC 47	1		2		1		1	1	1		1		1		1		1	
ENC 48	1		2		1		1	1	1		1		2		1		1	
ENC 49	1		2		1		1	2	1		1		2		1		1	
ENC 50	1		2		1		1	2	1		1		2		1		1	
ENC 51	1		2		1		2	2	1		2		2		1		1	
ENC 52	1		2		1		2	2	1		2		2		2		1	
ENC 53	1		2		1		2	2	2		2		2		2		1	
ENC 54	1		2		1		2	2	2		2		2		2		1	
ENC 55	1		2		1		2	2	2		2		2		2		1	
ENC 56	1		2		1		2	2	2		2		2		2		1	
ENC 57	1		2		1		2	2	2		2		2		2		1	
ENC 58	1		2		1		2	2	2		2		2		2		1	
ENC 59	1		2		2		2	2	2		2		2		2		1	
ENC 60	1		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 61	1		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 62	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 63	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 64	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 65	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 66	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 67	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 68	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 69	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 70	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 71	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 72	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 73	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 74	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	

ENC 75	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 76	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 77	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 78	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 79	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 80	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 81	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 82	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 83	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 84	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 85	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 86	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 87	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 88	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 89	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 90	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 91	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 92	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 93	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 94	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 95	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 96	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 97	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 98	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 99	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 100	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 101	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 102	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	

ENC 103	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 104	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 105	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 106	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 107	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 108	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 109	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 110	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 111	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 112	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 113	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 114	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 115	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 116	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 117	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 118	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 119	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 120	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
ENC 121	2		2		2		2	2	2		2		2		2		2	
TOTAL	121	5	121	5	121	5	121	121	121	5	121	5	121	5	121	5	121	5
Total 1 (SI)	61	4	46	1	58	2	50	48	52	2	50	2	47	2	51	2	59	2
Total 2 (NO)	60	1	75	4	63	3	71	73	69	3	71	3	74	3	70	3	62	3
% 1 (SI)	% 50	% 80	% 38	% 20	% 48	% 40	% 41	% 40	% 43	% 40	% 41	% 40	% 39	% 40	% 42	% 40	% 49	% 40
% 2 (NO)	% 50	% 20	% 62	% 80	% 52	% 60	% 59	% 60	% 57	% 60	% 59	% 60	% 61	% 60	% 58	% 60	% 51	% 60
TOTAL %	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100	%100

Variable Competitividad Clientes

p(x): preguntas 19-29 (aspectos determinantes y ventajas de la competitividad)

ENC(X): encuestados 1-121

PREGUNTA \ ENCUESTADO	p19	p20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	p28	p29
ENC 1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

ENC 18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 28	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 29	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 30	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 31	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 32	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 33	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 34	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 35	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 36	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 37	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 38	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 39	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENC 40	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1
ENC 41	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1
ENC 42	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1
ENC 43	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1

ENC 44	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1
ENC 45	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1
ENC 46	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1
ENC 47	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1
ENC 48	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1
ENC 49	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1
ENC 50	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1
ENC 51	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1
ENC 52	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1
ENC 53	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1
ENC 54	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1
ENC 55	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1
ENC 56	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2
ENC 57	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2
ENC 58	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2
ENC 59	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2
ENC 60	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2
ENC 61	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2
ENC 62	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2
ENC 63	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 64	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 65	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 66	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 67	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 68	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 69	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

ENC 70	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 71	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 72	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 73	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 74	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 75	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 76	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 77	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 78	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 79	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 80	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 81	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 82	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 83	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 84	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 85	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 86	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 87	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 88	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 89	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 90	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 91	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 92	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 93	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 94	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 95	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

ENC 96	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 97	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 98	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 99	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 100	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 101	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 102	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 103	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 104	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 105	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 106	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 107	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 108	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 109	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 110	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 111	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 112	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 113	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 114	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 115	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 116	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 117	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 118	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 119	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 120	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ENC 121	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

TOTAL	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
Total 1 (SI)	101	27	33	40	42	39	45	60	43	62	55
Total 2 (NO)	20	94	88	81	79	82	76	61	78	59	66
% 1 (SI)	% 83	% 22	% 27	% 33	% 35	% 32	% 37	% 50	% 36	% 51	% 45
% 2 (NO)	% 17	% 78	% 73	% 67	% 65	% 68	% 63	% 50	% 64	% 49	% 55
TOTAL %	% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	% 100	% 100

4.- REPORTE DE TURNITIN

Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 28-ene-2021 22:11 -05

Identificador: 1496737043

Número de palabras: 25438

Entregado: 1

INFORME FINAL JUAN ANTON GALAN Por JUAN FRANCISCO
ANTON GALAN

	Similitud según fuente	
Índice de similitud		
5%	Internet Sources:	4%
	Publicaciones:	0%
	Trabajos del estudiante:	6%

5.- CONSTANCIA DE NO ADEUDO

Vista Previa Constancia de No Adeudo <https://erp.uladech.edu.pe/siia/cobranzas/reportes/constancianoadeudo...>

USER: 44440490 Nro: 122021-00003816
Fecha: 17-02-2021 16:28

CONSTANCIA DE NO ADEUDO

La Jefatura de Cobranzas hace constar que el alumno(a) ANTON GALAN JUAN FRANCISCO, con código de matrícula 2811100025, de la ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION; no registra deuda pendiente a la fecha para optar TALLER DE TITULACION.

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

HUARAZ, 17 DE FEBRERO DEL 2021.



V°B° CAJA V°B° BIBLIOTECA (*) V°B° LABORATORIO/ CLINICA (*)

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